

“双十一”购物车，透出国潮消费新趋势

“双十一”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“双十一”，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。

“双十一”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，服装品牌前十名里国货品牌占据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“双十一”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，展现出国货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，还是得相信老祖宗的智慧。”

“双十一”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“双十一”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……

兼具文化底蕴、又契合当代生活方式的国潮产品正成为市场新宠。

“今年‘双十一’，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’系列产品广受欢迎，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。

“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。”

美国精商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，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、工业制造与文化创意共生的表达方式。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。

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文化，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，应鼓励龙头企业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 记者 阳 娜 张 璇 胡林果）

2025中国新媒体大会 聚焦智媒融合

新华社长沙11月12日电（记者 谢 樱 姚 羽）11月12日，2025中国新媒体大会在湖南长沙举行，来自中央及地方新闻单位、网站平台、新闻院校、研究机构等领域的1000余名代表齐聚，围绕“智能聚力 系统变革”主题共话智媒时代发展新路径。

当前，人工智能等新兴技术正驱动全媒体传播体系的智能化升级，推动主流媒体加速实现从“融媒”到“智媒”的跃迁式发展。作为第七次举办的行业盛会，本届大会由中华全国新闻工作者协会与湖南省人民政府联合主办，聚焦主流媒体系统性变革核心议题。

从“相加”到“相融”再到“深度融合”，大会精准把握媒体改革深化的时代脉搏，呼应人工智能引领的技术革命浪潮，为构建主流舆论新格局、助力中国式现代化建设凝聚奋进力量。与会嘉宾一致认为，深化主流媒体系统性变革，既要通过机制创新激活内生动力，以内容创新占据传播制高点，

更要依托技术革新驱动转型跨越，让正能量与大流量实现双向奔赴。

湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）董事长龚政文表示，信息技术日新月异，人工智能即将迎来真正的爆发，要积极投入文化和科技融合发展，实施“人工智能+视听”行动，以“文化+科技”双引擎构建发展基因，将人工智能、虚拟现实、超高清等新技术作为底层架构，打造功能强大的数智基座。

江苏省委宣传部副部长胡连生认为，要进一步发挥主流媒体主力军、自媒体生力军作用，推动主流媒体与政务平台、商业平台和自媒体同频共振，既“创造流量”“接住流量”，更“引导流量”。

本届大会设立“全媒体生产传播变革”内容创新论坛、“创新·变革·共赢”财经传媒论坛、“智媒新生态：人机协同与价值共创”技术应用论坛等7场平行论坛，以及2025中国新媒体技术展、“马栏山新媒体之夜”沉浸式互动活动等6场主题活动。

国家能源局发文 促进新能源集成融合发展

新华社北京11月12日电（记者 王悦阳）记者12日从国家能源局获悉，国家能源局近日印发的《关于促进新能源集成融合发展的指导意见》提出，到2030年，集成融合发展成为新能源发展的重要方式，新能源可靠替代水平明显增强，市场竞争力显著提升。

近年来，我国新能源实现了大规模跨越式发展，取得了历史性成就。随着新能源规模越来越大、电量占比越来越高，迫切需要转变新能源开发、建设和运行模式，实现从“单兵作战”向集成融合发展的转变。

“区别于传统的单纯考虑新能源项目建设的发展模式，新能源集成融合发展要求在新能源开发利用过程中，充分考虑新能源与其他能源品种的‘左右’集成、新能源生产与消费的‘前后’集成、新能源产业链的‘上下’集成。”国家能源局有关负责同志说，通过全方位的集成融合，提升新能源

发电的可靠替代能力，拓展新能源非电利用途径，从而降低对电力系统的依赖程度，实现新能源发展自主性和市场竞争力的提升。

意见将新能源集成融合发展归纳为新能源多维度一体化开发、新能源与多产业协同发展、新能源多元化非电利用三个方面，并分别提出政策举措。

其中，在加快推动新能源多维度一体化开发方面，意见提出提升新能源多品种互补开发水平、强化新能源开发空间集约综合利用、推进分布式新能源多领域融合开发、推动新能源一体化聚合运营等举措。

据了解，国家能源局将支持各地积极有序开展新能源集成融合项目建设，并从优化项目投资开发管理角度对此类项目予以支持，总结推广典型项目先进经验，持续推动电力调度和市场交易认证机制的优化完善，推动集成融合发展成为新时期新能源发展的重要方向。

（上接一版）

完善便民设施，打造有温度的服务窗口。全市窗口单位普遍完善无障碍设施，配备便民物品，设立“学雷锋志愿服务岗”，市总工会统一制作并发放志愿者绶带，规范志愿服务形象。部分银行网点和电信营业厅创新设立户外劳动者“爱心驿站”，为环卫工人、外卖员、老年人等群体提供饮水、休息、充电、应急医药等暖心服务，切实解决“吃饭难、喝水难、休息难、如厕难”等问题。中国电信洞山营业厅等多家单位依托区位优势，打造集休息、服务、宣传于一体的“户外劳动者服务站”，成

为文明城市中一道温馨的风景区，让文明成为可感知的温度。

示范引领，志愿服务蔚然成风

窗口行业不仅是服务的窗口，更是文明的窗口。各窗口单位积极发挥示范引领作用，推动志愿服务常态化、制度化发展。

志愿服务融入日常。各窗口单位普遍设立志愿者服务点，志愿者佩戴统一标识，常态化为群众提供咨询引导、帮扶救助等服务。同时，组织志愿者深入社区、街头、老旧小区，开展环境整治、文明宣传、交通引导等志愿服务，带动市民从“旁观

者”变为“参与者”。每周定期进社区开展共建活动，推动社区环境、设施、管理、素质“四个提升”，延伸文明创建的深度与广度。

党员带头树立标杆。各窗口单位充分发挥党员先锋模范作用，设置“党员示范岗”“文明服务岗”，开展“提质增效、文明服务”创建竞赛活动，推动工作态度、服务质量、办事效率和管理水平全面提升。

强化督导，创建点位对标达标

为确保创建工作常态长效，窗口行业工作组建立“明察暗访+督办整改+典型推

广”三位一体的督导机制。抽调骨干力量组建督导组，按照新版测评体系要求，开展常态化明察暗访，对发现问题及时通报，下发督办单限期整改。同时，注重典型引领，在各系统内选树一批“模板块位”，通过测评验收、全面复制，推动所有创建点位对标达标，实现“不留空白、不留死角”。

环境更优美、秩序更井然、服务更规范、办事更高效，全市窗口行业以“绣花”之功，实现面貌焕然一新，既提升了城市形象，也增强了市民的幸福感和获得感。市民普遍反映，“环境更舒心，服务更贴心，办事更高效”。

根据《中华人民共和国土地管理法》、《中华人民共和国城市房地产管理法》、《招标投标法》、《中华人民共和国招标投标法实施条例》等法律、法规，经淮南市人民政府批准，淮南市自然资源和规划局决定以挂牌方式出让九宗地块的国有建设用地使用权。现将有关事项公告如下：

一、出让地块的基本情况和规划指标要求：详见《出让宗地具体情况一览表》。

二、中华人民共和国境内外的法人和其他

安徽省淮南市自然资源和规划局国有建设用地使用权挂牌出让公告

组织均可申请参加本次国有建设用地使用权竞买活动（法律另有规定的除外）。

三、本次出让的详细资料和要求，见出让文件。申请人可于2025年12月1日9:30至2025年12月8日17:00前，请在淮南市公共资源交易服务网注册账号，下载出让文件。

四、申请人竞买挂牌地块的，申请人须于

2025年12月1日9:30—2025年12月8日17:00前，按指定账户交纳履约保证金，并在淮南市公共资源交易服务网提交报名材料。经审查，申请人按规定交纳履约保证金，提交的报名材料具备申请条件的，淮南市自然资源和规划局将在2025年12月10日12:00前确认其竞买资格（法定节假日除外）。

五、挂牌时间和地点：本次国有建设用地使用权挂牌出让活动定于2025年12月1日9:30—2025年12月10日16:00在淮南市公共资源交易中心一楼开标四室（山南新区政务中心F楼）举行。

六、价高者得，本次国有建设用地使用权挂牌出让活动遵循价高者得的原则。

七、工业项目在签订土地出让合同，一次性缴清土地出让金和相关税费后，实行“交地即发证”。

八、如挂牌公告的内容与挂牌出让文件的内容不一致，以挂牌出让文件为准。

九、联系地址：淮南市自然资源和规划局 联系电话：0554-2699135

淮南市自然资源和规划局 淮南市公共资源交易中心 2025年11月11日

出让宗地具体情况一览表

地块编号	土地坐落	四至范围	土地面积 (实测为准)	不动产单元号	规划用途	现状	出让年限	容积率	建筑系数(密度)	绿地率	建筑高度	起始价 (万元)	竞买保证金 (万元)	备注
HN225033	田家庵区经三路东侧、纬二路北侧	东至：经二路 南至：纬二路 西至：经三路 北至：南坪村	88.5739亩 /59049.28平方米	3404060010 0328003509 00000000	二类物流仓储用地，兼容商业用地 总建筑面积比例不大于20%	自行挂牌	物流仓储用地50年，商业用地40年	≥1.1	≥40%	≤15%	不大于36米	挂牌出让总价：3265.8090	挂牌出让：1683	起始价38万元/亩
HN225034	田家庵区泉山路和金家岭路交口西北侧	东至：泉山路 南至：泉山社区 西至：中国化学工程第三建设有限公司 北至：中国化学工程第三建设有限公司（龙泉职工住宅南区）、淮南华清医院	19.3689亩 /12913.30平方米	3404030070 0328000448 00000000	交通场站用地兼商业用地，兼容商业用地比例不大于20%	自行挂牌	交通场站用地50年，商业用地40年	≤1.0	≤30%	≥10%	不大于30米	挂牌出让总价：832.9079	挂牌出让：417	起始价43万元/亩
HN225035	田家庵区电厂铁路线西侧、纺织厂北侧	东至：淮南市土地储备中心 南至：淮南市土地储备中心 西至：淮南市土地储备中心 北至：淮南市土地储备中心	4.9414亩 /3294.27平方米	3404030100 0428001859 00000000	公园绿地兼容社会停车场用地，兼容社会停车场用地比例不大于35%	自行挂牌	50年	/	/	≥45%	/	挂牌出让总价：138.4766	挂牌出让：65	起始价28万元/亩
HN225036	田家庵区康泰路和淮铁路交口西南侧	东至：淮南市土地储备中心 南至：田家庵区舜林镇舜林社区 西至：田家庵区舜林镇舜林社区 北至：淮南市土地储备中心	2.2815亩 /1520.87平方米	3404030100 0628000609 00000000	社会停车场用地	自行挂牌	50年	/	/	≥10%	/	挂牌出让总价：68.4391	挂牌出让：35	起始价30万元/亩
HN225037	经开区朝阳东路北侧、兴业路西侧	东至：安兴路 南至：淮南市城市建设投资有限责任公司 西至：淮南经济技术开发区管理委员会 北至：淮南经济技术开发区管理委员会	79.1911亩 /52794.05平方米	3404020100 1328000769 00000000	二类工业用地	自行挂牌	50年	≥1.3	≥40%	≤15%	/	挂牌出让总价：1821.3947 5年租赁总价：835.31 20年租赁总价：1377.96	挂牌出让：511 5年租赁总价：533.31 20年租赁总价：1377.96	起始价23万元/亩
HN225038	田家庵区水厂路东侧、国铁东北路北侧	东至：联合巷 南至：淮南市土地储备中心 西至：水厂路 北至：淮南华高工程装备有限公司	35.0691亩 /23372.72平方米	3404030110 0628000869 00000000	二类工业用地	自行挂牌	50年	≥1.1	≥40%	≤15%	/	地上资产评估价值727.16万元，由土地竞得单位一并购买，挂牌出让总价：171.2968万元 5年租赁总价：210.35万元 20年租赁总价：841.40万元	挂牌出让：395 5年租赁总价：210.35 20年租赁总价：841.40	起始价22万元/亩
HN225039	八公山区香申大街东侧、丁山路北侧	东至：丁山村、钱淮村 南至：钱淮村 西至：丁山村、钱淮村 北至：丁山村	76.1289亩 /50751.25平方米	3404050010 1008004119 00000000	二类工业用地兼商业用地，兼容商业用地比例不大于20%	自行挂牌	50年	≥1.1	≥40%	≤15%	/	挂牌出让总价：1903.1719 5年租赁总价：111.2487 20年租赁总价：516.2961	挂牌出让：952 5年租赁总价：111.2487 20年租赁总价：516.2961	起始价26万元/亩
HN225040	八公山区学苑西路东侧、丁山路北侧	东至：丁山村、钱淮村 南至：钱淮村 西至：丁山村、钱淮村 北至：丁山村	24.5385亩 /16358.97平方米	3404050020 0428004769 00000000	二类工业用地兼商业用地，兼容商业用地比例不大于20%	自行挂牌	50年	≥1.1	≥40%	≤15%	/	挂牌出让总价：613.4614 5年租赁总价：35.8626 20年租赁总价：166.4383	挂牌出让：307 5年租赁总价：35.8626 20年租赁总价：166.4383	起始价25万元/亩
HN225041	经开区朝阳东路南侧、高一路东侧	东至：安徽省农垦集团淮南农场有限公司 南至：安徽省农垦集团淮南农场有限公司 西至：安徽省农垦集团淮南农场有限公司 北至：安徽省农垦集团淮南农场有限公司	84.0604亩 /562700.26平方米	3404020090 0328000359 00000000	二类物流仓储用地	自行挂牌	50年	≥1.3	≥40%	≤15%	/	挂牌出让总价：2821.5117	挂牌出让：1411	起始价30万元/亩