# “颜值”追求带火时尚消费

李婕　张莹

事件新闻

您每天花费多长时间整理仪表？每年投入多少资金护肤美容？想尝试的新品是不是层出不穷？有统计显示，中国一线城市的男性消费者每天平均花费在整理仪表上的时间长达24分钟，其中有88%的人会上网查看美容和时尚信息，这一比例比过去10年明显提高。统计数据凸显了“颜值”在当今社会里不断攀升的地位。与之相应的，是一个链条在拉长、规模在扩大、品质在升级的“颜值经济”。

## 产业链不断拉长

“每天我都要花半个多小时护肤，皮肤投资是很有必要的，这能使我在职场上更有信心。”在机场工作的王先生在接受本报采访时说。对于更多女性来说，护肤品和化妆品也早已成为消费硬支出的一部分。

相较过去，对“颜值”的追求越来越超越性别。根据咨询公司尼尔森的调查，中国女性平均护肤时间是28.3分钟/天，超过57%的女性表示有化妆习惯；男性平均护肤时长是24分钟/天，比女性仅少了5分钟不到。

欧瑞国际公布的数据显示，从2007年的1400亿元到2016年的3332亿元，10年间中国化妆品的市场规模增长了138%，成为全球第二大化妆品消费国。根据预测，2017年至2021年，中国仍将是全球增长速度最快的化妆品市场。

不仅是化妆品，整个关于“颜值”的经济链条都在不断拉长。易观智库调查显示，2016年中国女性移动应用前百名中，购物、拍照美化、健康医疗占60%以上。而爱自拍的女性同样会不吝扩大消费来提升自己的颜值，据统计，2014年自拍女性在服装、护肤化妆品、美容SPA、配饰、发型方面的月平均支出合计2805元。

北京市社科院副研究员景俊美在接受本报采访时表示，颜值追求是时尚产业发展的强大推力。颜值经济从美容、服装、化妆品到修图软件、照像器材等不断扩展，催生了新的产品品类和个性化消费趋势，整个时尚产业的供给侧变得更加丰富多元。

## 消费观更新升级

怎么看待“颜值经济”的红火？

“颜值关注是人的生物性本能。”景俊美说，当然，颜值经济的红火还反映了消费主义社会的崛起。“颜值”的高低对消费者的体验和抉择起着重要作用，人们消费美色，不仅仅是在消费产品本身，也是在选择一种生活方式。

支撑这种行为的，首先是收入的改善。麦肯锡研究提出，居民家庭年收入介于10万元至20万元之间的中产阶级家庭在消费开支上具有最佳增长潜力。当前，中国人均GDP刚刚跨过8000美元，一二线城市人均GDP多为1万至2万美元，正处于中高端消费的快速提升期。

此外，消费者的代际更新也提升了颜值消费的热度，“80后”“90后”正逐渐成为消费主力军。他们生活在中国经济快速增长的年代，消费能力与意愿也随之提升。据阿里研究院和波士顿咨询公司联合预测，他们的消费力将以平均14%的幅度增长，是上一代人消费力的两倍。

在景俊美看来，大众传播也对“颜值经济”起到了推波助澜的作用。“杂志、电视和电影对于俊男美女形象的塑造和推广，进一步强化了‘颜值’的概念。网络直播、VR技术、网红的全面袭来，更是将这种趋势推到一种极致。”她说。

## 品牌战愈演愈烈

稍微留心当下的化妆品品类，人们便会发现，在“美白”“防晒”等传统功能之外，许多品牌开始针对工作、生活节奏越来越快的人群，推出一些具有解压功效的香氛、沐浴产品。而在满足基本功能的“大路货”和传统品牌之外，许多“小而美”的产品逐渐脱颖而出，受到一些消费者的喜爱。

以某品牌的头发吹风机为例，因为加入了独家科技元素，产品价格足以超出普通价格的10倍之多。市场变化的背后则是各路科研与资本力量的激烈角逐。

许多业内人士认为，当前中国的“颜值经济”发展很快，但还谈不上特别成熟。核心科技欠缺、渠道忠诚度较低、品牌建设不足成为较大的阻碍。在巨大的市场与激烈的竞争面前，练好内功是供给升级的关键。

以研发投入为例，有业内人士表示，国际化妆品巨头每年的研发经费在10亿元以上，而中国化妆品行业格局较为分散，在开发适合中国消费者的产品方面还需要更多投入。

景俊美认为，“颜值经济”将会产生持久而广泛的影响，我们需要更加理性地去面对它。其中一点就是积极倡导工匠精神，精益求精，严谨专注，引导产业良性发展。

## 甘肃：火红辣椒富农民

甘肃省高台县地处河西走廊中部，由于光照充足等自然条件，当地产出的红辣椒肉厚油丰、色泽鲜亮，颇受市场欢迎，成为当地农民致富增收的主导农产品。图为甘肃高台县合黎镇八坝村村民在晾晒红辣椒。　　成　林摄（人民视觉）

## 白沟国际箱包博览会举办

**本报电**（张莹）日前，由中国商业联合会、河北省商务厅、保定市政府等联合主办的“2017中国·白沟国际箱包博览会”在河北省保定市白沟新城举行。此次博览会以“共享雄安机遇、同步世界精彩”为主题，旨在搭建中外箱包商家的供需桥梁，扩大国际贸易与合作。展览共设7大展区，吸引参展企业近400家、观众及买家人数约2万人次。

中国商业联合会会长姜明表示，“中国箱包产业经过几十年的持续发展，如今已占有全球巨大的份额。而白沟作为中国箱包行业中的佼佼者，正是依托这个千亿级的产业，与庞大的专业市场集群形成有效互动，才成为中国区域特色产业和商贸服务业融合发展的典型代表。”

地处京津冀三角腹地的白沟，历史上就是商业古镇，如今在京津冀协同发展等机遇下，成为北京非首都功能疏解的重要承接地。北京市商业经济学会副会长兼秘书长赖阳认为，白沟应借助著名湿地白洋淀的旅游资源，将产业、贸易和旅游等要素深度融合，实现区域经济协调发展。

## 读经典贵在『入乎其内，出乎其外』

王石川

退学读私塾、父母担当读经“家教”、课余“读经班”异常火热……据报道，针对少儿读“经”不断涌现的讨论，日前在孔子故里山东曲阜举行的第八届世界儒学大会特设“少儿读经利弊得失之检讨”专题论坛，与会专家认为，中国教育正在逐渐回归重视中华优秀传统文化的语境。

“一个不记得来路的民族，是没有出路的民族。”中华优秀传统文化沉淀着中华民族最深沉的精神追求，是中华民族生生不息、发展壮大的不竭动力。读经热、诵典潮，近年来风生水起，已成时尚，这是对传统文化抱持“温情与敬意”。更何况，传承中华优秀传统文化，需要将传统融入当下，融入国民教育、道德建设、文化创造和生产生活，教育是最重要的抓手之一。目前，从戏曲、书法、武术进校园，到新教材增加古诗文比重，无不说明优秀传统文化融入国民教育，既可行可操作，效果也可期可赞。

不过，重视中华优秀传统文化的传承也不能一提读经就退学读私塾，也不能陷入读死经的泥淖之中。如果把读经简单理解为死记硬背，却不知其意，实属本末倒置。媒体曾报道，某读经少年“花了10年时间背诵了30万字的儒家经典，结果竟然连常用字都认不全，一篇800字的作文错字连篇”，这是不折不扣的读经悲剧。还有人读经，以背诵了多少万字经典而自矜，时不时卖弄于公共场合，炫技于亲朋面前，这种小聪明反衬此人并未真正读懂经。

今人读经，贵在入乎其内，出乎其外。王国维认为：“入乎其内，故有生气。出乎其外，故有高致。”现代人读经诵典，读进去才有可能读得懂，知其深邃，跳出来才能更客观地审视经典，并在审视过程中观照内心，有选择地指导自我。对待古代经典，用业内人士的话就是做到“客观、科学和礼敬”。否则，妍媸不分，全都拿来，像鲁迅所说的那样“随手拈来，大口吞下”，把“新袋子里的酸酒，红纸包里的烂肉”也当成了滋补品，后果自然是“吃得胸口痒痒的，好像要呕吐”。

读经诵典，“怎么读”重要，“读成什么”也重要。在品味与诵读过程中，如果深切领悟到古人那种“先天下之忧而忧，后天下之乐而乐”的政治抱负，“苟利国家生死以，岂因祸福避趋之”的报国情怀，“富贵不能淫，贫贱不能移，威武不能屈”的浩然正气，“人生自古谁无死，留取丹心照汗青”的气节品格，并能把优秀传统文化和民族精神继承和发扬下去，就意味着读出了真意，读出了滋味。

“有没有印度帝国没有关系，我们可不能没有莎士比亚！”曾有英国人如是感慨。但凡对本国历史稍有了解者，都会明白民族文化的分量和意义。今天，我们只有在读经诵典中领悟到传统文化的哲学智慧、中华民族的人文精神，才是真的明白了读经的意义，才能谈得上传承与弘扬。

（据《光明日报》）

时事点评

## 鄱阳湖迎来丰收季

金秋时节，我国第一大淡水湖鄱阳湖迎来丰收季节，渔民喜获丰收。每年秋季都是鄱阳湖捕捞鱼虾的好时机，渔民们忙着出湖捕捞、晾晒鱼干、批发贩卖，湖面上一派繁忙。

图为在江西都昌县芗溪井头码头，渔民在翻晒凤尾鱼干。

傅建斌摄（人民视觉）

焦点瞬间

# 什刹海：胡同里的创意秀

本报记者　柴逸扉

什刹海，作为北京历史文化保护区，是北京仅存的几片原住居民区之一，保留了大量传统院落和街巷。如何让这片区域既保留原汁原味的胡同文化，又能融入创意与时尚元素，使其焕发新的生机与活力？近日，2017年北京国际设计周“遇见什刹海2017——院落共生的城市家园”主题活动在什刹海地区举办，向民众展示了传统胡同和院落的创意设计秀。

## 院落实现“多功能”

提起什刹海，你首先想到的是什么？有人想到的是水边的酒吧，热闹但过于商业化；也有人想到的是胡同里的大杂院，有生活气息但又显得杂乱。针对这片历史街区的更新，北京什刹海阜景街建设指挥部、北京市西城区什刹海街道办等活动主办方，与设计师团队一道，融入现代技术和设计理念，让什刹海四合院在居住、办公和生活上有了“新功能”。

比如，一些院落通过改造成为民宿，不仅让老北京的传统四合院焕发了生机与活力，也使游客们有机会在院子里聊天、下象棋，在二层的露台上晒太阳、喝茶等，体验地道的北京味儿。

设立什刹海便民综合菜站，成为传统院落升级后的又一个看点。走进菜站，记者看到，各类无土栽培胚芽菜、绿苗菜及各种新鲜水果应有尽有，价格实惠，同时现场还提供专门的下单App，方便居民在线购物。

此外，四合院还开展沙龙活动，让居民品鉴红酒和茶以及学习烘焙等；打造二手物交换场地，让居民可以共享闲置资源……这些新增的院落功能极大地丰富了什刹海地区居民的生活，赢得了居民的普遍好评。

图为什刹海附近居民和游客在体验当地院落里的“新功能”。　　张　冉摄

## 八景图里“深度游”

在万宁桥望向前海，可以看到银锭桥和湖心岛；来到柳荫街附近的胡同，感受传统民居与时尚咖啡馆不同风格的邂逅；站立在银锭桥头，桥上游人如织，桥下游船穿梭……在此次主题活动开幕式上，一份什刹海八景图引起了记者的关注。游客们可以按照地图上的8个景点按图索骥，亲身感受什刹海的魅力。

当下，不少游客希望到历史街区“深度游”。因此，什刹海地区推出了“漫生活”系列活动。在什刹海紫檀文化主题酒店，游客们不仅可以游览传统院落，还可以欣赏紫檀家具、古玩字画、雕饰等，从而更深入地了解北京的历史文化。在烤肉季、庆云楼等什刹海地区的特色餐馆，游客可以一边欣赏秀丽景色，一边享受饕餮美食，体验别样的“漫游生活”。

此外，“什刹海造作客厅”“什刹海看海人”等多姿多彩的活动也让游客们流连忘返。

## 大数据成为“智囊”

提起什刹海，游客最想去看哪些地方？什么样的院落改造最受欢迎？……面对这些问题，设计师们不是凭经验拍脑袋，而是选择和互联网公司合作，用“大数据”解开谜题。

工作日高峰时段一小时内什刹海游客净涌入量2781人，什刹海每天被搜索次数为1298次，到什刹海的访客6.84%是高校师生……在大数据的监测下，这些内容都能比较容易地获得，并成为负责什刹海地区改造的团队的参考数据。而对于院落的分布情况、景观设计、功能改造后收效如何等情况，大数据团队同样能在资料收集后建立模型，为院落改造和功能提升提供参考及服务。

此外，本次设计周中，“感知即存在：通过大数据理解你的城市”展览、“数见什刹海——大数据参与旧城更新”主题论坛等活动，也帮助民众更好地了解大数据与城市发展尤其是历史街区改造的关系。