

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“主力军”——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好处呢？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