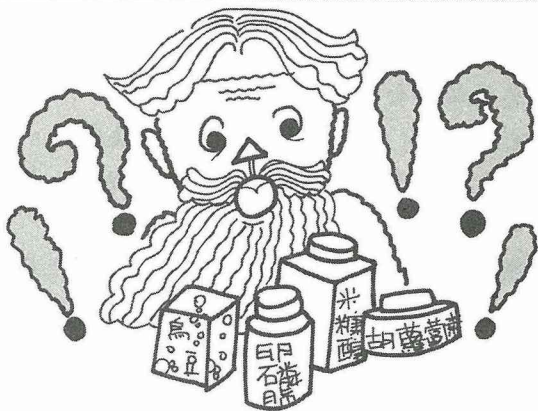


有病治病，無病強身？



烏豆——強肝解毒！補腎壯陽！

強精潤肺！健胃整腸！

卵磷脂——明目生髮！補腦淨血！

固本培元！防老回春！

米糠醇——減輕疲勞！療傷止痛！

調節新陳代謝！促進細胞生長！

胡蘿蔔素——通便利尿！壯精強胃！

增加抵抗力！增加免疫力！

阿土伯有點疑惑

食補？藥補？有病治病？無病強身？

2

客廳裡傳來兒孫的嘻笑！

耳畔裡流轉子媳的叮嚀！

阿土伯盼到春節來臨

——一家團圓

——滿堂歡顏

——天增歲月人增壽

——春滿乾坤福滿堂

想到春節即將結束

——子孫離家

——嘻笑不在

阿土伯不禁喟嘆——還是農業社會比較好？

空虛中尚有充實，春節後還有安慰，

老大送的「烏豆」——

老二送的「卵磷脂」——

女婿送的「米糠醇」——

自己買的「紅蘿蔔素」——

看著滿桌的「補品」，阿土伯體會著親情與關懷

但却滿腹煩惱的不知選擇——

先吃——烏豆？米糠醇？卵磷脂？胡蘿蔔素？

還是打個電話，問問「第四台」鄉間小路「古案今判」裡的縣太爺「莊嚴」吧！

縣太爺有才女曉霓及四大名捕可以「打夥參詳」提供意見呢！

3

晚近，經濟發達，生活富裕，「健康食品」充斥，縱是價格高昂，人人趨之若鶩。尤其以直銷方式經營者，根據行政院公平交易委員會的統計，去年直銷市場販賣的健康食品有103億元；業界認為，這僅是保守統計，國內消費金額應在500億之譜；若再加上國內食品業一窩蜂以健康為訴求的食品，總數應超過1,000位億元以上。

世界衛生組織對「健康」的定義，是生理上沒有病痛，心理上舒適快樂的一種整體狀態。

國外營養專家對健康食品的解釋是：沒有經過過度加工、不含添加物、幾乎是保持原狀的自然食品。有益健康的食品則是以加工技術、減少包括脂肪、糖、鹽及增加纖維質等對現代人有益的食品。

前所謂健康食品的特性大致有三種：一、強調食物的天然性，不經加工，保持原味；二、兼具營養又有療效的食品，如藥膳、漢方飲料等；三是其功能既神祕又特殊，如靈芝、人參、花粉等。

西方先進國家中把這類產品稱為健康食品或營養食品；日本叫做機能性食品，大陸則稱它是營養保健食品，在台灣，國內對健康食品並沒有條文界定，只能算是模糊又通俗的統稱。

消費者文教基金會出版的消費者報導曾對健康食品，列出諸多問題，包括：一、價格貴得不合常理。二、功效標榜過於離譜。三、成分標示，內外不符。四、製成產品後，有效成分不知去處。五、一味依賴健康食品，常不顧正常飲食，造成營養失衡，能量不足。六、健康人幾乎沒有攝食「健康食品」的必要。

由於國內法令的規範，以食品登記容易，以藥品登記核准則難，部分具有療效的產品，雖以食品申請，卻強調某種療效，以健康食品販售，滋生若干法律問題。

4

依行政院衛生署規定：

食品廣告或標示詞句涉療效與誇大之認定：

甲表：不可使用之詞句：

、涉及療效的詞句：原則上涉及身體器官者屬之。

(一)明目類：明目。

(二)隆乳類：隆乳、促進乳腺發育。

(三)美膚類：預防皮膚角質化、除濕、去癬。

(四)生、烏髮類：生髮、使頭髮烏黑。

(五)強五臟類：強五臟、促進器官功能、利尿、大小便暢通、健胃整腸。

(六)壯筋骨類：壯筋骨、預防骨骼疏鬆、強化骨骼。

(七)增強免疫力類：增加免疫力、對機體的各種自衛機制有益、增加抗體的形成，增強吞噬細胞的功能、增強抵抗力。

(八)強化細胞功能類：促進細胞生長、改善細胞的代謝和營養。

(九)內分泌系統類：對神經內分泌的調節功能有益、調節機體內物質代謝、促進內分泌機能。

(十)血脂肪類：降低膽固醇（血脂肪）、淨化血液。

(十一)減肥類：減肥、消除多餘的脂肪及贅肉、苗條。

(十二)中醫類：改善體質、固本培元、安神定魄、補腎、補肝、滋陰、補陽、強精、壯陽、消渴、解毒、安五臟、平胃氣、補氣血陰陽、治療體虛、降火解毒、強肝解毒、降（清）肝火、潤肺、清熱氣。

(十三)其他：診斷、緩和、預防、治療各種疾病（或對某某疾病症狀有助益）。

以上計十三類及其他意義相同之詞句。

二、非屬療效但涉及誇大的詞句：

保護視力、增高、延遲衰老、防止老化、回春、促進細胞組織能力、增智、補腦、增強正氣、提高大腦機能的靈活性、返老還童、學習能力提高，及其他意義相同之詞句。

乙表：可以使用之詞句：

未涉及療效與誇大的詞句：

養顏美容、青春永駐、延年益壽、促進新陳代謝、促進消化、清涼解渴、清涼退火、降火、退火、生津止渴、滋補強身、開胃、恢復疲勞、減少疲勞感、增加體力（精力）、營養補給、健康維持、促進食慾、產前產後或病後之補養、精神旺盛、食而有味，及其他意義相同之詞句。

參考法條：

食品衛生管理法

第二條 本法所稱食品，係指供人飲食或咀嚼之物品及其原料。

第八條 本法所稱標示，係指標示於食品或食品添加物或食品用洗潔劑之容器、包裝或說明書上用以記載品名或說明之文字、圖畫或記號。

第十九條 對於食品、食品添加物或食品用洗潔劑之標示，不得得虛偽、誇張或易使人誤認有醫藥之效能。

第二十條 對於食品、食品添加物或食品用洗潔劑，不得藉大眾傳播工具或他人名義，播載虛偽、誇張、捏造事實或易生誤解之宣傳或廣告。

第二十三條 乳品、食品添加物、特殊營養食品及其他經中央主管機關規定之食品製造工廠，應設置衛生管理人員。

食品衛生管理法實行細則

第十六條 食品、食品添加物或食品用洗潔劑經各級主管機關抽樣檢驗者，不得以其檢驗之結果作為標示、宣傳或廣告。

第十八條 本法第二十三條第一項所稱「特殊營養食品」，其範圍如左：

- 一、嬰兒配方食品及較大嬰兒配方輔助食品。
- 二、病人用食品，包括調整蛋白質、胺基酸、脂肪或礦物質之食品及低減過敏性、控制體重、管灌用食品。
- 三、其他經中央主管機關指定公告之食品。

藥事法

第六條 本法所稱品，係指左列各款之一之原料藥及製劑：

- 一、載於中華藥典或經中央衛生主管機關認定之其他各國藥典、公定之國家處方集，或各該補充典籍之藥品。
- 二、未載於前款，但使用於診斷、治療、減輕或預防人類疾病藥品。
- 三、其他足以影響人類身體結構及生理機能之藥品。
- 四、用以配製前三款所列之藥品。

第二十四條 本法所稱藥物廣告，係指利用傳播方法，宣傳醫療效能，以達招徠銷售為目的之行為。

第六十五條 非藥商不得為藥物廣告。

第六十八條 藥物廣告不得以左列方式為之：

- 一、假借他人名義為宣傳者。
- 二、利用書刊資料保證其效能或性能。
- 三、藉採訪或報導為宣傳。
- 四、以其他不正當方式為宣傳。

第六十九條 非本法所之藥物，不得為醫療效能之標示或宣傳。

第七十條 採訪、報導或宣傳，其內容暗示或影射醫療效能者，視為藥物廣告。