

我国保健食品的发展现状与对策研究

张标

(上海诺鼎生物科技有限公司 201700)

摘要:随着我国经济水平以及社会现代化的步伐的跃进,人们对健康长寿的需求越来越高,保健食品的发展被人民群众所密切关注着。我国保健食品的发展日益增大,但是随之而来的也会带来很多问题,国家也为此颁布了相关的法律条文和规定,对保健食品进行严格的保障。我国要顺应基本国情,对保健食品在发展过程中产生的问题及时地进行分析探讨,制定出科学合理的解决办法,为我国保健食品的发展奠定坚实的基础。

关键词: 保健食品; 研究现状; 对策研究

引言

中华民族是一个具有几千年传统中医文化底蕴的民族,自古以来人们便注重养生之道。近年来,国家和政府高度重视保健养生服务的推广,先后制定了相关政策与法规,把预防和控制疾病放在了首位,对保健品注册的要求更加规范化、程序化。我国保健食品的发展处于初级阶段,与国外保健食品产业相比,仍存在问题,如政府关联度不高、相关法律法规不完善、研发创新及生产销售方面还有不足之处等,分析原因并提出对策,以期推动我国保健食品行业快速发展。

1 国内外保健食品研究现状

1.1 国内保健食品研究现状

我国拥有得天独厚的中药材资源优势。卫健委批准认定了 87 种中药材既是食品又是保健品,提供了揭示保健功效的依据。因此,以中药材为原料开发保健食品成为我国保健食品行业的一大特色。从研发模式来说,我国对保健食品的研究已经从早期最基础的研究深入到更多的层次中去,功能的测试也从科学实验转变为人体的实际测试,功效的发展也越来越多样化,更加地满足人们的个性化需求,但我国保健食品整体上仍然处于没有本土特色品牌的传统生产模式中。从认知度和普及度来说,随着我国的保健食品的发展越来越好,健康的需求得到了很大的释放,人们从最开始的吃得饱穿得暖转变为更加高的质量追求,从而间接地促进了保健食品的发展,提高了健康产品的服务水平以及提高了保健食品的普及度和认知度。从销售手段来说,我国跨境电商渠道的兴起,使保健食品向市场化、共享化和品牌化发展,国内某些较出名的保健品专营店成为我国保健食品主要的销售渠道。

1.2 国外保健食品研究现状

作为全球最大的保健食品成品制造国家和全球最早提出保健功能食品的国家,美国和日本将保健食品称为“膳食补充剂”和“保健功能食品”(又分为“特定保健用食品”和“营养机能食品”)。美国和日本一直延续着以本土特色成分为保健食品主打原料的传统,如美国以蛋白质、植物提取物、维生素、矿物质为主打原料,日本则以青汁、发酵乳为主打原料。从研发模式来说,由于益生源(Oligo)、益生菌、辅酶 Q10 等新概念的推出,美国、欧盟等国主要依靠各国企业自身在生物发酵技术、分离提取纯化技术方面的巨大优势,以氨基酸、功能性糖醇等依靠生物技术生产的产品类型为主导,甚至垄断初级原料市场以保证整个生产线的优质化。从认知度和普及度来说,CRN 最新的经济报告显示,每年约有 2/3 的美国成年人服用膳食补充剂,膳食补充剂

产业为美国经济贡献 1216 亿美金(占总 GDP 的 0.68%)。日本有 70% 的民众每日服用保健品,他们坚信健康食品需长期服用,久而久之形成了健康的体质。从销售手段来说,美国、日本、欧洲等国家随处可以找到保健食品专卖店和零售店。日本保健食品剂型甚至同普通食品一样,如酸奶、饮料、果冻、零食等,养生保健已成为国民日常所需的一部分。美、日等国向来注重知识产权的保护,其保健品企业在利用专利技术保护研发成果的同时,也通过申请专利等手段提前布局,将有潜力的产品纳入保护体系,使竞争对手无法使用。这样既保证了守法企业在有序的竞争中优胜劣汰,维护了保健品的良好信誉,也为保健品市场的快速发展起到保驾护航的作用。企业对产品定期进行市场调查,使得企业与消费者维持着一种长期的、深度的有效合作关系,从而推进保健食品市场的持续发展^[1]。

2 我国保健食品行业存在的问题

2.1 法规监管及政府扶持力度不够

近些年,尽管政府颁布并实施了保健食品相关法律法规,但是仍存在一些漏洞,严重制约了保健食品行业的发展。另外,我国对于产品的研发、宣传,消费者的消费理念、医疗保障,以及社会需求等方面的扶持力度不够。随着保健品“海外淘”的日趋发展,我国保健品市场飞速发展。但由于“海外淘”保健品的质量安全无法保障,国家需要出台相关管理条例对其进行规范性监管。对于出口产品来说,我国一直扮演着原料大国的角色,以低廉的价格出口原料,没有具有自身特色的保健品品牌,这也制约了我国保健品的发展与推广。因此,我国政府对于保健食品的法规监管应更具规范性、严谨性及可控性。

2.2 深层次开发有待完善

目前,我国保健品的生产大多数是委托加工,虽然效率提高,但是出现了擅自更改审批内容以及委托合同不规范的问题。另外,保健产品原料质量得不到保障,药材的种植、采集、农药残留物等因素经常导致保健产品原料质量不高,杂质较多。闭门造车和仿制抄袭现象严重,缺乏科研支撑,研发技术老套不成熟,专业技术人才严重不足等问题也一直阻碍保健品市场的发展。国内企业不追求质量而注重宣传,研发投入非常少,且不注重品牌化。因此,我们必须深入分析相应的保健食品生产研发技术,以保证保健食品的安全性与可靠性。

2.3 消费者认知度和信任度不足

为了获得利益最大化,一些营销组织夸大保健食品的功能及治疗作用。其中最为过分的就是有些保健食品为了扩大其宣传的力度,故意夸

大保健食品的作用,诱导消费者进行消费购买。除此之外,还有的保健食品过度宣传,导致患者只食用保健食品,不知道食用其他的药物,病情得不到好转,耽误治疗的过程,这些无序化行为严重打击了消费者对于保健食品的信任度。大部分人群仍存在“重治疗、轻预防”的陈旧观念,对保健食品的认识不足。消费者认知观是一把双刃剑,提高消费者对保健食品的信任度和认知度可以为保健食品的发展打下坚实基础。

3 我国保健食品行业发展对策分析

我国保健食品的发展需要各行各业的帮助,从而进行协调高速的发展合作,具体对策有以下几个方面:首先,我国要不断地制定相关的法律条文和规定,保障保健食品的质量,防止在生产和销售的过程中出现五花八门的问题;其次,相关部门要引领保健食品行业的发展,为其发展打造一个温馨舒适的环境;第三,保健食品行业要想获得高质量的发展,就要保障产品的质量,打造一个深入人心的品牌影响力,同时也要建立科学规范的保健食品产业链;第四,中药资源是我国保健食品行业可持续发展的基础和特色,是我国保健食品走向世界的希望之星^[2]。

3.1 细分类别加强监管

首先,国家层面要强化备案制的实施,并在此基础上以细分类别管理模式为主,继续完善相应的监管制度。如:完善中国中药 GMP、GLP 等规范,包括药材的种植、采集、农药残留物鉴定等,保证中药保健食品成分的安全性和有效性;出台较完整的保健食品原料目录、网络食品安全违法行为查处办法等,从根本上改变我国保健品市场秩序混乱的现象。其次,坚决抵制中药掺假造假,杜绝中药内混合处方药成分的行为。最后,以跨境电商为主的线上营销及以医院、药房和零售店为主的线下营销方式的崛起,不仅可以给整个保健食品市场的销售带来利润,更可以提升民众对保健食品的认知水平。

3.2 养生保健理念深入人心

行业协会应该规范和引导整个行业的行为。首要任务是建立从“食安中国”走向“健康中国”的消费理念,向公众推广健康生活方式,建立完善的消费者服务管理体系,让民众切身感受到保健养生带来的福利。可以在社区宣传保健养生知识并举行保健养生讲座,定期为老年人、上班族及青少年免费进行体检并赠送基础保健食品。养生保健理念深入人心,逐步形成“治未病”的保健意识。

3.3 研发创新是当务之急

3.3.1 扩大原料来源的多样化

扩大原料来源的多样化,由早期的传统中药材资源扩大到果蔬、发酵乳、海洋提取物以及原有产品的二次研发等,很大程度上拓宽了保健食品的研发方向。

3.3.2 成分创新、技术创新和功能创新保健食品的研发创新可以从产品的成分创新、技术创新和功能创新来入手。可以用健康保健成分替代高热、高糖、高脂等“垃圾成分”,如甜菊叶中的甜菊糖(粉)可代替脂肪和糖,鱼油可代替猪油等。将中药材与遗传学、蛋白组学、代谢组学、营养学和植物化学等学科研究相结合,优化提取物质量,提高原料利用率,减少原料浪费;运用纳米微胶囊技术,剂量不变,强化功效。通过对生产技术的优化及创新,加速提高保健食品的生物利用率,

提高生产效率。也可以通过改变剂型的方式达到技术创新的目的,如从传统的片剂逐渐发展为功能性饮品、饼干、膏剂、咀嚼片、泡腾片、营养粥、多元素营养套餐等,剂型的改变更方便、快捷、新颖,可吸引消费者的目光并激发购买欲。针对保健养生需求的多样性,根据不同需求开发相应功能的新产品。例如,老龄化日益加剧,根据老年人自身身体状况,量身定做易吸收、用药方便、可长期补充的新型保健食品。利用营养干预手段,提前控制病情,可达到“治未病”的目的^[3]。

3.4 中药材保健食品的发展

从传统的“食药同源”养生理论到保健食品的五代改革,可以看出我国对中药保健食品的认可及重视。我们有必要、有责任将中药保健食品发扬光大,推向国际市场。

首先,我们要严格监管中药材的原料来源。中药材原料需进行安全性和有效性检验,严格按照 GMP 规范进行生产,并配备专业人员队伍和基本操作仪器。加强原料中生物活性成分及其功效验证方面的研究,同时对中药成分可能造成的副作用进行深入研究,为上市后消费者的使用安全提供保障。在中药类保健食品研发过程中,应将中医基础理论与先进技术、设备、工艺和方法相结合,使中药保健食品具有功效持久、显著、生物利用率高、无毒副作用等特点。

除此之外,我们在针对不同的群体时,也要制定相应的解决措施,将保健食品划定相应的范围,比如“葛花醒酒汤”适宜嗜饮酒者,“干果化口服液”的适用人群是汽车司机、交通警察及长期接触铅元素者,各类中药减肥食品的适用人群是嗜食肥甘、形盛体胖者。在我国颁布的相关法律条文规定中提出,保健食品的使用范围应该进行明确的划分,说明哪些人可以使用,哪些人不可以使用。因此,中药类保健食品生产销售过程中要特别注意食品标签、说明书或其他特别警示标识信息的标注,以利于消费者针对自己的需求进行选购^[4]。

总之,中药材保健食品的研发需结合中医基础理论,深入研究中药生物活性成分的药理作用及功效,同时注重产品适用范围、消费指导以及售后反馈等方面的处理。

4 结语

目前,我国保健食品市场前景非常广阔。虽然我国对保健食品的研究起步晚、进步慢,与国外保健食品在研发、工艺、普及率上存在差距,但是我国拥有得天独厚的中药材资源优势,且保健品需求人群数量大,因此我国保健食品市场的发展空间是巨大的。我们应大力研发具有中国特色的中药类保健食品,推动我国保健食品走向国门、迈向世界。

参考文献:

- [1]李贵海,郭岚,李一鸣,等. 保健酒在防病养生中的应用[J]. 时珍国医国药. 2016(3): 682-683.
- [2]韩颖萍,王明. 中医养生保健在我国的发展现状及思考[J]. 世界中西医结合杂志, 2014(9): 998-1000.
- [3]王晶晶,徐方旭,冯叙桥,等. 中药类保健食品的研发:从食品科学角度的思考与建议[J]. 食品安全质量检测学报, 2015(4): 1350-1355.
- [4]李松. 健康需求推动保健品行业快速发展[J]. 食品界, 2015(7): 32-33.