



■工人日报 新京报 中新社 浙江在线 极目新闻

38元一个中药冰淇淋、52元一个中药面包,最近,一股“万物皆可入中药”的风潮在餐饮行业大火。

伴随中药餐饮逐渐“火出圈”,也有消费者表达了自己的疑问: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饮品,价格往往较高。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。



中药+冰淇淋组合



调饮师制作新中式调饮 新华社图

52元的中药面包、38元的中药冰淇淋销售火爆 万物皆可“中药+”?

中药冰淇淋“卖断货”

年轻人的“朋克养生”又出了新花样——中药+冰淇淋组合,一冷一热的搭配引起社交媒体热议不断。“李时珍看了都坐不住了。”有网友说道。

最先出圈的是上海的一家网红冰淇淋品牌,其推出的中药草本口味的冰淇淋,带动“中药冰淇淋卖断货”等相关话题一度冲上社交媒体热搜榜。

从某团购平台的菜单来看,店内的冰淇淋口味有16种,每种冰淇淋都融入了中药草本元素,并标注出草本功效,如“桂圆红枣米浆”能安心宁神、“八仙果”能止咳化痰、“龙参茉莉青柠茶”

能大补元气等。

价格方面,双拼(120g)、三拼(150g)、家庭装(500g)价格分别为38元、45元、150元。此外,店内还有售“苦行僧甘梨水”等中药茶饮,均价在20元左右。据店员介绍,门店的产品以冰淇淋为原料,只是混入一点草本增添风味,强调新中式草本、药食同源的概念。

有网友表示,中医不是不鼓励吃凉的吗?冰淇淋和中药两个风马牛不相及的东西是怎样结合在一起的?

店家介绍,该冰淇淋店采用的是药食同源的一些

食材,主打一个“新中式草本”概念。烟熏乌梅、竹香茉莉、野菊开心果、川贝枇杷膏等口味的冰淇淋,就是在制作过程中添加相关食材。

在“中药冰淇淋”走红后,媒体对现场消费者进行采访,有消费者表示“加一些草本的冰淇淋,感觉吃起来很养生”;也有消费者表示“这种中草药比较新奇,听起来比较健康,自己会比较愿意尝试一下”。

在2022年一项关于消费者对市面上推出新口味冰淇淋的调研中,超六成消费者持积极态度,表示会“第一时间去尝鲜”。在对

冰淇淋的具体期待中,也有超六成消费者认为冰淇淋可以在健康营养方面加强优化。

中医药文化与餐饮融合,既契合了中医“食补不比药补差”的药食同源理论,也探索了中医的现代化生存发展之路。借助中药餐饮这一模式,不但能够普及中医药文化,也在一定程度上促进了中医药文化的保护传承,加速其成果转化。

可与此同时,也有一些门店和开发者选择蹭一波热度,他们只是为了搞搞营销噱头,却不顾及营养裨补,无疑就“走错了路”。

中药养生面包“火出圈”

在杭州拱墅区桥西直街的一家面包店,店门口摆放着广告牌“不止于甜,还有中药材”。店内面包款式和常规面包店的看起来并无区别,仔细查看商品标牌才发现,紫苏培根扭扭棒、藿香丹麦热狗肠,以及各种中药材搭配的中药曲奇饼干,售价在8~20元不等。记者采访期间,店内时常有消费者因好奇前来尝试。有的人在购买时也会问,“面包里加入中药材,究竟有什么功效?”

“我们会很明确跟顾客说,它没有任何功效,因为食物和药物完全是两个概念。”店长张女士告诉记者,这家店的老板是中药学硕士,想尝试将一些温和的中药材提取物加入面包,推广“药食同源”理念,让大家知道生活中其实有很多食材既可食用也可药用,传递低糖、低脂、健康生活的态度。

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。”

中药面包的流行,让不少医院也捕捉到了这一点,纷纷创新尝试。位于天津中医药大学第一附属医院门诊大厅内的“药食坊”,主打养生局。从对外公布的产品目录来看,中药材如黑参、黄芪、麦冬等都加入了面包制作。曾购买过面包的李女士表示,“面包个头都不小,三个拳头大的麦冬清润吐司售价28元,黄芪养生包售价为20元,还有荷叶清香小吐司等产品,都是当天现做现卖的。”

“与普通的面包相比,



中药面包店内的各种养生面包

添加了中药材的面包,在平衡健康与口感之间,要下不少功夫。从售价来看,中药烘焙产品会略贵一些,消费者可按需购买。从目前现有的品类来说,中药烘焙受制于能添加的药材本身,不如普通烘焙产品多样。”一位业内人士表示。

对于添加了中药材的面包或糕点,也有不少消费者质疑其养生效果。记者留意到,部分中药烘焙店已经打上了郑重声明:“本面包不治百病,请理性消费。”



陈皮山楂糕

热议 真养生还是智商税

年轻人对养生的重视,是推动中药餐饮兴起的重要因素。相关数据显示,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。

此前,风靡一时的中药酸梅汤曾引发“求购风潮”,许多年轻人也因此走进中药店。有药剂师就提醒,即便是酸梅汤也有禁忌人群,体质虚寒、胃酸偏高、易腹泻者不宜饮用。

首都医科大学附属北京中医医院健康管理部副主任医师王一战表示,中医强调辨证论治,不同体质的人适宜的中药配方不同。虽然中医有“药食同源”的说法,但中药加食品是否符合这一理念,以及能否在保证食品安全的基础上发挥其药用价值,有待考证。

“取药物之性,用食物之味,寓医于食,药借食力,可谓药膳。”流传至今的药膳制法和配方,是由前代医者不断研究以及群众长期生活实践得来的,并不是药材和食品的简单杂糅。如果不经细致研究开发就仓促上阵,商业味道浓过中药味道,反而让中药餐饮该有的“养生属性”打了折扣。

北京石景山医院中医科主任任芳表示:“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。

“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。”

提醒 药材添加需符合国家规定

“中药+”赛道走红,其中一部分原因是中医一直有“药食同源”的说法。但根据《食品安全法》,《药典》中的物质只有纳入了食药物质目录,才能作为食品原料使用。

原卫生部在2002年就发布了《关于进一步规范保健食品原料管理的通知》,并附上“既是食品又是药品的物品名单”“可用于保健食品的物品名单”和“保健食品禁用物品名单”。

2021年11月,国家卫健委又发布《按照传统既是食品又是中药材的物质目录管理规定》,要求“产品标签标识和经营中不得

声称具有保健功能、不得涉及疾病预防治疗功能”。

“国家卫健委曾发布一份药食同源的名单目录,商家所添加的药材,必须要在目录里,如果超出限定范围,则可能涉嫌违法违规。”中国食品产业分析师朱丹蓬表示,“从同仁堂推出的一些烘焙系列,这反映了行业的一个创新升级跟迭代。但与此同时,商家从运营的角度也应规避相关风险。”他认为,“从中医的角度,本应是一人一方,所以面向大众群体售卖的中药烘焙,很多是噱头炒作,交智商税的可能性很高。”