

中国“奋斗者”号载人潜水器昨天在马里亚纳海沟成功坐底，坐底深度10909米。同样是载人潜水器，“奋斗者”和“蛟龙”有什么关联？到达“地球第四极”又意味着什么？一图读懂。

海底10909米 中国“奋斗者”来了



中国“双11”电商成交额破千亿

全球商家参与购物狂欢

自新冠肺炎疫情在中国暴发以来，已过去将近一年的时间。经过了疫情，中国消费者的购买力有多惊人？数据显示，中国“双11”期间，中国邮政、快递企业共处理快件39.65亿件；“双11”当日，共处理快件6.75亿件，同比增长近三成，创造了历史新高。

日均快递处理业务量达4.9亿件

据中国国家邮政局微信公众号12日消息，为了让包裹“飞”得更快，中国邮政EMS航空自有33架飞机集体出动，并增开多个班次临时包机，确保城市“直连”，7×24小时全天候服务。

根据预测，“双11”期间（11月11日至16日），业务量将达29.7亿件，比去年同期增长28%左右，日均快递业务量达4.9亿件，约是日常业务量的2倍。

消费者网购热情高涨，成交

额破千亿

上海观察家网报道，今年“双11”，超过25万个品牌和500万商家参与这次盛典，预计吸引超过8亿消费者，是史上覆盖面最广、参与度最高的一届。

北京时间11月11日零时26秒，天猫“双11”扛住了58.3万笔/秒的订单创建新峰值。30分钟后，天猫“双11”销售额突破3723亿元（人民币，下同）。

京东方面公布的数据显示，从11月1日0时至0时9分，京东“双11”全球热爱季累计下单金额突破2000亿元。这也是京东继2020年中“618”累计下单金额创下2015亿元之后，成交额再一次突破2000亿元。

苏宁方面，11月1日0时至1时，苏宁易购线上订单量同比增长72%，其中65英寸以上大屏彩电增长161%，智能家装增长

608%；3C品类，电竞装备销售增长325%，5G手机增长10倍。

今年的“双11”，直播带货已成为电商、品牌、商家等的“标配”。截至11月11日0时15分，商家带货规模的实时排行中的前三甲归属为海尔官方旗舰店、华为终端、小米官方旗舰店。

全球商家备战参与购物狂欢

《中国青年报》报道，中国在全球率先实现生产生活正常化，加之超大规模的消费市场，这场发轫于中国的最大消费季，成为特殊时期里全球商家能够抓住的橄榄枝之一。

疫情导致消费者赴境外消费受阻，中国电商平台为消费者购买进口好货提供了渠道。在天猫国际上，今年共有来自84个国家、2.6万多个进口品牌共同参加“双11”，其中超2600个海外新品牌首次参加，为中国消费者带来120万

款进口新品。

除中国消费者买全球、中国国货卖全球之外，越来越多的海外品牌也参与进来。今年，报名参加天猫“双11”速卖通的商家数量增长超过30%，商品数量增长超过60%，中国国内备货仓的出单量同比增长上百倍。

淘宝直播成为全球“买买买”的新姿势。韩国、荷兰、丹麦、挪威等20国外交官客串淘宝主播；当红歌星泰勒·斯威夫特、超模米兰达·可儿、湖人队传奇球星“魔术师”约翰逊与薇娅、代王等主播“同屏直播”……

据俄媒报道，为备战这次“双11”，俄罗斯许多商家提前准备，精选中国消费者青睐的特色产品。“俄优品”总经理胡明表示，他们这次精选了一款俄罗斯紫皮糖，它不仅符合中国人的口味，价格也十分亲民。

韩国多家化妆品企业提前一个月就已经开始预热活动，多家化妆品企业推出了“双11”预购套餐，并在社交媒体开展大规模宣传。

据西班牙埃菲社报道，今年参加“双11”活动的西班牙商家数量上涨了130%，至少有100多家是首次参与。负责速卖通在西班牙、意大利以及葡萄牙电子商务业务的主管埃斯特拉·叶指出，最近几个月，中国方面一直在帮助欧洲商家熟悉电子商务运营模式，确保其能参与这场购物狂欢。

今年“双11”，速卖通首次全面上线直播间实时翻译功能，商家只需用中文直播，就会自动翻译成英、西、俄语字幕，覆盖逾10亿消费者，让全球用户越过语言障碍，深度参与直播互动。