青年报 2019年8月26日 星期一
责任编辑 马鉉 美术编辑 谭丽娜

今年新生什么名字最多？哪些专业男女比例最悬殊？

这些高校盘点“萌新大数据”

伴随大学新生报到，一批“新鲜血液”补充进来，“00后”新生今年已成为绝对主力军。在上海师范大学，“00后”新生比例高达95.5%。

与此同时，不少高校还盘点起了萌新大数据，在解密生源结构亮点的同时，最萌男女比例，乃至父母最爱起的名字都一一浮出水面。

青年报记者 刘昕璐

❶

❷

❸

❶新生中00后已成绝对主角。

❷东华大学有11位“校庆宝宝”。

❸在上师大全部学院中，女生比例最高的是马克思主义学院，达到了95%。 受访者供图

马克思主义学院女生比例高达95%

在同济大学，今年4377名本科生中，男生占63.4%，女生占36.6%。按专业来看，女生比例最多的专业排行榜榜首是广播电视编导专业，43人的班级有40个女生，女生比例93%。动画专业，女生比例86.9%，人文科学实验班中，女生比例为81.1%。

男生比例排名，市场营销专业，19人的班级只有1名女生。另外，工科试验班（智能化制造类）男生比例为82.9%，功课试验班（信息类）男生比例76.8%。

作为一所教师教育特色鲜明的市属高校，上海师大今年迎来5060名2019级本科新生。5060名新生中，上海市新生2160名，外省市新生2900名。外省市占比最高的是河南省生源，共有266人，其次是贵州省、安徽省、山东省、江苏省和浙江省，同时还有来自港澳台地区的48名同学。

上师大今年新生男女比例为3:7。在全部学院中，女生比例最高的是马克思主义学院，达到了95%。其次是对外汉语学院，也达91%，外国语学院位列第三，占比为87%。而男生占比最高的前三个学院分别是体育学院、信息与机电工程学院和数理学院，比例分别是77%、55%和49%。

上海工程技术大学，2019级本科新生共4498人，男生2742人，女生1756人，本科新生男女比为1.56:1。学院男女比例中，航空运输学院（飞行学院）男女生之比最为悬殊，达到11:1。其次是机械与汽车工程学院为9:1，材料工程学院为4:1。外语学院、服装学院、社会科学学院则更受女生青睐，男女生之比分别为1:4.5，1:2.9和1:2.8。

对东华大学而言，男女生比例没有如此悬殊：女生2068名、男生1457名，几乎是6:4。从学院看，机械工程学院男多女少，2.29:1的比例之差为最高；主体位于延安路校园的服装与艺术设计学院，男女比达1:7.5，当之无愧女生比最高。

从男女之比，也可以窥探出男女生对专业一定程度上的偏好。

叫“晶晶”和“林林”的“ABB式”同学频率最高

今年，在上师大5060名本科新生中，张婕、陈阳、陆佳怡等134个姓名被发现有“重名”现象，被两名及以上萌新共同拥有。其中，还有两个同名同姓的“沈新宇”同学考入同一个专业，彼此成为了电子信息类专业的同学。

经筛查，东华大学今年一共有37个重复的名字——最多的依次为李响、王磊、王蕾、王心怡、许可、张琳，这些名字貌似爸妈非常钟情。

另外，华东理工大学本科新生中有71名同学的名字是“ABB式”，其中出现频率最高的是“晶晶”和“林林”。据统计，全校有95位同学将遇到和自己同名同姓的人，其中有5位李想，还有3位李政、3位刘宇……至于名，相同者更多，全年级有9个子豪、8个文龙、7个浩然，雨欣、一鸣、欣怡、博文也分别都有6个。

或为网红、或为颜值 90后就餐不再仅仅为了吃

青年报记者 顾金华

本报讯 根据最新出炉的《2019轻餐饮消费洞察》显示，90后就餐消费不再仅仅为了吃，而是形成了茶派养生青年、重环境派青年、网红力Max青年、独乐主义青年、高效能青年、颜值派青年六大典型人群。

4天售出33万支甜筒，90后成轻餐饮消费主力

什么是“轻餐饮”？此次美团点评发布的《2019轻餐饮消费洞察》显示，“轻餐饮”相较于中餐、西餐等正餐而言，主要包括小吃简餐、咖啡茶饮、面包甜点、休闲餐、水果零食等，具有菜品标准化、经营连锁化、营业时间长、门店分布密集、日常消费频次高等特点。如果按照中国餐饮市场突破4万亿，轻餐饮流水占比餐饮行业61%计算，目前轻餐饮行业流水规模已达到2.6万亿。

从消费人群来看，90后消费者是轻餐饮消费主力军，并呈现出“需求多元”和“品质导向”等整体特征。2019年上半年，询问3个及以上“轻餐饮”品类的用户占比显著增长22%，已经达到了50%，而品牌商家的订单占比达到了25%。

“年轻一代在餐饮上的消费升级往往正是从各式各样的咖啡奶茶、果汁饮品、小吃简餐等开始。”一位业内人士介绍。据美团点评发起的“大牌美食狂欢节”的数据显示，自8月15日活动正式上线开始，4天时间里已经有33万支DQ甜筒被吃货们一扫而空。在轻餐饮中频频出现的甜筒热销的背后，正是和90后有着很大的关系。

90后就餐，有的为网红，有的为颜值

90后是伴随互联网成长起来的，口味多元化表现会更明显，他们去吃饭不再是单纯为了填饱肚子，而是为了追求一种“体验”，或是为了更好地社交。

在《2019轻餐饮消费洞察》中，将这届轻餐饮消费者分为了六类轻餐饮典型人群。

一是茶派养生青年。这类消费者在茶底选择上更倾向于健康的果茶，其次是“乌龙茶”、“绿茶”，无糖饮品选择接近15%。

二是重环境派青年。这类消费者最关注就餐环境，“有气氛餐厅”的浏览量年同比增长600%。

三是网红力Max青年。这类消费者频频打卡网红餐厅，“网红餐厅”搜索浏览量年同比增长400%+，并且，在蛋糕甜点、面包类、其他糕点类推荐菜TOP10中，“脏脏包”等网红爆款则纷纷上榜。

四是独乐主义青年。这类消费者热爱“众乐乐不如独乐乐“，一个人也要吃出仪式感。2018 年，全年适合一人食的台式火锅门店数增长1.1 万家，而“一人食”作为关键词的搜索量同比增长 196%。

五是高效能青年。这类消费者喜欢提前在手机上“预点餐”，实现“到店即取”以省去等待时间。相比其他餐饮品类，在面包甜品、现制茶饮、小吃快餐品类尤其明显，消费者调研显示，希望“预点餐、到店提“比例占比依次达到了 44.9%、43.7%、42.3%。

六是颜值派青年。这类消费者拥有很强的品牌传播和种草能力，对自身消费的社交价值诉求明显增长。以面包甜点品类为例，在评论中有“颜值”关键词的80后90后人群占比达75.1%。

申城的夜晚，也是吃货们的消费高峰

目前正在进行中的“大牌美食狂欢节”，让“轻餐饮”成为了风潮。

活动上线以来，上海商圈订单量TOP5排名分别是陆家嘴、世博园、五角场、人民广场、迪士尼。这几大商圈既有白领上班人群、也有学生族，作为带有一定的旅游观光属性的商圈，也不乏各地游客。

此外，记者看到，夜晚也是吃货们的消费高峰。数据显示，15日至18日活动上线四天，在上海，晚上8点至凌晨2点的订单量占比超过22%，最受欢迎的TOP3单品分别是甜筒、老婆饼和水果。

分析人士认为，随着年轻一代消费者崛起成为消费主力，将促进餐饮数字化变革加速。所谓数字化，不仅是把餐厅的业务经营数字化，也意味着让餐厅与线上平台更好的连接。

但是，该人士也建议，虽然夜生活再丰富，也要合理地安排生活，保持健康的生活节奏。