

# 中药版酸梅汤火了!

## 一包原料3.9元,药房酸梅汤供不应求

□半岛全媒体记者 黄雯平

近日,暑热还未消散,不少年轻消费者选择去中药店里开酸梅汤方子,在中药房里买酸梅汤喝越来越火,这种带有中药香气的茶饮一时间成为了年轻人的“新宠”。如今,年轻一代注重养生,对饮食安全十分看重,新流行起来的中药酸梅汤更是反映出年轻一代追求健康生活的理念。9月7日,记者走访青岛几家中药房发现,有两家药房酸梅汤已经卖断货,这种口味微甜、原材料天然安全的中药酸梅汤销量不错。

### 中药版酸梅汤火遍全网

近段时间,中药房里的酸梅汤得到了消费者的喜爱,销量快速增长、供不应求。在网上,去中药房配酸梅汤方子的视频火爆,“最近流行去中药店配酸梅汤”话题相关视频有近2000万观看量,成功登榜视频平台热搜。网友们对此纷纷点赞,还有不少网友评论,“这才是真的酸梅汤,材料货真价实;现在大家都追求健康,这波主打一个养生局;好想尝尝,看起来就很好喝!”

随着中药版酸梅汤话题不断传播,视频平台上也有不少网红晒出了自己去中药店配酸梅汤方子的经历。“您好,现在有酸梅汤方子可以抓么?”一位视频博主的视频里记录了她去配酸梅汤方子的过程。“7块钱一副,这里面有乌梅、山楂、陈皮、甘草、桂花、玫瑰茄、桑葚、薄荷、冰糖,冷水进锅烧开就可以了”,药店



医师对她说道。

在视频平台上,这名博主开酸梅汤方子的视频播放量有近90万次,不少网友评论说,“回家也熬了一副特别好喝,口感特别清甜开胃。”此外,记者了解到,目前青岛有不少中医馆都能配到酸梅汤方子,有些中药店还有附加服务,即现煮酸梅汤,节省了消费者回家熬煮的时间,省去了不少麻烦。

### 一副方子8.7元,药房酸梅汤热销

9月7日,记者走访几家中药店发现,酸梅汤最近成了药房里的“明星产品”,不少消费者前来购买,有两家药店已经卖断货,补货也遥遥无期。在辽阳西路一家国药馆,记者刚一进门就看到,有

几位顾客正在询问是否有酸梅汤,“我想买几包酸梅汤回家喝,最近这个挺火的,我也尝尝酸梅汤的味道”,张女士说。

记者了解到,目前南京路同仁堂和辽阳东路一家中医药社区医院可以买到酸梅汤。在辽阳东路中医药店,记者询问是否有卖酸梅汤,一名医师告诉记者,现在只有一包3.9元的酸梅汤原料包,“我们这卖的这种酸梅汤药包是中药材公司直接包装好,我们大量批发后进行售卖的。最近卖得好,昨天一天卖掉了10包,现在就剩下这几包了,很多人会选择囤购酸梅汤,我们平常也泡着当饮品喝。”记者看到,这种酸梅汤药包里配料含有乌梅、山楂、玫瑰茄、橘皮、桑葚、甘草、薄荷、桂花,原材料很丰富。

随后,记者来到了南京路同仁堂,这里一副酸梅汤的方子根据原材料的产

地、质量各有不同,其中选择普通陈皮的方子一副8.7元,含有乌梅、山楂、甘草和陈皮,而选择原材料更好的陈皮、桂花就更贵。店里的中药师表示,不同方子配出来的价格和药用价值有所不同,但是口感几乎没有差别。根据中药师介绍,中药版酸梅汤的味道是清新、略带苦涩的中药味。“可以用砂锅或者养生壶煎煮40分钟,冷饮热饮皆可,加冰糖后味道会更好”,中药师说。

### 不可盲目跟风,选择药饮要慎重

中药茶饮得到消费者的认可,反映出当下人们对健康的重视。年轻人追逐潮流,也有不少消费者为了尝鲜而选择购买。在中药版酸梅汤得到消费者认可后,一股“中药”味十足的新茶饮风逐渐兴起,中药版酸梅汤不断热销。但是,在选购酸梅汤时,消费者也需要考虑到自身的身体情况,听取专业中医师的意见,选择适合自己的药饮。

同安路一家中医院的高医师告诉记者,酸梅汤方子的原料一般包括,乌梅、陈皮、山楂三味药,有的还会根据人身体的情况适当添加一些甘草、桂花、玫瑰茄等材料。这些原材料熬煮后,还可以添加一些冰糖,纯天然的酸梅汤,确实非常健康。

“其实,这种酸梅汤的药用价值不算很高,普通人可以把它当作饮品喝,但也不可多喝,尤其是胃不好的人群。大家在选择药饮时还是要慎重一些,建议在中医医师的指导下开方子服用。”高医师说道。

# “City Walk”能否带动城市消费?

□半岛全媒体记者 陈源

近段时间,“City Walk(又名:城市漫步)”刷屏了各种社交媒体,给网友们带来了一场“城市漫步”之旅。看似与“压马路”“遛弯儿”无异的City Walk突然就成为年轻人最受欢迎的周末休闲方式之一。脱离群体狂欢,这个在社交媒体引发热议的词汇背后又有怎样的消费价值?

### 一边walk,一边“随心购”

《2023旅游调研报告》显示,82%的人想尝试City Walk,在几种新型旅游方式中排名第一;抖音上带有City Walk标签的视频播放量超过2.6亿次。2023年上半年,小红书平台上City Walk相关的搜索量同比增长超30倍。北京、上海、广州、长沙、成都等城市成为City Walk热门目的地。

与先前兴起的“特种兵式旅行”不同,City Walk既不是高强度的“一日千里”,也不是匆忙的“走马观花”,强调一个松弛感与慢生活,漫步者大多热衷于“串联式”的旅游线路。

而线路中,除了地标景点,沿途通常还会有当地特色美食、饮品店、文创商店、书店等众多生活化的消费场景。消费更加自由、随性和多元:随心选择两三处步行可达的景点,走累了进咖啡店坐坐,饿了去小吃店补充能量,途中在小店驻足逗留也是一种选择。

从“特意消费”变成“顺路消费”,“City Walker”们不经意间为城市消费打开了新思路和新场景,涉及到商业层面,可



以将City Walk视为一种与“本地生活”服务强相关的“消费动线”,即将新零售、餐饮、休闲娱乐结合的场景组合。City Walk相关门店提供了丰富多样的娱乐活动,满足人们对于多样化消费的需求。这里有电影院、咖啡厅、餐厅、娱乐场所等各种场所,人们可以在其中找到自己感兴趣的娱乐活动。这种多元化的娱乐方式让人们不再局限于线上购物,而是主动选择进行线下消费。City Walk的出现激发了人们线下消费的热情,为原本疲沓的业态注入了新的活力。

### City Walk在青岛

其实,在City Walk火遍社媒之前,青岛已有团体开始做这件“小而美”的事情了,并且一做就是3年。陆小白是“漫步青岛City Walk”的主理人,她现在在联广场经营着一家露营咖啡。她的City

Walk团体成立于2021年10月,前后举办了六七十场活动,社群里目前有200人左右,每次推出新的活动线路她都会在公众号和社群中进行招募。

“很多人觉得City Walk就是溜马路、市内一日游,其实只要参加过一次就会明显感受到二者的不同。我们的路线区别与大家想象中的旅游线路,而是更偏文化、历史一些,很多我们经常路过的建筑在一次City Walk之后会让大家有完全不同的感受。”小白也表示,根据每次活动内容不同,收费也不同,公益性质的也就是9.9元,基本也就是每人几十元的带队讲解和组织费用,中间也会留有餐食时间,大家可以自行安排。也会推出不同主题的活动,比如,在今年夏天就推出了“夜游青岛City Walk”,避开炎热的白天,在晚上重新领略这个城市的魅力。

小白也表示目前在青岛参加City

Walk的群体主要还是以年轻人为主,有些年龄稍长的参加者也是从子女处得知这项活动。另有一部分需求来自家庭群体,很多有周末遛娃需求的父母也想让孩子加入到这样一种有意义的活动中来,而亲子路线的价格较其他路线会高一些,一是要专门定制适合儿童的线路,二是在其中会穿插游戏及礼品等消费环节。

### “小而美”如何做大做强

从青岛的City Walk现状可以看出,虽然已有固定群体与组织,但愿意“付费遛弯”的群体目前仍是少数。一些消费者表示:“几十元的话还可以考虑,再贵了就觉得不值”,城市漫步不仅在青岛,在一线城市也依然是个“小而美”的活动。有专家提出,城市漫步应持续实践和创新,以满足消费者多样化需求。这样才能真正成为推动消费升级的力量,而不只是短期热门现象。

目前国内不少城市已着手推广本地漫步路线。北京市文旅局推出30条“漫步北京”系列主题线路,济南文旅集团推出“City Walk漫游泉城”系列旅游产品,陕西省文旅厅官方微信推荐“西安City Walk”路线……连青岛的文旅部门也纷纷“下场”推荐漫步线路,满足消费者城市漫步需求。

City Walk的兴起是件好事,说明人们开始向往慢生活,开始有意识深入了解城市,对于组织者来说,本身虽然算不上好生意,但从城市发展的角度来看,漫步会推动街区经济的发展。除此之外,City Walk慢节奏、有深度、有广度的方式,是城市传承文化历史,传播城市品牌的绝佳方式。而这3点,正是让城市内需可持续发展的必要动力。