

全球慢阻肺患者达2.1亿

秋冬季受污染的寒冷空气易诱发急性发作

【本報訊】(記者陳青)眼下,正是秋冬季慢阻肺急性加重的高發季節,中華醫學會呼吸病學分會副主委、復旦大學附屬中山醫院呼吸科主任白春學教授近日表示,慢阻肺患者在加強自我防護的同時,需要堅持長期規範用藥,並重視使用指南推薦的基礎治療藥物如長效支氣管擴張劑等,從而打好秋冬“阻擊”慢阻肺急性加重的關鍵戰役。

“急性加重期”。患者在日常“穩定期”症狀不明顯,但進入“急性加重期”時,症狀會驟然出現或急劇惡化,每一次急性加重發作後,患者的肺功能大多會進一步下降,即病情的不可逆性惡化,增加死亡風險。

白春學教授指出,急性加重期產生的相關費用佔到了慢阻肺患者整體費用的40%-70%。因慢阻肺急性加重而住院的患者中有8%左右的患者在住院期間死亡,有近一成的患者在自住院起的三年內死亡。

呼吸道疾病中的隱形殺手

明天是第十一個世界慢性阻塞性肺疾病日(以下簡稱“慢阻肺”),今年的主題是“關注慢阻肺,永遠不晚”。慢阻肺是一種逐漸削弱患者呼吸功能的破壞性慢性肺部疾病,被稱為是呼吸道疾病中“不動聲色”的隱形殺手。

白春學教授介紹說,從病情發展來看,慢阻肺可分為“穩定期”和“急性加重期”。

白春學教授提醒說,當慢阻肺患者出現呼吸困難、活動能力下降等症狀時,往往便是患者即將進入相對頻繁發生急性加重階段的預警信號。在病情惡化,出現頻繁急性加重前及時展開治療,是降低疾病風險的關鍵。

傳播激勵計劃“慢阻肺防治”首場知識共享會上,白春學教授為慢阻肺患者穩定期秋冬支招。他建議,對於穩定期的慢阻肺患者,需要堅持長期使用包括長效抗阻藥藥物在內的基礎維持治療藥物來預防急性加重,其療效已經被多個大型臨床研究所證明。

同時,由於慢阻肺多發於中老年人,應注意減少骨質疏松的風險,避免在慢阻肺急性加重時反復使用糖皮質激素。此外,慢阻肺急性加重患者出院後,可在門診治療期間早期肺功能康復,改善運動能力和健康狀態。日常生活中,戒煙是最基本的預防策略,同時應提前注射流感疫苗以及肺炎球菌疫苗。

“00后”來了②

上周,向明初級中學召開預備年級家長會,袁煒婷老師被家長團團圍住,到晚上10點多才散會。學生的課外閱讀是中心議題之一。喜歡追逐潮流,卻對傳統經典敬而遠之,“00后”學生課外閱讀的這一傾向,讓不少家長感到憂慮,他們希望老師能給孩子推薦一些好書。

在袁老師看來,解決學生閱讀問題並非開張閱讀書目这么简单。閱讀,是人們與世界溝通的一種方式,“00后”在閱讀選擇上的鮮明特點,也讓他們發現與他們這代學生溝通的難點。

袁煒婷老師表示,“以前學校老師布置的閱讀書目,學生即使不喜歡,也會像對待作業一樣硬著頭皮看完。但現在有的學生就不一定了,他們會有自己的選擇。”

袁煒婷老師認為,對於初中階段學生,老師的指導還是很有必要的。在學生的意識里,老師布置的閱讀就是作業,容易產生反感,不願意去讀。我們這樣做就是希望閱讀成為學生自發的要求。”

“00后”阅读,谁与共鸣?

本報中有《威尼斯商人》的節選,吳群英建議學生課外再找些莎翁的作品拓展一下,不少學生看了之後就喊头疼,表示“讀不下去”。

與經典文字的距离感,不僅源於經典作品的年代久遠,更重要的是,“00后”喜歡的閱讀感覺和節奏與經典作品大相逕庭。學生們對經典有一種仰望之情,卻很難進入他們父輩過去的讀書情境之中。

吳群英老師為學生課外閱讀開“菜單”時,會把握以下標準:主題要表現愛和寬容;語言要規範、優美;篇幅不宜過長,千字文為宜,可以是名家名作、報刊雜誌上的美文,也可以是優秀學生習作等,滿足教學需要的同時盡量貼近學生。

吳群英說,有個初二男生強烈要求她看《東周列國志》,還是文言文版的。“這些學生在閱讀上有一定品味,但苦於無人交流,希望能從老師那里得到一些共鳴。”

“00后”阅读追逐潮流

吳群英是向明初級中學的語文教研組長,她現在所面對的學生正是我們常說的“00后”。“以前學生是經典閱讀為主,現在學生的閱讀受網絡的影響,選擇更多,也更自主。”

学生渴望平等的交流

“00后”不喜歡受約束,傳統教學中常用的強制的、命令式的教育方式,對他們顯然已不適用。他們需要受尊重,需要民主,喜歡參與與規則的制定。

老师开书单,学生未必领情

學生在閱讀上的偏好直接反映到作文上。吳老師的印象是:女生作文往往喜歡煽情,多愁善感,像“杯具”、“稀飯”、“醬紫”等網絡用語,作文中隨處可見;男生相比女生,看問題較深刻,但真要落筆,卻又說不清楚,他們的作文重議論,有深度,但常常條理不清,語言匱乏,尤其是敘述能力弱,容易寫成流水帳。

学生渴望平等的交流

“00后”不喜歡受約束,傳統教學中常用的強制的、命令式的教育方式,對他們顯然已不適用。他們需要受尊重,需要民主,喜歡參與與規則的制定。

“商业节日”如何“凭空制造”

11月11日这个日子正被演绎成为一个盛大的网络购物节。阿里巴巴集团昨天凌晨确认,“11·11”当天,天猫和淘宝的支付宝总销售额达到191亿元,是去年的3倍多,其中天猫总销售额为132亿元,淘宝完成59亿元,而支付宝交易额则高达1.058亿笔。

细心的你会发现,“11·11”这个日子,之前除了从网络上衍生出的那个关注度并不高的“光棍节”以外,并没有任何特殊的含义。4年前,阿里巴巴把11月11日作为促销日,凭空造了一个“购物节”,4年后,它成功变成了全民购物节,其背后的意义耐人寻味。

一个“商业节日”是如何被制造出来的?复旦大学管理学院市场营销学副教授张磊认为,去年的“世纪光棍节”(2011年11月11日)是一个重要转折点:“阿里巴巴集团成功利用了世纪光棍节这个特殊时机,助推了‘购物节’的影响力。”

“造节”来吸引人气。但不得不承认,天猫是凭空“造节”最成功的一家,让这一天产生了巨大的聚合效应。

4年造出一个“商业节日”

还记得2年前,淘宝曾经拍过一条宣传片,其中有一句口名叫做“没人上街,不等于没人逛街”,如今这个“梦想”似乎已成现实。10日晚上,本报记者从杭州西湖区万塘路经过时见到,好几个“90后”一边走出KTV,一边念叨着“还有一小时就要开始抢疯了,赶快回家”,让记者印象深刻。

网购大环境形成是因

如果追溯“造节”的源起,天猫绝对不是第一家。早在线下零售业发展之时,各大商场就会借助店庆、岁末促销等时间节点获得长足发展,中国经济未来的增长新动力在于空间和时间:空间是指做好城镇化,在全球化过程中,以开放的心态来布局空间;时间是指把握金融资源的价格时间点,合理运用长期、短期投资,创新融资手段。

能否造出原创大品牌

光看这个191亿元的数字,着实令人欢欣鼓舞——这相当于上海今年中秋国庆黄金周8天395家大中型商业企业5000多网点总营业收入(64亿元)的3倍,这个数字也将其他电商的“双十一”数据狠狠甩出“几条街”。

利好消息密集释放

在日前举行的通气会上,证监会相关负责人称,已与有关部门就在原有700亿元RQFII投资额度的基础上,继续增加2000亿元额度一事,原则上达成一致,将有计划、有步骤地实施。在增加RQFII投资额度的同时,有关部门正在着手修订相关实施细则,拟进一步扩大机构范围,放宽投资比例限制等。这一最新举措有望为A股市场带来新的增量资金。

高端住宅成交量仍低迷

【本報訊】(記者陳桂蘭)據金豐易居&佰威聯合研究中心提供的數據顯示,上周上海商品房地成交面積為32.37萬平方米,環比前周跌8.78%;成交均價為每平方米21044元,環比前周漲7.12%。商品住宅成交面積為20.20萬平方米,環比前周跌22.32%;成交均價為每平方米22088元,環比前周漲3.33%。上周商品房新增供應面積為8.89萬平方米,環比前周跌52.59%;商品住宅新增供應面積為1.92萬平方米,環比前周跌73.88%。

中国东方资产管理公司上海办事处关于上海荣劭塑料制品有限公司不良债权的处置公告

中国东方资产管理公司上海办事处(以下简称“我方”)拟对所持有的上海荣劭塑料制品有限公司不良债权资产进行处置,特发布此公告。该债权总金额为人民币199294万元及相应利息,分布在上海地区。特别提示:以上资产信息仅供参考,不得作为担保或任何法律责任。本资产的受让对象须为在中国境内具有完全民事行为能力且具有独立法人资格或具有完全民事行为能力的自然人;交易对象不得为:国家机关、金融监管机构工作人员、政法干警、金融资产管理公司工作人员、国有企业债务人管理人员、参与资产处置工作的律师、会计师、评估师等中介机构相关人或者上述关联人参与的金融资产管理公司工作人员、国有企业债务人或者受托资产评估机构负责人等有直系亲属关系的人员。

透视“11·11”现象①

分析師表示,截至11日,11月商品住宅的均價僅每平方米21013元,是今年3月以來最低的均價,目前高端住宅的成交仍总体低迷。然而“庫存”仍在高位,市場存在明显的分化,有的产品已经止跌企稳,甚至存在上涨空间,有的则处于严重“供过于求”的失衡状态。

中国东方资产管理公司上海办事处关于上海荣劭塑料制品有限公司不良债权的处置公告

中国东方资产管理公司上海办事处(以下简称“我方”)拟对所持有的上海荣劭塑料制品有限公司不良债权资产进行处置,特发布此公告。该债权总金额为人民币199294万元及相应利息,分布在上海地区。特别提示:以上资产信息仅供参考,不得作为担保或任何法律责任。本资产的受让对象须为在中国境内具有完全民事行为能力且具有独立法人资格或具有完全民事行为能力的自然人;交易对象不得为:国家机关、金融监管机构工作人员、政法干警、金融资产管理公司工作人员、国有企业债务人管理人员、参与资产处置工作的律师、会计师、评估师等中介机构相关人或者上述关联人参与的金融资产管理公司工作人员、国有企业债务人或者受托资产评估机构负责人等有直系亲属关系的人员。

财经快评

搅局者

360这家做免费杀毒软件起家的公司传出新动向——继涉足浏览器、手机、搜索、游戏等领域后,它又要扎进在线旅游“扑腾”一番。根据它的说法,全新的旅游网站将主要以展示线路为主,各种与旅游相关的公司都可以将产品放在网页上,只要支付足够的广告费。初看到360要来越“浑水”实在令人费解。今年一把“价格战”之火已经搅得旅行社市场好不热闹,行业竞争压力日益加剧。此时,毫无经验、资源可期的360冒冒然闯进来,能捞到什么便宜呢?然而,再看看360做旅游的模式:自己不做机票、旅游线路等,而是提供“开放平台”,无论你是在线旅游的老板还是老二,都能有饭吃。这招并非没有先例。当年团购市场的“千团大战”时,360就推出了类似的平台——团购导航,结果坐拥不菲的广告收入。对360而言,最大的优势是“4亿用户”,卖流量成为“最快的生意”。