

中国中式养生水行业现状深度分析与发展前景预测报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国中式养生水行业现状深度分析与发展前景预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202408/725844.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

1、中式养生水概述

中华传统食疗文化已经近千年，红豆、薏米、枸杞、红枣、绿豆、菊花、大麦等既是传统食材，又具备一定药用价值的食药物质（药食同源），在我国有着庞大的食用基础。随着健康意识的提升，消费者对健康饮食的日益关注，传统中医的“药食同源”理念逐渐深入人心。

中式养生水是指遵循中式养生理念，以中华传统食疗文化为基础，采用红豆、薏米、枸杞、红枣、绿豆等既是传统食物，又具备一定药用价值的食药物质（药食同源），通过煮制、萃取等工艺制成的，主打传统养生概念的即饮植物饮料。目前该赛道常见产品包括红豆薏米水、枸杞红枣水、绿豆水等。

重点“药食同源”食材对应功能及主治

食材

功能

主治

红豆

利水消肿，解毒排脓

用于水肿胀满，脚气浮肿，黄疸尿赤，风湿热痹，痈肿疮毒，肠痈腹痛

薏米

利水渗湿，健脾止泻，除痹，排脓，解毒散结

用于水肿，脚气，小便不利，脾虚泄泻，湿痹拘挛，肺痈，肠痈，赘疣，癌肿

枸杞

滋补肝肾，益精明目

用于虚劳精亏，腰膝酸痛，眩晕耳鸣，阳痿遗精，内热消渴，血虚萎黄，目昏不明

红枣

补中益气，养血安神

用于脾虚食少，乏力便溏，妇人脏躁

绿豆

清热解毒，消暑利湿，利水消肿

用于热毒疮疡，麻疹丹毒，暑热烦渴，水肿

陈皮

理气健脾，燥湿化痰

用于脘腹胀满，食少吐泻，咳嗽痰多

大麦

生干生寒，降低过盛胆液质、血液质，消炎退肿，清热止渴，清血除脂，通利肠气，清胆止泻，润肤生辉

用于湿热性或血液质性疾疾病，胸膜炎，乳腺炎，腮腺炎，肺结核，口渴心烦，腹泻，肤色粗糙，暗疮肿痛

菊花

散风清热，平肝明目，清热解毒

用于风热感冒，头痛眩晕，目赤肿痛，眼目昏花，疮痈肿毒

资料来源：观研天下整理

2、养生赛道进一步拓展，产品同质化下品牌卷向食材和工艺

红豆薏米水、桂圆水、陈皮水、红枣枸杞水、人参水……曾经不起眼的养生水，已经成为打工人的续命水。2023年夏季，大批年轻人涌进中药馆，迷上新中式养生，中医馆接待人数有限，所以养生赛道进一步拓展，从2024年初开始，社交平台上出现各种“中药茶饮店”，但大部分品牌的定位都大相径庭，基本上是“熬夜大补水”“植物刮油茶”“祛火清润水”还有“滋润补养水”。

那么在中式养生水产品同质化严重的情况下，只能开始内卷文化、食材和工艺了。例如，南京一家中医馆，对外出售的产品有太阳通明茶、少阴鉴红茶、少阳归元茶、太阳玲珑茶，通俗点讲就是熬夜补气水、花茶、西瓜柠檬绿茶、牛奶红茶；江苏的养生品牌百草间主打燕窝炖、山药饮、莲子饮，最近开始大卖梨汤、枣仁红豆眠香饮等时令饮品；元气自在水在配料表上，主要采用东北的优质红豆、绿豆，云贵的优质薏米，新疆的优质红枣，宁夏的优质枸杞。以红豆薏米水为例，配料表中仅有水、红小豆、薏米、赤藓糖醇。

部分中式养生水产品宣传卖点

品牌

宣传卖点

元气自在水

1) 真正煮出来的；2) 配料干净，全家安心喝；3) 0糖、0香精、0防腐剂；4) 潮湿天气时刻轻盈

可漾

1) 无代糖味更浓；2) 0糖、0脂肪、0卡路里；3) 药食同源

轻巧味

1) 越喝越轻巧；2) 怕湿气、好气色、看累了，喝轻巧；3) 0糖、0脂肪、0卡、0防腐剂

养益君

1) 配料干净、真正煮出来的；2) 远离湿气，享“S”生活；3) 0糖、0卡、0脂

多乐多

1) 自然轻养、原料鲜炖；2) 0糖、0卡、0脂（零糖零脂，身体轻负担）；3) 配料健康、

健康更加分

轻空

1) 0糖、0卡、0脂；2) 轻空，健康每一天

鲜汽十族

1) 无负担畅饮(0糖0脂0卡路里); 2) 纯净0添加(0防腐剂、0添加剂、0色素); 3) 萃取工艺, 保留红豆原味

青竹园

1) 配料表很干净; 2) 现场熬制、天然纯净; 3) 潮湿天气来一瓶, 轻松又自在

豆丁日记

1) 0糖、0卡、0脂; 2) 干净配料、安心无负担(敢承诺: 无添香精、无添加人工合成色素、无添加防腐剂); 3) 无菌冷灌

好望水

1) 干净配料; 2) 微沸慢熬; 3) 植物拼配; 4) 早上起床的第一杯水, 加油打气, 安抚身心

N12

1) 湿气走开、好睡不长胖; 2) 手工严选、真实材料; 3) 健康0添加、畅饮无负担

六养

1) 免熬免煮、即开即饮; 2) 配料干净、低脂清爽; 3) 甄选食材、清凉加倍; 4) 文火熬煮、清爽回甘

资料来源: 观研天下整理

根据相关资料可知, 有59.6%的消费者更关注品牌是否自主生产; 选材、工艺和功效是消费者关注中式养生水品牌的主要原因, 占比分别达到48.7%、30.1%和25.6%。

数据来源: 观研天下整理

都卷到这种程度了, 有些品牌则干脆在每杯饮料里都放人参——是一整根。在天猫旗舰店, 一整根人参水售价6瓶/108元, 合计18元/瓶, 显示已售出6000单, 每瓶水中含有2g左右人参。此外, N12、相遇欢饮等品牌选择走差异化路线, 添加广东新会陈皮、温县铁棍山药等特色食材增添风味。

在生产工艺上, 中式养生水品牌主打“熬煮”和“萃取”生产, 代表品牌分别是元气自在水和可漾; “粉末泡水”产品, 代表品牌是鲜汽十族。

中式养生水品牌生产工艺

工艺名称

熬煮

萃取

粉末泡水

代表品牌

元气自在水

可漾

鲜汽十族

工艺流程

熬煮设备将红豆大火煮沸；用恒温实现文火慢煮，充分释放食材香气，去除豆腥味，保留红豆薏米原香；煮制末尾关火焖煮；最后通过无菌灌装产线瞬时锁鲜

浓缩萃取，去除糖分、脂肪，保留红豆多酚等微量元素；通过多道微米级过滤，去除杂质；最后通过高温无菌灌装保证品质

制备红小豆提取液；将红豆提取液高度浓缩制成粉末；将制备好的红小豆粉末按照一定比例添加到水中，混合均匀制成饮料

优势

营养成分保留全面；最还原家常现煮口感

可提取特定成分；生产效率高，应用广泛

可提取特定成分；生产效率高

劣势

熬煮时间长，生产效率较低

过滤食材成分，口感较单薄

多次加工，食材风味损失严重

资料来源：观研天下整理

而有需求自然有市场，部分企业已经盯上并付诸行动了。

3、企业相继入局，中式养生水已成为超一个亿的新赛道

“可漾”2018年推出红豆薏米水、绿豆水、五红汤等中式养生水；2023年，元气森林发布元气自在水，销售额过亿，然后快速出5个茶品正式入局中式养生水赛道。

整体来看，我国中式养生水行业参与者主要分为两类：一类是少数拥有自建工厂，能够自主生产的企业，其中能够自主生产的企业占比仅21%，主要为元气自在水、可漾、多乐多和豆丁日记4个品牌企业；其余企业则是委托代工厂进行生产。

我国中式养生水行业参与者情况

品牌

品牌上线时间

所属企业

企业成立时间

生产方式

元气自在水

2023年

元气森林(北京)食品科技集团有限公司

2016年

自主生产

可漾

2018年

山东可漾饮料有限公司

2019年

自主生产

好望水

2020年

上海肆望饮料有限公司

2018年

代工厂

N12

2021年

鼎品传奇(广州)食品科技有限公司

2020年

代工厂

六养

2021年

苏州六养植物科技有限公司

2021年

代工厂

多乐多

2024年

山东多乐多食品有限公司

2011年

自主生产

豆丁日记

2024年

佛山市烁可力食品有限公司

2004年

自主生产

寿全斋

2018年

上海寿全斋电子商务有限公司

2012年

代工厂

秒燃

2023年

上海秒燃生物科技有限公司

2017年

代工厂

小苏先生

2011年

成都成购商贸有限公司

2011年

代工厂

资料来源：观研天下整理

中式养生水行业也已经发展成为一个亿新赛道。根据数据显示，2023年我国中式养生水市场规模达到4.5亿元，同比增长超过350%。在庞大市场规模吸引下，传统饮料巨头也纷纷入局，如农夫山泉、雀巢、东鹏、青岛啤酒、立顿等等，都想来分一杯羹。

数据来源：观研天下整理

4、市场持续热闹，但资本处于观望

不过，中式养生水行业技术门槛较低，主流产品大多数拿着食材熬煮一下，然后装瓶销售，并且目前入局的企业在渠道、品牌、销售能力方面较强，这导致新进入者占据市场产生一定难度。但作为新兴市场，仍然还有缝隙，其他企业开始转向，如中药奶茶、中药冰淇淋、中药咖啡店量增加。

根据数据显示，近年来我国“中医养生”相关注册企业量出现持续增长，截止2024年1月1日至7月31日期间，新增相关“中医养生”注册企业大约24万多家。

市场持续热闹，但资本处于观望。天眼查显示，获得融资的养生茶饮品牌不足10家。椿风品牌的运营公司于2018年成立，在2021年获得数千万元融资；荷田水铺的运营公司在2020年成立，于2021年到2023年分别获得3轮融资，在2023年完成Pre-A轮融资后，公司估值达到6.6亿元；茉蓝山在获得天使轮2000万融资后，2024年6月4日又获得明日资本追投5000万A轮融资；2024年1月，草本先生品牌获得百万元天使轮融资；2024年1月，开怀山药汁品牌获得千万级天使轮融资；2024年2月，草本未来品牌获得数千万元天使轮融资。

但是，我国中式养生市场将持续下去，2023年中国养生茶饮市场规模为411.6亿元，预计2028年将突破千亿元。

5、总结

综上所述，“药食同源”的饮食概念在中国已有上千年的历史，中草药产品在国内消费者接受度较高，如菊花茶、酸梅汤、凉茶等。随着包装饮用水与其他即饮软饮之间的界限逐渐模糊，中式养生水有望随着健康化趋势，成为市场新热点。长远来看，我国中式养生水市场发展

前景广阔，但行业仍然处于无序竞争状态，规范化、专业化有待解决。（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国中式养生水行业现状深度分析与发展前景预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国中式养生水行业发展概述

第一节 中式养生水行业发展情况概述

一、中式养生水行业相关定义

二、中式养生水特点分析

三、中式养生水行业基本情况介绍

四、中式养生水行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、中式养生水行业需求主体分析

第二节 中国中式养生水行业生命周期分析

一、中式养生水行业生命周期理论概述

二、中式养生水行业所属的生命周期分析

第三节中式养生水行业经济指标分析

- 一、中式养生水行业的赢利性分析
- 二、中式养生水行业的经济周期分析
- 三、中式养生水行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球中式养生水行业市场发展现状分析

第一节全球中式养生水行业发展历程回顾

第二节全球中式养生水行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲中式养生水行业地区市场分析

- 一、亚洲中式养生水行业市场现状分析
- 二、亚洲中式养生水行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲中式养生水行业市场前景分析

第四节北美中式养生水行业地区市场分析

- 一、北美中式养生水行业市场现状分析
- 二、北美中式养生水行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美中式养生水行业市场前景分析

第五节欧洲中式养生水行业地区市场分析

- 一、欧洲中式养生水行业市场现状分析
- 二、欧洲中式养生水行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲中式养生水行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界中式养生水行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球中式养生水行业市场规模预测

第三章 中国中式养生水行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对中式养生水行业的影响分析

第三节中国中式养生水行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对中式养生水行业的影响分析

第五节中国中式养生水行业产业社会环境分析

第四章 中国中式养生水行业运行情况

第一节中国中式养生水行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国中式养生水行业市场规模分析

一、影响中国中式养生水行业市场规模的因素

二、中国中式养生水行业市场规模

三、中国中式养生水行业市场规模解析

第三节中国中式养生水行业供应情况分析

一、中国中式养生水行业供应规模

二、中国中式养生水行业供应特点

第四节中国中式养生水行业需求情况分析

一、中国中式养生水行业需求规模

二、中国中式养生水行业需求特点

第五节中国中式养生水行业供需平衡分析

第五章 中国中式养生水行业产业链和细分市场分析

第一节中国中式养生水行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、中式养生水行业产业链图解

第二节中国中式养生水行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对中式养生水行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对中式养生水行业的影响分析

第三节我国中式养生水行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国中式养生水行业市场竞争分析

第一节中国中式养生水行业竞争现状分析

一、中国中式养生水行业竞争格局分析

二、中国中式养生水行业主要品牌分析

第二节中国中式养生水行业集中度分析

一、中国中式养生水行业市场集中度影响因素分析

二、中国中式养生水行业市场集中度分析

第三节中国中式养生水行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国中式养生水行业模型分析

第一节中国中式养生水行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国中式养生水行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国中式养生水行业SWOT分析结论

第三节中国中式养生水行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国中式养生水行业需求特点与动态分析

第一节中国中式养生水行业市场动态情况

第二节中国中式养生水行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节中式养生水行业成本结构分析

第四节中式养生水行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国中式养生水行业价格现状分析

第六节中国中式养生水行业平均价格走势预测

一、中国中式养生水行业平均价格趋势分析

二、中国中式养生水行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国中式养生水行业所属行业运行数据监测

第一节中国中式养生水行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国中式养生水行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国中式养生水行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国中式养生水行业区域市场现状分析

第一节中国中式养生水行业区域市场规模分析

一、影响中式养生水行业区域市场分布的因素

二、中国中式养生水行业区域市场分布

第二节中国华东地区中式养生水行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区中式养生水行业市场分析

- (1) 华东地区中式养生水行业市场规模
- (2) 华东地区中式养生水行业市场现状
- (3) 华东地区中式养生水行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区中式养生水行业市场分析

- (1) 华中地区中式养生水行业市场规模
- (2) 华中地区中式养生水行业市场现状
- (3) 华中地区中式养生水行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区中式养生水行业市场分析

- (1) 华南地区中式养生水行业市场规模
- (2) 华南地区中式养生水行业市场现状
- (3) 华南地区中式养生水行业市场规模预测

第五节华北地区中式养生水行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区中式养生水行业市场分析

- (1) 华北地区中式养生水行业市场规模
- (2) 华北地区中式养生水行业市场现状
- (3) 华北地区中式养生水行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区中式养生水行业市场分析

- (1) 东北地区中式养生水行业市场规模
- (2) 东北地区中式养生水行业市场现状
- (3) 东北地区中式养生水行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区中式养生水行业市场分析

- (1) 西南地区中式养生水行业市场规模
- (2) 西南地区中式养生水行业市场现状
- (3) 西南地区中式养生水行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区中式养生水行业市场分析
 - (1) 西北地区中式养生水行业市场规模
 - (2) 西北地区中式养生水行业市场现状
 - (3) 西北地区中式养生水行业市场规模预测

第十一章 中式养生水行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优势分析

第二节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第四节企业

- 一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第一节中国中式养生水行业未来发展前景分析

一、中式养生水行业国内投资环境分析

二、中国中式养生水行业市场机会分析

三、中国中式养生水行业投资增速预测

第二节中国中式养生水行业未来发展趋势预测

第三节中国中式养生水行业规模发展预测

一、中国中式养生水行业市场规模预测

二、中国中式养生水行业市场规模增速预测

三、中国中式养生水行业产值规模预测

四、中国中式养生水行业产值增速预测

五、中国中式养生水行业供需情况预测

第四节中国中式养生水行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国中式养生水行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国中式养生水行业进入壁垒分析

一、中式养生水行业资金壁垒分析

二、中式养生水行业技术壁垒分析

三、中式养生水行业人才壁垒分析

四、中式养生水行业品牌壁垒分析

五、中式养生水行业其他壁垒分析

第二节中式养生水行业风险分析

一、中式养生水行业宏观环境风险

二、中式养生水行业技术风险

三、中式养生水行业竞争风险

四、中式养生水行业其他风险

第三节中国中式养生水行业存在的问题

第四节中国中式养生水行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国中式养生水行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国中式养生水行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国中式养生水行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节中式养生水行业营销策略分析

一、中式养生水行业产品策略

二、中式养生水行业定价策略

三、中式养生水行业渠道策略

四、中式养生水行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202408/725844.html>