

让孩子微笑每一天

郑州禹氏齿科“青少年畸形牙矫正”活动帮助孩子找回快乐 活动时间:6月1日~30日

“明眸皓齿”是中华民族几千年来衡量健康的基本要求,可这小小的要求却往往不遂人所愿。很多人在儿童至青少年时期牙齿就开始出现问题,像排列不齐、地包天、缝隙大、龅牙等,不仅困扰着家长,同时对青少年时期的孩子也产生了极大的心理阴影。为了让孩子们健康快乐的成长,郑州禹氏齿科将于6月1日~30日举办“青少年畸形牙矫正”公益活动。

牙齿畸形给孩子留下阴影

据了解,牙齿畸形会使儿童面部脸型发育异常,影响面容美观;影响下颌的功能运动,导致颞下颌关节功能紊乱,造成发音不清楚;影响青少年患者正常社交和自信心的建立,同时还容易引起龋齿及牙龈牙周炎症;引起牙齿过度磨损,过早松动;使咀嚼功能下降,加重消化道负担,引起肠胃功能紊乱。

郑州禹氏齿科院长禹利虎介绍,一些孩子因牙齿问题不愿与周围小朋友及班上的同学进行交流,有的孩子甚至出现厌学情绪。牙齿问题会直接影响青少年的心理健康,因此,家长最好在孩子0~10岁时进行牙齿矫正。

禹氏正畸 为孩子“健牙美齿”

孩子牙齿出现畸形,家长为其选择正规的口腔诊疗机构是非常必要的。河南禹氏齿科正畸绝对不是简单的口腔修复,而是在他们的基础上辅心理学、美学知识。正畸具有不可逆性,所以正畸应选择技术好、有大量临床经验、责任心强的医生,以免造成不必要的痛苦。

具有三十余年光辉历史和良好社会口碑的河南·禹氏齿科,继年初在我市二十多所小学成功开展大型免费口腔义诊活动后,现郑重向我市广大少年儿童发出“健牙美齿”动员令,届时将由省著名口腔专家禹利虎院长亲

自诊疗。

禹氏齿科负责人说明,在活动期间,凡我市18周岁以下的少年儿童,牙齿矫正均可享受7.5折特惠。主办方会从所有参与正畸的活动中随机抽取五名“美齿幸运星”,给予金额不等的助学金奖励,此外还将抽取一名正畸费用全免大奖。

活动提醒

活动期间抽取:

- ★特级美齿幸运星(一名):正畸费用全免+贵宾卡一张;
- ★五星美齿幸运星(一名):除享受正畸7.5折外,另奖励助学金1500元+贵宾卡一张;
- ★四星美齿幸运星(三名):除享受正畸7.5折外,各奖励助学金500元+贵宾卡一张;
- ★所有参与者:均享受正畸7.5折,并赠送贵宾卡一张;

活动结束后即在我院进行现场抽奖,具体抽奖时间和获奖名单将在院内海报和网站www.hnysck.com上公示(最终解释权归河南禹氏齿科所有)。

咨询热线:0371-66223460

地址:郑州市西大街59号(二七塔东200米路北)

健康妈妈 强壮宝宝

“福施福”让女性实现优生优育的愿望

生育一个健康、聪明、活泼的孩子是每一个家庭的热切希望。成为准妈妈那一刻,女人能体会到甜蜜的幸福。宝宝的健康离不开妈妈的身体,有了健康的妈妈,才会有个健康的宝宝。“福施福”专家指出:“福施福是根据中国妇女的营养状况,专门为中国母亲和婴儿设计的优于单纯叶酸的复合营养素补充品。能让妈妈的孕前、孕期和哺乳期营养要求得到满足,帮女性实现优生优育的愿望。”

晚报记者 董亚飞 王门生

按照营养原则设计 育龄女性的保健产品

有关专家指出,大部分孕妇在前三个月时都会有不同程度的恶心、呕吐反应,也就是人们所说的“害喜”。在怀孕期间,孕妇的饮食、卫生都要比平时更加注意。同样,孕妇在怀孕中期晚期及产后哺乳期需要规范饮食,防止出现妊娠高血压综合征、妊娠糖尿病、缺铁性贫血,影响产后恢复。

福施福营养素软胶囊是英国优尔格药业有限公司在符合世界卫生组织GMP标准的厂房生产的育龄妇女常规服用的保健产品。按照中国的每日营养推荐值(RDA, 1998)的营养原则设计,满足了孕妇及胎儿或乳母及婴儿的需要。

营养需求不尽相同 福施福提供全面营养

孕妇在孕前、中、晚期和产后哺乳期的营养需求是不尽相同的,在每一个阶段都需要不同的营养来调节孕妇身体。福施福专家提醒孕妇:“福施福营养素软胶囊可提供给孕妇不同时期的不同需求。”

孕产孩子是否健康、聪明,从卵细胞时期就开始受影响了。怀孕前三个月及怀孕初期三个月是预防婴儿神经管畸形的关键时期。福施福中包含的叶酸、维生素A、C、B₁₂等成分,是神经管发育的必要素。

怀孕初期三个月一直到哺乳期,是婴儿智力形成的重要时期。妊娠高血压综合征不但会让孕妇腿部浮肿,还会引起一系列并发症。而缺铁性贫血,则会导致早产、产时产后出血等一系列并发症,并进一步影响到胎儿的发育。福施福中的维生素A、C及锌等多种维生素和矿物质,能补充硒元素、抑制妊娠高血压综合征的发生,帮助宝宝各个器官健康发展。

哺乳期宝宝出生后的头五个月,体重及智力发育都成倍增加,其所需要的营养全部来自母乳。而经历了怀孕和分娩的妇女,由于元气大伤,需要及时补充营养。另外,喂母乳的婴儿比喝牛奶的婴儿免疫力更强,不容易生病,不会食物过敏,跟妈妈关系更亲密,而福施福可为母体提供全面的营养。

特大优惠活动:凡一次性购买福施福两盒,即送同厂家钙片一瓶。

福施福咨询热线:15237169879

销售地址:河南张仲景大药房、郑州仟禧堂连锁、老百姓大药房、金水区康丽大药房、新郑清水路健康大药房、荥阳市和春堂大药房均有销售
市内免费送货 外地货到付款

“人民群众的健康高于一切”

访郑州市中心医院肛肠科主任田新

从一个不足20平方米的肛肠诊室到现在拥有33张床位的肛肠病区,从一个只有一个护士、一个医生的科室到今天拥有19名医护人员的大型科室——郑州市中心医院肛肠科,已经走过了将近20年的岁月,为了探寻该科迅速发展的原因,记者特意采访了肛肠科主任田新。

认真:一切以病人的利益为上

“对于病人的病情,从不认为肛肠科疾病是小专科而不重视,而是每个病人在手术前,都认真对其病情进行分析,做出适合的手术方案。”肛肠科主任田新如是说。

正因为如此,在工作和实际的操作手术中,田新主任常怀谨慎之心。而在病人手术当中,作为医生的他,更是针对病人的心理情况,加以安慰和督导。“我正和田新主任说着话呢,就完成了手术。”许多病人这样说道。

在田新主任的办公桌前,贴着这样的一行字:“病人的信任高于一切,病人的利益高于一切,病人的健康高于一切,病人的生命高于一切。”

田新主任告诉我们,这是他写的职业信奉,看着上面已经昏花的字迹,我们不禁暗暗感叹:好医生绝不是一朝一夕所能练成的,这其中,经过了多少不懈的努力,和多少不为人知的默默付出!

科研:以真心服务患者为己任

“好医生,真心为患者服务,是我们分内之事。”田新主任说。

在多年的工作中,为了更好地为患者服务,他还潜心钻研,发明了肛肠科“骑跨俯卧式手术床”,开创了肛肠科开放式手术方式以及术后不换药的先进方法。在直肠大出血及吻合口漏的处理方面有丰富的经验,总结了一套抢救技术的实用技巧,到目前为止成功率保持在100%。

田新主任在整个治疗过程中创立了“四个不需要”:1.术前、术后患者不需要限制饮食。2.术前、术后患者不需要限制排便。手术第二天即可排便,2万余例患者术后统计,伤口感染率1%以下,大出血率0%。3.手术后创面不需要换药。田新主任经过多年的临床探索,成功运用弱激光照射创面及中药冲洗替代换药,实现了无痛护理。4.手术后患者不需要长时间卧床。患者术后第二天就可以下床活动,3~8天痊愈出院。

这一切的努力和创新,使得医院肛肠科的专科技术优势更为显著,也同时在同行业当中树立了领先地位,在群众当中树立了良好的声誉和口碑。

晚报记者 董丽敏 杨东方



专家推荐

田新 郑州市中心医院肛肠科主任、主任医师。河南省中华医学会委员,河南省肿瘤协会会员,河南省、郑州市肛肠专业医疗事故鉴定委员会专家库成员,河南中西医结合学会副主任委员。从事肛肠病临床科研工作20余年,临床经验丰富,擅长开展重度痔疮,复杂肛瘘及重度肛裂、直肠黏膜内脱垂及肛周湿疣的检查、治疗工作,在肛肠科疑难病方面有独到的见解,善于根据患者不同病情选择不同治疗方法,以确保每一位患者的治疗效果。

坐诊时间:周一全天
咨询电话:0371-67690180 67656776

郑州市中医院深入开展创先争优活动

日前,郑州市中医院召开深入开展创先争优活动动员大会,此次会议由党委副书记周春顺主持并宣读了深入开展创先争优活动实施方案,党委书记、院长虞婕作了动员报告。

会议围绕推动科学发展、服务民生健康这一主题,要求统一思想,以高度负责的态度、改革创新的精神、求真务实的作风,扎实搞好创先争优活动,努力把基层党组织建设成为加快发展方式转变的组织者、推动者和实践者。王红专

医药广告代言 明星该何去何从?

如今,医药广告代言对于明星就像是一块美味的鱼肉,色泽诱人、味道鲜美,但是吃不好就会被“刺”卡住。近年,一个个光鲜的名字在报端、电台、屏幕不断闪现,与名字关联的不是“艺术”、“娱乐”,而是虚假医药广告。现在的电视广告,无论长短,大多数都是由明星来代言的!也许明星们想的也过于简单了些,认为拿了报酬之后,广告中产品的好坏、真假就与自己一点也没关系了!此类广告及明星代言行为,在群众中造成了十分恶劣的影响。明星的共同属性让事件的新闻性和关注度空前高涨,也让这些明星的“公信力”、“美誉度”大打折扣。

同行们的“惨痛经历”让有些明星在面对医药广告时选择了因噎废食,单纯的拒绝,固然安全。但是,这也在无形中将国内的医药企业一锅端的全部否定。明星与代言企业、产品是个人品牌与企业品牌的相互合作、相互助推,共同获利。对待医药广告,唯利是图,来者不拒或因噎废食、盲目否定都并非明智做法。那么,明星们在面对医药广告代言时,该何去何从?笔者认为周华健代言999感冒灵,应该可以给明星们一个如何处理医药广告代言的范本。

周华健,台湾著名创作歌手、音乐人,是20世纪90年代最具影响力的华人歌手之一。超凡的音乐才华,阳光、温和、负责的好男人形象,使其在20多年的岁月中屹立不倒。2009年纵贯线演出、2010年初首部主流公益片,足以证明他是粉丝心中真正的天皇巨星,是人们口中公认的公益明星。与之相匹配的是,同样拥有“重量级”身份的中国感冒药知名品牌——999感冒灵。据中国非处方药物协会2009年度OTC统计和调研结果显示,999感冒灵再次领军中国感冒药市场,连续三年实现单品销量第一,再

次被验证为中国感冒患者心中最值得信赖的感冒药产品。2007年周华健正式代言999感冒灵(999感冒灵是周华健迄今为止代言的唯一一个药品广告),一句“暖暖的,很贴心”,打破了中国医药广告“扯嗓子,喊疗效”的固有模式。

其实,二者间的“结合”远非如此简单。相伴四年,周华健“健康、爱心、负责”的个人形象与999感冒灵“朋友、温暖、关爱”的品牌形象才是彰显彼此“融合”的最佳注脚。自代言以来,999感冒灵携手周华健相继开展以“朋友携手温暖你我”为主题的“爱心天使全国志愿者关爱行动”,卫生部甲流防治宣传片等多项社会公益活动。期间,企业与个人两张“名片”,不断相互提升、相互助力,共放溢彩。同时,这一被誉为OTC市场的“最佳组合”,多年来也在业界及感冒患者中获得诸多赞许。

神合甚于形合,应该说,周华健代言999感冒灵不仅获得了明星与企业的双赢局面,也让普通百姓在感冒的困扰中多了一种“温暖”体验,这也是名人代言药品屡屡爆出负面背景下一道难得的风景。

李丽/文

