

國際原子能機構總幹事將訪伊朗

或助推伊核談判



新華社北京3月3日電 據伊朗媒體報道，國際原子能機構總幹事拉斐爾·格羅西定於5日訪問伊朗首都德黑蘭，與伊方一些官員會面，此行可能有助於美國、伊朗恢復履行伊核問題全面協議。

據隸屬伊朗國家安全機構的光明通訊社報道，格羅西將與伊朗原子能組織主席穆罕默德·伊斯拉米會面，還可能會見伊方其他官員。國際原子能機構前年在伊方幾處未申報地點發現濃縮鈾痕跡。這一機構去年報告，伊

方面未能在向它提交的“保障措施聲明”中解釋鈾痕跡一事。

一名伊朗官員告訴路透社記者，伊方希望不再追究這一問題。而這成為正在維也納進行的伊核協議相關方談判進展緩慢的關鍵癥結。

按光明通訊社說法，“如果格羅西此行可以幫助國際原子能機構和伊方達成解決現有保障問題的路線圖，將有助於在維也納恢復履行核協議”。

2015年7月，伊朗與美國、英國、法國、俄羅斯、中國和德國達成伊核協議。2018年5月，美國政府單方面退出伊核協議，隨後重啓并新增一系列對伊制裁。2019年5月以來，伊朗逐步中止履行伊核協議部分條款，但承諾所採取措施“可逆”。

伊核協議相關方2021年4月開始在奧地利維也納舉行談判，討論美伊兩國恢復履約問題，美國間接參與談判。第八輪談判於2021年12月27日在維也納啓動。

伊朗外交部發言人賽義德·哈提卜扎德2月28日說，各方已在伊核協議相關方談判中共同起草了“98%以上的”協議草案，伊朗正在審查。談判還存在部分問題需要解決。

據光明通訊社先前報道，伊朗國家最高安全委員會秘書阿裏·沙姆哈尼告訴伊朗議員，鑒於“美國違背承諾和歐洲不作為的痛苦經歷”，伊方必須通過確保一項可靠核協議來維護利益。

三名熟悉伊核談判的伊朗官員表示，如果美伊恢復履約，阻止伊朗出口石油以及對伊朗最高領袖大阿亞圖拉阿裏·哈梅內伊和伊朗總統易卜拉欣·萊希的制裁將被取消。

(劉曠)

調查顯示疫情下近七成韓國人收入減少

新華社北京3月3日電 韓國公共管理研究所3日發布的一項韓國人收入調查顯示，近七成調查對象說新冠疫情期間收入下降。

韓國公共管理研究所去年11月15日至22日在線調查2016名18歲及以上的韓國人，得出上述結論。韓聯社援引調查結果報道，相較於疫情爆發前的2019年，68%的調查對象自述2021年月收入降低，30%調查對象自述升高，剩餘2%自述無變化。

自述收入減少的調查對象月均減收125萬韓元(約合6559元人民幣)，自述收入增加的調查對象月均增收78.7萬韓元(4128元人民幣)。

依據這項調查，調查對象收入減少可能主要由工作時間縮短所致。疫情期間，調查對象日均工作時間由疫情前6.34小時降至5.62小

時；他們居家時間更長，與家人相處時間也變長。

(王鑫方)



日媒：“國妝”崛起迫使韓日企業轉型

核心提示：報道稱，確保在華收入的穩定是日韓品牌的共同課題。一方面避免與國妝品牌直接競爭，另一方面又要確保利潤，這就需要拿出分別針對實體店和線上銷售的高效的市場戰略。

參考消息網3月3日報道 據《日本經濟新聞》3月2日報道，中國國產美妝品牌崛起，使一直以來保持着增長勢頭的韓系化妝品迎來了競爭環境的劇烈變化。兩家韓國化妝品企業正在中國市場陷入苦戰。愛茉莉太平洋集團計劃在2022年內大幅削減旗下中等價位品牌的門店數量，加快向高端轉型。LG生活健康則通過并購轉戰美國市場，以應對在中國市場的業績低迷。

報道稱，上面提到的兩家韓企在華業務勢頭生變始於2021年夏。元大證券(韓國)的分析顯示，2021年第三季度，兩家企業在中國的化妝品銷售額同時出現同比下降，愛茉莉下降8%，LG下降2%。

報道稱，主要客戶群——20到30歲年齡段人群逐漸轉向中國國產化妝品，也就是國妝

牌，這一因素影響較大。中國年輕人根據人氣美妝博主推薦選擇產品的傾向很強，以“花西子”為代表的國妝品牌也不斷提升產品質量，搶走了不少消費者。

為了應對市場的快速變化，愛茉莉重新調整了在中國的經營策略。2022年內，主力品牌“悅詩風吟”的門店數量將削減一半。2021年，“伊蒂之屋”與“艾諾碧”已經關閉了中國市場的所有線下門店，轉而專注網上銷售。

另一方面，高端品牌“雪花秀”則保持了190餘個網點的線下銷售網絡，繼續推行重視現場諮詢的銷售策略。2021年“雪花秀”在華銷售額同比增长約50%，愛茉莉據此判斷“奢侈品市場依舊堅挺，未來將集中資源助力‘雪花秀’品牌的增長”。

報道指出，中國化妝品市場快速的變化導致了目前的態勢。英國歐睿國際諮詢公司的調查顯示，一方面位居高端化妝品市場前列的法國歐萊雅和美國雅詩蘭黛在中國取得了實打實的業績增長，另一方面，中國國產品牌開始向中端市場滲透，導致一些中端品牌陷入困境。

美林證券分析顯示，LG生活健康2021年化妝品銷售額達到約236億元人民幣，其中在華銷售額占到26%，韓國國內免稅店的銷售額占到41%。而免稅品的大部分都經由代購等渠道流入了中國市場，也就是說超過一半的化妝品銷售依賴中國。

為了分散經營，LG生活健康不斷在美國收購化妝品品牌。LG生活健康首席執行官車錫勇說，未來將繼續在北美化妝品市場擴大業務。

據報道，日本化妝品企業也在加快調整對華戰略。2021年第二季度，資生堂在華銷售額同比增长29%，但是到了第三季度快速放緩至2%。資生堂已經決定拋售中價位彩妝品牌，集中精力打造更有利可圖的高端護膚類化妝品。由於2021年中國市場上營銷費用的增加，高絲在華化妝品業務整體利潤出現下降。寶麗公司也叫停了過度打折的策略，轉而專注於提高品牌價值，不再依賴降價吸引回頭客。

報道說，各家企業都認為中國化妝品市場將繼續增長。一方面避免與國妝品牌直接競

新聞 國際簡訊

1. 斐濟近日暴發季節性傳染病，目前已造成23人死于鉤端螺旋體病，上千人感染這些疾病，兒童確診比例上升。



2. 德國近日沒收俄羅斯富豪一艘38億元游艇，法國扣押俄羅斯石油公司老板一艘7.3億元游艇；美國司法部正組建專門團隊追查俄羅斯寡頭資產；俄羅斯富豪宣布出售切爾西球隊，收益將捐贈給俄烏衝突受害者。



3. 海外疫情：巴西累計新冠死亡病例數達65萬例，居全球第二。德國累計確診超1500萬，新冠高風險地區名單“清零”。希臘將進一步“解封”，取消戶外戴口罩等強制令。

國際日報臉書網址：
<https://www.facebook.com/InternationalDaily>

爭，另一方面又要確保利潤，這就需要拿出分別針對實體店和線上銷售的高效的市場戰略。確保在華收入的穩定是日韓品牌的共同課題。

