

## 科学防治骨关节炎 要注意这些

10月12日是世界关节炎日

专家  
介绍

骨关节炎的主要症状表现在  
关节疼痛、肿胀、活动度减少等

其中，关节疼痛是骨关节炎最常见的临床表现，也是临床上患者就诊的最重要原因，发生率为36.8%至60.7%。疼痛可在各个关节出现，以膝及指间关节最为常见



### 如何做好骨关节炎的预防保护？

临床实践证明，通过一些正确的预防措施，可以有效减少或延缓骨关节炎的发生

合理膳食，控制体重，多吃含钙及富含维生素D的食品

适当运动，选用一些相对温和的运动，如散步、做操等

保持健康生活方式，改变日常生活中不合理的姿势，如久蹲等



要做好关节保暖，及时根据天气变化增添衣物，晚上睡觉时可以用保暖的护膝保持膝关节的温度，促进血液循环

冬季应适当减少活动，避免关节负荷过多及关节活动不灵便造成跌倒骨折。同时，注意不要突然激烈运动，否则容易引发关节损伤，导致膝关节退行性改变



新华社发（王威 制图）

## 双节假期消费如何？

——商务部回应近期经贸热点

今年中秋、国庆假期全国消费市场形势如何？我国持续提升市场准入水平、扩大市场开放，还有哪些举措？第三届“一带一路”国际合作高峰论坛即将举办，商务部将有哪些活动？商务部12日举行例行新闻发布会回应近期经贸热点。

### 双节假期全国重点零售和餐饮企业 日均销售额同比增长8.6%

“今年中秋、国庆假期，全国消费市场人气旺、活力足，市场销售平稳较快增长。”商务部新闻发言人何亚东介绍，根据商务大数据监测，节日期间全国重点零售和餐饮企业日均销售额比2022年国庆假期增长8.6%。

据介绍，绿色健康智能类商品、特色节庆商品受到青睐。商务部重点监测电

商平台新风空调、节能热水器、智能扫地机等产品销量比去年假期增长1倍以上，重点监测零售企业通讯器材、粮油食品、饮料等销售额比去年假期增长10%左右。

此外，服务消费持续恢复，住宿餐饮、文化旅游、运动休闲等服务消费需求集中释放，商务部重点监测餐饮企业日均销售额比去年假期

增长约两成。城市商圈客流活跃，全国示范步行街日均客流量比去年假期增长87.4%，36个大中城市重点商圈日均客流量比去年假期增长1.6倍。

何亚东说，步入四季度，商务部将加快推动促进汽车、家居、电子产品消费以及近日出台的推动汽车后市场高质量发展等政策措施落地见效。

### 将继续合理缩减 外资准入负面清单

中国持续扩大市场开放有何新举措？何亚东在回答上述有关记者提问时表示，将继续合理缩减外资准入负面清单，研究进一步取消或放宽外资股比限制的可行性，吸引更多全球要素进入中国市场。同时，还将继续

会同有关部门和各地方落实好国务院《关于进一步优化外商投资环境 加大吸引外商投资力度的意见》，努力建设市场化、法治化、国际化的营商环境。

他介绍，自2017年以来，中国连续5年修订外资准入

负面清单，全国和自贸试验区外资准入负面清单条目分别缩减至31条和27条，在种养殖、汽车船舶和飞机制造、证券、银行、保险、职业培训等众多行业、领域取消或放宽了外资股比限制，为外国投资者创造了更多市场机遇。

### 第三届“一带一路”国际合作高峰论坛期间 将举办贸易畅通专题论坛

第三届“一带一路”国际合作高峰论坛即将在京举办。何亚东说，本届高峰论坛期间，商务部将会同海关总署、国家税务总局、中国进出口银行和中国出口信用保险公司共同举办贸易畅通专题论坛。

论坛将聚焦推进高水平

贸易畅通，从深化多双边经贸合作，加强海关、税务、金融支持保障作用，提升贸易投资自由化便利化水平等角度，邀请共建国家政府官员、国际组织负责人、专家学者和工商界代表深入交流。论坛议程专门设置维护产业链、供应链稳定畅通和推动

电子商务、绿色贸易发展两个分议题。

此外，论坛还将发布《数字经济和绿色发展国际经贸合作框架倡议》《中国“一带一路”贸易投资发展报告2013—2023年》等成果。

新华社北京10月12日电

## 平台企业营收为何快速增长？

从购物消费旅游出行，到文化娱乐社交互动，2023年的中秋、国庆假期期间，互联网平台经济展现出较强的活力，各大头部平台企业在假期的经营数据成为市场关注热点。

在京东，与去年国庆假期前三天相比，今年假期前三天，水果礼盒消费增长775%、海鲜卡券销售增长75%、演唱会门票综合销售金额增长5883%、餐饮综合消费增长2467%；在抖音平台，抖音网友发布吃喝玩乐内容同比增长73%、商旅订单量同比增长9倍、出境游订单同比增长7倍、超600万个生活服务团购达人发布2600多万条视频……

随着中国经济复苏步伐加快，各大互联网平台企业表现出较强的增长势头。

百度今年一季度营收同比增长9.62%，二季度实现同比增长14.87%；京东集团在2022年营收突破万亿元之后，2023年上半年同比实现增长4.66%；腾讯控股2023年中报同比增长11.02%，毛利率超过20%；阿里巴巴集团2024财年一季报同比增长14%；美团2023年上半年实

现营收同比增长超过30%……

国家在今年上半年出台了一系列经济政策，为平台企业业绩增长提供了有力的基础。

值得注意的是，国家多次强调平台企业在经济发展中的重要作用，为互联网平台企业营造了积极可预期的经营环境。今年7月中旬召开的平台企业座谈会传递出明确的信号：在全面建设社会主义现代化国家新征程上，平台经济大有可为。

与此同时，在中国经济高质量发展的推动下，平台企业不断抓住并用好增量机遇。例如，短视频平台通过直播带货的形式，成功拓展了各自的电商业务，头部社交平台产品中孵化出如视频号、小游戏等新的业务增长点。

“互联网平台企业普遍调整了发展策略，严控投资，强调高质量发展，更专注擅长领域。”中金公司研究部互联网行业首席分析师白洋说。

白洋认为，互联网平台比着看谁能以更低的价格为消费者提供更优质的产品或服务，

这使得互联网平台作为一个整体，在消费大盘中获得了更高的份额。例如在电商领域，2023年上半年实物商品网上零售额同比增长10.8%，高于社会消费品零售额的同比增长8.2%。

服务民生、赋能产业、创新引领，互联网平台企业未来还有很大的发展空间。上海新金融研究院副院长刘晓春说，平台经济发展不是要重复传统平台模式的发展历程。随着经济社会各领域全面数字化，在提升面向消费端的经济能效的同时，平台要大力发展面向产业端的多种类型的平台经济模式。

“中国本土市场高强度的竞争环境，使得互联网平台企业在对用户的洞察、运营和营销方式、流量分配机制等方面都积累了大量实战经验，也锻炼出了竞争力较强的人才队伍。”白洋认为，中国互联网平台甚至开始在全球引领一些趋势，“未来中国互联网平台发展不限于国内市场，海外也是重要的拓展方向。”

新华社北京10月12日电