

# 天冷穿得少，更容易长肥肉？

## ——胖瘦的根本还要看能量的供应与消耗

1 低温环境里，脂肪燃烧会更快

低温环境会刺激身体代谢率增高，也包含脂肪代谢。为了抵御低温，身体会加速新陈代谢，提升能量供应，最主要的来源就是燃烧糖分，释放更多的能量。

当然，在长期处于寒冷状态下，且能量供应充足时确实会促进脂肪合成。但是，这并不代表分解速度就会下降，当身体运动量较大，或者需要大量脂肪，而糖类分解供能无法满足需求时，脂肪同样会分解供能，被称为“脂肪动员”。所以说，冬季寒冷状态下脂肪代谢未必会减慢。

□张宇

天气转凉，秋天秋裤都安排起来了，可就是有一群人即便是在寒风中瑟瑟发抖，为了避免臃肿的体态，也要“轻装上阵”。有很多爱美女士，尽管是在气温降到零下的冬日里，也不忘穿上短裙、丝袜。

网上有一些传言，说“低温会导致脂肪囤积，穿得越少越容易变胖”，甚至说“越是在大冷天把腿露在外面，腿就越会长肉、变粗”。这可把广大“要风度不要温度”的时尚人士们给吓倒了。

莫慌莫慌，其实这种说法是一种“想当然”的错误论调。



图/视觉中国

2 脂肪长在哪里跟冷热无关，要看运动量

脂肪在人体内的分布是有规律可循的。一般来说，最易沉积脂肪的地方，多是活动量最少的地方，比如男性肚子最易养成“啤酒肚”，而女性的臀部和胸部则容易沉积更多脂肪。

当然，还有一个地方脂肪沉积更隐蔽，那就是内脏脂肪，比如肝和肠系膜的脂肪量相对更多。如果按照谣言所说的“脂肪很智能，哪里冷去哪里”，难道只有我们的大肚腩怕冷吗？别忘了，它往往是被包裹得最严实的部位。再说了，身体上最怕冷的部位其实当属关节，可你见过谁的膝盖上全是“肥肉”？

### 3 决定胖瘦的根本，是能量的供应与消耗

人体并不会完全根据外界环境来调节皮下脂肪厚度。虽说生活在寒带的人普遍比生活在热带的人要胖，这也确实是在自然进化过程中，身体自我保护意识造就的结果。但是，决定皮下脂肪厚度的根本因素还是能量供应和消耗的比例，也就是说，当摄入大于消耗时，脂肪就会增多，反之则会减少。

当然，环境温度确实会影响

体内能量代谢，但它只是众多因素之一。也就是说，如果冬季咱们没事就吃吃喝喝，而且还不运动，那无论你穿多穿少，同样都会胖起来。但是，如果均衡饮食，适当运动，并不会因为气温而影响身材。

更重要的是，任何人都不会长期处于寒冷状态下，尤其是现如今，短暂的户外低温并不会对身体脂肪分布产生实质性影响。

4 风度美好，别以牺牲健康为代价

尽管天冷衣单并不会让我们长出大长腿，但确实会影响我们的健康。有些人说年轻人火力旺，足够抵御严寒，其实那也只是依靠高代谢率而已，这种高代谢率状态也会存在健康风险。

而且，寒冷确实会对身体尤其是骨关节产生刺激，引起不适，如果不注意腿和脚的保暖，还会增加泌尿系统疾病发生的风险。

有些年轻人喜欢衣服穿得单薄，却在膝盖和腹部使用暖宝宝取暖，希望借此消减寒冷带来的刺激。在这里提醒大家，一定要注意暖宝宝的使用方法，而且不要过分依赖。过长时间的高温接触或低温接触，都会对皮肤产生影响，逐渐发展为真皮深层及皮下各层组织的烫伤或冻伤，还会使皮肤变得干燥、瘙痒，导致皮肤过敏，诱发皮炎，一旦中招，得不偿失。

这个世界之所以美好，正是因为它具有丰富多样性。春有百花秋有月，夏有凉风冬有雪，热情的六七月份我们穿过了飘逸的衣裙，到了寒冬体验一下温暖棉衣的呵护包裹，也未尝不是一件人生幸事。冬季保暖很重要，合时宜的穿着，同样是一道靓丽风景。

(来源 科学辟谣 公众平台)

# 海草是保护大自然的“神奇植物”

## 奇趣生物

地球是个海洋面积过半的星球，而海草是地球上唯一一类可以完全生活在海水中的高等被子植物。它们在全世界沿海岸域均有分布，通常生长在浅海和河口水域，最大水深可达90米。

但海草种类极其稀少，目前全世界共发现6科13属74种，其中中国有4科9属16种。海草这种植物对于地球来说，竟如此珍贵——



海王草属海草

### “神奇植物”非它莫属

它们被誉为能保护大自然的“神奇植物”。因为海草是一种非常优质的固碳生物，埋碳速度比热带雨林快35倍。

还有研究发现，海草形成的大片成熟的草甸甚至可以捕获、分类并筛选正在严重威胁地球上诸多生命安全的微塑料。海草还可以调节水体中的悬浮物、溶解氧、重金属和营养盐，起到净化水质的作用。它细长叶片能起阻挡作用，降低波浪和水流的动能，其稠密的地下根系可以固定底质、稳定海岸线、防止或减缓海滩和海岸的流失与侵蚀。海草形成的草甸下面的碳储备也被认为是抬高海床的原因。

该研究还发现增加的沉积物水平不仅可以减少水流和波浪能量，还能缓和气候引起的海平面上升带来的影响。它们在海洋酸化方面也有所助益。工业革命以来，

溶解的二氧化碳变成了碳酸，海水的酸度增加了30%。这种致命的化学失衡会溶解重要珊瑚、双壳类和软体动物的钙质外壳。但健康的海草床可以帮助中和酸性海水。

海草床是指由单种或多种海草植物主导的海草生态系统，和珊瑚礁、珊瑚礁并称为地球上三大典型的近海海洋生态系统，具有极高的生态服务功能，被誉为“海洋之肺”“海底草原”“海底森林”。海草床则是重要的海洋牧场，可为各种海洋生物提供栖息地、育幼场所、庇护场所，是儒艮、绿海龟及水禽等生物的重要食物来源，如在我国山东荣成大天鹅国家级自然保护区，茂盛的海草不仅养育了大量鱼类、甲壳类等海洋生物，还为上万只大天鹅提供了越冬栖息地和食物来源，其中大天鹅摄入的食物超过60%来自海草叶片。

链接

### 海草花开很奇特



虾海藻属海草

虾海藻属海草，主要生活在太平洋沿海，根可食用，花序竟真的很像虾的模样。

海草属海草，多分布在西太平洋海域，它在海生植物里面属于有显眼花朵的一种，雄花与雌花还会分株开放。



海草属海草

海草属海草，多分布在西太平洋海域，它在海生植物里面属于有显眼花朵的一种，雄花与雌花还会分株开放。

### 大面积消失，亟须保护

但海草一直被人类忽视。据英国《新科学家》网站最近的一则报道称，自1980年以来，由于污染、疾病和人类活动的干扰，地球正以每小时约14000平方米的速度失去这种海洋植物。

除了制定有关海草床保护管理规定，禁止围填海等人类活动对海草床的直接破坏，我国也开始合理规划海草床保护区，目前已建有

两个省级海草床保护区——海南省陵水新村港与黎安港海草床保护区和河北省唐山海草床自然保护区。同时，还需要管控污染物排放，改善海草床生态环境；加强海草床生态修复和重建。当然，也要普及海草床生态价值，多渠道加强对海草床知识的宣传，提高海草保护意识。(文/小薪 图/资料图片)

## A 创始人IP定位，挖掘优势实现“人商合一”

# 朱红兰

# 个人IP打造？企业创始人为什么要重视

### 红兰八大IP管理学助力创始人IP打造，赋能企业转型

从董明珠到俞敏洪，企业创始人IP似乎已经是品牌的立足之本，成为企业链接互联网经济的重要资产。如果说传统经济还是企业IP打头阵，到了互联网战场，成功的企业创始人IP能直接带动企业IP，将企业家的私域粉丝转化为企业粉丝，进而刺激消费行为，实现快速变现。

如何打造创始人IP，却没有现行的教科书可以参考。很多新媒体运营公司重视渠道推广，但对企业家个性的挖掘、包装和商业变现设计不够深入和系统化，出现“昙花一现”或“砸不出浪花”的怪象。过去十几年，国内知名IP定位专家、红兰八大IP管理学创始人朱红兰女士对5万人次开展IP研究，破解个人IP打造的难题，探索出企业创始人IP和企业IP的双轮驱动路径，让更多企业家都能分享IP带来的价值和红利。

“创始人IP打造，要把创始人当企业最重要的产品来剖析，进行创始人底层优势深度挖掘，用优势带动商业，才能达到‘人商合一’。”朱红兰认为，目前人们对IP的认识还存在很多误区，比如将IP等同于人设，进而认为IP打造的关键在于凭空设定和演绎个人形象，导致盲目跟风，达不到脱颖而出的效果，同时与商业不关联，无法实现商业价值。

俞敏洪带领的东方甄选团队是一个通过挖掘底层优势成功打造IP的典型例子。他们做“农产品”带货直播，不会像很多主播硬推产品，而是发挥了知识人“智慧、文化、内涵”的底层优势，把直播间变成了文化知识讲堂，“新教科书式的带货”让很多网友直呼过瘾。

根据不同人群的思维模型、性格特点、底层优势，朱红兰将人群划分八大IP类型，包括如董明珠般拥有“承载力、格局力”的成熟大气IP、如俞敏洪般拥有“智慧力、文化力”的温文尔雅IP、如金龟子般拥有“快乐感染力”的阳光温暖IP、如马化腾般拥有“严谨、品质力”的典雅正统IP、如加布里埃·香奈儿女士般拥有“空灵、创造力”的自由艺术IP、等等。针对八大IP类型，朱红兰研发了与之匹配的“道法”（圈粉/变现方式-商业模式）、“道场”（圈粉/变现场景）和“道具”（圈粉/变现工具），同时深入研究八种不同IP类型消费者的心理需求，让创始人优势与消费者需求对话，形成一套非常完整的IP管理服务系统。

据介绍，红兰八大IP管理学融合了心理学、商务管理学、形象美学等多门学科，本质上是一门应用型学问。运用红兰八大IP管理学，朱红兰已打造了48大“新”细分领域头部IP，包括“家庭教育”企业IP-中国知名家庭教育品牌“爱自然生命力体系”及其创始人IP、其平台100名核心亲子导师个人IP等。

知名IP定位专家、红兰八大IP管理学创始人朱红兰



## B 打造创始人IP，赋能企业“逆龄转型”

“今时今日，创始人IP所带动的企业品牌矩阵，是企业‘逆龄转型’的关键，是进入互联网占领消费者心智性价比最高、最直接的方式。”朱红兰认为，很多企业发展到瓶颈，急需搭上直播和短视频的快车去转型，但只有创始人“年轻”了，企业才能“逆龄转型”。创始人不仅代表个人，而是企业最重要的资产，是企业文化、品牌内涵最好的代言人。每位企业家只要能对应红兰八大IP管理学，就能挖掘出自身优势，运用红兰八大IP管理学中的创始人IP和企业IP打造双轮驱动系统，把个人优势和企业优势、品牌优势打通，形成企业品牌矩阵。

环亚集团总裁吴知情女士是近年来朱红兰服务的重

要客户之一，她管理运营的美肤宝“逆龄”成为“汉方国货潮”，跟她本人典雅正气的IP优势密不可分。朱红兰介绍，吴知情女士做事严谨、踏实，不仅注重结果，更注重过程中的每一个细节，对“汉方文化”与“汉方护肤”的每一步研究非常严谨和极致。“她会为了一段关于博物馆中，不同朝代的汉方护肤的描述修改多个版本，这份严谨应用到企业管理上，帮助环亚在几十年的发展中保持了产品研发、营销体系、服务体系稳定。”朱红兰为其挖掘出优势，定位吴知情女士为“汉方文化传承人”，同时以一份“东方之美”亮相在环亚周年庆、中草药科技与化妆品应用论坛等各关键场合中。吴知情女士运用各种商业情境传

## C 直播时代不跟风，打造个人IP助力创业突围

朱红兰发现，和上一辈的企业家相比，互联网时代成长起来的企业家更自信、更乐于展示个人魅力，也更愿意和用户进行直接的互动和交流。等到直播成为新的营销风口时，提前进行IP定位并完成IP打造的企业家往往占尽优势，很容易就能在直播经济中抢得先机。

“直播间里，产品不能说话，企业也不能说话，只有人是最生动的。”朱红兰认为，年轻消费者对消费有着更多价值维度的需求，单一的产品推广或品牌宣传已经不足以打动他们，反而是人面人面对的互动更容易建立信任，并快速转化为消费行为。

以李佳琦的直播间为例，流量入口永远是围绕李佳琦本人，东方甄选的成功也同理，直播IP是直播带货最核心的竞争力，拥有最强的粉丝黏性和品牌影响力。朱红兰表示，如何将个人IP变成流量和

交易的入口，最关键的是围绕“人、货、场”三位一体进行IP定位和打造。

什么IP类型的主播适合带什么货，以及匹配什么样的形象、话术、成交风格、场景等开展直播带货，为谁发声，能吸引怎样的用户，都要根据IP定位进行细分和研究。在直播电商日趋红海的形势下，这直接关系到直播带货的转化率。“如果你属于温文尔雅IP，肯定不适用李佳琦直接、干脆、爆发力的话术，相反，这种IP类型的人擅长于思考和分析，可以充分发挥自己的智慧力，凭此去经营事业、经营人心，带货的产品更适合文化类、知识类产品，选择更能呈现文化内涵的场景；如果你是浪漫性感IP，需要激发如万人迷陈好一般的幸福感染力，适合放大为别人创造情绪价值的优势，圈粉/成交的手法需要强化互动性，成

交话术更适合故事化，带货的产品更适合围绕“情绪价值”类的产品。

朱红兰曾任职全球知名IT企业管理层，拥有丰富的商务经验。红兰八大IP管理学目前已运用到很多专业人士的互联网IP创业中。爱自然生命力体系是一家家庭教育机构，全国拥有20多家分院，疫情导致传统线下教育举步维艰，很多签约的亲子导师开始进入互联网展开各自创业，朱红兰及时为这家机构打造家慧库APP，为100多名核心亲子导师展开IP定位，根据不同亲子导师的优势，定位不同的家庭教育课程，其中，林青贤的《人人都是教育家》网课3个月实现千万元变现，两年时间带动整个体系线上及线上突破亿元，成就了很多亲子导师的IP创业梦。(杨广)