

全国高血压日： 减盐控重 让血压不再“居高不下”

新华社记者 徐鹏航 顾天成

10月8日是全国高血压日，今年的宣传主题为“健康体重，理想血压”。国家卫生健康委数据显示，目前，我国成年人高血压患病率约为27.5%。专家提示，不健康饮食、身体活动不足、超重和肥胖等是高血压的危险因素，减少食盐（钠）摄入、控制体重对高血压的防治具有重要意义。

血压多高需要引起重视？国家卫生健康委提示，血压超过130/80mmHg以上就应密切关注。未使用降压药物且非同日3次血压超过140/90mmHg，即可诊断为高血压，应尽早开始生活方式干预并按医嘱进行药物治疗。

高血压是一种全身性疾病。北京协和医院心内科主任医师严晓伟介绍，持续的血压升高对心脏、血管、眼睛、大脑、肾脏等都会造成损伤，如不及时加以治疗，还可导致脑卒中、冠心病、心力衰竭、肾功能衰竭等严重并发症。

减少高血压对身体的影响，早诊早治是关键。“高血压往往起病隐匿，一些患者虽然血压升高但身体没有不适感，等到出现症状时已经比较严重，因此不可等有了症状再就诊。”严晓伟建议，有糖尿病、肾脏病等基础疾病和动脉粥样硬化等心血管疾病的人群，有高血压家族史、超重或肥胖的人群，以及50岁以上人群，均应半年或一年测量一次血压，如发现血压升高要及时就诊，并采取适当的药物、非药物治疗。

《健康中国行动—心脑血管病防治行动实施方案（2023—2030年）》明确提出，加大基层医疗机构血压、血糖、血脂“三高共管”力度。到2030年，高血压、糖尿病患者基层规范管理服务率均达到70%，治疗率、控制率在2018年基础上持续提高。



减盐控重。

(新华社发)

高血压应如何治疗？专家提示，高血压分为原发性高血压和继发性高血压，一些肾脏疾病、睡眠呼吸暂停等都有可能导致继发性高血压，需明确病因后进行相应治疗。

此外，对于高血压患者来说，除遵医嘱服药外，减盐、控重尤为重要。《高血压营养和运动指导原则（2024年版）》建议，限制钠的摄入量，每人每日食盐摄入量逐步降至5g以下；控制能量摄入，通过吃动平衡，维持健康体重；限制饮酒或不饮酒；保证新鲜蔬菜和水果摄入量。

“高盐饮食、肥胖特别是腹型肥胖等因素和高血压的发生及控制不

良有直接关系。”严晓伟说，高血压患者在血压控制不良时要特别注意减盐，可采取和家人分开放盐，不吃鸡精、耗油等调味品，在外用餐时用水涮一下再食用等措施，严格控制盐的摄入。此外，在血压稳定的前提下，根据自身情况循序渐进增加运动，保持健康体重。

专家建议，运动以户外及有氧运动为主，中等强度的有氧运动每周至少150分钟。提倡结合多种形式的抗阻（力量）训练并辅以柔韧性训练。

“需要注意的是，高血压并非‘老年专属’。”全民健康生活方式行

动国家行动办公室、中国疾控中心慢病处处长赖建强表示，青年高血压也值得注意，同样需要定期进行高血压筛查。

《中国高血压防治指南（2024年修订版）》显示，我国人群高血压患病率持续增高，尤以中青年更明显。专家强调，预防高血压，从健康生活做起，要注意减盐、减油、控制体重。其中18岁及以上成年人群体重指数，即体重（千克）除以身高（米）的平方，应为18.5至23.9。同时，应合理控制腰围，建议男性小于85cm，女性小于80cm。

(新华社北京10月7日电)

超21亿元！国庆档影片献礼时代与生活

新华社记者 王鹏 许晓青

国家电影局8日发布数据，2024年国庆档，我国电影票房为21.04亿元，观影人次为5209万。其中，国产影片票房为20.17亿元，占比为95.87%。

《志愿军：存亡之战》《危机航线》《爆款好人》《只此青绿》……今年国庆档有多部新片上映。此外，《里斯本丸沉没》《出走的决心》《野孩子》等中秋档前后上映影片依然保持一定热度。

国庆假期，在影迷心中，更加深刻感悟到“我和我的祖国，一刻也不能分割”。在这个特殊的档期，《志愿军：存亡之战》收获了8.05亿元的票房，领跑国庆档。

作为一部弘扬抗美援朝精神的影片，《志愿军：存亡之战》重点呈现抗美援朝战争第五次战役中的铁原

阻击战。影片用宏大的场面、真挚的表达，生动再现了志愿军战士浴血奋战的峥嵘岁月，深厚的家国情怀引发观众广泛的情感共鸣。

新主流电影之外，还有题材丰富的影片，满足观众多元化观影需求。

1日上午不到10点，UME影城上海新天地店就涌入不少前来购票的观众。这座距离红色地标中共一大纪念馆最近的影城提供了丰富的排片。

整体来看，今年国庆档电影市场较为多元，既有凝聚精神力量的新主流电影，也有科幻片、动作片、动画片等不同类型影片，涵盖战争、喜剧、歌舞等多种题材，为观众带来丰富的观影体验。

广大电影人也持续追求创新突

破，不断展现电影创作新探索。

《只此青绿》将电影艺术与舞蹈艺术相融合，展现中华优秀传统文化之美；《危机航线》通过万米高空客机内密闭空间的动作场面，为观众带来一场紧张刺激的空中冒险；《志愿军：存亡之战》动用了2000多名群演，生动再现了宏大战争场面，折射出我国电影工业的发展。

中国电影评论学会会长饶曙光认为，市场在变，观众的娱乐方式也在变。电影人要有创新意识，以变求变，更好地研究观众、研究市场。只有赢得更多观众，电影才能赢得更大的市场发展空间。

与此同时，丰富的文化惠民活动，激发市场潜力。

早在今年暑期，国家电影局便启动了2024年全国电影惠民消费

季。消费季覆盖暑期、中秋、国庆等主要电影档期，给观众提供积分兑换、购票立减、多券叠加、观影享受商圈折扣等形式多样的优惠。

各地结合实际，推出了相关惠民活动。

国庆期间，结合惠民文化消费季，北京市电影局发放了1000万元观影补贴，覆盖全市250余家影院；江苏省电影消费惠享活动每天发放5000张“立减20元”优惠券，合计3.5万张；上海推出2024“乐影上海”电影消费券活动，在以往单人单券基础上，新推出双人同行消费券，为情侣、亲友、家庭等用户领券购票提供便利……

这些活动与丰富的内容供给相结合，为电影市场注入更多活力。

(新华社北京10月8日电)

绘，如“菊渐黄”“风扫叶”“雁随阳”，字里行间表达了对季节变化的敏感、自然规律的敬畏、坚韧品质的赞美，展现了诗人深厚的文化底蕴和对生活的深刻感悟。

再如，李清照的《怨王孙·湖上风来波浩渺》，运用白描手法，描写了宁静深远的秋日之美，笔触如行云流水般清新灵动，流露出词人对这一片大好秋色的热爱。词曰：“湖上风来波浩渺。秋已暮，红稀香少。水光山色与人亲，说不尽、无穷好。莲子已成荷叶老。青露洗、藕花汀草。眠沙鸥鹭不回头，似也恨、人归早。”

深秋时节，湖上风轻浪细，波光粼粼。花儿都凋谢了，可眼前的水光山色却让人感到十分亲切，有种说不尽的美好。且看那莲蓬里的莲子圆润如珠，虽说碧绿的荷叶已枯萎泛黄，但是岸边的野花草被清新的露水洗涤，显得生机勃勃……这种对比，不仅描绘了一幅生动的秋日湖景图，也反映了词人对生活细节的深刻观察。

一夜凉寒，一夜秋。寒露时节，窗外那树叶褪黄、柿红菊黄，像是在提醒人们要珍惜时间，把握当下。心若向阳，何惧寒凉，趁着秋风正好，不如努力去奔赴自己的诗与远方。（新华社上海10月8日电）

寒露：最是橙黄橘绿时

新华社记者 杨金志 郭慕清



寒露话养生。

(新华社发)

一年好景君须记，最是橙黄橘绿时。

秋寒初临，不动声色间，寒露送来了五彩斑斓、如诗如画的深秋。如果说“白露”是炎热向凉爽的过渡，那“寒露”就是凉爽向寒冷的转折。正如元代吴澄编著的《月令七十二候集解》中所言：“九月节，露气寒冷，将凝结也。”这之后，寒气渐生，昼夜温差

较大，早晚会感到寒意。

古人将寒露分为三候：一候鸿雁来宾，二候雀入大水为蛤，三候菊有黄华。所谓“鸿雁来宾”指的是，鸿雁飞往南方，此时应为最后一批，古人称后至者为“宾”；“雀入大水为蛤”是说，天渐寒，雀鸟都不见了，而海中的蚌蛤产出变多，就好像雀变成蛤似的；“菊有黄华”是说，此时菊

不断刷新出行、文旅、消费数据，这就是中国！

新华社记者 边思琪

连续7天，全国铁路日发送旅客超1700万人次；交通运输部预计，假期全社会跨区域人员流动量将达到19.4亿人次，平均每天2.77亿人次！

国庆黄金周，不断刷新的出行、文旅、消费数据，让网友感叹，这就是中国！

流动中国，充满活力、蕴含张力——国庆前夕，中国铁路营业里程突破16万公里，其中高铁营业里程超4.6万公里，稳居世界第一。“八纵八横”，让国人出行说走就走。

青藏高原上，国庆假期首日，高原铁路发送旅客9.88万人次，创单日发送旅客量最高纪录；多彩南疆，乘坐7557次绿皮慢火车，看胡杨转黄，棉田泛白，品秋收味道……

10月1日，深中通道车流量创下通车以来日通行量新纪录；10月4日，港珠澳大桥车客流量首次突破2000万人次大关。

国庆假期期间全国主要高速公路、国道流量持续高位运行，与去年同期相比分别上升5.3%、11.3%。

流动中国，“中国红”闪耀，释放文旅新动能——10月1日4时许，12.3万人聚集在首都北京天安门广场，看升旗、唱国歌。

今年是新中国成立75周年，看升旗仪式、游革命老区，成为过节潮流。相关平台数据显示，国庆假期全国红色旅游经典景区日均订单量同比增长70%。

在海南琼海红色娘子军纪念馆，游客们参与主题活动，感受红色文化；延安革命纪念馆门前排起了长队；四川甘孜州泸定县，游客们踏上泸定桥感受其惊险，体会当年红军飞夺泸定桥的不易……

小城旅游、县域旅游热度持续上升。据统计，九寨沟、安吉、香格里拉等县级市和县城在假期首日都分别实现订单109%、86%、74%的增长。

文旅场景上新目不暇接，新业态不断。新晋世界文化遗产地“北京中轴线”受到游客热捧，相关旅游产品预订热度同比增长69%；四川德阳市组织“缤纷三星堆 国庆奇妙游”活动，三星堆博物馆景区接待人数同比增长19.48%；山西应县木塔等“黑神话·悟空”游戏取景地持续火爆……

流动中国，是文化与经济交融，流量亦是增量——据网络平台数据，截至10月7日2024年国庆档档期总票房突破20亿。《志愿军：存亡之战》等居票房榜前列。

“跟着赛事去旅行”，“国庆黄金周”成为“赛事黄金周”。多地体育赛事如火如荼，2024中国网球公开赛、WTT大满贯赛……一场赛吸引游客玩遍一座城，“体育流量”变“经济增量”。

贵州榕江县“村超”球场观众席，游客李晶晶感慨地说：“没想到在‘村超’球场上还看到了来自国外球队的精彩表现，大老远来专门看球赛，值！”

据统计，10月1日至5日，贵州“村超”吸引了共计38.63万人次到榕江县旅游，同比增长30.67%；实现旅游综合收入4.64亿元，同比增长26.78%。

平台数据显示，假期餐饮市场消费火热，部分火锅连锁店午市客流增长超四成，多个茶饮品牌门店爆单。假期前5天餐饮堂食消费日均值相比2023年国庆假期增长33.4%，夜间时段消费较2023年国庆假期增长44.8个百分点。

各地多项优惠政策“点燃”消费热情。国庆假期，北京举办近400项促消费活动，重点商圈客流量超过4500万人次；假期前3天，重庆市累计申领家电补贴资格5万多人次，带动家电销售额超过2.3亿元……

流动中国活力喷涌，黄金周“中国红”闪耀！（新华社北京10月7日电）

20.03亿人次！

国庆假期交通出行火热彰显流动中国活力十足

新华社记者 叶昊鸣

国庆佳节，共赴诗和远方。

来自交通运输部8日的最新数据显示，2024年国庆节假期期间，全社会跨区域人员流动量20.03亿人次，日均28618.7万人次，比2023年同期日均增长3.9%。

20.03亿人次，这是一个怎样的概念？如果按照全球总人口超过80亿人来算的话，相当于世界上约四分之一的人员乘坐交通工具出行旅行了1次。如果按照总人口超过3亿人的美国来算的话，相当于全体美国人乘坐交通工具出行了7次。

20.03亿人次的交通出行人数中，公路人员流动量最大，达到184616万人次。这其中，高速公路及普通国道省非营业性小客车人员出行量，也就是日常所说的自驾出行人数，达到158541万人次，占交通出行人数的八成左右。

来自交通运输部的研判显示，亲子游成为今年国庆期间国内游的主力，跨省游成为主流，北京、山西、

上海、江苏、浙江、四川、重庆以及新疆等地成为热门的出行地区。

随着交通基础设施日益完善，全社会跨区域人员流动量20.03亿人次，日均28618.7万人次，比2023年同期日均增长3.9%。人们更愿意选择通过自驾的方式出门远行，既能随时随地停车欣赏沿途风景，也能与亲人朋友拥有更多近距离接触的时间。

除了自驾出行外，数据显示，公路、铁路、水路、民航的客运量分别为26075万人次、13125.1万人次、980.1万人次、1609.6万人次，占交通出行人数的二成左右。

车流穿梭，网约车、共享单车等交通新业态蓬勃发展；高铁飞驰，“复兴号”搭载越来越多的乘客奔赴各地；巨轮远航，人们可以在江海之上感受别样的风景；飞机翱翔，一地与另一地之间的空间距离越来越短。

（据新华社北京10月8日电）



离岛免税购物热

今年国庆假期，海南免税购物热潮持续升温。海口海关8日发布数据，10月1日至7日，海口海关共监管海南离岛免税购物金额7.85亿元、免税购物旅客11.02万人次、人均消费7124元。

(新华社发)