

“跑步让我遇见更好的自己”

——达州“运动达人”带动数百市民跑步

在达州,有这样一群人,他们热爱跑步并组建了一个“跑步吧”;他们年龄在18岁至60岁之间;他们中的很多人加入跑步吧的初衷都是为了减肥,但现在他们却渐渐爱上了这项运动。如今,这个跑步吧已有700多人加入。

坚持跑步75天成功减肥

跑步吧的负责人田金陵今年28岁,是一名律师,由于平时工作应酬较多,运动时间几乎没有,体重最高突破了170斤。他告诉记者,2014年,看着自己体重不断增长,肚子上的肉越来越多,决定开始运动。小田记得第一次跑了4.04公里,用了20多分钟。由于跑得太猛,一天下来,他感觉浑身腰酸背痛,之后只能选择慢跑。在跑步中,小田积累了很多经验,学会了循序渐进,每天一点一点的加跑量,每次跑步均一直维持在五六公里。



“从决定要运动开始,只要一有时间我就会外出跑步。”小田告诉记者,他记得跑到第18天时,那天天气凉爽,竟不知不觉跑了12公里,用时1小时5分钟。看到这个成绩,小田越来越有信心。坚持到第75天,他的体重直线下降到136斤,瘦了30多斤。

参加完北京马拉松半程比赛后,小田又开始跑马拉松全程。他常常从达城北外跑到蒲家,然后再返回,整个路程42.2公里,虽然难度十分大,但是他仍然坚持下来了。

组建“达州跑步吧”

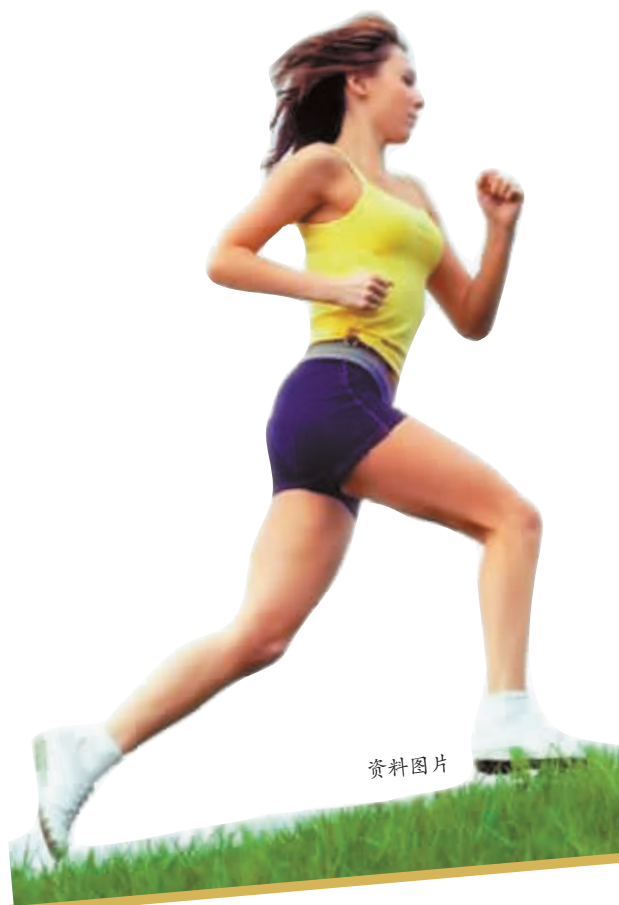
“在跑步中,我认识了很多达州各地热爱跑步的人,我们现在组建了一个700多人的‘达州跑步吧’。”小田告诉记者,“达州跑步吧”里的跑友年龄最小的只有18岁,年龄最大的57岁,大家都从事着不同的行业,但是却都有一颗热爱健身的心。他们每周四都会到凤凰山榉子梁隧道集合,沿着凤凰山跑5公里,周末也会组织常规跑步运动。现在,团队里的跑友相互鼓励带领着一批又一批的跑友挑战自我,让坚持、分享、友谊的精神传播开来。

最后,小田说,跑步,让他遇见了更好的自己,他希望能有更多人像他一样运动起来。

(本报记者 刘民婕)

决定挑战“马拉松”

小田跑步的初衷是为了减肥,后来他在跑步中享受到了酣畅淋漓的快感,由此爱上了跑步这项运动。2014年10月初,小田萌生了挑战半程马拉松的念头,他报名参加了北京马拉松半程比赛。小田告诉记者,这次比赛虽然没有拿到名次,但也是对自我的一次挑战,而且他在北京接触了来自全国各地的跑步爱好者,发现很多城市都组建了有组织有纪律的跑步团队。他便产生了在达州组建一个跑步团队,把达州的跑步爱好者聚集在一起的想法。



资料图片

女汉子KO电梯猥琐男 主角竟是中国拳王女友

最近有一段电梯内美女暴打电梯猥琐男视频爆红于网络,视频中一猥琐男欲骚扰一名性感女子,结果被该女子三拳两脚放倒在地,视频传出后遭到网友疯传,并直呼美女好身手,而更令人意想不到的,视频中的主角竟是中国站立格斗第一人“火麒麟”徐琰的女友杜乔。

杜乔和男友“火麒麟”徐琰一直被形容为拳台“金童玉女”,私下里,杜乔也是一名搏击爱好者,搏击让杜乔和徐琰走到了一起,拥有搏击特长的杜乔也曾多次在演艺圈扮演搏击角色。并且杜乔也曾经是一名运动员,12岁进入专业体校练习短跑和跨栏,此后因受伤中断田径之路。

“这都是平时揍我练出来的。”杜乔的男友,“火麒麟”徐琰在看到这则视频之后,开玩笑地说道。徐琰和杜乔相识已久,几年前,杜乔在筹备一部动作电影角色时,为了让搏击动作更加逼真,通过网络寻找到了在世界擂台逐渐崭露头角的徐琰,第一次搏击课后,杜乔就发现了徐琰的独特魅力,两个人渐渐走到了一起。(据中新社)

主 编 李天泉
责任编辑 李 杏

官方微信 dzwbwx
官方微博 dazhouxinwen

报料热线:2382258

CHIFFO 前锋 “全民运动季”由前锋独家协办
前锋平板烟机邀您参加
前锋橱柜厨卫节 300+
2016.4.20—5.8
地址:来凤路171号 电话:0818-2150110

宋慧乔怒告《太阳的后裔》 赞助商侵权

宋慧乔近来因凭着《太阳的后裔》人气再度翻红,她在剧中穿的、用的也都大卖,但宋慧乔很有原则,先前才因有日商汽车找她代言,可遭她拒绝。如今她又对某珠宝品牌提告,认为对方侵犯肖像权,有趣的是,该品牌还是《太阳的后裔》赞助商之一。宋慧乔近日以“侵犯肖像权”为由控告某珠宝品牌公司,由于过去她曾与该品牌签订代言,但合

约早在今年1月就已到期,不过该品牌近来仍在官网及社交网站上使用宋慧乔的照片宣传,让她所属公司相当不满。不过据悉该品牌其实还是《太阳的后裔》赞助商之一,但宋慧乔所属公司认为,尽管她是女主角,在播出中出现也是必然,但仍不能未经允许就用她照片在其他地方进行宣传。(据金羊网)

《欢乐颂》广告植入无处不在惹吐槽



近日,42集电视剧《欢乐颂》在东方卫视、浙江卫视热播,口碑和话题居高不下。不过即便是口碑良好,该剧无处不在的广告植入也遭到了网友的吐槽。记者统计发现,该剧幕后鸣谢的31家单位中,24家为广告客户,而单集广告数更是高达10个以上。香飘飘、大众、苹果、保时捷、百岁山、大闸蟹、三只松鼠、搜狗等等品牌高密度出现,大到剧中人物开的车,小到人物手中一杯奶茶都有广告植入。

记者统计发现,在已播的剧集里,单集广告数高达10个以上,最短2分钟,最长15分钟的时间间隔就会被植入一段品牌广告。仅就播出的第16集统计来看,广告出

现的频率为16次,累积品牌共有6家。

记者发现,《欢乐颂》当前剧集的广告植入形式主要可以分为道具植入、台词植入、背景植入。

在该剧中随处可见的汽车、奶茶等已经有一定品牌知名度的产品,随着画面设定无处不在。而部分品牌和产品则随着演员台词出现。

此外,还有部分产品或者品牌与剧情基本无关,只是硬性出现在屏幕中。这种植入形式是最简单省事的形式,也是最容易让观众出戏、吐槽的形式。如果不够突出,很难让观众看到,更别说达到想要的广告效果。(据法制晚报)