

均衡营养新潮流

——保健食品套餐



四川科学技术出版社

维格尔健康丛书
均衡营养新时尚
—饮食食品套餐

主 编 源 可
责任编辑 康利华
封面设计 李 庆 沈西南
版式设计 康永光 王晓峰
责任校对 戴 林 李 红
责任出版 何明理
出版发行 四川科学技术出版社
成都盐道街3号 邮编: 610012
开 本 787 × 1092 毫米 1/32
印张 3.625 字数 60 千
印 刷 四川东华印务集团有限公司
版 次 1997年12月成都第一版
印 次 1997年12月第一次印刷
印 数 1—10000 册
定 价 7.80 元
ISBN 7-5364-3738-2/R · 812

■ 本书如有缺损、破页、
装订错误, 请寄原印
刷厂调换。
■ 如需购本书, 请与本社
邮购组联系。
地址 / 成都盐道街3号
邮编 / 610012

■ 版权所有 · 翻印必究 ■

《维格尔健康丛书》

提高国人健康意识
振兴中华保健事业

丁丑冬 于若木



中华营养学会名誉会长 于若木 为本丛书题词

《维格尔丛书》编审委员会

主 审 陈君石

(全国政协委员 著名营养学家 研究员
中国预防医学科学院营养与食品卫生
研究所副所长)

委 员	陈孝曙	著名老年营养学家	研究员
	韩 驰	著名食品毒理学家	研究员
	薛安娜	老年营养学家	研究员
	赵熙和	老年营养学家	研究员
	王光亚	食物营养成分专家	研究员
	夏非明	微量元素专家	研究员
	朱莲珍	微量元素专家	研究员
	卢承前	营养食品专家	副研究员
	张 坚	脂肪营养学	助理研究员

《维格尔健康丛书》编写委员会

主任委员 靳思源

委 员	曾凡骏	郭旭光	何 云
	林志敏	潘圣理	丁永凤
	张继可	敬源凌	彭崇胜

编 务	邹 波	刘 燕	薛 红
	陈官发	王宇辉	方尧琼

序

健康是人们的第一财富。

自古以来,人类一直都在追求健康。

随着历史的发展,健康已不仅仅是强壮的身体,而广泛包含了正常的生理、心理状态和良好的社会适应能力。在营养、运动、休息三大健康支柱中,营养这一人们赖以生存的物质基础占了人体健康的主导地位。一切非传染性疾病,如高血压病、糖尿病、肿瘤等均可从营养学上找到相关的病因及其预防的措施。由于人们健康意识的不断提高,对食物的营养成分和其功能作用的要求也就越来越强,这显然就涉及到人们通常所说的保健食品了。

保健食品代表了当今食品发展的新潮,被誉为“21世纪食品”。随着社会经济、科学的进步和人们健康保健意识的增强,近年来保健食品发展迅速,掀起了一个又一个高潮。

面对保健食品的巨大需求和广阔的市场前景,作为国际性的金融投资集团和

言

大规模、高科技水准的制药企业，完全有能力、有义务加入这个造福人类健康，提高人的生命质量的行业，并不断引进新观念、新技术，开发新产品、新功能，为全球保健食品业的发展，为人们的身心健康作贡献。

正是基于这个原因，也为了确立最新健康观念和保健意识，我们给《维格尔健康丛书》提供了尽可能的帮助和支持。愿《维格尔健康丛书》助读者轻松愉快、充满信心，更加健康。

美国通联国际信托投资集团总裁

中美合资成都通联药业有限公司董事长兼总经理

胡维光博士

1997年10月30日

导

对大多数中国人来说,保健食品,是一个既熟悉又陌生的词语。说之熟悉,是因为我国是一个文化悠久、一贯注重食品保健的国家,独具东方特色的“食物进补法”早为国人熟知,并发挥了重要的历史作用。说之陌生,是指受传统“吃什么,补什么”意识和“炖、熬、煲”等挂法之限,食品的研究发展缓慢,同发达国家成分清楚、作用明确、营养组合齐全的保健食品差距而言。

众所周知,保健食品是指具有特定保健功能的食物,即适宜于特定人群食用,具有调节机体功能,不以治疗疾病为目的的食品。它的出现是人们保健观念的飞跃和食品业的彻底革命,有重要的现实价值和深远的历史意义。

随着科学的进步和人们保健意识的增强,食品已从传统的色、香、味、型向着结构合理、保健作用明确的方向转化。这就出现了经过加工提炼与功能试验的第二代保健食品和近年研究开发的功能成分清楚,具有确切生理调节功能的第三代保健食品。根据均衡营养保健的需要,目前西方又兴起了保健食品消费的新时尚——套餐。

当今西方发达国家,保健食品数以千计,市场活跃,发展前景巨大,同时有各种新闻媒体和成套读物的引导。然而在我国,关于保健食品的书籍甚少,更谈不上成套、系统的读本。本着正

言

确引导,促进消费,增加国人健康意识,发展我国保健食品的目标,我们隆重推出了这套《维格尔健康丛书》,以应国人对健康的关注和盼望。

该丛书着力倡导健康新概念和保健新时尚,并以通俗流畅的文笔,陆续地向读者展示数百种有关保健观念、保健方法和保健食品的功能、使用的读物。让“时代的家庭医生——健康手册”、“均衡营养新时尚——保健食品套餐”和来自深海的“强力供氧器”——鱼鲨烯、“天然美容精华素”——芦荟、“轻柔的小夜曲”——眠纳多宁等篇章,带给您新的感受、收获和喜悦。

《丛书》采用珍集书版,轻松高档编排,图文并茂,并集哲理、趣味、知识与休闲于一体。《维格尔健康丛书》愿做每位读者的健康顾问,并祝愿您拥有真正自信和健康。

最后,编委会对《丛书》编审委员会各位专家、教授的辛勤工作和给《丛书》提出的宝贵意见;对四川科学技术出版社康利华先生及其医学编辑部的老师们为《丛书》结构、编辑、出版所做的大量具体工作,在此一并致以诚挚的谢意。

《维格尔健康丛书》编写委员会
1997年10月30日于成都

目 录

第一章 保健食品新一代——“套餐”	1
一、风靡全球的保健食品	3
保健食品的意义	3
保健食品的发展背景	5
保健食品的换代演变	7
二、保健食品“套餐”面市	8
现代人的营养需求	8
单一保健食品能提供什么	10
“套餐”应运而生	12
三、“套餐”的渊源	14
缺什么,补什么	15
预防胜于治疗	16
无补不“套”	18
四、“套餐”的发展历程及其发展趋势	21
“套餐”在国外的的发展	21
“套餐”叩击国门	23
展望“套餐”发展之路	24
第二章 美国的保健食品“套餐”探秘	27
一、“套餐”——美国人习以为常的 消费方式	29

健康——人生的第一财富？	30
健康从哪里来	31
健康的保证——保健食品“套餐”	32
“套餐”——保健食品行业的“领头羊”	34

二、风格迥异，功效齐全的“套餐”世界	36
高效营养套餐——最直接的营养来源	37
阿斯套餐——老年朋友的健康伴侣	44
健美套餐——世界冠军的摇篮	46
女士日用套餐	
——女性朋友的最佳选择	51
男士维生素套餐——自然界的恩赐	57
抗氧化剂套餐——营养界的最新奉献	61
生命之光套餐——走向永远的辉煌	66

第三章 探寻中国保健食品“套餐”

的发展概况 75

一、中国——保健食品的“套餐”的空白	78
--------------------	----

二、渴求健康长寿的国人盼望什么？	82
------------------	----

三、锋芒初露的“套餐”实例	86
---------------	----

降血脂套餐——战胜冠心病的秘诀	90
-----------------	----

高原套餐——尽显英雄本色的妙方	92
-----------------	----

丽人套餐——给女人以美丽的关爱	95
-----------------	----

后记 “套餐”，均衡营养、 健康长寿的钥匙	99
--------------------------	----

均衡营养新时尚—保健食品套餐

第1章 保健食品新一代—“套餐”

健康的基石是营养，均衡的营养是真理。让我们把期盼的目光聚焦于保健食品的套餐新潮。



一、风靡全球的保健食品

“健康是人类第一追求”。随着科技的发展、人类对自身健康的研究不断深入,“预防为主”的保健措施也越来越丰富。在令人眼花缭乱的保健品系列中,保健食品以其独特的优势而受到广泛的关注和欢迎,迅速传遍了世界各国,特别在发达国家广为普及。

1. 保健食品的定义

在传统的保健品市场上,对保健食品、保健药品和功能性食品没有严格的界定和规范,而世界各国的称谓和定义又不尽相同,以至于许多消费者对此无所适从,只好一概以“保健品”论之。

那么,什么是保健食品呢?

保健食品在欧美许多国家被称为“保健食品”(Health Foods)或“营养食品”

(Nurtuional Food) ;德国称为“改良食品”
(Performm Food) ;日本先称为“功能性食品”,1990年改为“特定保健食品”,并纳入“特定营养食品”范畴。

过去,我国的保健食品市场上存在严重的以假乱真、以药代食的现象,为此,我国于1996年3月15日颁布了《保健食品管理办法》,对保健食品作了确切的定义:“保健食品系指具有特定保健功能的食品,即适用于特定人群食用,具有调节机体、功能的作用,不以治疗为目的食品。”

根据以上定义,我们可以明确保健食品的以下几个特点:

①保健食品首先必须是食品,必须符合食品卫生法对食品的规定,即无毒无害,符合应有的营养要求。

②保健食品区别于一般食品在于其“特定”的保健功能,必须是明确的、具体的,而且经过科学检测是肯定的。

③具有“特定”保健功能的保健食品通常是针对需要调整某方面机体功能的“特定人群”而研制开发的,因此,它都有一定的适宜人群。

④保健食品不以治疗疾病为目的,不能取代药物的治疗作用。

2. 保健食品的发展背景

保健食品一经兴起,便迅速发展,风靡全球,被誉为“食品革命”。仔细分析当代人类的保健需求,便不难发现出保健食品得以蓬勃发展的深刻的社会、科学背景。

首先,由于社会经济的发展,人们物质、文化生活水平不断提高,科学的健康知识得到普及,使得人们一方面对身体健康、生命质量有了更高的要求,另一方面也意识到了预防保健的重要性。于是,“花钱买健康”便成了人们消费的一种时尚。其次,现代科学研究已经证明:肥胖、

高血压、糖尿病、冠心病等现代病都与日常饮食有关，而美国科学院饮食、营养与癌委员会也研究指出：“多数癌症不是由遗传上的差异决定的，更可能是因生活饮食习惯所致。”因此，国外针对减肥、控制高血压、糖尿病、冠心病、抑制肿瘤的保健食品便应运而生，且销势看好。第三，科学的飞速发展搞清了许多有益于人体健康的食品成分以及食品与多种疾病发生、发展的关系，使得通过改善饮食习惯和饮食结构来调节生理功能、预防疾病发生成为可能，也为新功能、新产品的出现提供了依据。第四，世界医疗费用的猛涨，迫使人们注意自我保健，预防疾病发生，以降低医疗开支。事实证明：“健康时注重保健”是比“得了病再去就医”更为明智的一种健身之道。同时，日益严重的环境污染又促进了人们对天然、无污染的保健食品的追求。



3. 保健食品的换代演变

人类历来非常重视食品的营养结构和保健作用，人们在漫长的生活和同疾病斗争的过程中，创立了适合自身生存发展的营养食谱和食物进补方法。由于受到科学技术的限制和认识上的不足，营养食品的发展进程相对缓慢。

保健食品的崛起和发展改变了这一现状，掀起了一场“食品革命”。从技术上来讲，保健食品的发展经历了一、二、三代的推进演变过程。第一代保健食品主要指各类营养强化食品，其生理调节功能仅能根据食品中添加的各类营养素或强化的营养来推知，其营养属性强于保健属性。第二代保健食品则经过加工提炼，具有一定造型，并经过一定的人体和动物实验证明该产品具有某项生理调节功能。第三代保健食品则更进一步，不仅保健功能明确，而且确知具有该项保健功能的功能因子（或称功效成分）的化学