

新快观察

几块钱补一补?

养生茶饮堆起千亿元市场

记者走访发现支持者众,有专家认为最好的饮料是清水

几块钱一瓶,卖多少瓶才会产生千亿元的市场规模?添加了传统中药材的养生茶饮,正在朝这个目标大步前进。

端午过后,寒衣入栊,越来越多的人开启了喝饮料解暑的模式。那些由耳熟能详的中药膳食配成的各式茶饮,在大商超和小便利店都有着粉丝支持。相信喝个饮料就能养生的是什么群体?这个市场有多大?中医究竟怎么看这类茶饮?带着一系列问题,新快报记者为你盘点一盘养生茶饮。

■新快报记者 李佳文 高镛舒 文/图

价格

**最贵的一款9.9元一瓶
便宜的5.5元,加1元多一瓶**

养生茶饮在市场究竟是怎样的存在?新快报记者走访了大商超和小便利店,发现了很多并不耳熟能详的品牌,但都有自己的粉丝群体。

在天河东路的一间高端超市,茶类饮品的货架上就有10款不同的养生茶饮,最便宜的一款定价5.5元一瓶,加一元多一瓶。最贵的一款定价9.9元。这个价格和同货价的茶类饮料价格类似。仔细看看营养成分表,该超市里10款养生茶饮都标注没有含糖。在体育西路的一间大型超市,同样有10款养生茶饮的踪影。最便宜的一款枸杞红枣饮只要3.9元。营养成分表里,有两款的含糖量是每100毫升1克。但是在记者观察的10分钟里,两家超市都没有顾客选择这类放在普通货架上的常温养生饮品。

在科韵路附近的一家连锁便利店里,冰柜里的养生茶饮达到15款,从潮汕油柑,到老广马蹄水、菊花凉茶,再到北派更爱的红枣枸杞,可选择品种十分丰富。货架上明显能够看到,美白祛湿的薏米水和补气的红枣水更受欢迎。在记者观察的10分钟里,就有4位年轻女顾客毫不犹豫地入货。

药材

**最受欢迎的是金银花
菊花薏米西洋参也常见**

中国养生茶饮市场中,有瓶装饮料类、冲泡粉末类、固状膏体类、袋泡茶类以及现场熬制类五种主要消费品类。养生茶饮消费品整体上也呈现出多元化的趋势,据艾媒咨询发布的《2024年中国养生茶饮行业现状研究及消费者洞察报告》,45.9%的消费者选择养生茶包来进行茶饮冲泡,而24.1%与17.4%的受访者则选择了膏状冲泡类与养生瓶装类。

养生茶饮通常包含种类多样的中药材,最受消费者欢迎的代表有金银花(57.1%)、菊花(34.5%)、薏米(34.2%)、黄芪(34.1%)、西洋参(30.9%)、决明子(26.7%)等。

据统计,消费者购买养生茶饮需求倾向于安神助眠(53.5%)与健脾祛湿(49.7%)。不同性别消费者的主要需求偏好有一定的差异。男性消费者更注重缓解三高、补血益气、熬夜护肝等需求,女性消费者则重视美容养颜、减肥通便、清热降火等方向。艾媒咨询分析师为此认为,在养生茶饮行业大热、赛道竞争激烈的大背景下,把握住消费者主要需求,开发针对性产品是养生茶饮企业提高市场竞争力的关键。



■在广州,养生茶饮有不少拥趸。豆包 AI图片。

市场

**中国养生茶饮市场规模
预计2028年突破千亿元**

据公开统计数据,2023年中国养生茶饮市场规模为411.6亿元,同比增长27.3%。2024年的统计数据里,将近六成的中国养生茶饮消费者为女性。而在年轻群体中,48.8%表示未来的消费意愿会增多,年轻用户群体逐渐成为养生茶饮的重要消费力量。

在每月消费养生茶饮的价格上,41.0%的消费者每月消费101—200元,

34.3%的消费者每月消费了51—100元的养生茶饮,共有超九成消费者在每月养生茶饮的消费支出上超过了50元。

中医药文化的复兴以及药食同源的发展理念,为养生茶饮市场注入了新的活力,推动其市场规模快速增长。行业内预计到2028年,中国养生茶饮市场规模有望突破千亿元,达到1189.5亿元。

点评

广东省妇幼保健院营养科主任医师夏燕琼指出——

**“有一些功能饮料含糖量也不低,
无糖的饮料只有矿泉水”**

在5月17日举办的2025年全民营养周主题宣传启动仪式中,当新快报记者刚从包里拿出一瓶饮料准备喝时,广东省妇幼保健院营养科主任医师夏燕琼急忙制止:“你怎么还喝!”

“有一些‘功能饮料’含糖量也不低。真正能称得上‘无糖’的饮料只有矿泉水。”夏燕琼不断提醒,成人每天摄入糖分最好控制在50克以下,不超过25克是最理想的,儿童每天糖分摄入量还要更低。“最好的饮料是清水,其次是自己泡的茶。如果实在想喝奶茶,可以自己动手调一份加奶加茶的饮料,这样能确保里面不含有添加剂和额外的糖分。”她说。

谈及市场上商家推出的各种

打着养生旗号的饮料时,广州医科大学附属中医医院治未病科副主任中医师杜文坚坦言,目前这类商品以怡情为主,功效为辅,“其中有些商品可能有一定的功效,至少要按体质适合去区分。”

“辨证适配是关键。”广州中医药大学第一附属医院先烈东门诊部的王志刚主任医师提醒,养生饮品也需匹配体质。如咖啡性燥热,配伍温补药材(如人参)可温阳补气,却易加重阴虚火旺的症状;脾胃虚寒者饮用冰冻高糖奶茶,可能会加重虚寒症状。目前市场上的部分中药饮品多由营销驱动,缺乏对个体化适配和疗效验证的严谨考量。

碰撞

**瓶装养生茶饮
对立观点怎么说**

● 消费派

新快报记者天河区某创意园内的便利店内采访了一位正从冰柜里取出红豆薏米水的女性消费者杨小姐。身为一名潮汕“90后”,杨小姐表示,自己是去年春天开始购买便利店里养生饮。当时是因为春困乏力,自我感觉“湿气重”。刚好和同事一起去便利店买喝的,看到养生饮,出于食补的心理拿了一瓶来尝试。“淡淡的,不甜,很清爽。而且不知道是不是心理作用,似乎也有一定的效果。对比起很多饮料成分表里的糖,感觉更健康。所以后来去便利店买饮料都会买这类产品。”

不仅南方的“90后”女生爱买,北方的“90后”女生也喜欢这类饮料。北京某互联网大厂的90后运营小双告诉记者,北京人没有老广在家炖汤的习惯,外卖里也很少看见有药膳汤之类的选择。所以,自己和一群北方的同事都觉得这类养生饮料很方便就达到了“食补”的功能。“而且90后也还是喝瓶装饮料的年纪,拿个保温杯泡枸杞总感觉老气横秋的。”

● 不理解派

“80后”的老广黄先生依旧保持着广州人爱到凉茶店喝一碗的传统,家住农讲所的他经常帮位于德政路的一间凉茶店。有点感冒症状、有点上火、天气太干燥,都是他去喝凉茶的理由。“从小到大都喝的凉茶店,我也经常看见他们倒药渣出来,知道他们真材实料。而且,养生饮都是喝热的才有效啊,瓶装饮料的感觉是在自我安慰。”

“70后”的娴姐是客家人,她的养生茶饮很多都是老家寄来的,也有自己制作的。她坚信,养生茶饮必须成分天然,热水浸泡。“我们老家会把白萝卜叶子晒干,咳嗽、风寒喝那个泡茶很快见效。我还把家里种的黄皮摘下来晒干,再用来泡茶,生津活络。总之,养生人不吃冰的。”

