

# “舞”动夕阳

本报记者 施露



夜幕降临,华灯初上,县城公园、广场、居民小区、农村健身广场、村委大院,甚至空闲地上便逐渐热闹起来。男女老少,少则几个人,多则几十甚至上百人,他们伴着优美的音乐,展臂、扭腰、转身、击掌,优美的舞姿,引来群众驻足观看。如今动感十足,活力四射的广场舞,已成为我县城乡一道亮丽的风景。

## 老年舞蹈风靡城乡

“一只鸿雁空飞过,策马奔腾向前永不悔,抚摸爱的琴弦为你弹奏这一回……”每天晚上七点,合德镇条心社区的妇女们不约而同地来到社区广场上,伴随着节奏明快的音乐,跳起了轻松优美的广场舞,不仅引来了许多观众围观和跃跃欲试,还引起了许多小朋友的兴

趣和尝试。广场舞不仅能起到锻炼身体的功效,还能拓展交际,成为中老年人日常休闲的理想之选。每天傍晚都按时前来跳广场舞的赵雪阿姨呵呵地告诉记者:“退休在家闲得慌,现在和大家一起跳跳舞,聊聊天,非常开心,感觉生活有了很多乐趣,干什么都有精气神了。”

跳广场舞作为娱乐休闲方式并融入自己生活的不只是县城居民,在广大农村,跳广场舞已经风靡流行起来。在射阳经济开发区新利村的村委大院内,劳作一天的人们纷纷来到这里休闲健身。此刻的村委大院成了一片欢乐的海洋。“广场舞好啊,不仅让许多村民改掉了往日的许多不良生活习惯,而且为我们村老百姓增添了一种健康向上的健身方式,我们很欢迎支持。”

## 舞蹈比赛风起云涌

“老王,扇子舞练得怎么样了。”近日,合德镇庆南社区60岁居民刘琴琴走进邻居王慧兰家屋里,她们两人都是社区老年人健身队的骨干成员,正为即将举行的“广场舞比赛”作准备。

为了参加广场舞比赛,他们每天早起排练,在领队的指挥下认真演练,校正动作,为了一个简单的动作甚至要重复练习多次。“参加比赛主要是为了让大家相互交流、切磋,学习别人的长处,增加自己在跳舞技能、团

队建设等方面经验。”

除了社区举行的广场舞外,还有各种联谊比赛,更加正规的还有县级、市级、省级等各种比赛,可以说为我们广场舞队提供了很好的平台。“获得过省广场舞大赛总决赛最佳表演奖的“鹤乡舞韵”领队孙海燕说,通过这种形式多样广场舞比赛活动,有利于丰富中老年人的文化生活,同时还能将老人们积极向上的精神面貌呈现给大家。

## 晚年健身风头正劲

“早上去练拳,下午去吹笛子,晚上去散步健走,一天生活安排得很充实。”在盘湾,70岁的大爷尤超为自己的日常生活排满了“课程表”。

很多老年人都以为,在上上了年纪之后就不该运动了,而事实上人老多参加运动对身体的好处很多。“以前我身体不太好,不是腰疼就是腿疼,反正是小毛病不断。现在每天做运动,发现就没有那么多小疼小痛的事情了,这多亏了健身运动。”

县人民医院张医生告诉记者,随着大家对健身运动的认知加深,越来越多的老年人开始健身,但是老年人一定要注意选择适合自己的健身运动,掌握好尺度。“老年人运动不仅有利于保持全身肌肉的正常张力,还有利于心脑血管系统的功能维护等,可谓益处多多。”

# “神奇减肥针”真能还你魔鬼身材吗

用于普通人群减肥有严格限制

近年来我国肥胖症的发病率逐年攀升,形势不容乐观。2016年《柳叶刀》发布的全球成年人体重调查报告显示,中国平均肥胖率达12%,肥胖总人数已居世界首位。

2021年6月,司美格鲁肽注射液获得美国食品药品监督管理局的批准,可用于肥胖或超重成年人的慢性体重管理。自此之后,到医院咨询该药用于减肥的人就越来越多。然而要注意的是,这类药品的应用并不像网络上说的“安全无副作用,适用于任何人”“不节食不运动,躺着就能减肥”那样简单。

再好的药都有不良反应,胰高糖素样肽-1受体激动剂也不例外。临床上最常见的不良反应包括恶心、呕吐、腹泻、便秘和消化不良等,而且发生率较高。因此,对该药反应较大的人群不适用。事实上,由于副作用而停药的人也不在少数。

对于司美格鲁肽,美国食品药品监督管理局严格限制了其用于减肥的适应症:1.适用于成年人人群体重指数(BMI)≥30kg/m<sup>2</sup>的患者;2.伴有至少一种重大疾病(如高血压、2型糖尿病、高胆固醇)的成年超重人群(BMI≥27kg/m<sup>2</sup>)。因此,医生在临床上不能盲目应用司美格鲁肽为就诊者减肥,尤其是以下人群需谨慎使用该类药物:低血糖患者、曾患胰腺炎者、肾功能不全者、甲状腺髓样癌或多发性内分泌腺瘤患者、妊娠期哺乳期妇女、已有糖尿病视网膜病变的患者。同期在使用口服药物的患者也需知晓,由于司美格鲁肽能延缓胃排空,可能会导致身体对口服药物的吸收变慢。

## 体重控制仍要遵循“管住嘴迈开腿”

慢病管理的基本措施时刻提醒我们,要想控制体重,千万别忘记“管住嘴,迈开腿”这个基本原则。目前胰高糖素样肽-1受体激动剂的给药剂量、使用疗程、临床减重效果及不良反应事件报告基本都源自大体重成年肥胖症患者。作为处方药,胰高糖素样肽-1受体激动剂有很多注意事项和不良反应,并不是人人可用的减肥“神针”。每一款新药的诞生,都需要经过时间和科学的验证。

内分泌科医生提醒大家,目前胰高糖素样肽-1受体激动剂在国内尚未获得中国药监部门批准用于单纯肥胖症患者,医生对有减肥诉求的非糖尿病患者开方属于超适应症用药或不规范用药,需要获得知情同意和医院有关委员会批准。另外,即使在适应症内的患者也要注意,这类药物使用后体重减轻范围虽然可以达到10%—15%,但如果单纯依靠药物,而不严格要求和主动改变自己的生活方式,那么肥胖走得快,反弹来得也快。

总之,减肥没有捷径,不控制饮食、不运动,“躺着实现减肥梦”是难以持久的。在专业医师指导下,科学健康地减肥减脂才是合理的。(源自《北京日报》)



近日,国漫视效巨制《深海》发布首支预告,并宣布即将于年内上映。《深海》是导演田晓鹏继“国产动画电影里程碑”《西游记之大圣归来》之后,历时7年筹备制作的又一部现象级力作;同时,也是彩条屋影业继《哪吒之魔童降世》后最为重磅的影片。据悉,为打造“前所未见”的大银幕奇观,主创耗时两年开创新性研发“粒子水墨动画”,第一次实现中国水墨与主流三维技术的绝佳结合。《深海》将于今年上映。

# 《深海》多处美学创新,你可以永远相信国漫

首部“粒子水墨动画” 2015年《西游记之大圣归来》大获成功后,田晓鹏便扎进《深海》的创作中。从已公开内容看,这又将是一部“敢为人先”的电影,在“美学创新”和“故事原创性”上都有充分体现。

首先在美学开发上。目前好莱坞式三维动画成为世界主流,但如何用主流的三维技术呈现独特的东方水墨风格,成为困扰中国动画人的难题。《深海》团队也面临着“无从参考”的巨大考验。为此,团队在前期投入了2年的视效研发时间,最终摸索出“粒子水墨”技术,才将三维与二维水墨融汇结合。例如,《深海》首次亮相便惊艳全球的一分钟预告(电影《姜子牙》片尾彩蛋),背后是长达2年的反复试验。据悉,预告中单帧画面粒子数高达1-2亿,仅单帧渲染就需1小时。上世纪,中国的二维水墨动画曾惊艳世界,此番《深海》开创性地赋予“水墨”以三维生命,期待其能用自己方式,让世界看到中国动画。

在题材的原创性上,《深海》讲述全新故事,现代女主“参宿”首次亮相,心事重重的女孩与绚烂开阔的场景形成对照,猜测《深海》或将为观众提供一场逃离现实的“造梦之旅”。从《大圣归来》的“神话”“大英雄”,到《深海》的原创“小人物”,期待中国动画迈入更加自信的新阶段。

## 七年筹制呈现庞大“深海”细节

七年筹备制作背后,是可以被量化的庞大细节,和无法被量化的极致想象力。《深海》中每一个一闪而过的场景,都经得起“显微镜式”推敲:例如,观众熟知的“深海大饭店”搭建在一个巨大的鲸鱼型潜艇上,预告中仅2秒的大饭店“下潜”镜头,曝光了潜艇外壳上多达2000-3000块样式各异的珊瑚。此外,《深海》对光影和色彩的运用也极为大胆,以预告中的大量奇观镜头为例,一反观众对深海“幽暗窒息”的刻板预期,《深海》中的海水如玻璃纸般五彩斑斓,使人感受到扑面而来的梦幻和极致的想象力。



《深海》因其前所未有的美学风格,自立项起便吸引了业内外高度关注。此前《深海》概念预告(《姜子牙》片尾彩蛋)释出,短短1分钟的片段,因视效太过震撼收获千万网友翘首期待,一度登上热搜高位;其大银幕呈现出“身临其境”的真·3D效果,更令网友惊叹“随着看完”“目瞪口呆”“全程不舍得眨眼”。《深海》的每次亮相,都凭实力展现出了不容小觑的全民关注度与现象级影响力。(源自光明网)

# 县收视全市安全生产、疫情防控、环境保护暨“产业大招商”工作调度会实况

(上接一版)要明确“招什么”,突出新能源、新材料等“四新产业”,瞄准长三角、珠三角区域,加大对东南亚、欧美外投资招商力度,加快招引一批央企、民企和上市公司。要细化“怎么招”,树立链式思维,提升招商能力,发力数字经济,狠抓载体招商,算好投入产出账,增强产业链竞争力,打造特色产业集群。要围绕“落得下”,强化代化制度,组织专班推进,构建亲清政商关系,全力推动项目快落地快建设。

会议对当前疫情防控重点工作进行部署。周斌指出,要增强“时时放心不下”的责任感,扎实做好常态化疫情防控工作。要紧盯重点人员排查管控,坚决筑牢外防输入防线。要把学校疫情防控作为当前重中之重,周密组织返校,加强核酸检测,储备充足物资,做好闭环管理,确保新学期开学安全平稳有序。相关板块要加快方舱医院建设,全面提升应急处置能力。

就贯彻落实会议精神,王宁强调,全县各层各要进一步提振精神状态,理清工作思路,围绕省市各项部署要求,压紧压实各方责任,加大风险隐患排查力度,以更高的标准、更实的举措,统筹抓好发展和安全,以实际行动迎接党的二十大胜利召开。要时刻绷紧疫情防控这根弦,真抓实干精准防控举措,加快方舱医院建设进度,全方位织密筑牢疫情防控网。要坚持项目为王,聚焦“2+2+3”重点产业集群,摸排招引一批体量大、前景好的重点项目,强化要素保障,提升服务效能,进一步提高开工率、竣工率,打造具有射阳特色的现代产业集群。要坚决守住“生态环境只能变好不能变坏”的底线,聚焦中央保护督察反馈问题及群众反映强烈的突出问题,举一反三,深入排查,全力整改,确保高标准打好蓝天碧水净土保卫战。

县领导凌晓东、张超、刘成志、陶晓林、陈剑峰、吴俊参加射阳分会场会议。

# 盘点睡好美容觉的9大步骤

很多人每天晚上十一点之前就会睡觉,并称之为“美容觉”。虽然不是想着一觉醒来能变瘦变好看,但是,睡个好觉的确可以让人神清气爽、容光焕发的。那么,为什么美容觉具有美容的功效呢?睡好美容觉有些什么步骤呢?

## 什么时候睡觉才算美容觉?

人们的最佳睡觉时间应该是晚上21:00-23:00至次日早上03:00-05:00末,也就是在晚上21时睡下,早晨5时起床。这是因为亥时三焦经旺,三焦通百脉,此时进入睡眠状态,百脉可休养生息,可使人一生无疾。

人体五脏六腑之气都取决于胆,取决于胆气的生发,如果胆气能够生发起来,身体就不会受到影响。而23时至凌晨1时是子时,胆经最旺。能在21时至23时这个时间入睡,在胆经最旺的时候就能得到很好的休息,帮助人在睡眠中蓄养胆气。

养好胆气能够美容,这是因很多夜猫子,在子时还未入睡,加重胆经负担,肝胆的主色为青色,所以睡眠不好就会脸色发青,目倦神疲,这样如何能美丽?如果不能21时睡下,那至少应该在23时之前入睡,才能有养颜美容的效果,才算是真正的美容觉。

## 睡好美容觉六大步骤

睡好美容觉”已经成了一句流行语,可见“美容觉”对于美容还是十分重要的。但是,想要睡好美容觉,这可不是睡够8个小时这么简单,也不是贴几片面膜就能解决的。睡好美容觉,至少有6个步骤。

### 第一步 不要吃咸饭

你有没有过早上起来,眼皮重得睁不开、整个脸肿得像猪头的经历?这很可能是你晚上吃得太咸了。

### 第二步 少喝水和别喝酒

很多人会觉得,睡前小酌一杯葡萄酒很放松,能帮助入睡。但其实,睡前喝酒反而会让人睡不稳、睡不踏实,而且还会让你的皮肤变干燥、毛孔变粗大。如果你怕喝水太多变成“起夜家”,不如小口小口地喝点温开水,尽量趁早喝。

### 第三步 洗个热水澡

洗个10几分钟的热水澡,一般是最好的。这样可以让你疲惫了一天的身体放松下来,让你更快入睡,每天多睡一会儿。

### 第四步 做好护肤

深度睡眠时,肌肤新陈代谢达到最佳状态,皮肤血管完全开放畅通,血液营养可充分到达基底膜原层。因此,睡前补充的胶原蛋白顺着血液循环,直达皮肤深层,修复受损组织,锁水保湿,此时,胶原蛋白的美容效果最为高效。

### 第五步 入睡姿势

总的来讲,仰面睡觉,是最佳美容睡姿,不压迫身体脏腑器官,可以避免压出面部皱纹。右侧卧是最健康的睡眠姿势。由于人体心脏位于身体左侧,左侧卧会压迫心脏,而右侧卧则最为稳定。

### 第六步 卧室环境

良好的卧室环境,可以让回家休息的人尽快放松下来,从而保证良好的睡眠质量。因此,卧室睡眠环境的营造是极为重要的。

人的生命中,大约有1/3时间是在睡眠中度过的,正是这1/3时间为各种活动提供了可靠的保证。美容觉对每个女人都十分重要,一定要睡好美容觉,不要因为年轻就提前透支美丽的资本哟!

(源自光明网)



# 周大福、周生生、周六福……为啥珠宝品牌扎堆姓“周”?

在一众“周姓”珠宝品牌中,1973年周生生在香港联交所上市,成为香港第一家上市的珠宝公司,2011年周大福在香港联交所主板上市,2017年周大生在深圳证券上市。在周大福、周生生、周大生三家珠宝品牌纷纷上市后,周六福珠宝股份有限公司在今年7月预披露招股书,继2020年闯关IPO未获通过后再度闯关。

根据周大福、周生生、周大生年报以及周六福本次招股书的数据,在营业额方面,周大福2022财年实现营业收入989.38亿港元,同比增长41.0%;周生生2021年实现营业收入219.88亿港元,同比增长46.61%;周大生2021年公司主营收入91.55亿元,同比增长80.07%;周六福2021年实现营业收入28.29亿元,同比增长35.91%。

近两年,在珠宝行业增速放缓和疫情冲击的背景下,各大珠宝品牌都在布局下沉市场。记者梳理上述珠宝品牌报告的门店数据时发现,周大福、周生生、周大生、周六福这四大“周姓”珠宝品牌,国内珠宝市场的门店版图都在不断扩张,而结合四家品牌近期的营业收入、净利润的数据,珠宝品牌中高端企业明显在通过抢占下沉市场获得营收增量。

品牌名称高度相似的不同“周姓”珠宝品牌之间,却经常陷入商标以及著作权纠纷。据媒体报道,2002年,周大福曾经把周大金背后的一家上海公司告上法庭;2012年,香港周六福珠宝国际集团曾诉周百福侵害商标权,周百福辩称对方山寨周大福;2015年,香港周六福珠宝国际集团将周六福珠宝股份有限公司送上了法庭。

国内珠宝品牌为何爱姓“周”?业内人士称,这种品牌命名方式其实就是“傍大牌”,中国珠宝行业在从加工制造到品牌创立经历的过程中,“傍大牌”模式更容易引起注意、制造话题,本质上更像是一种营销策略而非品牌塑造,同时珠宝品牌扎堆命名“周姓”也反映出了珠宝行业的巨大市场。

## “周氏”珠宝抢滩下沉市场

中国珠宝玉石首饰行业协会的《2021中国珠宝行业发展报告》显示,按销售额计算,2021年中国珠宝首饰市场规模一举跃上了7200亿元新台阶,未来珠宝行业的市场规模将加速提高,马太效应日益凸显,而通过开设线下店“跑马圈地”布局销售网络抢占市场份额的方式,仍是头部珠宝上市企业市场扩张的重要策略。