

# 火爆中医馆、多地连锁加盟，中药奶茶这股风能吹多久？

产品名称	火爆中医馆、多地连锁加盟，中药奶茶这股风能吹多久？
公司名称	海南聚医美信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	海南省海口市龙华区城西区镇山高村89号301室（注册地址）
联系电话	15600683129 15600683129

## 产品详情

火爆中医馆、多地连锁加盟，中药奶茶这股风能吹多久？

作为国潮消费的新生力量，中药奶茶每隔一段时间就会引起社会的高度关注。许多中医药博物馆、茶叶加盟商和健康爱好者都在追求和促进中药奶茶的创新发展，许多人都在观望中药奶茶的发展前景。

中药奶茶作为中药饮料现代化的载体之一，迎合Z时代青年朋克健康热潮，融合健康和中医文化，具有热发展前景，但也面临“噱头”、中医叛乱、产品设计和法律监督发展瓶颈，回顾近年来中药奶茶的发展过程，共同理性思考中药奶茶的未来和中医健康管理的演变。

突然，春风来了。随着年轻人朋克养生方式和中医国潮健康的兴起，“中药奶茶”的风再次掀起，并迅速发展到了中药奶茶的投资阶段。近日，江苏百里堂中医药博物馆健康茶项目“开处方”启动投资加入；云南中草药茶店“青南·五味茶”也密切开展特许经营推广；在活跃的社交平台上，各种“南昌第一”、“无锡第一”、“成都第一”、“保定第一”中药奶茶店、新中国健康茶名称出现。

药食同源的饮料对中国人来说并不陌生。自古以来，中国就有喝茶、喝健康茶汤的传统。三国魏人在《广雅》中鞠躬，“荆巴间采叶做饼，叶老人，饼用米膏做饼。如果你想煮茶，先把它烧红，捣碎放在瓷器里，用汤倒，用葱、姜、橘子做。它醒来时令人不眠。”记载强调，饮茶时加入花椒、姜、陈皮等药食同源食材，调味调味。

宋代用花叶、香料和甜味药材煮的各种紫苏饮料、乌梅汤、香蕉饮料，不仅能清凉解暑，还具有强身健体的保健作用。广东、广西一直有各种功能性的“凉茶”。

现在，中国人开始在“糖+奶+茶”的奶茶和咖啡上下功夫，尝试添加具有保健特点的中草药进行调味，推出多种现代口味的保健茶处方。中药和奶茶的奇思妙想在各大中医院校的创新大赛中涌现。

2015年，山西中医学院中西医结合临床专业大三学生张林芳突发奇想，能否让奶茶与中药相遇，打造一杯美味健康的中药奶茶？于是在她的领导下，校园里的第一家中药奶茶店诞生了。

“橘井奶茶店”——取自医学典故“橘井泉香”，旨在传达中医情怀。据张林芳介绍，他的中药奶茶是按处方比例制作的，在口感和食物调理上尽可能协调共存。她创造的奶茶类别也得到了医学专家的认可，并获得了首届晋商杯\*\*奖。这开始了她与中药奶茶的婚姻。

2018年，广州大学生中医药集团账户“青春医疗之旅”宣布推出中药奶茶产品，根据不同需求提供体质调理和亚健康调理两类选择。实践是根据经典中药配方，用纯中药煮沸，配合精制低脂牛奶盖，混合凉茶的功效和奶茶的味道。

在这个阶段，中药奶茶并没有真正进入市场化，大部分品类仍然停留在薄荷、玫瑰、蜂蜜、红豆等常见的健康花茶中，更多的是在品尝新鲜的阶段。

## 02 | 跨境风起，中医\*\*\*专注于大健康轨道

2019年，饮料市场受到许多方面的青睐，但高热量带来的健康问题也引起了人们的关注。因此，探索健康奶茶的新配方已成为市场的主要探索方向。

2019年4月，王老吉推出了两款“保健奶茶”产品：“荷叶嘟嘟奶茶”和“青蔗脆鲜奶”，主要解决奶茶美味但热量高的问题。

5月，定位养生茶的春风开业，主要推广“蜂王浆熬夜水”、“绿汁刮油水”，迅速成为话题产品。

快速出圈的春风“绿汁刮油水”和“蜂王浆熬夜水”

今年10月，同仁堂推出了新的健康零售品牌“知道健康”，以“中草药”的概念引人注目，高调进入咖啡+烘焙市场，并将随着每个太阳术语推出3到5个新产品。

同样在10月，太平洋咖啡和东阿阿胶推出了一系列“咖啡如此多胶”的饮料，为消费者带来了“边喝边滋补咖啡”的新体验。

12月，上海\*\*\*品牌乔家栅专注于咖啡与糕点的融合，并在百年老建筑淮海大楼开门迎客。

今年，同仁堂、乔家栅等\*\*\*开始破圈寻求转机，尤其是与咖啡圈的结合，让很多需要转型的\*\*\*看到了新的发展方式。社会和市场的良好反馈显示了破圈发展的可能性，也为次年中药奶茶的趋势播下了借鉴的种子。

### 03 | 乘风而上百家齐放，养生风潮带来大转机

2020年可以说是中药奶茶爆发的一年。年初，随着奶茶产业的快速发展，许多新的好奇产品应运而生。自然，由于其创新，中药奶茶被列入精彩奶茶库存的行列，甚至由于何首乌和可可的加入，已成为与花椒奶茶、火锅奶茶并驾齐名的一类。

今年上半年，除了精彩奶茶的名字外，还有一些分散的市场前瞻性中医博物馆。今年5月，以柳州中医医院为代表的中医药机构看到了中医药奶茶的发展潜力，开始推出标有药材性能和饮用效果的银翘利咽奶茶、中西餐、糕点，甚至结合柳州当地特色食品螺蛳粉，\*\*公众接受度。

今年下半年，中医药龙头企业的进入为养生趋势增添了火热，成功将行业市场视野转向中药奶茶。

2020年是“朋克健康”开始流行的一年。2020年6月，天猫发布的《疫情后中国人生活的八大变化》报告指出，中国人生活的一个重要变化就是提前20年开始养生。当年淘宝双十一期间，功能营养食品成为中国食品消费终端销量排名\*\*的数据就是有力证据。而在食品饮料销量\*\*\*100的品牌中，功能营养零售品牌占1/5。

年轻人关注健康需求端口，使许多品牌抓住商机，促进品牌年轻化的基础。他们大多选择联动跨境瞄准产品，而中医药行业的\*\*\*则更热衷于打造自己的品牌。

虽然同仁堂“咖啡店”于2019年10月开业，但2020年7月以后，利用国潮养生的趋势，吸引了众多网络名人探店打卡，网络名人的经济效应明显。

今年8月，张仲景药房在河南开设了两家“仲景生活”。主要经营奶茶、蛋糕等食品，以“健康饮料”为宣传卖点。

9月，广药集团与百事合作，共同开发猴头菇燕麦稀和阿胶燕麦稀。

10月，成都\*繁华的太古里高宅开设了“饮”中药养生奶茶。

11月，同仁堂在北京开设了一家中医健康餐饮体验店。

12月，通涵春堂宣布将城隍庙店升级为国潮保健茶店，将会诊服务与保健茶相结合。

在\*\*\*进入赛道和社会养老潮流的双管齐下，2020年中药奶茶市场异常火爆，成功将中药奶茶名称打入市场，为消费者铺平了口碑和产品心理预期。这是时代机遇与机构转型需求的双重结合。

随着头部品牌的结束，各大中医药相关企业也迅速跟上了中药奶茶国潮健康消费升级的浪潮。

中国邮政恒泰药业开设“邮氧茶”主要健康茶、上饶金线莲旗舰店中草药奶茶果汁、南昌守正中医博物馆推出国潮健康中药奶茶、汉代中医第一草药咖啡馆、成都正堂食品食品、素食博物馆开设草药奶茶、贵州当地中药企业同济堂开设奶茶店、医院自主品牌咖啡“吉州咖啡”等。在疫情期间，网上中药奶茶的话题也非常热门。许多中医从业者开始了中药奶茶的DIY教学。到2022年，卫生行业巨头也进入了新的茶。

随后，各部门的端口逐渐接入，开发了一系列新的特色茶，包括儿童开发的中药果冻奶茶、特殊时期妇女推出的健康热饮、“当地特色凉茶基因”的口味创新奶茶。

在中医药行业发展良好的同时，行业竞争范围广，原头奶茶品牌也进入健康区，探索健康主题。如西茶2021黄皮系列、奈雪茶联动阿胶品牌、\*\*\*\*茶新“姜枣桂冬暖”等。

与原奶茶品牌不同，中医药行业进入饮料市场更依赖于自身品牌的\*\*度和声誉，主要依靠自身中医药企业的品牌影响力。对于中医药背景投资的品牌，其中医药奶茶主要关注中医药文化和健康处方，而对于奶茶品牌，中医药奶茶主要关注奶茶的味道和健康概念。因此，在双方的竞争中，一个更注重口味搭配，另一个更注重药物性质的和谐。在年轻人越来越关注健康的营养和功能消费趋势下，这可能不是奶茶行业的好消息，但中医药的主要健康轨道有很大的发展空间。

如今，来自广州和南昌的中药奶茶加盟商也表明，中药奶茶的产业线和商业经营可以实现，中药奶茶也在慢慢向区域和细分的道路发展。

## 05 | 中药奶茶不是出口的唯一突破

中药奶茶的差异化竞争轨道可以成为饮料市场的新突破。奶茶以饮料为主，中药以营养为主。因此，奶茶注重饮料的口感和保证；中药奶茶注重食材和气候的搭配。随着奶茶市场的日益饱和，中药奶茶作为差异化发展的一种新形式，相对独立。

然而，商业特许经营的形式并不意味着它可以与原来的奶茶轨道竞争。如今，随着大规模的特许经营和扩张，我们仍然更加关注“中药奶茶”的噱头属性来赚取短期\*\*。毕竟，在医疗行业，中药奶茶的概念更多的是利用奶茶的普及来宣传中医食品文化、分散规模和品牌散装。要打造商业草本茶品牌，还需要更精细的品牌输出。中药奶茶的普及取决于奶茶文化和健康主义的共同作用。

随着消费市场的快速发展，中药奶茶的类别已经初步显示出同质化的趋势。中药衍生的相关茶类似。一方面，药材类别有限（110种），另一方面，药材的选择和药材的口味协调带来了许多限制。为了照顾口味和中药的比例，大多数人不得不牺牲中药的剂量来维持基本的口味，这样理论预设的健康效果就会大大降低。如果不小心添加了非药食同源食品目录的成分，也容易产生“药食”的法律风险，夸大宣传甚至虚假宣传的舆论风险。

无论是同仁堂卖咖啡，还是“张仲景”卖蛋糕，都不是为了抓住更多的饮料市场，而是希望通过自己的新消费场景和客流入口，潜在的年轻消费者客户增加中医品牌意识和商店消费频率，探索是否通过路径设计转化为潜在的医疗卫生服务。毕竟，传统连锁药店属于低频消费领域，缺乏与客户沟通的机会和场景。多元化管理不仅可以建立健康文化宣传平台，还可以将客流引入中医产品，有利于品牌推广、产品营销等。

作为中医养生文化的一种形式，中医奶茶背后的潜在逻辑是，在养生保健思维下，人们愿意为中医养生的方式付出多少代价。如今，中医奶茶已经发展成为一个独立的消费品类，中医药食品同源发展的机遇不\*\*于奶茶、凉茶、药酒饮品，还包括药膳、茶点、糕点、糕点、炖菜、营养营养、方便零食等。

中药奶茶轨道是中医药发展的切口，其他中药食品也适用。因此，药食同源的发展空间仍然非常广阔。随着政策的发展和变化，可能会有更多类别的中药材被纳入药食同源的轨道，中药饮料也会有更多的选择，从而进入下一阶段的“中药+”时代。

百诺信息咨询服务部代办业务，欢迎洽谈合作

- 1.提供医美诊所、门诊部、医院注册美容主诊证件；（美容外科主治主诊、美容皮肤主治主诊等）；
- 2、代办服务，代办医美诊所、口腔诊所、医疗美容医院、医美整形医院【全国接单】；
- 3、医师变更、新增执业范围；【临床各科室医师均可办理，比如内科变更皮肤科】；
- 4、临床医师提前医美年限并美容主诊备案；【临床各科室医师均可办理，美容皮肤科、美容外科等】；
- 5、医师IP打造，代注册三甲医院、某音黄V认证；小红书认证、百家号认证；
- 6、医美医美诊所、门诊部、医院\*\*报白、开通团购；
- 7、口腔诊所、门诊部、医院\*\*报白/开通团购；
- 8、医师晋升中级、\*\*课程；
- 9、护士实习证明、三甲进修证明、三甲医院注册等；
- 10、医学全日制大专【无条件入学，包毕业取证】；
- 11、主治提前考试、代报名/医师副主任代评/
- 12、医师技能VIP、药师VIP、中医新确有专长VIP；
- 13、医疗美容规划设计、诊所污水处理、消防验收协助；
- 14、医美诊所装修设计图、优化布局、意见咨询等；
- 15、口腔种植学分直出、官网查询。

16.\*\* S级\*\*\*。欢迎朋友们洽谈