

“天然药库”甘肃开发出茶饮包——

养生茶走南闯北

本报记者 赵梅

探访特色产品消费

素有“天然药库”之称的甘肃开发出的一些包含道地中药材元素的茶饮包等养生产品,因便捷、养生等优势,近年来在消费市场上走俏。

随着生活水平的提升和社会文化变迁,健康消费、体验式消费、高品质消费等新诉求不断创造着新的商机。素有“天然药库”之称的甘肃开发出的一些包含道地中药材元素的茶饮包等养生产品,也因便捷、养生等优势,受到广大消费者欢迎。与之相适应的,是甘肃大健康滋补产品销售版图正不断扩大。

养生产品受宠

“这个‘党参桑葚大麦茶’是一款全新的养生茶,不仅美容养颜,还补气养血……”前不久,在甘肃省举办的“迎新春促消费·助力乡村振兴”活动启动现场,甘肃天容堂药业有限公司销售经理唐瑞忙着向消费者推介滋补养生茶。

党参桑葚大麦茶、黄芪枸杞玫瑰茶、当归人参茶、当归人参煲汤料……活动现场,诸多药食同源的滋补类产品引起参观者驻足询问。“我们的当归汤料2020年8月上市,到2021年底销售额就达到了100多万元。此外,包括去年研发的4种代茶饮在内的45种滋补养生类产品,2021年销售额达到了110万元。”甘肃天容堂药业有限公司总经理惠小康介绍,近期公司还与山东青岛东西部协作服务中心签订了订单协议,未来这些大健康产品将“飞”进青岛百姓家。

“甘肃中药材品质好,这些罐装、袋装的养生茶、代茶饮因为操作简单渐渐受到大众喜爱。”山东青岛东西部协作服务中心负责人尚温底说,2020年,这些滋补类产品通过东西扶贫协作帮扶进入了青岛市场,因品质过硬赢得消费者青睐。

“袋泡茶便捷、好喝、养生,非常契合我们年轻人快节奏的生活。”天津市民江珊说。

尝到市场甜头的不只是天容堂药业公司。“现如今养生类袋泡茶主要进入养生馆、土特产和扶贫馆,中药材饮片在全国有近600家合作医药企业。尤其是在福建、山东、广东、广西、浙江等地,销量都不错。”甘肃渭水源药业科技有限公司总经理秦飞说。

兰州佛慈商务有限公司产品开发经理安宁告诉记者,他们研发的养生类袋泡茶线上线下销售也都挺好。比如,他们推出的百合玉竹杏仁茶,是一款生津润肺茶,最主要的原材料百合就是兰州本地特产。

“如今每个企业都在根据市场需求,结合自身实际开发大健康养生产品。”甘肃省商务厅市场秩序处副处长李平表示。

传统药企“变身”

一个个滋补类养生产品走俏的背后,是生产厂家对消费市场的洞悉和一些传统中药材企业的转型升级。

“我们研发的滋补类大健康产品,不仅配方要严格遵照国家标准,口味还要符合广大消费者喜好。所以我们先行推出了当归人参煲汤料,作为调味品,它既可以煲汤也可以当火锅底料,市场表现相当不错。”唐瑞说。

惠小康介绍,大健康为核心,突破传统单一的加工方式,公司将药材加工成养生茶,以适应大多数消费者的需求。从生产传统中药材、中药饮片到涉猎滋补类大健康便捷产品,企业一直在根据市场需求不断探索。为了更加快捷简便地让中药材渗入消费市场,2021年,公司又通过SC认证,并推出代茶饮系列。

“我们有中药饮片GMP标准化检验常规化实验室、中药材及中药饮片实验室、仪器室、高精密仪器室,科技研发人员占总职工人数的比例达到了50%。”惠小康说,如今他们与高校和科研机构开展联合技术攻关,已有3项成果获得专利。

在消费市场上混得“风生水起”的天容堂药业公司只是近年来滋补类养生产品日渐畅销的一个缩影。2021年5月,在上海举办的“第84届全国药品交易会”上,来自甘肃的黄芪、当归等道地药材,中药饮片、保健和养生茶系列以及镇痛类、补益类、浓缩丸系列等150多个品种惊艳亮相。展会期间,先后有1800多家外地客商与甘肃药业集团、渭水源药业、春天药业

等参展企业签订购销订单及达成意向性购销协议,累计金额8.76亿元。

“我们的中药材和食药两用的大健康保健养生产品深受消费者喜爱。”李平说,甘肃省11个市州的中药材种植、生产加工、流通经营等方面的36家重点企业参加了交易会。交易会不仅集中展示了“陇药”品牌,宣传推介了中医药产业资源,还扩大了贸易和交流合作规模。

电商助力销售

“曾经年少的我们,为了梦想离开了家……马上过节了,马上就要见到他们,父母身体不好,回家不要忘带黄芪当归养生茶……”在快手平台上,推广黄芪当归养生茶的视频温暖人心。

随着电商的不断发展,“岷府人家”“甘农哥”“岷农人”“旭农枸杞”等一大批甘肃中药材网货知名品牌近年来迅速走红。

为进一步扩大大健康产品销售规模,甘肃省商务厅鼓励引导全省涉农电商企业和网店加强与国内知名电商平台合作,利用直播电商等新媒体新业态开展线上销售。与此同时,支持甘肃中药材交易中心、中国当归城中药材电子交易中心等做大做强,进一步提升网上运营能力;以商务部开展“第三届双品网购节”等活动为契机,积极组织中药材电商企业和网店拓展线上销售渠道。其中,在臻品

甘肃销售平台,药食同源的养生产品中,兰州百合最受消费者欢迎,百合礼盒装销售量达到两万多盒。

“2021年臻品甘肃、甘肃特色养生大健康产品线上线下联动销售达1.5亿元左右,主要产品包括党参、红枣、养生茶饮、枸杞、黄芪等药食同源产品,覆盖全省各地区和东西扶贫协作地区。”臻品甘肃电商平台总经理朱凯介绍,臻品甘肃平台养生类商品中,蜂蜜占总养生类商品销售额的23%、枸杞占总养生类商品销售额的17%、养生类茶饮占总养生类商品销售额的15%。平台上的定西、陇南等地的养生类商品中,黄芪占当地总养生类商品销售额的26%、当归占当地总养生类商品销售额的17%、党参占当地总养生商品销售额的11%。

“根据第三方最新统计数据,网络销售的产品中,食品滋补类产品占比最高为37.66%。从销售区域来看,广东、浙江一直稳居前两位。随着东西协作的走实走深,山东已成为我省农产品网销新的增长点。”甘肃省商务厅电商处副处长于清说。

市场瞭望

近年来,随着我国社会老龄化进程加快和人民生活水平不断提高,人们对疾病预防、健康管理等健康消费的需求日趋增强,树立大健康理念、发展大健康产业、完善大健康服务已成为社会各界共识。

所谓大健康,就是围绕人的衣食住行、生老病死,对生命实施全程、全面、全要素呵护,既追求个体生理、身体健康,也追求心理、精神以及社会、环境、家庭、人群等各方面健康。发展大健康产业,就是转变传统医疗产业发展模式,即从单一救治模式转向“防—治—养”一体化防治模式。

因此,大健康产业应涵盖医疗产品、保健用品、营养食品、医疗器械、保健器具、休闲健身、健康管理、健康咨询等多个生产和服务领域,是具有巨大市场潜力的新兴产业。发展大健康产业不仅有利于提高人民群众健康水平 and 生活质量,而且有利于调整产业结构、推动经济社会发展。

近年来,我国大健康产业已经吸引资本纷纷抢滩入局。统计数据显示,2021年上半年,互联网大健康领域融资总金额超119.6亿元,与上年同期相比上升1200%。截至2021年9月,中国共有52家医疗健康企业登上“全球独角兽企业500强”榜,数量位居全球第二。企业发展模式也逐渐演化为产业驱动型、开发驱动型、平台驱动型几大类。《健康中国2030规划纲要》预测,到2030年,我国健康服务业总规模将达到16万亿元。

不过,与发达国家相比,我国大健康产业仍处于发展初期,市场还存在产业链环节分散、研发和技术创新不足、企业规模较小、运营模式亟须创新等特点,难以满足多元化、个性化的社会需求,加上市场秩序不规范,标准和信息滞后,产业发展仍面临诸多挑战。

进一步撬动大健康产业发展,需要优化发展思路,充分开发市场潜力,大力发展新业态、新模式。下一步,我们要借助新技术、新经济等现代生产方式和经营模式,扩大生态和健康等中高端产品和服务的供给,实现供给与需求的更有效匹配。

此外,还要进一步探索如何使产业发展从过去的分散、粗放状态转变为更加有序、均衡,推动行业竞争态势由“资源竞争”加速向“创新竞争”转变,推动资源投放由“优化配置”加速向“提质增效”转变。比如,完善大健康产业法规 and 标准,严格监控市场,杜绝假冒伪劣产品等,为消费者提供放心的产品和服务。

拥

吴佳佳

穿古装、住客栈、泡温泉——

迎虎年 别样游

本报记者 余颖

小调查

距离春节假期不到20天,消费者已经开始为过节做计划。毕竟低风险地区,市民可以在做好防控的前提下,有条件地回家过年,不需要完全停摆。

携程平台数据显示,截至1月12日,平台“春节”关键词搜索热度同比增长超180%。在去哪儿平台上,各大城市酒店热销,预计在虎年春节期间入住酒店的订单量达到去年的3.8倍。

作为消费主体,年轻人主导了春节期间的旅游消费。根据携程近日发布的出行数据报告,随着“95后”“00后”年轻用户逐渐成为出行人群的主流,具备“旅游+社交”“旅游+演出”等属性的新玩法更受青睐。在此次携程新春嗨玩节中,乐山大佛旅投集团出品的互动式实景剧本杀《佛踪》在活动期间曝光量环比上月增长130%。往前看,携程平台上,今年暑假期间包含“剧本杀”的度假产品订单量环比前两月增长超40%,年轻用户带动力强劲。

“剧本杀”旅游可不是换个地方玩游戏那么简单,现在的旅游从业者“沉浸感”上下足了功夫。携程社区签约旅行家叶大喵晒出了自己2021年去成都青城山的“Mr.Blue探案馆”的经历:店里的主打剧本叫《醉饮山河》,属于古风推理类,老板为此专门修了一座三层楼的客栈,配合青城山的

自然风光,自带神秘气息,让叶大喵很是惊喜。而且店里还准备了汉服和各种道具,有专人负责做造型。12位客人根据角色,入住自己专属的房间,在剧本NPC(非玩家角色)的带动下,以武林高手、文人、富商等各种身份参与破案,把一次旅行玩出了武侠剧拍摄的感觉,比普通的城市剧本杀体验更加真实。

记者搜索发现,类似的沉浸式剧本杀客栈、酒店普遍以古风、民国风为主题,在全国已有多处。收费较低的人均200元左右;高端一些的,比如Mr.Blue,两天一夜含三餐和青城山景区门票,普遍收费在每人900元左右。两个人参与的话,算下来跟双人在五星级酒店吃饭加住宿的花费差不多,但剧本杀客栈的体验更为丰富,成为今年春节年轻人最新的消费选择。

春节是合家团聚的时刻,能自己出去玩的年轻人毕竟是少数,更多家庭倾向于一大家子人热热闹闹聚在一起,虽然不能去远方,也要就地找到“诗意”。去哪儿大数据研究院发现,今年春节流行“酒店宅度假”,在当地寻找一个设施齐全的酒店或民宿,一家人其乐融融宅7天,成为许多就地过年一族的选择。其中,能让一家人住在一起的独栋别墅、带小院的屋子、山景温泉房型热销。人们愿意在特殊的假日里花更多的钱,住得好一点儿,好好享受一番。春节酒店预订每晚均价达到716元,比疫情前上涨两成。最热门的三亚酒店每

晚均价达到1471元,北京的酒店预订均价也接近千元。

顺应消费者呼声,各大旅游OTA(在线旅游)公司还推出了促销活动,在消费者蠢蠢欲动的心上再添一把火。同程艺龙启动了“囤年货过大年”活动,提供部分尖货产品5折、限量领取400元出游红包等多种优惠。携程平台举办了“赏新年味·过划算年”新春嗨玩节,其中的BOSS推荐系列产品预订量较活动前增长193%,已有超两成已下单产品将在春节假期期间核销。

记者注意到,春节酒店主打性价比极高的家庭欢聚牌,例如携程平台上,三亚亚龙湾一度假酒店推出了高级家庭套房2晚(含早)加椰子鸡火锅套餐,售价899元;丽江某酒店推出了2晚大床房(含早)加茶饼手工体验套餐,售价799元。

受冬奥会的带动,冰雪旅游今冬热度持续不减。此前的元旦假期,冰雪旅游相关的酒店、景区均有大幅增长,同程数据显示,元旦滑雪场周边酒店预订量环比增长140%,滑雪场门票预订量环比增长110%,冰雪世界类景区门票预订量环比增长220%。春节假期,“安吉399元温泉+滑雪+隐居山水酒店+双人早餐下午茶套餐”等多条热门滑雪产品依然保持热销状态。

本版编辑 沈慧美 编夏祎



2021年旅游季,游客身着汉服在西安碑林博物馆体验拓印。
新华社记者 李一博摄

广东潮州发掘工夫茶文化,位于凤凰镇的潮州凤凰单丛茶博物馆、悦德苑民宿成为凤凰山茶旅走廊的主要景区。
新华社记者 刘大伟摄