

以人为本 科技创新开发保健酒

王秋芳

(北京市海淀区罗庄南里宏嘉丽园二号楼 204 号,北京 100088)

摘要: 目前保健酒的品种较多,质量优劣并存,其发展状况令人担忧。要使保健酒能健康、成熟、有序地发展,不仅要钻研工艺技术,更要有正确的指导思想。①“以人为本”,对消费者负责。②求真务实开展科学研究,对所用原料的有效成分、保健功能要有科学依据。③产品宣传要实事求是。④规范产品的标准。⑤以质量、诚信打造保健酒市场。(丹妮)

关键词: 专家论坛; 保健酒; 开发; 市场

中图分类号:TS262.91 F713.5 文献标识码:B 文章编号:1001-9286(2005)03-0027-03

People-oriented Development of Health Wine by Technical Innovation

WANG Qiu-fang

(Luozhuang Nanli Hongjialiyuan Building 2 Unit 204, Haidian District, Beijing 100088, China)

Abstract: The exorbitant health wine products and the coexistence of both quality health wine and inferior quality health wine presently had become a serious problem. To realize healthy, mature and orderly development of health wine, in addition to relative technical innovation, right development guide thoughts was urgently required as follows ①“people-oriented development” to meet consumers’ requirement; ②matter-of-fact attitude toward scientific research, the health functions of all the efficient components of the used raw materials in need of relative scientific evidence; ③practical and realistic products promotion; ④unified products standards; ⑤building up health wine market by products quality and good faith of manufacturers. (Tran. by YUE Yang)

Key words: expert forum; health wine; development; market

近年来,在酿酒行业迅速发展的同时,保健酒成了酒类家族中最活跃的成员之一,它以其特殊的魅力受到越来越多的消费者的欢迎,也引起产销各部门的兴趣。白酒、黄酒、啤酒等纷纷涉足保健酒,品种杂,数量多,质量优劣并存,真伪难辨,再加上有些品牌的夸大宣传,借势炒作,使消费者对产品产生疑惑不解,造成市场销售渠道不畅,保健酒的发展状况难免令人担忧。

营养学在我国的医学发展史中占有极为重要的位置;“食养”、“食疗”盖属于这个范畴。它是以中医学为基础,发展中国特有的“药食同源”理论,将中医、中药和酿酒生产相结合,生产出具有滋补、保健作用的饮品。保健、养生自古就受到普遍的重视,可以说,中国的医药文化与饮食文化是同步发展的。《黄帝内经》是战国时代我国第一部医学理论专著,其中有许多关于食疗、食养的记载,其着重说明的是:有些食物,也是药物,食中有药,

药中有食,食药同源,养生治病要食疗、药疗并用。西汉末年成书的中国第一部本草专著《神农本草经》中收藏了药物 365 种,经历代汇集补充,至清代已记述药物达 2600 多种。在书中,将药物分为上、中、下三品。

上品:为延年益寿的滋补药,无毒,多服、久服不伤人。

中品:防病补虚,有毒、无毒则要根据用量与用法而定。

下品:治病愈疾药物,多有一定毒性,不可久服。

以上在用药的分类方法上,虽然简单,但对药物的选择与用量上,有很重要的作用,较严格地划分出了治疗与滋补的界限。

历史上著名的药王孙思邈,是历经北周、隋、唐三朝的名医,著有《千金药方》《千金翼方》,所著《保生铭》全文 250 字,简捷扼要,皆为保健养生格言,他所研制的屠

收稿日期:2004-10-14

作者简介:王秋芳,女,中国酿酒工业协会高级顾问,北京市酿酒协会名誉会长,酒界知名人士,北京酿酒总厂创业者之一,先后研制出了“刮板出池机”、“混凝土甑”等新设备,主编的《葡萄酒生产工艺》一书成为轻工部统编教材延用至今,先后发表了 100 多万字的论文和著作。

苏酒,脍炙人口,历代流传,也是著名的时令酒之一。明朝大医药学家李时珍所著《本草纲目》,也详列了各种药酒69种,其中,膳膳脐酒37种,均系补酒。纵看历代对营养保健文史资料中的相关记载,说明在悠久的历史过程中,营养保健酒不仅积累了宝贵的经验,同时也自然地孕育了丰厚的文化内涵,由此提高了它的品牌地位,形成独具特色的酒品,在世界众多酒品中有着无与伦比的地位。

我国有悠久的酿酒史,同时也具有漫长的饮酒史,从长期的生活实践中,酒与人民的生活息息相关,生活中如果失去了酒,也就失去了人生的风采,特别是历经长期流传下来的保健酒,在护肤美容、明目、乌发、安神、补脑、祛风湿、健身、益寿等诸多方面积累了极为有成效的经验,可资借鉴之处颇为丰富。酿酒行业在多年来取得产量突破的同时,还不断地在科技领域取得丰硕成果,极大地推动了技术的进步和生产的发展,为我们开发研制保健酒增加了实力。就当前保健酒的现状,如何使之能健康、成熟、有序地发展,再现光芒,关键是不但要刻苦地钻研技术,更要树立正确的指导思想,适时的决策,才能取得稳健的发展。

1 “以人为本”是指导我们工作成功的思想基础

“以人为本”,就是从人民群众的切身利益出发,想人民之所想,急人民之所需。随着我国社会经济的发展,人民生活水平的不断提高,消费观念也发生巨大的变化,转向追求保健、丰富生活的享受,营养保健酒当属是适应当前消费者的饮品了。这些饮品消费需求大,有广阔的市场前景,但要开发出适应人们需要的产品,则首先要树立对人民身体健康负责、对产品质量负责的态度,无论生产什么类型的产品,都要从实际出发,选料配方以及生产工艺都要一一认真对待,不能以莫须有的揣测,而轻率做出无依据的主观定夺。要以为自己选择进食的要求标准,来对待所生产的产品,要以对自己健康负责的准则,来对待广大的消费者,正所谓“己所不欲,勿施于人”。市场的需求是多方位的,为了切合不同人群的需求,要脚踏实地地研究和分析市场,有针对性地开发一些产品,要牢记这样一个准则:优良的产品质量,源于正确的指导思想。对消费者负责,当是我们的立业之本,对人民负责,才无愧于我们的事业,而这才是企业兴旺发达永不枯竭的动力。产品质量是决胜于市场的重要手段之一。

2 以求真精神,开展科学研究工作

每一种类型酒都具有其不同的特点,保健酒就是要对人体健康具有特殊作用的酒,其保健功能主要来自于在酒基中添加的动植物原材料品种,以及品种之间所具

功能的相辅相成作用和量比关系等等,其中所涉及的学识是极其复杂和深奥的。保健酒在我国有悠久的历史,但过去主要是以实践验证经验为主,从实践中不断修改经验配方,通过多次增减修补,使其逐渐完善,从而达到下料正确的程度,这些经验有非常宝贵的可取之处,但在科学日益发达的今天来讲,已经远远不能满足人民的需求了。我们向人民提供的产品,所用原料含有哪些有效成分,这些成分能起到哪些保健功能,要做到有科学实据的依据,这样,才能对自己的产品心中有数,消费者才能对我们的产品心中有底,比起简单的、通用的、诸如补肾健脑,利肝等泛泛之词,更能得到人民的信任。

我国被世界称为“世界药材宝库”,可食可药的植物有3万种以上,这些原料中,含有丰富的生物活性物质,合理开发利用这些资源,关键是要摸清这些原料的化学成分,根据所含成分,确保其功能用途。按研制的产品特点,有目的选择原料,对确有疗效而又符合研制产品质量要求的品种,为了保证产品质量的稳定、均一,不能随行就市地任意在药市上采购,这样常会因产地的来源不同、炮制工艺的差异等因素,而严重影响原料所含的有效成分。因此,从产品的长远发展考虑,对不同产地的品种,进行优选,品种驯化,扩大人工培植,建立原料基地,进行科学管理,以保证所用原料的来源与质量。而原料的质量直接关系到产品的质量,这在葡萄酒类产品以及啤酒类产品中均已得到验证。保健酒所用原材料,品种浩繁,来源差异性极大,要想产品质量优异,必须从原料入手,走基地化道路。要摸清中草药的有效成分,明确这些成分的化学结构和含量、功能评价,以及对人体的保健效果,这是一项艰巨的工作。目前,经过艰苦细致的分析,已掌握了数千种植物的化学成分,并且有望揭开更多的食用、药用原料的生物、化学秘密,而近代科学分析手段的不断发展,为我们提供了极为有利的条件。我们不仅可以潜心研究、探索,还可借鉴各学科的有效成果和经验,使保健酒原料的功能与应用,从长期的知其然而不知其所以然,到了解、掌握。

3 以务实的态度进行产品宣传

保健是当前人们生活中所追求的一个重要目标,市场上应运而生的保健品比比皆是,品种繁多,类型多样,产品混杂。以保健为主的保健酒,应该说,本身就具有很大的吸引力,比起其他酒种,更能受到消费者的关注,目前保健酒存在着品种杂、特性不明显、保健功能不明确、又无强势品牌带动、保健酒市场尚未形成规模等诸多不利因素。在这种情况下,产品的宣传就显得至关重要。而现在保健酒的宣传,往往缺乏新意,不是简单冠以“挖掘

古方”“祖传秘方”,就是笼统地冠以“补肝肾”“健脑益智”。模棱两可的宣传,往往不能使消费者产生兴趣,反而使宣传失去实效,也就随之而失去了诚信,自然就难以取得市场的预期效果,并还有可能遭到灭顶之灾,终结了产品的生命。

过去商业上恪守货真价实,这一兴业的行规。货真就是产品质量要好,卖什么,吆喝什么,都体现宣传必须务实。保健酒是什么原料成分,具有什么保健功能,要明白示众,要类似于药品的说明书一样,须科学严谨地提示所含有的成分及功效。要达到这样的水平,是要花大力气,进行深入试验研究,才能取得成效的,工作难度虽大,但这是开发保健酒所必须且应该做到的,在没有详细掌握所用原料功能成分的情况下,我们只能以所选用的原料品种来说明产品的特性,消费者也只能以其对这些原料的经验认识,为取舍的依据。总之,不能夸大不实之词,不能以混淆不清的模糊概念,来糊弄消费者,只有务实的宣传,才能最终取得诚信的美誉,也才能最终取得市场竞争的优势。

保健酒不同于其他酒种,消费者的认知度较低,因此,在营销模式上要创新,例如“科普营销”,以宣传保健知识为主,从而使得消费者提高了对保健酒的认识。“会议营销”,以面对面地传播知识的方式,使得消费者能够更好地认识到产品的特点。“服务营销”,则采用有针对性的解疑服务,使得消费者能够更加深刻地了解产品。总之,要开垦保健酒这片园地,只要想方设法扎实工作,必然会取得理想的成效。

诚信是中国传统的美德,是最高尚的商誉,是企业的无形资产,是宝贵的立身之本。宣传最能体现诚信,因此,保健酒必须遵循诚信准则,始能立足于世。

4 规范产品的标准

凡是形成商品的产品,都必须制订产品的质量标准和产品质量标准规定了产品的定义、分类、技术要求、试验方法、检验规则、包装及贮存要求。定义中明确了产品原料、生产工艺方法、产品的风格特色及适用范围,并须符合相关标准的规定。在技术要求中,包含感官要求、理化要求及相应的试验方法。标准是产品从原料到生产出成品全部纳入规范化管理的准则,标准是仲裁的依据,因此,成品的标准对企业能否纳入正规化生产至关

重要。保健酒,迄今尚未制订国家标准,也没有行业标准。产品均以企业标准为依据,过去由于获准的批文号不同,造成保健酒销售渠道极为混乱。国家药监局从2004年起,取消了“药健字”批号,今后凡经严格检验,符合药品审批条件的,批准“药准字”,正式纳入药品流通体系,而不符合药品条件,但符合保健食品审批条件的,批准“食健字”。目前,保健酒企业获准“食健字”的产品,占总量的10%,不少保健酒生产企业尚未纳入以上体系。既然国家有关规定已经出台,企业就应该积极进行自我调整,完善产品类型,不能再自以为是地搞似是而非的产品,例如,以保健酒执行白酒标准,就不符合国家有关的正式产品质量要求。这类不规范的生产,从自我约束而言,也不能再予以存在了。

国家近期还公布了“野生动物保护法”和“陆生野生动物保护实施条例”,这对保健酒的生产,更加严格,也更规范化了。企业要按规定的选料生产,不能再任意夸大以动物原料为产品的卖点。目前,保健酒生产,呈现的是这样一种令人担忧的局面:品种杂,不少产品缺乏特色,功能不够明显,有些品种口感欠佳,总之,品牌基础相对比较薄弱,消费者认知度低,整体形象未能确立,市场尚未形成规模,等等。然而,尽管存在诸多问题,但是,保健酒毕竟具有很大的发展潜力,也蕴含着无限商机。只要产品质量精良,以诚信为本,加以悉心培育,就一定能取得市场的认可。张裕保健酒公司生产的“至宝三鞭酒”,杏花村酒厂的“竹叶青酒”,行销海内外,有较为牢固的市场基础。但为了完善质量,进一步探求功能,还在与有关科研部门合作,开展酒中功能成分的分析、解剖工作。科研创奇迹,探索无止境。保健酒为开创市场,扩大影响,营销宣传的作用也同样极为重要,近来,湖北劲酒厂在电视上所作的公益宣传:“劲酒虽好,可不要贪杯哟”,就给人留下了深刻的印象,从而也扩大了产品的知名度。“椰岛鹿龟酒”的广告片,分主题地进行宣传和讲解,也摸索出了市场保健酒的一种广告运作模式。使品牌形象得到提升。针对产品特点,创新的营销技艺显得特别重要。

要以质量、诚信打造保健酒市场。希望有更多的保健酒品牌介入竞争,在竞争中培育、树立强势品牌,提高整体行业的声誉,保健酒的消费市场就会逐渐走向成熟。●

2005 年春交会将在蓉城举行

本刊讯 2005 年春季全国糖酒商品交易会将于 2005 年 3 月 25 日至 28 日在四川成都举行。本届交易会实行集中交易、集中布展。展区设在成都国际会议展览中心,预展时间为 3 月 23 日,3 月 27 日后撤展。布展时间为 3 月 20 日至 22 日。国际会展中心展区组办公室电话 028-86086499,联系人:蒋丹。(小雨)