

“新中式养生”如何“避坑”？

“新中式养生”的风劲吹：继中药奶茶、中药咖啡、中药房配酸梅汤等火了之后，近日，“38元一份中药冰淇淋卖断货”引起热议；带有药食同源标签的中药面包，刚上市就销售火爆；在三伏天，“不要钱的‘天灸’”——晒背流行起来……

在这一养生风潮之下，很多年轻人“蹦迪变成拍八虚，冷饮切换泡枸杞，三餐五谷不再少，针灸推拿样样齐”，完成了“从质疑到理解，再到真香”的转变。有调查显示，2023年，18岁至35岁年轻人消费榜单第三名就是“保健养生”，占养生消费群体的比例高达83.7%。在某社交媒体平台上，关于“养生”的话题全年浏览量超25亿。

与此同时，面对一些食品“一沾中药身价大涨”的现象，有网友戏称“李时珍看了都坐不住了”，还有人怀疑它们到底是养生良品还是营销噱头？在这种潮流面前可以“闭眼入”吗？被“圈粉”的年轻人又该如何“跟对风”？

“养”——青壮年之“养”，带火了“新中式养生”概念。它形式上很“新”，理论根基是“中医药文化”，根本目的是“养生”，比起传统养生方法，更符合年轻人消费和生活习惯。

向内，主打一种“气血充盈”的健康美。所谓“新中式养生”，指的是在传统中式养生的基础上，融合现代人生活习惯的养生方式。在这种养生方式之下，“气血”这个典型的中医词汇，也成了当下年轻人定义“美”的新标准。

在社交媒体上，很多网友发布的养生笔记中，“美白”“补气血”“抗氧化”等成为高频词，补气、养血、祛湿、助眠的“健康美学”成为新时尚。年轻人的保温杯里除了枸杞，黄芪、玫瑰、西洋参等都成为“杯中物”，“内涵”愈加丰富。

向外，功夫在每天的“养生血脉觉醒”。“熬最野的夜，养最young的生”，很多年轻人的一天是这样的：“早起用经络梳梳头，再打一段八段锦，上午泡一壶养生茶，工作或学习间隙拿艾草锤拍八虚，睡前半小时草本护肤加上热水泡脚”；饭只吃七八分饱，在办公室加餐首选中式滋补零食；在休息日，与好友相约“针灸推拿养生局”……

重养身也重“养心”。在户外，年轻人通过亲近自然来平衡身心，公园发呆、原地度假等成为追求慢生活、滋养心灵的新体验。通过抱大树寻求心灵按摩，实现养心治愈的“抱树疗法”悄悄流行。

求新，乐于追逐“中药+”的跨界潮流。遇新而新，中药正在跨界更多的食品领域，“中药+”带火了越来越多的食品和饮品，乌梅汤、爆浆芝麻丸、各类花草茶长期居于电商食品榜单头部。在最新的中药冰淇淋中，薄荷西瓜霜、川贝枇杷膏等口味，光听名字就很“本草纲目”。

据《Z世代营养消费趋势报告》显示，“药食同源+滋补类食品”成为新生代消费首选，养生经济的玩法变得年轻化趣味化。

“扬”——中医药之“扬”，赢得更多



年轻人，成为健康的“硬核”保障。千百年来，健康是人类的永恒追求，养生是通向健康的重要途径，有着鲜明的时代性。“新中式养生”潮流的兴起，有着多方面的原因。

其一，年轻人一边自嘲着“脆皮”，一边更注重“护体”。

如今，在快节奏的现代生活中，熬夜、久坐、缺乏运动，饮食不规律等，使得年轻人的亚健康问题愈发普遍，如越来越疼的腰椎间盘突出，不断升高的发际线，标满箭头的体检报告等，“脆皮大学生”“发虚青年”等名词也开始流行。面对一个个“小警报”，他们的健康意识及时觉醒，以“治未病”见长的中医药，恰好满足了其养生需求。如今，敷“三伏贴”也吸引了很多年轻人，他们期望借此振奋阳气、提高免疫力。

一项针对年轻人的调查显示，74.3%的受访者认为自己有中医养生意识，94.0%的受访者了解过中医养生的相关理念，93.3%的受访者尝试过各式中医诊疗法。

其二，中医药走出“深闺”，展现“亲和”力。

在今年的巴黎奥运会上，中国游泳队运动员们背上的火罐圆印再成“显眼包”，拔火罐、针灸等中医疗法被称为“神秘的东方力量”；“樊振东赛前静坐放空反差感拉满”也一度登上热搜……传统中医药养生通过各种途径，进入越来越多人的视野。

在生活中，中医药也正在走出“深闺”。各地开办“健康夜市”，医院把中医药送到群众身边，还有的中医院自行配制酸梅汤，结果一“汤”难求，打败奶茶店……

在其背后，有着相关部门的努力。今年2月，国家卫生健康委等部门联合印发《关于进一步加强新时代卫生健康文化建设的意见》，明确提出“推动中医药文化融入生产生活”“推动中医药文化加快从内容供给向产品供给转化”。各种举措结合年轻人的喜好，提供更丰富的中医药文化体验，为中医药文化传播打开了新思路。



即墨区中医医院举办“扬国粹，护健康”中医养生操比赛。

其三，“新中式”潮流在年轻群体中全面走红。

“新中式”，指将中国传统元素与当下审美潮流相结合的各类设计、产品。近年来，在“国潮”文化勃兴的背景下，在服饰、美妆、餐饮、家居装潢等多个领域，都流行起“新中式”，这源于年轻人从心底洋溢着的对传统文化的自信与热爱。

随着新国潮的兴起，作为中华优秀传统文化重要组成部分，博大精深的中医药文化必然会被重新发现，这是千年文化的厚积薄发，是市场功底的稳扎稳打，更是消费者与传统文化的双向奔赴。

“佯”——新潮流中，也掺杂着一些虚虚实实、真假难辨的产品和方式。在“新中式养生”风潮中，“万物皆可入中药”颇为流行，且部分售价远超同品类商品，引发“真养生还是智商税”等质疑，另外，不少养生方式也因人而异，不可盲目跟风。养生可追“新”，也要“避坑”。

比如，“适合自己的，才是最好的”。中药冰淇淋、中药奶茶、中药咖啡等网红产品，宣称具有养生、健康功效，着实令不少年轻人心动。事实果真如此吗？中医药专家表示，就算加入药材，冰淇淋的养生效果也是微乎其微的，噱头大于实际功效，尤其是体质偏寒的人群还是少吃为宜。

另外，“三伏贴”并非“万能贴”，有些人不宜进行这项治疗；晒背对健康有益，但盲目晒背可能适得其反……中医讲求对症治疗，辨证施治，如果不适配，不仅起不到效果，可能还会伤身。

比如，勿忘“本”，当心“安慰剂效应”。“先喝上一杯没有‘负罪感’的中药奶茶，再来个无‘负担’的药膳甜点……”在生活中，中药茶饮等缓解了不少年轻人的健康焦虑，先让精神“舒坦”了一些。

在专家看来，它们很多时候只能起到安慰剂的作用，不能代替基本的传统养生方法。其实最好的养生方法大家也都知道，可谓“万变不离其宗”，既要平时“起居有常、饮食有节”，通过自律的生活方式来获得健康，也要重视查体，积极寻求“主动健康”。

“中药+”玩转跨界，也要告别“虚热”，进一步发掘中药食品背后的医学功效和文化底蕴，赢得更多年轻消费者。中医药文化还需与旅游、教育、科技等产业深度融合，焕发出更大活力。

处于“新中式养生”中灵魂地位的中医药，也在随时代不断发展。我国已有中医药各类标准3000多项，正对现有标准体系再“升级”，为推进中医药现代化和产业化、促进中医药高质量发展提供有力支撑。

一缕药香跨越古今、传承千年，又在时代的发展中与时俱进、融合创新。“中医学是中国古代科学的瑰宝，也是打开中华文明宝库的钥匙。”相信中医药将会开辟出更多“新中式养生”的应用场景与产品类别，与潮流共舞，为健康助力。

(和声 青小南)