

药店开设咖啡馆 中药茶饮成“顶流”

“中药冰淇淋一份卖到38元”话题近日冲上热搜,浙江省中医院乌梅荷叶饮24小时便售出115万份,咖啡店开进了中药店……“中药+食品”已成为一种新潮流。各种养生中药材与美食相结合,受到年轻人的青睐。乌梅汤等中药茶饮成为今夏消费者追捧的“顶流饮品”,不少中药老字号以及茶饮品牌纷纷布局这一赛道,其中不乏上市公司的身影。

日前,位于北京阜成门内大街的白塔寺药店,药店工作人员称:“本店的洛神乌梅饮近期经常脱销断货,加了洛神花、桑葚和薄荷,非常清凉。”

专家认为,传统中医的“药食同源”理念逐渐深入人心。红豆、薏米、桂圆等食材具备一定的药用价值。而一些中药材用于饮品,可以满足消费者对健康、养生的需求。

中药茶饮受追捧

走进白塔寺药店,一股淡淡的中药香气扑面而来。药店二层靠墙的架子上摆放着各种中药茶饮。其中,现熬的乌梅饮每周限量销售100份左右。

另外,白塔寺药店还推出了一款洛神乌梅文创雪糕,搭配灵芝、洛神花、山楂等多种元素。工作人员称,该雪糕更加消暑,购买的人非常多。

在白塔寺药店一层的一角,咖啡店“耀咖啡”成为网红打卡地。在工作日下午2点来到这里,咖啡店已坐满人。“来店买中药茶饮和咖啡的顾客各占一半,有的顾客两种东西都买。现在有很多药店开咖啡店。”工作人员表示。

近年来,养生饮品赛道成为新潮流。京东消费及产业发展研究院日前发布的《夏日

水饮消费观察》显示,进入7月盛夏以来,饮用水、饮料、乳品等多类水饮产品销量快速增长,“中式养生水”“无糖茶饮料”等产品在低糖低脂、健康饮食理念的牵引下脱颖而出,成为今夏水饮消费市场的爆品。其中,薏米水销量同比增长117%,山药水增长101%,桂圆水增长98%,同时红豆水、陈皮水、人参水、红枣水等均有亮眼表现。

上市公司积极布局

“中式养生”需求旺盛,具有养生属性的饮品蕴藏广阔空间。在此背景下,中药店、中医院、茶饮品牌、中医药企业等纷纷布局,其中不乏上市公司身影。

“九芝堂健康大楼以及各门店推出了一系列养生茶,供消费者根据季节和个人不同体质进行个性化选择。”湖南九芝堂坡子街分店药饮负责人罗中泉表示,随着年轻人养生理念兴起,公司顺应市场趋势推出中药茶饮。

同仁堂上线了新零售业态品牌“知嘛健康”,推出了枸杞拿铁、益母草玫瑰拿铁、肉桂卡布奇诺、罗汉果美式等一系列“养生咖啡”;东阿阿胶与奈雪的茶联名推出“奈雪东阿阿胶奶茶”;兰州本土品牌放哈联名佛慈制药,上线玫瑰姜母奶茶、玫瑰蜜柚姜

茶等新品;中国中药下属公司广东一方制药有限公司旗下主打本草茶饮的一方四季,将中医药文化与茶饮相结合,研发出四十余款新品。

红日药业日前在投资者互动平台上称,控股子公司兰州汶河下属全资子公司文禾康元主营大健康系列饮品;广誉远日前表示,公司已开发出人参黄精茶、桑叶茅根茶等多款产品。

艾媒咨询发布的报告显示,茶饮市场作为一个快速发展的新兴市场,具有巨大的潜力和机会。中药企业涉足茶饮领域,可以为其带来新的增长点和稳定的收入来源。茶饮作为一种健康、时尚、便捷的饮品,口感丰富多样。中药企业凭借专业的知识和资源优势,可以开发出具有独特功效和口感的中药茶饮产品,满足消费者对健康饮品的需求。

据红餐产业研究院调研,2023年购买过养生茶饮和养生滋补餐的消费者占比均超六成,购买过养生咖啡的消费者占比达到21.7%。

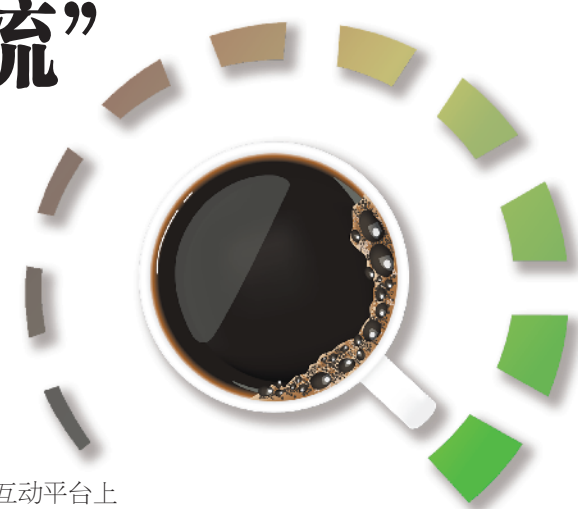
产业链不断拓展延伸

中药茶饮热销,相关上市公司受益。

佐力药业日前在互动易平台上表示,全资子公司浙江佐力百草医药有限公司于2024年1月中标浙江省中医院互联网医院使用中药净制饮片项目,目前浙江省乌梅汤2.0版主要由全资子公司浙江佐力百草中药饮片有限公司生产。佐力药业日前披露的投资者关系活动记录表显示,随着人们对中医药健康养生的需求增加,今年二季度乌梅汤等中药茶饮受到市场热捧。公司中药净制饮片销售大幅增长,中药饮片系列销售收入较上年同期增长明显。

湘财证券认为,中药兼具“医、药、健、养”功能,这些特有的优势给中药产业带来广阔空间,产业链不断拓展延伸,“创新+消费”属性愈发凸显。中医药大健康衍生行业兴起,“中医药+食品饮料”加快发展。相关企业积极探索新业态新模式、拓展产业链、拓宽市场领域。建议关注拥有配方优势、原材料优势和品牌优势的中药企业。

(傅苏颖)



贵州贵酒
GUIZHOU GUIJIU

贵州贵酒 封藏酒

—以时光 酿珍贵—

中康一品实业有限公司
服务热线: 400-800-2692
销售电话: 010-83362960

中康一品

QR Code

广告

贵州贵酒 15 30