

# 大力发展食药同源产业 提高人民营养健康水平

党中央、国务院高度重视食药同源和营养健康产业发展。习近平总书记指出,人民健康是社会文明进步的基础。没有全民健康,就没有全面小康,要把人民健康放在优先发展的战略地位。李克强总理强调,我国有世界上最丰富的食材资源,有食疗食补养生的传统文化,市场需求很大,完全可以开发出多种附加值高的健康食品,形成又一新兴大产业。《“健康中国”2030规划纲要》提出,要深入开展农产品、食品营养功能评价研究。今年中央一号文件提出“加强新食品原料、食药同源食品开发和利用”。去年年底,国务院办公厅印发《关于进一步促进农产品加工业发展的意见》(国办发〔2016〕93号),明确提出“重点支持果品、蔬菜、茶叶、菌类和中药材等营养功能成分提取技术研究,开发营养均衡、养生保健、食药同源的加工食品”。这为挖掘农产品价值潜力,促进食药同源产业发展指出了明确方向,提供了根本遵循。

古人云:“民以食为天”。人体生命活动必须依靠摄取食物来维持。人类在寻找食物的过程中,经过长期的摸索,逐渐获得了辨别食物与毒物的知识,掌握了食物治疗疾病的性能。从这一点来说,自从有了人类,“食疗”就在自觉或不自觉中探索之中了,“神农尝百草”的传说便是最好的例子。有据可查的“食药同源”思想,最早可以追溯至战国时期我国第一本医学专著《黄帝内经》,它明确提出了“五谷为

养,五果为助,五畜为益,五菜为充,气味合而服之,以补精益气”的食与药相结合的理念。中国传统的“食药同源”思想即是食物保健思想的反映,体现了食物在身体保健和疾病治疗方面的功能,凝聚着深邃的哲学智慧,是中国古代科学的瑰宝,也是打开中华文明宝库的钥匙。

食药同源产品不仅在我国受到大众的欢迎,在国际上也越来越受到青睐。在西方国家,有人提出要用“厨房代替药房”“食物代替药物”,在不同文化背景下,各个国家对食药同源食品的命名各不相同,欧美国家称其为“健康食品”,日本称其为“功能食品”。近年来,随着我国居民生活水平普遍提高,饮食卫生和营养知识逐渐普及以及公众的健康意识日益增强,人们愈加重视保健和养生,崇尚自然,对带有营养保健功能的健康农产品和食品的需求越来越旺盛。

我国食药同源食品尽管起源较早、种类较多,具备良好的发展基础,但目前产业规模总体偏小、效益偏低,特别是产品种类单一、技术装备水平落后、消费者缺乏认知、品牌建设滞后等问题仍十分突出。目前,我国有4000多家保健食品企业,7000多个产品品牌,但是真正具有较强实力的保健食品企业不到100家。一方面,我国农产品面临成本“地板”和价格“天花板”双向挤压,农民费时费力生产出来的产品却卖不上好价钱,农民持续增收的压力越来越大。另一方面,一些农产品特别是特色农产

品没有很好地通过精深加工增值增效。发达国家往往更重视食药同源产品的研发和创新。据统计,400多家外资企业以7%的产品种类占据了国内约40%的市场份额,发达国家食药同源产品的涌入,对我国的食药同源食品产业形成了很大冲击。预计到2020年,我国将全面进入营养健康时代,人民群众对健康饮食的需求日益增强。大力发展食药同源产业,对于深入推进农业供给侧结构性改革,培育农业农村经济发展新动能,促进农业提质增效、农民增收和农村一、二、三产业融合发展,对于满足城乡居民消费升级需求,提高人民群众生活质量和健康水平都具有重要意义和作用。大力发展食药同源产业,要做到“五个坚持”。

一要坚持以人民为中心的发展思想。健康是每个国民的立身之本,也是一个国家的立国之基。目前,人们对食品的消费需求已经从最初的满足吃得饱,向吃得好、吃得安全,特别是吃得营养、吃得健康转变。营养、健康、绿色日益成为消费需求增长的重点。发展食药同源产业必须将增进人民健康福祉作为根本出发点和落脚点,把人民群众对营养、健康、绿色的追求始终放在首位,积极传承食药同源文化记忆,大力开发食疗养生创新产品,打造惠及民生的健康产业。

二要坚持以农业为基础的发展定位。农业是保障国民营养健康需求的基础产业。农产

品除了提供人体日常所需营养物质外,其所含有的醌类、酮类、生物碱等天然产物,在预防疾病和提高人体免疫力等方面起着十分重要的作用,产品开发增值潜力巨大。发展食药同源产业,必须要以促进农业发展为前提,充分发掘农产品特别是特色农产品的“食养”和“食疗”功效,促进食药同源产业融合发展,要坚持多要素聚集、多主体培育、多业态发展、多利益联结,不断延长农业产业链、提升价值链、组合供应链,带动农业提质增效和农民增收,激发现代农业发展新活力。

三要坚持以绿色为导向的发展方式。绿色代表着自然、希望、安全,是永续发展的必要条件和人民对美好生活追求的重要体现。天人共美、相生共荣的好生态,营养健康、老少咸宜的好产品,是食药同源产业独特的吸引力和竞争力。我们必须始终遵循绿色发展理念,坚持绿色发展方式,尊天重地,道法自然,生产营养、健康、安全、绿色的产品,推动食药同源产业持续健康发展。

四要坚持以创新为动力的发展路径。科技是国家强盛之基,创新是民族进步之魂。发展食药同源产业,要深入实施创新驱动发展战略,发挥科技创新在全面创新中的引领作用,推动理念创新、管理创新、模式创新、机制创新。要牢固树立人才资源是第一资源、科学技术是第一生产力的理念,紧紧依靠科技创新,围绕食

药同源基础性科技工作、前沿性科技研究,突破制约产业发展的技术瓶颈,获得一批原始创新成果,努力开发新技术、新工艺、新产品、新装备,研发一批功能食品、保健食品和特需食品,培育食药同源新产业、新业态、新模式,为耕者谋利,为食者造福。

五要坚持以文化为灵魂的发展特色。食药同源是我国劳动人民在食物和药物发现中总结的智慧结晶,是中华农业文化的瑰宝,具有源源不断的凝聚力和生命力。发展食药同源产业,必须要立足我国传统文化和饮食习俗,讲好中国食药文化故事,引导大众消费者深刻认识农食医药的内在关系,倡导健康文明的生活方式,树立“大食物、大农业、大资源、大营养”的发展理念,加强食药同源在保健、养生、食疗、食养等方面的科普宣传,同时也要警惕过度宣传、不实宣传。要强化市场营销和品牌策划,努力打造享誉世界的知名食药同源区域品牌、产品品牌和企业品牌。

健康是促进人类全面发展的必然要求,是经济社会发展的基础条件,是民族昌盛和国家富强的重要标志,是广大人民群众的共同追求,也是我们党对人民的郑重承诺。让我们携起手来,共同努力,大力发展食药同源产业,为深入推进农业供给侧结构性改革,加快培育经济发展新动能,全面建成小康社会,实现中华民族伟大复兴的中国梦作出新的更大的贡献。

(作者宗锦耀,系农业部农产品加工局局长)

## “网红月饼”为何会成为网红?

□ 然玉

中秋临近,在朋友圈、各大购物网站上,一些打着“养生”“手工”招牌的“网红月饼”开始走俏,类似鲍鱼、牛蛙、小龙虾月饼等层出不穷。据悉,朋友圈里的私厨月饼制作商家也已经开启了预售模式,零添加、不含防腐剂是商家最常打的招牌。但记者调查发现,这些月饼背后不同程度存在着虚假宣传等问题。相关人士建议,应加强对网络上诸如月饼等时令商品的监管,同时消费者在选购时也应明辨。

当下的商业文化中,包括食品在内的一切传统商品,似乎都在经历一个“网红化”的再创造过程。此番“网红月饼”横空出世,可以说丝毫不令人意外。

“网红月饼”为何会成为网红?在很大程度上,这是因为其本身就是“网络原生性商品”:发端于网络,流向于网络。高度依赖网络走货的渠道资源,同时又深谙网络营销的诸般技巧——堆配料、讲故事、玩情怀。鲍鱼、

牛蛙、小龙虾等“高级料”,滋阴壮阳的“养生牌”,再加之“童年的味道”“祖母的味道”之类的“怀旧牌”,种种攻势之下,总能俘获不少人的心。

从某种意义上说,消费者之所以愿意为“网红月饼”买单,一则是碍于熟人微商之“人情”,再者也是出于对传统月饼的审美疲劳。很长时间以来,月饼已经成为了一种高度程式化的“节令性”食品,毫无新意的口味、包装,使得传统月饼素来槽点不断。种种因素叠加,无形之间将一部分消费者推向了微商。

其实,包括“网红月饼”在内,网红商品崛起的背后,绝不仅仅是市场份额、市场利益的简单再分配,而是整个市场话语权和游戏规则的危险重构。以“网红月饼”为例,按照现有的法律法规和监管标准,其纯属是没有生产及流通资质的“三无产品”;然而,在社交媒介上,它们却被情意绵绵地表述成是“私房手作”,就这样,原本不安全、不合法的食品制售过程,被包装成了某种品位高档的消费行为。



轻易绕过监管并且惯于自我定义的“网红月饼”,又一次演示了“网红食品”混淆是非、浑水

摸鱼的娴熟手法。以微商为代表的线上新市场,因其事实上的隐秘性和不设防,故而也就难免

有太多装模做样的“爆款”横行。之于此,公众还是多一份理智,少一点跟风为妙。