

# 家电销售领跑“双十一” 以旧换新撬动力凸显

新华社记者 郭多为 胡旭 丁乐

随着“双十一”大幕开启,线上线下共掀消费热潮。今年的“购物车”里,家用电器成为“显眼包”,各大电商平台销售额排名榜首。

## 优惠叠加,市场热度攀升

这两天,广州市民邓女士带着父亲到京东线下店买了个“热闹”。“家里的电视机用了很久,其实将就对付一下也能继续用,但看到国家以旧换新的补贴叠加‘双十一’补贴双重优惠,一共可以省下差不多2000元,立马‘下单’,老人开心得不行。”

和邓女士有着同样想法的消费者不在少数。广州京东MALL副店长蔡先生告诉记者:“自新一轮以旧换新启动以来,线下门店客流逐步提升,以旧换新订单增长明显。尤其是进入11月,客流量是前几个月的两倍左右。”

目前,超20个省份家电换新活动陆续在京东上线,覆盖8500多款家电产品;天猫与上千家品牌联合投入60亿元,通过发放品类券、品牌官方让利等方式,部分家电商品价格降至5.5折;快手启动以旧换新专项,联合上百个商家对家电类投入10亿元换新补贴……

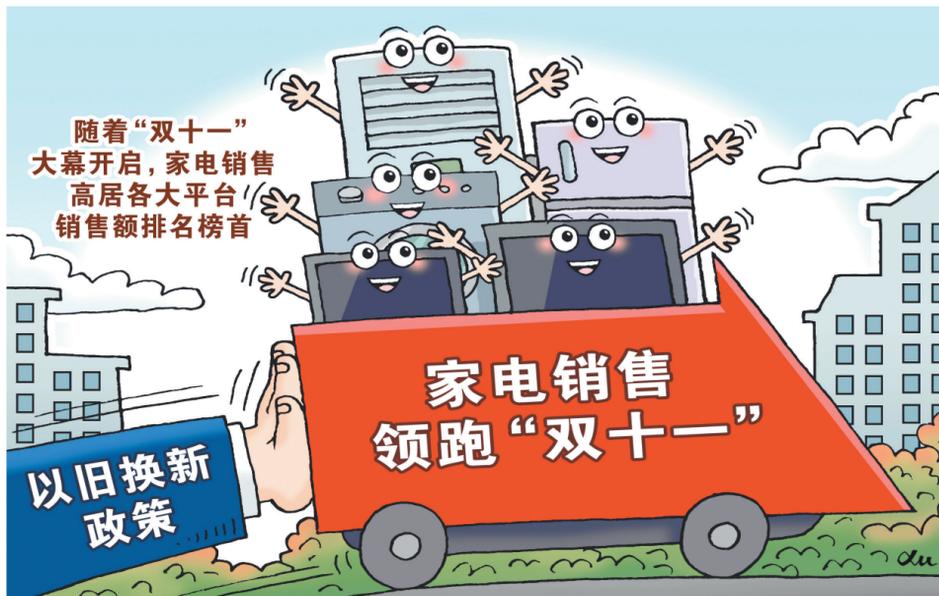
真金白银的诚意,有效提升家电市场的热度。多方统计数据表示,截至11月8日,共有2025.7万名消费者购买8大类家电产品3045.8万台,带动销售1377.9亿元;截至10月30日,在2024年“双十一”全网累计销售额中,家用电器以1324亿元高居榜首,占据15.7%的市场份额。

对于以旧换新政策效果,有外国媒体用“大获成功”予以评价。彭博社日前在报道中表示,中国政府旨在刺激消费的以旧换新政策,不仅带动家用电器销量飙升,还促使投资者纷纷买入家电生产商的股票,包括美的和海尔在内的中国家电制造商的股票表现优于全球同行。

## 落地显效,消费潜能激发

消费的“热”,背后是政策的“进”。

今年3月,国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》,对“两新”工作作出全面部署;7月,国家发展改革委、财政部明



落地显效。

(新华社发)

确要统筹安排3000亿元左右超长期特别国债资金,加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新;8月,商务部等四部门明确各地自主确定补贴“8+N”类家电品种,每件最高补贴2000元……

在中央政策引导与支持的基础上,各地不断创新举措——四川、上海、湖北等地对补贴品类进行扩容,新增洗碗机、烤箱、空气净化器等产品;浙江、安徽、河南等地将大部分家装厨卫和居家适老化改造产品纳入补贴政策范围……目前,31个省(区、市)和新疆生产建设兵团均已启动家电以旧换新加力支持政策,持续释放内需市场潜力。

## 乘势而上,产业转型向“新”

走进位于四川绵阳的长虹智慧显示工厂,18条“5G+工业互联网”超高清电视生产线全部满负荷生产,每条生产线同时生产6种不同产品,一天可实现1100个不同产品的生产,交付周期仅10.86天。

“本轮换新,消费者更看重节能、智能、健康、舒适的产品体验,也显示出对美好生活品质的追求。”四川长虹企业策划部部长徐明发说,公司在

政府补贴基础上加码了企业补贴,同时还从研发、生产及服务、回收等全流程进行支撑,用丰富的创新产品矩阵满足消费者多样化需求。

连接供需两端,既惠企又利民,既利当前又利长远,大规模设备更新和消费品以旧换新意义重大。西南财经大学消费经济研究中心副主任叶胥认为,家电以旧换新政策持续发力,不仅可以直接繁荣终端市场销售、提高千家万户的生活品质,还可通过经济大循环带动生产端转型升级,有利于整个行业攀升更高价值链。

针对食材保鲜期短的痛点,海尔冰箱开发了全空间保鲜技术;针对内筒藏污、衣物清洗不干净等问题,美的洗衣机创新采用无孔除菌洗2.0技术……

海尔智家相关负责人表示,瞄准置换需求,推动以旧换新向好快落地,有助于企业持续深耕原创科技、绿色科技及智慧科技,以优质供给激活存量市场,形成更新换代规模效应。

(新华社北京11月10日电)

# 11月12日火星迎来第38个新年

新华社南京11月10日电(记者王珏琦、邱冰清)地球上的我们刚在7日迎来立冬,遥远的火星北半球却将于11月12日迎来春分,这天也标志着火星进入“新的一年”。火星纪年始于地球上的1955年,2024年11月12日将开启火星的第38个新年。

“火星既围绕太阳公转,也‘倾斜着身子’自转,自转周期为24小时37分22.7秒,自转轴倾角为25.19度,都与地球非常接近。因此,火星和地球一样,存在昼夜交替和四季

变化。”中国科学院紫金山天文台科普主管王科超说。

和地球一样,火星冬季冷、夏季热,但火星的整体温度比地球低得多,年平均气温约为零下60摄氏度。不过,由于火星绕太阳运行的轨道偏心率0.093,比地球公转轨道扁得多,因此火星四季长度很不均匀。天文学家计算发现,火星北半球的春夏季比秋冬季长三分之一左右。

由于自转轴倾角的存在,火星位于绕太阳公转轨道的不同位置

时,太阳在火星直射点的南北纬度也在变化。当太阳在火星上的直射点从南半球向北半球移动,移动到赤道时,即为火星北半球的春分,这一天火星全球基本昼夜均分。自春分日起,火星北半球进入春季,南半球进入秋季,蔓延火星全球的沙尘暴季节也宣告结束。

椭圆轨道是火星产生沙尘暴的重要原因之一,这样的轨道使火星与太阳的距离时远时近。当火星南半球处于春夏季,火星与太阳间的

距离相对更近,火星南北半球的温差更大,因此火星在下半通常会出出现剧烈的沙尘暴,有时甚至会遍及整个星球,时间可持续3个月以上。

火星新年始于北半球的春分日。火星将于2026年9月30日迎来第39个新年。不过,火星年的长度比地球年长得多。王科超表示,火星距太阳较远,其公转周期约为687个地球日。也就是说,1个火星年相当于约1.88个地球年。

祝火星新年快乐!

# 冬季诺如病毒高发 如何预防?



认真洗手防诺如病毒。

(新华社发)

新华社北京11月10日电(记者侯克)诺如病毒是引起学校和托幼机构等人群聚集场所急性胃肠炎的主要病原体,具有较高传染性和快速传播能力,全人群普遍易感,且感染后免疫保护时间短,冬季尤为高发。如何预防诺如病毒?学校应该如何应对?记者采访了北京市疾控中心相关专家。

北京市疾控中心介绍,诺如病毒主要通过粪口途径传播,如摄入污染的食物、水,接触了病人的排泄物或呕吐物,或接触污染的手、物体或用具,以及呕吐物或粪便产生的气溶胶等。特别需要注意的是,牡蛎等贝类可以富集海水中的诺如病毒,为高风险食物。

北京市疾控中心传染病地方病控制所副所长贾雷说,人感染诺如病毒后可导致急性胃肠炎,一般在12至48小时出现症状,最常见的症状是腹泻和呕吐,其次为恶心、腹痛、头痛、发热、畏寒和肌肉酸痛等;儿童比成人更容易出现呕吐。

“诺如病毒急性胃肠炎为自限性疾病,病情轻微,通常持续2至3天,预后良好。但高龄老人、低龄儿

童或伴有基础性疾病的患者恢复较慢,个别病例有发展为重症的可能。”贾雷说,诺如病毒目前还没有疫苗可预防,感染发病后也没有特效药可使用,以补液和对症治疗为主,但如果脱水严重就需要前往医疗机构就诊。

专家表示,预防诺如病毒感染,家长首先要教育孩子养成饭前便后用香皂认真洗手的好习惯,要注意消毒纸巾和免洗手消不能代替洗手,同时要让孩子加强体育锻炼,均衡饮食、规律作息,以提高身体抵抗力。

另外,要提醒孩子,班级内如有同学呕吐时,一定在老师的指导下迅速有序离开现场,由指定人员在佩戴口罩、手套等防护用品前提下对呕吐物及污染场所、物品等使用含氯消毒剂规范消毒,减少感染诺如病毒的可能。

北京市疾控中心提示,学校应制定传染病防控方案及应急预案,严格落实晨午检、缺勤登记、病例追踪及复课证明查验等制度。要配备充足、有效的消毒物资及个人防护用品,定期对学校内公共场所如教室、宿舍、食堂、卫生间,重点部位如门把手、楼梯扶手、水池、便器、电梯按钮等进行清洁及消毒。

智能动力鞋助人“健步如飞”,“空中的士”走进现实……第七届进博会上,从“小而美”到“高精尖”,衣食住行各类好物集中亮相。透过这些新产品、新技术、新场景、新风尚,未来生活新趋势清晰可见。

## 新产品:首发首展秀出生活新选择

全球首发、亚洲首秀、中国首展,本届进博会上,众多炫酷新品让人目不暇接。

在创新孵化专区,众多观众排队试穿一双鞋。这款轰动科技亚洲首展的智能动力鞋“踏月者”,看上去像凉鞋一样,能助人走出2.5倍于成年人的步速。“走路很轻松,体验了一把‘健步如飞’。”一位观众试穿后说。

第7年参加进博会的新西兰企业纽仕兰,全球首发4.0 A2全链路低碳牛奶。“另一款首发4.0高蛋白高钙多维营养乳粉,专为年龄50+人群研发。”纽仕兰乳业亚太区CEO盛文灏说。

GE医疗共有7款全球首秀和10款中国首展,数量为历届最多。其中,“微脑成像”磁共振SIGNA MAGNUS,让脑部磁共振成像从“用放大镜看”快进到“用显微镜看”。

家居生活类展品也持续上新。资生堂带来旗下12个品牌的超30款首秀新品;艾可爱尔全球首发GCX XE空气净化器,专为重度装修污染空间设计,除醛速度快、更长效。

国务院发展研究中心市场经济研究所原所长、二级研究员王微认为,进博会首发首展各类新产品,有助于激发消费新活力,满足人们对美好生活的再追求。

## 新技术:前沿展品向“新”求质

作为加速创新落地的引力场,本届进博会的“新”元素在各类前沿展品中高频出现。

可穿戴外骨骼机器人让你秒变“大力士”,轻松拎起50斤重物;智能眼镜让你在骑行时实时“看见”数据信息,还能语音拍照、对话、翻译……走进升级为3.0版本的人工智能体验区,未来感和科技感扑面而来。

三台机器人相互协作托举12杯红酒,探针在红酒杯旁高速运动却能做到不触碰杯壁,红酒一滴不洒。这“又稳又丝滑”的一幕发生在ABB展台。

ABB机器人业务中国区总裁韩展介绍,精确高速的运动控制,主要靠ABB新款控制器与机器人协作实现。“机器人的运行速度提升25%,能耗降低20%。”

在首次设立的新材料专区,特种玻璃领域龙头企业德国肖特带来玻璃微阵列,指甲盖大小、头发丝直径厚度,却可以容纳132个生物样品。据介绍,搭载肖特玻璃的即用型生物芯片未来可以无延时识别艾滋病毒、乙型肝炎病毒等。

新技术不仅助力高精尖产业发展,也让各类产品更具生活温度。

全球知名综合性化工制造商旭化成展出的展位上,一款改装后的汽车格外抢眼。司机和乘客座位上方放置了毫米波雷达收发器,用于高精度车内监测。旭化成株式会社执行官、中国总代表藤修司说,这一技术能监测到呼吸和心跳异常,在驾驶员出现身体不适等突发状况时及时预警。

绿色是进博会的底色和亮色。

立邦带来的光催化涂料可在光照作用下加速净化空气,应用于外墙时,二氧化氮净化效率和PM2.5等颗粒物去除率均超过80%。

宝洁全球首发了Versafill二代记忆魔方新型电商包装材料。“这款材料能够适应不同形状的快递包裹,易于回收和循环使用,相较于其他环保包装材料成本更低。”宝洁工作人员说。

## 新场景:美好体验拓展消费新空间

边喝咖啡边听来自咖啡豆原产地的乐团演奏,更加便捷舒适的适老化空间……本届进博会上,各种沉浸式体验、场景化消费竞相推出。

在汽车展区的“未来低空出行”专区,“空中的士”“飞行汽车”走进现实,带来未来出行新选择。

御风未来展出的大型电动飞行器M1真机,机舱空间可容纳5人乘坐。御风未来创始人谢陵介绍,M1电动飞行器使用纯电能源,起降无需跑道。从进博会所在的上海国家会展中心飞行到上海临港,只需约15分钟,而开车至少1小时。

在优衣库展台一角,观众排队使用平板电脑设计自己的专属T恤。“消费者不再满足于千篇一律的服饰设计。不少人反馈,穿着自己设计的个性T恤,是一种全新的消费体验。”优衣库工作人员说。

本届进博会上,更多目光聚焦“银发经济”。松下展台上,一个适老化空间吸引了很多观众驻足。卫生间内,镜子带角度倾斜安装,洗漱台高度比普通台面低10厘米,对坐在轮椅上的老人更友好;马桶前配备可移动扶手,让老人如厕更轻松;坐浴椅可调节高度,内嵌式螺丝设计不会刮伤老人皮肤。

第七届虹桥国际经济论坛“共享银发经济:老龄化社会的新机遇”分论坛上,商务部有关负责人介绍,前六届进博会养老康复及辅助产品成交额累计达3.48亿美元,将搭建更多适宜银发群体的消费场景,促进适老产品和服务供需对接。

## 新风尚:“爆款”展品促文化交流

本届进博会人文交流活动展示面积超3.2万平方米,为历届之最。连日来,各个展馆内,中外文化交流热浪涌动。

特别设置的虹桥国际城市会客厅展示区,连同中华老字号、非物质文化遗产等展示专区一起,全面展现中国各地人文经贸特色、城市特色和风土人情。法国馆复刻了埃菲尔铁塔、红磨坊风车等法国经典地标性建筑,行走于馆内,仿佛置身于巴黎。巴林馆不仅着重展示巴林传统服饰和手工文化,还通过VR设备展示巴林旅游场景。

来自乌兹别克斯坦的年轻客商李辰阳,今年第一次参加进博会。他空运来10余款很受中国消费者欢迎的乌兹别克斯坦手绘陶瓷。“希望借助进博会,用特色文化产品分享中国大市场带来的发展机遇。”李辰阳说。

本届进博会上,融合多种文化元素的展品比比皆是。乐高集团发布了全新产品福来运转灯——以中式福气花灯造型为灵感,装置发光积木颗粒,用灯笼打造一场福鹿财神光影。

“我们已在进博会全球首发了29款新品,其中有19款产品灵感源于中国传统文化。”乐高集团高级副总裁、中国区总经理黄国强说,这些充满着中国元素的产品不仅在中国市场备受欢迎,在全球市场同样热卖。

第四届进博会上,巴基斯坦客商哈比带来的巴基斯坦盐灯成了“爆款”。今年,他带着有着数百年历史的“非遗”骆驼皮灯,皮灯上的画是为中国市场专门定制。

“皮灯上画着鱼,象征年年有余、欣欣向荣。”哈比说,“中国市场不仅让我们的商品有销路,更助力巴中两国的文化深入交融。”

多位参展商表示,市场反馈给了我们启示,要用融合多彩文化的产品抓住市场机遇,促进文化交流。(记者宋佳、周蕊、杨有宗、王默玲)

(新华社上海11月10日电)

# 从进博会四个「新」看未来生活新趋势

新华社「新华视点」记者