回归用户，今年“双11”不再狂欢

11月11日，“双11”如期而至，但又有些许不同。记者了解到，今年“双11”，各家平台不仅没有公布总销售额，晚会也不再大操大办。相较往年放到台面上的GMV（商品交易总额），电商平台们在各自持有优势的细分品类精耕细作，寻求爆发式增长。

从奇观到寻常，很多人感慨，“双11”不再狂欢，归于平静，商家们不再视其为唯一的生意增量场，消费者不再需要定闹钟蹲守囤货，或许电商平台们热闹了16年，也想在此刻将关注留给交易本身。

时至今日，行业对“双11”关注点的颗粒度更小了：跳出价格内耗，寻找可持续的发展路径；补齐售后短板，大促流量与成交不再是唯一考核指标；广告营销不需要高声量，输出内容与达成交易也可以平衡。的确，“双11”不再需要数据，也可以没有盛大的晚会，这个传统购物节也因此得以回归以用户为核心的主路线。

“购物节”晚会存在感削弱 数据不再是唯一指标

“双11”落幕，电商们各自安好，不需要争分夺秒抢首单时效，也不需要计算同比增幅，在各自优势领域“小有成就”或许就足够了。

据淘天统计，截至11月11日零点，139个家电家居品牌成交破亿元，9600多个品牌成交翻番。与此同时，7062个服饰品牌在天猫“双11”成交同比增长翻倍，66个品牌破亿元。天猫女装羽绒服成交同比增长70%。而唯品会平台上，女士棉衣、女士羊毛衫销量同比增长也超过了50%。在李佳琦直播间，“暖冬经济”产品上架链接近150个，成交订单量超200万元。

直播方面，截至11月11日零点，淘宝直播成交破亿元直播间已超100个，其中，有32个破亿元直播间同比增速超100%。今年“双11”，淘宝蜜蜂惊喜社、烈儿宝贝等直播间联合上架了一批航空工业、核能应用产品，吸引了1700万用户观看。

尽管各个品类、渠道的数据表现如约而至，但记者从淘天、京东内部人士处获悉，今年“双11”淘天和京东不会公布总销售额。据了解，两大平台最后一次公开“双11”销售额的时间停留在2021年。

不仅如此，今年淘天“双11”晚会“天猫双11疯狂好六夜”依旧和湖南卫视合作，但晚会存在感明显削弱了许多。若是将时间拨回到四年前，阿里“双11”晚会就有四家电视台同时举办，邀请易烊千玺等上百位明星全球直播。

阿里“双11”晚会的盛况停留在了数年前，2016年的“双11”晚会，阿里巴巴创始人马云不仅在现场表演魔术，还邀请了贝克汉姆夫妇、科比·布莱恩特、维秘超模等国际巨星组成的“豪华全家桶”参与活动。直到2018年“双11”，马云也曾在晚会上和李佳琦等同台竞技。

昔日烧钱投流 如今更在意回报效果

若是回首2009年的“双11”，仅是27个品牌参与、卖出5200万元商品的促销节。到了2015年，受移动端消费趋势催化，“双11”迅速演变为一场全民购物盛典，淘天销售额攀升至912.17亿元。彼时，基于可观流量，平台甚至能在大促中呛声、左右品牌在其他渠道的开店行为。

然而，当时间来到2022年，“双11”不再出现翻滚着数据的巨型屏幕以及声势浩大的庆祝晚会。

无可避免，随着抖音、小红书、B站等后起之秀崛起，近年来，“双11”的关注度已被逐步蚕食，日常高频折扣促销也削弱了“双11”力度。但另一方面，不少商家并不想放弃搏一把的机会，筹备“双11”已经成了潜意识动作。

面对电商全年流量最为集中的时段，商家的生意策略也发生了转变。相比于过去在大促中烧钱投流，人们更在意“双11”的回报效果。同时，不再被动依赖单一渠道，而是把握对渠道的主动权。

陆斌（化名）经营着一个近20年的健身器材品牌，在淘宝、京东等主流平台均有店铺。今年“双11”，他在京东的销售额同比增长超过30%。“前几年，公司无需费心经营，健身器材的销量依然涨得厉害，现在销量回落了，进入存量竞争时期，我们更看重服务商能否做好售后履约以及降低成本。”在陆斌眼中，选择做综合电商，是因为平台的大件供应链服务更完善。

也有商家青睐于内容或是短视频电商的玩法。家居品牌思纳博主理人赖尚波在实操过程中发现，小红书相比于传统货架电商更为强调互动性。为了从货架电商转型，赖尚波拆散了原有运营团队，10个员工缩减为3个，还补充了新媒体运营的人员。

为了接住“双11”的流量，赖尚波和团队提前选品测试，并做好响应方案。“我们很少拿不可预知的产品做‘双11’。”

在多年“双11”洗礼下，商家们也不再盲从于大促的热闹，反而是寻找“双11”之外的增量场。头部品牌以差异化货盘全渠道布局，而中小品牌会跳出大促，更为考量投入产出比，在情人节、年货节等各个促销节点有针对性地做运营和投流。

“在‘双11’里竞争没什么意思，投入大，回报小。”一位经营家居摆件的中小商家向记者坦言，平台每个月都有不同形式的促销节，用户已经对促销不那么敏感了。

摆脱流量内卷 靠产品和服务赢得市场

毕竟，“双11”已经16岁，很难再让用户重新燃起熬夜抢购的热情。眼下，人们既疲倦于大促“全网低价”“涨价再降价”的营销套路，也抱怨于直播“货不对板”的口碑“塌房”。今年“双11”，小杨哥、董宇辉和辛巴均陷入针对产品质量、虚假宣传的质疑声中。

当电商爆发式增长不再重现，而是转入流量和存量的争夺时，有新客、有利润、可持续的GMV成了平台和商家关注的重点。以淘天来说，除了松绑“仅退款”并上线“退货宝”来降低商家退货成本，还推出淘宝直播免收直播技术服务费1年、“先用后付”在“双11”期间免收服务费。京东则提出要让销售超500万元的商家数量在“双11”同比增长超50%。

不仅如此，平台和商家需要在价格竞争之外寻找“双11”新的解题思路。此前，阿里巴巴集团副总裁、淘宝平台事业部总裁处端曾在沟通会上提出，价格优势是指价格带的竞争力，而不是将整个行业价格拉低。

电子商务交易技术国家工程实验室研究员赵振营向记者表示，随着消费者购物趋于理性，单纯依靠“双11”等大促节点的低价策略已不够。电商平台应探索建立常态化的低价体系，如设置每日特价、会员专属低价等长期优惠机制，培养消费者的日常购买习惯，增强用户黏性。

同时，赵振营认为，消费者越来越注重商品的品质，电商平台需加强对商家的管理和商品的质量把控。建立严格的商家准入标准和商品审核机制，对假冒伪劣、质量不达标商品进行严厉打击，保障消费者的权益。

“流量获取变难是一定的，无论哪个赛道，流量越来越难。”赖尚波坦言，平台越来越多，商家越来越多，但需求是有限的，摆脱流量内卷取决于产品、服务，以及是否以用户为中心。

本报综合消息

易误诊的支原体肺炎怎么识别

近期，支原体肺炎的发病率显著上升，粗略估计占到儿科急诊就诊比例的50%以上。许多家长反映患儿频繁咳嗽，尤其在夜间加重，有的伴有反复高热，甚至还有患儿发展到“白肺”。那么，支原体肺炎与其他呼吸道疾病有何区别？如何避免“白肺”的发生？

发病初期易被误诊为感冒

秋冬季节，导致呼吸道感染的病原体种类繁多，常见的有流感病毒（如甲流和乙流）、鼻病毒、呼吸道合胞病毒、腺病毒等病毒感染，肺炎链球菌等细菌感染以及支原体感染等。这些病原体引起上呼吸道感染后，患者表现为咳嗽、流涕、咽痛等症状，当感染加重时，可进一步发展为支气管炎甚至肺炎。对于免疫系统尚未发育完全的儿童来说，秋冬季的呼吸道感染会呈现频繁发作且不易恢复的特点，这也是家长最为忧心的问题。

在所有呼吸道感染病原体中，支原体很独特，既不同于细菌，又不同于病毒。它缺乏细胞壁，因此许多传统抗生素（如青霉素和头孢类药物）对其无效。患者一旦感染支原体，往往需要用大环内酯类抗生素（如阿奇霉素、罗红霉素）进行治疗。然而，近年来支原体对这类药物的耐药率不断上升，给临床治疗带来了挑战，即使是在合理用药的情况下，部分患儿的症状仍难以快速好转。

支原体主要通过飞沫传播，患者咳嗽、打喷嚏时，病原体会释放到空气中，健康人吸入这些病原体从而感染。支原体肺炎的主要易发人群为儿童和青少年，特别是免疫力较弱的5岁—15岁学龄儿童，此外，儿童与同龄人频繁接触，也是容易感染的重要原因。近年来，支原体肺炎的发病年龄段出现低龄化，5岁以下婴幼儿也频频中招。

当病情严重时，支原体肺炎还会发展为“白肺”，即肺部大面积阴影，提示感染已达到非常严重的程度。对这种“白肺”现象，医生往往需要借助支气管镜进行支气管及肺泡灌洗，俗称“洗肺”治疗，目的是清理病原体和分泌物，以缓解症状。若不及时进行相应治疗，有肺坏死的风险，遗留难以恢复的肺部损伤，对患儿的呼吸功能造成长期影响。

简言之，支原体肺炎的主要病原体就是支原体。支原体进入人体后，首先会黏附于呼吸道的上皮细胞，导致局部炎症反应，并逐步向下蔓延至支气管和肺部，进而引发支气管炎或肺炎。比较麻烦的是，支原体的感染过程相对隐匿，发病较为缓慢，因此在初期往往被误认为是普通感冒，延误诊断和治疗。随着病程的发展，症状逐渐加重，才会显现出支原体肺炎的特征性表现。

支原体肺炎有哪些典型特点？

那么，支原体肺炎有哪些特征性表现呢？从临床经验来看，支原体肺炎的症状与其他呼吸道感染有相似之处，但也有独特性，主要表现为以下几点。

持续性干咳 支原体肺炎最典型的症状是持续性干咳，通常咳嗽较为剧烈，即使在病情好转后，也可能持续数周甚至更久。

发热 多数患儿出现发热，体温一般在38℃—39℃，部分患儿会高热不退。

咽痛和头痛 支原体感染常伴有咽痛和头痛，部分患儿还会感到肌肉酸痛、乏力等。

呼吸急促 随着炎症向下呼吸道蔓延，感染加重，患儿可能会出现呼吸急促、胸闷等症状，这提示病情可能发展为肺炎或更严重的程度。

与其他呼吸道感染疾病相比，支原体肺炎除了早期症状易与感冒混淆之外，还有两个特点。一是体征与影像学表现不一致，也就是说，听诊可能没有发现支气管和肺部有明显异常音，但胸片或CT检查显示肺部有大片阴影；二是病程长、恢复慢，即便在病情好转后，支原体肺炎带来的相关症状也会持续一段时间。

居家照护还是送医治疗看“轻重”

孩子出现轻微咳嗽、低热等症状时，家长可以先居家观察1天—2天，尝试通过家庭照护来缓解孩子的症状，这样也能减少交叉感染的风险。

首先要注意补充水分，让孩子多喝水，缓解咽喉不适和咳嗽。其次是保证休息，充足的睡眠能帮助身体对抗感染。第三是监测体温，以便采取下一步照护措施，必要时可适当使用退烧药和止咳药。

当然，对于疑似支原体肺炎的情形，应根据症状轻重区别处理。轻症通常表现为低热、轻微咳嗽、喉咙痛等，家长可在家进行简单照护，一般轻症可逐渐好转。而当孩子出现以下症状时，应尽快送医进行影像学检查，以避免肺炎加重或发展为“白肺”的可能。

持续高热 体温超过38.5℃且持续超过3天，说明炎症反应较重。

剧烈干咳 持续性剧烈干咳在病程中会不断加重。

呼吸急促或胸闷 若孩子出现呼吸急促、胸闷、嘴唇发青等缺氧症状，提示肺部炎症已较为严重，甚至影响到正常呼吸功能。

精神状态异常 当孩子表现出嗜睡、反应迟钝等精神状态异常时，可能是病情加重或缺氧的信号，需立即就医。

在秋冬季节，支原体肺炎的发病虽难以避免，但通过科学的预防、正确的照护，家长是可以帮助孩子减少感染风险的。比如，养成良好的卫生习惯，勤洗手、戴口罩，避免用脏手揉眼睛和鼻子，少去人员密集场所，避免给飞沫传播提供机会；家中定时通风换气，避免在空气不流通的密闭环境中逗留；日常应合理饮食、规律运动、睡眠充足，提升免疫力；为了减少交叉感染，呼吸道疾病高发期尽量避免去人员密集场所，若家中有其他感冒患者，注意做好隔离措施。

总之，支原体肺炎并不可怕，只要大家全面了解它的特点，就有助于正确识别、应对和预防这种疾病，为孩子的健康保驾护航。

本报综合消息