

“双 11”16 年了，今年有何不同？

“双 11”16 年了。这一见证电商行业飞速发展的“购物节”，已成为影响力极广的消费盛事。

作为观察中国消费市场的重要窗口，今年的“双 11”有哪些新亮点？

周期长、力度大、势头劲

今年的“双 11”，比往年来得更早一些。

10 月 8 日，抖音、拼多多便启动了大促预热；10 月 14 日，天猫和京东同时开启“双 11”活动。这意味着，今年“双 11”时间跨度持续约一个月，刷新了自“双 11”概念诞生以来的购物周期。

超长预售期，使得商家备货发货、优化库存的时间更充裕。济南中通仓储服务有限公司临沂分拨中心网络管理负责人孙德成说：“消费高峰在 10 月 22 日、11 月 1 日、11 月 11 日等节点多次出现，大大减轻了瞬时流量的压力。”

不少平台推出多项扶持政策，在优惠力度上也持续加码，“砸”出真金白银。

“双 11”期间，抖音电商有针对性地推出“四个降低”“两个优化”等多项扶持政策，帮助商家提质增效。对于新商家和中小商家，平台也推出一系列利好政策。抖音电商负责人说，本次新商免佣是历年扶持政策中力度最大的一次。

政府补贴首次“入场”也成为今年“双 11”一大亮点，“以旧换新”热度高涨。“平台优惠加上政府补贴，补上加补后，家电、家装的一些商品优惠在六折左右，确实很‘香’。”购买了多款家电产品的贾女士说。

苏宁易购升级“国补、厂补、苏宁补”三重补贴，优惠不止五折，推出 200 款家电一口价；“双 11”全面开启以来，“以旧换新”订单同比增长超 110%。“双 11”期间，全国超过 90% 的县域农村地区均有消费者通过京东进行“以旧换新”。

线上线下消费势头强劲，消费热情持续升温。

记者在北京、济南、沈阳等多个城市看到，实体商超、餐饮店铺等，也积极加入“双 11”促销队伍。在济南一家自助火锅店，69.9 元一位的单人套餐近期已销售 7000 余份。店铺负责人张刚说，线上享受优惠、线下享受服务已成为消费常态，间接促进了业绩增长。

相关平台数据显示，截至 10 月 30 日，2024 年“双 11”全网累计销售额达 8450 亿元。

“参与平台范围不断扩大、物流等电商基础设施不断完善、商家对消费者的洞察更精准，国内市场依然存在消费潜力。”中国国际电子商务中心电子商务首席专家李鸣涛说。

缘何保持活力？

业内人士分析，今年“双 11”表现不俗的背后，是多重政策利好、平台着眼服务、商家深耕市场等因素的结果。

“消费品‘以旧换新’政策先期出台是重要利好。”中国家用电器协会副理事长徐东生说，不少品牌抓住“双 11”促销时机，展现出强劲增长势头。数据显示，天猫开启“双 11”预售活动首小时，大家电整体成交较去年预售同期上涨 765%。

今年“双 11”，平台将竞争焦点从价格战更多转向服务升级。

电商平台开始意识到“做减法”的重要性，不再以价格战为噱头。今年，微信支付全面接入淘宝、天猫，存在多年的支付“壁垒”首次被打破；菜鸟等快递公司与多个平台达成合作。

“平台做减法，并不意味着销量会下降。相反，消费者获得更多实惠和更优体验，会助推消费市场‘升温’。”中国人民大学商学院市场营销系副教授丁璞说。

商家也更多回归注重产品和用户体验的本质。

“喜欢什么样都可以告诉我，我会帮你把这块玉打造成独一无二的样子……”“双 11”前，记者走进辽宁岫岩一家个性化定制玉器工作室时，“00 后”负责人唐校正正在直播。他说：“年轻人更懂年轻人，‘DIY+电商’的路子，让岫岩玉走出大山，被更多人爱上。”

“消费者的选择渠道更多了。对商家来说，产品品质如何、能否带来实惠，是决定销量的关键。”山东优可熊母婴用品有限公司负责人王大龙说，通过完善产品供给，今年“双 11”期间，公司产品销量较平常增长了 3 倍。

推动电商行业转型升级

“双 11”不仅是观察消费市场的一个重要窗口，也是观察消费趋势变化的重要节点。

业内人士认为，支付、物流方面的互联互通等举措，意味着服务将更加回归消费者本位，让消费者享受到实实在在的优惠。

随着“双 11”购物节的不断发展，消费者对购物体验、退换货等售后服务有更高期待，这也意味着电商平台的服务能力要进一步提升。

推进诚信建设也有助于释放更多消费潜力。中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江说，平台应通过建立良性的消费信任、兼顾消费者和商家的公平规则，持续激发消费市场活力。商家自身也要重视品牌建设，平衡短期利润和长期收益。

利用技术赋能，有助于进一步推动电商发展、提升消费体验。

借助 AI 助手、AI 数字人直播等技术，平台可有效增加内容供给、提升竞争力。“人工智能技术在电商场景的应用将进一步拓展，对全行业的赋能也将进一步增强。”李鸣涛说，在尊重消费者隐私的同时，可以利用大数据、技术分析等手段，优化购买咨询、商品选购、售后维权等消费全链路。

此外，更多市场空间值得期待。

今年“双 11”，县域市场消费火热，带动不少商家整体销量上升；兴趣消费和情绪满足类产品也表现不俗。业内人士认为，通过丰富消费场景、深挖文化内涵、聚焦情绪价值，电商平台不断打造市场新增量，促进消费市场持续回稳向好。

在李鸣涛看来，随着数字化技术的深入应用，中国电商行业的新形态、新模式层出不穷，如直播电商、融合线上线下优势的即时零售等，这也在一定程度上代表了全球电商行业的发展趋势，未来海外市场将带来更大的增长空间。

新华社北京 11 月 11 日电

货运航天飞机“昊龙”全面开展工程研制

新华社广州 11 月 11 日电 中国航空工业集团副总经理张继超 11 日表示，我国自主设计研制的货运航天飞机“昊龙”已完成方案设计，正全面开展工程研制，力争早日实现首次空间站货物运输任务。

张继超是在第十五届中国航展新闻发布会上作出上述表示的。

“‘昊龙’货运航天飞机采用商业运载火箭发射，能够与我国空间站交会对接。完成货物上下行之后，可无动力自主返回，并水平着陆于指定机场。”张继超说，“昊龙”货运航天飞机具备突出的可重复使用能力，能再入大气层飞行、水平着陆，兼顾空间站上行和下行运输，实现航天器航班化的回收处置和重复使用，大幅降低货运飞行器的重复使用周期和单次任务成本，相比传统货运飞船具有更好的经济性和下行运输能力。

发布会现场，航空工业集团播放了“昊龙”货运航天飞机与中国空间站交会对接并返回自主着陆的演示动画。

中国航空工业集团新闻发言人吴基伟表示，“昊龙”货运航天飞机是中国航空工业集团发挥航空技术优势，开发商业航天产品的新起点。

“分隔大气层和宇宙空间的‘卡门线’不是我们的分界线，宇宙空间足够广袤，容得下世界各国足够多的技术路线去探索、去拓展、去成功。”吴基伟说。

历史首次！旺代环球帆船赛迎来中国船长

新华社法国莱萨布勒多洛讷 11 月 10 日电 10 日，第 10 届旺代单人不间断环球帆船赛（以下简称“旺代环球帆船赛”）在法国旺代省的莱萨布勒多洛讷港正式启航。在 40 位参赛者中，来自中国的“独臂船长”徐京坤成为焦点，他成为该项赛事历史上第一位参赛的中国船长。

“我觉得现在的状态非常好，激动、紧张的情绪都有。多年的梦想就在眼前，我已经迫不及待要出发了。”徐京坤在出发前接受新华社记者专访时说。

徐京坤 1989 年出生于山东省平度市，12 岁时因意外失去左前臂。高中时期他加入山东省残疾人田径队，之后改练帆船，成为中国残疾人帆船集训队的一员，并参加了 2008 年北京残奥会。

此后的运动生涯中，徐京坤创造了多个中国航海运动的“第一”：他是中国首位完成双体帆船环球航行的航海家、首位入选并

成功完成“朗姆路”单人跨大西洋帆船赛的中国人，直到这次成为第一位亮相旺代环球帆船赛的中国船长。

“旺代环球帆船赛对我们这项运动来说是殿堂级的赛事。我们做了非常全面的准备，但临行前总觉得可以再多检查几遍，就像火箭发射一样。”徐京坤坦言。

旺代环球帆船赛是一项创立于 1989 年的全球顶级航海赛事，每四年举办一次。赛事要求选手单人驾驶帆船，不中途停靠、无外援和补给，从法国旺代省出发，历经好望角、露纹角、合恩角等地标，绕地球一圈后返回，总航程约 26000 海里。在这场历时约三个月的航行中，选手们需独自面对恶劣天气、孤独和技术故障等多重考验，有的年份甚至超过一半的参赛者未能完赛。赛事因其极高难度和挑战，被称为“航海界的珠穆朗玛峰”。

当天的启航仪式上，徐京坤

身着中国传统服饰亮相。当他踏上浮桥走向自己的“梦想号”时，主持人详细介绍了他的职业生涯，称他“创造了中国航海运动的历史”。现场数万名观众爆发出山呼海啸般的掌声与欢呼。

“从进入赛事村开始，每天都能感受到这里浓厚的帆船运动氛围。”徐京坤说，“而作为中国船长来到这里，能切实感受到外国人对我们的好奇和支持，这一切都让我深受感动。”

据徐京坤的团队介绍，上周在赛事村准备期间，他们收到了一份特别的礼物——来自巴黎附近一所小学的学生们录制了一首名为《京坤，独一无二的船长》的原创歌曲，以此为这位来自中国的“独臂船长”加油打气。

谈到本次比赛的目标，徐京坤表示，最重要的是顺利完赛。“在保证安全顺利的情况下，争取让名次尽量往中间靠。”徐京坤说。