

# 38元中药冰淇淋、52元中药面包火了 是养生还是智商税？

随着年轻人越来越重视养生，号称添加了中药成分的茶饮、面包、冰淇淋等食品饮料销售火爆。不过，这些食品中，有部分售价远超同类商品。中药餐饮是真有养生功效，还是一种营销噱头值得关注。

中药茶饮、中药咖啡、中药面包、中药冰淇淋……最近，一股“万物皆可入中药”的风潮在餐饮行业大火。当年轻人喜欢的食品饮料加入中药成分后，似乎增加了一重养生元素，因此大受欢迎，销售火爆。

伴随中药餐饮逐渐“火出圈”，也有消费者表达了自己的质疑：喝中药都要按照剂量服用，奶茶、面包里的一点点中药成分有用吗？中医忌寒，罔顾食物相生相克的中药冰淇淋真的可以起到养生作用吗？

与此同时，还有消费者反映，号称添加了中药成分的食品，价格往往较高。市面上，38元一个的中药冰淇淋、52元一个的中药面包售价普遍远超同类商品。那么，中药餐饮是真有养生效果，还是一种营销噱头？对此，记者展开了采访。

## 1 中药餐饮“火出圈”

太阳通明茶、太阴相思茶、枸杞百香柠……8月2日，记者在北京一家中药茶饮店看到，标有“药食同源”的展板清晰可见。店内背景墙上，透明玻璃相框里展示着葛根、人参、天麻、肉桂等中药材。在点餐区一侧，五六个大容量煮茶壶排成一列，不同种类的药材在壶内熬煮，药香四溢。多位年轻人坐在用餐区的椅子上，享用着手中的饮品。

该茶饮店饮品单显示，店内饮品主要分为奶茶、果茶、现煮茶三大类。据店员介绍，店内共有26款饮品，每款都融入了中药草本元素。

在另一家饮品店，记者看到，店内除了有“晚安水”“元气水”等中药茶饮，还推出了“枸杞拿铁”“紫苏山楂美式”等含中药成分的草本咖啡，单价在20元~40元之间。“现在喝咖啡的消费者

很多，热衷养生的年轻人也很多，因此我们将中药和咖啡进行了结合。”店员介绍道。

“我喜欢尝试新事物，中药奶茶算是中药和奶茶的跨界结合体。”在北京上班的李子曦周末逛街时，被一家中药奶茶店吸引。她告诉记者，这种新颖的组合给她带来了不一样的体验。平日喜欢喝奶茶的她立刻下单，点了一杯店内销量最高、据称含有灵芝成分的饮品。“味道可以接受，有淡淡的草香气。”李子曦说。

不仅是茶饮和咖啡，近两年，面包、火锅、冰淇淋等多种食品中都出现了中药的身影。将中药和雪糕相结合打造的中医雪糕，黄芪养生包、荷叶消暑包等养生系列面包……各种主打新中式草本概念的中药餐饮，受到不少年轻消费者的青睐。

## 2 高价中药餐饮只能“浅尝辄止”

年轻人对养生的重视，是推动中药餐饮兴起的重要因素。《Z世代营养消费趋势报告》显示，年轻人正成为养生消费的主力军，18岁至35岁的年轻消费人群占健康养生消费人群的83.7%。

不过，对于中药餐饮是否真的有养生功效，又是否物有所值，不同消费者也有不同的体会。

当被问及对中药奶茶养生效果的看法时，李子曦告诉记者：“我希望吃食材健康的东西，饮品名字里有灵芝两个字，听起来就很健康。至于是否真的有效我并不清楚，更多是一种心

理安慰。”

和李子曦不同，王欣苒对中药餐饮的功效抱有期待。刚工作不久的王欣苒是一位“面包控”。前段时间，她所在公司的附近新开了一家中药面包店，因为工作压力大，王欣苒每次都会买加入人参等食材的吐司，希望在大快朵颐的同时，自己的气血能足一点。

然而，吃了几次之后，王欣苒觉得身体上没有任何变化。至于以后是否会继续回购这款面包，她说，52元一个的价格让自己“浅尝辄止”。王欣苒表示：“甜度不高，价格却很高。偶尔吃几次还行，经常吃花销太大。”

## 3 噱头大于实际功效

“中医一直有‘药食同源’的说法。”北京石景山医院中医科主任任芳告诉记者，如今，很多年轻人工作压力比较大，饮食作息不规律，经常处于亚健康状态，中医在养生防病方面很有优势。但对于中药餐饮，任芳表示：“噱头大于实际功效。”

任芳认为，中药的专业性很强，每种食物的偏性不同，每个人体质各异，适合的配方也不同。商家想要在专业性和适配度方面做好很难，健康与味道好之间也不容易平衡。

“目前来看，这些新兴的中药餐饮更多以宣传养生观念、心理安慰和文化认同为主。”一位从事中药药理学研究多年的业内人士提醒，中

药餐饮不等同于药品，消费者要保持理性。

北京中银律师事务所高级合伙人杨保全认为，商家要诚信经营，不能只注重营销噱头，一味地将中药元素简单粗暴地加入产品中，更不能因为添加了中药成分就定价虚高。他同时提醒，商家应注意药材的品质，不仅要符合国家相关药品监管法规，更要确保产品的质量和安全。

“养生在于平时饮食有节、起居有常。”任芳表示，养成良好的生活习惯是养生的关键。“如果一边暴饮暴食、昼伏夜出，一边又想通过吃几顿中药餐饮来养生，是不现实的。”

据《工人日报》

## 7月零售87.8万辆 新能源乘用车销量首超燃油车

历史性超越！新能源乘用车国内月度零售销量，首次超过传统燃油乘用车，标志着新能源车正成为市场主流。

8月8日，中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会公布最新数据显示，7月份，新能源乘用车国内零售渗透率达51.1%；常规燃油乘用车零售84万辆，新能源乘用车零售87.8万辆。

2020年9月，我国新能源汽车生产累计达500万辆；2022年2月突破1000万辆；2023年7月第2000万辆下线；到2024年6月底，国产新能源汽车累计产销量均超过3000万辆。

这一系列数字背后，是市场、政策、技术等多方面因素的共同助力。

造车新势力以及部分互联网企业，凭借技术创新和灵活的市场策略，成为撬动市场的“鲶鱼”；传统车企纷纷加大在新能源领域的投入，加速向电动化、智能化转型……

汽车下乡、减免购置税、以旧换新等政策“春风”为新能源汽车市场持续释放暖意。

乘用车市场月度渗透率首次突破50%，新能源汽车将“越跑越快”！

购车选择更多。随着销量增加，车企推出的新能源车型也将越来越多，满足群众多样化、个性化消费需求。

经济成本更低。充电性价比高，新

能源汽车的充电费用远低于燃油费用，同时维护成本也相对较低。

用车体验更佳。随着电池、电机、智能网联和人工智能等技术的提升，新能源汽车的续航里程不断增加，动力性能和智能化水平也越来越强。

出行更加便捷。截至今年6月底，全国充电桩总量达到1024.4万台，同比增长54%，保障了2400万辆新能源汽车的充电需求，为纯电出行带来更多便利。

据新华社

## 淘宝发布七夕礼品消费观察图鉴 00后黄金消费偏好高于70后

日前，淘宝发布2024七夕礼品消费观察图鉴，公布了七夕十大热门礼品，光与夜之恋小卡、黄金大饼、泡泡玛特新品盲盒、迪士尼玩偶手办、偏财戒指、公仔永生花礼盒、国风珠宝饰品盒、景德镇茶具礼盒、三国杀风花雪月（情侣CP玩法）、积木花立体相框等十大商品入选。

据了解，淘宝十大热门礼品清单是根据珠宝饰品、玩具潮玩等行业七夕前两周内搜索热度、销量等多种数据综合排名得出，一定程度上反映出当下多元的社会热点和年轻消费者七夕消费

偏好趋势。比如，在淘宝的买金大潮里，90后正逐渐成为主力，00后黄金消费偏好也高于70后。年轻消费者不仅看中黄金的保值能力，同时也对黄金饰品的时尚度、个性化及美观度有要求。

该图鉴还显示，作为传统送礼选择，永生花、玩具、黄金首饰等商品成交平稳增长，而受国潮美学的影响，国风礼物、招财摆件、国潮积木等成交增长趋势明显。随着兴趣消费成为年轻人社交的主流共识，“送礼送到心坎上”的卡牌、明星周边等商品成交涨幅都超过10倍。

据《证券日报》

## 暑期海滨戏水谨防水母蜇伤

三伏天，许多群众到海滨浴场游泳消暑。专家提示，每年7月至9月是水母活跃期，一些地方水母扎堆靠岸，群众在海滨戏水时应提高警惕，远离水母，谨防蜇伤。一旦被蜇伤，切记不要用手抓取水母，而应立即上岸，科学规范处理，症状严重者要及时就医。

大连市皮肤病医院主任医师李明鑫提醒，一旦被水母蜇伤，应立即上岸，用毛巾顺着同一方向，将身上的水母刺囊弄掉，如果没有毛巾，可以用沙子代

替。然后用肥皂水、苏打水或其他碱性液体对伤处进行擦拭，减轻蜇伤引起的症状。千万不能用淡水或酒精冲洗，否则会令伤处残留的水母刺囊再次释放毒素，加重蜇伤症状。

在处理好伤处后，一定要仔细观察，若蜇伤面积较大，或出现其他不适症状，应立即就医。过敏体质者、儿童、老人和有基础疾病的人，更要格外注意，在进行紧急处理后，应第一时间前往医院就诊。

据新华社

新聚焦传媒

新聚焦电梯广告

①广告形式  
多媒体视频+数码海报

②覆盖范围

兰州城关、七里河、安宁、西固4区  
【公共区域】交通枢纽/宾馆/人气商场  
【楼宇电梯】高档写字楼/精品住宅楼  
【特色餐饮】品牌拉面馆/特色餐饮店

③播放频次

每天早6:30至晚11:30全天17小时循环播放，最低150次/天

广告热线 610 2222 611 2222

国家二级广告企业 甘肃省一级广告企业