

“双11”购物车，透出国潮消费新趋势

“双11”购物节是观察消费新动向的一扇重要窗口。从美妆护肤到服饰家居，从非遗文创到潮玩手办……今年“双11”，国潮消费在电商平台脱颖而出，展现出火热的新图景，也引领着消费新趋势。

1 “双11”透出“国潮热”

天猫平台上，美妆销售额榜单中国货品牌珀莱雅排名第一，服装品牌前10名里国货品牌占据9席，波司登、雪中飞、鸭鸭、骆驼等国货品牌销售亮眼；京东平台，原创国风新中式品牌三吉黑花成交额同比增长超10倍，汉服品牌池夏成交额同比增长3倍……今年“双11”期间国货国潮受到消费者青睐。

“很有档次”“做工面料不错”“国货之光”……消费者在评论区的高频词，展现出国产品牌已成为不少消费者的“品质首选”。

北京的余女士近日在抖音上购买了一款非遗铸铁锅。“看到关于永康非遗铸铁技艺介绍的视频后，我就在直播间下单了。”她说，“这种铁锅现在很流行，没有涂层，炒菜不粘锅，还是得相信咱老祖宗的智慧。”

“双11”期间，融合非遗技艺的铸铁锅在抖音电商平台成交额同比增长127.9%；天猫

平台上，老铺黄金“双11”成交额达29亿元，镶钻蝴蝶链、金刚杵戒指等成为爆款；美团数据显示，非遗类团购订单增长超95%，传统文化体验类产品热销……

既具文化底蕴、又契合当代生活方式的国潮产品正成为市场新宠。

“今年‘双11’，融合传统铜雕技艺与创新表达的产品备受青睐。公司新推出的‘悟空如意金箍笔’等国潮款产品，还有结合明年马年推出的‘马到成功’系列广受欢迎，公司产品全渠道销售额实现大幅增长。”朱炳仁·铜副总经理廖润丹说。

“消费者对工艺、材质与文化寓意的关注度大幅提升，国潮已成为高品质生活的重要组成部分。”浙江大学公共政策研究院研究员夏学民说，国潮消费承载着优秀传统文化、代表着当下时尚潮流，二者交融正激发消费新热点。

2 “文化自信+产业创新”催化国潮新风

从线上到线下，国潮消费都热闹非凡。

记者走访北京多家潮玩手办门店发现，哪吒手办、中国积木等商品陈列在醒目位置，备受消费者关注。在北京西四环一家泡泡玛特门店，正在挑选哪吒手办的“80后”潮玩收藏爱好者崔鑫告诉记者：“这几年随着一些优质IP的崛起，国潮手办越来越火，不仅制作工艺越来越精细，深厚的文化内涵也让我更加着迷。”

国潮消费的底层逻辑，是文化认同和文化自信。

潮玩品牌TOP TOY市场营销负责人孔筱认为，国潮是根植于国家文化与自信的文创潮流。它融合了传统文化精髓与现代潮流设计，是文化自信的生动体现。

随着国潮消费场景逐渐丰富，打卡文博场馆、探访古城古镇、体验汉服妆造、入住国风酒店等新中式消费方式，也成为越来越多年轻人的日常选择。

喜茶首家“岭南风”主题店在广州永庆坊店让茶楼颠覆老式印象，成为年轻人的新时尚。广州大学生周晓雨说：“既有广式茶楼的传统

特色，也有年轻人喜爱的茶饮品类，国潮热不仅仅停留在口中，也已成为我们这一代年轻人的生活方式之一。”

美国精奢商业观察网站的报道分析，“自信”作为中国消费者新身份认同的核心驱动力，正全面绽放光彩。“自信”是一种内化的文化自我认同，它正从根本上重塑消费模式。

国潮消费的驱动力量，也来自产业创新与跨界融合。

国潮不再只是中国元素的简单再现，而成为现代设计、工业制造与文化精神共生的表达方式。廖润丹认为，文化产业数字化战略为传统文化创新提供了方向指引。经过市场培育，消费者对国潮产品的认知更趋成熟，更愿意为“工艺+文化+实用”的三重价值付费。

在商务部研究院副研究员洪勇看来，老字号大品牌焕发新生，新中式品牌崭露头角，文创、非遗、艺术设计、智能制造相互交融，形成了“文化赋能产品、产品传播文化”的双向循环。如今的国潮，既体现了制造业的转型升级，也展现了文化产业的深度觉醒。

3 推动国潮更好成为“全球风尚”

国潮消费的持续升温，离不开新型文化业态的支撑与赋能。党的二十届四中全会提出“加快发展文化产业，提升中华文明传播力影响力”。

在政策引导与市场驱动下，“文化+科技”“文化+生态”等融合发展模式，正推动国潮产业从规模扩张向质量提升跨越。

今年前三季度，我国出口节日用品、玩偶、动物造型玩具超过500亿元，销往全球200多个国家和地区，大量潮玩品牌深度挖掘中国传统元素，以独具特色的原创设计积极开拓市场；《黑神话：悟空》《哪吒2》等国产游戏、影视作品风靡全球，《星甲魂将传》等原创动漫上线海外平台后人气颇高……

“近年来，我们围绕国潮出海，让铜文化成为跨文化交流的重要载体。”廖润丹表示，国潮出海不仅是产品输出，更是文化理念的传播与认同构建，让传统文化成为流动的当代语言。

在国潮消费热背后，也存在一些商品同质化、审美趋同、创新乏力的问题。

“要夯实国潮发展的根基，构建系统性的产业与政策生态。”洪勇认为，一方面，亟须完善知识产权快速维权机制，针对文创设计侵权、仿冒复制等建立高效便捷的仲裁通道，形成以原创设计为核心的知识产权保护体系；另一方面，尽快建立国潮产品行业规范与评价标准，明确文化元素提炼、品牌标识使用、设计原创性认定等规则，推动行业健康有序发展。

多位受访专家表示，应鼓励龙头品牌牵头组建创新联合体，联合设计院校、文化研究机构与制造企业，开展国潮材质研究、智能工艺革新等，摆脱对传统符号的简单复制，提升产业创新含金量。

广东省玩具协会会长陈黄漫建议，要将传统文化、国潮元素融入IP设计，增强文化辨识度，并通过跨界合作，与动漫、游戏、影视等产业深度联动，从而碰撞出创新火花，创造出更多新颖独特的产品和内容，进一步提升国潮的吸引力和竞争力。

新华社北京11月12日电

139.38亿件！

“双11”期间快递业务量再创新高

新华社北京11月12日电

记者11月12日从国家邮政局获悉，国家邮政局监测数据显示，10月21日至11月11日，全国邮政快递企业共揽收快递包裹139.38亿件，今年“双11”期间快递业务量再创新高。

具体来看，今年“双11”期间，全国邮政快递企业快递包裹日均揽收量达6.34亿件，是日常业务量的117.8%；单日业务量峰值达7.77亿件，刷新单日业务量纪录。

据国家邮政局有关负责人介绍，今年“双11”期间，邮政快递行业积极强化与电商平台信息协同，通过优化邮快件处理流程，确保运行更加平稳有序。各寄递企业加大投入，在处理场所、设施设备、运力配置和信息系统等方面进行升级，有效提升行业承载能

力和运行效率。在快递末端，各寄递企业通过科技赋能、资源整合、增派人员、调整班次等，进一步丰富快递末端服务模式，提升末端服务保障能力。

这名负责人表示，为缓解一线快递员旺季工作压力，各地邮政管理部门发布了消费提示，呼吁公众对快递员给予更多理解与包容。同时，督促各寄递企业全面落实快递员群体权益保障工作，确保合理劳动报酬，畅通诉求反映渠道，通过务实举措让快递员在工作中有更多的获得感与幸福感。

据了解，今年“双11”期间，各寄递企业联合上游电商企业使用原发包装、免胶带纸箱和可循环包装，并加大了新能源车辆应用力度，打造绿色旺季。

张掖黑河湿地候鸟的冬日乐园



入冬以来，大批候鸟陆续飞抵位于甘肃省张掖市的张掖黑河湿地国家级自然保护区高台段休憩觅食。作为全球9条候鸟迁徙通道之一的中亚通道的重要中转站，每年约有18万至25万只水禽在张掖黑河湿地国家级自然保护区集结、停歇。图为11月12日，大天鹅等鸟类在张掖黑河湿地国家级自然保护区高台段一处湖泊休憩觅食。

新华社照片

我国科研团队在钙钛矿发光二极管领域取得新进展

据新华社南京11月12日电

记者11月12日从南京工业大学获悉，该校柔性电子全国重点实验室主任、中国科学院院士黄维与王建浦、王娜娜教授团队创新提出“层间光子循环”，将叠层钙钛矿发光二极管(LED)的外量子效率提升至45.5%。国际学术期刊《自然》12日在线发表相关论文。

王娜娜介绍，钙钛矿光伏电池将光能转化为电能，钙钛矿LED则相反，将电能转化为光能。相较成熟的有机LED，钙钛矿LED在发光亮度和色纯度方面更有优势，也是近年来全球新型发光与显示技术的研究热点。

目前，成熟的有机LED普遍

采用叠层器件结构，通过串联多个发光单元，在提高亮度的同时延长器件寿命。而叠层钙钛矿LED的外量子效率长期未突破10%，成为钙钛矿LED产业化进程中的一处瓶颈。

实验结果显示，团队制备的叠层钙钛矿LED器件外量子效率达45.5%。《自然》审稿人评价，此次提出的“层间光子循环”，为今后提升钙钛矿LED效率开辟了一个重要方向。

黄维表示，尽管团队制备的叠层钙钛矿LED尚处于实验室阶段，但器件效率已达商业化水平。团队将尝试放大实验室成果，稳步推进钙钛矿LED产业化。