

BAOJIAN TANGGUO SHEJI PEIFANG YU GONGYI

保健糖果

设计、配方与工艺

刘静 邢建华 编著



保健糖果

设计、配方与工艺

刘静 邢建华 编著



化学工业出版社

· 北京 ·

本书以保健功效为主线,结合中医药、营养学和食品工艺学的理论和方法,对保健糖果的概念和分类、功效设计进行了解读,系统介绍了具有清咽润喉、美容、减肥、改善记忆、增强免疫、抗疲劳、抗衰老、降血压、降血糖、降血脂、营养补充等功效的十一类保健糖果的市场前景、基本概念、功能原料、设计思路、产品功能评价以及典型产品配方与工艺实例。

本书兼具理论性和实用性,是作者多年从事糖果产品开发和生产经验的总结,可供糖果制品企业的配方师、产品开发人员、生产技术人员、经营管理人员以及食品项目的投资者参考阅读。

图书在版编目(CIP)数据

保健糖果:设计、配方与工艺/刘静,邢建华编著.
—北京:化学工业出版社,2015.3
ISBN 978-7-122-23017-1

I. ①保… II. ①刘…②邢… III. ①疗效食品-糖果-基本知识 IV. ①TS246.5

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第029739号

责任编辑:傅聪智

文字编辑:王琪

责任校对:陶燕华

装帧设计:王晓宇

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印刷:北京云浩印刷有限责任公司

装订:三河市瞰发装订厂

710mm×1000mm 1/16 印张14 $\frac{1}{4}$ 字数279千字 2015年5月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网址:<http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:48.00元

版权所有 违者必究

前言

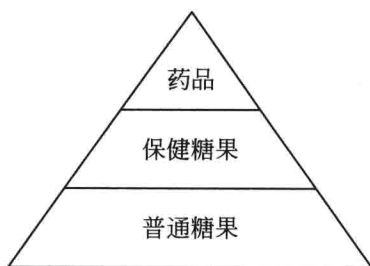
Foreword

我国糖果行业持续地发展变化着，一方面，保持着快速的增长，潜力的市场份额不断扩张；另一方面，随着市场越来越开放，国外众多企业投资于糖果行业，市场竞争越来越激烈。

长江后浪推前浪，市场新品赶旧品。凭借一款产品就能永保江山、幸福到永远，这样的时代已经一去不复返了。

随着人民生活水平明显提高，消费观念、健康观念发生了很大变化，消费者越来越注重生活品质；由于工作竞争压力越来越大，亚健康人群比例也越来越大；我国的老齡化趋势日益加剧……这些因素的综合推动，使糖果需求在向保健化（功能化）方向发展，让人们在吃糖果的同时，也为身体的健康补充更多的有益成分。

雅客 V9 等产品的成功，让大家认识到，“糖果+保健”的结合，是一只会生金蛋的鸡。由此进行分类，糖果市场呈现出金字塔结构，如下：



普通糖果向上跨界，才能获得更大的利润空间。高端药品类的代表是金嗓子喉宝，已经跨越到药品的范畴，我们暂不讨论。低端余下微薄的利润空间与市场蛋糕，由成千上万的企业瓜分。

中端的市场空间很大，保健糖果增加功能性与新的卖点，利润空间远远大于普通糖果，被认为是一座金矿，正在掀起掘金热潮。

功效卓越的好产品，会在顾客当中有好的口碑，通过互联网迅速传播，让顾客对它产生好感，激活顾客的购物潜意识，使其产生购买欲望，奇迹自然就会诞生。更重要的是，很多空白的领域没有直接竞争对手。在这样的环境下，非常容易孵化出超级金蛋。

基于以上的背景，为了方便大家了解“糖果+保健”的结合方式，我们编写了本

书。本书对保健糖果的基本概念、功效设计进行解读，并用十一章，选择具有代表性的清咽润喉、美容、减肥、改善记忆、增强免疫、抗疲劳、抗衰老、降血压、降血糖、降血脂、营养补充剂十一类保健糖果进行解读，每章介绍两个例子，以方便大家理解。

在本书编写过程中，参考了众多的图书、期刊以及专利文献，在此向每一位作者表示诚挚的感谢！同时，也感谢化学工业出版社的大力支持和帮助。在本书的出版过程中，得到了刘索菲、贾伟、刘宏、邢建蓉、黄文富、刘婷婷的帮助，在此一并致谢。

由于保健糖果的技术发展迅速，所涉及的内容繁多，书中难免有不妥和遗漏之处，敬请各位专家、同行和读者批评、指正，以便我们以后修改、完善，在此深表感谢！

编著者

2014年11月

目录

CONTENTS

第一章 保健糖果概论 /001

第一节 保健糖果的基本概念 /001

- 一、保健糖果的定义 /001
- 二、保健糖果的分类 /002
- 三、保健糖果与一般食品、药品的区别 /003

第二节 保健糖果与人类健康 /004

- 一、健康的定义与标准 /004
- 二、健康素养的定义与影响 /005
- 三、亚健康的定义与表现 /006
- 四、保健糖果的展望 /007

第二章 保健糖果的功能设计 /009

第一节 功能定位 /009

- 一、选择范围 /009
- 二、筛选与定位 /011

第二节 原料选择 /011

- 一、选料方法 /011
- 二、选择范围 /011
- 三、功能原料的分类 /012
- 四、禁用的原料 /013

第三节 选方组方 /014

- 一、选方途径 /014

二、组方途径 /015

第四节 设计评价 /016

- 一、稳定性评价 /016
- 二、卫生学评价 /016
- 三、安全性毒理学评价 /016
- 四、功能学评价 /017

第五节 产品评审 /017

- 一、评审的操作 /017
- 二、评审内容 /018

第三章 清咽润喉保健糖果的设计、配方与工艺 /019

第一节 市场前景 /019

- 一、市场规模 /019
- 二、消费者的需求 /020
- 三、消费者的分类 /020
- 四、产品的类型 /020

第二节 基本概念 /020

- 一、咽和喉的生理 /021
- 二、咽喉炎的病理机制和症状 /022

第三节 功能原料 /024

一、化痰、止咳、平喘类 /024

- 二、清热解毒类 /024
- 三、芳香化湿类 /024
- 四、辛凉解表类 /025
- 五、开窍类 /025

第四节 产品设计 /025

- 一、指导思想 /025
- 二、组方规律 /026
- 三、形态选择 /027

四、载体选择 /027

五、调香与调味 /028

六、注意事项 /028

七、配方举例 /029

第五节 产品功能评价 /031

一、试验项目 /031

二、结果判定 /031

第六节 无糖润喉糖的配方、依据与工艺 /031

一、配方 /031

二、组方依据 /031

三、生产工艺 /031

第七节 滇橄榄润喉糖的配方、依据与工艺 /032

一、配方 /032

二、组方依据 /032

三、生产工艺 /033

第四章 美容保健糖果的设计、配方与工艺 /034

第一节 市场前景 /034

一、美容食品的发展 /034

二、女性美容市场 /035

三、男性美容市场 /035

第二节 基本概念 /036

一、美容的概念和分类 /036

二、皮肤的结构 /036

三、皮肤的功能 /037

四、皮肤美学的基本特征 /038

五、皮肤的色泽 /039

六、皮肤的衰老 /040

第三节 常见的三种皮肤瑕疵 /040

一、痤疮 /040

二、黄褐斑 /041

三、老年斑 /042

第四节 功能原料 /043

一、美容营养物质 /043

二、美容中药 /045

第五节 设计思路 /049

一、指导思想 /049

二、两个方向 /050

三、常用方法 /051

四、分类实施 /054

五、组方规律 /056

第六节 产品功能评价 /057

一、抗皱纹作用的功能评价 /057

二、改善皮肤水分的功能评价 /057

三、改善皮肤油分的功能评价 /057

四、祛黄褐斑的功能评价 /058

五、祛老年斑的功能评价 /058

六、祛痤疮的功能评价 /058

第七节 排毒养颜美容糖的配方、依据与工艺 /059

一、配方 /059

二、组方依据 /059

三、生产工艺 /059

第八节 乌发美容糖的配方、依据与工艺 /060

一、配方 /060

二、组方依据 /060

三、生产工艺 /060

第五章 减肥保健糖果的设计、配方与工艺 /061

第一节 市场前景 /061

一、肥胖者日渐众多 /061

二、肥胖者的压力 /062

三、观念在改变 /062

四、减肥糖果在增长 /063

第二节 基本概念 /063

一、肥胖的定义 /063

二、肥胖的测定方法 /063

- 三、肥胖的类型 /064
- 四、肥胖的病因 /064
- 五、肥胖的危害 /065
- 六、肥胖症与代谢异常及功能障碍 /066
- 七、关于减肥药 /068
- 第三节 功能原料 /069
 - 一、营养食材 /069
 - 二、减肥中药材 /070
- 第四节 设计思路 /071
 - 一、限制总热量 /071
 - 二、中医辨证论治的方法 /072
 - 三、现代中药药理的方法 /073
- 第五节 减肥作用的功能评价 /073
 - 一、减肥原则 /073

- 二、试验项目 /074
- 三、试验原则 /074
- 四、结果判定 /074
- 第六节 无糖减肥糖果的配方、依据与工艺 /074
 - 一、配方 /074
 - 二、组方依据 /074
 - 三、生产工艺 /076
- 第七节 新资源减肥糖果的配方、依据与工艺 /076
 - 一、配方 /076
 - 二、组方依据 /076
 - 三、生产工艺 /077

第六章 改善记忆保健糖果的设计、配方与工艺 /078

- 第一节 市场前景 /078
 - 一、青少年健脑益智市场 /078
 - 二、中年健脑益智市场 /079
 - 三、老年健脑益智市场 /079
- 第二节 基本概念 /079
 - 一、记忆的定义与类型 /079
 - 二、记忆的加工过程 /079
 - 三、记忆的衰退 /080
 - 四、记忆障碍 /080
 - 五、影响记忆力的物质基础 /081
- 第三节 功能原料 /083
 - 一、健脑益智的食材 /083
 - 二、健脑益智的营养物质 /083
 - 三、健脑益智的中药 /084
- 第四节 设计思路 /085
 - 一、核心治则 /085
 - 二、两大方法 /085

- 三、常用路径 /086
- 四、组方规律 /089
- 第五节 改善记忆的功能评价 /090
 - 一、试验项目 /090
 - 二、试验原则 /090
 - 三、结果判定 /090
- 第六节 提高学习记忆功能糖果的配方、依据与工艺 /090
 - 一、配方 /090
 - 二、组方依据 /090
 - 三、生产工艺 /091
- 第七节 增强记忆含片糖果的配方、依据与工艺 /091
 - 一、配方 /091
 - 二、组方依据 /092
 - 三、生产工艺 /094

第七章 增强免疫保健糖果的设计、配方与工艺 /095

- 第一节 市场前景 /095
 - 一、人类与病毒的斗争永无止境 /095
 - 二、环境污染的影响 /096

- 三、消费者的需求 /096
- 第二节 基本概念 /097
 - 一、免疫学的重要概念 /097

- 二、免疫系统 /098
- 三、免疫功能与分类 /099
- 四、免疫应答 /100
- 第三节 功能原料 /101
 - 一、营养素 /101
 - 二、药食同源食材 /102
 - 三、具有免疫增强作用的中药 /102
- 第四节 设计思路 /104
 - 一、两大方向 /104
 - 二、两类方法 /105
 - 三、正反路径 /106
- 第五节 产品功能评价 /108
 - 一、试验项目 /108

- 二、试验原则 /109
- 三、结果判定 /109
- 第六节 葛根咀嚼片的配方、依据与工艺 /109
 - 一、配方 /109
 - 二、组方依据 /109
 - 三、生产工艺 /110
- 第七节 增强免疫力压片糖果的配方、依据与工艺 /110
 - 一、配方 /110
 - 二、组方依据 /110
 - 三、生产工艺 /111

第八章 抗疲劳保健糖果的设计、配方与工艺 /112

- 第一节 市场前景 /112
 - 一、市场规模 /112
 - 二、消费者的需求 /112
- 第二节 基本概念 /113
 - 一、疲劳与抗疲劳的概念 /113
 - 二、疲劳的分类 /114
 - 三、疲劳的产生机制 /114
- 第三节 功能原料 /116
 - 一、抗疲劳营养素 /116
 - 二、抗疲劳中药材 /116
- 第四节 设计思路 /117
 - 一、理论依据 /117
 - 二、两大方法 /118
 - 三、抗疲劳中药的筛选规律 /119
 - 四、设计框架 /120

- 五、组方规律 /121
- 第五节 产品功能评价 /122
 - 一、试验项目 /122
 - 二、试验原则 /123
 - 三、结果判定 /123
- 第六节 玛咖抗疲劳糖果的配方、依据与工艺 /123
 - 一、配方 /123
 - 二、组方依据 /123
 - 三、生产工艺 /124
- 第七节 天然咖啡因抗疲劳糖果的配方、依据与工艺 /124
 - 一、配方 /124
 - 二、组方依据 /125
 - 三、生产工艺 /125

第九章 抗衰老保健糖果的设计、配方与工艺 /126

- 第一节 市场前景 /126
 - 一、老龄化趋势 /126
 - 二、低龄化趋势 /127
 - 三、从年轻用到老 /127
- 第二节 基本概念 /128
 - 一、衰老的定义与类型 /128

- 二、人的正常寿命 /128
- 三、人体器官衰老进程 /129
- 四、衰老和早衰的判断 /130
- 五、衰老的学说 /131
- 六、影响衰老的因素 /133
- 第三节 功能原料 /133

- 一、普通食材类 /133
- 二、抗氧化营养素 /135
- 三、抗衰老中药材 /136

第四节 设计思路 /137

- 一、两个角度 /138
- 二、两大方法 /138
- 三、常用路径 /140
- 四、组方规律 /142

第五节 产品功能评价 /143

- 一、试验项目 /143
- 二、试验原则 /143

- 三、结果判定 /143

第六节 黑茶橡皮糖的配方、依据与工艺 /143

- 一、配方 /143
- 二、组方依据 /144
- 三、生产工艺 /144

第七节 玛咖压片糖果的配方、依据与工艺 /145

- 一、配方 /145
- 二、组方依据 /145
- 三、生产工艺 /145

第十章 降血压保健糖果的设计、配方与工艺 /147

第一节 市场前景 /147

- 一、高血压的危害性 /147
- 二、市场规模 /147

第二节 基本概念 /148

- 一、高血压的定义、分类、分期 /148
- 二、高血压的发病特点 /149
- 三、影响降压疗效的因素 /151

第三节 功能原料 /151

- 一、营养素 /151
- 二、降压中药 /153

第四节 设计思路 /153

- 一、指导思想 /153
- 二、中医辨证论治的方法 /154
- 三、现代中药药理的方法 /156

第五节 产品功能评价 /158

- 一、试验项目 /158
- 二、试验原则 /158
- 三、结果判定 /158

第六节 树莓果味压片糖的配方、依据与工艺 /158

- 一、配方 /158
- 二、组方依据 /159
- 三、生产工艺 /159

第七节 鱼蛋白肽钙咀嚼片的配方、依据与工艺 /160

- 一、配方 /160
- 二、组方依据 /160
- 三、生产工艺 /160

第十一章 降血糖保健糖果的设计、配方与工艺 /162

第一节 市场前景 /162

- 一、市场规模 /162
- 二、消费者需求 /162
- 三、市场特点 /163

第二节 基本概念 /163

- 一、血糖和糖尿病的定义 /163
- 二、糖尿病的诊断标准 /164
- 三、糖尿病的分类 /164
- 四、糖尿病的发病机制 /166

- 五、胰岛素 /166

- 六、糖尿病的临床表现 /168

第三节 功能原料 /168

- 一、普通食材类 /168
- 二、功能性添加剂 /168
- 三、营养强化剂 /169
- 四、真菌和益生菌 /169
- 五、降糖中药材 /169

第四节 设计思路 /171

- 一、从营养特点考虑 /172
- 二、从中药降糖作用机制考虑 /172
- 三、组方规律 /173

第五节 功能学评价 /174

- 一、动物试验 /174
- 二、人体试验 /175

第六节 复合咀嚼片的配方、依据与工艺 /175

- 一、配方 /175
- 二、组方依据 /175
- 三、生产工艺 /176

第七节 玛咖咀嚼片的配方、依据与工艺 /176

- 一、配方 /176
- 二、组方依据 /176
- 三、生产工艺 /177

第十二章 降血脂保健糖果的设计、配方与工艺 /178

第一节 市场前景 /178

- 一、高发病率 /178
- 二、半睡眠市场 /179
- 三、迎接发展尖峰 /179

第二节 基本概念 /180

- 一、血脂的定义 /180
- 二、血脂的来源与去路 /180
- 三、高脂血症的定义与分类 /180
- 四、高脂血症的病因 /181
- 五、高脂血症的症状 /181
- 六、高脂血症的危害 /182

第三节 功能原料 /183

- 一、普通食材类 /183
- 二、营养物质类 /183
- 三、降脂中药 /185

第四节 设计思路 /187

- 一、指导思想 /187

- 二、降脂路径 /188
- 三、组方规律 /189

第五节 产品功能评价 /190

- 一、试验项目 /190
- 二、试验原则 /190
- 三、结果判定 /190

第六节 美容瘦身降脂糖的配方、依据与工艺 /190

- 一、配方 /190
- 二、组方依据 /191
- 三、生产工艺 /192

第七节 排毒减肥降脂糖的配方、依据与工艺 /192

- 一、配方 /192
- 二、组方依据 /192
- 三、生产工艺 /193

第十三章 营养补充剂类保健糖果的设计、配方与工艺 /195

第一节 市场前景 /195

- 一、补充营养的需求 /195
- 二、消费者的分类 /196
- 三、庞大的人口基数 /196
- 四、经济增长的推动 /197

第二节 基本概念 /197

- 一、营养补充剂的概念 /197
- 二、营养补充剂的分类 /197
- 三、营养补充剂的作用 /197

- 四、膳食营养素摄入量 /198
- 五、膳食结构 /201
- 六、营养不良及其危害 /202

第三节 功能原料 /203

- 一、维生素 /203
- 二、矿物质 /205

第四节 设计思路 /208

- 一、设计原则 /208
- 二、原料选择 /208

三、配方的确定 /209

四、组方规律 /211

第五节 产品评价 /211

一、产品质量标准 /211

二、结果判定 /212

第六节 富硒口香糖的配方、依据与
工艺 /212

一、配方 /212

二、组方依据 /212

三、生产工艺 /213

第七节 儿童补血奶糖的配方、依据
与工艺 /213

一、配方 /213

二、组方依据 /213

三、生产工艺 /213

参考文献 /215

食品是人类生存的必需品。随着食品工业的快速发展、人们消费水平及对食品认识的提高，人们对食品的需求也发生了变化，不仅认识到食品是提供新陈代谢和机体生长所必需的营养物质，而且更加关注食品调节身体机能、促进身体健康等方面的作用；消费趋势从具有色、香、味、形均佳的食物，转向具有合理营养和保健功能的功能性食品，即保健食品。

保健食品是指对某些特定人群或某一特定生理症状具有保健作用的特殊营养食品。这类食品除了具有一般食品具备的营养功能和感官功能（色、香、味）外，还具有一般食品所没有或不强调的调节人体生理活动的功能（第三种功能）。由于这类食品强调第三种功能性，所以也称为功能性食品。

这一世界发展潮流在 20 世纪 30 年代波及糖果工业，由此产生了各种保健糖果。20 世纪 80 年代后，各种添加了保健因子或取代传统甜味料组成的保健糖果形成了新的发展潮流。近年来，国内保健糖果增长迅速，成为糖果细分市场中发展最快的领域。

第一节 保健糖果的基本概念

尽管糖果经常被看作是一种休闲享乐的食品，但是它也可以具有更多健康内涵，成为一个健康载体。

保健糖果的面市，是传统糖果品牌向高端产品品类的延伸，反映了消费者对糖果产品的多层次需求，也是各种糖果品牌差异化运作的产物。

一、保健糖果的定义

保健糖果与普通糖果都具有一般食品的营养和感官享受两大特点，都具有糖果的基本工艺特征，都应符合糖果的质量技术标准，这是它们的共同之处。

其主要区别在于，保健糖果还具有调节人体生理功能的第三大功能，具有促进人体健康、突破亚健康、预防疾病等方面的重要作用。也就是说，保健糖果是外在附加特性大于糖果本身特性的糖果，诉求的重点不是在本身，而是糖以外的特性。

因此，保健糖果是指含有生理活性物质（又称为功能因子），能够促进人体健

康、具有某种调节人体特定生理功能，对人体不会产生不良反应的糖果。也就是说，保健糖果是添加了特殊功能性食品配料，从而提供特定保健益处的糖果。

二、保健糖果的分类

保健糖果可分为两大类：一类为特定保健功能产品；另一类为营养素补充剂类。

二者在申报项目、评审要求等方面有很大的不同。营养素补充剂不能同时申报功能产品；同样，功能产品也不能同时申报营养素补充剂。

(1) 特定保健功能产品 2003年，我国卫生部发布了《保健食品功能学评价程序与检验方法规范》。这一新标准，明确自2003年5月1日起，卫生部受理的保健功能分为27项。这是保健糖果可以申报的范围。

我国受理的这27项“保健功能”及其声称，大体可以这样进行分类，见图1-1。

保健糖果大多以主要功能特点来分类命名。

① 增强免疫功能 具有增强机体对各种疾病的防御能力、抗感染，维持自身生理平衡。如蒜素糖、多肽蛋白奶糖、蜂胶软糖、葛根精粉夹芯糖。

② 抗衰老功能 添加或含有抗衰老功能的活性物质，如维生素A、维生素E、

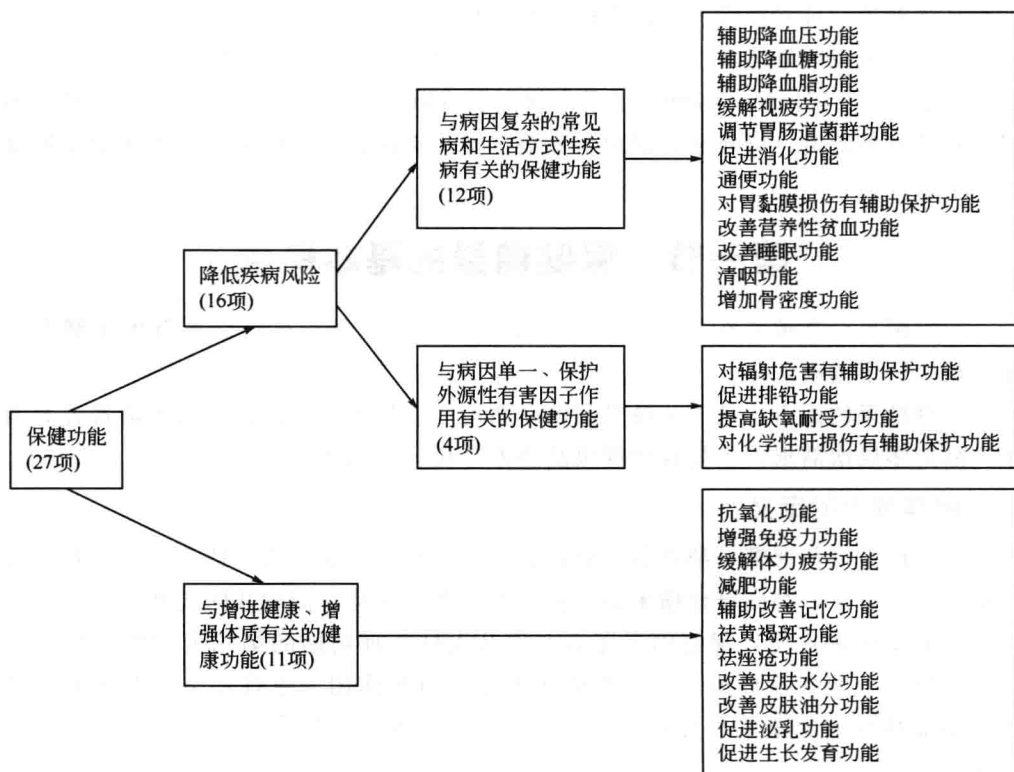


图 1-1 保健功能分类

抗氧化剂，清除体内过剩的自由基，阻断由自由基引发的脂质过氧化反应，达到延缓衰老、维持生命活力的目的。如姜汁延年益寿糖、芝麻核桃益寿糖。

③ 增智助长功能 可促进儿童生长发育，提高智力，也可改善老年人的记忆能力。如牛磺酸益智糖、富锌弹性糖、牦牛骨粉片糖。

④ 改善胃肠功能 具有增进食欲、促进消化与吸收，健脾胃，改善肠道微生态环境，预防便秘等功能。如益生元硬糖、双歧杆菌夹芯巧克力、乳酸菌夹芯糖、陈皮开胃糖。

⑤ 抗疲劳功能 能够迅速补充人体的消耗，增强机体的调节功能和抗疲劳能力。如多肽蛋白糖、核桃乳脂糖。

⑥ 减肥功能 通过合理配比，在保证营养平衡供给的前提下，限制能量的摄入，提高膳食纤维的摄入量等，以达到减肥降脂的目的。如魔芋瘦身糖、乳糖醇巧克力、甘露醇南瓜软糖、膳食纤维糖。

⑦ 降血压功能 添加含有降血压功能的活性成分，如黄酮类物质等，帮助降低血压。如银杏素软糖、山楂软糖、沙棘夹芯糖、姜糖。

⑧ 降糖功能 以无糖原料为主，添加降血糖功效成分，降低血糖水平。如魔芋软糖、桑葚软糖、生姜脆糖、昆布凝胶糖。

⑨ 其他功能 具有除以上 8 类外的其他生理调节功能，如清咽润喉、改善睡眠、清热消暑、生津止咳等。如薄荷润喉糖、川贝枇杷软糖、金银花软糖、除口臭口香糖。

(2) 营养素补充剂类 营养素类产品也纳入了保健食品的管理范畴，称为营养素补充剂，如以维生素、矿物质为主要原料的产品，以补充人体营养素为目的的食品，可以申报保健食品。这也是保健糖果可以申报的范围。

它分为三类。

① 补充维生素类 补充维生素 A、B 族维生素、维生素 C、维生素 D、维生素 E、 β -胡萝卜素、叶酸及胆碱等，如维生素 A/E 夹芯糖。

② 补充矿物质类 补充钙、锌、铁、硒、镁、锰等，如富硒口香糖、儿童补血奶糖。

③ 补充复合型营养素类 不是单一补充矿物质或维生素，而是将其进行复合，如钙+维生素 D 等。

三、保健糖果与一般食品、药品的区别

人的生理状况有三种表现形式：健康状态、疾病状态、介于两者之间的亚健康（病前）状态。健康的人食用一般食品即可满足要求，患病的人要服用药物治疗才行，而处于亚健康状态的人，食用保健糖果作用于人体的第三状态，促进机体向健康状态转化。

1. 保健糖果与一般食品的区别与联系

保健糖果是食品的一类，具有一般食品的共性，除此之外，还能调节人体机

能，即适宜于特定人群食用，但不以治疗为目的。所以欲申报保健食品的糖果，必须具有以下三种属性。

① 食品属性 它不能脱离食品，是食品的一个种类。它和一般食品都能提供人体生存必需的基本营养物质（食品的第一功能），都具有特定的色、香、味、形（食品的第二功能）。

② 功能属性 因其含有一定的功效成分，具有一般食品无法比拟的功效作用，能调节人体的某种功能，因此具有特定的功能（食品的第三功能），同时规定了其特定的食用人群，这是一般食品不具备或不强调的。

③ 非药品属性 它与药品的区别在于药品是治疗疾病的物质，它不是人类赖以治疗疾病的物质，其本质仍然是食品，不是药品，不是为治疗疾病而生产的产品。

2. 保健糖果与药品的区别

保健糖果与药品有着严格的区别，不能认为保健糖果是介于糖果与药品之间的一种中间产品或加药产品，其区别主要体现在以下几点。

① 药品是用来治病的，而保健糖果不以治疗为目的，不能取代药物对患者的治疗作用。保健糖果重在调节机体内环境平衡与生理节律，增强机体的防御功能，以达到保健康复的目的。

② 保健糖果要达到现代毒理学上的基本无毒或无毒水平，在正常摄入范围内不能带来任何毒副作用，而药品则允许一定程度的毒副作用存在。

③ 保健糖果无需医生的处方，没有剂量的限制，可按机体的正常需要自由摄取。

第二节 保健糖果与人类健康

一、健康的定义与标准

1. 健康的定义

健康是人类永恒的话题，作为万物之灵的人，谁都想活得健康、潇洒，幸福地度过一生。健康是人人都需要的，但是什么是健康呢？关于健康有许多定义，都有其依据，也都有其不完善之处。

传统的健康观是“无病即健康”，而现代人的健康观是整体健康。

《简明大不列颠百科全书》给出健康的定义是：健康是指个体能有长期地适应环境的身体、情绪、精神及社交方面的能力。

在众多的定义中，比较权威性的是世界卫生组织（World Health Organization, WHO）于1948年成立时，在其成立宣言中给健康下过的定义：健康是身体上、精神上以及社会适应上的完好状态，而不是没病及虚弱。

这就是说，健康包括三个层次。

① 身体上的完好状态 这是最基本的要求，也就是身体各个器官的结构与功能要正常，也就是通常所说的“没病”。

② 精神上的完好状态 即精神健康，精神健康又包括心理健康、情绪健康及道德健康。

心理健康，是指能摆正自己在社会生活中的位置、看问题一分为二、遇有挫折时处变不惊。

情绪健康，是指始终以饱满的、乐观的、向上的情绪对待工作、学习和生活。

道德健康，是指为人处世大公无私、胸怀坦荡。

③ 社会适应上的完好状态 是指人们参与社会生活时的一种完好的状态。人是“社会的”动物，每个人都是社会的一员。每个人的工作、学习、生活，一切活动都会受到社会的制约。每个人都需要适应这种制约，才能生活愉快、身心健康。

2. 健康的标准

世界卫生组织 1978 年曾经提出过一个 10 条健康标准：

- ① 精力充沛，能应付工作、学习的压力；
- ② 处世乐观、积极、乐于承担责任；
- ③ 善于休息，睡眠良好；
- ④ 应变能力强，能适应环境的各种变化；
- ⑤ 对感冒等传染病有抵抗力；
- ⑥ 体重适中、身材匀称、动作协调；
- ⑦ 眼睛明亮不发炎；牙齿清洁无牙病；
- ⑧ 牙齿清洁，无空洞，无痛裂，齿龈颜色正常，无出血现象；
- ⑨ 头发有光泽、无头屑；
- ⑩ 肌肉和皮肤有弹性、走路轻松。

这个标准很具体，但似乎又显琐碎一些。所以后来又有了一个修正的提法，共有三点。

一是躯体健康，包括吃得快（不是提倡吃得快，而是表示食欲旺盛之意）、走得快、说得快（表示思维敏捷）、睡得快（入睡快）、大便快（排泄顺畅）。

二是心理健康，包括性情温和、性格开朗、意志坚强、豁达乐观。

三是处世能力好，包括思维客观、自控力强、人际关系好。

二、健康素养的定义与影响

1. 健康素养的定义

健康素养是健康素质的重要组成部分，指的是个人获取和理解基本健康信息和服务，并运用这些信息和服务做出正确判断，以维护和促进自身健康的能力。

健康素养是一个能综合反映个体或群体健康相关理念、认知、行为、技能水平的健康指标。