

共享化妆间悄然问世,真需求还是伪概念?

专家表示,确实有相应的需求,但卫生问题和产品质量让人担忧,能走多远有待观察



今年春运开始后,南昌客运段直达车队Z133次井冈山号列车迎来了一群从北京到南昌回家过年的小朋友。

图为年轻的列车长正给他们介绍井冈山红色文化,小朋友踊跃提问,对春运中这次红色课堂表现出浓厚的兴趣。

楠生 摄



近日,中国铁路沈阳局集团有限公司面对今年春运工作要求高、任务重、挑战大的实际,加强机车检查监测和数据分析,严格落实安全保障措施,确保行车装备运用状态良好,全力实现“平安春运”目标。

图为检修职工正在检查机车柴油机。

徐斌 摄

银保监会鼓励保险资金增持上市公司股票

本报北京1月28日电(记者北梦原)银保监会新闻发言人肖远企28日在接受媒体采访时表示,为更好发挥保险公司机构投资者作用,维护上市公司和资本市场稳定健康发展,银保监会鼓励保险公司使用长期账户资金,增持优质上市公司股票和债券。

1月28日,位于辽宁省沈阳市铁西区的一家烟花爆竹零售点开始销售。据摊主介绍,今年烟花爆竹主打微烟、低硫、低碳,价格方面将与去年基本持平。黄金昆 摄/中新社



消费升级亟待供给升级相匹配

本报记者 蒋菡

在小区门口有若干快递柜早已屡见不鲜,可是看到一个鲜花柜还是让人眼前一亮。拿出手机扫一扫,花上5.99元,就可以拿走一支红玫瑰。相比去花店或在路边摊上买花,这个鲜花柜让买花成了一件24小时内随时可以进行的事。

花不是必需品,它是生活的点缀。在满足吃饱穿暖的基本需求之后,追求美和愉悦的体验成为越来越多人的新需求。到底是新需求催生了新业态,还是新业态创造了新需求,这或许并不重要。重要的是,人们对美好生活的向往需要更具创意的产品和更加贴心的服务与之匹配。

目前,消费已成为拉动经济增长的“首驾马车”。而“云物大智链”等科技创新力量的驱动,更是不断催生新的消费需求和新的消费模式。但与日益增加的消费额以及日趋多元的消费需求相比,一些商品和服务领域的供给还存在短板。

日前,吴晓波频道联合复旦大学等多家机构发布“新匠人100”榜单,其一大筛选标准就是品牌能为消费升级服务。上榜企业既有朱炳仁·铜、永丰源,也有近两年迅速成长为行业翘楚的猫王、极米,还有网红品牌钟薛高、野兽派等。

“本土苏醒是新国货走俏的一个重要因素。90后新兴消费群体天生具有非常强烈的本土意识,这意味着本土创新、本土文化、本土自信的重新发现。”财经作家吴晓波分析,在互联网时代,这些“新国货”背后的“新匠人”不只是传承者,更是创新者。他们不仅要精益求精,还要调整更新传统工艺,在产品设计和制作上凸显以消费为导向的创新。

深度观察

我国有12项国家计量基准国际领先

本报讯(记者蒋菡)记者从日前举行的全国计量工作会议上获悉,截至2018年底,我国已建成177项国家计量基准,其中12项处于国际领先水平,115项达到国际先进水平;建成社会公用计量标准5.6万余项,批准国家计量标准1.1万余种。

市场监管总局计量司司长谢军表示,我国计量基准建设不断加强,计量科技创新能力明显提升。1574项国家校准测量能力得到国际承认,国际排名跃居第三,亚洲排名第一。航天科技在太空成功进行了我国首次空间环境标准太阳电池标定试验。航空工业高温高转速下叶尖间隙传感器校准等多项计量技术取得突破性进展。

民俗文化进高铁营造节日气氛

本报讯(记者黄仕强 通讯员高明洁)1月25日,春运第5天,也是渝贵高铁开行一周年。上午10点30分,G2883次列车上洋溢着温暖喜庆的气氛,旅客一走进13号车厢,便发现令人惊喜的场景。

最吸引人眼球的还是车厢里4名身着节日盛装的苗族阿妹,她们头上高高飘起的牛角银饰彰显着苗族图腾,在人潮涌动的车厢里,格外醒目。两位阿哥身上的黑色民族服装气宇平和,和阿妹的绚丽遥相呼应,煞是好看。

10点38分,车厢里响起悠扬的芦笙,4名阿妹随着欢快的芦笙声,端着酒香扑鼻的酒碗,唱着苗家酒歌,向在场的旅客敬献苗家米酒。

本报记者 周 悅

爱美之心,人皆有之。近年来,随着生活水平的提高,女性对化妆的需求也越来越大,但经常要面对“出门来不及化妆”和“没有合适的地方补妆”的烦恼。在此情况下,共享化妆间悄然问世。

记者近日调查发现,目前北上广等城市有多家购物中心分别引进了共享化妆间,其中北京9个,上海13个,广州10个,武汉最多,达到了15个。这些共享化妆间受到年轻女性青睐,但也存在一些亟待解决的问题。

共享化妆间走红

有调查显示,国内近半数女性认为上班有必要化妆,近四成职场女性认为上班化妆显得更专业。跟共享单车、共享汽车、共享充电桩一样,共享化妆间是共享经济热潮下的产物。它的出现一定程度上清除了人们的需求痛点,引来很多年轻女性尝鲜。

1月24日上午,在北京西大望路的“合生汇”B1层,几个人正在一台共享化妆间前驻足观望。记者看到,这个化妆间占地2平方

米左右,通体呈粉色,外形有点像这两年出现的迷你KTV。里面有一个大小适中的化妆台,上面摆满了粉底、睫毛膏、口红等各种化妆品,都被玻璃罩保护了起来。在附近上班的刘晓琪正在里面补妆,这是她第二次使用共享化妆间。

“以前经常需要在包里放各种化妆品,而且补妆都是去卫生间,很不方便。”刘晓琪说,共享化妆间里面的化妆品和化妆工具都很齐全,在小程序内购买某个套餐后,化妆品上的透明罩就会打开。“共享化妆间的出现对女生来说是一个很大的福音,以后还会继续使用。”

记者还注意到,这个共享化妆间里的化妆品几乎都是国际知名品牌。那么,共享化妆间的價格不貴?

刘晓琪说,“共享化妆间是按化妆时长收费,第一次可以免费使用15分钟,之后15分钟要付28元,25分钟付38元,35分钟付48元,45分钟付58元。28元就能用上高档化妆品,我觉得挺值。”

卫生问题和产品质量引担忧

新事物的出现往往都伴随着新问题,对

共享化妆间来说也不例外。记者发现,人们对共享化妆间的担忧主要就是它的卫生问题和产品质量。

记者走访了北京多个商场的共享化妆间,发现确实存在一定程度的卫生问题。比如,有的共享化妆间内,用过的湿巾或者纸巾随意丢弃在桌子上,而地上就有垃圾桶;有的化妆品盖子没有盖上,瓶身摸起来有明显的黏腻感;有的卷发棒上缠绕着头发……

“化妆品大都直接接触皮肤,具有一定的私密性,和陌生人共享我有点受不了。”市民郑艳青说,她不会使用共享的化妆品,因为化妆品被多人用了之后肯定会附着不少细菌,十分不卫生,特别是口红。

有关专家表示,共用唇膏可能会感染疱疹病毒,使人口唇生疮,涂抹被污染的面霜、眼影则可能使人感染链球菌,导致结膜炎。

此外,共享化妆品是否为正品也引起不少消费者关注。“部分化妆品粘贴固定在台子上,所以无法看到批号以及使用期限,用起来不是很放心。”家住北京海淀区的张振欣前不久在“欧美汇”购物中心首次体验了共享化妆间,但她并不愿意再次使用。

对此,某共享化妆间经营者表示,公司

接下来会提高保洁的频率,加大监管,优化产品体验。而化妆品都是从正规渠道购买的,目前还在跟化妆品厂商沟通,希望能够得到授权。

商业模式尚不清晰

目前,共享化妆间主要投放在商场、写字楼内。据开发经营企业的负责人介绍,共享化妆间每天平均使用率在30次左右。

那么,共享化妆间这种商业模式能走多远?对此,业内有不同的声音。

美时每刻科技公司CEO韩淑琪介绍说,很多女性在长途旅行、商务会谈或社交活动前都希望有成套的化妆工具和独立的化妆空间,而我国女性公共化妆空间领域之前是一片空白,公共场合里的化妆空间会是一个刚需缺口。

“我们希望打通线上线下,把优质的国产美妆产品引入共享化妆间,架起一座电商和消费者之间的桥梁,供应链主要以‘免税店’自采为主,还有一部分由合作品牌方提供。”该负责人说,“一方面收取品牌入驻费和电商广告的费用,另一方面公司在未来要做精准数据。”

北京商业经济协会副会长赖阳表示,女性在公共场所化妆确实有相应的客观需求,但是对应的设备、产品在安全、卫生等方面能否符合消费者的使用要求还需要探索。此外,对于化妆品的品牌、色号等,每个人都有自己的偏好,共享化妆品在这方面也具有局限性。

品牌营销专家姜晓峰表达了同样的看法。在他看来,共享化妆间的应用场景相对有限,可能更能满足有应急性需求的消费者。那些对妆容特别有追求的消费者,通常很重视化妆品的选择,一般会随身携带符合自己偏好的化妆品;而对于那些不太在乎妆容的消费者,共享化妆间也不会成为刚需。

对于共享化妆间的盈利模式,姜晓峰认为目前还不清晰。“如果是想收集消费者数据卖给化妆品公司或吸引广告入驻的话,则对流量有一定要求;而如果是想从产品中赚取价差的话,就对供应链提出很高要求。”

此外,共享化妆间的出现也对消费者的素质提出了考验。据了解,虽然一些化妆间内贴有“偷窃可耻”的标语,但仍有机品丢失的情况出现。

6050亿元基本养老保险基金到账投资

本报讯(记者李丹青)记者日前从人社部2018年第四季度新闻发布会上获悉,截至2018年底,累计已有17个省区市委托投资基本养老保险基金8580亿元,已经到账的资金达到6050亿元。人社部发言人卢爱红介绍,在这17个省区市里面,有9个启动了城乡居民基本养老保险基金的委托投资,合同金额是773亿元。

投资运营是推进基金保值增值、实现可持续发展的重要手段。卢爱红表示,今年将稳步推进基本养老保险基金投资运营,同时推动城乡居民养老保险基金投资运营,加强监管,推动实现保值增值。

据介绍,2018年以来,基本养老保险基金运营的委托投资、到账资金都有比较大的增加。

同时,人社部还会同财政部加快推进城乡居民基本养老保险基金的委托投资工作,积极协调相关部门制定了基本养老保险基金投资运营的有关税收优惠政策,明确了养老保险基金投资运营享受免征增值税、企业所得税,印花税先征后返等优惠政策,有力促进了基金的投资运营,为基金的保值增值发挥了很大作用。

积极引导多元主体开展市场化购销,国家粮食和物资储备局要求——

东北地区秋粮收购应避免“卖粮难”

本报讯(记者秋林)正值东北地区秋粮收购高峰,市场总体平稳,但局部地区收购进度较慢,农户余粮较多,后期收购压力较大。

为进一步做好东北地区秋粮收购工作,避免发生大面积“卖粮难”,国家粮食和物资储备局日前发布《关于进一步做好东北地区秋粮收购工作的通知》(以下简称《通知》),要求严格执行收购政策,积极引导多元主体开展市场化购销。

《通知》要求,各级粮食部门和有关企业要主动加强与相关部门单位的沟通协调,落实好收购资金、外运运力等保障措施。要积极引导多元主体入市开展市场化购销,特别是履行好已签订的产销合作协议。中储粮集团公司

司和各地要发挥好储备吞吐调节作用,有序组织储备粮源收购轮入。中粮、供销、中化等中央企业和地方大型骨干企业要发挥引领带动作用,充分利用自身渠道和优势开展市场化购销。

《通知》强调,要强化粮食市场监管,密切跟踪市场走势,加强形势分析研判,及早

发现、妥善处置苗头性倾向性潜在性问题。要认真开展收购进度统计工作,加强数据审核把关,提高数据质量;要通过抽样调查、重点调查等方式,了解烘干塔、经纪人、合作社等存粮数量,全面掌握全社会秋粮收购情况。

汽油、柴油价格“两连涨”

据新华社北京1月28日电(记者安蓓)年内首次上调后,国内汽油、柴油价格将再次上调。国家发展改革委28日发布消息,按照现行成品油价格形成机制,自2019年1月28日24时起,国内汽油、柴油价格每吨分别提高245元和230元。

本次调价折合汽油和柴油价格每升上调约2角。国家发展改革委有关负责人说,中石油、中石化、中海油三大公司要组织好成品油生产和调运,确保市场稳定供应,严格执行国家价格政策。各地相关部门要加大市场监管力度,严厉查处不执行国家价格政策的行为,维护正常市场秩序。消费者可通过12358价格监管平台举报违法调价行为。

这位负责人表示,正密切关注成品油价格形成机制运行情况,结合国内外石油市场形势变化,进一步予以研究完善。

棉花期权上市为棉纺织业变革带来契机

据新华社郑州1月28日电(记者孙清平)棉花期权在郑州商品交易所上市,将为中国涉棉企业提供更多风险管理手段,提高企业风险抵抗能力,让企业发展更加平稳。”新疆维吾尔自治区尉犁县众望工贸有限公司经理张彪说。

28日上午,棉花期权在郑商所上市。我国是世界上最大的纺织品生产国、消费国和出口国,棉花是纺织行业的重要原材料。

2004年6月,为服务棉花流通体制改革,棉

花期货在郑商所挂牌上市,推动了中国涉棉企业定价和风险管理手段的升级。

然而,近年来,中国棉纺织企业日益追求风险管理精细化和良好效果,这对期货市场价格提出了新的要求,棉花期权应运而生。

中国证监会期货监管部主任罗红生说,棉花期权上市后,棉花期货、期权、保险等金融工具相互配合,对深化目标价格改革,探索新型农业支持保护制度,完善农业补贴政策具有重要意义。

玉米期权正式上市交易

据新华社大连1月28日电(记者白涌泉)

玉米期权28日在大商所上市交易。

玉米是我国产量最大的粮食品种,处于产业链顶端,覆盖鸡蛋、生猪、淀粉、酒精等

产业,玉米期货经过15年的稳定运行,为玉米产业提供了有效的避险工具。中国证监会期货监管部主任罗红生表示,玉米期权的推出,将为相关产业企业提供更精细的风

险管理工具,在保障农民收入等方面发挥积极作用,为服务乡村振兴战略和农业供给侧结构性改革提供有力保障。

据了解,上市交易后的玉米期权合约类型分为看涨期权和看跌期权,首批上市交易的玉米期权合约月份为2019年5月、7月、9月、11月和2020年1月,共5个期权合约系列。



天然橡胶期权在沪挂牌交易

这是1月28日拍摄的在上海期货交易所举行的天然橡胶期权上市仪式现场。

当日,全球首个天然橡胶期权产品在上

海期货交易所挂牌交易,在上线期货交易之后,产业链上相关企业将再迎精细化的风险管理工具。

新华社记者 方喆 摄