

中医药“牵手”餐饮 跨界“圈粉”年轻人

聚焦

中医养生打开新市场

养生茶饮、药膳糕点、中药面包……如今，越来越多的中医药养生产品走出药房，走向市场。

餐饮和传统中医药的融合越来越深入，许多老字号中药店、中医院推出了中药茶饮和食品。北京白塔寺药店顺应节气将枇杷和梨汁融入咖啡之中，推出枇杷梨啦拿铁；天津中医药大学第一附属医院推出黄芪养生包等中药面包；一些餐厅根据顾客不同体质和需求，制作当归羊肉汤、枸杞炖鸡等药膳……

“‘中医药+餐饮’的创新融合掀起了新潮流，中药面包、中药冰淇淋、中药咖啡等产品吸引了很多消费者，体现了当前人们的健康意识不断增强。这股潮流也带动了更多人了解中医药知识和养生理念。”中国中医科学院西苑医院治未病中心主任张晋说。

“过去我们认为药膳的消费群体以中老年为主，但通过调研发现，目前消费者群体具有年轻化特征，‘95后’到‘00后’的年轻人消费增速明显。”国家中式烹调高级技师、药膳师胡贺峰说。

中医药茶饮 吸引年轻人关注

秋燥润肺饮、平肝清轻饮、补养参麦饮……拿出手机，进入浙江省中医院的互联网医院小程序，众多中医药饮品便映入眼帘。选择相应商品，再填写一份问卷，待系统确认购买者体质适配后点击下单，相关饮品便会配送到家。

倒杯开水，冲泡一会儿，泛起阵阵清香。“刚开始觉得新鲜，网络下单也很方便。”在浙江杭州一家互联网企业工作的丁婷，今年26岁，她最近下单了10帖补养参麦饮，算下来一帖只需要4元。“喝起来口感还不错，相比商场里的网红中药饮品，来自专业医院的产品感觉更可靠。”丁婷说。

今年5月，浙江省中医院推出仅售1.91元的乌梅汤，其在互联网医院上线后，24小时下单超115万帖，最高一天突破1000万帖。“下单者中20岁—35岁的年轻人超过了80%。”浙江省中医院互联网医院办公室主任叶文怡说。

不同于酸梅汤饮料，乌梅汤是中药代茶饮，由乌梅、山楂、陈皮、甘草等药材组成，具有生津止渴、行气开胃的功效。“我们在传统乌梅汤配方的基础上，结合现代人需求、时令

节气以及饮食特点，进行传承创新和优化升级。”浙江省中医院中医内科主任夏永良说。

“现代社会，工作节奏越来越快，年轻人关注自身健康，对中医养生也热情高涨。我们研发中药代茶饮时，充分考虑到这一点。”浙江省中医院院长高祥福说，推动中医药产业的持续高质量发展，需要中医药养生产品更加符合年轻人的需求，让中医药变得好用、好喝、方便。

药食同源文化源远流长 相关管理规范逐步完善

我国药食同源文化源远流长。《黄帝内经》中提到：“毒药攻邪，五谷为养，五果为助，五畜为益，五菜为充。气味合而服之，以补精益气。”东汉著名医学家张仲景所著《金匮要略》中“当归生姜羊肉汤”，既是中药方剂，也是流传至今的药膳。

目前，我国对可以添加到食品中的中药材有明确规定。根据《中华人民共和国食品安全法》，生产经营的食品中不得添加药品，但是可以添加按照传统既是食品又是中药材的物质。

2021年，国家卫生健康委印发了《按照传统既是食品又是中药材的物质目录管理规定》，明确了药食同源物质的动态调整和管理规范，要以保障食品安全和维护公众健康为宗旨，遵循依法、科学、公开的原则制定食药物质目录并适时更新。

截至2023年11月，食药物质目录中的中药材已达102种，如丁香、山药、山楂、枸杞、决明子等。

“中药本身有药性，讲究对症下药，在饮品和食物里加中药材能起到养生滋补的作用吗？”在采访中，不少消费者对此表示疑虑。

在胡贺峰看来，食物的寒热温凉属性不同，从这个角度来说，普通的饮食都具有一定的功效。比如常见的绿豆汤或绿豆粥，实际上就是一个典型的药膳方，可以起到清热解暑的作用。还有一些生津润喉的茶饮，能在一定程度上缓解嗓子不适的症状。

“从中医的角度来看，中医药餐饮创新产品在一定程度上具有养生功效，但不能过分夸大。”北京中医药大学人文学院法律系教授邓勇认为，中药的功效与药材本身的质量、药物配比、炮制手法等因素密切相关，而中医药餐饮创新产品中的中药材含量相对较少，且制作工艺与

传统中药有所不同，其功效相对较弱。不仅如此，每个人的体质不同，对中药的反应也会有差异，不能期望通过食用这些产品达到治疗疾病的效果。

开展药膳服务 进一步传播中医药文化

“特色药膳石斛面一碗，来咯……”傍晚，市民李锋来到山东省潍坊市奎文区鸾都杏林食养厨房，落座下单。特色药膳石斛面口感清淡，养胃健脾；青汁刮油水以荷叶、苦荞等作为原料，控油减脂。一顿中医药膳简餐，花费22元，作为店里的常客，李锋吃得很满足。

近年来，“中医药+餐饮”日渐成为热潮。截至目前，山东省共有13万余家中医养生相关企业，约200家中医药膳餐厅。

为指导药膳产业科学发展，山东省出台《山东省中医药产业发展规划（2022—2025年）》，提出深入挖掘齐鲁药膳传统文化，结合山东道地药材优势和地方特色饮食习惯，推动药膳养生进家庭、进社区、进医疗康养机构。山东省内100多家县级以上中医医疗机构营养餐厅开展药膳服务，占比近八成。

推动“中医药+餐饮”更好地融合创新发展是一个系统工程，促进专业人才队伍建设、完善市场规范监管、加强中医药文化推广等方面缺一不可。

为增强药膳产业人才储备，自2020年始，山东省卫生健康委连续4年举办山东省药膳大赛。赛事组委会还邀请200余名市民参与赛事评比，品尝现场新鲜出炉的药膳美食，向他们科普中医药膳的功效，吸引更多市民在生活中尝试中医药膳饮食。

“无论是药膳还是中药饮品，需要站在市场和消费两个角度做好研发和推广。”胡贺峰说，“‘中医药+餐饮’并不是简单地将中医药加入饮品或食品，中药材量的控制、口味的把控，包括色香味形等，都需要专业人才进行把关。”

“做好中医药文化的宣传阐释也很重要，要让消费者了解食物寒热温凉的性质以及自身体质，有针对性地选择适合自身的产品。”张晋说，这样才能让中医养生的文化和理念真正融入日常生活，让“中医药+餐饮”更加可持续地发展。

（杨彦帆 窦皓 王者）

山西运城：“千年药乡”迎来中药材产销旺季



小雪节气前后，山西运城“千年药乡”迎来中药材产销旺季。黄芩、远志、地黄等十余种药材喜获丰收，药农抢抓时机，热火朝天忙收获，确保药材稳产高产，助力药农增收致富，为地方经济增添活力。

图为11月21日，药农在山西省运城市新绛县古交镇北王马村加紧为中药材种植专业合作社抢收丰收的中药材黄芩。

高新生 / 摄

繁忙的都市生活中，加班、熬夜、失眠已成为不少年轻人的常态。随之而来的一系列健康问题，亚健康状态、慢性疲劳综合征等。于是，越来越多的年轻人被中医养生吸引，这一融合传统智慧与现代理念的生活方式正逐渐俘获年轻人的身心，并衍生出消费新市场。“上班总是久坐不动，脖子不舒服。”“我带你去体验经络按摩吧。”闺蜜小杜和小何的聚会从逛街、喝下午茶渐渐变成了一起去中医养生。

年轻人对中医养生的热情并非偶然。工作压力大、生活节奏快以及过度依赖电子产品等现代生活方式的副作用，让年轻人的健康问题日益凸显。大家意识到，关注健康是一种积极的生活态度和持续的自我关爱。在没有什么明显、确凿病症的时候，中医“治未病”的理念和整体调理的特色更容易让大众接受。从传统的拔罐、刮痧、推拿，到现代的中药茶饮、药膳火锅，中医养生逐渐进入年轻人的视野，成为年轻人追求健康的新选择。

央视财经今年发布的《中国美好生活大调查》数据显示，2023年18岁至35岁的年轻人消费榜单排名中，健康消费跻身年轻人消费意愿的第三名。另据网络消费趋势相关数据显示，年轻人正身体力行地成为当下养生消费主力军，平均每位城市常住居民年均花费超过1000元用于健康养生。而这其中，18岁至35岁的年轻消费人群占比高达83.7%。

“拔罐后，僵硬的后背松快了不少。”“扎了几针，偏头痛明显缓解了。”11月19日，在太原晋源路上一家以通经络为主要业务的中医养生馆里，不少消费者都是老客户。“越来越多的人对中医养生产生兴趣，愿意来体验。”店家说，“我们推出的团购体验吸引了很多年轻人。”

许多人在感受过中医医疗后，切实感受到了中医调理的积极作用。从咖啡、奶茶到中药代茶饮，从密室逃脱到三伏天晒背，从剧本杀到中医按摩艾灸……越来越多年轻人接受、喜爱上了中医养生，折射出对中医文化的认可，同时也推动了这一产业的蓬勃发展。

中医养生市场的规模正在持续扩大，并展现出强劲的发展动力。2023年中国中医养生保健行业的市场规模约2200亿元，并有数据模型预计在未来几年内保持稳定增长态势。中医养生馆、中医养生旅游、中医养生设备等细分领域也呈现出良好的发展态势。

值得一提的是，中医养生与旅游等产业的跨界融合发展，为这一市场注入了新的活力。随着人们生活水平的提高和健康意识的增强，一些旅游景区和度假村开始引入中医养生项目，如中医理疗、药膳餐饮、养生瑜伽等，为游客提供全方位的养生体验。同时，一些中医养生机构也通过与旅游企业的合作，推出了一系列中医养生旅游产品，如中医养生之旅、中医文化体验游等。通过跨界合作，不仅丰富了旅游产品的内涵和形式，使其更加贴近年轻人的生活需求，也促进了中医养生文化的传播和普及。

与此同时，国家对中医药健康产业的支持力度也在不断加大，出台了《“十四五”中医药文化弘扬工程实施方案》等一系列政策措施，以鼓励企业加大研发投入、推动技术创新和产品升级。中医养生保健行业不断引入新技术和新方法，提高服务质量和效率，焕发出新的活力。有的商家利用大数据和人工智能技术为消费者提供更加个性化的养生方案；有的开发智能中医养生设备，提高服务的便捷性和舒适性。这些创新应用不仅满足了年轻人的多元化需求，也提升了中医养生的科技含量和吸引力。

中医养生以其独特的魅力正逐渐俘获年轻人的身心。相信随着创新与传承的结合、跨界合作的深入以及智能化服务的普及，中医养生市场将迎来更加广阔的发展前景。

（安晓奕）