

“中药调酒”走俏 养生还是智商税？

成都一酒馆推出创意鸡尾酒标注“强肾壮阳”等功效引质疑

继中药奶茶、中药咖啡等产品走红之后，中药的风如今吹到了酒馆里。3月11日晚，在成都市成华区一家酒馆里，老板小柳站在吧台，摇晃着酒杯调制“创意鸡尾酒”。在他身后，除了龙舌兰、金酒、伏特加等酒类，还摆放着当归、黄芪、人参等中药材泡制的药酒。

小柳说，店里有16款以中药药酒为基酒的创意鸡尾酒。记者发现，其酒单上标注着“强肾壮阳、活血化瘀、安神助眠”等功效。有网友称，酒馆的做法兼顾了娱乐和养生。但也有不少网友认为，这就是打着中药的噱头收智商税。

成都中医药大学副教授叶莹表示，根据自身情况少量饮用中药饮品不碍事，但不建议以此“养生”。律师则认为，酒馆若使用《食药同源》目录外的中药可能涉嫌违法。



酒馆内推出的8款“养生酒”。

一方，不是一概而论。”

叶莹说，自己曾点过一款适合经常熬夜的人喝的中药奶茶，里面有枸杞、人参等中药。“人参的确有补气养血的功效，但是不是每个熬夜党都是气虚阴虚的状态？并不一定。如果这个人刚好湿热，抑或是有外感，其实是不适合食用人参的。”叶莹认为，使用中药如果不对症，可能反而会对体质有损伤。

加入中药药酒的调酒是否有保健功效？宁波市中医院中医科主治医师罗医生表示，抛开剂量无法确定其功效，“鸡尾酒里加入了药酒，药和酒的比例不同，都影响其功效。”

律师说法

超范围使用中药或受罚

“中药风”吹进餐饮界，并不是所有的中药都能和食物“混搭”。《食品安全法》规定，生产经营的食品中不得添加药品，但是可以添加按照传统既是食品又是中药材的物质，即“食药物质”。截至2024年底，我国已确定了4个批次总计106种食药物质的名单。但酒馆在“强肾壮阳”酒中添加的鹿茸，并不在《食药同源》的目录内。

北京恒都（成都）律师事务所管委会副主任税浴洋说，根据《食品安全法》第三十四条规定，不在《食药同源》目录里的药材可能不被允许用于食品制作，如果这些药材被用于调制鸡尾酒，那么酒馆的行为可能涉嫌违法，将面临行政或者刑事处罚。其次，药酒属于配制酒或保健食品范畴，需取得《食品生产许可证》或《保健食品注册批件》，酒馆如果未取得相应资质，也将面临行政或者刑事处罚。

此外，《广告法》第十七条规定：“除医疗、药品、医疗器械广告外，禁止其他任何广告涉及疾病治疗功能，并不得使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语。”税浴洋认为，酒馆有关壮阳、补肾等宣传违反这一规定。

华西都市报-封面新闻记者 姚箬君 摄影报道

体验者多为年轻人 老板：找老中医开方子配酒

小柳的酒馆开店3月余，因“中药调酒”吸引了不少顾客。店里的酒单和寻常酒馆不太一样，“固本培元、强肾壮阳、生津润肺、滋补气血、活血化瘀、瘦身排毒、美容养颜、安神助眠”等8种主题的16款“养生酒”，是门店主推。

小柳说，这16款酒是以8种具有不同功效的中药药酒为基酒调制，每种类型分别有高度和低度两款产品。“这8种药酒是开店前，专门找一位老中医开的方子，然后我们再去中医药馆抓药，用粮食酒泡3个月以上制成。每个方子有10到15味中药，酒单上显示的是方子里最主要的两款中药。”

“我觉得喝酒不应该只是玩乐或消遣，也可以发散成一个养生的文化。”对于这样的主题，小柳坦承，一半是噱头、一半是真实，因为自己从小身体不好一直在喝中药，所以希望将养生的东西加入酒里。

“在我们店里，强肾壮阳和滋补气血酒卖得最好。度数高的那款加入的药酒多一些，口味会更重。一般来店里的客

人，选择低度数的会更多一些，因为口感更好。”小柳介绍，目前店里前来体验的年轻人居多，最多的时候一天可以卖60杯左右。

猎奇和质疑并存 消费者：养生和喝酒能兼得？

在该店消费过的市民陈先生告诉记者，他曾点了一杯号称“生津润肺”的高度酒。在酒单上，标注着泡制该酒的中药有“麦冬、罗汉果、沙参、话梅”。

陈先生说，他在网上刷到这家店，觉得“中药加酒”的形式很特别，于是约上朋友一同前来“猎奇”。与之同行的邓女士点了款“滋补气血”的低度酒，她喝后描述，是红枣冰沙的味道，只在最后能品出一点点药味。

另一位顾客温先生则是被该店号称可以“强肾壮阳”的酒吸引。“养生、中医和酒吧这几个词语，原本给人的感觉是相悖的，也是带着好奇和疑问，想过来尝一下。”温先生说。

对此，有网友发出疑问，酒精本就对

身体有害，以传统中药为噱头的营销方式，难道不是智商税吗？

该店老板小柳回应，“我们的酒肯定不能治病，只是起到一个养生保健的作用。”小柳说，此前他邀请中医来把脉问诊，对于售出的每一杯酒会随机附赠一款中药标本，“中医来店开方的不是真的处方，只是把脉告诉客人哪款酒更适合他们。也想借此传播中医文化。”

中药讲究一人一方 中医：使用不对症会伤身体

在“中药酒吧”之前，中药奶茶、中药咖啡、中药汤圆等各类“中药加食物”的出现，让“中药风”在餐饮界掀起一股新的“养生”浪潮。对于“中药配万物”的跨界出圈，成都中医药大学副教授叶莹既欣喜又担忧。

“中药奶茶、中药咖啡这些饮品出现，说明越来越多的人关注和接受中医文化，这让我十分欣慰。”叶莹表示，她同时也生出一些担忧，“中药制剂无论以什么样的方式呈现，辨证来说，应该是一人

《快递市场管理办法》实施一年，记者调查发现—— 快递“不告而放”仍是常态



“快递员没打电话就擅自把快递放在了快递柜，几天后才发现，去取时被收取保管费。”“买了大件物品，快递员未经同意，就直接放在驿站，影响时效的同时，给取件带来诸多不便。”……

2024年3月1日，《快递市场管理办法》正式施行，规定未经用户同意擅自使用智能快件箱、快递服务站等方式投递快件，情节严重的，将处1万元以上3万元以下的罚款。《办法》实施一周年，华西都市报-封面新闻记者调查发现，仍有不少快递员在配送时，未联系消费者就集中将物品放在驿站或快递柜内。

消费者

标注送货上门也没有用

“为什么又没有打电话就放在驿站啊？”3月11日，家住成都武侯区的张女士

赶在驿站关门时，匆匆跑进驿站领取了自己的快递。上一周，她在电商平台购买了不少宠物用品，其中包含较重的整箱罐头和体积较大的猫爬架。将这些东西带回家，她觉得有些吃力。

对此，驿站工作人员介绍，快递员集中将快递放在驿站的情况是常态，“一个快递就挣几毛钱，他肯定不得挨个给你打电话。除非在购物平台注明，要求送货上门。”对此，张女士并不认可，“标注了也没有用，关键是他送货前也没有打电话，我都不知道快递到了。”

专门开车到驿站取快递的龚先生对于快递“不告而放”也十分不满。“不打电话就往柜子里、驿站一扔，还有一个在柜子里放了好几天了，保管费都收了3块钱。”

记者调查发现，还有一些年轻人选择为家中老人网购米面油等生活物品，就是考虑到老人外出提重物腿脚不便，结果也被快递员放在了驿站。“驿站比他们自己去超市还远。”

记者查询了解到，《快递市场管理办法》实施已满一年，除山东省开出118张

“罚单”外，相关处罚案例较少，“不告而放”仍是常态。

邮政部门

要求送货前联系收件人

消费者网购，大多数就是图一个方便。“不告而放”不就等于“收了钱没有提供相应的服务吗？”不少消费者都有这样的疑惑。不过也有一些网友倾向于到驿站自取快递，因为“感觉快递送上门不安全”。

“我们的要求肯定是送货前电话联系收件人，按要求送货上门或者投递。”武侯区邮政部门相关负责人表示，在快递员入职前都会进行相应的培训，要求快递员按规妥善投递快递。但在实际工作中，“上有政策下有对策”的情况时有发生。“每个快递员在操作过程中存在较大差异，我们在接到投诉后，会对不遵守规定的快递员作出处罚，并加强监督和管理。”

业内人士认为，当前市场环境下，各大快递公司都在“卷”，追求低价、高效率

的同时，快递企业、快递员服务质量参差不齐。出现相关投诉，快递公司往往会“甩锅”给快递员个人，但缺乏与新规匹配的考核体系、激励政策，才是症结所在。

律师说法

“不告而放”侵害了 消费者自主选择权

对于此类问题，四川省律师协会食品经纺及消费者权益委员会主任王亮表示，快递“不告而放”等行为严重违反相关规定，是对消费者享有自主选择服务方式的权利和公平交易的权利的侵害。

“消费者可以依据相关法律法规，向快递公司主张赔偿。”王亮表示，消费者遇到类似情况，可以通过三种途径维权。一是向经营快递业务的企业投诉，要求重新派送或免费取出快递。二是向邮政管理部门投诉。三是若造成较大损失，可以向人民法院起诉。

华西都市报-封面新闻记者 于婷