

蜜蜂产品与保健系列

保健食品知识

Health Food Knowledge

The Fifth Volume

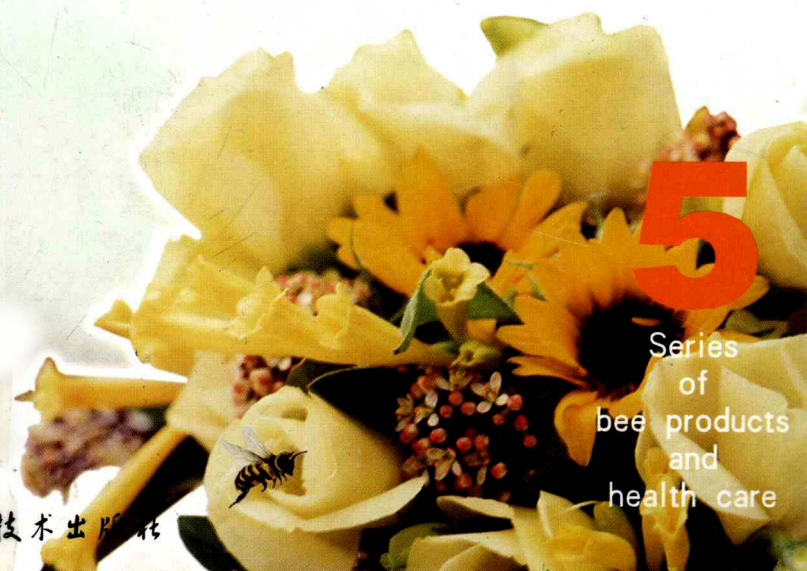


■ 汪尤金 主编

科学技术出版社

5

Series
of
bee products
and
health care



《蜜蜂产品与保健系列》第五册

保 健 食 品 知 识

主 编 汪尤金

副主编 谢献征

编写人员 汪尤金

洪 毅

王洪伟

杜志敏

王穗生

陈恕仁

谢献征

汪 藏

陈用太

李万瑶

王泽锡

陈恕仁

陈恕仁

汪 玲

茶 魏

梁正之

魏 辉

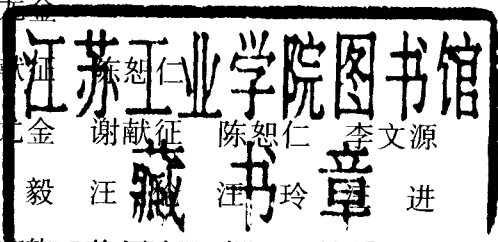
李文源

李文源

章 进

陈兴兴

谭健生



江西科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

蜜蜂产品与保健系列/汪尤金主编.—南昌:江西科学技术出版社,
2003.10

I. 蜜… II. 汪… III. 蜂产品—保健—基本知识
IV. S896

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 097142 号

国际互联网(Internet)地址:

HTTP://WWW.NCU.EDU.CN:800/

蜜蜂产品与保健系列

汪尤金主编

出版	江西科学技术出版社出版
发行	
社址	南昌市新魏路 17 号
	邮编:330002 电话:(0791)8513294 8513098
印刷	江西青年报社印刷厂
开本	850 毫米×1168 毫米 1/32
字数	630 千字
印张	25
印数	3000 册
版次	2003 年 10 月第 1 版 2003 年 10 月第 1 次印刷
书号	ISBN7—5390—2355—4/S·485
定价	全套共五册 38.00 元

(赣科版图书凡属印装错误,可向出版社出版科或承印厂调换)

汪尤金先生简历

汪尤金先生生于 1936 年，四川资阳人。

原于资阳市文教局工作。

汪氏自幼丧父，母子二人相依为命，从小就养成独立奋斗、正直不阿的坚强性格。

1961 年离家西去新疆，踏上流浪者的生涯，经历曲折，但汪氏依然故我，每遇人间不平事，仍拔刀相助，每自比拉兹、牛虻，我行我素。

1966 年后，归家侍母，为求灵魂慰藉，无意中与蜜蜂结下不解之缘，自此汪氏与蜜蜂朝夕相处，感情甚笃，人称“汪蜂子”。

是老天欲有意苦其心志，或是命中注定，1973 年汪氏养蜂已颇有名气，资产日增。

当 1979 年中国养蜂学会成立之际，汪氏因一篇养蜂论文而被破例邀请为大会特邀代表。

20 世纪 80 年代，汪氏回文教局工作，后因子女上学交不上学费，遂“下海”创办“四川资阳蜂药厂”。20 世纪 90 年代为冲破欧美对蜂药原料药氟胺氰菊酯的垄断，汪氏父子历经三载，终于研制成功“汪氏螨扑”。该蜂药为中国蜂业的健康成长立下了汗马功劳。至今，不仅我国，东南亚诸国均多以此为防治蜂螨的主药。汪氏蜂业也因此耸立于中国，乃至世界蜂业之林。1999 年汪氏应邀参加在人民大会堂举行的“中外金融家、企业家代表国庆 50 周年座谈会”，并邀至主席台上就座。

作为汪氏蜂业的创始人,汪允金先生在我国养蜂界向以稳健、实干且意识超前闻名。在我国,“蜂产品专卖店”、“特种蜂蜜”的概念和实践均属汪氏首先倡导。近几年来,为研发、生产以蜂产品为原料的保健食品,汪氏投入巨资,聘请专家教授,研发出“汪氏蜂皇精软胶囊”、“汪氏蜂胶软胶囊”、“汪氏蜂四宝膏”等系列保健食品并获得国家卫生部颁发的“保健食品批准证书”。目前,汪氏蜂业已是中国蜂业界的龙头企业。现汪氏已退居二线,企业交由子女管理,但仍在“蜜蜂精神”的激励之下,在为人类的健康和祖国的养蜂事业而辛勤耕耘,目前正与德国合资创建上海、珠海、北京等地的大型蜂蝶博览园。

汪氏曾参与《华西养蜂大全》、《中国兽药大全》等书的编写工作。现为中国蜂产品协会常务理事和蜂疗保健专委会副主任等职。

前 言

蜜蜂,是人们都很熟悉的小昆虫。蜜蜂辛勤地采集、酿造花蜜,为植物授粉。蜂群分工明确,尽职尽责,全心全意,毫不利己,充分体现了“团结、勤奋、奉献”的蜜蜂精神。小小蜜蜂生存繁衍,且为大自然生态环境的保护做出了贡献。更为可贵的是,蜜蜂将其酿制出的纯天然的保健食品:蜂蜜、蜂花粉、蜂胶、蜂王浆、蜂幼虫、蜂蛹、成虫及蜂毒等这一系列的蜜蜂产品,无私地奉献给了人类,为人类的健康做出了巨大的贡献。

养蜂是中国的传统行业。中国是世界第一养蜂大国,蜂产品产量居世界首位,现有蜂群 700 万群,辽阔的国土和丰富多样的蜂种资源、蜜粉源植物资源,形成了我国蜂产品的多样性和高产性,养蜂业遍及全国各省、市、自治区。

蜂产品经历了几千年历史的考验,它与人类健康有悠久的历史渊源。在现代人的保健作用中,蜜蜂产品永远立于不败之地,其关键在于它的纯天然性和高质量。蜜蜂产品是根据中药学的特点,在药食同源的基础上发展起来的。根据“药食同源”的理论,回归大自然,食品保健特别是天然食品保健是保健品的发展趋势,越来越多的保健专家和消费者呼吁:

(1)保健食品必须无毒副作用,无防腐剂、无激素、无化学合成剂等。

(2)坚决反对以某种营养的单一输入来代替日常饮食的自然吸收。

(3)保健品必须从根本上解决人体机能障碍,强化新陈代谢和免疫功能。

(4)保健品必须具有广泛的适应性,做到老少、四季皆宜。区别于许多昙花一现的保健品,在于以纯天然物质调节人体功能为

目的,无任何毒副作用和食品添加剂以及化学合成剂。因此,蜂产品是大自然给予人类的原始的、传统的、最完美的具有保健功能的纯天然的最佳保健食品。

过去,我国的蜂产品大部分出口至国外,随着我国人们生活水平及文化素质的逐年提高和保健意识的增强,人们对保健食品的消费需求亦逐年提高。汪氏蜜蜂园为了满足不同消费群体的需求,正逐步从单一化向多元化发展、数量型向质量型转变、传统型向高科技型转变。为了普及蜂产品与保健方面的知识,从而提高广大消费者对蜂产品与保健的认识,汪氏蜂业创始人汪允金先生特邀请我国著名的蜂疗专家陈恕仁教授、南昌大学食品系高级工程师谢献征等人共同编写此书。

本系列共分五册:第一册为“蜜蜂产品与保健”,首先介绍了蜜蜂、蜂产品综合知识,其次介绍了蜂蜜的来源、成分、药理作用、保健作用、临床典型报道、食用方法、剂量、注意事项、选购、贮存等知识。第二册为“蜂花粉、蜂幼虫、蛹、成虫与保健”,介绍了蜂花粉、蜂幼虫、蜂蛹、蜂成虫的来源、成分、药理作用、保健作用、临床典型报道、食用方法、剂量、注意事项、选购、贮存等知识。第三册为“蜂王浆与保健”,介绍了蜂王浆的来源、成分、药理作用、保健作用、临床典型报道、食用方法、剂量、注意事项、选购、贮存等知识。第四册为“蜂胶、蜂毒与保健”,介绍了蜂胶、蜂毒的来源、成分、药理作用、保健作用、临床典型报道、食用方法、剂量、注意事项、选购、贮存等知识。第五册为“保健食品知识”,介绍了保健食品的类型、人体营养平衡、膳食卫生、营养素及其功能、保健食品的功效成分、卫生部受理的功能性保健食品及保健食品的选用与识别等相关知识。

由于本书涉及的具体内容甚广,为了尽可能反映当今国内外的研究全貌和技术水准,作者广泛参考了相关方面的文献资料。面对浩瀚的文献海洋,在有限的篇幅内尽管很难做到面面俱到,但本书毕竟镌刻了世界上众多研发者在本领域所作出的卓越贡

献。在本书出版之际,作者谨向所有为本书积累原始素材的学者们致以深深的谢意!特别是蜂业、医药和食品工业界的元老、新秀们为我国养蜂保健事业做出丰硕的成果,琢开了本书理论的源泉,是他们为本书构筑了基本框架。在此特谨向为本书引用参考的大量文献资料的作者们,尤其对郭芳彬、郑建仙、凌关庭、管正学、田惠光等同志深表谢忱!

由于我们撰写时间仓促,亦水平有限,书中错误在所难免,不当之处,竭诚欢迎读者惠予批评指正。

《蜜蜂产品与保健系列》编写组

2003年4月

目 录

第一节 什么是保健食品?它和普通食品有什么区别	1
第二节 保健食品有多少类型	5
一、以增进健康和各项体能为主要目的保健食品, 食用对象可以是一般健康人群或亚健康人群	6
二、以特殊生理需要或特殊工种需要的人群为食用对象 的保健食品	7
三、主要供给健康异常的人食用的保健食品, 以防病抗病为目的	8
第三节 为什么要发展保健食品	9
一、人口结构的变化促进了保健食品的发展	9
二、饮食与环境导致了疾病模式的改变	9
三、科学的进步推动了保健食品的发展	10
四、回归大自然热加速了保健食品的发展	10
第四节 保健食品、功能食品、疗效食品是否是一回事	11
第五节 保健食品为什么称为“21世纪食品”	12
第六节 什么是第三代保健食品	14
一、功效成分明确	15
二、含量应可以测定	15
三、作用机理清楚	15
四、研究资料充分	16
五、临床效果肯定	16
第七节 如何理解人体营养平衡	16
一、营养平衡的要求	16
二、各种营养素必须维持适当比例,以保证正常生理需要 ..	17
三、平衡膳食的构成	20

十、目前还有哪些正在开发的功效成分	64
第十二节 卫生部受理什么功能的保健食品	66
一、免疫调节功能	68
二、调节血脂功能	71
三、调节血糖功能	73
四、调节血压功能	77
五、延缓衰老功能	81
六、改善记忆功能	88
七、改善视力功能	92
八、促进排铅功能	94
九、改善胃肠道功能	97
十、改善睡眠功能	98
十一、促进泌乳功能	98
十二、抗突变功能	99
十三、抗疲劳功能	100
十四、耐缺氧功能	102
十五、抗辐射功能	104
十六、减肥功能	105
十七、促进生长发育功能	108
十八、改善骨质疏松功能	109
十九、改善营养性贫血功能	115
二十、对化学性肝损伤的保护作用	121
二十一、促进美容功能	121
二十二、清咽润喉功能	123
二十三、辅助抑制肿瘤功能	124
第十三节 什么是健康、亚健康状态	134
一、何谓健康	134
二、何谓亚健康	135

三、亚健康状态的表现	136
四、形成亚健康状态的原因	137
第十四节 国内外保健食品发展现状如何	137
一、国外保健食品发展现状如何	137
二、我国保健食品发展状况如何	141
第十五节 如何理解“食品不得加入药物”的限制性规定	144
第十六节 怎样识别保健食品?如何选用适宜的保健食品	148
一、不要把保健食品当成药品	149
二、选用保健食品要注意其中是否含有不准加入的成分 ...	149
三、选用保健食品要有针对性	149
四、保健食品不能代替普通食品	150
五、应按标签说明食用	150
六、食用保健食品应有耐心	151
第十七节 保健食品是否将于2004年被取消	151
参考文献	153

第一节 什么是保健食品?它和普通食品有什么区别

保健食品在国际上并没有统一定义,各国的叫法略有差异。1982年日本厚生省的文件最早出现“功能食品”的名称,1989年又将功能食品定义为:“具有与生物防御、生物节律调整、防止疾病、恢复健康等有关功能因素,经设计加工,对生物体有明显调整功能的食品。”其特点是:

(1)按通常食品所使用的材料或成分加工而成。

(2)以通常形态和方法摄取。

(3)标有生物调整功能的标签。1991年7月,日本厚生省将功能性食品名称改为“特定保健食品”。

欧美国家将保健食品称为健康食品或营养食品,德国则称之为改善食品。1982年,欧洲健康食品制造商联合会对健康食品作了规定:健康食品必须以保证和增进健康为宗旨,应尽可能的以天然物为原料,必须在遵守健康食品的原则和保证质量的前提下进行生产。健康食品的范围为:

(1)含有充分的营养素。

(2)补充膳食中缺少的营养素。

(3)特定需要的食品或滋补食品,最好含有特殊的营养物质。

(4)以增强体质或美容为目的的食品。

(5)以维持和增进健康为目的,以天然原料为基础的食品。

过去,我国有“疗效食品”、“滋补食品”、“营养保健食品”等数种提法,概念比较混乱。直到1996年3月15日,卫生部发布了

《保健食品管理办法》，才给我国保健食品提出了一个明确概念。1997年2月8日，由国家技术监督局批准，于当年5月1日实施的《中华人民共和国保健(功能)食品通用标准》，进一步规范了保健(功能)食品的定义。该标准规定：“保健食品是食品的一个种类，具有一般食品的共性，能调节人体功能，适于特定人群食用，不以治疗疾病为目的。”

尽管各国对保健食品的定义和范围不尽相同，但基本看法是一致的，即它是不同于一般食品又有别于药品的一类特殊食品，一般都具有普通食品的基本属性，还具有调节机体功能的保健作用。与药品相比，保健食品不宣传、不追求临床疗效。根据《保健功能食品通用标准》对保健食品的定义，我国保健功能食品应当具有以下特点和要求：

首先，保健食品是食品。它有别于药品，不以治疗疾病为目的，不追求临床治疗效果，也不能宣传治疗作用。保健食品具有一般食品的共性，即营养性、安全性和感官特性。一般用对人体有营养作用的食物原料为配方材料，那些明文规定不能食用的物质或药物(药、食两用的物质除外)不能用作配方材料。保健食品应含有至少一种人体需要的营养素，食用后具有营养功能。保健食品应该是安全无害的，必须符合食品卫生要求，所选用的原料、辅料、食品添加剂等应符合相应的国家标准或行业标准规定，必须对人体不产生急性、亚急性或慢性危害。保健食品应具有类属食品所应具有的基本形态、色泽、气味、滋味、质地，不应有令人厌恶的气味或滋味。

第二，保健食品应具有功能性，这是保健食品与一般食品的区别。它至少应具有调节人体机能作用的某一种功能，如免疫调节功能、延缓衰老功能、改善记忆功能、促进生长发育功能、抗疲劳功能、减肥功能、抑制肿瘤功能、调节血脂功能、调节血糖功能等等。其功能必需经必要的动物或人群试验，证明其功能明确、可

保健食品知识

靠。功能不明确、不稳定者不能作为保健食品。

第三,保健食品适于特定人群食用,一般需按产品说明(或标签)规定的人群食用,这是保健食品与一般食品另一个重要不同。一般食品提供给人们维持生命活动所需的各种营养素,是男女老幼皆不可少的。而保健食品由于具有调节人体的某一个或几个功能作用,因而只有某个或几个功能失调的人群食用才有保健作用,那些该项功能良好的人食用这种保健食品就没有必要,甚至食用后会产生不良作用,不仅起不到保健作用,反而有损于身体健康。例如儿童绝不能食用抗衰老食品,瘦人不能食用减肥食品,血糖正常的人食用降糖食品,则会导致血糖过低。一些强化营养素保健食品,更不能随便食用,只有该种营养素缺少、需要补充的人群才能食用。如果随便食用,可能会造成该营养素过量而中毒,或者一种营养素在体内含量过高而导致体内营养失衡,影响身体健康,特别是维生素类和微量元素的补充更要特别注意。

第四,保健食品的配方组成和用量必须具有科学依据,具有明确的功效成分,这也是保健食品与一般食品的一个不同。功效成分是保健食品功能作用的物质基础,而一种功能可能由多种功效成分产生,不同的功效成分产生同一个功能的机理可能不同,在人体内的代谢往往也不同,而对人体其他功能的影响也可能不一样。因此,只有明确了功效成分,才有可能根据不同人的具体身体情况选用适合于自己的保健食品,不然的话,也可能对身体造成不良影响。对于第三代保健食品,不仅功效成分明确,而且要求功效成分含量要明确,这样才能更科学的食用和保健。至于在现代技术条件下不能明确功效成分的,应确定与保健功能有关的主要原料的名称。

保健食品有一个严格的界定,并不是自己认为具有某种功能就能称为保健食品。保健食品不仅需由卫生部指定的单位进行功能评价及其他检验,而且必须经地方卫生行政部门初审同意后,报

卫生部审批。卫生部审查合格后发给《保健食品批准证书》，批准文号为“卫食健字第(XXXX)号”后，并使用保健食品标志的，才能称为保健食品。未经卫生部审查批准的，在包装上不得使用保健食品标志，也不得称为保健食品。

第五，保健食品的命名，我国卫生部已做出明确的规定：

(1)健康相关产品命名必须符合下列原则。

①符合国家有关法律、法规、规章、标准、规范的规定。

②反映产品的真实属性，简明、易懂，符合中文语言习惯。

③名称由商标名、通用名、属性名三部分组成，器械类产品名称还应当有产品型号。名称顺序为商标名、型号、通用名、属性名。

(2)健康相关产品的商标名、通用名、属性名、产品型号必须符合下列要求。

①商标名应当符合国家有关法规的规定，一般采用产品的注册商标。健康相关产品不得使用有夸大功能或误导消费者的商标。

②通用名应当准确、科学，可以是表明主要原料、主要功效成分或产品功能的文字，但不得使用明示或暗示治疗作用的文字。

③属性名应当表明产品的客观形态，不得使用抽象名称。但消费者已知晓其属性的传统产品，可省略属性名，如：口红、胭脂、眼影等。

④产品型号应当反映该产品的特点，如材质、体积、容量、先进程度等。

(3)同一配方不同剂型的健康相关产品，在命名时可采用同一商标名和通用名，但需标明不同的属性名。

(4)健康相关产品商标名、通用名、属性名相同，但具有不同口味或为特定人群生产，适宜特定人群食用的保健食品和具有不同颜色、气味、适用人群的化妆品(如眼影、粉饼、胭脂、口红、睫毛膏、染发剂、指甲油、洗发液等)，应在属性名后标识以示区别。

(5)健康相关产品命名时禁止使用下列内容

- ①消费者不易理解的专业术语及地方方言。
- ②虚假、夸大和绝对化的词语,如“特效”、“高效”、“奇效”、“广谱”、“第×代”等。
- ③庸俗或带有封建迷信色彩的词语。
- ④已经批准的药品名。
- ⑤外文字母、汉语拼音、符号等(表示型号的除外)。如为注册商标或必须用外文字母、符号的,需在说明书中用中文说明。

(6)进口健康相关产品的中文名称应尽量与外文名称对应。可采用意译、音译或意、音合译,一般以意译为主。

第二节 保健食品有多少类型

世界各国在保健食品的分类上略有差异。

日本健康食品协会对保健食品作了如下分类:

