

藥妝品

■ 邱品齊

藥妝品 (cosmeceutical) 是結合化妝品 (cosmetic) 及藥品 (pharmaceutical) 二字所得，意思是指具有藥理特性及成分的化妝品，也就是在化妝品及藥品間開闢一個新區塊。

化妝品與藥品的定義

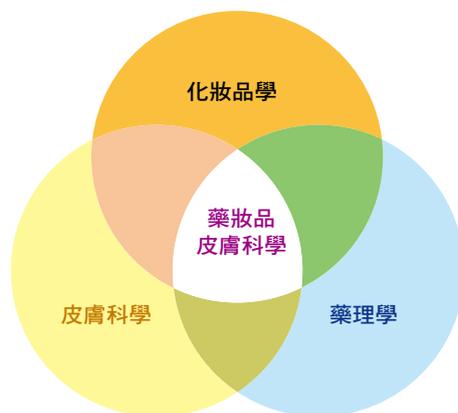
化妝品，依國內〈化妝品衛生管理條例〉第三條，是指施於人體外部，用以潤澤髮膚、刺激嗅覺、掩蓋體臭或修飾容貌的物品。

而美國食品藥物管理局對它的定義是「Articles intended to be rubbed, poured, sprinkled, or sprayed on, introduced into, or otherwise applied to the human body or any part thereof for cleansing, beautifying, promoting attractiveness, or altering the appearance.」（施於人體，用於清潔、美化、增加吸引力或改變外觀容貌的產品）。其他國家的定義也大都類似，而且規範化妝品不能宣稱具醫療或治療效果，如果有這樣的宣稱就是藥品了。

至於藥品的定義則是「Articles intended for the use in the diagnosis, cure, mitigation, treatment, or prevention of disease or intended to affect the structure or any function of the body.」（用來診斷、治療、舒緩、處理或預防疾病，或意在影響身體的結構或功能所使用的產品）。由此可知化妝品與藥品在法規定義及相關規範上相差十萬八千里。

藥妝品的概念

科技的發展揭開了生技時代的序幕，不但皮膚生理研究及分子生物學突飛猛進，相關的生化成分及化工製程的進步更讓化妝保養品提升到一個前所未有的層級。二十多年前，美國賓州大學皮膚科克利格曼 (Kligman) 教授提出藥妝品 (cosmeceutical) 的新概念，就是結合化妝品 (cosmetic) 及藥品 (pharmaceutical) 二字所得，意思是指具有藥理特性及成分的化



藥妝品皮膚科學的概念

近年來藥妝品興起的原因在於，傳統化妝保養品被認為對肌膚的構造及功能不會有顯著的影響，然而研究發現任何塗抹在皮膚上的物質都可能對皮膚產生影響。

妝品，也就是在化妝品及藥品間開闢一個新區塊，這樣的想法在當時是相當前瞻的。

近十年來，隨著整體化妝品產業的升級、生物科技的發展，以及社會大眾對於化妝保養品的高度期待，讓含有果酸、左型 C、玻尿酸及各種抗氧化成分的產品風行全球，於是藥妝品反而成為化妝保養品界當紅的概念。在國外，結合化妝品學（cosmeticology）、皮膚科學（dermatology）及藥理學（pharmaceutics）所形成的藥妝品皮膚科學（cosmeceutical dermatology），甚至成為近年來新興的皮膚學科，越來越受重視。

早期藥妝品的觀念跟目前市場的做法很不同，當時藥妝品是做為醫療輔助用，民眾不能自行購買，必須經過皮膚科醫師事先診治及後續追蹤才能使用，像是較高濃度的果酸可用來治療魚鱗癬，較高濃度的水楊酸可治療粉刺痘痘等。由此可見，藥妝品是從功能效果層面來考量的化妝品，並視為是皮膚醫療處理的一部分。而且這些產品並不屬於一般化妝品，不會在通路販售，也無法隨意購得。

藥妝品的興起

近年來藥妝品興起的原因在於，傳統化妝保養品被認為對肌膚的構造及功能不會有顯著的影響，然而隨著皮膚生理科學的研究發現，任何塗抹在皮膚上的物質都可能對皮膚產生影響，只是程度的大小及時間的早晚而已。像是大家熟悉的「水」，短時間接觸雖然不會造成皮膚的變化，也



藥妝品學已成為皮膚科學重要的一環

幾乎不會傷害皮膚，但如果長時間反覆接觸或浸泡在水裡，就可能引起刺激性接觸性皮膚炎或富貴手。

另像「凡士林」，乍看只會在表皮上形成鎖水性保護膜，但研究發現，凡士林外用時會滲透到角質層間隙，對皮膚產生保護及修復效果。尤其近年來化妝品製程的進步，像是奈米科技與微脂囊科技的使用，以及各種加強成分吸收的方法，如面膜、穿透增強劑、離子導入、超音波導入或電孔導入等，都讓化妝品的成分越來越容易深入皮膚底層，被吸收的量也愈來愈多，現在化妝保養品會產生某些臨床治療效果已經是無法忽視的事實。

以前藥品與化妝品是藉由是否會造成皮膚生理或結構的改變來區分，但這樣的原則近年來已經備受挑戰。因為經由皮膚科學研究發現，世界上沒有什麼物質用在皮膚上是絕對不會改變皮膚的生理功能或結構，再加上消費者根本不會想購買「無效能」的化妝品，因此讓化妝保養品具有「某些可能的效果」已經是未來的趨勢。

未來化妝品及藥品之間的關係會越來越密切，甚至在皮膚問題的處理上需要彼此合作才能互蒙其利。



多數化妝品由各種化學成分所組成，若長期使用，反而可能造成皮膚的負擔及傷害。（圖片來源：種子發）

甚至可以大膽地預測，傳統化妝品一定會越來越少，取而代之的是越來越多宣稱具有各種不同效果及功能的化妝品。

由此可以看出，未來化妝品及藥品之間的關係會越來越密切，甚至在皮膚問題的處理上需要彼此合作才能互蒙其利。像是處理痘痘的問題，在藥品方面可以使用抗生素或 A 酸藥膏；在藥妝品可以使用含水楊酸或果酸的產品；在化妝品則使用吸油蜜粉來控油，或綠色遮瑕乳來修飾紅色痘疤，三管齊下、相互搭配，才能給民眾全方位的肌膚照護療程。由於皮膚科學的研究及化妝品科技的進步，現在藥妝品的效果的確可以達到「輔助治療」的目的。

藥妝品的意義

標示應完整 〈化妝品衛生管理條例〉第六條規定，化妝品的標籤、仿單或包裝，應依中央衛生主管機關的規定，分別刊載廠名、地址、品名、許可證或核准字號、成分、用途、用法、重量或容量、批號或出廠日期。經中央衛生主管機關指定公告的，並應刊載保存方法及保存期限。化妝品含有醫療或毒性藥品的，應標示藥品名稱、含量及使用時注意事項。

而在民國 90 年 11 月 5 日，衛生署就已規定「化妝品的外包裝上應標示產品所含的全部成分名稱」。因此詳加標示產品的相關訊息讓消費者了解，是藥妝品最基本的要求。

當藥妝品的概念發展到極致，最後的目標就是可以依不同膚質、年齡、皮膚狀況，而有不同的產品來搭配使用。

成分應單純 化妝品是由各種化學成分所組成，或多或少都會造成皮膚的反應，因此使產品成分單純化，避免添加太多添加物（如色素、香料、酒精、乳化劑及植物萃取物）就變得很重要。因為這些添加物若長期使用，對皮膚保養並沒有太多的好處，反而可能造成皮膚的負擔及傷害。因此產品設計越單純越好，不但對皮膚好，對整個地球環境也有益。

功效應明確 化妝品若朝具有某些功能及效能的趨勢發展，其成分或產品能否藉由臨床試驗證實其效果就變得很重要，這就是實證效果化妝品的概念。整個流程必須包含完整設計的臨床試驗計畫，以及雙盲與安慰劑對照組的設計。結果要有統計上的差異，而且須在專業同儕認可的期刊或於專業會議中公開發表並留下確實紀錄的，才可以有較強的可信度。

標明有效成分及濃度 由於產品中的活性成分濃度對於臨床效果有很大的影響，因此在產品上標明活性成分的資料就顯得很重要。舉例來說像是果酸，在低濃度，偏弱酸的狀況時，主要是當作吸水保溼劑使用，對於去角質及痘痘理療的效果並不強。然而在高濃度，偏強酸的狀況時，則具有換膚、抗痘、去角質的效果，且濃度越高效果越強，但刺激性也越大。唯有做好完整詳細的說明與標示，消費者才能確實了解產品的特性。

落實大眾教育及售後服務 以前很多化妝品標示都相當簡單，仿單也沒有註明



藥妝品需有完整詳細的說明與標示，消費者才能確實了解產品的特性。（圖片來源：種子發）

注意事項，或只以外文註解而沒有中文翻譯，消費者買回家後根本不知道該注意什麼，也不知道如何正確使用，因此常常產生誤解及糾紛。藉由官方網站、產品上的標示，以及盒內的仿單，把必要的訊息完整地告知消費者，不但可以讓消費者對產品更加信任，也可以提升廠商的專業形象。

此外，像是在官方網站提供產品的全成分訊息、成分介紹，或定期舉辦教育課程，讓民眾更了解藥妝品的真相，讓消費者諮詢專線可以更專業更有效率，讓使用時有疑問的消費者可以更容易解決問題及獲得回應等，都是身為藥妝品牌的廠商需要做到的。

強調個人化及專一性 當藥妝品的概念發展到極致，最後的目標就是可以依不同膚質、年齡、皮膚狀況，而有不同的產品來搭配使用。

就以保溼產品為例，研究發現以膽固醇為主的產品比較適合老化肌膚使用，以神經醯胺為主的產品則較適合異位性皮膚炎使用，而以脂肪酸為主的產品比較適合新生兒皮膚使用，以凡士林為主的產品就較適合受傷性或曬傷的皮膚使用。因此未來保溼產品的定位會強調個人化及專一性，不同的年齡、膚質及皮膚問題，都可以使用專屬的保溼產品，相較於以前一視同仁的狀況，實在不可同日而語。

建立產官學研合作鏈 以前廠商、政府、銷售人員、皮膚科醫師及消費者之間常常是單向而無互動，銷售人員只重視產品賣得好不好，消費者使用上若有問題，只能自己找醫師處理。但如果產品標示不清楚，醫師即使找出了問題，也很難反映給廠商。長期下來，廠商無進步的驅動力，問題依舊存在，市面上也很難有高水準的產品，使得消費者對於產品的信心及忠誠度下降。

藥妝品未來的趨勢

總結來看，「藥妝品」指的是一種觀念，而不是單一的產品或通路。它是一種從價值導向出發的化妝品設計理念；它是一種以使用者肌膚安全性為核心考量，並且可以讓產品實質效益極大化的想法；它是一種融合人性、理性與感性，研發出臨床皮膚輔助治療品的概念；它強調公司與品牌需要顧及企業利害關係人的責任，以求達到人類、社會與環境永續發展，以及互利共榮的目標。而藥妝品的概念與特質在不久的將來，應該會成為化妝品產業的普世價值。

SPEED² = 藥妝品未來將以倍速的方式發展

- S：安全性 (safety)；副作用 (side effect)
- P：專業技術 (profession)；個人化 (personalized)
- E：效果 (effect)；效能 (efficacy)
- E：實證效果化妝品 (evidence-based cosmetic)；化妝品教育 (education)
- D：忠誠度 (devotion)；普及性 (dissemination)

以藥妝品未來的趨勢編成的口訣—SPEED²。

筆者把藥妝品未來的趨勢編成了一個口訣「SPEED²」，除了表示藥妝品的發展將以倍速進步外，必須更重視成分的安全性並降低可能的副作用，而且還要結合各領域的專業技術創造出具有輔助臨床功能療效的個人化產品，這些都是日後藥妝品廠商需要努力的目標。

當消費者對於產品的信心及忠誠度提高後，產品普及性也會隨之增加，業者甚至可以搭配專業的藥妝諮詢及生理測量，幫消費者打造量身訂做的保養程序與療程。藥妝品已經改變了整個化妝品產業生態，後續的發展就讓我們拭目以待吧！

邱品齊

台大醫院雲林分院皮膚科