

薏米水、陈皮水、枸杞红枣水……主打健康概念的“中式养生水”，正成为炎炎夏日里许多人的饮品新宠。市售瓶装中式养生饮料养生效果如何？它们与中药代茶饮有何区别？如何科学选择中式养生饮品？记者就此采访了专家。

七天无理由退货被拒、承诺的优惠说没就没、演唱会门票无条件退票受阻……网络消费快捷方便，也暗藏不少令人防不胜防的“坑”。最高人民法院16日发布多件网络消费民事典型案例，警示商家诚信经营，依法维护消费者合法权益。

大量饮用不可取

一些中医专家认为，市售瓶装中式养生饮料含有一些药食同源的物质，若严格遵循生产标准，合理搭配原料，有一定养生价值；同时也应注意，这些物质含量通常较低，无法代替食疗和药物治疗。

以薏米水为例，中国中医科学院西苑医院综合内科主任医师曾文颖说，传统中医应用中，薏米常需与其他药物配伍且用量较大，而市售瓶装薏米水为兼顾口感等因素，其一瓶中的薏苡仁含量通常低于中国药典规定的用量；而受原料质量、加工工艺影响，此类饮品的有效成分含量也因产品而异，总体含量有限。

“这类饮料也并非适用于所有人，需要根据体质判断。”曾文颖举例说，红豆薏米水适合湿气较重人群，但薏苡仁性凉，脾胃虚寒、孕妇及经期女性应慎用；枸杞红枣水适合气血不足、肝肾阴虚者，而湿热内盛、痰湿较重、舌苔厚腻者不宜多喝，否则易加重痰湿。

为了追求养生作用而大量饮用此类饮料也不可取。北京协和医院中医科副主任医师孙青说，过量饮用此类饮料可能会增加心脏和肾脏的负担，心肾功能不全人群更需谨慎；若饮料中还添加了糖、食品添加剂等成分，长期大量饮用还可能导致血糖升高、肥胖等健康问题。

除了市售瓶装中式养生饮料之外，时下，一些中医医院根据时令节气特点推出各具特色的中药代茶饮，同样备受大众青睐。专家强调，中药代茶饮的原料通常以中药材为主，或依据医院协定方制作、或由医生为患者“一人一方”调配。与市售瓶装中式养生饮料成分固定、只适用于特定体质人群不同，中药代茶饮能更精准匹配个人体质和症状，且有效成分含量符合药典规定，但一般也不宜长期饮用，应根据身体状况适时调整配方或停饮。

选择养生饮料应理性

不同体质人群如何选用代茶饮？曾文颖举例说，阳虚体质者宜选用温阳散寒的中药，不宜饮用金银花茶等偏寒凉的代茶饮；阴虚体质者宜选用滋阴润燥的中药，不宜饮用肉桂茶等偏温热的代茶饮；针对有特殊病史、复杂病情或特殊体质的人群需仔细研判，例如，同样是失眠，心脾两虚者适合用桂圆红枣茶，而肝郁化火者可选用玫瑰薄荷茶。

首都医科大学附属北京中医医院药学部副主任药师刘洋介绍，医院的中药代茶饮通常会明确其适用人群，并经医院药学部门严格审核、通过了临床观察和不良反应监测，相对比较安全。如不具备相应知识，则应请医生根据自己的体质和症状开具代茶饮处方。

无论是选择市售瓶装中式养生饮料还是中药代茶饮，都应秉持科学理性的态度。

专家认为，部分市售中式养生饮料产品存在夸大宣传等问题，需理性看待；某些饮品将根茎类药材泡在瓶中，如药材因生长、加工等环节污染而重金属富集，长期饮用或导致重金属在体内蓄积，引发肝肾功能损害、神经系统及免疫系统损伤等问题，选购时应认准正规企业生产的产品。

刘洋特别提醒，由于中药存在配伍禁忌，正在服用药物或保健品的人群，特别是患有肝肾疾病的人群以及老年人、儿童、孕妇等特殊人群，应慎重选择中式养生饮料，防止对健康造成损害。

“仅靠喝‘中式养生水’就想达到健康目的可谓舍本逐末，与之相比，更重要的是合理膳食、适量运动、充足睡眠和良好心态。”孙青说。

(来源：新华社)

『中式养生水』流行

你喝过吗

『网络消费那些坑』

你踩过吗



商品标注“不支持七日无理由退货” 法院：不合理约定无效

胡某在网上买了一款女士手提包，购买时，店铺页面显示该手提包不支持七日无理由退货。胡某收货后于七日内申请无理由退货，被店家韩某拒绝。胡某诉至法院，请求判令韩某承担退货退款责任。

审理法院认为，虽然韩某在商品详情标注了不支持七日无理由退货，但并未合理说明该手提包性质属于不宜退货的理由，也未举证证明适用七日无理由退货会导致商品价值的大幅度贬损或给经营者造成重大损失。最终判决韩某退还货款，同时胡某退还该手提包。

这个案子也提醒商家，虽然经营者可以依法与消费者约定不适用七日无理由退货，但不得任意扩大范围，让消费者“敢消费”“愿消费”“放心消费”。

付款后翻脸不给打折 “限时优惠”谁说了算？

一起案例中，某家具公司开展床垫促销，规则为某日20时开始付定金，前50名付定金者享受半价优惠。但实际上，该公司当日19时33分就开始接受定金支付。

张某于19时40分支付定金100元，同时向客服人员发送了当时预定人数为15人的截图。客服告知张某有机会享受半价优惠，张某便支付了订单尾款。然而，公司此后公示的优惠名单中并无张某，并称张某未在活动时间内下单，不符合优惠条件。

法院对此认为，张某支付定金后即告知客服人员，客服人员并未指出其付定金时间不符合促销规则，并表示张某有机会享受优惠。若客服人员在张某告知时即指出其付定金不符合规则，张某完全可以先取消该订单并在20时后支付定金，进而促成符合优惠条件。家具公司在促销活动中存在误导行为，应承担相应责任。法院判决，公司返还张某一半价款。

网购演唱会门票 说好的无条件退票却只限退一张？

方某在某票务平台同时在线购买2张演唱会门票，购票页面说明：购票后48小时内可办理无条件退票。在销售阶段同一购票人、同一购票账户仅享有一次退票权益，在产生一次退票后，如再次购买同场次演出票，将不能退票。

因行程有变，方某向平台申请退票，其中一张退票成功，另一张却拒绝退票。经方某多次请求，该平台仅向方某退还第二张票款的80%。

法院认为，案涉门票并非方某退票后再次购买，平台不能依据上述条款拒绝向方某全额退还票款。对于退票规则，应作出更有利于方某的解释。法院判决，平台向方某退还剩余的20%票款。

该案提醒经营者，在拟定演唱会门票等票证的退票规则时，应当清晰明确，防止出现歧义。当经营者拟定的退票规则有多种解释时，应当作出有利于消费者的解释，充分保障消费者的知情权和自主选择权。

(来源：新华社)