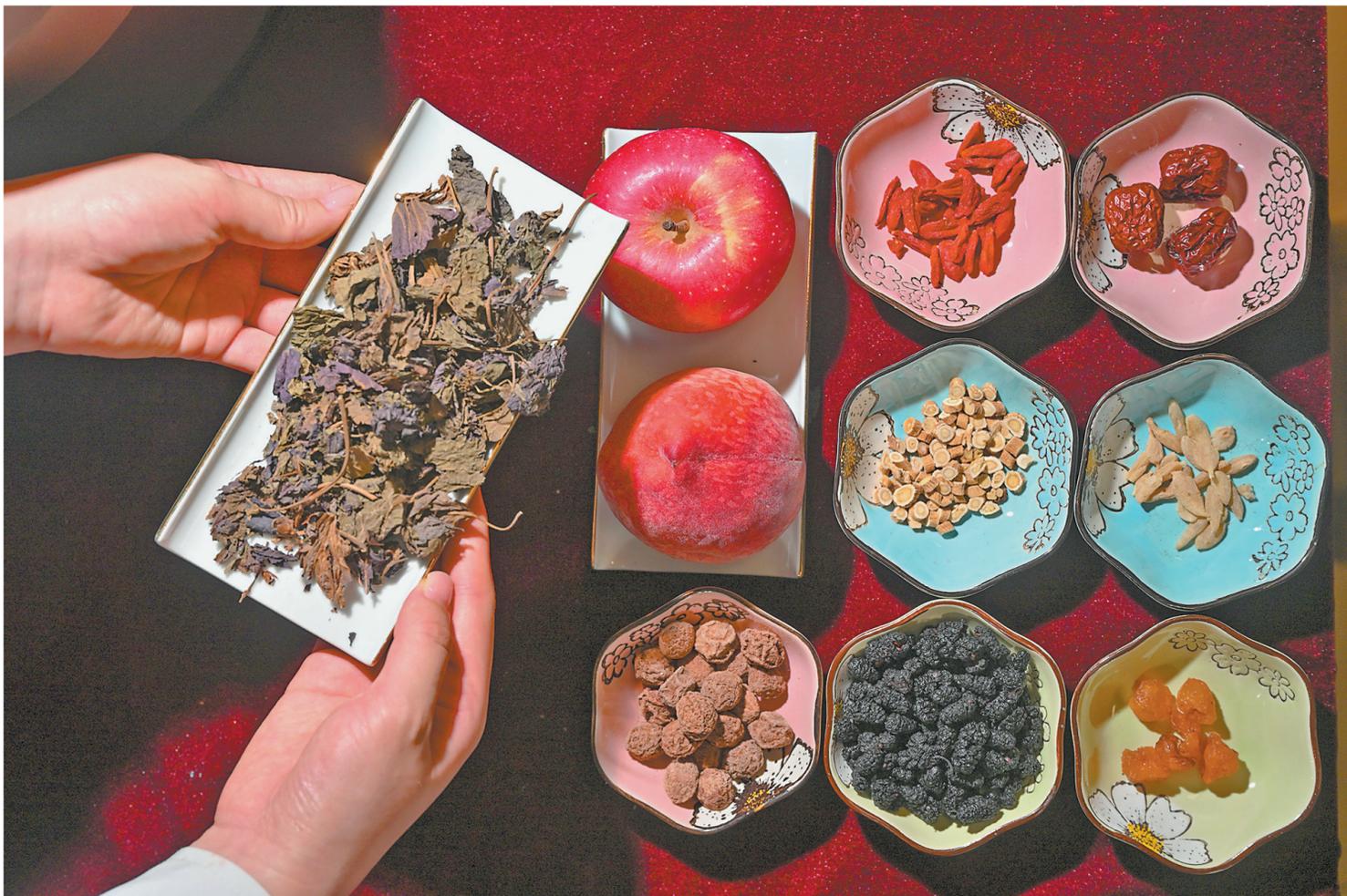


## 药食同源产业 市场淘金有何良方



四月十八日，南川区中医院，医生正在准备熬制中药茶饮的材料。

### 核心提示

春日复苏，尝鲜养肝；烈日炎炎，解暑去烦；秋季干燥，益气养血；凛冽冬日，温补驱寒……这些刻在国人DNA里的药食同源理念，已有数千年历史，而在今天践行“大食物观”，顺应食品消费升级的背景下，同样有重要意义。

4月下旬，《食药同源预制菜营养与质量标准规范》发布，将为食药同源预制菜产业的健康发展保驾护航。几乎同一时间，重庆市中医药学会中医药膳专业委员会在南川区成立，旨在加快药膳学术引领、推动药膳事业转型升级。

近年来，随着全民大健康意识的形成和发展，消费者从被动的寻医问药变为主动的健康管理。养生，已经成了消费者的新追求，“药食同源”产品更是成为新生代的消费选择。

重庆是全国重要的中药材主产区之一，《中国药典》中552种常用中药材，重庆有350余种，占比63.4%。目前，中药材已成为我市生态特色农业的一大支柱产业，去年全市中药材种植面积已达300万亩，年产量超过100万吨。

在“药食同源”产业这个新赛道里，重庆还有哪些关键堵点需要打通，又如何抓住新“口味”里的新机遇？连日来，重庆日报记者进行了调研。



▲5月8日，南岸茶园生物科技工作人员在检查“药食同源”产品。本版图片由记者 刘力 摄/视觉重庆

□新重庆-重庆日报记者 颜安

林彦万万没想到，有朝一日中医院也会成为自己的竞争对手。

这位在南川城区经营一家奶茶店的“90后”妹子，眼睁睁看着两条街之外的南川区中医院，像变戏法似的推出了几十种中药茶饮，从健脾到除湿、从通络降脂到清肝明目，几乎涵盖了人体健康的方方面面，成为了许多从“口味党”变成“成分党”的年轻人心头好。而且，对方还推出了中药糕点、秋梨棒棒糖等休闲食品。

从“保温杯里泡枸杞”到“朋克养生”，这股年轻人的养生风潮，让林彦有些始料未及。

### “吃块灵芝饼干调理一下”

南川区中医院药饮的推动者，是该院药剂科医生李琳琳——前些年，新冠肺炎疫情肆虐时，李琳琳牵头配制了一款内含黄芪、白术、藿香、金银花等中药成分的扶正抗流汤，在抗疫一线收到了不错的反响。

“过去，许多年轻人觉得中医有点‘老土’，同时对健康的关注度没有这么高。”李琳琳注意到，疫情过后养生的人群已从中老年人扩大到各类人群。泡枸杞、吃芝麻丸、购买人参饮料等，年轻的消费者对“药食同源”产品释放着源源不断的热情。

李琳琳加快了调试中药茶饮的进度，并于去年推出了参花养颜茶、数九养肾茶、明目降压茶、健脾除湿茶等40余种“尹子”养生系列产品，以及数九温阳汤料包、秋梨棒棒糖等产品，深受年轻人好评。

中医院成为更多年轻人选择的同时，也给了不少人新思路：以中药成分制作产品作为新卖点。

5月11日，周末，南川城区的佛山山药膳养生坊例打起了烺。后厨内炉火正旺，眼看着油锅热了，38岁的行政大厨赵亮把一盘配好的食材倒下去，“吡”地一声，油锅里的火苗蹿起，炒勺上下下地颠起来，食材在锅里翻滚着、碰撞着。

3年前，关注到市民中兴起的“中式养生热”，出身中医世家的赵亮和朋友联合开起了这家药膳坊，创新推出药羊汤、金银上汤桑枝、长命菜红烧肉、四神粉蒸肉等药膳，受到许多人青睐。

在石柱中益乡，重庆华溪村黄精面业有限公司打造的“中华黄精第一宴”于两个月前正式开席，黄精炖土鸡汤、黄精野生菌、黄精肉饼小塘菜等菜品颇受游客欢迎。

而重庆纯芝生物科技有限公司的产品则包括野生灵芝茶、胶囊、酒、咖啡、饼干等，涵盖酒饮、零食等领域。

此外，云阳的乌天麻、秀山的山银花、城口的曲茎石斛等，都衍生出了各式食品，正在俘获人们的胃。

这一赛道为何突然熙熙攘攘？

重庆市中医药学会中医药膳专业委员会主任委员、重庆市药物种植研究所所长杨勇认为，食疗文化本就是传统中医药文化的重要组成部分，《黄帝内经》中多处描述了食物与疾病、食物与健康、食物与药物的关系。“药王”孙思邈提出“以食治之，食养不愈，然后命药”，认为食治当优先于药物治疗。

近年来，中式风潮吹向了各行各业，中药也乘此东风开疆拓土。中药产品形式不断创新，打破“难喝难吃”的刻板印象，以非常“友好”的姿态走进了年轻人视野。

杨勇认为，药食同源正从酒饮、药膳的传统领域向烘焙、零食等新兴领域拓展。

或许，下次和朋友闲聊时，可以增加“吃块灵芝饼干调理一下”的话题。

### 缺少龙头企业 and 爆款产品

生意顺风顺水，但赵亮不敢掉以轻心。前几天，手机上弹出的一则“2022年浙江某月子中心在鸡汤内加党参被罚3万元”的旧闻，就把他吓得不敢：“鸡汤里放党参，就要被处罚3万元，以后还能愉快地煲汤了？”

其实，这个事件恰恰反映出当下“药食同源”市场的一种现象，即传统医学、保健养生的营销满天飞，但到底哪些是合规的，哪些是忽悠，界限标准并不明晰，甚至许多业内人士也搞不清楚。

“其实，国家在这方面是有规定的。”市疾病预防控制中心公共卫生安全与监测所（营养食品）副所长罗书全告诉记者，《食品安全法》规定，生产经营的食品中不得添加药品，但是可以添加按照传统既是食品又是中药材的物质，也就是食药物质。截至目前，国家公布的食药同源名单中，共有102种物质，其中党参2023年才入围食药同源名单。

“我们的药食同源工作还有许多短板。”罗书全认为，首先就是广而告之的力度不够，以至于不少人对界限标准有些模棱两可，才会发生上述的“热搜事件”。

重庆华溪村黄精面业有限公司总经理柏生对此深有感触：“黄精用于食用已有上千年，但现在大多数人仍不知道其功效。”

去年，中益黄精面的销售额为800万元左右，乍一看不少，实则大部分都是脱贫地区农副产品网络销售平台进行销售，且以帮扶单位采购为主，市场仍需拓展。

目前，我市缺少龙头企业 and 爆款产品，抢占先机的意识还需要加强。

重庆纯芝生物科技有限公司做灵芝药食同源产品已有10年，但一年销售额也不过五六千万元。

药食同源的浪潮，呼唤着药企巨头下场逐鹿。如哈药集团推出了水饮料和苗条瘦身饮料，华润三九推出了罗汉果茶凉茶饮料，香雪制药推出“上清饮”饮料，贵州百灵清子怡代言胶原蛋白饮品，修正药业斥资打造功能茶饮“修真茶园”品牌。

相较之下，本地巨头的行动显得有些迟缓。作为重庆本地最大的药企之一，太极集团目前只推出了红参黄芪茶、茯苓蒲公英艾茶、菊花清甘茶、七珠健胃茶4款养生茶，原本在开发的藜麦系列饮品，因市场反馈不佳，已经暂停。

谈及原因，该集团党办有关负责人坦言，因为本身是一家制药企业，重心还是在药品制造上，如果要生产食品，又要去拿新的批文，开新的生产线，铺设新的销售渠道，“再加上药材加工食品后，价格肯定会有上涨，利润空间被进一步挤压，因此公司比较谨慎。”

### 放下“身段”拥抱广阔市场

事实上，这个关于成本与利润的担忧并非没有根据。

最近进入药食同源名单的党参、铁皮石斛、西洋参、灵芝等，个个都出身不凡，要让他们“屈尊”进入食品序列，其身价自然不菲。

重庆纯芝生物科技有限公司总经理黄群英介绍，他们生产的灵芝胶囊，少则数百元一瓶，贵的卖到了7000元，主要面向中高端消费者。在销售渠道方面，其线下销售场景集中在养生场所、礼品店、茶庄、中医馆等，受众面并不广。

记者手记>>>

## 发展“药食同源”需要政企形成合力

□新重庆-重庆日报记者 颜安

这次单一主题采访，涉及点多而散，时间跨度两周，行程上千公里。

这是因为“药食同源”产业涉及到农业农村、卫生健康、食品药监、市场监管等多个部门，必须多次采访，才能把这张拼图拼凑完整。

采访下来，记者感到，“药食同源”产业是一片“蓝海”。有数据显示，淘宝天猫药食同源市场近一年的销售额已接近234亿元，同比增长22.3%，显示出巨大的增长潜力。中国社科院预测，2023年我国大健康产业规模将达到14万亿元，其中，“药食同源”产业占比将持续上涨。

在这个新赛道里，大家都在跑步入场。重庆是全国重要的中药产地之一，拥有丰富的天然药用资源以及悠久的中药材种植历史，在当下更应抓住“美味与健康可以兼得”的趋势和需求，进一步打破行政界限，形成合力，助力产业闯出新天地。

首先，“药食同源”产业涉及种植加工销售多个环节，需要有牵头部门和协作部门。其次，在药食同源食品安全地方标准制定方面，目前我市是一部分企业在牵头，显得有些势单力薄。

第三，重庆的地形特点，决定我们的中药材也是品种多而全、规模小而散，更需要自上而下进行规划，因地制宜扩大种植规模。

最后，从那些“药食同源”产业发展得较好的省市来看，背后都有行政力量作为推手。如贵州早在5年前就组建了省级的中药材产业发展工作专班，统筹推进全省中药材产业发展；广西每年都有相关部门联合组织“十大药膳”及“区域民族特色药膳”遴选，既展示交流成果，又激励企业创新；近邻四川内江由政府引导，规模发展天冬及天冬骨、天冬酒、天冬蜜饯、天冬煲汤等产品，中医药大健康全产业链产值超10亿元。

重庆相关部门应“挺身而出”，既“唱主角”又“做主导”，引导企业把握好眼下“好看、好吃、好用”的消费需求，围绕季节不断调整主推产品，针对细分人群和场景推出对应产品，让重庆“药食同源”成为越来越多新生代的消费选择。



▲4月18日，南川金佛山药膳养生坊，厨师用天麻制作成美食。

因此，黄群英的当务之急开发更多价格“亲民”的产品来拓展销售圈层，“我们已经研发了几款灵芝饼干、灵芝咖啡和茶饮，马上上市了。放下‘身段’，消费市场才能更广阔。”

中益黄精面的售价高达37元/斤，甚至贵过了猪肉价，“普通消费者看到这个价格，也只能是拿起又放下。”柏生说，公司着力开发的黄精凉茶、黄精宴等，也是想拓展市场。

“面向大众，拥抱大众。”罗书全说，重庆将中药产业作为高成长性产业纳入“33618”现代制造业集群打造，但是如果中药材只做药用，那么其规模就会很有限。国人的饮食已经从吃饱、吃好吃好发展到吃健康的阶段了，“药食同源”产品的前景广阔，是中医药产业化的有效切入点。

杨勇与之观念类似。他表示，门店消费始终是有天花板的，预制食品才是发展“药食同源”产业的出路。杨勇将药膳总结为在中医理论指导下，选择合适的食材和药材，结合传统烹饪技艺和现代食品加工技术，色香味、形效俱全的、具有强身健体、防病治病功能的特殊膳食。

在此基础上，他和团队提出了应时药膳、应地药膳、应体药膳的理念，并据此开展了山王坪羊肉汤、归芪鸡、参麻乳鸽汤、参竹牛尾汤、五行春卷等药膳预制菜产品的配制与研发。

“但我们始终只是一家科研单位，做研发还可以，要搞生产和推广，始终还是需要借力才行。”他最后表示。



▲五月八日，某灵芝文化中心工作人员在整理柜子里的灵芝。