

椰

曾经的“边角料”彻底火了 价格暴涨4000%

商报图形
秦刚 制

近日，央视财经频道报道的“椰子水价格暴涨4000%”冲上热搜第一。2023年夏季，椰子水突然火了！

2023年，椰子水如同一匹“黑马”，燃爆整个饮料行业。有媒体甚至调侃：随着各种奶茶爆火，椰子水供不应求，价格暴涨！曾经被忽视的“边角料”终于“中年得粉”了。当然如此火爆势头，必然引得消费者对椰子水及椰子的广泛关注。



椰子的果肉也是美食



超市饮料区的货架上，有关椰子口味的饮料特别抢手。

纵深

为何椰子水行情大火？

弓淑芳分析，椰子全身都是宝，通过椰肉榨出的椰子汁早已闻名全国，作为一种可以补充电解质的天然饮品，椰子水本身具备流行的品质。

她说，在嫩椰水方面，国内鲜食市场的椰子多数来自海南。据统计，海南椰子鲜果的年产量在2.3亿个-2.5亿个，中国人均年可消费量不到0.2个，长期处于供不应求状态。

老椰水方面，商家追求利益最大化，当椰子鸡汤、生椰拿铁等椰子概念食品及饮品全国流行，包装椰子水饮料成为市场新宠，椰子原料供应商投入更多人力物力，收集毛椰中的老椰水，过滤杂质、分离浮油，将其和椰肉椰浆一样分包进冷库，享受工业原材料的待遇。

椰汁水为什么会在2023年火爆出圈呢？弓淑芳表示，从商业看，背后有几个关键的因素：一是消费需求的驱动，二是现制茶饮的推动，三是无糖饮料的助力。

先来看消费驱动：近三年来，消费者对食品饮料健康需求的加大，推动了中国食品饮料的升级，而年青一代又喜欢看配料表，因此拥有清洁配料和符合消费健康需求的产品大受欢迎，椰子水刚好符合消费者的需求。

再看现制茶饮的推动：2014年瑞幸推出了生椰拿铁，一个半月内卖出42万杯，一年后卖出1亿杯。可以说这是茶饮界最成功的大单品之一。生椰拿铁的走红不仅解锁了消费者对咖啡口味的新体验，而且吸引了其他品牌的跟进和升级。喜茶、奈雪的茶、CoCo等茶饮品牌纷纷推出椰子相关的饮品。之所以椰子水能够百搭，是因为椰子水本身并没有特别的味道，而是以清新清甜的口感给人带来不一样的体验，所以在与其他品类相融合后，会提升一定的口感。

再加上椰子水本身并没有高糖高脂含量，所以是一款健康的饮品。喜茶的加椰奶冻的超清爽椰子水、7分甜将椰子水与柠檬、凤梨搭配，成为其仅次于杨枝甘露的第二大畅销品。椰子水之所以一直没能成为大众产品，最核心的一个原因就是口味寡淡，与大众对饮料口味的需求并不相符，但随着无糖气泡水和无糖茶饮的出现，越来越多的消费者能够接受这种天然寡淡的口味，而背靠健康饮品的椰子水，显而易见地成为无糖饮料用户的又一个选择。

椰子水之所以能够爆火，原因不仅仅是其清新怡人的口感，还有几个深层社会原因：

首先，从文化和生活方式的角度来看，椰子水代表了一种生活态度和价值观。在追求健康、品质生活的今天，椰子水作为一种天然、健康的饮品，被广泛接受。

其次，从商业和市场角度看，椰子水的爆火也与市场营销密不可分。生产商准确把握了消费者的需求，通过创新和推广，成功地将椰子水推到了市场的中心。广告、包装、推广策略等都起到了重要作用，使椰子水在短时间内迅速积累了大量的忠实粉丝。

再者，从产品本身来看，椰子水的独特口感和品质也是其能够爆火的原因。椰子水的清爽口感，带有淡淡的甜味和香气，给人一种独特而愉悦的体验。

最后，椰子水的爆火也与全球气候变化有关。随着全球气候变暖，人们对清凉、解暑的饮品需求增加，椰子水恰好满足了这一需求。

此外，因为椰汁水开始爆火，一些专卖椰子水的门店也开始出现，早在去年8月，好运椰就在北京开出第一家店，产品主要包含椰子水、椰乳和椰子咖啡三大产品，价格在25元-32元之间，属于现制饮品的中高端价格带。早年间成立的葱葱椰也在广州、深圳、南宁等地开了几十家门店。

因此，椰子水爆红并不是一蹴而就，而是经过市场需求的沉淀，并且通过健康消费需求而引爆，更重要的是现制茶饮和无糖饮料背后的助攻尤为关键。

综合环球时报、商业锐评

小众产品突变香饽饽

以小众身份示人的椰子水，突然变成香饽饽。有网友说：“椰子水火了，但没想到能有这么火！”

2023年椰子水相关团购订单量同比增长超300%，与椰子水相关的餐饮门店数量也增长超368%……

品牌方面，if、泰好喝、菲诺、佳果源、唯他可可、好喝椰等品牌悉数“扎堆冒出来”，同时沃尔玛和麦德龙也推出了自营的酷椰屿、麦甄选椰子水。

供给端显示，这几年椰子水在我国消费也开始多起来。据江西省新余市某食品饮料企业透露，今年和去年的数据对比，产量增长了600%，现在一天生产100多吨椰子水，基本上产品出来后，三天之内就销售一空。价格上，上游的椰子水原材料也供不应求，甚至出现生产企业抢椰水，原材料也从100元/吨涨到4000元/吨。

椰子水市场销售规模从2013年1.58亿元增长至2018年的5.13亿元，2020年规模发展到6.3亿元。由此可见，虽然今年椰子水出现一定增长，但从行业整体规模来看，依旧属于小众产品。

不过从市场总量增长看，近年来我国椰子水市场需求持续增长，随着国内居民健康意识提升，以及对于椰子水认知更为全面，市场需求仍呈现快速增长趋势，行业发展前景较好，预计2025年我国椰子水市场规模有望突破10亿元。

涨得让人高攀不起？

椰子水的市场需求不断增长，越来越多的品牌开始进入市场，原材料价格应声上涨。未来椰子水价格会让消费者高攀不起吗？

海南椰子所椰子中心副主任、副研究员弓淑芳说，海南现在大概有54万亩的椰子树，但是主产区文昌东郊的椰子树由于年龄问题产量下降。近些年海南种了将近10万亩高产矮种椰子树，产量将逐步跟上来，所以供海南本地市场用的椰子将处于微妙的供需平衡状态。

值得注意的是，市场上产出老椰水的毛椰主要进口来自东南亚国家。在越南、印尼都有进口业务的陈在能说，这两年椰子水的火热行情，也传导到了毛椰出口国，“越南毛椰当前每吨的价格已达人民币2600元，不排除进一步上涨。”

“从全球的供应链来说，原材料毛椰都呈现一定程度的短缺。”弓淑芳补充说，一方面菲律宾、印尼等椰子主产国的椰子树已处于经济寿命的末期，产量下滑明显；另一方面这些国家加工业迅速崛起，越来越多毛椰将在其生产国自我消化。

不过业界人士表示，原材料供与销通常是长期合作，一段时间内除非有“黑天鹅”事件发生，价格曲线将保持

平缓。“我们椰子水原料大部分从东南亚进口，因为是固定的供应商，价格暂时比较平稳。”文昌龙楼工厂厂长助理符微说。

业界担心椰子水品质

记者在采访中了解到，比起椰子水的价格，业界更担心的是椰子水饮品的品质问题。

椰子水饮品的原料是从一个个椰果收集而来，不同椰果的椰子水口感不尽相同。业界一方面担忧有不良商家以次充好，一方面忧心消费者品尝不到优质椰子水而失去了对相关产品的兴趣。

当前正专攻新型椰子饮品开发的椰子所研究实习生陶金涛说，椰子水饮品在做标准化生产的时候，会添加糖、柠檬酸等辅料使产品质量稳定。但在杀菌的过程中，高温会使椰子水失去一些风味。如何让椰子水饮品保持原生风味，是研究人员面临的关键问题。他说，目前研究人员在高效无菌灌装及低温浓缩方面开展攻关。

业界人士表示，在攻关取得突破前，嫩椰水、老椰水、浓缩椰子水等不同椰子水加工制成的饮品需有明确的区别，让消费者明白消费。

面对市面上多家现制茶饮品牌推出的椰子水，价格上或许比预包装椰子水要高，但在消费者看来，现制显得更加新鲜，加上目前线下椰子水售卖渠道大多在精品超市、品牌大卖场和部分便利店，且品牌较少，所以消费者更愿意去门店购买。

长远来看，椰子水在短期内并不能摆脱小众产品的标签，但在消费者眼中，椰子水正以健康饮品的形象出现。可以说一个品类突然火爆，其实在背后早已布局多年，椰子水也是这样。