



“养生时代”来临，该何去何从？



行业

中国社科院食品药品产业发展与监管研究中心专家董国用

养生产业“有需求，没引导”

我国养生文化有一定的基础，如广泛流传的养生谚语：冬吃萝卜夏吃姜，不劳医生开处方；吃米带点糠，老小都安康；要想人长寿，多吃豆腐少吃肉；朝食三片姜，胜过人参汤；春捂秋冻；头对风，暖烘烘；脚对风，请郎中；笑一笑，十年少，愁一愁，白了头；常洗衣服常洗澡，常晒被褥疾病少。这些都从吃出健康、体育锻炼、心理健康、养生习惯等

方面总结了养生文化。但由于我国居民总体健康素养较差，所以，虽然由于经济水平提升，有了健康需求，但很容易被所谓“流行养生概念”和“流行养生专家”忽悠，造成养生流行现象，最后成为养生流行错误。可以说，虽然我国养生文化已有数千年历史，但到现在，仅可以说是初级阶段。形象地说，就是“有需求，没引导”。

多方共建“养生时代”

促进养生保健文化健康发展，国家、协会、企业、媒体、百姓都应做出相应努力。国家要做两件事情：一是社会环境管理，即制定游戏规则；二是因势利导，积极引导中医养生的发展。主要的事情还是要由专业人士来做。

行业协会等应积极引导行业健康发展，制定相关标准规范，让消费者和从业人员都能了解基本的常识和守则，能减少“庸医误人”的事在养生行业发生。

企业在推出养生相关产品时，也应该宣传相关的养生知识，但切忌为了推广产品而“发挥”养生知识或“发挥”产品功能。

媒体已经成为社会监督的重要力量。包括养生乱局的最后揭穿，也主要是媒体的功劳。但勿庸讳言，在这之前，也正是媒体助纣为虐地把这些人推上神坛的。媒体需要自守，也需要专业。

老百姓要健康是没问题的，听专家的话更没错。关键是要明辨专家。其实读者已经越来越有鉴别能力了，比如所谓专家，说着说着就推荐产品的，消费者已经比较有免疫力了。

缺乏法律规范

养生是一个纯粹的东方词汇和东方文化。但在西方，类似养生的文化也是很发达的，在美国等西方文化体系中，养生可以对应到预防医学上。在一些综合性大学和医学院里，都有公共卫生专业，就是培养这方面人才的。

美国也有科普类的养生专家，但由于美国法律较完善，

跟管理企业一样，如果有人因为某位“专家”的养生理论而受到损失甚至死亡，那么所谓的养生专家要负相应的赔偿责任。因此，美国少有“非专业的明星型”的专家。当然，即使这样，美国十多年前也还是出现过“吃麦芽汁治疗抑郁症”的养生谎言，也出现过反健康欺诈的民间机构。

中医养生没有“不对”，只有“用不对”

中医养生是不会有错的。中医本身强项就是调理，就是“治未病”，就是养生。问题出在借着中医幌子、借着养生幌子，兜售个人或团伙私利。有的是直接卖产品，有的是卖书，有的是卖“特需”挂号费。

其实辨别起来，还是比较容易的：

第一，科学养生不是一蹴而就的，所以凡号称能快速见效的，基本是伪科学。

第二，不管是中医还是现

代营养学，都讲究平衡，因此，凡是说吃或者用某种或某少数几种东西就是养生的，基本是伪科学。

第三，说某种东西能包治百病、包治各种人的，基本是伪科学。因为人体健康的情况不一样，需求不一样，而一种产品能解决各种健康问题，必不可信。



立秋之后，很多电视节目、广播节目都开始做秋季养生的科教节目。但是，从中医专业的角度来说，虽然立秋了，但实际上还没有出“三伏”，还是一年中最热的时候，如果这时候就开始盲目“贴秋膘”、秋季养生进补，不但起不到养生的效果，还会适得其反……

不知何时起，养生似乎成了全民话题：各大书店图书销量排行榜前十名必有养生类书籍；从央视到地方电视台也兴起很多养生、健康类节目；网站中健康新闻、营养博客的点击量扶摇直上；以至于一时间养生“明星”名声鹊起，全民“养生时代”已然到来。

发达国家的经验表明，当一个国家人均GDP超过3000美金的时候，对健康的消费将会发生井喷。人们已经不再满足于吃饱穿暖，而是要得到更高的生活质量。以北京这样的一线城市为例，人均GDP已经超过了一万美金，这就为关注养生提供了坚实的物质基础。然而，产业产生之初必然有很多不尽人意的地方，于是张悟本、李一之流借机招摇撞骗，电视节目不加选择，养生书籍良莠不齐，养生产品鱼目混珠……

我们不禁要问：“养生时代”，该何去何从？



专家

话语权不应交给文化学者：北京中医药大学脾胃病科主任医师刘敏

患者：切忌病急乱投医
有一些疾病，比如癌症、多种慢性病等，以人类目前的医疗条件来看是不能够完全治愈的，于是很多人在疾病的折磨下，很容易被一些所谓的“神医”所忽悠。“当治疗效果达不到病人的期望，他就很容易偏执于某一种‘理论’。”
医疗知识不能普及、求医心切被一些说“绝对话”的人钻了空子之后，养生理论就成为了“歪理邪说”，一颗老鼠屎毁掉一锅汤，使人们对养生讳莫如深。

因此，人们还是首先要相信科学、

相信医学，不要相信绝对的东西，一些话说得过于绝对，也就不可信了。
媒体：临床医生应掌握话语权
养生热本来是国民生活水平提高，对健康有更高要求的好现象，结果因为一些非专家的介入，养生热变成了一种怪现象。实际上，在媒体宣传方面，临床医生应该掌握话语权。
临床医生几乎都出自正规医学专科学校，接受系统、共识性的教育，而且，多年的临床经验使他们接触许多患者，这些都是文化学者所不能比拟的。

(转自《北京晚报》)

健康说吧

“同城同价”未必能治看病贵

北京市卫生局宣布，最快在10月底，最迟年底，老百姓就能用上政府采购的低价药。在今年北京市举行的药品公开招标采购中，6205个中标药品，药价整体下降16%，预计未来一年，可为患者节省药费30亿元。
政府统一招标采购药品，挤压了中间环节的水分，实现同城同价，这当然是个好消息——医疗机构人为操纵药价导致价格虚高的暴利时代即将终结，类似于芦笋片从出厂到患者手中价格翻13倍的把戏，恐怕再也玩不出来了。

但是，广大患者也切忌莫过于欣喜。药价告别“暴利时代”，并不意味着从此一步迈入了微利时代。在“以药养医”的大背景下，医院依然要靠卖药赚钱，药企与医院、医生之间的“回扣”利益链条依然存在。

北京市卫生局药械处处长岳小林称：“同品种同剂型采购药品，最多不超过12个品牌中标。仍保留数个中标品牌，其中包括价格较高的专利药、优质优价药及普通药品，是为了保障不同患者多层次的用药需求。”这一做法当然是合理的，一刀切的方式从来不值得提倡，但同时给医院、药企留下了不小的“回旋”余地——同品种同剂型中标药品，价格自然有高低，究竟选择哪一种药？采购权在医院手里，处方权在医生手里，患者一般只有划价交费的“权利”。

杜绝了芦笋片之类的绝对高价药，但在同品种同剂型的中标药品中，还是有相对昂贵和相对便宜之分。究竟是便宜的吃香，还是贵的更受医院青睐？这个结论现在莫衷一是。最快10月，最迟年底，谜底自然会揭开。

(人民网)

惠耳听力

浙江中医药大学耳聋康复研究所

惠耳听力网络遍及全国，专业验配各种进口助听器。洛阳惠耳喜迎中秋，于**9月11日~12日**特推出：

- ★免费听力检查，建立健康档案
- ★现场试戴全数字助听器，并超低价验配
- ★老用户免费清洗、调试，可获赠电池

倾听、理解、沟通从惠耳开始

老城听力中心：洛阳市中州中路89号(西关西300米)路南
咨询电话：0379-63495191
涧西中心：洛阳市天津北路(中投证券对面)
咨询电话：0379-64252191

请认准惠耳商标