

# 科学与健康

SCIENCE AND HEALTH

第 162 期 周五出版 2011 年 8 月 19 日

## 中国网民“性福”现状调查启动

你的夫妻生活和谐吗?如何提高我们的“性福”指数?这些问题很快将会有答案。由中国人口宣传教育中心发起主办、辉瑞中国等支持的“你‘性福’吗?”——中国网民“性福”现状调查近日在北京启动。

著名泌尿外科专家、中国工程院院士郭应禄教授强调:“有了性健康才有‘性福’。”本

次调查为我国首次针对网民“性福”状况的全面调查,调查将以搜狐健康频道为主要平台,将用近一个月的时间,采取不记名在线问卷的形式,统计和呈现不同性别、年龄、行业、地域和生活环境等对人群的基本“性福”状况,预计样本量将达数万人;同时还将结合国内权威男科专家、两性专家以及心理学家的

分析,为人们提供健康指导。

中国人口宣传教育中心主任张汉湘指出:“利用网络这一便捷、高效、安全的平台展开这样的大型调查,能够在一定程度上掌握和反映网民在这一问题上的真实状况,为提升人民生活品质和制定更加科学的决策提供事实数据和判断依据。” (潘锋)

# 谁给养生机构披上了高端的外衣?

□本报见习记者 刘畅

不知何时起,印满了诸如“净体排毒”、“经络调理”、“按摩推拿”的广告单已经充斥我们生活的各个角落。大街小巷都能看到一家家装修精致的养生会所。

几乎所有的养生会所都会在广告单上给自己冠以“高端”二字。究竟高端的是养生项目,还是前来消费的客户人群?记者带着疑问,选择了一家位于北京市崇文区的养生馆,一探究竟。

记者先是通过这家养生馆的网站预约服务项目,选定了一套价值866元的足疗养生套餐。在随后的电话联系中,该养生馆的工作人员告知记者,这份套餐中含有中药泡脚、洗脚、肩颈按摩、足部保健、腿部推拿、足底拔罐等项目,并且还赠送50元代金券。店员说,代金券需要在店内办理会员卡之后才可以抵现金使用,这不禁让记者有些困惑。

### “医院查不出的毛病,我们能”

进入养生馆大门,工作人员一脸微笑地走过来,确定预约的服务后将记者带入了店内一个房间。推门而入,镜子、置物柜、两张躺椅、中间架子上五花八门的瓶瓶罐罐以及墙壁上一张名为“足部反射区健康疗法”的挂图说明就是房间的全部陈列。不大工夫,两名按摩师和另外一位顾客进入了这间房间,与记者一起进行足疗。

按摩师端来的脚盆中放有一枚中药药包,将脚洗净后按摩师便给双脚涂上精油,开始按摩。当记者问到所用精油所含成分时,两名按摩师产生了分歧,只好通过瓶子上的字样确认,“这上面写着有橄榄油、维生素B、凡士林、天然矿物油、玫瑰精油,其实都差不多。”其中一位按摩师说。

在攀谈中记者逐渐了解到,旁边的顾客是某大型连锁养生机构的会员。其中一位按摩师说那就是他之前工作的地方。这位按摩师告诉记者,那家机构的营销模式让他十分难忘。“就是不停地给你讲,给你推销,让你不断地买他们的产品。”旁边的顾客讲到,她在那家养生机构购买了共计几千元的商品,后来那家养生会所搬到了离家较远的地方,她就不再去。

这位顾客向记者表示,就讲起她在那家会所的养生体验。“有个项目是‘太空舱’,样子和CT差不多,人进去再出来烤得皮肤红一块黑一块。在里面能出一身汗,说是能活血,烤一次180元感觉挺贵的。”后来购买了十几种产品,但在以后的使用过程中,工作人员总会告诉她今天这个用完了,明天另外一种又不够了,总需要再去购买新的产品补足。

随着足疗的进行,按摩师告诉记者的肾、膀胱、输尿管都有毛病。而记者一个多月前刚参加完体检,体检报告显示一切正常,便好奇追



某养生会所提供的“SPA”服务

图片来自某养生会所网站

问究竟。按摩师答道:“足疗过程中70%都能提前看出病兆,有的病你去医院压根儿查不出来,但是我们能提前看出。”

### “上万元的养护产品在我们眼里不值钱”

“我在原来那家养生机构上班的时候,经常有面包车一车一车地拉来各种养护产品,跟您说句实话,那些也就在别人眼里值钱,在我们眼里一毛钱都不值。”按摩师这句话着实吓了记者一跳,但他接着又说,那些产品包装精美,往往一套就卖上七八千元。

有趣的是,这位按摩师告诉记者,别看这些产品贵,但是效果普遍

比较一般,养生机构免费赠送的产品反而都是上等货。这是因为客户将赠品拿回去不管自己用还是送人,这些上等货出色的效果可以吸引顾客再次前来消费。“但是在店里用的东西可就没那么好了。”按摩师说道。

旁边的顾客直起身来,瞪大了眼睛:“他们给我推荐的一个叫做花朵能量的产品,那个也是假的吗?在脸上刮一刮,那东西就黑了,说是能把脸上的铅刮走。”按摩师哼了一声,答:“那些都是人体新陈代谢自然产生的东西,如果你真的铅中毒了,应该会有长痘等反应,可不是这么简单的事了。什么花朵能量,就是改了个名字,其实都是市面上随处可见的东西。宣传是采集一朵玫瑰而

成,这不是扯吗?”

这位顾客表示,在做完护理后觉得自己皮肤很舒服,认为还是有一定效果,但是第二天便起一些小疙瘩,可是对方不给退货,两位按摩师同时回答:那是因为刚做完按摩血液循环加快的效果,自己用力气按摩一下脸也有同样的效果。

### “三分钟内说服顾客买单”

“曾经有一个女顾客,来我们店里一下就刷了15万元入了会员,可是只来过一次。”曾在某大型养生机构工作过的按摩师回忆道,“所有的营业员都惦记着让那位顾客再来,好多推销产品,多出业绩。可是对方总是说忙,后来就作罢了。”这位淘气的顾客让记者吃了一惊,原本没想到养生项目的价格能够如此高昂。

谈起养生项目的收费,记者询问店员,如果养生项目真实,是否即便价格贵也会有很多人接受。按摩师回答说:“某些项目对于有些人可能有用,但是对于其他人来说纯粹就是浪费钱。”他补充说,女性消费者的钱更好挣,往往在客人躺到按摩椅上三分钟内就能把产品推销出去。“为防止客人改主意,养生馆专门买了移动刷卡机,方便客人刷卡。”

此后,记者又拨打了另外几家养生会所的电话,得知相同的养生项目,做下来价格基本接近。

## 专家连线

# 官方养生专家? 这个可以有

□本报见习记者 刘畅

自“神医”张悟本、“养生教母”马悦凌、“神仙大师”李一、“太医后人”刘弘章等伪养生专家纷纷跌落神坛,一时间,这些大师们的信徒仿佛失去了指引自己前行的明灯。而今天说绿豆,明天说吃泥鳅,众说纷纭,养生究竟应该听谁的?

为防止再有伪专家出现在公众视野混淆视听,近日,北京市卫生局率先公布了251名获得官方认可的养生专家名单,同时要求,在媒体上宣传养生知识的专家须“持证上岗”,凡持证非法牟利者将被取消资格。这批专家将被优先推荐在媒体上发表自己的声音,指导宣传正确的健康养生知识。

但市卫生局此举也招来不少质疑,很多人不清楚持证上岗的养生专家应该承担什么职责。记者采访了四位获得认证的专家,不妨听听他们是怎么说的。

## 网友声音

新浪网友“小人物”:建议多请协和、北大医院等三甲大医院专家讲点现代医学科学知识,比如像协和医院营养科于康教授讲的就很好!不要再让那些所谓的专家——类似张悟本一样的骗子——打着中医的幌子,宣传伪科学。要肯定中医的辨证法,但要坚决摒弃中医学里面的形而上学和封建迷信的糟粕——不要让这些东西来愚弄人民!

新浪网友“麻匪”:“第一,要能追究‘张悟本’们的法律责任,并保障受害者的利益;第二,作为认证方,当加了‘V’(新浪微博认证用户会有‘V’字标识,这里指获得养生专家获得官方认证的)专家出了问题,认证方必须负连带责任。”

网易网友“3918614064”:“养生节目很好,但专家也有不同意见,最好节目以几个专家共同研究探讨的形式,再加上短信互动方式,要知道民间也有很多土办法,也有很多高手!——如果只听一个专家之言,万一有点差错就会误全国民众。这是任何人都担当不起的!”

网友“南官水”:“持证上岗是挺好的措施。养生证要像会计证那样成熟的管理才好。应公开考试,每年年审。”

网友“运营理想”:所有养生栏目是否也应该标注“嘉宾观点不代表本台立场?”

网友“王旭东 1972”说:“养生是个新的空白的赚钱领域,这个领域过去没人重视,根本就没什么权威和专家,很多所谓‘专家’其实是眼红他人赚钱的‘伪专家’,采用手段把他们消灭,然后公布一批真正的‘专家’名单,然后好‘合法’的捞钱,这是‘打土豪分田地’式的利益再分配!持证不就合法了吗?还怎么非法牟利!”

网友“小胖”:“一切官方认证的专家、品牌产品,已证明是最缺乏公信力和最容易出事的了,因为官方只管发牌,不管监督和取消。”

新浪微博认证用户仓春瑞医师:“养生本身是种生活方式,每个人个体差异,养生之道可不一样。自称的专家大多是奔财而去!”

专家应具备“三名”标准  
中国健康促进与教育协会副秘书长赵仲龙

从2003年非典过后,民众对养生的关心程度大大提高,这就变成了少数人眼中的商机。出版社应该设立门槛,以防一些人抛出奇谈怪论,再由身后的团队炒作,很快成批出版印刷误导公众。

这次北京市卫生局的这种做法值得全国效仿,官办的养生专家身负政府及老百姓的双重希望,应该具有名家、名作、名嘴的三重标准,既能科学地解决百姓的养生需求,又能讲得通俗易懂,使老百姓不用再犹豫应该听谁的。

希望此举能规范养生市场  
中国保健协会食物营养与安全专

业委员会主任孙树侠

养生不仅仅只是一个医学、疾病上的问题。所以从一开始的220余名医学专家,又扩充了30余名其他领域的专家学者进入首批养生专家的队伍。现在评选官办养生专家的做法可能会引起一些争议,但我们还是希望能够通过这种更规范的方法来尽量规范养生市场,不正确的健康理念我们必须及时去纠正。

专家的责任最重要  
北京安贞医院高血压科主任医师余振球

在我看来评选养生专家绝对是一个好事,科普工作要大力去抓,从政府层面对养生市场加强管控,规范管理。对入选养生专家

的人员有三个要求,首先在各自的专业中是专家,其次还要会讲,把自己的专业知识变成大家喜闻乐见的东西才能更好地传播出去。但最重要的,还是这些专家们的责任心,有责任心才能把事做好。

“伪专家”利用大众的健康心理  
北京回龙观医院教学科兼性心理门诊主任医师邵晓兰

之前伪专家造成巨大影响的因素有很多,其中最重要的就是大众对健康需求的迫切性被居心叵测的人利用。民众生活水平提高后,自然会关注健康养生。中医有几千年的历史,在发展中逐渐形成了很朴实的一套养生学说,当中有精华也有糟粕。而张悟本等伪专家

之流则抓住民众健康素质差这一弱点,将自己的伪学冠以中医之名大肆宣讲。将来我们会秉承一贯风格,更加积极地在媒体上推广科普教育。

专家观点应结合实际需求  
北京世纪坛医院耳鼻喉科主任医师魏伯俊

从科学的角度来讲,张悟本这样的行为是在愚弄别人。所以的确有必要评选出一批值得信赖的养生专家,首次评选可能门槛相对较低,不够严格,但每位专家讲的东西一定要经得起考验。讲出的观点不仅要科学,更要结合实际需要,把过去行医的经验汇总,提供方向性的东西,把公共科普教育做好做精。

## 摄入足量果蔬 保持膳食平衡



8月8日上午,由卫生部、中国记协主办,中国营养学会和佳沛中国支持的“中国健康知识传播激励计划——果蔬营养与膳食平衡知识交流会”在京举行。

来自国内外的专家共同呼吁大众每天摄入足量的水果和蔬菜,保持膳食平衡,预防慢性疾病。主讲专家在会上互动,从左到右依次为:中国健

康教育中心(卫生部新闻宣传中心)主任助理田向阳,台湾癌症基金会副执行长蔡丽娟,中国疾病预防控制中心营养与食品安全所研究员、中国营养标准专业委员会主任委员杨晓光,中国营养学会名誉理事长葛可佑,新西兰梅西大学公共卫生学博士Lynley Drummond,中国疾病预防控制中心营养与食品安全所副所长马冠生。(包晓凤 刘畅)

## 声音

卫生部疾病控制局副局长王斌:

### 适龄儿童乙肝疫苗 全程接种率已达94%

我国自1992年开始实施以接种乙肝疫苗为主的综合防控措施,尤其是自2009-2011年对15岁以下人群(1994年至2001年出生的未进行免疫人群)实施乙肝疫苗补种项目以来,我国乙肝防控步伐明显加快,防治水平得以提升。截至上月底,全国共累计补种了6198.7万人。

乙肝疫苗全程接种率大幅度提升,尤其在新生儿乙肝疫苗接种率和首针及时接种率上升幅度最大。据监测数据显示,适龄儿童乙肝疫苗全程接种率和首针及时接种率分别从1999年的70.7%和29%上升至2010年的94%和88%,特别在西部地区上升明显。

此外,人群乙肝表面抗原携带率明显下降,表面抗原抗体阳性率明显升高。与1992年全国乙肝调查相比,2006年全国乙肝血清流行病学学调查结果显示,我国1-59岁表面抗原携带率为7.18%,5岁以下的儿童表面抗原携带率低于1%,15岁以下儿童表面抗原携带率为2.08%。

由此推算,从1992-2010年期间,由于乙肝疫苗免疫接种,我国减少了乙肝病毒的感染者8000万人,儿童表面抗原携带者减少了近1900万人。

不过,乙肝的防控是一项长期而又艰巨的任务,既需要一支具有较高专业素质和管理水平的防治队伍,也需要向公众普及防治乙肝的健康知识,提升老百姓的健康观念。(张思玮)

## 健康视点

前两天去好友家做客,好友喜欢养生,热爱茶道,家里一大桌子的壶碗盘垫,为表示款待的盛情,他又从冰箱捣腾出四五样各色好茶,拿着其中一色,神秘地对我说这是才弄来的高端普洱,让我尝尝鲜,据说多少多少钱,总之价钱令我咋舌。好友还说这款茶味道不错,又能清减体内已经“满仓”的脂肪毒素……我望着他那一脸的虔诚,含笑无语。

有人说,现在是养生知识爆炸的时代。如果你不懂得食物颜色搭配,找不着足三里、百汇,背不出阴阳五行生克之规,那你肯定是“奥特曼”(OUT MAN)了。图书销售榜上,养生类图书已连续几年占据前十名的多个席位,无论谈头说脚,还是吃斋配药,总之一个个都是销售火爆。电视上也是各色专家你方唱罢我登场,一个个不是带凝重,说你每天吃进了多少多少剧毒之物;就是道骨仙风,仿佛一切人间杂症在他这里都会妙手回春。

诚然,造成这一横生乱象的原因复杂多样,既有无良骗子和媒体的集体忽悠,也有普罗大众科学意识匮乏的无奈缘由。但从整个社会的宏观视野和经济结构来讲,其根本源自供给需求的巨大落差和经济结构的比例失衡。

毋庸置疑,市场的火爆源于需求的巨大,随着改革开放以来经济的不断发展,人民生活的日益改善,越来越多的民众已经不再满足于基本的衣食住行,食饱果腹,而不断追求更高层次的生活。尤其是部分“先富起来”的人们,谁不想健康康多活几年,享受这五彩斑斓的人生呢?

同时,近年来以GDP为纲的出口、投资拉动经济增长模式,使得民众手中的金钱支出越发被吃穿住行所挤占。根据国家统计局的数据,我国的消费率(消费占GDP比重)从1952年的78.6%到2010年已经锐减到了27%,那些物质生活还不那么富足的人们,在转型期社会改革中面临越来越贵、越来越难的求医问药难题,如果能通过养生而省下大笔医药费,同时又健康康地多赚若干元钱,不也很划算?因此,骗子的忽悠屡屡得逞除了科学思维的匮乏更缘于医疗保障体制的缺陷。

前一时期的乱哄哄之后,“神医”张悟本轰然倒下,“养生教母”马悦凌跌落神坛,“仙道”李一尴尬逃去,一个个伪专家前赴后继的背后,是养生市场的一地鸡毛。

新的养生市场究竟该往何处而去?眼下又大有风起云涌之势的高端养生会所和高端养生产品又将何去何从?

其实,从长远发展来看,随着我国经济总量的不断累积,“十二五”规划中调结构、促民生的逐步落实,人们对养生保健的需求将会是一个长期增长的曲线。养生市场的未来是光明的,“钱途”是远大的,问题的关键是,国家和有关部门该如何在不断完善医疗保障的基础上,通过详尽可行的法律制度来规范和保障市场的健康有序?社会大众如何通过科学知识和思维的普及来提高整体的科学观念水平和对伪科学骗局的甄别能力?市场主体们如何在强化产品和服务品质,促进产品服务标准化、规范化上不断务实探索,使得养生保健产品和服务走下神坛,飞进寻常百姓家。只有这样,高端养生的生意才会越做越好,越做越逐步惠及社会整体民众。

“来!尝尝。”此时朋友倒了一杯宛如红酒,清幽飘香,浓郁而润滑的味道令人口齿留香。但愿养生的生意能在法治和市场的范畴越做越健康,切莫再走向“劣币驱逐良币”的老路。

主编:王璐 责任编辑:张思玮  
luwang@stimes.cn kjjk@stimes.cn  
编辑部电话:(010)82614170 82619191-8280

# 高端养生的生意经

□晓路