

## 观点扫描

通过创新升级,老字号可以成为“新网红”;通过积蓄力量,新国货品牌亦有成为老字号的底蕴。越来越多年轻人成为新国货消费带来新契机,也是新国货在市场赛道上的新起点。

”

这种打破藩篱、推进校际合作的教育改革,有助于激发学生的学习兴趣,修读自己感兴趣的课程,提高人才培养质量。

”

每年被随意丢弃的家庭过期药品高达1.5万吨,加之处方带来的不合理用药等,不仅造成“药箱里的浪费”,而且给环境造成了污染。

## 乐见新国货走俏

如今蓬勃生长的新国货,已经全方位渗透了我们的生活。近日,一消费内容社区发布的《新国货618消费趋势报告》显示,今年“618”,越来越多消费者的购物车,正在被新国货“承包”,新国货已然成长为新消费的主角。从彩妆、服饰、新茶饮到家电、电子产品等,越来越多的年轻人支持新国货,新国货成年轻人的“社交符号”。

新国货简言之是“老国货”的升级换代,不光包括“破圈”的新国潮国货这样的年轻新力量,更有许多老当益壮的老字号品牌。近年来随着新国货消费持续升温,越来越多的年轻人不再一味追捧国外品牌,而是目光向内逐步聚焦优秀的国货品牌。

新国货缘何能俘获年轻人的心?根本上说离不开“内功”二字。一看文化内核。对年轻一代而言,蕴含丰富传统文化元素、更符合消费特性和心理习惯的新国货成为他们的“社交符号”,具有心理、情感和文化上的优势。二看品质。在激烈的市场竞争中,光有情怀的品牌和商品远不足以打动人,更需要品质“硬实力”。要打动喜欢把个性穿

在身上的年轻人,就必然要满足其品质消费、个性化消费需求。毕竟,优质的品质和服务才是消费者买单的动力。现如今,国货以更优的产品质量、更好的品牌口碑、更大的市场份额,获得国内外市场消费者青睐,成为年轻人群体中的“超人气担当”不难理解。

只有具有创新性、兼具品质“硬实力”和文化“软实力”的品牌才能真正赢得市场、赢得消费者。为此,国货品牌必须练好内功,不断提升自身的魅力值。从泸州老窖香水到同仁堂面膜,从奶糖味沐浴乳到咖啡味牙膏……不少老字号品牌纷纷开启“逆龄”模式,玩跨界、做联名,积极顺应新消费趋势,在产品内容、设计、营销等多方面寻求突破,不断增强品牌活力、提升吸引力。通过创新升级,老字号可以成为“新网红”;通过积蓄力量,新国货品牌亦有成为老字号的底蕴。越来越多年轻人成为新国货消费带来新契机,也是新国货在市场赛道上的新起点。我们乐见新国货走俏市场、走得更远。

张冬梅 据《广州日报》

跨省跨校修读学分  
如何落地是关键

日前,有媒体援引辽宁省教育厅的消息称,辽吉黑三省和内蒙古自治区教育厅联合发文,推进普通高等学校开放办学,在学生联合培养、教师互聘、协同创新、国际交流等方面加强合作,实现优质教育资源共建共享,构建三省一区高等教育高质量发展新格局。这意味着,500名高水平教师可跨省互聘,30万名大学生可跨校修读1000门精品课程。

允许学生跨省跨校修读学分,这意味着他们可以到多所大学上课,获得更多的课程资源。这需要学校实行学分制教学管理,互认学分,学生不但可以通过修读另一学校的相关课程来获得大学毕业所需学分,也可以在获得足够课程学分的情况下取得辅修学位、双学位。这种打破藩篱、推进校际合作的教育改革,有助于激发学生的学习兴趣,修读自己感兴趣的课程,提高人才培养质量。

不过从现实来看,各地虽然都有一些推进本省内大学生跨校选课修学分的探索,但还未能有效开展起来,做得好的也并不多。跨省修读学分,操作更复杂,或将碰到更多问题,比如物理距离更远,学校由不同教育部门管理。如何调动学校推进此事的积极性至关重要。要解决这一问题,倒是可以采用“线上授课+线下考试”相结合的方式,

或者可推出交换生制度、短学期制,如学生可在暑期学期选择到其他学校上课,获得在不同学校学习的体验。

要实现以上目标,需要高校推进内部教学管理改革,创新课程体系,从根本上说就是重视人才培养。办好中国高校,人才培养为本,本科教育是根。要把本科教育放在人才培养的核心地位、教育教学的基础地位,振兴本科教育,形成高水平人才培养体系。推进跨省跨校选课的前提,必定是要搞好本校教育,否则就会停留在表面,流于形式。

在具体推进中,还可发挥第三方平台与第三方专业认证的作用,由第三方平台整合各校可共享的精品课程资源,由学生选修。对于各校的课程,要按一定的质量标准进行专业认证,以此确保所有共享课程资源是“等值”的。现实中,经常存在普通院校认可重点院校学分,重点高校却不认可普通院校学分等类似现象,这就是因为缺乏专业认证体系,转而选择按学校身份进行认定。这势必会局限跨校选课修学分的推进。

跨省跨校修学分的探索具有开拓意义,下一步需更多细致的操作让其不打折扣地落地。这也将为其他地区推进高等教育资源开放与共享提供有益借鉴。

蒋理 据《光明日报》

## 如何减少“药箱里的浪费”

据《科技日报》6月21日报道,记者在近期举办的首届世界医药零售业大会上获悉,互联网时代下家庭过期药品将有望形成长效的规范化统一回收机制。据透露,此次启动的项目,会持续扩大开放示范区,着力提高回收覆盖率,并探索形成较成熟、可借鉴的家庭过期药回收体系。

有调查显示,我国有78.6%的家庭备有小药箱,其中30%至40%的药品超过有效期3年以上,但80%以上的家庭没有定期清理药箱的习惯,每年被随意丢弃的家庭过期药品高达1.5万吨。加之处方带来的不合理用药等,不仅造成“药箱里的浪费”,而且给环境造成了污染。

药品的有效期是经过长期考察实验测定出来的,一旦过了有效期,有效成分分解十分迅速。服用这样的药品,不会“治病”反而可能“致病”。同时,公众对于过期药品回收不甚了解,处理过期药品一般是将其随生活垃圾丢弃,而一些药品含有抗生素、激素等化学成分,可能对土壤、水体、空气造成污染。还有一些“药贩”低价收购居民家中的过期药品,经重新包装后再次出售。

基于此,家庭过期药品已被明确列入《国家危险废物名录》,需要采取医疗用品的专业销毁方式进行销毁。

相关部门、医药企业和零售药店也在积极开展过期药品公益回收活动,以唤起公众安全用药的认知和意识。有的药企启动家庭过期药品回收和免费更换机制后,创下了家庭过期药品回收吉尼斯世界纪录。

杜绝“药箱里的浪费”,应积极探索完善过期药召回机制。比如,是否可以在一些地方和药企开展过期药品公益回收活动的基础上,通过立法的形式,建立强制性过期药品召回机制,使之成为药企的法定义务。或者将过期药品回收纳入垃圾分类管理,细化过期药品丢弃和回收办法,进行预约回收、集中回收,等等。

同时,有关部门应及时通过宣传、咨询、举办安全用药讲座、发放知识手册等形式,给公众普及基本的药品知识,帮助其了解、选择正确的购药、贮药途径,增强人们的安全用药意识和自我防范意识,最大限度地减少过期药品可能带来的危害。

汪昌莲 据《工人日报》