

“省医月饼”走红,重品质才是关键

医院“跨界”做月饼,结果“一不小心”做成了销冠?中秋将至,有网友发文称,在贵州一家大型超市里,销量居首的月饼是贵州某医院生产的“省医月饼”。

据了解,这家医院的职工食堂月饼已经做了二十多年,最初仅是职工福利,后来由于口味受欢迎,越来越多消费者前去购买,月饼才逐渐对外销售,前几年还获得了“贵州老字号品牌”称号。有网友玩笑道:

“月饼厂一定没想到,打败自己的竟是医院。”

“跨界”食品行业并取得成功的,上述医院并非独一家。在北京,某大医院的蛋糕房外常有消费者排起长队;在武汉,多家医院推出的减脂营养餐让不少人专程“去医院吃饭”;近年来,还有不少医院在中秋时售卖“药膳月饼”,受到热捧。

以“省医月饼”为例,其走红还离不开工作人员每年坚持到云南宣威挑选火腿,通过

长期考察构建稳定优质原料供应体系,以及一直都只用油纸或透明塑料盒简易包装。这些“爽点”直指市场上一些月饼的痛点——做了大量如华丽包装、IP联名等表面功夫,却在很大程度上忽视了核心品质。与之相似的,近年来,依靠流量加持,多领域的新兴品牌一跃成为“网红”,其中不乏“重营销、轻品质”“重噱头、轻内核”的产品。相关产品或许短时间能获得可观销量,但当商家宣传长期与消

费者体验错位,当品牌实力长期难与消费者需求匹配,消费者用脚投票恐怕是迟早的事。

说到底,“省医月饼”跨界走红,是“反套路”产品俘获消费者芳心的一场双向奔赴,更是对市场的一次可贵提醒——将高标准融于生产的每个环节,看似费力,却是更根本的走向成功的“捷径”;把关注点长久聚焦于产品本身,看似笨拙,却是更有效打动消费者的手段。(摘自《工人日报》9.24 罗筱晓/文)

英特尔公司成立之初,一位22岁的青年加入了这个团队,他是第一个员工,当时包括老板伊斯在内总共只有8个人,而他只是负责底层的杂活。

一天,公司突然停电,不得不停止业务。伊斯接到电厂通知,由于线路突发故障,他们正在组织抢修,至少要停大半天电。这个22岁的青年突然想起一位经营锯木厂的朋友有一台备用的发电机,想去借来用一用。于是,他推出单车,急忙向公司外骑去。

他骑着单车,很快到了朋友的锯木厂,而朋友当天正好不用发电机。他立即说服朋友,请朋友用他的小货车将发电机送到英特尔公司。

前后不到一小时,英特尔公司便恢复了运行。当老板得知这台发电机是这个青年借来的后,便好奇地问他:“停电是电厂需要维修造成的,这不是你的责任,你为什么要去借发电机?难道你不愿意和别人一样,趁这个机会多休息一下?”青年说:“老板,停电确实不是我的责任,但身为公司的员工,我也有责任帮助公司排忧解难呀!”

这位青年,就是后来的英特尔总裁安迪·格鲁夫。

前些天,与在深圳智能科技有限公司任人事部主管的外甥视频通话,他说公司里有个毫不起眼的00后程序员,每天下班后花1小时研究AI工具,半年后,用自动化脚本帮公司节省了30%的人力成本,被破格升职。

外甥觉得惊奇,找到那个00后程序员,问他是怎么成事的。程序员答道:“我没背景没靠山,只是相信每天比别人多做一点,命运可能会给我让一条小路。”(摘自《思维与智慧》禹正平/文)



有所思



画与理

楼梯说:要步步为营。(摘自《思维与智慧》田志仁/文)

如是说

我发现,理智的做法只有在做很小的决定时才有效。至于改变人生的事情,你必须冒险。——[英]温特森
一定要耐得住最初的慢,一定要顶得住最后的快。人生正该如此。——黄春华

风从不同方向来,人和草木,往哪边斜不由自主。能做到的只是在每一场风后,把自己扶直。——刘亮程
到头来,有意义的并不是结果,而是我们度过的那些无可替代的时间。——[日]星野道夫(摘自《新周报》)

也是天使

踏过淅沥的春雨、绵长的秋雨、夹雪的冬雨,甚至夏天的雷雨。奇怪的邂逅又发生了,在雨夜里,他常常会遇到一对微胖的母女。她们也和他一样,春夏秋冬不缺席,只要是雨夜。

第一次引起他注意的是她俩响亮的笑声。她们总是一人一把伞,慢悠悠地,踩着水,说说笑笑,不像是赶路,也不是锻炼。有一次面对面走过,那母亲说了句啥,女儿笑得前仰后合,雨伞一斜,水都甩到他的身上。

再遇见,女儿脆亮的招呼声就会穿过雨声:“哎,你好!又碰到啦。”然后是一串笑声。偶尔在无雨的夜晚出

在解决问题的过程中,每天都会有新收获。把它们记录下来,将有助于推进你的思考。无论你是否采用这个方法,请记住:一旦你将想法记录在纸上,就永远也不会忘记。

每天绘制一张图表会让你觉得很琐碎,可话又说回来,如果想完成从事实到解决方案的飞跃,这绝对是个好方法。

你可以在每天傍晚,用半个小时,坐下来问一问自己:“今天学到的最重要的三件事是什么?”然后把它们制成一两张图表——不需要花哨,也没必要太整齐。如果事实不能被制成图表,就把它记成几点,放在不会丢失的地方——别把它和其他东西一起扔进抽屉。随后,当展开分析时,就可以查阅图表和笔记,思考它们的含义,看看哪些地方适合。(摘自《麦肯锡方法》艾森·拉塞尔[美]/著 张微微/译 机械工业出版社)



藏经阁

每天绘制一张图表

懒散、拖延、不自律? 我在成年后确诊“多动症”

被“卡住”的时刻

从小学起,周晓(化名)就发现自己不一样,她没法认真听完一节课,做作业总是会被别的事情分神。成年后,她的生活也常常“卡住”。拿起牙刷摸了摸,发现刷毛是湿的,才想起刚刚已经刷过牙了;脏衣服该丢进洗衣机洗了,这个念头酝酿了很久,动作也花不了两分钟,却久久难以起身。身体和生活都被失控感包围,是许多成人ADHD患者的共同体验。

复旦大学心理系副教授李晓茹举例,去沙发上拿一件外套,对普通人而言是单一的任务,但ADHD群体可能会在路上捡起一团纸扔进垃圾桶,看到纸又想起铅笔还没削,直到半小时后坐到沙发上,还没碰到衣服,因为他们已经忘了自己一开始想做什么。“生活中很多小事都需要运用注意力,但ADHD群体会不断被气味、声音和各种信息干扰,在他们眼里,世界是混乱的。”

和自闭症类似,作为一种神经发育障碍,ADHD的病因和发病机制至今未完全明晰。目前学界认为是由生物、心理、社会等多种因素相互作用



多动症是注意缺陷多动障碍的俗称,英文简称为ADHD,核心症状是无法维持长时间的注意力集中,伴有多动甚至冲动。ADHD一度被认为只出现在儿童身上,其实不然,我国成人ADHD患者数量保守估计超2000万人。

用导致。

成年人在儿童门诊确诊

我国成人ADHD的诊断启动很晚,专病门诊至今数量有限。无奈之下,许多人是在儿童精神科或儿童多动症门诊确诊的成人ADHD。

2021年,有3年媒体从业经历的何品(化名),走进了上海精神卫生中心的儿童多动症门诊。常年的拖延、忘事令他痛苦。在门诊现场,何品发现除了他全是小孩,“我看起来就和那些带孩子来看病的家长差不多大”。

随着年龄增长,成人的ADHD核心症状会发生变化。比如,多动行为减少,转为内在的不安、忙碌感,想法总是从一件事情突然跳跃到另一件事情;执行功能的障碍增加,难以组织安排工作、家务,在完成复杂任务时缺乏计划。与儿童常见的“坐不住、学不进”相比,成年人的这些

症状更难以识别。

成人ADHD鉴别诊断在国际上已经形成一套完备的工具和流程,但在国内,《中国注意缺陷多动障碍防治指南》仅发布10年,药品获批不到5年,临床对ADHD全生命周期的规范化诊断仍有欠缺,部分精神科医生对成人ADHD的评估和治疗手段的认知也存在不足。

“从梦里醒来”

药物是目前治疗ADHD最直接、快速、有效且简便的医疗干预手段。我国针对ADHD的用药主要分为两类,一是以长效哌甲酯缓释制剂为代表的中枢兴奋剂,二是以托莫西汀为代表的非兴奋剂药物。前者是人们熟知的、唯一获批用于成人患者的“专注达”,后者则是适用于儿童青少年患者的“择思达”。

确诊ADHD后,何品(化名)拿到了两瓶、共14粒“专注

达”。时隔4年,他仍然清楚记得第一次服药的感受。出门上班前,他吃下一粒药片,5分钟后,刚走进地铁站,他忽然感到自己“从一场持续了几十年的梦里醒过来。我突然可以看清和理解身边的一切信息了,可以完整地控制自己。”何品这样形容。

周晓也有类似的感受,药物起效较快,可以维持一天内的高专注状态,但有时也会带来食欲降低、心率升高等副作用。这也让许多患者产生了矛盾的心态——药效之强劲,令人担心副作用和成瘾性,而开药流程的复杂,也让他们不敢完全依赖用药。

同济大学附属同济医院精神医学中心主任医师陆峥指出,精神类药物无法避免存在一定的副作用,一般无需干预,身体可以逐渐适应,患者应当权衡症状轻重,在医生的指导下科学用药。

2025年9月2日,国产首款盐酸哌甲酯缓释片仿制药正式上市销售,用于治疗6岁以上ADHD患者,成年群体有了更多用药选择。

(摘自《南方周末》9.27 刘舒雨、黄思琪/文)

网售树脂补牙产品乱象调查

近日,一则“男子花5元网购树脂自行补牙致口腔糊满胶状物”的事件引发热议。补牙这项颇具技术含量的治疗行为,在商家的宣传中却成为“告别蛀牙,一秒修补”“省钱、即补即用”……

部分临时补牙材料宣称有“永久”效果

记者以“牙洞”为关键词,在某购物平台进行搜索,按销量排行,煌达医疗器械专营店所售的“魅盈牙科模型材料-树脂”排在首位,已售3万+,单瓶价格为27.99元。在标题中,该产品被描述为“永久医用自补填充神器具”,并且是“美国进口牙医推荐”。据店铺内的图文介绍,产品使用的是进口认证的树脂材料颗粒,缺牙、断牙都可以自己补。

某购物平台的“洱海小店”店铺所售的“冠仕牙科用口外研磨材料”也有类似宣称:“专为蛀牙牙洞研发,一秒

修补,补完啃骨,无效全退。”同时晒出“顾客真实使用反馈”,称“子牙齿有蛀牙特别严重,本来要拔牙的,但是他老害怕就一直没拔,之后同事介绍了这款产品说能修复蛀牙牙洞,就给他买了试试,每天坚持使用,用了之后孩子的牙洞问题就好了”。

由于网售平台面对的是各种客户,也有店铺在产品购买页面标注了提醒。如遥远医疗器械旗舰店在其售卖的光固化流体树脂产品页面用粗体字明示“此产品属于牙医专业材料,是需要专业牙医操作的”,告知个人用户不要购买。该款产品为第二类医疗器械注册产品。

宣传擦边“进口”,实则国内生产一些商家宣传部分国内生产的产品宣称使用“进口补牙材料”,实为国内生产。如上述煌达医疗器械专营店售卖的“魅盈牙科模型材料-树脂”,标题中标注了“美

国进口”,评论区显示,有消费者亦认为其买到的是进口产品。但当记者以此询问客服,客服表示是使用了进口材料,国内生产、为国产品。

某购物平台“均畅旗舰店”销售的一款补牙产品还标注了“美国3M纳米树脂补牙”;“国一口腔”店铺销售的一款补牙材料,标题中虽有“欧美国”“进口”字样,产品包装用全英文标识,标签上印的却是“made in China”。店铺客服表示,“该产品采购的是瑞典帕斯托集团的进口材料,包装是自己定制的。如果直接原装采购回来,一瓶费用得好几百元。”

北京大学人民医院口腔科副主任医师李智表示,这类宣称纯属噱头。美国3M公司是目前世界上最大的牙科材料供应商之一,正品3M复合树脂仅限专业渠道销售给有资质的医疗机构和医生,不会在网购平台上以“DIY套件”

的形式直接销售给消费者。

多款产品没有或虚标医疗器械证号

这类临时树脂补牙材料中,有的商家会在宣传图中标注产品的医疗器械备案号。但有些产品宣称的备案号根本查询不到。还有的产品则没有国内医疗器械相关证号,仅标注为进口产品的分装款。

如上述提及的煌达医疗器械专营店销售的一款“南京同仁堂绿金家园魅盈牙科用口外研磨材料”,产品宣传图显示医疗器械备案号为“皖阜械备20240023”,备案企业为安徽药鬼谷药业有限公司,但记者未在国家药监局医疗器械备案信息中查询到该备案编号。在产品评论区,有消费者称该款产品“图片是同仁堂品牌,吸引人眼球,实际上是假冒贴牌产品,上当了,没啥用,浪费钱”。(摘自《新京报》9.28 王卡拉/文)