

# 浅谈中国大健康环境下药食同源产业的发展与创新

马彬燕 张鲁悦 娄佳铭 梅雨微  
浙江工商大学杭州商学院 浙江杭州 311500

**摘要:** 伴随“健康中国”战略的提出,“药食同源”理念再度登上时代浪潮,相关产业迎来了新的发展机遇。本文通过分析对近些年来药食同源行业的相关发展,总结其基础与优势,就其与中医药文化的关系展开论述,根据研究结论提出管理建议,助力药食同源相关企业健康发展,实现对中华传统文化的进一步传承。

**关键词:** 药食同源; 健康中国; 中医药文化

## The development and innovation of medicine and food industry under the environment of great health in China

Binyan Ma Luyue Zhang Jiaming Lou Yuwei Mei  
Hangzhou College of Business, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou 311500, China

**Abstract:** With the proposal of the “Healthy China” strategy, the concept of “food as medicine” has once again become a hot topic, and related industries have ushered in new development opportunities. This paper analyzes the recent development of the food as medicine industry, summarizes its foundation and advantages, and discusses its relationship with traditional Chinese medicine culture. Based on the research conclusions, management suggestions are proposed to assist food as medicine related enterprises in healthy development and further inheritance of Chinese traditional culture.

**Keywords:** Homology of medicine and food; Healthy China; Traditional Chinese medicine culture

随着“健康中国”战略的提出,“药食同源”相关概念再度进入大众视野,其产业发展一度成为社会热点,引发了广泛的讨论。人们对生活提出新要求,健康生活理念掀起新浪潮,结合当下盛行的国潮,药食同源行业以绝对的安全性为第一观点,成功抓住了当代人追求品质生活的消费心理,“中药护肤品”、“中药食品化”等概念如同雨后春笋般涌入人们的视线,带来了中医药文化的再度文艺复兴。作为中华上下五千年的智慧结晶,中医药文化再度迎来发展东风,也为相关产业带来了新的发展机遇,拥有中华优秀传统文化的加持,在一度备受追捧后,药食同源领域也迎来了发展难题。为了更好地发扬和传承中华文化,如何进一步推进药食同源产业实现健康可持续发展成为了重要的研究课题。

### 一、文献回顾

#### 1.1 药食同源

“药食同源”,顾名思义,即可以药食两用的中药资源,它的出现是中医药文化的一次重要革新。自原始社会以来,某些食物便被赋予了超越果腹的意义,饮食不止能够获取营养,还拥有医疗的功能。所以从古至今,无数医学专家从未停止对“药食同源”的探索,随着现代生物、加工技术的进一步发展,“药食同源”迸发出了更多的可能性。

#### 1.2 中国大健康

社会文明程度的提高、医疗卫生水平的发展逐渐成

为了影响人们对健康生活标准变化的因素,对健康的追求扩展到生理、心理、社会等领域。2016年习近平主席提出了“要倡导健康文明的生活方式,树立大卫生、大健康”的观念,“中国大健康”就此登上了时代舞台。近些年来,中医药产业蓬勃发展,所传播的健康生活观念也不断潜移默化地改变人们的思想,融入人们的生活,引发了全社会关于中医药文化革新的讨论热潮。

### 二、我国药食同源市场概况

当前社会,护肤品市场正面对着前所未有的发展机遇。在“健康生活”理念的影响下,无论是国际市场还是国内市场,人们对“药食同源”理念的认知度与接受度皆在日益提高,并且随之而来的是对生活高品质的进一步追求。在中国大健康的大环境下,追求更加绿色的产品成为了市场走向,市场潮流带动各个产业向药食同源主题发展。此外,国家政策的支持与引导,对药食同源行业发展来讲正是一个千古难逢的好时机。对于国外市场,中医药文化历经千年的沉淀也是一大卖点,在疫情之始,西医疗法对新病毒束手无策,靠着中医才得到了明显的治疗效果,一时间,中医药文化也在国外名声大噪,相关产品市场也愈发广阔。

### 三、传统中药投入相关生产的应用研究

#### 3.1 传统中药在护肤品中的应用

当前护肤品行业正处在上升期,人们对其的要求也越来越高。随着现代生物、加工技术的不断发展,无数

品牌涌入市场。在“药食同源”的引导下，中药护肤品横空出世，以人们对其的高度青睐，在护肤品市场取得了一席之地。用可食用的中药来制作护肤品，正符合当前消费者对健康生活的需求，这也是对“药食同源”理念的一次破陈出新。

为了做出真正绿色健康的纯天然植物国货护肤品，帮助每一位渴望变美的女性收获健康的皮肤，进而增强国货产品品质，提振消费者信心。研译以安全健康为出发点，为了获得最天然的护肤原材料，与多个国家化妆品专业研发机构建立长期合作关系、与雅诗兰黛、资生堂、欧莱雅、香奈儿等国际一线品牌同享原料供应商，旗下系列产品具有GMP和ISO等多重国际认证工厂，给足了消费者公开透明的安全感。

研译从药食同源的成分入手，与英国医药学排名顶尖的贝尔法斯特女王大学、英国爱丁堡大学的科研团队联合进行皮肤科学探索，共创了TRDS包裹递送促渗技术，这项举措是护肤品中首次研发并使用包裹递送促渗技术，选用甘草，成分安心，温和有效，无荧光剂、无矿物油、无香精、无激素、无色素、无动物源成分、无孕妇禁用成分、无重金属、无有害防腐剂。通过研译实验室数据表明，甘草蛋白超分子能够有效携带多种活性成分跨膜渗透。在与爱大医学院联合开展的紫外线损伤修复的志愿者测试中，而包裹递送促渗技术显示了卓越的吸收和防护效果。

中药护肤品牢牢抓住了当代人们对“健康”的心理需求，为产品加以中医药文化的神秘色彩，实现传统文化与自身产品的有效结合。研译系列产品中所运用的中医药文化是我国传统中药文化在历史长河中经历不断打磨所凝结的精髓，是中华民族从历史长河中捶打精炼出的智慧结晶。研译系列产品的定位便是，为用户提供科学功效护肤的系统解决方案，将全球真实有效的成分，通过探索平衡的配方，达到研译所相信的肌肤护理的信、达、雅。

### 3.2 传统中药在食品中的应用

自古以来，安国市被称为“天下第一药市”，集聚了各种各样的中药材，成为北方最大的药材集散地。在政府支持下，安国市依托丰富的中医药资源和深厚的中医药文化，积极打造与旅游相融合的康养集群，致力于“国家中医药健康旅游示范区”的建设。安国市的中医药产业不局限于药材种植培育的第一产业，并将药材的育苗、生长直至生产为产品的一系列过程与消费者共享，拓展了第二、三产业的发展，一方面延伸了行业的服务范围，创造了更大的经济效益，另一方面赋予了中医药新的生命力，让中医药文化在新的时代闪耀出新的光芒。

金木集团是安国市开发药食同源产品的领头企业，先后开发的药膳营养餐和调料包通过对产品包装、食用方式的创新最大程度地发挥中医药的食疗作用，并根据国际标准进行标准化生产，受到消费者的追捧，企业发

展势头向好。河北圣山萃苑堂生物科技有限公司以国家公布的100多种药食同源产品为基础，开发出许多以中药为原材料的网红产品，具有相当的医药作用，例如以黄芪代茶饮、酸枣仁安眠茶等，不断向大健康产业进军，得到了市场的积极响应。祁膳房餐饮公司的负责人刘朋致力于发展康养旅游业，以“健康”和“养生”为发展主题，打造集医药文化体验、中医理疗、药膳餐饮、主题民宿为一体的康养业态。在项目建设过程中，无论是古色古香的风格街区还是结合中医药文化的菜单，都吸引了大批游客。

在大健康新风口的指引下，药食同源行业得到发展契机，药食同源理念指导产品研发，药食同源产品也源源不断的涌入市场，中药不再单纯的作为医药出现在药店、医院，而是成为一道养生菜肴丰富人们的餐桌。我国对药食同源理念的推广，引发了对中医药大健康产业的积极探索，丰富了中医药市场发展的内容，使得我国丰富的中医药资源能够更有所用，赋予了中医药新的生命力，结合时代内涵融入生活，不仅带动了一些地区的经济发展，而且掀起了中药生活化、生活中药化的新热潮，守护更多人的健康。

## 四、药食同源产品产业发展的基础与优势

### 4.1 久经历史沉淀 经典著作丰富

中医药文化是我国上下五千年的历史长河里沉淀下来的精华，是中华民族优秀传统文化的瑰宝。众所周知，在我国“药食同源”由来已久，在很多经典著作里都存在相关记载，以高起点给予消费者绝对的安全感，为药食同源产业的发展消去了不小的的质疑与阻力。而其悠久的历史，也成为了许多相关产业的又一文化标签。随着药食同源行业的进一步发展，带来的将是中医药文化潜移默化地融入人们的生活，而文化的沉淀也将让人们更容易感受到产品的魅力。

### 4.2 产品功能多样 产业优势明显

随着技术的革新和中医药文化的深度挖掘，中药的功效得到了极大程度的开发。基于其药食同源物质的特性，除了已经在国际都广受好评的药膳，还有大批中药护肤品在市场上不断冒尖，以绝对的安全性赢得了广大消费者的好感，更有旅游行业涉足其中，将中医药文化作为观光旅游的一大亮点，结合衣、食、住、行，打造了集多种功能为一体的观光养生区，以弘扬传统中医药文化为初心，在国潮盛行的当下赢得了大批追捧者。

### 4.3 政策制度护航 市场广需求大

政府部门对人民健康素养以及中医药文化等相关知识的普及，使得药食同源理念受到了更多关注。近年来，为推动中国大健康战略的进一步落实，我国在中医药文化的传承与发展上大下苦功，在国际上，加紧了与世界卫生组织、药监国际组织、药典机构等机构的交流，推动中医药文化走出国门，也为药食同源行业的发展带来了更广阔的市场机遇，其国际认知度、接受度在这一过

程中逐步提升，与此同时，也反哺了我国中医药产业的升级。

## 五、结论与启示

### 5.1 研究结论

将中医药文化融入健康行业的发展，是我国大健康环境下对中国传统文化的又一次传承和发展。药食同源产业的发展使得人们对中药传统文化不再拘泥于过去的治病救人，在健康光环的加持下，随着各项提取检验技术以及相关法律法规的进一步完善，相信药食同源产业终将破除万难，完成螺旋式上升进程。

#### 5.1.1 地域差距制约中医药扩大发展新窗口

我国目前经济发展状况依旧存在较大差距，引发了健康服务供给不到位和不断增长的人民医疗服务需求之间的矛盾。地区之间的卫生体系健全程度不一致，优质医疗资源分配不均衡，使得中医药在健康产业的发展程度大相径庭。在经济发达的东部和城市化程度较高的地区，凭借着优质医疗资源和强大的政策支持，中医药文化与健康产业融合得更快更好，而在落后地区，由于缺少先进的医疗技术和前卫的医疗观念，药食同源产业无法扩展更大的市场。

#### 5.2.2 市场秩序混乱制约产业向高端化迈进

药食同源产品在我国早有起源，且种类繁多，但由于缺乏规范的管理体系，一直没有形成正式的生产流程。随着近年来“健康中国”潮流的盛行，药食同源产品工业化生产成为了一个新的发展趋势，面向社会对“健康”的迫切需求，许多企业纷纷迈入药食同源领域，一时之间，产品之间鱼龙混杂，陷入了同质化、低端化的禁锢，如何生产出经济价值更高，能够真正做到可持续开发与应用的产品成为了各企业迫在眉睫的问题。与此同时，药食同源领域如今缺乏标准的产品生产体系，这对于产业的规模化发展无疑是一大阻碍。

### 5.2 管理启示

#### 5.2.1 以市场需要为出发点强化产品研发

严格规范药食同源相关产品的生产标准，致力于生产出符合人们心目中的“健康生活”标准的产品。这不仅是政府规范市场的走向，也是药食同源产业间竞争力的体现。随着现代技术的不断研发，为了打响品牌名号，激烈的竞争在市场打响。谁能做到以精准定位消费者需求优化产品功效，以企业的长远发展和产品持续的生命力为自身贴上不可动摇的标签，谁就在这个正日益兴旺的市场里占据了先机。

#### 5.2.2 以市场活力为动能提升品牌意识

伴随着中国大健康环境下人们对生活品质要求的不断提高，“生活健康化”成为了市场的新消费观点。在拥有同类功效的两种产品面前，消费者往往会选择更知名的大品牌来满足自己对品质生活的需求，这成就了市场源源不断的运作活力。药食同源产品以高起点打入市场，要想实现长期可持续发展，相关企业必须学会强化自身的品牌意识，努力获取更多消费者的拥护，以此来不断提升自己的市场占比。

#### 5.2.3 以市场发展为指引拓宽发展维度

“药食同源”理念走进人们的生活已经成为市场发展不可避免的趋势，为抓住这一新的时代热点，必须往下发掘中医药文化的深度、往外扩展中医药文化的广度，其余相关行业应尽快明晰这一发展前景，主动助推药食同源行业的发展，以期其可以早日完成全产业链生产，用全新的模式、发展定位吸引更多的新鲜血液，获得新的消费需求，这也是对我国中医药行业的一次革新，为我国中医药文化走出国门，走向世界又是一大助力。

#### 5.2.4 以人才培养为桥梁实现文化传承

培养具有专业能力的高素质人才，是确保各项工作能够顺利开展，相关计划能够事半功倍的关键因素。无论对哪个行业的发展来讲，人才战略都是必不可缺的，药食同源行业亦如是。当前，不仅仅中医药专业人才的培养已经迫在眉睫，精通各类现代技术的高科技知识分子也相当重要，只有互相合作，才能让药食同源行业向多维度发展，才能更好实现中国与世界医药文化的对接，让中国优秀传统文化屹立于世界的东方。

### 参考文献：

- [1] 贾慧杰. 我国药食同源的发展与应用概况分析[J]. 现代食品, 2022, 28(04):33-35.
- [2] 刘超群, 任越, 张燕玲. 药食同源食品质量控制的研究现状及策略[J]. 中国中药杂志, 2022, 47(14):3963-3967.
- [3] 束雅春, 李丹婷, 李静, 刘杨, 江志伟. 基于全球专利视角下的中药护肤品相关研究的可视化分析[J]. 中草药, 2022, 53(21):6832-6839.
- [4] 李红, 王旭太, 战捷. 弘扬中医药文化 论食药物质在传承与开放中的创新发展[J]. 中国卫生监督杂志, 2020, 27(04):311-314.
- [5] 党晨阳, 张思文. 中药护肤品品牌推广策略研究[J]. 国际公关, 2020, (07):285-286.