

2016年功能性食品和饮料的主要趋势



□ 美中健康产品协会 供稿

食品生产企业如果想在激烈的市场竞争中取得成功，那么获得消费者的信任就非常重要，但这需要一个长期战略规划，同时需要企业把握市场的发展趋势。而检验产品是否具备有效流行趋势的标准是该方案能否将产品与流行完美结合并为公司带来持久性的改变。

以下是在定义一种趋势时必须提出的问题：

现有产品或研发的新产品能否增加公司交易额？

是否能跟随流行趋势来提高价格并获取较好的利润？

是否能持续稳定？没有公司可以承担市场战略与流行趋势相悖的方针，因为这会造成2~3年的经济蒸发。

传统销售渠道 向电子商务渠道转变

过去消费者的信任度和消费习惯的转变推动着市场潮流的发展方向，并为食品生产企业创造了更多的商业机会。近期，最为显著的市场改变之一就是产品的形式与内容不再重要，重要的是企

业通过何种方式销售给消费者。

在过去的20年中，功能性食品市场的发展使我们了解到此类产品在超市里很难取得成功。超市的销售特点是快速销售和快速回收利润，所以超市渠道的销售并不适合销售缓慢的健康产品。功能性食品产品以其原料新颖、功能趋于医疗化的特点来赢得市场。一般情况下，成功的创新健康食品都需要8~10年的成长时间。欧洲第一个通过欧洲严苛的监管系统审批拿到健康声称的产品是Sirco果汁，它的专利技术表明可以为人体的血液循环带来好处。但因其功能体现在少数的老年人身体上，所以交易额较低，此外KIND公司十几年的时间只有3亿零售销售额的成绩。

近几年，功能性健康产品在电子商务平台上的销售量不断增加，这单独依靠传统零售销售模式是无法达到的。消费者对电子商务的青睐提供了这一新的机遇，市场正在证明电子商务是一个将新概念产品推向消费者的有效方式，它可以及时收集顾客对产品的回馈并建立一个忠实的客户群体。很多公司通过线

上零售取得了成功，其中最为显著的就是Amazon，还有一些传统零售商的线上平台。另外，电子商务将产品直接面向消费者。例如，美国未添加糖的果味饮料Hint Water，该饮料于2005年首次进入美国加利福尼亚州市场，起初它在传统零售业中苦苦挣扎，其销售业绩与投资人的期望大相径庭。这种销售低迷的情况在2013~2014年度得到了改善，因为Hint转变了它的销售策略，着重发展电子商务和消费者直销。起初，Hint将Amazon作为主要销售渠道，2013年，Hint的销售额就增加了30%；2014年，Hint又推出了消费者直销的电子商务平台。现在，Hint的总收益突破4千万，其中有25%~30%来自公司增长最快的销售渠道——直销。而有些品牌一直以其官方作为唯一的销售平台，例如主营蛋白质粉和混合原料的Protein World公司和主营巴西莓、猴面包树和螺旋藻属粉的Organic Burst公司。

功能性食品越来越受市场欢迎
植物食品&乳品的复活

除了电子商务，健康领域外还有两个最大的成长机遇，而这两个机遇深刻影响了大部分新产品和新品牌——植物食品需求激增和乳制品作为天然有机食品在市场中重新崛起。初看，这好像是从两个截然不同的角度看待食品和健康。植物食品的出现是为了使人可以拒绝动物食品（包括动物蛋白质）并且避免乳制品，尤其是乳糖。尽管很多人曾对此有所争论，但是这些在某种程度上是非常现实的。然而，消费者可同时接受这两种截然不同的观点。据调查显示，有些人在冰沙中加入扁桃仁奶来取代牛奶，因为这让他们感觉更有助于健康，而且他们也更喜欢这种味道，但是这些人依旧习惯食用口感厚重且富含高蛋白的酸奶。例如，美国市场销售的酸奶大部分为低脂，而近期一种全脂酸奶在市场上表现非常成功，它就是就是具有澳大利亚风格的Noosa。Noosa从2010年开始起步，在2015年的销售额已达一个亿，而这个公司从来没想到在这个低脂风行的时代可以取得如此成绩。一位此公司的执行人员说道：“幸运的是现在人们已经不认为乳制品脂肪对人体有害。”

天然功能性食品

消费者对食品和健康的信任是定义流行趋势的重要力量，由于网络技术的驱动使小品牌更加贴近消费者，人们可以随时使用自己的手机搜索有关膳食和健康的信息并描绘出自己的结论。因此，植物食品获得了较大的市场份额。尽管越来越多的产品使用“严格素食”或“素食”来标注产品，但这些并不是社会的

主流（在英国只有10%的消费者自称素食主义者，而且他们之中还有一半的人吃鱼肉，1/4的人吃鸡肉），但是植物食品带来的理念是“天然功能性”。这代表人们对植物食品供给维生素、矿物质或蛋白质持积极态度（例如豆类和海藻小食品）。

消费者对于天然功能性食品的喜爱是一种流行趋势，这种趋势为植物制品和饮品的成功提供了支持，比如全脂扁桃仁奶、自然富含蛋白质的酸奶，其中羽衣甘蓝、藜麦、鼠尾草和蓝莓的出现归功于这一趋势，海藻的迅速走红也依赖于此。在美国，海藻小食品的销售额已经领先于羽衣甘蓝且超过了2.5亿。

降糖&健康体重

消费者减少糖摄入量的行为使天然健康食品越来越受到关注，但是，有些消费者却拒绝甜味剂，他们相信天然蔗糖更健康，这种对天然健康食品的信任解释了为什么植物水产品如椰子或桦树水可以成为果汁和冰沙的竞争对手。在很多国家，果汁和冰沙的销售都因“糖是恶魔”这一理念而严重下滑，而要了解人们，尤其是年轻人希望用什么饮料来代替它们并不是难事。椰子汁本身低卡路里低糖且未添加任何甜味剂，所以其销售情况非常可观。而这仅仅是转变的开始，下一代（年龄小于18岁）人将会加速远离果汁的这种转变，因为他们中的大部分人从小并没有养成喝果汁的习惯。现在，有很大一部分儿童不喝果汁，甚至连一周一次都没有。

减少糖摄入量也与维持健康体重这一趋势有关，人们已经开始食用一些特

殊的食物并根据膳食计划来维持健康体重。这也是为什么曾经世界最大的体重管理食品品牌Kellogg's Special K在2015年销售额骤降了12%。



蛋白质的力量

因为蛋白质与所有的营养元素都有关联，所以它也成为当下流行趋势最大的受益者。

蛋白质的销售目标不再依靠健美运动员这一顾客群体，被冠以“天然功能性”的它让人们认为有必要将其加入日常饮食中。在社交媒体上，每天都有很多人称赞蛋白质是怎样使他们保持健康体重、健身和健康形体的。如果登陆Twitter查找此类话题，将会看到每天都有很多人都讨论蛋白质和身体健康。

近期投放市场的一些新的产品都在十分显著的位置标注了其蛋白质含量，一些非乳制品饮料也是一样。对于植物蛋白质食品或植物食品的供应商来说，他们的未来将非常光明。

蛋白质为乳制品提供了令人满意的质地和口感，这就是Greek酸奶、冰岛脱脂酸牛奶以及其他高蛋白乳制品可以成功的主要原因。CS

膳食补充剂产业的质量文化与培训



□ 美中健康产品协会 供稿

膳食补充剂产业面临着监管部门和众多媒体日趋严格的审查与监督。近日，美国食品药品监督管理局依法处置了几个违反21 CFR 111法律条款的膳食补充剂制造商及其产品，联邦法院判处他们巨额的罚款和藐视法庭罪，该事件使膳食补充剂相关产品安全问题在美国成为热门新闻。但该事件也提升了优秀企业在市场中的优势，同时为各大膳食补充剂生产企业起以警示作用。膳食补充剂生产企业需要通过系统的培训确保其质量管理体系的完整性和合规性。

为保证质量的投入永远都正确

遵循现行的GMPs对企业包装生产安全、产品质量和确保企业品牌声誉来说至关重要。但是，持续性地达到GMPs设定的要求比较困难，因为21 CFR 111法规每年都会修订，美国食品药品监督管理局经常出台新的指导文件。同时，膳食补充剂生产企业可能会因其自身变动而导致生产流程的改变。

除此之外，对于公司来说将法规与实践、现实相结合也很困难。对此，NSF认证组织已经为客户进行了数百次GMP审计，并发现了一些质量管理体系中严重的疏忽。例如：①一个工人未佩戴手套将双手放入

可食用膳食补充剂的生面团中，再将生面团放入挤压机料斗；②宠物和其他动物在仓库内部或附近，其中包括在与生产层一扇门之隔的4匹马和伴随审查员到处参观的一只狗；③仓库内有植物。

这些事例反应出完善的质量保证体系将涉及到生产工艺的每一个步骤。对于食品企业来说无论是否将严格的质量管理方式执行到公司的方方面面，是否是行业质量的尖端，但在质量上进行投入永远都会正确。

尽管精确地计算出在保证产品质量上的投资与回报十分困难，但是对于膳食补充剂企业来说，对于保证产品质量的培训是必不可少的。事实上，21 CFR 111要求生产膳食补充剂的工作人员必须定时接受GMP培训，而在培训上的投入一定比在出现产品质量问题后的出现的同意判决令、警告信、483s（缺陷报告）、FDA罚款、打官司和产品召回的成本低得多，最重要的是可以避免对品牌口碑的损害或是企业合同制造商的名声损害。

幸运的是，NSF膳食补充剂培训项目有足够可利用的资源帮助膳食补充剂生产商发展全面的质量管理体系和技术型领导人才来确保消费者的饮食安全并且避免重大的非法和经济曝光。

培训是保证质量的第一步

NSF认证组织每年都会在不同的地方提供培训课程以便于膳食补充剂生产企业人员学习。课程一般会在大型的工业展销会和膳食补充剂产业论坛上进行，核心课程覆盖GMP合规的每一个方面，其中包括21 CFR 111综述、如何准备FDA核查和用于识别的植物检测。

为了保证膳食补充剂企业在生产活动中符合21 CFR 111法条规定，膳食补充剂行业工作人员必须在常规的基础上进行合格的GMP培训。美国法规要求每一家公司，不论是在美国境内企业还是出口到别的国家公司或者是从别的国家进口来美国的公司，公司必须至少有一位合格的员工向其其他员工提供GMP培训和行业指导。

NSF“培养培训师”的课程包括了21 CFR 111法条中对膳食补充剂在形态、强度、组成成分和纯度上的细化要求，以及不同类型产品（维他命、草本混合物、益生菌等）的不同法规。课程概述了质量、生产、采购等部门的职责。

此外，部分学习课程向公司和仓库提供针对性信息，他们需要有能力来确定符合21 CFR 111法条并遵循一个合法供应商的审批程序，同时拥有认定顾客退货和召回系统。同时，课程覆盖了一年一度的规

则更新、指导原则和近期出具FDA警告信的原因趋势。

FDA核查准备

FDA动态核查膳食补充剂企业的项目包括产品的生产、包装、贴标、储存和配送，FDA核查的大部分结果会发出警告信。企业被核查的主要原因有4个：一是对召回的产品检查；二是来自竞争者或顾客向FDA的举报；三是FDA详查制造或使用了一种特殊原材料；四是随机抽查。

为了确保GMP核查的结果能为企业带来正面、积极的影响，企业需要在核查开

始前进行严密的质量管理计划和工作准备，以及核查期间的配合工作和核查后的全面跟踪调查。如果企业能够了解GMP核查的重点及核查者的期望，就能够更顺利地完成任务。NSF的课程提供了必要的内容来帮助企业成功地进行一次核查，包括针对膳食补充剂公司制定的一套方案将会让每个员工都清楚地认识到在这次核查中将要扮演的角色。

植物检测：识别、识别、识别！

膳食补充剂植物检测的关键在于识别。企业必须能够精确地识别所有用于原

材料或完成品中的植物材料。

现行的GMP法规要求对植物进行基因/实验检测，这并不是指文件的保管或者感官检验。这个流程对单一成分（例如姜）来说是简单直接的，但是对草本精华、植物提取物和赋形剂等难以识别的物质来说却很复杂。

NSF课程提供了用检测仪器进行亲身实践的经验。企业的质量和实验室员工，甚至是采购部的员工都可以从中了解到哪些检测仪器在检测中是至关重要的。员工将会学习到仪器的使用方法以及专业用语的内涵。☞

葡萄籽提取物可有效降低心脏收缩压

□ 美中健康产品协会 供稿

British Journal of Nutrition (《英国营养学报》) 的一项研究表明，持续6周服用葡萄籽提取物，可以使具有高血压前兆的中年人血压降低5.6%。

该项研究选取了29名有高血压前兆的中年人，受试者持续6周每天服用含有300mg葡萄籽提取物或安慰剂的果汁两次。在干预期间和实验4周后，受试者血压降低5.6%。在停止服用葡萄籽提取物4周后，受试者的血压恢复到了起测点。在此次实验中最高起始血压的受试者受益最大。

研究发现，葡萄籽提取物不仅安全，且可以改善有高血压前兆病人的血压状况。研究结果支持将葡萄籽提取物作为一种功能性成分应用于低能量饮料中来控制血压。

葡萄籽提取物

早在几千年前，葡萄的医学价值就已被人发现。葡萄籽提取物中含有的原花青素是一种新型高效抗氧化剂，是目前为止所发现的最强效的自由基清除剂。

此项研究发现，葡萄籽提取物中含有的血管舒张化合物可以帮助患有代谢综合征的受试者降低血压。通常，葡萄籽提取物以液体剂型或片剂的形式作为膳食补充剂。

降低心脏疾病的风险

根据Blood Pressure UK的调查数据显示，每3个成年人中就有一个高血压患者，特别是在60岁以后高血压的患病率会显著增加。基于该现象，葡萄籽提取物对于降低人体心脏收缩压的研究显得尤为重要。

针对此次研究结果，伊利诺伊理工大学食品安全与健康学院营养研究中心的研究员Britt Burton-Freeman认为：“研究中部分受试者的数据结果可以证明，每日摄入一定量的葡萄籽提取物对降低心脏舒张压、控制血压具有重要意义。”

一些研究指出通过减少盐的摄入量、增加水果和蔬菜食用量等方式可降低血压。对此Blood Pressure UK主席Graham MacGregor教授则表示怀疑，他认为上述方式并不是降低血压的有效途径。

“Longitudinal流行病学研究表明，在中年之前将血压控制在正常值范围内可以帮助人类在进入老年后降低罹患心脏疾病的风险。”Burton-Freeman说：“我们计划对葡萄籽提取物进行追踪调查，同时也将葡萄籽提取物推广到其他人群中。”☞