

• 专 论 •

基于中医药理论与优势的中药保健产品设计思路

杨 明, 胡彦君, 王雅琪, 熊 优, 杨园珍, 郑 琴, 黄小英*

江西中医药大学 现代中药制剂教育部重点实验室, 江西 南昌 330004

摘 要: 中国悠久的保健历史, 独特的食养理论, 丰富的药材资源, 使中药保健产品在国内外保健产品的领域中占有重要一席。为了更好地继承和发扬中医药理论, 合理发展具有中医药特色的保健产品, 概述了近年来中药保健产品的发展现状, 探讨了目前中药保健产品研发存在的共性问题, 重点提出了基于中医药理论与优势的中药保健产品设计思路, 即按八纲辨证、五行学说、体质学说、扶正祛邪等理论, 更科学、更合理地设计中药保健产品的研发模式。努力创制具有中药特色和优势的保健产品, 以尽快适应不同人群的健康需求, 使中药保健产品为人类健康和产业发展做出重大贡献。

关键词: 中药保健产品; 中医药理论; 中医药特色; 共性问题; 研发思路

中图分类号: R28 **文献标志码:** A **文章编号:** 0253-2670(2017)03-0419-05

DOI: 10.7501/j.issn.0253-2670.2017.03.001

Design ideas of Chinese materia medica health products based on theory and advantages of traditional Chinese medicine

YANG Ming, HU Yan-jun, WANG Ya-qi, XIONG You, YANG Yuan-zhen, ZHENG Qin, HUANG Xiao-ying

Key Laboratory of Modern Preparation of TCM, Ministry of Education, Jiangxi University of Traditional Chinese Medicine, Nanchang 330004, China

Abstract: Chinese materia medica (CMM) health products play an important position in the field of health products at home and abroad because of its long history of health, unique diet theory, and wealth resources of medicinal herbs. To inherit the theory of traditional Chinese medicine (TCM) and develop the health products with TCM characteristics, this paper has summarized the development status and common problems of CMM health products in recent years, and put forward the design idea based on the theory and advantage of TCM for designing the development model of CMM health products more scientifically and reasonably, which has followed the theory of dialectics of eight aspects, five elements, physique theory, and so on. An effort is made to create health products with TCM characteristics and advantages in order to adapt to the health needs of different people, which would make significant contribution to the people's health and industrial development.

Key words: Chinese materia medica health products; traditional Chinese medicine theory; traditional Chinese medicine characteristics; common problems; ideas of research and development

习近平总书记指出:“中医学是中国古代科学的瑰宝,也是打开中华文明宝库的钥匙”,中医药悠久的保健历史,独特的食养理论,丰富的药材资源,是我国保健产品研制的重要理论基础和有效的物质来源。《黄帝内经》奠定了中医药养生学的理论基础,其所载的“不治已病治未病,正气存内邪不可干”对后世养生学的发展具有深远影响。中药保健产品

具有天人合一的整体观念、阴阳平衡的动态观、三因制宜的辨证论治、上工治未病的养防观、形神同治的调护理念、天然化的用药取向等优势,使其在全球保健品市场长期看好,各大企业纷纷推出中药保健产品,争抢这一巨大的市场。此外,随着慢性病的侵袭、亚健康状态的蔓延、老龄化的加速、家庭收入的增加等,使得百姓对一个涵盖内容广泛的

收稿日期: 2016-10-20

基金项目: 江西民族传统药现代科技与产业发展协同创新中心开放基金项目(JXXT201403017); 江西中医药大学校级课题(2014RW026)

作者简介: 杨 明, 教授, 博士生导师, 研究方向为中药新剂型与新技术。Tel/Fax: (0791)87118658 E-mail: yangming16@126.com

*通信作者 黄小英, 副研究员。Tel: (0791)87118128 E-mail: 8842100@qq.com

大健康产业的社会需求日益增加,人们也将回归到“治未病”的传统健康文化的核心理念上,以中医药养生保健理念为指导的保健品产业将成为我国健康产业的重要组成部分。本文概述了近年来中药保健品的发展现状与研发存在的共性问题,提出了基于中医药理论与优势的中药保健品设计思路,以期对中药保健产品的健康发展提供参考意义。

1 国内外中药保健品的发展现状

20 世纪 90 年代以来,在崇尚绿色、回归自然的世界潮流下,天然植物药在全球受到关注和重视,中药国际需求日益增加。由于化学药品毒副作用不断出现,生化药品研制成本高,医药费用贵等问题,人们呼唤回归自然,希望用天然药物和绿色植物来治疗疾病和保健,中药能够满足人们的需求,北美、日本、欧洲等国家兴起了草药市场^[1]。目前已有几十种天然植物药被列入欧盟国家的医学药典,2005 年天然药物销售额约占全球药品销售总额的 30%,突破 260 亿美元。在整个医药保健品市场中,植物药产品的市场增长明显高于其他药品市场^[2]。世界各国对保健食品的开发都非常重视,其新功能、新产品、新造型和新的食用方法不断出现。据世界卫生组织统计,全世界大约有 40 亿人使用中药,中国中药已出口到全球 130 多个国家和地区,中药的国际化潜力巨大,中药产业国际化资源竞争优势明显^[3]。

中医药是中华民族的瑰宝,在我国有着几千年的悠久文化积淀和应用历史,是我国保健食品研制的重要理论基础和有效的物质来源,中药保健品在我国的发展潜力和空间巨大。中药保健品是基于中医药理论的产物,具有整体观、辨证论治、阴阳平衡、三因制宜等特点,能全方位调整人体机能,同时因其天然而被大众所接受。随着经济发展,可支配收入的提高,思想观念转变,医药卫生的进步等诸多原因,人们将疾病的治疗从事后治疗向事前预防转变。其结果就是中药健康产品的消费与日俱增^[4]。然而,中药大健康产业虽具有内在天然的优越性和外在环境的顺应性,但是由于多元化的涉足,也可能会使其对利弊得失缺乏深入思考,盲目跟从,进而使其发展可能受到制约,存在各种隐患。因此,从目前中药大健康产业发展现状和不足,探索中药健康产品可行的发展之路,是十分必要的。

2 中药保健品研发存在的共性问题

我国是中药保健品生产和消费大国,但是对于中药保健产品的研究尚属起步阶段,尤其在

中药类保健产品的安全性、功能性和质量上存在相关问题。生产企业在中药保健产品的研发上存在以下问题。

2.1 缺少具有前瞻性、战略性、创新性的研究

目前我国中药保健品缺少具有前瞻性、战略性、创新性的研究,其主要表现在:①产品单一,缺少有前沿趋势分析和战略研究,急功近利,存续期短;②创新能力弱,企业研发投入不足 2%,从事保健品开发的科技人员仅占保健品从业人员的 7%,重复开发使产品无核心竞争力,附加值低^[5];③科技含量低,无自主知识产权,市场竞争优势不明显,很容易被其他产品所取代。

2.2 缺乏中药理论和实验研究依据

虽然我国是中药保健品市场中的最大消费国,但在保健产品的研究上不够成熟,主要表现在:缺乏中药理论和实验研究依据;不明性味、归经、升降、浮沉药性理论;不论相须、相使、相畏等配伍理论;不辨食用人群寒热虚实;以及有效物质基础不明、作用机制不清等,这些问题严重限制了中药保健品的发展。

2.3 缺少中医药特色与优势

目前市场上的中药健康产品忽略中医药理论,大都为西方植物药提取物的仿版,缺乏中医药特色与优势。主要表现在:功能单一,缺“整体系统”之道;千人一品,缺“辨证施膳”之本;追求指标,缺“平衡调理”之要;一味补益,缺“扶正祛邪”之法;性味不佳,缺“食药同理”之术。

2.4 产品定位不清晰、产品线不丰富

健康产品进入市场前,生产企业需做好充分的调研。而中药保健品大多定位不清晰、产品线不系统,主要表现在:①对中药保健产品的市场需求与容量、消费观念、消费形式、购买力等缺乏深度研究;②对其自身特点、销售卖点、市场切入点等缺乏分析挖掘;③对其可替代性、延伸性、组合性产品线等缺乏顶层设计。

2.5 产品生命力不强、周期短

日本是最早研制保健产品的国家,早在 20 世纪 90 年代保健品在日本国内就很受欢迎,销售量占日本药品市场首位,有保健食品生产企业 3 000~4 000 家,产品有 3 000 余种^[5]。安利下属的纽崔莱公司在每个产品上的科研人员就有上百人,每年的研发投入几亿美金^[6]。而我国的中药保健品多出现昙花一现的现象,如 20 世纪末的“三株口服液”,

大多数中药保健品缺乏技术创新、工艺改进、品质提高、包装改良等优化。

2.6 缺乏个性化、差异化

中国的健康产品功能分布集中在免疫调节、调节血脂、抗疲劳等,缺乏个性化和差异化。主要表现在:理论未健全、市场未规范、消费未成熟、研发仿制、产品同质、市场跟风严重。当市场上一个产品比较火热时,很多企业的产品一起上马,造成产品结构不合理,竞争激烈^[7]。

3 中药类保健产品研发设计思路

3.1 八纲辨证模式

近代著名医家祝味菊在《伤寒质难》中明确提出“八纲”一词,即“所谓‘八纲’者,阴、阳、表、里、寒、热、虚、实是也”和“夫病变万端,大致不出八纲范围。明八纲,则施治有所遵循,此亦执简驭繁之道也”^[8]。八纲辨证是中医辨证方法的总纲,运用八纲综合分析四诊所获病情资料,辨析类别、病位、病性和正邪盛衰^[9]。中医理论认为,发挥特定保健功能,可通过不同的机制而达到。中医养生保健以人为本的个体化原则,要求诊断、治疗和防病时,均应依据每个人生理、病理的个体特征而区别对待,此即中医强调的“因人制宜”。如针对不同类型的人群在改善睡眠方面选择不同保健功能的中药保健产品:科卫牌仁百宁胶囊(由酸枣仁、百合、生地黄组成)通过清热养阴、养心安神而改善睡眠;德上牌眠安欣口服液(由酸枣仁、人参、熟地黄、首乌藤等组成)可调补心脾、养血安神而改善睡眠。因此,运用“八纲辨证”模式设计中药保健产品,实现中药保健产品辨别性和针对性的养生,提高养生保健效果。

3.2 体质学说模式

中医体质学说是以中医理论为指导,研究人类各种体质特征,体质类型的生理、病理特点,并以此分析疾病的反应状态、病变性质及发展趋向,从而指导疾病预防和治疗的一门学说^[10]。《灵枢·论痛篇》云:“筋骨之强弱,肌肉之坚脆,腠理之疏密,各不同”。说明人的体质有差异,体质因素受“先天禀赋”和“后天调养”等方面因素的影响,有各种不同的体质分类^[11]。体质的差异是人体内在的脏腑阴阳气血之偏倾和功能代谢之差异的反映,代表了个体的整体特征。现代体质的分类多推崇王琦教授的9种体质分类法^[12],中医讲究辨证论治,而每个人的体质不同,也需要不同的方法来进行调养。运

用“体质学说”模式设计中药健康产品,能够适应不同人群的保健需求。

3.3 五行学说模式——防传变、治未病

五行学说以天人相应理论为指导思想,把自然界和人体复杂的事物和现象按五行属性进行分类,形成了联系人体内外环境的木、火、土、金、水五大系统,按照事物五行的分类可以把人体分为肝、心、脾、肺、肾5类,与自然界青、赤、黄、白、黑5色相对应,既与人体内在脏腑的整体统一,又反映了自然界的统一性^[13]。人体是以五脏为中心,通过经络将脏腑肢节等全身组织器官联系起来的有机整体。五脏中的某一脏有病,可通过“母子相及”和“乘侮”等传变形式影响到其他脏腑。中医“治未病”思想正是根据这一规律,指出抓住时机,确定病位,将病邪消灭于未传之时,防其传变的重要性^[14]。如《金匮要略》云:“见肝之病,知肝传脾,当先实脾。”五行学说在中医养生中的应用,主要是用“生克乘侮”理论和五行归类推演法则,结合自身体质进行食疗养生保健,达到防病治病的目的。目前关于五行养生的书籍也越来越多,顺应疾病传变规律,防传变、治未病的养生保健理念被广泛应用于日常生活之中。因此,运用中医五行理论设计差异化类型的中药保健产品发展前景巨大。

3.4 季节养生模式——四季相宜

《灵枢·本神》指出:“智者之养生也,必顺四时而适寒暑。”中医四季养生强调人与自然的关系,即“天人合一”,认为人应顺应自然环境、四时气候,即春暖、夏热、秋凉、冬寒的变化,通过各种方法颐养生命、增强体质、预防疾病^[15]。中医指导饮食护理主要为四季饮食,根据四季的变化,寒热暑湿不同而顺应自然合理饮食。“春夏养阳、秋冬养阴”作为《素问·四气调神大论》的核心观点,自古以来都备受养生家和临床医生的关注,王冰释为“春食凉,夏食寒,以养于阳;秋食温,冬食热,以养于阴”^[16]。中医养生不仅与四季五气相对应,也与五脏六腑相对应:春季养肝,夏季养心,长夏养脾,秋季养肺,冬季养肾。如春季养肝滋阴,多食用一些青菜;夏季泻心火、安心神,多吃瓜果等^[17]。中药保健品应适时推出季节性保健品,形成产品宣传冲击波。

3.5 脾胃学说模式——养后天

脾胃学说是中医理论的重要组成部分,也是藏

象学说中的一个重要内容。中医学认为脾胃为水谷之海, 气血生化之源、脏腑经络之枢, 称其为“后天之本”^[18]。《素问·灵兰秘典论》记载: “脾胃者, 仓禀之官, 五味出焉”。叶天士曾总结: “纳食主胃, 运化主脾。脾宜升则健, 胃宜降则和”^[19]。“脾胃为人体后天之本”, 所饮所食皆需通过脾胃的受纳、运化, 始能化为气血, 濡养全身, 此乃“土生万物”之理。同时, 脾胃又是人体升降之枢, 脾胃功能正常, 人体才能健康^[20]。脾胃健康是决定人体寿命长短的重要因素, 所谓“百病皆由脾胃衰而生”, 人体的生、长、病、愈与脾胃的功能有十分密切的联系。故而养生之道应以调养脾胃为先。如太阳神猴头菇胃肠保健口服液, 其对消化系统主要是胃部的常见病、多发病的保健有显著效果; 富含总黄酮、阿魏酸、当归酸等多种中药保健成分的汤臣倍健蜂胶软胶囊具有良好的提升免疫力、维护肠胃的作用。

3.6 肝肾学说模式——养先天

“肝肾同源”是中医的经典理论之一, 它最早起源于《黄帝内经》。肝肾的生理密切相关, 肾藏精, 主骨生髓, 精髓化生肝血, 肾是通过髓生养肝。《医宗必读》: “先天之本在肾”, 决定脏腑功能盛衰。肾藏精, 主生长发育和生殖, 对人的身体健康起着重要的作用。《灵枢·本神》记载了“肝藏血, 血舍魂, 肝气虚则恐”, 肝藏血、主疏泄、司情志。肝肾调养对人体保健有很多益处: 提高免疫功能、增加骨密度、辅助降血糖、辅助降血压、改善睡眠、改善营养性贫血、改善生长发育、缓解视疲劳等。目前, 市场上关于具有中医特色的保肝益肾的保健产品有很多, 如增加骨密度的“百盈胶囊”可补肝肾、强筋骨、调节内分泌功能、恢复骨代谢平衡; 健尔马的“增加骨密度胶囊”可补钙源、充胶原、深度补充骨营养, 而恢复骨骼重建。

3.7 扶正祛邪模式

《素问遗篇·刺法论》曰: “正气存内, 邪不可干”^[21]。“扶正”即调补脏腑的气、血、阴、阳, 扶助正气、增强体质, 抵御外邪。从“扶正”的角度对增强免疫力、缓解体力疲劳、改善营养性贫血、增加骨密度、促进生长发育、辅助改善记忆、对辐射危害有辅助保护等保健功能进行设计。如仲景牌西洋参地黄丸(西洋参、熟地黄、山茱萸、山药)益气养阴, 补其不足以治本; 蚁力神牌唯舫胶囊(由刺五加、红景天、当归、麦门冬组成)能益气养阴、养血活血。“祛邪”则是通过利水化湿、清热祛痰、

泻火解毒等方法达到清除体内病邪及病理产物的目的, 如减肥、“降三高”、祛斑等保健功能, 多选用具有“祛邪”作用的原料。如有减肥功能的奥洁牌佳丽胶囊(由泽泻、荷叶组成)可利水渗湿、升发清阳、泻浊轻身; 具有祛痤疮功能的优体优俪牌靓颜饮料(含有金银花、菊花、蒲公英等)可清肺泻热解毒。“扶正”和“祛邪”也可并用。就便秘而言, 若虚实兼夹, 则应分别采取滋阴通便、养血通便、益气通便等措施。如兆康牌清泉袋泡茶(含黄芪、山楂、大枣、炒莱菔子、生何首乌等)可益气健脾、促进运化而通便。

3.8 人群分类模式

对于每个人来说, 都会经历从幼儿到少年再到青年再到中年最后到老年的过程, 不同阶段的养生保健侧重点自然也就不同, 因此中药保健产品的研发设计首先应对市场上需要保健的对象进行调研, 针对具体的人群分类实施相应的保健方案, 就是对个体健康状态的根本性问题予以调节, 因其作用更加根本, 因而必然更加有效^[22]。如老年人“肾气已衰, 中气虚乏”, 需要补肾元、健中土, 抗衰老; 中年人“阳明脉衰、肾气衰”, 需要振元养形, 避免早衰; 儿童是“稚阴稚阳”之体(“阳常有余, 阴常不足”或“肝常有余, 脾常不足”), 需要促进生长发育同时须顾护气阴, 注重脾胃。性别不同养生保健的方式也大不相同, 男性以精为用, 调补以惜精固精为要, 需要缓解体力疲劳、护肝、调脂; 而女性以血为本, 调养以养血和血为先。此外, 一些特殊人群应设计更有针对性的保健产品, 如长期吸烟、酗酒的人群需要清肺、保肝; 课业繁重处于生长发育期的学生族需要促生长、抗疲劳; 三高人群需要滋阴、活血、化瘀等。

4 结语与展望

随着经济发展和社会进步, 我国公众健康意识增强, 民众的保健养生需求将得到释放, 我国保健产品产业迎来巨大增长空间^[23]。中医药健康行业须充分利用中医药资源丰富及天然化用药取向的优势, 运用天人合一的整体观、阴阳平衡的动态观、三因制宜的辨证论治等理念, 按八纲、五行、体质等理论, 不断创新、替代、延伸、丰富和完善产品系列, 实现中药保健产品辨别性和针对性的养生, 提高中药保健产品的养生效果, 才是有中医药特色的产品思路和占领国际市场更大份额的根本方略。同时, 中药健康行业应坚持科学研究, 运用现代科

学和传统的养生理论进行深层次研究,努力创制具有中药特色和优势的保健产品,以尽快适应不同人群的健康需求,使中药保健产品为人类健康和产业发展做出重大贡献。

参考文献

- [1] 叶有春. 植物药美国上市的法规研究 [D]. 上海: 上海交通大学, 2010.
- [2] 植物药全球市场需求增长我国机会几何 [EB/OL]. [2006-07-19]. <http://www.tcmgap.com/portal.php?aid=13924&mod=view>.
- [3] 郑鹏然, 周树南. 食品卫生全书 [M]. 北京: 红旗出版社, 1996.
- [4] 钟芳芳. 我国中药保健品的发展现状及发展趋势 [J]. 中国卫生产业, 2014(10): 187-188.
- [5] 侯丰灏. 中国中药饮片及保健食品作为食品补充剂的全球营销策略研究 [D]. 南京: 南京中医药大学, 2008.
- [6] 安利纽崔莱领跑爆发力从何而来 [N]. 中国食品报, 2002-12-28(A3).
- [7] 许毅, 张思群. 我国保健食品市场调查和发展对策 [J]. 广东科技, 2002(6): 40-42.
- [8] 徐冰, 张聪恪, 王海玉. 中药类保健食品的发展和存在问题探讨 [J]. 中医药管理杂志, 2012, 20(6): 508-510.
- [9] 成肇智, 刘雁云. 试论中医药学的基本学术特征 [A] // 中国中医药发展大会论文集 [C]. 北京: 中国中医药发展大会, 2001.
- [10] 王琦, 盛增秀. 中医体质学说 [M]. 南京: 江苏科技出版社, 1982.
- [11] 周少林, 戴小丽. 中医体质学说在“治未病”中的应用探讨 [J]. 辽宁中医杂志, 2012, 39(3): 448-451.
- [12] 王琦. 9种基本中医体质类型的分类及其诊断表述依据 [J]. 北京中医药大学学报, 2005, 28(4): 1.
- [13] 荣雪, 陈点点, 温梓辰, 等. 中医五行学说在食品开发方面发展现状与研究前景 [J]. 辽宁中医药大学学报, 2016, 18(8): 124-127.
- [14] 林丽丽, 何文彬. 试论阴阳五行学说在中医“治未病”中应用 [J]. 辽宁中医药大学学报, 2013, 15(6): 134-135.
- [15] 余翔. 浅谈中医四季养生 [J]. 中国民间疗法, 2013, 21(2): 57-58.
- [16] 冷玉琳. 论“春夏养阳, 秋冬养阴”之本义及四季养生 [J]. 现代中医药, 2016, 36(2): 65-67.
- [17] 孙文英. 以中医理论指导饮食护理 [J]. 光明中医, 2011, 26(7): 1472-1472.
- [18] 危北海. 中医脾胃学说应用研究 [M]. 北京: 北京出版社, 1993.
- [19] 李秀琴, 刘永红. 脾胃学说学习一得 [J]. 中医临床研究, 2011, 3(16): 75-76.
- [20] 田栓磊, 王琦. 浅析中医饮食养生的基本原则 [J]. 时珍国医国药, 2011, 22(4): 976-977.
- [21] 唐·王冰. 黄帝内经素问校释 [M]. 北京: 人民卫生出版社, 1982.
- [22] 龚勇军. 中医辨体养生原则研究 [D]. 南京: 南京中医药大学, 2010.
- [23] 於洪建, 吴春福. 我国中药类保健食品的发展趋势 [J]. 中草药, 2016, 47(18): 3342-3345.