

夏日来临,饮料市场进入销售旺季。在中山公园“青岛之夏”艺术灯会门口,一家售卖养生茶饮的茶铺前围满了市民和游客。这家茶铺主打的是“以方入茶 以茶养人”的理念,推出风木桂花龙眼茶、洛神冰摇柠檬茶等新中式茶饮。在夏日的傍晚,来一杯中式凉茶,边喝边赏灯,别提有多惬意了。而在岛城各大商超、便利店的货架上,曾经占据着夏日饮料市场主导地位的可口可乐、雪碧、芬达等碳酸饮料,如今,正被主打健康的“中式养生水”所替代,像本草可乐、红豆薏米水、桂圆枸杞水、乌梅山楂水等中式养生饮品正成为年轻人消暑解渴的新选择。

中式养生饮品成夏日新宠

各大企业争先布局 中式茶饮花样繁多 来一杯养生饮品成年轻人消暑解渴新选择

现象

“中式养生水” 占领超市货架

近日,记者在青岛的金狮广场盒马鲜生门店看到,原本被各种碳酸饮料、果汁饮料占据的货架,如今有了一批新的“生力军”——中式养生水。货架上摆满了各种各样的养生水,让人目不暇接。从苹果黄芪水、陈皮四神水,到暑清元气水、无花果亚麻籽水,再到五指毛桃玄米水、双叶双瓜水,品类丰富多样,售价多在5元至8元。这些养生水的包装清新自然,多采用透明或半透明材质,直观展示里面的食材,吸引了不少消费者驻足挑选。

盒马鲜生门店的导购员向记者介绍:“今年夏天,这些中式养生水卖得特别好,尤其是年轻顾客,买的人特别多。像那个陈皮四神水,里面有陈皮、茯苓、山药这些食材,很多人觉得喝着既健康又能解渴,每天都能卖出去不少。”记者了解到,盒马鲜生自去年上线了苹果黄芪水和陈皮四神水,两个月内就冲上植物饮料销量榜前三名。消费者对这类产品的接受度越来越高,需求也在不断变化。

为了满足消费者对口感和健康的双重追求,盒马鲜生逐步推出无花果亚麻籽等轻养水系列,还将针对季节和人群推出不同系列,比如夏季有主打败火消暑的凉茶,秋冬有主打滋润进补的苹果黄芪、梨汤等。

不仅盒马鲜生门店如此,记者走访了青岛的多家超市和便利店发现,中式养生水已经悄然占据了饮料货架的相当一部分空间。从品牌方面来看,各大品牌也纷纷争先布局这一赛道。元气森林的“好自在”系列,凭借红豆薏米水、红枣枸杞水等产品,在养生水市场站稳脚跟。好望水推出的桂圆水、陈皮水等,也收获了不少消费者的青睐。行业数据预计,到2028年,中式养生水的市场规模有望突破百亿元。

在中式养生饮品热潮下,不少饮料企业持续加码该赛道。青岛饮料集团的产品崂山白花蛇草水,以崂山矿泉水为基液,添加了白花蛇舌草提取液及二氧化碳,经过特殊工艺配制而成。其口感独特,深受消费者喜爱。在各大超市和便利店,白花蛇草水都被摆放在显眼位置,销量可观。不仅在国内市场表现出色,白花蛇草水还远销海外,成为青岛饮料走向世界的一张名片。

除了白花蛇草水,崂山可乐也是各大商超货架上的明星产品。崂山可乐与普通可乐不同,它在传统可乐的基础上,加入了乌枣、白芷、良姜、丁香、砂仁等五味中药,形成了独特的风味。这种将传统中药与现代饮料相结合的创新模式,既满足了消费者对于口感的需求,又赋予了产品一定的养生价值。崂山可乐在市场上拥有着一批忠实的消费者,其销量在近年来也呈现出稳步增长的态势。据青岛饮料集团相关负责人介绍,崂山可乐独特的配方使其在市场上具有差异化优势,未来他们还将进一步挖掘中式养生的潜力,推出更多创新产品。



同仁堂老茶铺吸引了众多消费者排队购买。



消费者在货架上选购中式养生水。

趋势

传统药企布局茶饮赛道

除了这些饮料品牌,传统中医药企业也不甘示弱。同仁堂推出了老茶铺养生茶饮品牌,去年11月,金狮广场店开业,一开业便吸引了众多消费者的目光。记者走进老茶铺,一股淡淡的药香与茶香混合的味道扑面而来。老茶铺的菜单上,各种中式养生饮品让人眼花缭乱,鲜榨铁皮石斛汁、由枸杞和黄芪制作的杞芪双果饮、用玉竹和茅根搭配的玉竹清露等,每一款都有着独特的功效和风味。这些饮品的售价在15元至28元之间,与市面上的一些网红饮品价格相当。

店员告诉记者:“我们的饮品都是用优质的中药材和食材制作的,讲究药食同源,既保证了口感,又有一定的养生功效。像那个鲜榨铁皮石斛汁,很多顾客都是冲着它来的,觉得能解暑祛湿。”

除了现做的饮品,老茶铺还售卖方便包装的养生茶包,售价在30元至50元不等,每包里面有10小包,消费者买回家后可以自己煮着喝。“这种茶包很受上班族和家庭主妇的欢迎,方便携带,煮起来也简单,能让大家随时随地享受养生的乐趣。”店员说道。

正在排队购买的市民宋女士告诉记

者:“我很喜欢来这里买饮品,觉得同仁堂是老字号,品质有保障。夏天喝一杯玉竹清露,感觉特别清爽解渴,还能清热降火,比喝那些甜饮料好多了。”据店员介绍,周末的时候,店铺一天能卖出200多单。此外,老茶铺还以中药材为原料,制作出灵芝曲奇、麦片山药提子曲奇等食品,这些产品也受到了消费者的青睐。

声音

中式养生饮品风评不一

业内人士认为,随着消费者健康意识的提升,中式养生饮品市场前景广阔。但其在网络上也引发了广泛的讨论,风评呈现出不一的态势。

在各大电商平台和社交平台上,记者看到消费者对于中式养生饮品的评价多种多样。一些消费者认为,这些饮品在满足口感需求的同时,还能带来一定的养生效果,是一种非常健康的饮品选择。还有消费者表示,相比于传统的饮料,中式养生饮品的配料表更加干净,大多采用天然的食材和中药材,让人喝得放心。

然而,也有部分消费者对中式养生饮品提出了质疑。一些消费者认为,虽然这些饮品宣传具有养生功效,但实际效果并不明显。他们觉得,这些饮品可能只是一种营销噱头,并没有真正的养

生价值。一位消费者在某电商平台的商品评价中写道:“喝了一段时间的红豆薏米水,并没有感觉到湿气有明显减轻,感觉和普通的饮料没什么区别。”还有一些消费者对养生饮品的口感不太满意,认为其味道过于清淡或者带有一股药味,不太好喝。比如,对于盒马鲜生推出的陈皮四神水,就有消费者在商品下留言:“味道怪怪的,有一股很浓的中药味,不太能接受。”

对于消费者的评价,专家也给出了自己的看法。营养专家表示,中式养生饮品中确实含有一些具有养生功效的食材和中药材,如枸杞、红枣、菊花、罗汉果、茯苓等,这些成分在传统中医药学中确实有调理身体的记载。但是这些饮品中有效成分的含量通常有限,而且经过工业化生产、调味和稀释,实际能达到的养生效果是非常有限的。更重要的是,“养生”是一个高度个体化的概念,每个人的体质、健康状况、年龄、性别都存在差异。因此,商家宣称的养生效果必然会因人而异,效果也往往比较温和甚至微弱。

那么这类饮品为何近年来迅速走俏?记者在盒马鲜生随机采访了几位消费者,大家几乎给出了一致的答案——口感比白水好,又比奶茶、可乐等健康。不难看出,养生水的走俏与近些年人们健康意识提升密切相关,消费者在选购商品时越来越关注健康,希望通过方便快捷的方式获取健康益处。而相较于自己熬制传统汤水,瓶装或即饮的养生饮品提供了极大的便利性,符合现代快节奏生活需求。不过在采访中,也有消费者质疑,这些主打“0糖”“0脂”的健康饮品真的健康吗?记者在超市的货架上随机选取了几款中式养生饮料,通过查看配料表,记者发现,这些饮料几乎都通过添加甜味剂、果汁或其他风味物质,来改善中药材的苦涩口感,使其更容易被大众接受。

那么,喝什么水对身体最有助处呢?专家认为,最推荐、最经济实惠且对绝大多数人最有益的选择,就是白开水或淡茶水。白开水能有效补充身体水分,参与新陈代谢,且不含任何额外热量、糖分或添加剂。在选择饮料时,专家建议,消费者应警惕高糖,留意白砂糖、果葡糖浆、蜂蜜、浓缩果汁等的添加位置和含量。即使是“低糖”或“无蔗糖”产品,也可能使用代糖。另外还需注意是否含有香精、色素、增稠剂、防腐剂等。这些添加剂的种类越少越好。同时,专家也提醒消费者,在选择养生饮品时,不要仅仅依赖于产品的宣传,还要结合自己的身体状况和需求进行选择。如果有特殊的健康问题,最好在咨询医生的建议后再饮用。

在网络风评的影响下,中式养生饮品企业也在不断努力改进。一方面,企业加强了产品研发,通过优化配方和工艺,提高产品的口感和品质,以满足更多消费者的需求。例如,今年5月份焕新升级的崂山可乐,增加了36%的本草含量,喝起来本草的味道更浓,使用冷萃咖啡液,拒绝人工合成咖啡因,喝起来更健康。另一方面,企业也更加注重产品的宣传和科普,通过各种渠道向消费者介绍产品的成分、功效以及适用人群,让消费者能够更加理性地选择养生饮品。

本版撰稿摄影

青岛早报/观海新闻记者 于健