



中国营养学会公布2016年营养界

中国营养学会每年都发起“年度营养新闻讨论”，纵现营养界全年事态，盘点影响百姓健康生活大事，至今已经成功举办六年。2016年，中国营养学会从国家政策、学界要闻、百姓关注三个角度各评出三条重要新闻，一共评出九条营养界新闻。

九大新闻

- 1

全国卫生与健康大会召开，“实施贫困地区学生营养餐或营养包行动，保障生长发育”成为重要议题

全国卫生与健康大会于2016年8月19日至20日在京召开。中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平在发言中指出：要加强健康知识宣传力度，提高学生主动防病意识，有针对性地实施贫困地区学
- 2

国民营养改善工作纳入《2030 健康中国规划纲要》

2016年10月，中共中央、国务院印发了《“健康中国2030”规划纲要》。

《纲要》中指出：要塑造自主自律的健康行为。引导合理膳食，制定实施国民营养计划，深入开展食物(农产品、食品)营养功能评价研究，全面普及膳食营养知识，发布适合不同人群特点的膳食指南，引导居民形成科学的膳食习惯，推进健康饮食文化建设。建立健全居民营养监测制度，对重点区域、
- 3

“农村妇女增补叶酸预防神经管缺陷、儿童营养改善”作为健康扶贫任务进入国务院《关于实施健康扶贫工程指导意见》

国家卫生计生委等15个中央部门，于2016年6月21日联合发布《关于实施健康扶贫工程指导意见》。《意见》中指出：要加强贫困地区妇幼健康工作，其中包括农村妇女增补叶酸预防神经管缺陷、儿童营养
- 4

胆固醇与健康热议

2015年美国取消胆固醇推荐摄入量上限，引起我国网民的高度关注，有关胆固醇的是非曲直及推荐摄入量量成为民众热议的焦点和热门话题，更有膳食胆固醇可以放开吃的观点在网络上流行和传播，扰乱了民众对胆固醇的认知。

2016年9月3日，由中华预防医学会慢性病预防与控制分会、中国营养学会营养与慢病控制分会、中华医学会心血管病学分会、中国心血管健康联盟四家单位联合发布“正确认识胆固醇”科学声明。

声明结合中国居民膳食指南和
- 5

全球营养报告发布并强调“全球营养问题严峻，亟待加强行动，确定预期目标”

2016年6月17日，在全球七大城市发布的《2016年全球营养报告》表明，世界各国和地区的肥胖和超重率继续上升。该独立报告指出，世界各国采取的对抗各种形式营养不良的行动进展不足，几乎所有
- 6

公共营养师认证被取消，中国注册营养师工作启动

国务院于2016年12月印发《关于取消一批职业资格许可和认定事项的决定》，取消公共营养师职业资格许可和认定事项。

早在2016年5月28日，中国营养学会首次中国注册营养师试点资格考试已经在上海进行。试点是中国注册营养师制度建
- 7

新版《中国居民膳食指南(2016)》发布

在健康中国成为国策的今天，新版《中国居民膳食指南(2016)》由国家卫计委发布。5月发布的新版指南一经出版，即得到广泛应用，并荣获多个奖项，其中包括：专业版入选科技部2016年全国优秀科普作品公示名单；科普版荣获2016年度省委版物主题宣传激励项目推荐“最佳
- 8

全球健康促进大会呼吁健康和福祉是可持续发展目标的核心，营养人义不容辞

由世界卫生组织和中国国家卫生计生委联合主办的第九届全球健康促进大会(9GCHP)11月21日-24日在上海召开，并发布了《2030可持续发展中的健康促进上海宣言》。此次大会将
- 9

2016全民营养周，“营养教育全覆盖”

新版《中国居民膳食指南(2016)》一经发布，便引发公众广泛关注。2016年5月15日，由中国营养学会发起的“第二届全民营养周”活动正式启动，本次营养周围绕“平衡膳食，营养健康”主题，结合新版膳食指南，宣传膳食平衡，合理营养，并带动全国30多个省市的营养专家在5月15日-21

国家均未实现减少妇女贫血症及预防糖尿病，这将是进一步增加的行动目标。

全球营养报告的发布突出了全球范围内各国面临的营养问题，包括中国在内的各国专家根据不同社会背景，针对营养现状进行讨论，对推动全球营养改善起到积极作用。

立过程中一次重要的试航，营养行业注册营养师工作委员会认真总结了试点的经验并分析存在的不足。

2016年末发布的中国注册营养师人证制度和相关考试文件，引起业界广泛好评，中国营养学会将发挥专业学会力量，夯实营养师行业发展的知识和技能基础，为我国建立一支专业的营养师队伍，为健康中国保驾护航。

图书”及“2016年全国老年人推荐优秀读物”。

新指南的出版为全体营养和健康教育工作者、健康传播者提供了最新、最权威的科学证据和参考资料，鼓励教育工作者在工作实践中加入自己的经验和知识，帮助消费者应用到自己的日常生活中，为实现人民健康打下坚实基础。

为重新确立健康促进在改善健康及健康公平方面的重要性提供千载难逢的良机。同时，此次大会也将在对健康促进的概念、方法及机制的实际应用方面，对各成员国提

供指导，进而最终实现可持续发展目标。

营养是生命的基础，营养科学所倡导的健康生活方式是大会精神的良好延伸。

日这一周中，开展一系列营养宣教活动。

全国范围内的营养周活动，通过线上线下相结合的模式，结合媒体、业界和学界的综合力量，以互联网、媒体、医院、社区、学校、超市等为平台，将新版膳食指南核心内容推广到不同人群，实现了“营养教育全覆盖”，受众达4.7亿人。

(摘自《中国科普网》)

书讯

《那颗星星不在星图上》



本书主要介绍人类探索太阳系疆界的历史，并对一些常被人以讹传讹或误解、夸张的历史事件进行分析与澄清。本书共分32章。其中第1章简单回顾近代之前人类对行星的了解，第2~4章介绍天王星的发现，第5~7章介绍小行星带的发现，第8~10章介绍天王星出轨之迷及天文学家们为解决该谜团所作的早期努力，第11~16章介绍亚当斯与勒维耶对海王星的预言及海王星的发现，第17~19章介绍英法两国有关海王星预言的优先权之争，第20~21章介绍并分析由海王星档案所引发的新争论，第22章介绍寻找火星的失败努力，第23~27章介绍冥王星的发现，第28~30章介绍柯伊伯带及其发现，第31章介绍行星新定义及冥王星的降级，第32章介绍奥托云及有关太阳伴星的猜测。

内容通俗易懂，文笔生动风趣，考据严谨深入，适合广大天文爱好者及大中学生阅读。

《徜徉生命海洋——生命科学海洋撷贝》



《徜徉生命海洋：生命科学海洋撷贝》畅游指南有九扇景色各异的透明“观察窗”，涵盖细胞生物学、免疫学、医学遗传学、生物化学与分子生物学、发育生物学、神经生物学、疼痛生物学、病原生物学、生理学等学科领域，她们构成了一道独特的风景长廊，从而使你能够在短时间内一饱眼福。当然，通过窗口来观察，只能摄取到“海洋馆”的某个局部和侧面。而“海洋馆”和“海洋”比起来毕竟只是微乎其微的。但即使如此。也定能满足一下你探究“海洋”的好奇心，并激发起你对“海洋”的无限向往。

《谁吃谁大冒险》



在草原上、在森林里、在高山间，生活着各种各样的动物，它们会捕食其他动物，同时也会被其他动物吃掉。现在你有机会来扮演几种不同的动物并进入这个神秘的食物链，每一步，你都要考虑该吃掉谁，那么谁又会吃掉你呢……快来参加这场“谁吃谁大冒险”吧！聘请国内动植物研究方面的专家审核内容，同时兼顾了科学性和通俗性。国家地理水准的高质量图片，带来一流的视觉效果。专门设计的游戏卡牌可以加深对知识的印象，寓教于乐，乐趣无穷。

小程序爆红，APP还能走多远？



任何商业模式之所以成立，不但要对用户有好处，也要对商家有好处。自然，那些被抢走可营销用户时间的APP，势必会对小程序保持警惕。小程序在一夜之间成为一个热门话题。微信更新之后，只要有开发者登录小程序后台，并在“开发管理”页面点击了“发布”按钮，就会有一个小程序，降临到这个世界上。眼下，关于小程序的各种议论已经非常多。那么，从商业上来看，小程序与当下中国移动互联网的生态是什么关系呢？

现在的中国移动互联网，充斥着各种营销行为，像无处不在的推送、广告、优惠券等，往往令用户烦不胜烦。小程序却反其道而行之，没有推送，不能分享到朋友圈，处处都显示出它在拒绝营销。这样做的初衷很好，将程序的功能回归于服务，服务就是服务、用完即走，非常纯粹。不过，无法忽视的却是，问题的另外一面是营销的经济本质，或者说动力机制，是通过资源的互换，使得不同资源获得更高的边际效用。

小程序是一种减负思维

显然，钱是效用最大化的。但有时候，返给用户5元钱现金，不如把这些钱集结起来，换取另一种资源，再以某种优惠的形式，返给用户。比如，用户不能用5元钱买到电影票，商家却可以

用低价买到闲时大量电影票，再分发出，使得一部分用户获益。这个过程，由于技术无法精确识别需要的人，往往采取群发形式，按概率获得用户。用户在这个过程中，会受到一定的打扰，但也会同时获益，否则可以选择删掉这个APP。通过这种资源互换，APP获得自身的利益，这就是目前大量工具性APP生存的方式。而这类营销，正是中国移动互联网的生存之基。

这种情况在某种程度上，是因为付费很难发生，外部条件、社会习惯，都不见得会接受付费的方式。消费者不愿意付费，但可能愿意忍受一点营销。这种情况下，小程序横空出世。不过，当小程序挤压掉那些营销，也就意味着消灭了旧生态。

从这个角度上来说，小程序可能会是互联网生态的转折点。小程序的思维，是一种减负的思维，让信息减少，让你的注意力集中。这种思维会慢慢成为互联网产品设计的主流。

小程序对简单APP是巨大打击

事实上，对于非常低频(低频率使用)的，无法立足用户手机的企业，小程序是一个好事情。因为对这些企业来说，反正无法拥有自己的APP；相反，用了小程序，会增加用户时间，增加营销机会。对于高频(高频率使用)

APP来说，它们虽然没有被卸载之忧，但需要在损失一定可营销、高体验的用户时间，与多一个渠道带来的利益之间权衡。而对于中间的夹层，也就是使用频次一般，简单的、工具类APP来说，小程序不啻为一个打击，因为小程序会抢了它们可营销的用户时间。

以当下热门的共享单车为例，用户对共享单车有需求、有依赖。重度用户就不说了，一般使用频率不高的用户也还得在自己手机上留一个APP。不过，有了小程序，这些用户就完全不用保留APP了。而只要有一个竞争对手做了小程序，共享单车的任意一方都不可能不跟进。本来作为工具类的APP，共享单车的转化并不容易，现在用户时间全部转移到小程序里面去了，势必可营销的用户时间会进一步减少。对于此类APP，小程序的到来，冲击是显而易见的。

任何商业模式之所以成立，不但要对用户有好处，也要对商家有好处。自然，那些被抢走可营销用户时间的APP，势必会对小程序保持警惕。因为足够“小”，所以小程序本身就意味着只留下核心、有用的功能。不过，就眼下而言，只有提供好的内容，创造更多更美好的事物，用户才会买单。如果这一步做到了，大规模卸载APP的时候也就到了。

(摘自《新京报》)