

中医药奶茶的发展现状及差异化竞争策略

申屠雨含¹ 张世翔² 李凤敏³ 孙柳青⁴ 刘雅⁵

(新疆科技学院 新疆 库尔勒 841000)

【摘要】本文深入探讨了中医药奶茶在当前饮品市场中发展现状及其差异化竞争策略。随着消费者对健康饮食需求的日益增长,中医药奶茶凭借其独特的健康属性与传统文化底蕴,在市场中展现出强劲的增长潜力。通过对中医药奶茶市场进行全面分析,本文揭示了其在原材料选择、产品配方、健康功效等方面的核心优势。为提升中医药奶茶的市场竞争力,本文提出了差异化竞争策略。

【关键词】中医药奶茶;发展现状;差异化竞争策略

Development status of traditional Chinese medicine milk tea and differentiated competitive strategy

Tuyuhan Shen¹ Shixiang Zhang² Fengmin Li³ Liuqing Sun⁴ Ya Liu⁵

(Xinjiang College of Science and Technology, Xinjiang Korla, 841000)

[Abstract] This paper deeply discusses the development status of traditional Chinese medicine milk tea in the current beverage market and its differentiated competition strategy. With the increasing demand of consumers for healthy diet, TCM milk tea has shown strong growth potential in the market with its unique health attributes and traditional cultural heritage. Through a comprehensive analysis of the TCM milk tea market, this paper reveals its core advantages in raw material selection, product formulation, and health efficacy. In order to enhance the market competitiveness of traditional Chinese medicine milk tea, this paper puts forward the differentiated competition strategy.

[Key words] Traditional Chinese milk tea; Development status; Differentiated competitive strategy

绪论

国家统计局数据显示,2023年前三季度,全国居民人均医疗保健消费支出1835元,增长15.0%,占人均消费支出的比重为9.4%。美团外卖发布的数据显示,去年10月16日以来,关键词带有“养生”的外卖餐品销量对比去年同期增长了372.2%。人们对健康的重视程度越来越高,让本就增长迅速的养生市场愈加火热。中医药理论源远流长,强调“天人合一”、“阴阳平衡”与“身心合一”,倡导通过自然疗法调理身体,以达到预防疾病、增强体质的目的。而现代茶饮文化则以其独特的休闲方式、丰富的文化内涵以及广泛的受众基础,成为现代人生活中不可或缺的一部分,代表着时尚与社交的新风尚。随着健康意识的不断提升,人们对饮品的选择不再局限于口感与解渴,更加注重其健康益处。中医药奶茶正是在这一背景下应运而生,它巧妙地将中药材的药理作用与奶茶的时尚元素相结合。在研发过程中,通过选用具有明确保健功效的中药材,如枸杞、菊花、桂圆等,并结合科学的配比方法,中医药奶茶不仅保留了奶茶原有的风味,还增添了中药材的清香与药效,实现了口感与健康的双重提升。这一创新饮品既满足了现代人对美味的追求,又兼顾

了健康养生的需求。

1 中医药奶茶发展现状

1.1 中医药奶茶的定义与特点

中医药奶茶是一种融合了传统中医药理论与现代茶饮文化的创新饮品。它将具有明确保健功效的中药材与奶茶相结合,通过科学的配比与熬煮方法,制成既保留奶茶风味又兼具中药材药效的饮品。这种饮品旨在满足现代人对健康与美味的双重追求,是中医药文化与现代生活方式相结合的一种体现。

中医药奶茶的核心特点在于其健康养生功效。它选用了具有明确药理作用的中药材,如枸杞、菊花、桂圆、红枣等,这些药材在中医理论中有着滋补肝肾、益气养血、清热解毒等多种功效。将这些药材融入奶茶中,使得消费者在享受美味的同时,也能获得一定的健康益处。同时,中医药奶茶在保留传统奶茶风味的基础上,融入了中药材的独特香气与口感。不同的中药材与奶茶基底相结合,可以产生丰富多样的口味体验。例如,加入红枣的奶茶会带有丝丝甘甜,而加入菊花的奶茶则会增添一份清爽。不仅如此,中医药奶茶注重个性化定制服务。根据消费者的体质、健康状况及口味偏好,可以量身定制专属的中药奶茶配方。

这种个性化定制不仅满足了消费者的个性化需求，也体现了中医药“辨证施治”的理念。

1.2 市场发展现状

近年来，随着健康饮食观念的深入人心，结合中华草本养生的传统智慧，中医药奶茶作为一种新型饮品逐渐崭露头角。它不仅满足了消费者对美味口感的需求，还融入了健康养生的理念，因此备受市场青睐。根据市场反馈和数据分析，中医药奶茶的市场规模正在不断扩大，增长速度显著。越来越多的品牌涌入这一领域，市场竞争也日益激烈。随着中医药奶茶品牌的推广和普及，消费者对这种饮品的认知度不断提高。越来越多的人开始接受并喜爱这种融合了中药养生理念和现代奶茶工艺的饮品。中医药奶茶在年轻人群体中的受欢迎程度尤为突出，他们更加注重饮品的健康属性和文化内涵。除了传统的实体门店销售外，电商平台、社交媒体等线上渠道也成为重要的销售渠道。这些线上渠道为中医药奶茶品牌提供了更广阔的市场空间和更多的销售机会。

2 中医药奶茶原材料与产品配方优势

中医药奶茶所选用的原材料大多来自药食同源的中药材，如枸杞、红枣、菊花、桂圆等。这些中药材在中医理论中具有明确的保健功效，且安全性高，适合作为日常饮品原料。它们不仅能为奶茶增添独特的口感和香气，还能让消费者在享受美味的同时获得健康益处。中医药奶茶品牌在选择原材料时，通常会进行严格的质量控制和筛选，确保所选用的中药材品质优良、营养丰富。这些优质的原材料能够提升奶茶的整体品质，使其更加符合消费者的健康需求。中医药奶茶的原材料种类繁多，包括各种具有不同功效的中药材。这使得中医药奶茶在配方设计上具有更大的灵活性和多样性，可以根据消费者的不同需求和偏好进行个性化定制。

在产品配方层面，中医药奶茶的配方设计通常基于中医理论和现代营养学知识，通过科学配比将不同的中药材与奶茶基底相结合，以达到特定的保健功效。这种科学配比不仅保证了奶茶的口感和品质，还使其具有显著的保健效果。中医药奶茶在保留传统奶茶风味的基础上，融入了中药材的独特香气和口感。这种融合使得中医药奶茶的口感更加丰富多样、层次分明。消费者可以在品尝过程中感受到不同中药材带来的独特风味和健康益处。中医药奶茶品牌通常会提供多种配方选择，以满足不同消费者的需求和偏好。消费者可以根据自己的体质、健康状况和口味偏好选择合适的配方进行定制。这种个性化定制服务不仅提升了消

费者的满意度和忠诚度，也增强了中医药奶茶的市场竞争力。

3 差异化竞争策略

3.1 强化中医药文化底蕴与品牌形象

深入挖掘中医药文化的历史渊源和独特魅力，通过品牌故事、文化宣传等方式，将中医药文化与奶茶品牌深度融合，塑造独特的品牌形象。在产品包装、门店设计等方面融入中医药元素，提升消费者的文化认同感和品牌忠诚度。

中医药的历史源远流长，可以追溯至几千年前的《周易》《黄帝内经》《神农本草经》，也有后来的《本草纲目》的集大成者，近现代以来，中医药学受到现代科学的影响，开始与现代医学理论和技术相结合，进行标准化和科学化的研究。可以说中医药历经千年，作为传承下来的传统文化和传统医药，已经具备相当成熟的体系。

而本身的历史和文化的沉淀，也让中医药有着不同凡响的古韵风味。因此在与奶茶饮品结合时，在门店和包装上可以增强中医药本身的古韵感。

3.2 创新产品配方与口味，满足多样化需求

不断研发新产品，结合现代人口味偏好和健康需求，创新中医药奶茶的配方和口味，如推出季节限定款、地域特色款等。关注消费者反馈，及时调整产品策略，确保产品始终符合市场需求。

首先要明确市场需求，了解目标市场。研究消费者的口味偏好，饮食习惯和健康意识。观察市场上同类产品或类似产品的口味趋势，找到空白处或课改九年空间。通过建立反馈渠道，例如问卷调查或社交媒体分析等方式，收集海量消费者的建议，才能去做迎合市场的前知基础。

其次要创新与实验。可以尝试去做跨文化的融合，结合不同地域文化的特色食材和烹饪技巧，创造新颖的口味组合，比如瑞幸的酱香拿铁。也可以开发健康的低糖、无糖、高蛋白、植物基等符合现代大众健康趋势的产品，例如百事可乐推出的无糖可乐。可以利用季节性的食材或地方特色，设计限定口味，例如茶百道每个夏季或冬季，都会推出对应季节的限定饮品。可以利用现代的食品科技，如发酵技术等，与茶、中医药进行融合，创造独特口感和风味。

最后需要进行测试与优化，以少量样品先进行内部测试；然后再邀请目标消费者参与口味测试，收集客户反馈；根据反馈和建议优化与调整配方。

3.3 拓宽营销渠道，提升品牌知名度

利用社交媒体、短视频平台等新媒体渠道进行品

牌推广,通过KOL合作、话题挑战等方式吸引年轻消费者。线上线下相结合,开展品牌活动、快闪店等,提升消费者的品牌体验和参与度。

可以为产品创建吸引人的故事背景,比如选用历史故事,赋予饮品古韵,增强吸引力;进行数字化营销,利用社交媒体、在线广告和数字营销工具扩大产品曝光度。

利用微博、抖音、小红书、等社交平台,发布吸引力强的内容,如健康小贴士,新品预告,用户评价等。创建博客、视频等分享中医药知识、健康生活方式和品牌故事吸引目标受众。通过自有网站或渠道,天猫、京东等电商平台开设在线商店,提供便携产品购买途径。

打造特色实体店,提供舒适休息区、互动体验区等增强体验感。在热门商圈或活动场地设置限时的联名的快闪店,进行联名吸引人流,扩大品牌知名度。可以与瑜伽馆、书店等场所跨界合作,设立临时销售点或共同举办活动。

利用CRM系统即客户关系管理系统收集和分析用户数据,提供个性化推荐服务。运用AI与大数据来预测消费偏好,优化库存管理和营销策略。

3.4 提供个性化定制服务,增强用户体验

根据消费者的体质、健康状况和口味偏好,提供个性化定制服务,如定制专属的中药奶茶配方。通过会员制度、积分兑换等方式,增强用户粘性,提升复购率。

通过收集数据和创建用户画像进行市场调研和更好分析细分市场的特定需求。设计定制化流程,可以咨询与诊断,拓展进行提供线上线下的健康咨询,包括简单的调查问卷或中医脉诊、舌诊等。根据个人体质、健康状况和口味的偏好,由专业医师或专业营养师设计个人专属的中药配方。可以设计同产品不同茶底,或奶制品和植物基奶替代品的选择。

数字化平台建设,开发易于使用的小程序或APP,可以输入个人信息,进行选择定制,并查看推荐配方。

可以利用大数据和AI算法,匹配最合适的中药组合,提高精确度。

建立会员制度,提供积分累积、优惠券或定期健康咨询等额外福利,增强客户的粘性与复购率。

3.5 加强行业合作与自律,推动健康发展

与中医药科研机构、高校等建立合作关系,共同研发新产品,提升产品的科技含量和附加值。积极参与行业标准的制定和实施,加强行业自律,确保中医药奶茶市场的健康发展。

强化质量控制,质量是食品饮品的核心指标要求。定期对产品进行独立检测,确保中医药成分的真实性和安全性。采用先进信息技术,建立从产品到成品全程追溯系统,便于问题产品的事实查找,售后处理与责任追究。定期对员工进行中药知识、食品安全和服务技能等方面的培训和食品安全的意识树立,确保所有操作符合指标要求。公开产品营养成分,配方,及可能的副作用及适用人群,保障消费者的知情权和特殊不适用消费者的人身安全。

设立消费者投诉和建议渠道,及时回应消费者关切,处理问题。

社会责任与公益行动,推行绿色包装、减少浪费、循环利用等环保措施,参与或资助健康教育、扶贫助困等社会公益活动,提升社会形象。

小结

为了在众多中医药奶茶品牌中脱颖而出,实施差异化竞争策略至关重要。具体而言,品牌应强化中医药文化底蕴与品牌形象,通过深入挖掘中医药文化的历史渊源和独特魅力,塑造独特的品牌形象,提升消费者的文化认同感和品牌忠诚度。同时,创新产品配方与口味,满足消费者的多样化需求,关注市场反馈,及时调整产品策略。拓宽营销渠道,利用新媒体和线上线下相结合的方式提升品牌知名度。提供个性化定制服务,增强用户体验,通过会员制度等方式提升用户粘性。最后,加强行业合作与自律,推动中医药奶茶市场的健康发展。

参考文献:

- [1] 卢辛甜,易丽娟,杨先国,等.以中药替代化学添加剂的中药奶茶调研及研制[J].广东化工,2021,48(16):59-60.
- [2] 闻彦.“中药茶饮”能喝出健康吗?[J].茶道,2023(10):66-69.
- [3] 陈轶涵,王继坤,丰光.中医药与新式茶饮的融合应用研究[J].中外食品工业,2021(7):5-6.
- [4] 刘政.中药饮品成为“朋克养生”新趋向[N].中国经济导报,2023-10-14(006).
- [5] 金朝力,冉黎黎.中药茶饮蹿红背后的监管考题[N].北京商报,2023-09-11(002).

项目基金:爱心中医药饮品“川柏茶舍”公益实践中心;X202413561001。

作者简介:

申屠雨含(2005.2.12-),女,汉族,浙江省杭州市,本科,学生,财务决算审计。