

怎么做,才够“乐活”?

(上接 C1 版)

田田妈 大型超市都有卖有机蔬菜的

全职太太, 往往会有一手好厨艺, 善于搭配家人的饮食, 田田妈就是。

“从生完小孩开始关注饮食的健康问题, 每天都要为孩子搭配好最合适的营养, 而有机蔬菜目前是我的首选。”田田妈说。

有机蔬菜是这几年兴起的概念, 就和有机茶一样, 是遵循天然的生态系统生产的蔬菜, 不施农药化肥。对于有机蔬菜的概念, 田田妈也是从其他有机食品衍生过来的。“第一次看到有机蔬菜的时候, 想着应该是和有机茶有机鱼之类的一样吧, 没有农药的污染。”

自从发现超市里开始出现有机蔬菜, 她便开始关注这些有机的食品。有机西红柿、有机黄瓜、有机青菜, 虽然价格比普通的蔬菜要贵上一倍或者多倍, 但是田田妈只要看到了就会去买。除了蔬菜, 肉类食品她也尽量选择可靠优质的牌子。

世纪联华, 是她最常去的超市。“去买有机蔬菜, 龙在天牌子比较多见, 还有绿叶牌子。其他肉类我就买联合鲜肉, 不大会去菜场小摊上买, 因为有牌子的会标明来源产地, 有较高的透明度, 吃着也放心, 特别是有机蔬菜, 都有标明质量体系 and 产地来源等等。”

“我们并未从我们父亲那里继承地球, 我们是向我们的孩子借用地球。”来斯特·布朗的这句话被广泛用于有机食品的推广。大量使用农药化肥其实是最为破坏生态系统的手段, 一般而言, 目前至少有八种普遍被使用的杀虫剂会致癌, 而小孩从食物中接触到的机率比大人高四倍。你现在所选择的食物将会深深地影响到你孩子将来的健康。

也正是出于这样的原因, 像田田妈这样的家庭主妇也越来越多。她说, 现在的家庭基本只有早餐和晚餐是在家里吃的, 即使全部买有机食品, 在价格方面还是可以接受的, 主要问题还在于目前的有机食品太少了, 只有少量的蔬菜能看到, 有机的概念还不够被广为人知。

目前超市贩卖的有机蔬菜大多来自有机农场, 世纪联华、家乐福等都能看到。并且大多数有机蔬菜都有一个自己的“出生证明”, 通过这个认证体系, 可以追溯到从播种到收获的整个过程和环节。



林白

林白 布衣是寻找另一种自由的方式

有这样一群人, 他们只穿棉麻等源自天然的布料, 并且以此作为一种生活方式, 体验这样的乐趣。他们还有自己的论坛, 有极其严格和苛刻的管理, 只有真正喜欢布衣的人才能加入并为之伍, 林白就是其中的一个 MM。

他们时常一起去买布衣, 碰到“江南布衣”或者“播”之类衣服打折的时候, 就会蹲点, 像批发一样地买一堆的衣服, 有些款式超级喜欢的还多买几件, 穿一件, 留一件。

有人说穿布衣的就两种人, 若非年岁已老, 便是清丽如仙的人才能穿出布衣的神韵。林白是属于后者, 从头到脚都是棉麻布衣, 棉布的皱皱衬衫、宽腿的七分麻裤、布艺的平底鞋, 搭配在本身就很清瘦的林白身上极其好看。她还开了一家叫做“一亩田”的淘宝小店, 只是淡淡的清新的布衣加上几句淡如清风的生活感悟, 生意却出乎意料地火爆。

“我的衣柜里只有布衣, 本能地喜欢这种天然的布料。”她说, 说起家里的布衣, 还真有点夸张。“估计有四五百件吧, 自己也没数, 但根据一个跟我同买布衣的 MM 的计算, T 恤就有近百件, 别吓着啊, 衣服全是放纸箱里的, 两个衣柜都已爆满, 牛仔裤也有七八十条。”

“爱上一个认真的消遣, 用一朵花开的时间……原本就是这样吧, 一首歌, 一条裙, 一朵花……无数个美好的瞬间, 成全了我们的似水流年……”不像别的卖家那样, 林白在淘宝小店贴的并不是衣服的介绍, 而是这些灵动的源于生活的文字。“05 年 8 月吧, 本来是想展示一下自己的手工作品的, 没想到现在居然变成一家人气还算旺的淘品店了。我觉得大家喜欢‘一亩田’, 是因为它带大家发现了美, 一件本来平常普通的布衣裳, 通过自己的搭配, 可以让它变得不一般起来。”由于林白喜欢的东西有很多手工制作, 都是她亲手用好看的棉布缝起来的拼贴, 普普通通的棉布衣服在她手里也会变得不凡。

蓝印花, 象形文字的图案, 细细碎碎的花, 印在粗粗的牛仔和麻质面料上。就是这些天然而朴素的细节, 成了林白的最爱。“我是个简单的人, 自己喜爱的事物也希望能有同好的朋友一起分享, 开店就因为这么简单的理由。我不清高, 也很物质, 但是相信索取物质的根本是为了获取快乐, 所以这个小店没有更高远的目标, 也谈不上什么野心, 价格也都是随性而定的。”

林白是个清新的江南女子, 眼神清澈有点像袁泉, 举手投足都充满了意味, 讲话也是温温的很贴心, 还有一头漂亮的长发让人印象深刻。她说现在的生活很自由很随性, 是自己喜欢的, 布衣也正好衬托了她的性格。最近她准备和朋友弄个手工工作室, 试着去做一些自己喜欢的手工作品, 然后拿出来跟大家分享。

她说: “喜欢布衣就如同喜欢我自由自在的生活方式。”如今她继续着她的布衣梦想。

揭秘曲美旺销市场 8 年背后……

曲美, 中国驰名医药品牌太极集团有限公司旗下的一个明星产品, 上市 8 年之久, 一直占据着口服减肥类产品市场 40% 以上的市场份额, 成功减掉脂肪近 10000 吨, 累计上千万人次成功减肥, 是减肥市场上持续保持生命力的领导品牌, 成为全球安全有效的减肥典范。究竟是什么在背后支持着曲美经久不衰呢?

独特双重机理 保证减肥疗效

早在上世纪 80 年代末, 曲美在国外就经过了历时 10 年的临床研究。1997 年 11 月, 以对药物安全性的审慎谨慎和苛刻而著称的美国食品药品监督管理局 (FDA), 正式批准曲美在美国上市。曲美成为 FDA 成立 30 年来批准的第一个安全的减肥药。1998 年, 曲美顺利获得了欧洲 CPMP (专卖药品委员会) 的批准, 正式在欧洲 20 多个国家上市; 曲美登陆中国, 成为国家食品药品监督管理局批准在中国上市第一个“国药准字”号减肥药物。

据介绍, 曲美之所以能从 1997 年至今, 从美国到中国一路绿灯, 关键是其具有独特的双重减肥机理, 一方面有效燃烧体内脂肪, 增加脂肪的“出口量”, 减肥不腹泻; 另一方面, 通过减少人体对热量的摄入, 进而减少脂肪的“进口量”。正是这种双管齐下的减肥原理, 在全世界减肥药品中独一无二, 使得曲美能以独特的减肥原理走南闯北, 风靡全球, 在减肥市场上享受殊荣, 每年都排列在全世界销量最大的药品

之列。

正规四期临床 保障用药安全

尽管早在上市前, 在上海第二医科大学瑞金医院、山东医科大学附属第一医院、重庆医科大学附属第一医院、天津医科大学总医院对不同地域的中国肥胖者进行的大规模临床试验已经证明了曲美的安全性和有效性, 但曲美还是在上市后开展了第四期临床试验, 进行安全性再评价。经过药监部门批准, 由国内 8 家权威医院组成的“曲美新上市后再评价协作组”在 2002 年 3 月至 2004 年 3 月进行了为期两年的曲美上市后的再评价临床研究试验。

一般而言, 用于人体的药品, 只需经过三期临床试验后, 证明对人体疾病安全、有效, 便会获批上市。然而, 为何上市后的曲美还要花大力气开展四期临床呢? 太极集团龙粤公司谭昌贵总经理说, 在更大的人群中进一步证实曲美的疗效和安全性可以给医生和曲美服用者提供更加详实的研究资料, 进一步保障曲美的安全有效。

“太极”旗下明星产品 品质保证

曲美进入中国已有 8 年时间, 也为广大消费者所认识, 然而, 也许很少人会发现, 当年将曲美引入中国的并不是别人, 而是国内一家医药产业链相当完整的大型企业集团——太极集团有限公司。

据悉, 作为中国 520 家大型企业集团之一的太极集团, 有实物资产 60 亿元, 无形资产 100 亿元, 拥有“太极集团”(重庆太极实业(集团)股份有限公司)、“西南药业”(西南药业股份有限公司)等两家上市公司, 1500 多个药品批文, 13 家制药厂、12 家医药商业公司及太极医药研究院和重庆中药研究院两个大型研发机构。

值得一提的是, “太极”(TAIJI) 已经成为中国驰名医药品牌, 而曲美正是该品牌下的一个明星产品。

曲美稳坐减肥市场第一品牌交椅

自 2000 年登陆中国以来, 曲美在口服类减肥产品领域一直占有 40% 以上的市场份额, 稳居减肥品领袖地位。近日, 从太极集团方面了解到, 太极集团目标还要在 3-5 年内实现曲美销售额突破 8 亿元, 让曲美继续稳坐国内减肥市场第一品牌交椅。

大型连锁药店销售第一

在诸多产品常常昙花一现的减肥市场, 曲美畅销却已长达 8 年。据统计, 自上市以来, 曲美在口服类减肥产品市场一直占据着 40% 以上的市场份额, 其中上市后第一个月, 曲美的月销售就突破了 1 亿元; 2002 年 7、8 月份, 曲美所占的市场份额更是一度高达 70% 以上。在北京、上海、广州、武汉、南京、成都等大城市, 曲美在

减肥产品零售市场销售排名第一。而在各大中心城市的大型连锁药店, 曲美同样是销售额第一的减肥产品。

8 年以来, 曲美已经累计服务了上千万人, 成功帮助肥胖者减掉近 10000 吨脂肪。仅 8008070050 曲美热线在过去 8 年里就累计接听来电咨询超过 152 万人次。其影响力之大也可想而知。

个性服务塑造品牌

事实上, 曲美的目标并不仅仅是要保持减肥口服类产品销售第一的美誉, 他们更长远的目标是, 在未来 3 到 5 年内, 实现曲美年销售额突破 8 亿元, 帮助更多的肥胖者成功减肥并维持健美形体, 让更多中国人分享世界前沿生物医学技术成果。

太极集团总经理表示, 作为减肥市场的第一品牌, 除了继续保持曲美的安全性和有效性外, 曲美下一步还要更加完善一系列的个性化服务, 在更高层次上提升曲美的品牌形象。

同时, 曲美还开通 www.0618.com 专业瘦身网向消费者介绍全面的减肥知识。此外, 为了传播曲美——健康·美丽·自信的品牌理念, 今年曲美正在举行“2007 瘦身大赛”, 让你享瘦之余, 更有去塞班岛旅游, 见证美丽的机会。