



打一针就“躺瘦”？不能只看收益不看风险



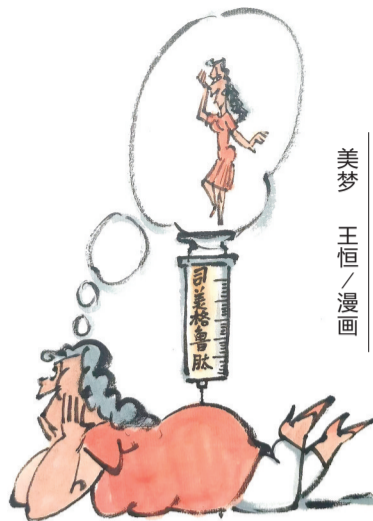
最近,很多减肥人士都在热议一种减肥“神药”,网上有人表示几针下去,体脂率猛降,还能让“易胖体质”变“易瘦体质”。“神药”

真的有这么“神”吗?

事实上,这种“网红减肥药”叫司美格鲁肽,原本是被用于成人2型糖尿病患者的降糖药。它通过抑制食欲,延缓胃排空而增加饱腹感,实现降糖减重的效果。目前,该药尚未在国内获批减重适应症。

“神药”走红带来了两个问题。一方面,大批有减肥需求的人士纷纷通过线上平台、代购渠道购买,致使原本用于治病的药物变得越来越难买,价格也上涨了不少。应该正常用药的患者却面临着断药的威胁。另一方面,由于没有正式获批用于减肥,爱美人士只能通过灰色渠道获得药品,存在很大的风险。

中山大学附属第一医院内分泌科的卫国



美梦 王恒/漫画

红教授表示,使用司美格鲁肽后往往会对胃肠道产生副作用,比如腹胀、腹痛、便秘甚至呕吐;“另外这个药品使用久了之后,抑制食欲和减重效果也会逐渐降低;停药后,倘若不注意饮食和运动,体重反弹的情况也会存在。”

可见,网上流传的减肥效果虽然很诱人,但普通人还是应该遵医嘱而不是擅自用药。

更何况,你真的需要减肥吗?即便真的要减肥,真正有效的方式还是“管住嘴、迈开腿”,而不是通过滥用药物。前者虽然比较难,但是科学有效且没有副作用;而后者虽然被吹嘘为“无痛”减肥,但背后隐藏的风险难以估量。“躺瘦”“暴瘦”,听上去很美,却可能付出健康的代价。

或许在未来,随着国内对该药的了解越来越深入,司美格鲁肽有望获批用于减肥。但是在目前,无论是医美机构还是个人,都应正视滥用药物的风险,放弃对“神药”的幻想。网络平台也应加强内容监管,防止少数人刻意吹捧药效引发效仿。此外,医疗机构应加强药物管理,让真正需要的患者获得相应药物,防止药物通过灰色途径流出。总之,这个世界上并没有“神药”,使用任何一种药之前,都应了解其潜在风险,最简单的方法仍然是“遵医嘱”。

光明网 土土绒

市场星报

出版单位 安徽市场星报社
地址 合肥市黄山路599号
时代数码港24楼



新闻热线 62620110
广告垂询 62815807
发行热线 62813115
总编办 62636366
采编中心 62623752
新闻传真 62615582



市场星报电子版
www.scxb.com.cn
安徽财经网
www.ahcaijing.com
Email: admin@scxb.com.cn



零售价 1元/份
全年定价 240元
法律顾问 安徽美林律师事务所
杨静 律师
承印单位 新安传媒有限公司
印务公司
地址 合肥市望江西路505号
电话 0551-65333666

星报传媒 全媒体矩阵



市场星报官方微信



《安徽画报》微信



掌中安徽APP



市场星报官方微博



“我向医保吐吐槽”这个真该有!

对医保有疑问?对医保工作有想法?欢迎您来“吐吐槽”!5月15日,记者从安徽省医疗保障局获悉,即日起至6月12日,全省“我向医保吐吐槽”活动启动。此次“吐吐槽”内容包括:医保待遇政策、医保经办服务、医保支付方式改革、异地就医备案等方面的意见建议;医保工作中遇到的困难和问题;对省医保局工作的意见建议。(本报昨日03版)

“您对异地就医报销有何建议?安徽面向全社会公开征求意见”“你对医保有疑问?欢迎来‘吐吐槽’”昨日,这两条新闻引起了读者和网友的高度关注。这不仅是因为安徽省医保局开门纳谏、态度诚恳,更主要的是医保涉及每个人的切身利益,自然关注度很高。

我们都知道网上有个“吐槽大会”很火,

一帮嘉宾专挑被吐槽人的缺点,面红耳赤,甚至下不来台。安徽省医保局面向民众开展“吐吐槽”活动,动机自然也是想听听真话,广泛收集意见,推动医保工作更好地发展,让医保更好地满足人民群众疾病医疗的合理需求。

健康医疗和每个人都息息相关,医保工作关系民生,连着民心。医保部门作为重要的民生部门,肩负着社会稳定减震器的重要职责。因此必须始终坚持人民至上、生命至上,紧贴群众健康需求,按照“织密网、增福祉、兜底线、惠民生、可持续”的思路,不断优化完善多层次医疗保障体系,维护医保基金安全,提高医保治理效能,着力解决人民群众疾病和医疗后顾之忧。

医保工作由于涉及每个人,因此极其繁

琐复杂,很难让所有人都满意。但不能否认,我们还有很多措施不完善、工作不到位,群众抱怨在所难免。正是由于这些,我们必须放下架子,接受批评,开门纳谏。我们的目的就是要将群众的意见建议收集上来,归纳、总结、完善,并加以实施。

医疗保障事关民生福祉,和我们的生活密切相关。如何看管好百姓的救命钱,破解百姓看病贵、看病难是摆在我们面前的重要课题。“我向医保吐吐槽”这个活动很好,应该有,而且应该经常有!

确保“患病有保障、看病更方便、治病少花钱”,牢牢兜住群众的健康底线是我们的职责。多听听群众的声音,多站在老百姓的角度才能更好地为民造福! 栗水



互联网保险应回归保障初心

近年来,伴随互联网信息技术和金融科技的发展,互联网保险行业蓬勃发展。然而,在发展过程中,互联网保险产品玩“文字游戏”升级保费、设置免赔额高门槛、投保容易赔付难等套路屡遭诟病。不少消费者“吐吐槽”:看似以极低的保费为自己配足了保险保障,但等到理赔时才发现“保了个寂寞”。(5月15日《工人日报》)

保险是一种规避风险、减少损失的保障机制,在市场经济环境下,保险行业为各行各业提供了避险服务。互联网保险也属于保险产品,在营销和产品设计方面,有很多创新点,投保方式便捷高效,吸引了很多消费者。比如退货险、航意险、新冠险等互联网保险产品,均以新颖独特的保障设计,灵活的购买方式,获得了消费者认同,部分产品还成为了“爆款”,俨然就是互联网保险的创新样本。

不过,近年来,保险公司为了抢夺市场份额,频频打“擦边球”,在宣传、销售、理赔等环节,埋下了消费陷阱,令消费者蒙受巨大损失。互联网保险的这些乱象,理应受到监管部门的处罚,并尽快全面清

理、整改。

比如“首月1元”“每月最低0.1元”等即可享受百万保额,此类宣传口号极具诱惑力,消费者购买并开通自动续费之后,才发现后续保费每月高达数十元、数百元之多,与宣传完全不符,这就是典型的虚假宣传、消费欺诈。

此类违法违规行为,破坏了行业的公平竞争秩序,也有违保险的本义,必须严惩。2021年,首家互联网保险公司受到行政处罚。据银保监会对众安在线财产保险公司的行政处罚决定书,认定其存在宣传销售页面欺骗投保人;未按规定使用经批准或者备案的保险条款、保险费率;编制或者提供虚假报告、报表等违规行为,依法处以罚款合计145万元,并对相关负责人给予警告、罚款。

可见,针对互联网保险的各种乱象,需要进一步加强监管,对违法者采取重罚措施,可施以惩罚性罚款,强化执法纠偏力度,敦促保险公司回归保障初心,认真研发产品,规范宣传、销售、理赔等各个环节,严禁欺骗、诱导消费者。

江德斌



把心情照顾好,比什么都重要

心中若无烦恼事,便是人生好时节。然而,生活又哪能尽如意呢?世事本就无常,与其强求诸事顺心圆满,不如想开、看开、放开。坏事未必不好,有时候,它甚至是命运悄悄赠予你的一份惊喜。

太顺利的人生,没有风雨,也不会有生机。唯苦过,方知甜;唯累过,方得闲。每种烦恼,都有意义。如果说快乐是人生的财富,那么烦恼就是人生的调味剂。没烦恼时不寻烦恼,有烦恼时不怕烦恼。 @人民日报



直线做事,曲线做人,喜乐一生

人生应具备两种心态:“直线是成果,曲线是成长;可曲可直,要么收获成果,要么享受过程,但从不沮丧,不自我苛责。”直线做事,乘势而上。真正厉害的人,往往都是行动上的巨人,一旦看到目标便果断前行,很少犹豫,也从不等待。曲线做人,逆势而生。把该做的做好,该来的才会如期而至。好的人生,可曲可直。生活喜乐的人善于“调频”,从不偏执。 @新华社