

中医药文化活态传承视角下新中式功能性茶饮的开发研究

吕佳 韩梦瑶 王楠楠 刘琪琪 罗佳璐
西南石油大学 四川成都 610000

摘要：中医药文化是中华优秀传统文化的瑰宝，活态传承是其突破典籍桎梏、融入现代生活、实现永续发展的关键路径。新中式功能性茶饮依托药食同源理念，融合传统中医药养生智慧与现代茶饮消费需求，成为中医药文化生活化、市场化传承的重要载体。本文首先剖析了中医药文化活态传承与新中式功能性茶饮之间的内在契合性，由此梳理当前中医药文化活态传承视角下新中式功能性茶饮的开发现状，再深挖存在的问题，并从文化挖掘、配方研发、工艺创新、规范监管等维度，提出针对性优化策略。研究表明，新中式功能性茶饮的开发唯有坚守中医药文化内核，兼顾文化传承性、功能科学性、口感适配性、配料安全性，才能实现中医药文化活态传承与茶饮产业高质量发展的双向赋能，为传统中医药现代化转化、健康饮品产业升级提供借鉴。

关键词：中医药文化；活态传承；新中式功能性茶饮

前言

中医学是中华古代科学的瑰宝，也是打开中华文明宝库的钥匙。推动中医药文化活态传承，既是弘扬中华优秀传统文化的内在要求，也是助力健康中国建设、培育大健康产业的重要举措。近年来，国家先后出台《“十四五”中医药发展规划》《“十四五”中医药文化弘扬工程实施方案》等政策文件，明确提出“要推动中医药融入生产生活，加大中医药文化活动和产品供给”，促进中医药传承创新发展。

与此同时，随着国民健康意识全面觉醒，“轻养生”“朋克养生”成为年轻消费群体的主流诉求，新中式茶饮赛道迎来转型升级的风口，单纯追求口感与颜值传统新中式茶饮，逐渐无法满足消费者的健康化、功能化需求。在此背景下，融合中医药养生理念、以药食同源食材为核心原料的新中式功能性茶饮应运而生，打破了传统中医药“苦口难咽”的刻板印象，让中医药养生智慧以更便捷、更时尚、更亲民的形态走进大众日常生活，成为中医药文化活态传承的全新切口。

相较于普通茶饮，新中式功能性茶饮兼具文化属性、

健康属性与市场属性，既承载着中医药“治未病”等核心理念，又契合现代快节奏生活的便捷化饮用需求，市场规模持续扩容。但当前行业发展仍存在文化挖掘浅表化、配方研发不科学、产品同质化严重、传承与创新失衡等问题，制约了中医药文化活态传承效能与茶饮产业的高质量发展。基于此，本文立足中医药文化活态传承视角，系统探究新中式功能性茶饮开发的现状、问题与优化策略，兼具理论价值与实践意义。

一、中医药文化与新中式功能性茶饮的内在契合性

（一）理念契合

中医药“治未病”养生理念与现代健康需求高度适配。现代人群熬夜、久坐、饮食不规律引发的亚健康问题频发，而中医药“治未病”的预防养生理念，精准契合了消费者“轻养生”的核心诉求，为新中式功能性茶饮提供了核心理论支撑，也为中医药文化传播提供了受众基础。

（二）载体契合

茶饮是中医药文化传承的天然优质载体。饮茶是国人延续千年的生活习惯，具有受众广、场景多、接受度高的优势，将中医药养生智慧融入茶饮，打破了传统中医的场景局限，让文化传承融入日常饮用，实现“润物细无声”的活态传播。

（三）价值契合

二者均兼顾文化价值、健康价值与市场价值。新

基金项目：西南石油大学大学生创新创业训练计划项目“夏‘莱’‘姜’至，健康邀约——新中式功能性茶饮的创制”，项目编号：202410615079

作者简介：吕佳（2004-），女，汉族，四川犍为人，本科在读，西南石油大学，研究方向为思想政治教育。

中式功能性茶饮依托中医药文化提升产品附加值与辨识度，中医药文化借助茶饮产业实现市场化活态传承，二者相互赋能、协同共生，既满足大众健康消费需求，又推动传统文化现代化转化，实现社会效益与经济效益双赢。

二、中医药文化活态传承视角下新中式功能性茶饮的开发现状

（一）市场规模持续扩容，消费群体逐步年轻化

随着健康消费兴起与中医药文化普及，新中式功能性茶饮市场呈现高速增长态势，成为茶饮行业转型升级的重要风口。据前瞻产业研究院发布的《2024年中国中式养生水行业发展趋势洞察报告》显示，2023年国内药食同源茶饮市场规模达到了4.5亿元，预计2028年将超过百亿元。药食同源茶饮是以符合药食同源特征的食药材为核心原料，通过煮制、萃取等工艺制成的植物饮料，在行业内也被称为“中式养生水”。根据艾媒咨询2024年中式养生茶饮消费者画像，25-35岁消费者在养生茶饮的消费者群体中占37.6%，36-45岁消费者占到32.2%。消费群体逐步从中老年人群，转向18-35岁的年轻群体。大学生、职场白领成为消费主力，这类群体既追求茶饮的口感与颜值，又看重养生功效，愿意为“文化+健康”的功能性茶饮支付溢价。

（二）文化元素逐步融入，产品品类日益丰富

当前，多数新中式功能性茶饮品牌开始挖掘中医药文化元素，产品研发逐步摆脱单一原料堆砌模式，进而融入了中医药经典方剂、养生理念等文化内核。从产品功效来看，已形成祛湿、疏肝、安神、补气、养颜、清咽等多个细分品类，如基于红豆薏米古方的祛湿茶饮、基于酸枣仁配伍的安神茶饮、基于玫瑰枸杞搭配的养颜茶饮等；从原料选取来看，涵盖姜黄、茯苓、芡实、酸枣仁、陈皮、枸杞、桑叶等数十种药食同源食材，进一步凸显中医药文化特质。

（三）政策红利持续释放，产业发展环境优化

国家层面持续加大中医药文化传承与健康产业扶持力度，从弘扬中医药文化、规范药食同源产业、完善健康饮品标准等方面，为新中式功能性茶饮发展提供了政策保障。各地也纷纷出台配套政策，推动中医药与茶饮、文旅、餐饮等产业融合，鼓励开发中医药文化创意产品，从而为新中式功能性茶饮的研发、生产、销售提供了良好的产业环境，助力中医药文化活态传承落地见效。

三、中医药文化活态传承视角下新中式功能性茶饮开发出现的问题

（一）文化挖掘浅表化，活态传承内核缺失

当前多数茶饮品牌对中医药文化的挖掘停留在表层符号化阶段，仅简单添加枸杞、陈皮等药食同源食材，或标注中医药相关词汇，并未深入挖掘中医药文化的核心理念与文化精髓。同时部分品牌也存在文化误读、文化元素盲目堆砌的问题，导致产品缺乏文化底蕴。中医药文化活态传承仅停留在表面，未能实现真正的内涵式传承。

（二）配方研发不科学，功能与口感失衡

一方面，部分品牌缺乏专业中医药科研团队支撑，配方研发多为原料简单叠加，未遵循中医药配伍理论，功效性、安全性难以保障，甚至存在夸大功效、虚假宣传的问题，损害行业口碑与中医药文化公信力；另一方面，多数品牌未能平衡中医药原料的苦涩味与现代茶饮的口感需求，产品口感不佳，难以满足消费者“好喝又养生”的核心诉求，导致复购率偏低，从而制约了产品推广与文化传播。

（三）产品同质化严重，创新能力明显不足

新中式功能性茶饮行业门槛较低，多数中小品牌缺乏自主研发能力，产品跟风模仿现象严重，祛湿茶、养颜茶、安神茶等热门品类扎堆，配方、口感、包装高度相似，差异化竞争力薄弱。产品创新也多局限于微调原料、更换包装等，缺乏基于中医药文化的业态创新、工艺创新，难以贴合消费者多元化、个性化的消费需求，也无法为中医药文化活态传承注入新活力。

（四）标准体系不完善，行业发展乱象丛生

目前我国针对新中式功能性茶饮的专项标准缺失，行业仍参照普通植物饮料标准执行，在原料选用、配伍规范、功效界定、工艺要求、质量管控等方面缺乏统一标准。部分中小企业为压缩成本，选用劣质原料、违规添加成分，产品质量参差不齐。尤其对新中式功能性茶饮的功效宣传缺乏权威界定，虚假宣传、过度营销的现象频发，从而扰乱行业秩序。这不仅消解消费者信任，也阻碍了中医药文化的正向传播。

四、中医药文化活态传承视角下新中式功能性茶饮开发的优化策略

（一）深化文化内涵挖掘，推动内涵式活态传承

加强中医药文化专业人才储备，联合中医药院校、科研机构，开展文化资源的深度挖掘与转化研究。摒弃

“重符号、轻内涵”的浅层传承模式，将中医药养生理念、辨证思维、道地文化融入产品研发、包装设计、品牌传播全流程。打造中医药文化科普矩阵，通过产品说明书、线下体验、线上科普等方式，向消费者传递科学的中医药知识，让消费者在饮用中感知文化魅力，实现主动式、内涵式传承。

（二）强化科研创新支撑，破解功能口感难题

加大科研投入，建立产学研协同创新机制，依托专业科研团队开展配方改良、工艺创新、功效验证研究。遵循中医药配伍规律，拒绝原料盲目堆砌，确保配方科学合规；运用现代食品加工技术，优化产品口感，打造“好喝、有效、便捷”的优质产品。针对不同消费群体需求，细分产品赛道，开发无糖、低脂、便携等多元化产品，兼顾养生功效与消费体验，提升产品市场竞争力与文化传播力。

（三）推动差异化创新，破除产品同质化困局

立足中医药文化特色，走差异化创新发展道路，避免跟风模仿。深挖地域中医药文化资源，开发地域特色茶饮产品；聚焦细分功效、细分场景，打造小众精品，避开同质化竞争；创新产品形态，推出即饮装、浓缩液、茶包、礼盒等多元化形态，适配不同消费场景。同时，推动业态创新，融合中医药文化体验、养生科普、非遗展示等内容，打造复合型产品与服务，提升产品附加值。

（四）完善标准监管体系，规范行业发展秩序

政府、企业、行业协会协同发力，加快构建新中式功能性茶饮标准体系，明确原料准入、配伍规范、功效界定、质量检测等细则，填补行业标准空白。企业落实主体责任，建立全流程质量管控机制，坚守诚信经营底线；政府加大监管力度，严厉打击违法违规行，净化行业环境；行业协会加强自律，规范行业竞争行为。通过标准化、规范化发展，守护产品质量与中医药文

化口碑，推动茶饮产业的可持续发展与中医药文化的活态传承。

结语

中医药文化活态传承与新中式功能性茶饮的开发具有高度内在契合性，新中式功能性茶饮是中医药文化融入现代生活、实现活态传承的重要载体，也是茶饮行业转型升级、高质量发展的重要方向。当前新中式功能性茶饮市场规模持续扩容、发展态势向好，但仍存在文化挖掘浅表化、配方研发不科学、产品同质化、标准体系不完善等问题，从而制约了中医药文化活态传承效能与产业发展质量。针对以上出现的问题，本研究提出了深化文化内涵、强化科研创新、推动差异化发展、完善标准监管等一系列优化策略，坚守中医药文化内核，平衡传承与创新、功能与口感、文化与市场的关系，为实现中医药文化活态传承与新中式功能性茶饮产业的双向赋能、协同发展提供一定的理论借鉴。

未来，随着健康消费理念的持续升级与中医药文化的不断普及，新中式功能性茶饮将迎来更广阔的发展空间，中医药文化活态传承也将依托茶饮产业实现更高效、更广泛的传播。

参考文献

- [1] 廖光蓉. 中医药文化的当代价值与国际传播[J]. 人民论坛, 2024, (18): 101-103.
- [2] “十四五”中医药文化弘扬工程实施方案[J]. 中国现代中药, 2023, 25(5): 1164.
- [3] 孙玉肖. 以创新拓展饮料消费增量[J]. 中国食品工业, 2025, (03): 1.
- [4] “药食同源”茶饮市场调查[N]. 兰州晚报, 2025-07-02.