

“双11”购物车里的消费新变化

新华社记者 王雨萧 白田田

一年一度的“双11”购物节正在火热进行中。作为观察中国消费的一扇重要窗口,今年“双11”,购物车里呈现哪些消费新风?

国货国潮“出海”,全球好物“上新”

“今年天猫‘双11’,我们备货量比去年多了3倍,仓库扩容到1万平方米,仍然感到吃紧,新推出的产品很受消费者欢迎。”国货品牌蜂花相关负责人说。

10月31日晚,天猫“双11”开启售卖1小时,102个成交额过亿元的品牌中,国货品牌占比过半,部分国货品牌1小时成交额超过去年全天。

随着中国制造业升级和本土品牌创新力不断增强,国货国潮愈发走俏市场。今年“双11”,不少国货品牌更是漂洋过海,“圈粉”一大批海外消费者。

京东全球售数据显示,“双11”预售期间,布鞋、绣花鞋等国潮好物颇受海外消费者欢迎,订单额同比增长400%;国潮走红还带动了传统文化产品消费增长,在一些国家和地区,历史小说成交额同比增长380%,海外消费者尝试通过书本深入了解中国。

“国货逆袭的背后,是国产品牌质量和影响力不断提升。未来,持续通过产品和服务创新,不断满足和创造新的消费需求,将是国货实现长远发展的关键。”中国宏观经济研究院研究员王蕴说。

今年“双11”,国货“出海”的同时,来自全球的进口商品也在加速“上新”。新西兰、墨西哥、马来西亚等近20个国家的商品正陆续在京东上线国家馆,“双11”开门红10分钟,京东国际国家馆整体成交额同比增长超过12倍。

专家表示,在构建新发展格局大背景下,规模潜力巨大的消费市场,不仅成为中国经济发展的主引擎,也为全球跨国公司提供发展新机遇。

“理性”“绿色”成为关键词

“今年买的东西不多,但都是自己需要的。”家住湖南长沙的席女士告诉记者,往年“双11”总忍不住囤货,有些快过期了还没用完,今年决定按需购买,不再冲动下单。

《京东11.11消费趋势报告》显示,拒绝浪费、理性健康消费的理念正在兴起,随着时间推移会带来“回报”的健康消费、教育消费和运动健身消费等愈发

受到青睐。随着各地促进绿色节能家电消费等举措持续落地,绿色、低碳消费理念成为今年“双11”的主旋律之一。

“双11”开门红期间,苏宁易购全国门店一站式以旧换新订单量环比增长122%,绿色节能家电销量环比增长126%;京东联合品牌商家推出“青绿计划”,节能家电、绿色食品等被打上“绿色”标签;“双11”期间,银泰百货全国门店启用可降解“绿色快递袋”,并推出旧衣回收、化妆品空瓶回收等场景,传递绿色消费理念……

此外,更多垂直细分领域消费正在崛起,在各大电商平台,提升生活幸福感的网红小家电、美妆香氛、原创饰品等消费增长迅速。

专家表示,从最初全民狂欢式的“剁手”,到如今品质消费、绿色消费、理性消费渐成主流,“双11”不仅见证了中国消费升级进程,也折射出国人消费理念的巨大变化。

银发经济、运动健康等新亮点涌现

能实现心率、呼吸、体动等体证实时监测的5G智能护理床;根据银发群体口味和营养需要量身定制的奶粉;专

为老年人研发的无线蓝牙助听器……正在上海举行的第五届进博会上,针对老年群体设计研发的健康好物,彰显银发经济的广阔前景。

今年“双11”,淘宝天猫、拼多多、抖音等电商平台数据显示,中老年人体检服务、营养保健品、家用医疗器械等产品销售均迎来大幅增长。

中国国际经济交流中心副理事长王一鸣表示,中国老年人口规模大,老年产品和服务市场发展潜力巨大。随着老年人消费需求从“生存型”向“发展型”转变,消费层次不断提升,医疗健康、智慧家居、旅游度假、文化娱乐等产业将提质扩容,有效拓展国内需求,孕育经济增长新动能。

苏宁易购平台数据显示,“双11”开门红期间,智能跑步机销量同比增长171%,动感单车销量同比增长92%,投影仪销量同比增长54%。

王蕴表示,在线健康服务、在线文娱、户外运动等新消费迅速发展,不仅契合了居民消费升级趋势,也为消费增长提供了新动能和新空间。

今日关注

好记者有本事 好故事有温度

——写在第二十二个记者节到来之际

好记者,拿出好本事,讲好故事。今年下半年,由中宣部、中央网信办、国家广电总局、中国记协主办的第九届“好记者讲好故事”活动面向全国新闻战线深入开展。参赛者讲亲身经历故事、说采访过程、谈内心感受。新闻战线以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深入宣传阐释党的创新理论,积极传播党的声音,不断增强脚力、眼力、脑力、笔力,用心走好新时代群众路线,积极塑造可信可爱可敬的中国形象,有力服务党和国家工作大局。

《好记者讲好故事》——2022年中国记者节特别节目于11月8日在中央广播电视总台央视综合频道播出,10名记者代表讲述他们的采访经历、所思所想,反映近年来全国新闻战线取得的丰硕成果、展现出的良好精神风貌、新闻队伍建设取得的新进展,为新中国第二十二个记者节献礼。

记录时代风云 见证伟大变革

飞驰的高铁让“流动的中国”更加生机勃勃,美丽乡村让人们望得见山、看得见水、记得住乡愁,绿水青山正变成金山银山……这些精彩的故事,离不开广大记者践行“四力”,去书写、讲述、见证。

河南日报社记者董婷12年都在进行高铁新闻报道,见证了河南在全国率先建成“米”字形高铁网,迈入“市市通高铁”时代。“聊起坐火车的感受,家里的四代人都有深刻的记忆:姥姥90多岁了,拥挤的绿皮车是最深的回忆;70多岁的母亲总提红色的快速列车;我从工作起就开始坐动车,朝发夕至是我的感受;而我的女儿俨然是复兴号的“老乘客”了!”董婷说,“在这条路上,列车不仅跑得远、跑得快,它还跑进了人心。采访时每个人幸福的笑脸,是最好的答案。”

2015年,湖北广播电视台记者郝晋辉第一次到湖北鄂州市岫山村采访,那时,年轻人大多外出打工,村里千亩土地荒芜,仅靠传统农业“望天收”。7年来,在村干部的带领下,村里推广“虾稻共生”,有村民在一个小龙虾丰收季就能收入30万元。“越来越多的村民加入养虾的行列,回村创业的人也越来越多。”郝晋辉说,“乡村振兴是幸福新起点,在我的镜头里,岫山村的‘万亩湘莲’建成了,‘农文旅研学’的融合发展模式带来了上亿元的效益。我们新时代的美丽乡村,望得见山、看得见水、记得住乡愁”。

“朝看黄海日出,暮赏渤海夕照,春迎东游海豹,秋送南迁候鸟。”去年,山东广播电视台记者杨成在山东烟台市拍摄纪录片《长山列岛》时,听海岛人这样描述自己的家乡。杨成说:“渔民们经历了过度捕捞、高密度养殖等过往岁月,海荒了,鸟穷了,大家也迷茫了。党的十八大以来,随着绿色发展理念逐渐深入人心,有关部门开始推动建设海洋生态文明综合试验区。”

杨成看到:“近海腾退,美丽的海岸线回来了;减少捕捞渔船,大海里的鱼虾回来了;污染企业退出海岛,蓝天碧海回来了。在这里,‘山、水、林、海、碧’被作为一个生命共同体。渔民在海里养鱼、种海草、修复海底生态。他们还建起现代化的海洋牧场,迈进了耕海牧渔的新天地。”

书写榜样事迹 唱响奋进凯歌

伟大时代呼唤伟大精神,崇高事业需要榜样引领。书写榜样事迹,唱响奋进凯歌,推动全社会见贤思齐、崇尚英雄、争做先锋,广大新闻工作者时刻在路上。

去年,中央广播电视总台王宁接受了一个特殊的任务——采访26位高龄专家。“深潜院士”汪品先是在耄耋之年深潜3次,他每天坚持骑自行车去办公室,“骑车锻炼身体,而且比走路省10分钟”;天文学家叶叔华院士每天中午自己到食堂打饭,吃不完的打包回家;“焊接泰斗”潘际菴院士反对“唯论文论”,呼吁学生们多去一线、多做实用的东西;“七一勋章”获得者蓝天野有近77年的党龄,他原名王润森,当成为党的交通员后改名为蓝天野,而这个名字,人们叫了他74年……

王宁采访后说:“我要努力把他们的这种生活里简朴、事业中坚守、信仰上忠诚的精神,传递给更多的观众。”

伟大出自平凡,平凡造就伟大。10年来,中国石油报社记者徐远震奔走在祖国西部的荒漠、高原,记录建设新时代的普通人。气罐车司机郑有录的日常工作是把天然气从格尔木运到拉萨,他10年跑了521个来回;德令哈输气站的普通工人加羊多杰,远离家人坚守在高原油气管线旁,最终突发疾病倒在荒漠里……徐远震在高原采访,看到了许多普通人的坚守和奋斗故事,“正是他们让我明白,在建设世界能源强国的征程中,‘能源的饭碗必须端在自己手里’的深刻含义。”

去年,一名亮出党员徽章的新疆大叔感动了无数网友——几名游客到新疆维吾尔自治区克孜勒苏柯尔克孜自治州游玩,车在行驶途中陷入泥潭,恰巧途经这里的阿布都加帕尔·猛德和他的同伴徒手将车辆推出泥潭,感动的游

客拿出钱表示感谢,大叔连忙摆手拒绝并亮出了胸前的党员徽章。新疆克州广播电视台记者伊帕尔·阿卜力米提说:“在大叔看来,他只是做了一件微不足道的小事。我理解他,因为我们每一个新闻人都对这片土地爱得深沉,这就是我们守护祖国边境的人刻在骨子里的信仰。”

“和平时期,并不是每一名中国军人都能在战火与硝烟中冲锋。更多的中国军人是在没有硝烟的岗位上默默坚守、牺牲与奉献。”解放军新闻传播中心记者王琢舒曾在零下43摄氏度、风力11级的极寒恶劣条件下跟随官兵巡逻执勤,她还听说了许多边防官兵的感人故事,感慨“以我之牺牲,换祖国山河无恙”已经刻入每个戍边军人的心底。

王琢舒说,“作为一名军事报道记者,我会一直坚守岗位,用笔触和镜头,让更多的人看到中国军队和中国军人的‘好样子’”。

讲好中国故事 更好打动人心

今年立春,在北京冬奥会开幕式上,一支来自大山里的儿童合唱团用希腊语演唱了一首奥林匹克会歌《奥林匹克颂》,淳朴的歌声打动了世界。

“这是河北阜平县马兰花儿儿童合唱团,‘长城新媒体集团记者杨亚红讲述了合唱团的台前幕后故事,‘都说咱中国小康了,可美好的生活到底怎么样啊?这孩子站在北京冬奥会开幕式舞台上,就是对全世界的回答’”

当前,仍有一些外国媒体戴着有色眼镜来报道中国。面对外媒对新冠肺炎疫情的歪曲报道,新华社社记者陆黎曦说:“我们要用铁一般的真实,用外媒听得清、听得懂的语言,与他们针锋相对。后来,看着95岁的重症康复者在我的镜头前侃侃而谈,那些外媒沉默了,外国观众则被触动了——原来中国真的做到了不放弃每一个生命。”

陆黎曦说:“传播中国声音,也要用外国人能听到心坎儿里的方式去讲述中国故事。中国共产党成立100周年之际,我们推出纪录片《我的朋友是党员》,用外国人的视角讲述中国共产党人的故事。有海外网友留言表示:‘很愿意与这样的中国共产党员交朋友’”。

全媒体时代,如何让报道更打动人心?

“新千里江山图”呈现10年锦绣华章,《中国共产党国际形象网宣传片》讲述中国铿锵足音……人民日报社新媒体全方位报道党的二十大盛况,收到良好效果。人民日报社记者左潇讲述了参与新媒体报道的经历和体会:“近年来,新媒体产品军装照H5刷屏,新媒体创意报道——快闪店‘时光博物馆’打动人心,系列产品让用户感受到国家发展与个人命运的紧密相连,触摸到了新媒体报道的‘温度’”。

今年,左潇和同事们发起“带着我的梦想上天宫”征集活动。“香港培侨中学的陈蔓琳同学收到了航天员陈冬发自中国空间站的信件。好奇与憧憬,立志与拼搏,在这次通信中交汇,一颗努力奋斗、爱国爱港的星星生根发芽。”左潇感慨,“新媒体搭建的桥梁,‘跨度’很大,连接你我我的现在与未来;‘精度’极高,画出网上网下同心圆,让有意思的事情更有意义。”

转自《人民日报》

动态

今年底我国将累计建成高效节水灌溉面积超过4亿亩

新华社北京电(记者 于文静)到今年年底,全国将建成10亿亩高标准农田,累计建成高效节水灌溉面积超过4亿亩。

这是记者从近日举行的首届全国智慧灌溉论坛暨国家灌溉农业绿色发展联盟会议上了解到的消息。

农业农村部农田建设管理司司长吴洪伟在论坛上表示,下一步应从加强工程节水、农艺节水、品种节水等方面加快推进高效节水灌溉。加强工程节水,大力推进高标准农田建设,因地制宜同步发展高效节水灌溉,推广喷灌、微灌滴灌、管道输水灌溉等方式;加强农艺节水,大力推广水肥一体化、蓄水保墒、深耕深松等节水措施;加强品种节水,因地制宜调整和优化种植结构和空间布局,大力培育推广耐旱的品种。

据中国农业科学院农田灌溉研究所所长周国民介绍,多年来我国灌溉科技的发展始终伴随着农业农村现代化的进程。我国在占全国耕地面积约50%的灌溉面积上,生产了全国75%的粮食和90%以上的经济作物。灌溉科技发展为保障国家粮食安全作出了重要贡献。

财政部:中国将积极推进政府采购领域高水平对外开放

新华社北京电(记者 申敏 邹多为)财政部副部长许宏才11月7日表示,中国一直致力于建立公平竞争的政府采购制度,持续优化政府采购营商环境。放眼未来,开放合作是共享国际公共采购市场的必然要求,中国将积极有为地推进政府采购领域高水平对外开放。

许宏才是在当日由财政部与上海市人民政府共同举办的2022年中国国际公共采购论坛上作出上述表述的。

许宏才表示,中国政府持续优化政府采购营商环境,提升政府采购透明度,全面清理政府采购领域妨碍公平竞争的规定和做法,依法保障供应商合法权益,政府采购市场规模不断扩大,由2002年的1009亿元人民币增加到2021年的36399亿元人民币,占财政支出的比重也相应由4.6%提高到10.1%。他强调,中国的政府采购坚持公开透明和公平竞争原则,保障内外资企业公平参与政府采购竞争。

2022年中国国际公共采购论坛是第五届进博会的重要配套活动之一。多位海内外相关机构负责人、政府部门官员、业内代表等以视频方式参会。



11月8日,贵州省赤水市文华街道村民在地里管护油菜。据农业农村部最新农情调度显示,全国冬小麦、冬油菜播种面积已过九成,秋冬种进展总体顺利。
新华社发 王长青 摄



11月8日,东林小学的学生们在老师的带领下进行火灾疏散逃生演练。

2022年11月9日是全国第31个消防宣传日,为扎实开展“119”消防宣传月活动,有效预防火灾事故的发生,浙江省湖州市吴兴区东林镇应急管理服务中心联合消防救援队来到东林小学开展消防安全知识课。消防队员结合典型火灾事故,详细讲解了火灾的危害性,传授火场如何逃生等消防基础知识,并实地演示了灭火器及各类消防器材操作使用方法。
新华社记者 徐昱 摄

8日天宇“上线”月全食,我国公众可赏“红月亮”

新华社天津电(记者 周润健)月食是最受人们关注的天象之一。天文科普专家介绍,11月8日天宇将上演一次精彩的月全食。这次月全食有两大特点:我国绝大部分地区都可以看到全食的“红月亮”阶段;全食阶段月球会遮掩太阳系八大行星之一的天王星。

月食是太阳、地球、月球恰好或几乎处于同一条直线上时,月球被地球阴影遮蔽的一种现象。月食分为半影月食、月偏食和月全食,其中,月全食最为好看。从地球上看去,整个月亮都呈现出古铜色,也就是大家所熟知的“红月亮”。

中国天文学会会员、天津市天文学会理事修立鹏介绍,每年可能发生的月全食最多只会3次,最少则连1次都没有。2022年全球共发生两次月全食,都是月全食。第一次发生在5月16日,我国正值白天遗憾错过,而这一次我国的观测条件绝佳。

天文预报显示,这次月全食始于北京时间11月8日16时00分,此时月球开始稍微变暗(半影食始);17时09分,月面开始有缺(初亏);18时16分,月球完全进入地球本影(食既);18时59分,月球的中心与地球本影的中心最近(食甚);19时42分,月球开始重现光芒(生光);20时49分,月球走出地球本影(复圆);21时57分,月食现象结束(半影食终)。全部过程历时5小时57分,其中本影食(月球进入地球本影,被全部或部分遮掩的现象)历时3小时40分。

“就我国而言,东北地区可见月全食全过程,其他地区则可见‘带食而出’。华北、华东、华中、华南、西北大部分地区看不到初亏,但可见初亏之后的月食过程;而新疆极西部、西藏极西部看不到全食阶段(即生光前的过程),只能见偏食和最后的半影月食。”修立鹏说。

展品迭代 消费进阶 ——探访第五届进博会消费品展区

新华社记者 王默玲 侯雪静 杨溢仁

全球十大化妆品品牌悉数亮相,时尚高端消费品巨头齐聚一堂。在超过7万平方米的第五届进博会消费品展区,不断出新出彩的展品“争奇斗艳”。

“你是更喜欢花果香调、木质香调还是皮革香调?”不同香味的微妙差异总是让消费者难以取舍。欧莱雅展台的“电波穿香室”可以通过头戴式装置分析消费者闻到不同香味时的情绪反应,从而进行个性化香水推荐。无独有偶,隔壁展位的爱茉莉太平洋也在进博会上首秀了其通过脑电波进行情绪分析,为消费者提供个性化香气入浴剂的服务。

“我们希望能不断延伸‘消费个性化’概念的边界。”欧莱雅工作人员告诉记者,“以前讲个性化定制,其实就是消费者喜欢什么,我们提供什么。但如果消费者在主观意识上不清楚自己到底喜欢什么,我们希望能通过技术手段挖掘出他们潜意识里的个性偏好,帮消费者

找到‘真爱’。”

不约而同的选择不止于“脑电波”,走在消费品展区各大展台,最常看到的字眼当数“绿色”“低碳”“可持续”。从生产消费过程中二氧化碳减排量达50%的新品洗衣液,到100%用再生面料制成的摇粒绒保暖材料,再到能减少碳排放、塑料使用量的化妆品液体灌装技术……从产品到材质再到工艺,越来越多的展商不满足于只展示产品,越来越希望将低碳环保的生产链作为“新展品”在进博会展示出来。

在进博会现场,联合利华揭幕了“六星零碳工厂”,对工厂减排提出了新目标。“我们不仅想向消费者展示我们的产品,更希望通过进博会这个大舞台,展示我们共创可持续美好未来的承诺。”联合利华中国公共事务总裁曾锡文说。

从发掘更深层次的个性偏好,到探究产品背后的绿色足迹,从进博会展品

的迭代,能看到消费理念变化的轨迹。

“左边这个是我们中国首秀的6人金字塔A型户外露营帐篷,右边是我们全球首发的生态设计山地自行车,头顶挂着的是我们即将推向中国市场的海洋风筝冲浪装备,脚下放着的是我们为皮划艇、浆板运动爱好者设计的多功能划船机……”在迪卡侬展台,工作人员热情地介绍着诸多“首发”“首秀”的运动新品,“去年‘冰雪热’,我们带来了许多冰雪运动的装备。今年我们发现中国消费者对户外新兴运动的热情在增长,所以进博会上我们带来了许多即将在中国市场投放的新式、小众运动的产品。”

值得注意的是,今年消费品展区还专设了文物艺术品板块,包括苏富比、佳士得等顶尖拍卖行在内的12家境外文物艺术品经营机构参展。步入这些展台,仿佛一下子进入了艺术展厅,观众们在一件件艺术品前驻足欣赏。

“对艺术和美的追求也是一种消费,中国艺术文化收藏领域未来可期。”苏富比中国区董事总经理钱进表示,“在消费品展区看展对于现场观众来说是一种新鲜的体验,我们也希望通过展出的艺术作品促进文化交流,展望全球艺术文化产业交流互通的无限可能。”