

“中式养生水”成年轻人新宠

古方新饮，盐城风味如何出圈？

盐城市中医院药膳坊

□记者 陶秋凤 实习生 贺悦 文/图

连日来，记者走访多家商超与便利店发现，一类以中式养生理念为核心的饮品正逐渐增多。陈皮水、桂圆水、薏米水……这些曾被视作中老年人专属的传统饮品，如今也开始吸引越来越多年轻消费者的目光。

时下，围绕“药食同源”理念、挖掘本土健康饮品价值的发展路径正逐步清晰，“中式养生水”产业呈现稳步发展态势。这一变化既反映了大众健康意识的普遍提升，也体现出传统养生理念与现代消费模式的融合正在不断深化。

药食同源 调养有道

从古方到新品

一杯养生水如何开启现代旅程

从货架到心扉

养生水何以成为年轻人“新宠”

10月12日，在市区新都路一家超市的饮品区，碳酸饮料与传统茶饮货架之间，薏米水、枸杞水等“中式养生水”凭借简约清新的包装格外显眼。

“最近几个月销量明显上升，单是这款薏米水，一天就能卖二三十瓶，购买者大多是30岁左右的年轻人，不少人一次就买一箱。”超市店员介绍道。

市区大庆路一家便利店中，系列“养生水”被摆放在饮品区的核心位置，清爽绿豆水、红豆薏米水、红枣枸杞水等口味一应俱全。门店工作人员透露，该系列自今年年初上架后，销量便呈现稳步增长态势。

记者仔细查看产品配料表发现，枸杞对应明目、黄芪主打补气、薏米侧重祛湿、茯苓注重健脾……每一种食材都承载着中医“药食同源”的传统智慧。

“90后”郝婷在市区一家高新企业工作，她的办公桌上常备着好几款“养生水”。“上午喝玫瑰枸杞黄芪水提神，下午换茯苓薏米水祛湿，熬夜加班就喝蓝莓桑葚饮护眼。”她笑称，自己就像个“养生水调配师”，每天根据身体状况灵活选择，“在我身边，现在看状态喝‘养生水’的朋友越来越多。大家开始注重‘轻养生’，这类‘中式养生水’既有一定的健康功效，又方便即饮，很适合快节奏生活。”

相关调研数据显示，在“中式养生水”的消费人群中，18岁至26岁群体占比21.3%，27岁至36岁群体占比48.6%，两者合计占比接近七成。传统养生已不再是中老年人的专属，随着年轻群体对其认知度和接受度的提高，这类产品正逐渐走入更广泛的消费视野。

在老城区一家经营多年的传统茶饮店，店主李女士正细心熬制着招牌小吊梨汤。“以前每到秋天，奶奶总会在家熬梨汤给我们润肺。开店后，我在这个家传做法上进行了改良，特意加入银耳、红枣、枸杞和橘皮，让风味更有层次。”她希望，这杯带着记忆的梨汤，能让忙碌的年轻人品尝到“家的味道”。

李女士店铺推出的“养生水”，因较好保留家常风味，又便于携带，尤其受年轻女性消费者喜爱。市民王书雅是店里的常客，她坦言：“我也想自己煮，但熬制过程太费时间，量也不好把握。煮多了喝不完，煮少了又怕没效果。每次路过，我都会来买一杯。”像她这样的消费者，正推动着养生饮品从家庭厨房的慢炖走向消费市场的新阶段。

市中医院的创新举措，更将“养生水”热潮推向新高度。医院联合院内名医团队，以《黄帝内经》《本草纲目》等经典中医药古籍为理论依据，紧扣“药食同源”核心理念，通过科学的药材配比与低糖配方设计，研发推出乌梅饮、瘦身饮、茯苓山药卷等系列养生产品。其中，主打消暑功效的“乌梅饮”特意加入山楂、甘草、洛神花，在生津开胃的同时兼顾消食化积作用；针对年轻群体减脂需求的“瘦身饮”，则以荷叶、决明子为核心原料，在保证口感的前提下强化健康属性。

“乌梅饮和瘦身饮三个月前刚推出时，药膳坊窗口前就常排起长队，一天轻松卖七八百杯。”中医院药膳坊工作人员表示，这些养生饮品仅通过医院官方公众号宣传，便吸引大批市民前来购买。

在市区一家银行工作的年轻女孩小杭，就是其中一位“回头客”。“一开始是在小红书上刷到网友推荐中医院的‘瘦身饮’，说味道清爽还能辅助刮油，就好奇来试试。这些都是中医师配的方，喝着特别安心。”小杭的体验，恰好体现出消费者对有“专业背书”养生产品的信任。

值得关注的是，这些本土养生产品的走红，核心在于精准平衡“养生功效”与“口感体验”两大需求。市第一人民医院营养科主任高红兰分析：“‘养生水’之所以能在年轻群体中流行，本质原因是精准契合年轻人的‘轻养生’需求。通过‘药食同源’的食材获得文化认同与健康价值，又需要即饮即走的便捷性来适配快节奏生活，这正是‘熬最晚的夜，喝最补的水’这一当代生活图景的真实写照。”



我市一企业推出“滨海白首乌大套蜜梨营养茶”。

(资料图)

从热潮到规范

产业风口之下的“祛火”与“固本”

在盐城，一股将“地域特色”与“养生理念”相融合的创新潮流正悄然兴起。以本地一家食品企业推出的“滨海白首乌大套蜜梨营养茶”为例，产品巧妙融合国家地理标志产品——滨海白首乌，以及大套蜜梨、竹蔗、茅根等天然食材，既保留传统滋补功效，又丰富饮品口感，为盐城“养生水”注入鲜明的地域基因。

“从产业层面看，‘养生水’的兴起，本质上是中医‘药食同源’理念转化为大众消费品的过程，成为文化自信在消费领域的具体表达。”市食品医药卫生学会会长严东明表示，国家卫生健康委员会发布的106种药食同源物质目录，为行业创新提供了政策依据。

然而热潮之下，问题也逐渐浮现。这些产品宣称的功效是否经得起验证？高红兰指出：“目前市面上不少产品宣称的‘抗疲乏’‘祛湿’等功效，缺乏充分的科学实证支撑。更值得警惕的是，部分商家模糊了食品与保健品的界限，违背中医‘辨证施治’原则，笼统宣传‘适合所有体质’，不仅涉嫌误导消费者，更可能带来健康隐患。”

面对这些问题，严东明提出三条发展建议：一是加快建立行业标准，完善原料溯源体系，推动产品做到“功效可验证、安全可追溯”；二是深化产品创新，依托盐城丰富的药食同源资源，开发差异化产品，避免同质化竞争；三是加强科普引导，帮助消费者树立“‘养生水’是健康生活补充品，而非治疗替代品”的正确认知，让“养生水”回归“健康补充”的本质定位。

从家传秘方的手工熬制，到工业化生产的即饮新品，盐城“中式养生水”正在尝试以新的姿态融入现代生活。这不仅满足了年轻人对便捷养生的需求，更在创新中激活了传统养生文化的生命力，为地方经济高质量发展开辟出一条充满潜力的新赛道。



以中式养生理念为核心的饮品逐渐增多。