

一杯三十元左右 节假日一天卖上千杯

竹筒奶茶怎么突然就火了？

最近，“竹筒奶茶”成了奶茶界的新网红，在全国多地爆红，成了不少人旅游打卡的标配。在江苏苏州，当地热门旅游景点平江路上，更是随处可见运用了竹元素的饮品。“总要为了这杯竹筒奶茶来趟苏州吧！”一度成为社交平台上的口号。很快，这句话里的地点就被替换为“杭州”“北京”“上海”“厦门”等热门旅游城市。

一个小小竹筒，为何会有如此神奇的魔力呢？

新晋顶流“竹筒奶茶”节假日一天卖上千杯

在苏州的平江路上，人群中不少人都手捧竹筒奶茶，这一新晋网红饮品，眼下已经成为很多人来这里拍照打卡的“香饽饽”。在一家竹筒茶饮店铺门口，排队的长龙几乎没有断过。

翠绿的竹筒，搭配绵密的奶油雪顶，和花果冻干的装饰，再贴上“苏州”字样的城市标签，这样的组合新潮抢眼。捧在手上去各个景区打卡拍照，既应景，又出片，回头率满满。

江苏苏州某竹筒奶茶店值班经理孟一鸣表示，平常一天卖六七百杯，节假日一千多杯。

除了竹筒奶茶，还有竹筒冰激凌、竹筒青提米酿、竹篮碧螺春奶茶等，这些以竹子包装的产品都非常受消费者喜爱。如今，仅平江路这一条街巷就有十多家店铺在销售相关的产品。虽然带着竹元素的包装成本要高出一截，一杯的售价普遍达到30元左右，但也并不妨碍商家和消费者们对它的青睐。

江苏苏州某竹筒冰激凌店老板表示，竹筒是在山上现砍的，一个竹筒6元，加运输费将近8元一个，所以成本相对会高一点。

造型相似“李逵”“李鬼”难分

这波热度的源头品牌茶色烟雨，相比其他奶茶店的品类丰富，茶色烟雨只有两种口味，区别就是茶水基底，一个是龙井茶（荷塘月色），一个是碧螺春，价格都是30元一杯。

台面上的竹筒，直径有大有小，有的胖点，有的瘦点。店员小哥说，竹筒大小是随机的，不能挑选——这也是网上很多网友吐槽的点，“明明花了一样的钱，为什么要比别人少一点？”

有两个来杭州旅游的女生，拍完照片，就坐着边聊边喝，其中一个表示：不好喝，太苦！

这个概念火了之后，一大批类似品牌纷至沓来。

各个品牌相似的名字、相似的包装让消费者难以分辨。

竹筒奶茶里的内容物没有标准，大多只是茶底、奶油、装饰物的排列组合。在制作流程上，它不需要思考小料的搭配，也无需封口，连包装袋、杯托、餐巾纸都不用准备。原材料中最重要的竹筒，淘宝上普遍4只11.8元包邮，不到3块钱一个，卖得最好的商家月销量过万。它的门槛太低，以至于效仿者迅速蔓延。这也让不少消费者直呼自己买到“盗版”了。

拍照比味道重要

竹筒奶茶的价值不在于好喝，拿到竹筒奶茶后的第一步，不是猛吸一口或者舀一勺奶油，而是摸出手机，打开摄像头，拍张美照。店面门口的大树、再走几步的西湖，此时此刻，都是这一杯竹筒奶茶的背景。

一杯竹筒奶茶的价格在30元上下，在奶茶赛道中也属于中高价产品，但从消费者反馈来看，食品品质却未必能匹配价格。买过竹筒奶茶的一位顾客表示，“不要对口味有太多期待，就是再普通不过的奶茶”，只有最具特色的竹筒，可以拿回家清洗后当笔筒。虽然味道不足以吸引人，但一点没妨碍慕名而至的游客消费下单、打卡拍照并晒在社交平台上的热潮。

当下竹筒奶茶到底有多火呢？在小红书，相关竹筒奶茶的笔记短时间内就已达到了1万+。抖音相关竹筒奶茶的话题也已达1.2亿次。大众点评更新了一条全国热点新词条#全世界都在喝竹筒奶茶#，热度瞬间飙升超250万。

是下一个文创雪糕还是昙花一现？

苏州茶饮品牌“茶色烟雨”成立于2019年，早在2022年4月便推出了竹筒奶茶产品。

据公开报道，茶色烟雨一开始做的并不是竹筒奶茶，其创始人曾表示，他最初是想打造一个苏州特色的茶饮品牌，第一家店主打的产品是碧螺春和桂花茶饮，并没有激起太大的水花。

到了2022年，茶色烟雨想出了竹筒奶茶的创意，推出竹筒奶茶产品，一炮而红。竹筒奶茶火爆出圈之后，模仿者纷至沓来，类似的茶饮店开始出现在各大热门城市的景区。

不过，在业内看来，尽管同为景区属性的蔓延，竹筒奶茶很难像文创雪糕那样具有可持续性。

盘古智库高级研究员江瀚认为，竹筒奶茶的火爆，实际上是一个很正常的现象。“我们可以看到，每隔几年，新式茶饮赛道就会有一些单一的爆品出现，包括之前的‘秋天的第一杯奶茶’等。而现在的竹筒奶茶，其实也是形式上的一种创新。”

但江瀚同时提到，从目前来看，竹筒奶茶可能会在某些景区持续下去，但是想要成为长红产品，怕没那么容易。“相对而言，竹筒奶茶的可塑性或者说它的可组合性、可打造性的特征是不明显的。像文创雪糕，它有不断的推陈出新、IP运营的能力，但像竹筒奶茶这种相对单一的产品，是难以具备这种能力的。”

广东省食品安全保障促进会副会长、食品产业分析师朱丹蓬也向记者表示，竹筒奶茶属于奶茶差异化竞争下的一个细分品类，但很难发展为主流产品。“当整个行业逐渐内卷化之后，很多企业开始从细分赛道、独立场景等进行延伸、拓展。整体来看，竹筒奶茶算是一个非主流的细分品类市场，应该来说是属于昙花一现的那类产品，不太可能成为主流产品。”

■相关链接

一景区奶茶店疑回收利用霉变竹筒

4月10日，根据九派新闻视频援引搜狐千里眼报道，4月9日，在浙江杭州某景区，有网友发现景区内的奶茶店用霉变竹筒，简单清洗后回收装奶茶卖给顾客，而且洗刷竹筒的也不是流动水，清洗环境很脏。

视频显示，在狭窄的小巷里，大量待清洗的竹筒被装在一个个塑料桶里泡着水，一名女子正坐着，从桶里拿出竹筒洗刷。在塑料桶周围，还放着一个大纸箱，里面也放满了竹筒，而大部分竹筒底部发黑，有霉变痕迹。

目击者张先生称，自己当时看见有人在刷竹筒，且用水也不是流动水，环境很脏。“那个人蹲在小巷子里，在那里刷竹子，也没有流动的水，水也挺脏的，环境也不太卫生，竹筒放在箱子里面，竹筒里面就是霉，清洗的人是竹筒奶茶店的工作人员。”张先生说道。

对此，12315工作人员称，这是存在食品安全隐患的，可以告知相关情况，会交办给当地市场监管局。

综合上游新闻、中新经纬、九派新闻



↑竹筒奶茶在全国多地爆红。