

# 多米尼克医生从中山一院“毕业”啦!

羊城晚报记者 陈辉 通讯员 彭福祥 章智琦

“Amazing(太好了)!穿过南沙院区的走廊穿过时间隧道,进入‘未来医院’,我希望将来在多米尼克也有这样的医院。”10月30日,4名来自多米尼克中多友谊医院的医务人员结束为期8周的学习,从中山一院顺利“毕业”了。

中山大学附属第一医院(以下简称“中山一院”)顺利“毕业”了。在结业仪式上,他们分享在广州期间学习、参观、生活的见闻。

此次培训中,他们学习了许多以前未使用过的技术,例如经食管超声心动图、斑点追踪超声心动图、心脏声学造影、心脏MRI(心血管磁共振成像)等,大大提高了他们的诊断能力。带着这些本领回国,他们将提升多米尼克中多友谊医院的医疗服务水平,造福当地患者。



多米尼克医生在带教导师的指导下学习医疗技术 刘星亮 摄

## 缘起:授人以鱼,不如授人以渔

在4名学员的分享中,有一个名字反复被提及——“Dr.Wu”,他是中山一院心血管内科的吴德熙医生。2019年6月,吴德熙作为第二批中国(广东)援多米尼克医疗队队员,首次前往多米尼克,成为多米尼克最大的公立医院——中多友谊医院的一名心血管医生。

2021年,吴德熙帮助中多友谊医院建立了多米尼克首个心内科,填补了多米尼克在这个领域的空白,并创造了多个“第一”:开展第一例动态心电图监测、开展第一例动态血压监测、制定当地首个急性ST段抬高型心肌梗死溶栓的标准抢救流程、推动

中多心血管影像中心建设……并为当地“留下一支带不走的医疗队”。

“当地由于设备的缺乏和落后,限制了先进医疗技术的开展。解决设备的问题后,还要培训相应的人才,才能很好地使用这些设备、开展相应的医疗技术。”吴德熙回忆说。

今年7月,由中山一院负责建设的中多心血管影像学和远程医学中心在中多友谊医院成立,配备了心脏超声、远程会议等设备。

9月4日,中多友谊医院心内科、急诊科、内科、放射科的4名医务人员,远渡重洋来到了中山一院接受培训。

## 成果:导师与学员的双向奔赴

中山一院为这4名学员制定了

周密的培训安排。超声医学科为不同医学背景的学员进行个性化教学。对已有超声基础的心内科学员进行经食管超声心动图、斑点追踪以及心脏造影等新技术的培训,对没有超声基础的内科和急诊科学员进行常规心脏超声检查的培训,同时还为学员安排腹部急症及掌上超声的培训。

心内科医生瑞秋·安德鲁(Rachel Andrew)是吴德熙在中多友谊医院工作时的同事,并与何薇医生、吴德熙医生并作战完成了多米尼克首例经食管超声心动图。在短短的8周培训里,她已经在导师的指导下完成50例经食管超声心动图检查,具备了独立操作能力。

“我已经迫不及待地想到多米尼克,独立完成我的第一例经食管

超声心动图了。”在结业仪式上,瑞秋·安德鲁兴奋地说。对于这个“第一次”,她既期待又紧张。不过借助刚刚建立的远程医学中心,瑞秋·安德鲁在进行检查时,中山一院的医生可以在广州实时看到检查的图像,为她的“首航”保驾护航。

除了经食管超声心动图,瑞秋·安德鲁还在这次培训中掌握了三维超声、右心造影,以及新生儿的超声等新技术。等她回国后,多米尼克将在全国范围内首次开展新生儿先心病的筛查。

带教老师们想把毕生所学毫无保留地倾囊相授,让多米尼克的学员非常感动。老师用心教授,学员想在这短短8周尽可能多地吸收、掌握,“双向奔赴”让多米尼克学员们收获满满。

## 未来:将继续远程会诊、交流

多米尼克学员到中山一院(南沙院区)临床技能中心,首次使用VR医学影像模拟教学系统进行教学。这次的南沙之行给学员们留下了十分深刻的印象,之前仅在科幻片中见过的“未来医院”照进现实。

结业仪式上,多米尼克学员向中山一院以及带教老师们赠送了多米尼克的手绣品,表达他们的感谢与不舍。不久,他们将踏上归途,带着学到的新技术回国,造福当地患者。

这仅仅是开始。此次培训结束后,双方将继续通过远程医学中心进行医疗交流。中多友谊医院还将继续派出4名学员前来参加培训。

# 广州启动医养联合体,打造湾区中医康养片区 “生活中的中医智慧”走进基层养老院

羊城晚报讯 记者林清涛、卢佳圳,通讯员詹莘莘报道:10月30日下午,“生活中的中医智慧”健康促进行动走进基层养老院,在广州市越秀银幸颐园(大德路)越秀区人民街综合养老服务中举行科普讲座和义诊。该系列活动由广东省中医药局指导,羊城晚报报业集团、广东省中医院主办,羊城晚报教育健康部、羊城晚报大健康研究院承办。

越秀区医养联合体宣布启动,三方共同签订了合作框架协议。记者获悉,广州越秀区正在积极打造大湾区中医康养片区,推动“四床联动”等合作机制,以“越秀特色”构建养老服务体系。

据悉,作为越秀区与省中医院的又一深度合作项目,本次“医养联合体”的组建将助力构建具有越秀特色的居家社区机构相协调、医养康相结合的养老服务体系。

“通过医养联合体的合作机制,我们将落实细老年人全生命周期医疗和养老服务,增强长者的幸福

感和获得感。”越秀区民政局副局长陈鑫提到,未来将进一步整合越秀区的优质医疗和养老服务资源,聚焦长者需求,推动各级医院、养老服务机构形成家庭养老床位、家庭病床、养老机构床位、医疗机构床位“四床”联动和转诊绿色通道等合作机制。

目前,越秀区正在积极打造大湾区中医康养片区,深挖广州市中医药历史,推广中医文化。

广东省中医院院长张忠德介绍,广东省中医院早在2016年就发起成立全省首个医养结合研究院,致力于

中医药在医养结合方面的探索,研究开发了一系列适宜于居家开展的“中医药健康居家养老服务包”。

活动现场,广东省中医院岭南甄氏杂病流派、张忠德全国名中医工作室的医生团队现场进行健康咨询和义诊。火龙罐、铜砭刮痧、耳穴综合疗法等各种中医特色疗法,以及中医专家特制的秋季五脏养生汤……现场处处可见“生活中的中医智慧”。未来,“生活中的中医智慧”健康促进行动还将以不同形式持续走进基层,走进社区。



老人体验火龙罐特色疗法 羊城晚报记者 甘卓然 通讯员 黄翠莹 摄

## 今日论衡之世相评弹

伍里川

# “躲猫猫”火爆40城 成年人的“孩子气”里藏着什么?

今年9月初,只需要9.9元或16.8元就能玩一晚上的成人版“猫抓老鼠”游戏在全国各大城市流行起来。据不完全统计,北上广深蓉渝苏杭等超过40座城市,出现了相应“躲猫猫”社群和线下活动。

有人发问,这是怀旧还是社交、运动?在笔者看来,这三种情形皆有。很多情况下,某种新玩法的升温,正是集体意识在现实中的具体演绎。如果没有包括怀旧、社交、运动、互动在内多种因素的调动,很多流行方式也就失去了支撑力。近年来,滚铁环等玩法在一些城市社区的“翻红”,同样印证了人们在情感需求、价值认同等诸多方面的共鸣。当玩“躲猫猫”、滚铁环的人群在城市不断扩大之际,我们对于相关活动的认知也会不断加强。

在全民健身热潮一浪高过一浪的大背景下,“躲猫猫”等活动重新来到城市“时尚前沿”,改写和扩充城市时尚内容,本质上是人们对于健康需求的更高追求。“躲猫猫”的本意无须多言,它是通过两个人或一群人的通力合作——有时还是一种洞察真相后的保持默契,完成一个类似于“猫抓老鼠”的游戏,过程是人类原始力量的反映。而它的趣味性、便捷性,也便于吸引更多人“下场”。

正如马拉松源于战争通信和人类对于胜利的渴望,“躲猫猫”也在一定程度上展现了人们追求更大获得感的内容。这些内容,显然建立在民间体育基础上,形成了别样的风景线。

不要小看“躲猫猫”的体育运动属性。“躲猫猫”全程需要体力、智力、运气等多重运用,是对人类综合竞技能力的激励。值得一提的是,在杭州亚运会上,有一项比赛项目名叫卡巴迪,这项运动具有高强度对抗性,在民间素有“高配版

老鹰抓小鸡”的称法。且不说“躲猫猫”将来有无可能成为某种比赛项目,但认识到“躲猫猫”的运动属性,为这项活动在城市的流行而叫好,是应有态度。

但如果仅仅是一项运动,“躲猫猫”恐怕不足以扩大为“全民项目”。无疑,这项发生于古早时代的活动,在旧日物质贫瘠的时光里,为很多孩子在集体纽带中感受温暖、加深友情作出了不可磨灭的贡献。而“躲猫猫”在孩童时代所激发的寻觅、追逐快感,一直停留在国人的内心深处,成为中国人精神世界中最具集体认同感的活动之一。当人们发现,这项活动成年人可以照玩不误的时候,它也就在更广阔的范围重新唤起人们的鲜活记忆,同时带来美好的预期。

在接受媒体采访时,四川省社会科学院社会学所副研究员王楠认为,“躲猫猫”游戏是当下年轻人出于情感需求和社交需求催生出来的游戏,但这种心理上的满足感不会持续太久,因为参与者之间的联系不会像儿时“躲猫猫”游戏那样有深层次的联系,这意味着游戏的参与者获得感快,散得也快。这种观点很有道理,事实上,相关平台数据显示,当前各大城市每晚报名“躲猫猫”游戏的人数已经从平均40人下滑至10人。

但可以确定的是,今天是“躲猫猫”流行,明天是踢毽子、跳绳流行,一样无碍于“童年玩法”的枝蔓在城市空间延伸。何况,在这个过程中,“躲猫猫”等活动也极有可能出现升级、迭代。据项目自苏北发展,在多个地方扎根,出现多种版本的玩法,就是明证。

## 首席评论

# 坚决清除虚假认证这颗“市场毒瘤”

李英锋

因未经检验检测即向委托人出具珠宝玉石鉴定证书,近日北京西城区市场监管局对北京中质诚珠宝鉴定有限公司作出处罚3万元的决定。记者从北京市市场监管局获悉,为规范认证市场秩序,维护质量认证的有效性和公信力,市场监管部门于日前在北京启动了为期2个月的虚假认证专项整治行动。专项整治行动以严厉打击认证机构买卖认证、虚假认证,未经批准开展认证活动,伪造冒用认证证书和检验检测报告的违法行为为重点。(10月30日《北京青年报》)

质量检验检测是质量监督的重要依据和手段,本应起到品质把关和证明的作用,应该成为合格产品或优质产品的通行证,成为消费者选择商品的好参谋、好助手。而虚假认证会成为制假售假者的“帮凶”,成为不良商家和不合格产品的“保护伞”,不仅会在具体的交易过程中欺骗误导消费者,给消费者帮倒忙,还会给消费者后续维权制造障碍。

根据市场监管总局今年初公布的2022年市场监管认证机构“双随机、一公开”检查结果,虚假认证的问题很严重,认证机构和工作人员的管理也非常混乱。这也是各地市场监管部门开展虚假认证专项整治行动的主要原因。消费者的专业知识和鉴别能力有限,在购

买商品尤其是购买珠宝玉石等容易出现鱼目混珠问题的商品过程中处于明显的信息劣势,主要依赖产品检测证书、鉴定报告来判断和选择,如果产品检测证书、鉴定报告弄虚作假,含有水分,消费者很容易掉进陷阱里。在处理消费者投诉举报或审理、仲裁消费者维权案件的过程中,市场监管部门、消协、法院、仲裁机构等也会受到虚假认证、不实鉴定的干扰,会走弯路、错路,会消耗更多资源,甚至会做出背离事实的决定。

保证出具的检验检测报告真实、客观、准确、完整,是检验检测机构的首要职责,虚假认证被法律拉进了“负面清单”。产品质量

针对产品质量检验检测机构、认证机构伪造检验结果或者出具虚假证明的行为,设定了罚款、没收违法所得、取消或撤销检验资格、认证资格等处罚。根据情节,产品质量法还规定了那些“有求必应,没什么测不了的”“不送样检测”“确保通过”的检验检测机构,要顺藤摸瓜,完善涉罪移送、行刑衔接机制,辅之以必要的曝光警示、失信惩戒措施,形成链条条治理的高压态势。

所有严格规范质量认证行为,保障质量认证的“质量”,才能充分发挥质量认证效能,提升质量认证的公信力,才能为消费者营造诚信、公平、放心的市场环境。

## “牙膏刺客”价格贵 内含多少智商税?

何勇海

生活中,牙膏是必需品,但最近不少人发现,超市里卖的牙膏越来越贵。酵素提亮牙渍、氨基酸修护牙龈、奥拉氟防蛀护齿……记者近日走访发现,超市内主打各种奇特功效的牙膏日益增多。在这些五花八门的功效概念助推下,牙膏价格变得令人“高攀不起”,单支价格动辄二三十元,个别甚至高达五六百元甚至上千元,十元以下的牙膏少之又少,难觅踪迹。(10月28日《新快报》)

随着消费市场不断升级,消费需求日益多元,牙膏行业也不断细分,其高端化产品除了基本的清洁功效外,还添加了酵素、小苏打、益生菌、活性肽等成分,商家声称具有美白、消炎、抗过敏、“抗幽”等功效。在新成分、新口味、新功效、新形态等粉饰下,许多牙膏的价格令人“高攀不起”,越来越贵、花样越来越多的牙膏,越来越活成“化妆品”的样子。

牙膏走向高端化乃至奢侈化,属于市场行为,本无可厚非,有需求就会有供应。不少年轻人更注重时尚的生活理念,喜欢功能不定位更准确、价位也更高的牙膏产品,包括喜欢一些牙膏的年轻化包装,例如包装成香水、乳液或饮料的样子。

因此,对于“牙膏刺客”,不怕其价格贵,消费者害怕的其实是忽悠。在不少人的传统认知中,牙膏不就是牙膏清洁剂吗?但目前许多牙膏产品已被加入诸多神奇配方,如含有“氨基酸”“再生硅”“木糖醇”“植酸钠”甚至是“日本紫苏”“法国进口冰川水”等成分,由此也被披上诸多“超能力”外衣,诸如“紧致粉嫩牙龈”“预防牙线后”“防蛀补洞”“抗

## 对越吸越上瘾的“鼻吸能量棒”要合力打击

陈广江

“上学前吸一口,下课后吸一口”,继萝卜刀之后,近期,一种名为“鼻吸能量棒”的东西在学生中流行开来。据中新网报道,“鼻吸能量棒”外形像一根棒状的塑料管,里面多是樟脑、薄荷等成分,被商家宣称“纯净无毒”。但这种“鼻吸能量棒”真的无毒无害吗?是否容易上瘾?

对此,专家给出了明确的答案:“鼻吸能量棒”有毒有害,容易上瘾。北京大学人民医院耳鼻喉科主任医师邢志敬表示,将“鼻吸能量棒”插入鼻孔,这种行为是完全不正确的,“生活中,不能随便往鼻孔里塞这类东西,一是有细菌,二是会破坏黏膜膜”。

更可怕的是,“鼻吸能量棒”具有毒品的某些外在表现特征。一些地方禁毒办微信公众号专门发表文章称,鼻吸上瘾这个动作,危害超乎想象。对于人格尚未成熟、好奇心比较强的青少年,这种行为可能降低他们对毒品的防范心理,使他们更易落入涉毒陷阱。

可见,“危害超乎想象”的说法并非危言耸听。从“五毛零食”盘踞学校周边,到萝卜刀风靡校园,再到萝卜刀一夜走红,无伦论的喝的还是用的玩的,都很容易在中小學生之间形成跟风效应,一旦“鼻吸能量棒”在校园流行,其危害之大不言而喻。对此,各方都要高度警惕。

目前,阻止“鼻吸能量棒”侵入校园,似乎已到了刻不容缓的地步。据报道,这种“鼻吸能量棒”已在多地学生群体中出

## 对越吸越上瘾的“鼻吸能量棒”要合力打击

“有学生已经上瘾,离都离不开”。如果说盘手串、玩萝卜刀还有一定的解压作用的话,那么让人越吸越上瘾的“鼻吸能量棒”,可谓有百弊而无一利。

事实上,对于“鼻吸能量棒”的危害,社会并无争议,当务之急的是如何织密织牢安全防线,避免其毒害青少年。

从报道看,虽然线下实体店难寻“鼻吸能量棒”的踪迹,但在电商平台上不少线上商家在售卖这种东西,部分产品月销量达上千件。其中,不少线上商家把“提神醒脑”“上课防困”当卖点,明显针对学生群体。对此,电商平台绝不能熟视无睹,该下架的下架,该封号的封号,切断线上销售渠道。电商平台不是非法商品聚集地,一些商家莫要抱着侥幸心理擦边球。

同时,相关部门应拿出更加积极主动的作为。一方面,开展食品安全教育,加强校园周边监管,严禁各种名目的“鼻吸能量棒”进入校园;另一方面,不妨顺藤摸瓜查找上游生产商,该约谈的约谈,该处罚的处罚,该获取不义之财的生产商家付出相应代价,从源头上杜绝有毒有害的产品。

此外,家长和孩子也应提高警惕,远离伤害。

总之,各方既要形成共识和合力,又要聚焦关键环节发力,坚持打早打小、防微杜渐,尽早让有毒有害的“鼻吸能量棒”远离青少年,并彻底在市场上销声匿迹。