

## 共建绿色家园 倡导文明生态

## 全国高血压日:注意自我管理血压

本报讯(记者 杨雯)昨日是全国高血压日。高血压是心脑血管病的首要危险因素,其引起的脑卒中、心肌梗死等心脑血管疾病已成为人类健康的第一杀手。专家建议高血压患者要注意血压的自我管理。

高血压是患病率最高的非传染性慢性疾病,在未使用降压药物的情况下,非同日3次血压超过140/90mmHg,可诊断为高血压,须开始生活方式干预和药物治疗。

市第二人民医院心内科副主

任、主任医师陆红进说:“现在普遍使用电子血压表测量,要在活动后休息10分钟左右测量。测量时,最好双臂都要测量,普通人的标准是高压不超过140mmHg、低压不超过90mmHg。不同的人群相对而言稍微有一些变化,有些老年人同时合并有其他脏器疾病,像脑血管动脉硬化、脑血管狭窄的病人,可能血压不适宜控制过低。”

高血压患者应坚持长期服药,鼓励选择每天服用1次的长

效降压药物,以确保平稳降压。对于高血压患者而言,自测血压和自我管理血压是预防血压升高的关键。

陆红进介绍:“有些人可能早上起来血压高点,有些人可能下午血压高点,所以最起码每天上午测1次、下午测1次,看血压是否控制得好,吃药以后是否控制在需要控制的范围之内。平时在家监测时,如果血压长时间高压高于150mmHg、低压高于95mmHg,这种情况要到医院来,在医生指导下吃药。”



日前,姜庄镇团委联合新联会开展“月圆中秋时 书韵满姜庄”系列活动,邀请青年代表、少年儿童赏中秋故事、制作中秋花灯。

卞星宇 王娟 顾婷婷 摄

## 十三届区委召开第62次常委会会议

(上接1版)统一认识、统一行动,坚定不移地推进媒体融合向纵深发展。大胆探索媒体融合发展的实践路径,以内容建设为根本,坚持既“吃大餐”也“上土菜”,促进资源整合,优化功能定位,创新推出一系列有爆点、聚民心、接地气的融媒产品,努力实现“1+1>2”的改革成效。广泛凝聚媒体融合发展的强大力量,各有关单位要加强支持保障,宣传部门要强化统筹协调,融媒体中心要增强自身造血功能,更加注重采编播管人才的培养引进,不断提升融媒高质量发展的实际成效。

会议还研究了其他事项。

## 苏中药业荣获江苏省省长质量奖

(上接1版)每年评定数量各不超过10个(含组织和个人)。

苏中药业集团股份有限公司是中国中药第35强企业,连续16年跻身中国医药工业百强,现为全国医药流通百强企业、江苏省首批创新型领军企业,苏中牌商标被认定为

“中国驰名商标”。企业以“科技创造健康”为使命,建立国家博士后科研工作站、省肾脏病药物工程技术研究中心等研发机构,加强与中科院、中国药科大学等科研院所合作,实现多个领域的创新与突破。肾域中成药黄葵胶囊荣获国家科技进步奖一等奖,是全国中医中药组第5个获奖项目。该公司肾域中成药黄葵胶囊相关专利“黄蜀葵花总黄酮提取物及其制备方法”荣获中国专利奖银奖,系迄今为止泰州市唯一获奖企业。苏中药业还结合“用科技创造健康”的企业使命以及行业、企业特色,提炼出以“品行、品质、品牌”为导向的“增先优全”质量管理模式,聚焦市场、技术、产业、管理四大领域,强化“从田头到床头”全生命周期管控,致力于打造国药精品,助力健康中国。

质量是人类生产生活的重要保障,是实现高质量发展的效益源泉。近年来,区市场监管局不断强化质量强区建设、质量品牌发展、质量基础建设等工作,综合发挥质量品牌、知识产权、标准计量、检验检测等功能效应,全面推动质量小站建设,精准对接企业需求,为企业提

供专业化、一体化质量解决方案,发挥质量基础设施支撑市场主体提质增效作用。截至目前,我区已创成省长质量奖3家、市长质量奖及提名奖10家、江苏省质量信用AAA级7家、“江苏精品”10家。

## 我区特色农产品打响“姜味食足”公用品牌

(上接1版)湿地的清香美味都演绎着动人的风情。

全面推进乡村振兴、加快农业农村现代化发展需要许多环节支撑,提升农业品牌竞争力、影响力和带动力是其中的重要一环。姜堰农产品区域公用品牌“姜味食足”LOGO及形象现场发布,宣告我区正实施农业品牌精品培育计划,进一步夯实基础支撑,加强营销推广,提升服务能力,促进消费升级。在“姜味食足”品牌加持下,我区特色农产品将以全新姿态展现世人面前。

我区结合本地优势资源和特色产业,积极打造优质粮油、绿色蛋品、优质果蔬、特色河鲜、水生蔬菜、肉制品冷链物流加工基地,产业特色明显,规上农产品加工业年产值

超70亿元。54个产品获绿色食品认证,12个产品获有机农产品认证,“姜堰大米”“溱湖簪蟹”和“苏福”牌香菇、“溱湖”牌鳊鱼先后获得中国绿色食品有机食品博览会金奖。全区已建成高标准农田51.83万亩,建成全国绿色食品原料标准化生产基地1个、省级绿色优质农产品基地13个,2022年绿色优质农产品比重达80.41%。我区将借助“苏韵乡情”优势资源,集中力量打好“姜味食足”这一品牌,以农产品区域公用品牌为旗帜,推进农产品向高端化、产业化、品牌化转变,持续做强乡村特色产业,不断丰富农旅融合内涵,让三水大地成为广大游客心中的“诗和远方”。

姜堰农产品区域公用品牌“姜味食足”设计推广负责人、元一智库农研中心主任、农参总编辑、农业区域公用品牌专家铁丁说:“品牌产业化是我们未来品牌工作的重中之重,尤其是围绕农产品品牌,如何引领农产品变成食品在我们品牌建设至关重要。尤其是乡村旅游,都需要农产品作为支撑,这一块是比较重要的。”



文明泰州 幸福家园

“讲文明·树新风”公益广告

创建为民 创建惠民  
创建靠民 创建育民

社会主义核心价值观:

富强 民主 文明 和谐 自由 平等 公正 法治 爱国 敬业 诚信 友善