

它山之石资料汇编

2026年80期（总第3909期）

西安交通大学网络信息中心

2026年6月3日

一、国家与地方动态	2
1. 教育部：推动高校录取通知书回归“一页纸”，纠治奢华录取通知书、新生礼盒等不良风气	2
二、高校动态	2
2. 上海交大本科招生将大幅增加，新增机器人工程等专业 ..	2
3. 南开大学：布局未来产业 赋能拔尖成长	3
4. 北航举办研究生学术论坛 搭建高水平跨校学术交流平台 ..	4
三、教育国际交流	4
5. 新时期“留学复旦”品牌的构建与实践	4

一、国家与地方动态

1. 教育部：推动高校录取通知书回归“一页纸”，纠治奢华录取通知书、新生礼盒等不良风气

2026年全国统一高考前夕，教育部发文要求各高校严肃招生宣传纪律，推动录取通知书回归“一页纸”，坚决纠治奢华录取通知书、新生礼盒等不良风气。针对激光雕刻、非遗刺绣、金属蚀刻等日益内卷的通知书“竞赛”现象，通知明确要求严禁虚假宣传和违规承诺，反对以任何形式炒作“高考状元”“高分考生”及“升学率”。指导各地持续优化专业设置，改进特殊类型招生工作，并加大对涉考涉招培训机构的治理力度，维护广大考生和家长的合法权益。



网址链接：<https://www.eol.cn/news/yaowen/202606/t20260603-2740666.shtml>

二、高校动态

2. 上海交大本科招生将大幅增加，新增机器人工程等专业

上海交通大学近日召开2026年本科招生新闻发布会，宣布响应国家“优本扩容”号召，今年本科招生计划将大幅增加，并投放更多硬核科技专业和特色班型。学校今年获批增设“心理学”“机器人工程”“数据科学与大数据技术”“海洋智能与无人技术”“具身智能”五个本科专业，均自2026年起招生。



在拔尖人才培养方面，红杉书院依托致远学院打造，由沈南鹏担任名誉院长，校长丁奎岭兼任首任院长。书院将从2026级

新生中遴选约 50 名“红杉学子”，实行 3 至 6 年弹性学制，入选学生可突破专业边界任选方向，配备由科学家与企业家组成的导师团。书院实行学分制管理，不设学积分排名，强调自主探索和科研初心。此外，学校 2026 年还获批设立“张江国际理工学院”，作为中外合作办学平台，为学生提供更多元的专业选择和个性化发展空间。

网址链接：<https://news.sciencenet.cn/htmlnews/2026/6/565856.shtm>

3. 南开大学：布局未来产业 赋能拔尖成长

近日，南开大学公布了 2026 年高招政策。为服务国家高质量发展，该校总体招生计划增量超过 2%，新增名额重点投向与国家战略需求紧密契合的专业。学校聚焦生物制造、脑机接口、具身智能等未来产业与新质生产力核心赛道，全新设立“工科试验班（未来产业精英）”，着力培养复合型领军人才。该试验班依托院士领衔的高水平师资，首学期纳入伯苓学院通识筑基，后续完全依据个人意愿自主分流。2026 年，学校新增“数据资源与数据智能”、“量子信息科学”及“大数据管理与应用”三个本科专业，面向数字中国与量子科技前沿领域精准培养紧缺人才。同时，学校在伯苓班与工科试验班实行大类通识培养与零门槛分流，全方位保障拔尖人才的个性化成长。



网址链接：<https://news.nankai.edu.cn/ywsd/system/2026/06/03/030073071.shtml>

4. 北航举办研究生学术论坛 搭建高水平跨校学术交流平台

北京航空航天大学于5月24日至31日举办了“研思博论”研究生学术论坛系列活动，活动在学院路、沙河及杭州校园同步举行。来自清华大学、北京大学等12所北京高校的师生代表参与了此次学术盛会。开幕式上，副校长吴江浩致辞，号召同学们砥砺创新精神。在随后的主论坛中，中国科学院院士姚仰平教授及国家级青年人才秦炳超教授分别作了精彩的主旨报告，分享了前沿学术成果与个人科研心得。5月24日下午至25日，活动设立了六个分论坛，涵盖了基础学科、工程技术、人工智能、国际前沿、哲学社会及学科交叉等前沿领域。此外，论坛期间还举办了学术交流周系列活动，包括学术成果微展、论文写作指导及榜样经验交流等环节，旨在打破校际壁垒，构建学术创新共同体，推动研究生教育高质量发展。



网址链接：<https://news.buaa.edu.cn/info/1002/69112.htm>

三、教育国际交流

5. 新时期“留学复旦”品牌的构建与实践

2025年发布的《教育强国建设规划纲要(2024—2035年)》明确提出要“建设具有全球影响力的重要教育中心”，并将“加强‘留学中国’品牌和能力建设”作为重要战略任务。同时，教育部《中国特色“双一流”标准》将“吸引国外知名大学、发达国

家等优秀留学生情况”纳入核心观测点；上海《加快建设教育强市三年行动计划(2025—2027年)》也涉及推动留学生招生从“规模扩张”向“质量提升”转变，并重点发展英文授课品牌项目和“留学中国”城市品牌。

在这一背景下，“留学复旦”品牌建设实践具有重要的研究价值。复旦大学不仅制定了《2035全球开放合作行动方案》和《来华留学教育卓翼行动计划(2024—2028年)》等战略性文件，更在实践层面开展了系统性的探索，包括建立数字化传播矩阵、完善“一站式”服务体系、打造旗舰项目(如全英文学位项目、本科生研究生暑期学校)、构建全球校友网络等。这些实践为观察和分析中国高校如何推进高等教育国际化发展提供了极具价值的典型案例。

一、“留学复旦”品牌建设的多维度实践与成效

(一) 多措并举，扩大“留学复旦”品牌知名度

品牌知名度是国际生源决策的逻辑起点。“留学复旦”致力于通过数字化传播与国际合作，实现品牌全球声量的高效提升。一方面，搭建“留学复旦”社媒矩阵，实现精准化、分众化传播。学校自2023年11月起，系统布局以Facebook、Instagram、YouTube为核心的国际社交媒体矩阵。截至2025年11月，各平台粉丝总数已超过6.6万，累计浏览量突破1200万次。内容策略覆盖12个维度，以招生宣传(14.9%)、国际文化周/文艺汇演(17.1%)及毕业季(12%)为核心，以学子体验、复旦科研、校园

攻略等立体化展现真实的留学复旦生活，成功塑造了年轻、活跃、专业的品牌线上形象。另一方面，探索“留学复旦”品牌推广合作伙伴，对内联动多个校内机构，形成协同推广合力。对外与多个海外知名教育机构及协会建立合作，借助其本地信誉与网络，实现了品牌在目标市场的精准传播。

(二)多维构建，丰富“留学复旦”品牌联想

品牌联想是塑造品牌独特形象的核心。复旦大学通过环境、数字、学术、符号与叙事五大层面，立体化构建丰富而积极的品牌联想。

创造多元文化融合的国际校园环境，形成开放包容的品牌联想。举办“世界之旅”各国文化风情展、中外师生文艺晚会，并支持留学生参加龙舟比赛，这些活动将校园打造为微缩的“全球共同体”，使“多元、活力、包容”成为“留学复旦”最显著的情感联想。数字赋能“留学复旦”网站建设，形成高效、便捷的个性化认知。对“留学复旦”官方网站进行多语种升级与用户体验优化，集成 AI 智能问答机器人，提供从申请、入学到在校生活的全流程在线信息服务，营造了“可靠、专业、时刻在线”的数字化品牌联想。依托优势学科，加强“留学复旦”品牌项目供给，在不同培养层次上增加英文授课学位项目，打造“一带一路”国家领航者培养项目，夯实学术卓越的核心联想。建立视觉传播体系，以符号化联想构建全球教育品牌。发布“留学复旦” LOGO 和吉祥物，形成统一、专业、有视觉冲击力的视觉识别系统，增

强“留学复旦”品牌的辨识度与记忆度。以差异化手段讲好复旦故事，塑造温情、深度的品牌联想。品牌传播聚焦于“人”的故事，拍摄纪录电影《明月照他乡》、舞台剧《留学生 AI 奇遇之旅》及留学生发展历程宣传片等，以情感共鸣的方式，将“留学复旦”与“个人成长”“文化融合”等深度价值相关联，赋予品牌深厚的人文温度。

(三)多路径探索，实现品牌质量感知

品牌感知是兑现品牌承诺、建立信任的基石。复旦大学通过管理服务、就业支持、质量监测与特色项目等多路径，全方位夯实质量感知。“一站式”国际学生事务中心实现服务流程优化。整合签证、住宿、咨询等业务，提供“一站式”多语种服务，其高效、便捷的服务体验，成为学生感知品牌关怀与专业度的第一印象和重要来源。举办“上海高质量国际人才交流会暨高校来华留学生就业展”，提升发展性质量感知。作为上海市首个为外国留学生举办的大规模就业展会，2025年活动吸引了40余家中外名企及30多所高校参与，为近5000名留学生搭建了高质量的实习与就业展会平台。此举向国际教育市场传递了强烈信号，复旦大学致力于投资学生的长远职业发展，极大增强了“留学复旦”品牌所能带来的附加价值感知。发布《复旦大学来华留学教育年度白皮书》量化“留学复旦”品牌感知质量，以客观数据全方位展示在招生、培养、管理、服务及院系特色等方面的成果。院系特色实践共同支撑高质量感知。如国际文化交流学院打造“汉

语+文化”项目，年举办活动近 60 场等。打造标杆项目树立质量典范。2025 年，复旦大学各层次各类型暑期国际短期项目招收 700 多名外籍学生参与，较去年增加 51%，项目招生规模呈持续增长态势。学生构成呈现高度国际化与多元化特点，外国籍学生来自 70 个国家，生源质量优异，涵盖了来自牛津、普林斯顿、康奈尔等世界顶尖学府的学子。

(四)价值共创，以校友链接赋能“留学复旦”教育品牌忠诚品牌忠诚度是品牌资产的最高体现。复旦大学通过构建校友价值共创网络，将学生从“消费者”转化为品牌的“拥有者”与“推广者”。逐步建立全球校友网络，组建地区与行业校友分会，增强归属感。复旦大学已培养逾 6 万名国际校友，2017 年成立上海复旦大学校友会留学生同学会，并在多国建立官方校友会，运营多个活跃的全球校友社群，持续强化其作为“复旦人”的身份认同。加强校友动态及成就宣传，塑造榜样效应。在 120 周年校庆之际，举办“百廿归复旦·百念忆同窗”留学生校友返校活动，并启动“复旦留影”全球联结光影集项目，通过影像记录与情感唤醒，持续巩固校友与母校的情感连结，使其成为品牌最忠实、最可信的倡导者，发挥校友在招生宣传渠道搭建上的积极性。

通过上述举措，“留学复旦”品牌建设取得突出成效。

其一，赋能中国学生的国际化能力的培养。通过营造多元文化交融的校园环境，品牌建设为全体中国学生提供了国际化成长

平台。与来自全球各地学生的日常互动与学术交流，显著提升了中国学生的跨文化沟通能力、全球视野与文化适应性。

其二，提升学术声誉与国际排名。国际学生数量与质量是QS排名中“全球参与”（Global Engagement）指标的核心贡献因素。该指标评分从2024年的35.5分大幅提升至2026年的46.4分，助力复旦大学国际化和全球排名的攀升，形成“排名提升-声誉增强-吸引更优质生源”的正向循环。

其三，留学生发展可多维度优化教育生态。促进国际化课程迭代与教学方式革新，推动师资跨文化能力提升，激发跨国科研活力，形成学校多元协同创新的良性循环。

其四，促进多元文化交流和“中国故事”传播。发挥留学生作为跨文化交流桥梁的作用，通过其亲身体验与视角对外传递学校形象与中国发展理念，提升学校及中国高等教育的国际形象与影响力。

上述品牌建设举措的成效已初步显现为关键招生指标的积极变化。截至2025年招生季的数据显示，本科生生源录取人数同比显著增长50%，硕士生生源录取人数增长20%，博士生生源录取人数增长10%，生源总规模与高层次学历生源规模稳步提升；欧洲地区在校留学生增幅26%，美国在校留学生人数增幅21.7%。这标志着“留学复旦”品牌建设在扩大生源规模、提高生源质量、优化培养层次结构方面取得了明显成效。

二、“留学复旦”品牌建设的现实挑战与优化路径

当前的“留学复旦”品牌建设仍面临深层挑战，主要表现为：国际学生的综合生源质量、国别结构，学历层次与学科结构，与建设“具有全球影响力的世界一流大学”战略目标存在差距；品牌联想过度集中于部分学科领域，在高层次、特别是理工医领域的全球优秀人才吸引上效力不足，影响了品牌学术声誉的均衡提升；资源支撑体系的系统性缺失：校级层面的统筹性支持机制，如吸引优质生源的奖学金体系、面向全球的英文授课项目(尤其在理工医领域)建设，国际化的服务支持体系与职业发展体系等仍不完善，构成了生源数量与质量持续提升的主要瓶颈。因此，未来“留学复旦”品牌的深化建设，需以问题为导向，制定精准的协同优化策略。

首先，针对知名度与联想，实施基于国别、学科的传播体系。对欧美、“一带一路”沿线等重点生源国的目标学生进行画像，定向推送理工医科全英文项目信息，建立暑校、冬令营、中英文预科等留学桥梁课程，主动塑造“科创复旦”的新品牌联想，扭转学科失衡的认知。针对感知质量与忠诚度，资源投入优先序，将建立多渠道校院奖学金体系置于首位，显著提升资助力度与覆盖率。

其次，设立“全英文课程及项目建设专项基金”，重点支持理、工、医等优势学科开发一批高质量、成体系的英文授课硕士与博士项目，扩大优质教育产品的供给；支持英文项目建设，并鼓励英文项目建设相对成熟的学院和国外高校开展双学位联

合培养。

再次，全力运营好“一站式”服务中心这一线下关键触点，并将其服务理念延伸至线上，打造智慧国际学生服务平台。同时，升级校友网络为“全球复旦人创新共同体”，为校友提供持续的知识增值与职业发展服务，深化价值共创关系。针对机制保障，实施国际化办学绩效与资源配置联动改革，建立以质量与贡献为导向的院系评价激励体系，将国际学生占比和培养质量、全英文课程与项目建设、国外师资占比、全球学术合作等关键指标，与院系的资源分配等直接挂钩，从而系统性激发院系主体活力与创新动力。

三、结语

复旦大学突破传统国际学生招生管理范畴，形成了以战略规划为引领、理论模型为框架、价值共创为核心的系统化品牌建设模式，可概括为“一核双驱五维协同”。

一个战略核心：品牌建设深度嵌入学校整体战略，以《2035全球开放合作行动方案》和《来华留学教育卓翼行动计划(2024—2028年)》为蓝图，前者明确品牌建设愿景与量化指标，后者分解出十大业务板块、31项具体举措和40余项阶段性任务，实现品牌建设的制度化与可评估化。

双轮传播驱动：通过多平台多语种社媒矩阵及AI问答系统构建数字化传播生态，同时联动多个校内机构和海外教育组织搭建合作伙伴网络，双轮协同破解全球教育市场信息不对称难题，

提升品牌能见度与可信度。

五维资产协同：以感知质量为价值基石，

依托一站式服务、就业展、旗舰项目等兑现品牌承诺；以品牌联想为差异核心，塑造“学术卓越、文化包容”的独特形象；以品牌忠诚为终极目标，将学生转化为品牌共建者；以品牌附加值为战略杠杆，反哺学校高水平对外开放、教育生态优化等核心发展目标，实现品牌资产整体增值。

品牌实践有效实现了从“规模管理”向“内涵建设”的范式转型。研究发现，复旦大学的实践核心特征表现为：从分散举措到系统规划、从部门业务到全校战略、从单向宣传到价值共创。这一转型通过一系列旗舰项目、一站式服务中心、白皮书质量监测、全球校友网络等创新举措得以落地，体现了“留学复旦”品牌建设的系统性与前瞻性。

展望未来，“留学复旦”与“留学中国”国家品牌的共同成长，仍有广阔的理论与实践空间待探索。应推动跨学科协作，融合教育、管理、传播等多元视角的品牌研究，为品牌建设提供更坚实的支撑；主动拥抱数字智能技术，推动人工智能、大数据在精准传播、智能服务与质量监测中的创新应用；并致力于构建科学化、可衡量的品牌评估体系，推动国际教育品牌建设从经验驱动迈向数据驱动、从定性描述走向精准洞察，持续提升中国高等教育的全球影响力。