

● 烏梅3顆、山楂片3片、甘草6克、大羅漢果半顆、陳皮3克，煎煮45分鐘至1小時。

大公報記者黃寶儀整理

酸梅湯

● 夏枯草10克、菊花15克、桑葉10克、決明子15克、冬瓜糖兩條或根據個人甜度的量加入，煎煮半小時，冷熱均可飲用。

夏桑菊明目茶

● 金銀花、雞蛋花、菊花、木棉花、夏枯草各10克，洗淨後放入沙鍋煎煮半小時，加入兩塊黃片糖（也可不加），冷熱均可飲用。

五花茶

● 金銀花、雞蛋花、菊花、木棉花、夏枯草各10克，洗淨後放入沙鍋煎煮半小時，加入兩塊黃片糖（也可不加），冷熱均可飲用。

在家炮製養生茶飲

「廣東三件寶：荔枝、燒鵝、涼茶舖。」涼茶發源於粵港澳地區，是當地人根據當地的氣候、水土特徵，以中醫養生理論為指導，以中草藥為原料，食用、總結出的具有清熱解毒、生津止渴、去火除濕等功效的飲品。2006年5月20日，涼茶入選第一批國家級非物質文化遺產名錄。

大公報記者黃寶儀整理

話你知 涼茶



▲廣州銷售的一款「冰廣式」添加夏桑菊、冰、咖啡。
大公報記者黃寶儀攝

老字號潮玩創新 特飲養生又浪漫

創新嘗試

夏日未至，嶺南大地最高溫度已經破「三二」，誰能拒絕一杯「冰廣式」帶來的冰涼暢快呢？近日，「冰廣式」在大灣區迅速走紅，這杯被賦予「廣東人浪漫」的特飲，脫胎於「冰美式」咖啡，簡單版是涼茶+冰塊，升級版添加咖啡、果汁等，「腦洞」更開的則用意式咖啡機萃取夏桑菊粉，涼茶加牛奶變成一杯「廣式涼茶拿鐵」。近年廣東涼茶不斷跨界嘗試，拓展新式茶飲市場。如今嶺南限定款「冰廣式」走紅，「國潮養生」季節特供茶飲再出圈，當「非遺」遇上潮玩，在新生代審美和需求中尋求傳承發展，正成為涼茶老字號創新突破的重點。

大公報記者 黃寶儀

「冰廣式」涼茶 加冰溝拿鐵



▲「冰廣式」簡單版是涼茶加冰塊。
網絡圖片



▲廣州有藥企推出「冰廣式」特飲，吸引年輕人打卡嘗鮮。大公報記者黃寶儀攝



▲店員正製作「冰廣式」特飲。
網絡圖片

近日「冰廣式」熱度持續走高，但大多是網友在家自娛自樂，能在線下門店銷售的為數不多，廣藥集團成員企業白雲山星群藥業的「星群夏桑菊冰廣式」就是其中之一。記者到「TIT創意園」的白雲山星群咖啡店走訪，只見廣州塔下，一輛搭配綠色圖案的小銀車停靠在樹蔭下，「馬卡龍色」的餐椅散落在綠植四周，迎風飄揚的旗子上，「非野生冰廣式」「涼茶梗系要趁凍飲」等字樣，都在宣告當季主打的特色。

攻陷新生代 15萬人看直播

作為本月最新上線產品，「冰廣式」吸引了不少年輕人嘗鮮，短短30分鐘就有四批共10多人前來打卡。工作人員說，「冰廣式」只在四月份銷售，上架後很暢銷，幾乎每一單都至少包含一杯。來自白雲山星群的初步數據顯示，僅4月1日這一天就數百人前來打卡，線上觀看直播人數超15萬人。

每一位拿到「冰廣式」的人都會先布置好背景，第一時間讓手機「品嚐」，再拍攝與飲品的同框照片，直至相冊中挑選好滿意圖片後，才心滿意足地喝上一口。嘗鮮後，幾年年輕消費

者都表示，並不像黑暗料理，而是草本植物的微甜中帶一點淡淡的咖啡回甘。和朋友一起來嘗鮮的林棟說，選擇咖啡店或者奶茶店，是想要找個地方和朋友聊天或者是和客戶談事情，像「冰廣式」這樣有熱度的產品很利於打開話題。同樣意在嘗鮮的陳曉敏表示，更看重茶飲的社交功能，適合聊天，適合發動態或小視頻，「傳統涼茶舖不符合社交要求，涼茶口味也不夠大眾化，新式養生茶飲還可以一試。」

藥食同源 結合中醫文化

「冰廣式」並非廣東涼茶年輕化的首次創新，一些老字號涼茶早就注意到茶飲市場的社交需求並進行一系列嘗試。去年10月1日，鄧老涼茶在番禺的旗艦店開業，人參元氣茶、香茅桃桃等養生茶飲輪番登場。鄧老涼茶結合「藥食同源」的中醫文化進行創新，推出「好喝又養生」的茶飲，並參考新茶飲的營銷，根據四季時令推薦特色主打飲品。

王老吉2017年底就在廣州推出線下茶飲店「1828王老吉現泡涼茶」，主打現泡現煮，用賣奶茶的方式賣涼

茶。店員表示，傳統涼茶類是竹蔗茅根馬蹄爽較受年輕人青睞。

新冠肺炎疫情之後，新茶飲不僅成為人們平緩心理和情緒的「快樂水」，其健康屬性也受到推崇和關注。網紅店面，新式養生茶飲，都為涼茶拓展新式茶飲市場帶來新機會。如今，隨着「冰廣式」走紅，結合國醫、非遺等在內的傳統文化，挖掘傳統飲品中的新元素，再為廣東涼茶創新與突破帶來新思路，乘「冰廣式」東風，開發更多符合健康理念的草本鮮茶、奶茶、甜品，正是當下廣東涼茶業需要考慮的命題。



▲鄧老涼茶的店員向顧客介紹養生茶飲。
大公報記者黃寶儀攝

「冰閩式」也登場 重溫記憶味道

消費 情緒

最近不少自媒體博主在微博、抖音等社交媒體上晒出自製「冰廣式」的視頻，引發新一輪解鎖「地方特飲」的創新潮，「冰閩式」「冰川式」陸續登場。重溫記憶中的味道，正是這一波地方特色冰款走紅的關鍵。

涼茶，可謂是每個廣東人的「必修課」，曾經遍布大街小巷，獨特的甘苦味道伴隨着廣東人的成長。但隨着近年店舖租金高企、人力成本增加、中藥材原材料價格上漲，涼茶店數量減少；涼茶味道太苦，也讓不少年輕人望而卻步。試過「夏桑菊冰廣

式」的廣州市民小丹說，小時候常喝涼茶，如今涼茶舖不那麼常見，因此刷到「冰廣式」的視頻時就想試試加冰的涼茶是否與記憶中的味道一致。

張慶國是在廣州打拚的福建人，看到網絡上很多人製作「地方特飲」，忍不住自己動手炮製了一杯「冰閩式」，「福建人不會喝第一泡茶，會跟風純粹覺得這個過程好像拉近了自己與家鄉的距離。」恰如張慶國所言，無論是「冰廣式」，還是「冰閩式」「冰川式」，都是消費者的情懷需求，區域「集體回憶」也許更會成為地方特色產品開發的新亮點。

大公報記者 黃寶儀

中醫：陽虛體質 不宜多飲

專家 之言

「冰廣式」的走紅，引起了中醫界的關注。廣州中醫藥大學第三附屬醫院院長、主任中醫師、教授林興棟表示，年輕人關於「冰廣式」的嘗試是對廣式涼茶功效作用的肯定，但只有部分涼茶可以在天氣炎熱的時候做成「冰廣式」，且不宜久用，否則會導致很多年輕人本就偏陽虛的體質雪上加霜。

廣式涼茶之所以稱之為涼茶，是因為大多數採用偏寒涼的藥材，可去除火氣，但涼茶本就易傷脾胃，加冰塊會加重脾胃損傷，如斑痧、廿四味、感冒茶、咳嗽茶類的涼茶與冰塊

合用就會過於寒涼，容易傷人陽氣。林興棟指出，「新一代年輕人，從小進食寒涼過多，空調房待的時間較長，導致很多年輕人體質偏陽虛，涼茶加冰難免雪上加霜。」

對於「冰廣式」這一新品，林興棟認為這是廣式涼茶吸引年輕一代的證明，部分涼茶可以在天氣炎熱時做成「冰廣式」，改善口感，如夏桑菊明目茶、茅根竹蔗水、酸梅湯，加適量冰塊，可清熱去火解暑。不過林興棟強調「冰廣式」不宜久用。林興棟認為涼茶要創新，可以在形式和口感上進行嘗試，例如做成便於攜帶的濃縮液等。

大公報記者 黃寶儀

注意事項

- 時令季節：在冬季及天氣轉寒時慎飲涼茶
 - 空腹時不宜多飲涼茶
 - 慎飲過濃的涼茶
 - 陽虛體質（平素畏寒、怕冷、大便偏爛人群）慎飲涼茶
 - 可在進食煎炸、燒烤、火鍋等熱氣食物後飲用涼茶
- 大公報記者黃寶儀整理

穗無人餐車 首持證上崗

【大公報訊】記者敏敏輝廣州報道：只要在車頭揮揮手，無人餐車立馬停下，掃碼選擇餐品付款，就可打開櫥窗取走，15秒不到就能吃上熱氣騰騰的食物。近日，廣州國際生物島上，6輛呆萌可愛的無人餐車吸引了市民的目光，不少市民停下腳步，掃碼體驗移動物聯「新潮品」。

無人餐車並非首次出現在大眾視野，但與此前不同的是，這裏每台車均持有《無人餐車經營試點備案憑證》，這是全國市場監管領域內首次發放無人餐車經營備案，標誌着無人餐車經營首次納入政府政務服務和監管範疇。無人餐車依託新石器無人車自主研發、全球

領先的L4級無人駕駛技術，通過將「車」「機器人」「AI」優勢「三合一」，可實現在自動駕駛行駛中靈活行走、禮讓行人，續航約100公里，滿足在生物島全域的日常運營需求。

疫情常態化防控背景下，無接觸零售、無接觸配送等新業態應運而生。新業態飛速發展的同時，也踏進政策「空白地帶」。當地市場監管部門了解企業的創新需求後，主動介入，制定相關規範，最終頒發了全國首批《無人餐車經營試點備案

憑證》，確保無人餐車可在保障食品安全的基礎上實現全流程數字化、自動化運行。



▲廣州黃埔市民在掃碼取餐。
受訪者供圖

花式雞胸肉 消費新需求

【大公報訊】據中新社報道：燒烤無糖雞胸肉、非油炸雞胸肉脆片……近年，中國市場湧現品類繁多的雞胸肉產品。在消費升級趨勢下，這些主打「健康牌」的即食食品迎來消費場景裂變，消費熱度持續上升。

記者走訪發現，全家等便利店將雞胸肉食品放在醒目位置，不少輕食餐廳也將雞胸肉作為主推產品。在網絡電商平台，除了新興健康品牌推出各類雞胸肉食品，一些傳統老牌雞肉生產企業也加速布局雞胸肉赛道。

據了解，中國是全球第二大雞肉生產國。中國國家統計局數據顯示，近年來中國居民人均禽肉消費量呈現平穩

增長態勢，2019年中國禽肉人均需求為16.2千克，同比增長13.41%。中商產業研究院預測，2022年中國禽肉人均消費量將達18.14千克。

「雞胸肉從廚房中的傳統食材轉變為便利店貨架上的時髦功能性產品，體現了中國消費者消費模式正向健康、輕便、快捷、場景化方向轉變。」西南財經大學工商管理學院教授王禕說，當前即食雞胸肉廠商可以考慮借助多樣化產品形態、豐富消費場景、社交型品牌傳播等方式迅速構築這一新型品類。但長期來看，廠商和行業專家只有加大產品研發投入和技術創新，才能為消費者提供更高品質、更健康的產品。