

“双11”大促高潮迭起，京东数据显示 广东消费者购买力全国居首

羊城晚报讯 记者沈钊报道：“双11”大促高潮迭起，数据显示，今年京东“双11”期间，广东消费者再度展示出强大的消费热情，购买力直接冲上全国榜首，稳坐消费C位。

在广东省内，深圳消费者购买力最强；东莞则像一匹黑马，消费增速领跑全省。“皇上皇”是最受关注的本地品牌，“广式腊肠”是最受关注的本地产品。

从细分品类的增速数据来看，广东消费者的偏好清晰地指向了“品质生活”与“圈层兴趣”两大方向。具体来看，运动相机（增速218%）与数码相机（增速209%）两大品类实现了爆发式增长，远超普通电子产品，显示广东消费者对旅行、户外运动、Vlog内容创作等生活方式的蓬勃热情。潮流盲盒增速高达162%，这是年轻消费群体为情感满足与圈层文化付费的强劲意愿。此外，广东的空调套装、羽毛球等品类在京东实现了117%、113%的增长。在人均消费金额上，笔记本电脑（6102元）、手机（5540元）等高单价电子产品占据前列，表明广东消费者在核心科技产品上坚持“重投入”。

记者 手记

2025年“双11”渐近尾声。走过17个年头，消费者按下支付键的时间从零点变成了“晚8点”，购物狂欢季的时间也从1天、3天，变成了1个月。随之改变的，是“囤货”热情被理性计算取代，而购物车里的东西，也正归于日常……一个老问题再次浮现：这场年度商业盛事，究竟还有什么意义？

作为消费市场的风向标与催化剂，“双11”精准记录着中国消费者走向成熟

今年“双11”新图景： AI店长上岗 下单能“小时达” 年轻人“买心情”

走到第17年，今年“双11”给消费者带来哪些新体验？记者了解到，AI正全面为“双11”赋能。与此同时，即时零售的快速崛起让“小时达”成为消费新常态，情绪消费的升温则让年轻人的购物车装载了更多精神需求。

AI全面落地

凌晨2点，飞鹤京东自营旗舰店的智能客服接到一位新手妈妈的咨询。客服没有机械回复奶粉冲泡问题，而是先安抚其情绪，再发送图文指南，还主动推荐适配的辅食方案——这是AI技术在“双11”期间为消费者带来的全新体验。

今年“双11”是首个AI全面落地的天猫“双11”。阿里巴巴中国电商事业群搜推智能总裁凯夫表示。人体工学椅品牌永艺电商负责人李茂东表示，往年“双11”需要投入大量人力进行数据分析和营销策划，而今年“大促

小助理”AI店长能实时解读经营数据、诊断流失风险，还能主动挖掘新的增长机会。

即时零售爆发

从年初便开始爆火的即时零售，也在这届“双11”成为主战场，线上线下边界彻底打破，“线上下单、小时达”成为消费新常态。

数据显示，截至11月5日，淘宝闪购带来的新用户在“双11”期间的电商订单数已超过1亿。天猫“双11”期间，很多品牌在闪购的成交额强劲增长。华为在淘宝闪购的成交额周环比增长1910%，在淘宝天猫整体的一周新客达19万，同比增长200%。

美团闪购也公布了亮眼的成绩：“双11”启动24小时内，Apple、茅台、美素佳儿等近800个品牌销量同比增长超100%。全棉时代、徐芬、蕉下等品牌

官方旗舰店销量较平日增长超10倍。

Z世代”热情高涨

数据显示，Z世代（指1995—2009年间出生的一代人）对“双11”消费活动的参与热情逐年高涨，参与度呈现出持续且稳定的增长态势。与此同时，他们的消费行为更加理性。在是否还相信“双11”全年最低价的选择上，近四成的被调查青年表示“要自己验证”。

此外，消费预算变化与去年相比，近四成被调查青年表示“比去年多了”，北上广深青年这一趋势更显著，该比例达45.15%。

在青年“双11”的情绪消费版图中，旅行类消费占36.9%，成为最受欢迎的情绪消费品类。其后为会员等数字增值服务（33.1%）、游戏充值（31.6%）、文创潮玩等（31.3%）。

羊城晚报记者 沈钊

狂欢不再？“双11”在理性时代寻找新坐标

的轨迹。曾经“囤货”的冲动让位于“按需购买”的理性，“全网最低价”的魔力在“质价比”的审慎权衡前逐渐消退。这种转变是市场历经十余年培育后的必然成熟。它迫使商家告别简单的价格战与复杂的促销套路，转向产品力、服务体验与品牌信任的深度竞争。

作为创新模式的试验场与加速器，“双11”持续催化着零售业态的演进升级。今年即时零售的全面爆发，标志着电

商竞争正式进入“远场+近场”融合的新阶段。早年间，在电商大促周期还仅有“双11”被称作中国物流行业的“大考”。如今，这场年度大促也同样为即时零售提供了极限压力测试——在订单洪峰下，平台如何优化同城供应链、实现分钟级配送，其能力边界在此得到验证。同时，人工智能等技术的深度介入，正将个性化推荐、智能客服等从概念推向普及。“双11”的价值，恰恰在于它为零售创

新提供了难得的实战场景，以真实的海量需求倒逼技术落地与模式优化，加速整个零售基础设施的迭代进程。

作为经济韧性的观察窗口，“双11”依然是商业生态循环的关键节点。尽管消费趋于理性，但集中释放的需求对企业完成年度目标、回笼资金仍具重要意义。“双11”的存在，客观上为检验企业综合实力、观察经济微观活力提供了独特视角。羊城晚报记者 沈钊

融合向新 春城同行

中国晚协第40届年会在云南昆明举行

文/羊城晚报记者 王莉 图/受访者提供

中国记协贺信，热烈祝贺中国晚协成立40周年。

大会审议了中国晚协工作报告。报告对中国晚协第39届年会以来开展的主要工作进行了总结，并谋划明年中国晚协的工作重点。大会对部分为晚报事业作出杰出贡

献的原任、现任总编辑给予了高度评价，致以崇高敬意。年会期间还启动了“全国主流媒体社长总编昆明行采访调研活动”，调研团先后走进贝泰妮中央工厂、昆明斗南鲜花冷链集散中心及国立西南联合大学旧址，全方位领略云南在产业现代化与人文传承上的多元风貌。

本次年会由中国晚报工作者协会、中共云南省委宣传部、中共昆明市委宣传部主办，云南日报报业集团、云南报业传媒（集团）有限责任公司、云南春晚传媒有限公司（春城晚报社）承办。

采访 调研 走进贝泰妮集团： 爆款背后的技术实力

都在为“3、2、1，上链接”后的爆单争分夺秒。

贝泰妮集团公关总监钟巍介绍，2021年，由贝泰妮牵头建设的云南特色植物提取实验室正式挂牌。借资源优势赋能产业升级，实验室成果将成为云南千亿级植物经济产业链的技术引擎。截至2024年12月，相关产品带动产业链新增产值113.04亿元，支撑贝泰妮实现营收162.72亿元。

在贝泰妮的中央工厂，调研团感

受到了不一样的生产节奏：自动化设

备的高效运转、全链条的精准衔接，



贝泰妮工作人员介绍产品亮点

走进云南顺丰： 乡村振兴的“芬芳引擎”

清晨，第一缕阳光洒在昆明斗南花田，花农们小心采收带着露水的玫瑰和百合；深夜的冷链集散中心里，分拣设备高速运转，将千万枝鲜花送上快速通道；次日午后，这些来自云南的鲜花便已绽放在华东、华南地区的花店橱窗和寻常百姓家中。这一切的背后，是云南顺丰十年如一日深耕不辍，为“云花出滇”铺就的一条充满活力的发展之路。

2014年，云南顺丰以产品迭代和模式创新为抓手，深入花卉产业，

助力花农、电商从业者和快递员共享产业发展成果，成为乡村振兴道路上的“芬芳引擎”。2024年7月，占地7900平方米的顺丰斗南鲜花冷链集散中心正式投入使用，成为云南省唯



一的鲜花单品快递中转分拣场地。云南顺丰总经理蒋磊表示：“未来，顺丰将以坚实的专业物流力量，持续助力‘云花’以更快的速度、更好的姿态香飘世界。”

走进西南联大旧址： 穿越时空的“精神接力”

步入西南联大旧址大门，在茅檐校舍与石碑之间，调研团的嘉宾们沉浸式感受抗战时期西南联大的“刚毅坚卓”精神，深入了解西南联大师生共克时艰开创未来的历程。

1938年，由清华大学、北京大学、南开大学三校组建的临时大学从长沙迁至昆明，使云南成为抗战时期“中国文化新生机新动力之主要一脉”，西南联大师生为祖国边陲注入新活力，“一时文教之盛，使昆明屹然成为西南文化之中心”。

西南联大博物馆二楼，嘉宾们观看了冯至的《昆明往事》，重温那段烽



火中的办学传奇史。“这些茅屋藏着西南联大最动人的精神密码。”中国晚协名誉会长任欢迎不禁感慨，一座座简陋的茅屋，是联大师生艰苦治学的缩影，“正是这份‘唯有困苦才有未来’的信念，让联大在困境中屹立，刚毅坚卓，滋养着一代又一代人。”

中国记协贺信（节选）：

中国晚协作为联系全国晚报媒体的重要桥梁纽带，自1985年成立以来，坚持正确政治方向、舆论导向、价值取向，团结带领全国晚报，深耕民生领域，创新传播形式，以贴近实际、贴近生活、贴近群众的鲜明特色，记录时代变迁，传递百姓心声，让晚报这一品牌在岁月的沉淀中愈发彰显独特价值。

希望中国晚协继续发挥引领作用，让晚报声音在新时代焕发生机与活力，为巩固壮大主流舆论，实现中华民族伟大复兴的中国梦作出新的更大贡献。

第23届广州国际车展21日开幕

93台新车将首发 主打电动化智能化

羊城晚报讯 记者戚耀琪报道：11月11日，第23届广州国际汽车展览会主办方宣布，本届车展将于本月21日至30日在中国进出口商品交易会展馆盛大举办。

其中汽车产业链及汽车文化展区的展期为21日至24日，21日为媒体日。本届广州国际车展将使用广交会展馆A、D两区室内展厅、南北广场室外展区以及广交会堂，展会规模达22万平方米。新一届广州国际车展将秉承“新科技·新生活”的主题理念，迈进汽车产业变革新时代。

数据显示，2025年上半年，我国新能源汽车渗透率已攀升至50.2%，远超《新能源汽车产业发展规划（2021—2035年）》提出的“2025年新能源汽车占比20%”的目标。在技术创新领域，我国已经构建起自主可控的核心产业链，全球最大规模充电桩网络初步建成，截至2025年6月底，我国电动汽车充电基础设施（桩）总数达到1610万个。

本届广州国际车展上共有首发新车93台，展车总数1085台，其中新能源车629台。以电动化和智能化为特点的首发新车将集中展出。

2025广州设计周下月5日开展

20多个国家和地区 逾千家企业机构将参展

羊城晚报讯 记者黄士报道：11月11日，羊城晚报记者从广州设计周组委会方面获悉，本届设计周定档12月5日，主题定为“亲爱”，倡导设计师们站在消费者的角度，创造更具人文关怀的设计作品。

据介绍，2025广州设计周将在广州保利世贸博览馆（保利馆）、广州国际采购中心（国采馆）、海珠国际会展中心（海珠馆）三馆举办，活动持续至12月8日，展会四天预计吸引超45万专业观众到场。本届设计周聚焦当代人居生活美学新业态的设计和选材，汇聚来自全球20多个国家和地区的逾1000家设计、文创、艺术、潮流、家居等领域的品牌企业和机构，集中发布行业的新产品、新技术、新趋势。

值得一提的是，本届设计周将同期举办40多个“超级策展”项

目。这些项目汇聚了国内外知名设计师与创意团队的智慧，他们以独特的视角和创新的表达方式，对当代设计趋势、生活方式、文化传承等议题进行深度解读与呈现。除了精彩纷呈的展览，设计周期间还将举办上百场设计交流、设计演讲、奖项大赛等活动。

此外，2025广州设计周在展览和活动内容规划上，秉承主题“亲爱”的思维，制定了“亲爱的居住”“亲爱的餐饮”“亲爱的文旅”“亲爱的出海”“亲爱的广州”等主题活动。比如“亲爱的出海”这一活动，将通过建立海外买家资源网络和成立买家运营部两大策略，建立完善买家服务体系。

自2006年广州设计周创立以来，至今已成功举办19届，今年展会将迎来20岁生日。