

# “酸奶刺客”引发争议 高价售卖能否持久

■中国城市报记者 张亚欣

继“雪糕刺客”后，“酸奶刺客”不断受到网友吐槽。近日，“45元一杯的酸奶你会买吗”冲上热搜，“酸奶刺客”再度引发广泛关注。

为何现制酸奶越来越贵？参照新茶饮赛道，奈雪的茶、喜茶等纷纷开启价格亲民路线，现制酸奶能否一直持续高价售卖？现制酸奶市场前景究竟如何？中国城市报记者带着这些问题，进行了调查采访。

## 多重因素影响 现制酸奶价格上涨

在话题“45元一杯的酸奶你会买吗”登上微博热搜榜的投票中，有1.8万人选择“不会买、太贵”，有超过6000人选择“啥酸奶啊贵成这样”，有消费者指出，该品牌大概是Blue-glass。

通过某外卖平台，中国城市报记者发现，Blueglass人气必喝榜Top5的酸奶价格均为45元，每杯600毫升，最便宜的冷萃酸奶系列每杯210克，价格为29.9元起。

实际上，除了有“酸奶界爱马仕”之称的Blueglass外，此前现制酸奶品牌茉酸奶也曾因价格较高而受到争议。去年，茉酸奶官方微信公众号上线了一份问卷调查，征集消费者对新产品的“猫山王榴莲奶昔”的心理价位，三个价格选项分别为68元、88元、108元。这样的高价立即引发质疑。网友留言基本都是“喝不起”，有网友将其比作“宫廷玉液酒”，并表示“我不如直接去买榴莲”。

现制酸奶是指以酸奶为主要原料，搭配水果、坚果等制作而成的不同风味的现制饮品。按照价格带分布，目前现制酸

奶赛道已呈现出一定的品牌格局。除上述两个品牌外，2015年诞生于重庆的“一只酸奶牛”走性价比路线，招牌紫米酸奶露13元左右，门店广泛分布在二三线城市的下沉市场。18—30元的中间价格带则是被现制酸奶新晋品牌，如K22、酸奶草莓、王子森林和沪上阿姨等新式茶饮的酸奶系列占据。

针对现制酸奶价格越来越高的现象，财经评论员张雪峰在接受中国城市报记者采访时分析称：“原材料成本上升是一个重要因素。随着生产成本的不断上涨，包括牛奶、添加剂和包装等，生产商不得不将成本转嫁给消费者，以维持盈利水平。同时，品牌溢价也是价格上涨的原因之一，比如一些品牌通过精细包装、高端定位和市场营销等手段，成功打造了高端形象，从而赋予产品更高的价格和价值。”

“现制酸奶的制作过程相对复杂，需要严格控制温度和湿度，设备投入和运营成本较高，再加上品牌竞争加剧，为了抢占市场份额，各家品牌在包装、营销等方面加大投入，这也推高了价格。”福州公孙策公关合伙人詹军豪在接受中国城市报记者采访时如是说。

至于高达45元的价格是否属于“智商税”，在詹军豪看来，这要看消费者自身的需求和购买意愿。如果消费者认为产品的品质和口感值得这个价格，那么就不属于“智商税”。

## 能否延续高价“神话” 需视现制酸奶市场变化而定

从“问世”到“出圈”，价格因素一直是现制酸奶绕不开的话题。

据红餐大数据，截至2023

年12月，30.5%的现制酸奶品牌人均消费在10—15元，有23.5%的现制酸奶品牌人均消费在25—40元。与新茶饮相比，现制酸奶的整体人均消费更高，特别是在25—40元、40元以上这两个价格带中，现制酸奶品牌的占比相对较高。

在部分业内人士看来，随着喜茶、奈雪的茶等茶饮品牌进一步调整价格，高端茶饮市场出现了一定的空白，因而现制酸奶品牌瞄准中高端价位乘胜追击。詹军豪告诉记者：“高品质的现制酸奶仍将有一定的市场空间，特别是在一线城市和消费能力较强的人群中。”

不过也有从业者认为，与其他饮品品类相比，眼下酸奶赛道的品牌体量都还比较小，薄利多销的策略还不适用于这个阶段，因此，维持一定的价格且突出品牌调性、在营销上多放些筹码不失为一个好的选择。

参照新茶饮赛道中奈雪的茶、喜茶的价格由贵到亲民的变化，现制酸奶能否一直持续高价售卖？

“能否一直持续高价路线，则需要根据市场变化和消费者需求来调整。”品牌专家解筱文指出，随着竞争的加剧和市场的饱和，现制酸奶品牌需要不断创新和提升品质，以保持在市场上的竞争优势。况且，如果品牌一直维持高价策略，可能会使部分消费者流失，因此品牌也需要根据市场反馈和消费者需求来灵活调整价格策略。“新茶饮赛道中奈雪的茶、喜茶等品牌已经纷纷开启价格亲民路线，也为现制酸奶品牌提供了一定的启示和借鉴。”解筱文说。

值得注意的是，针对现制造酸奶价格引发的争议问题，已有品牌率先调价。近日，有不少消费者反映，茉酸奶在上



“价格刺客” 视觉中国

海、杭州、广州等南方市场已开启降价，同时，大部分产品的单杯容量也从520克降低到420克。对此，茉酸奶相关工作人员称，由于不少消费者反映喝完有较足的果腹感，甚至反馈原杯量喝不完会导致浪费，所以品牌此次推出稍小容量杯型适配当下消费者的饮用习惯。同时，茉酸奶还在年初宣布进入“有机时代”，即启用有机奶源作为酸奶原料，将陆续在全国范围内的门店进行更换。

此外，针对“酸奶刺客”，詹军豪建议，监管部门应加强对市场的监管，确保产品质量和食品安全；消费者也要理性看待高价酸奶，根据自己的需求和预算做出合适的选择。同时，企业应不断创新和优化产品，提高性价比，以满足日益多元化的市场需求。

张雪峰也提醒，现制酸奶企业应不断提升产品品质和服务水平，以确保市场竞争力和持续发展。

## 满足消费者多元需求 现制酸奶受到资本市场青睐

尽管现制酸奶的价格一

直受到争议，但现制酸奶颇受资本市场青睐。公开资料显示，起源于北京的现制酸奶品牌兰熊鲜奶于2020年拿到IDG资本的A轮融资；Bluglass所属企业北京悦活餐饮管理有限公司在2020年、2021年先后进行了A轮、B轮融资，投资方分别是斯道资本、优山资本、愉悦资本、华创资本和凌波资本；2022年成立的王子森林，于次年3月完成千万级战略融资；主打低脂低卡概念的丽莱酸奶在2023年7月宣布获得5000万元A轮融资……

“现制酸奶之所以频频受到资本青睐，主要是因为其市场前景广阔和增长潜力巨大。”解筱文在接受中国城市报记者采访时分析，随着消费者对健康和品质生活的追求不断提高，现制酸奶作为一种高品质、健康美味的饮品，在市场上的需求也在不断增长。同时，现制酸奶行业还在不断创新和升级，推出了更多个性化、定制化的产品，满足了消费者的多元化需求。因此，投资者看好现制酸奶行业的发展前景，纷纷涌入这个市场。

当前，现制酸奶已成为饮品竞技场上的热门细分赛道。据红餐大数据，截至2023年12月，全国现制酸奶品牌的门店数超过了2.3万家。

张雪峰则认为，一些知名品牌的成功案例也吸引了投资者的关注，他们愿意为这些有潜力的企业提供资金支持，帮助它们实现快速扩张和品牌建设。

以君乐宝入股茉酸奶为例，2023年11月，君乐宝发布公告称，其将战略入股茉酸奶品牌，持有公司30%股份，双方还将在乳制品原料供应、新品研发及食品安全和经营管理等多个领域开展深度协同与合作。君乐宝乳业集团股份有限公司董事长兼总裁魏立华在签约仪式现场表示，与茉酸奶的合作，对进一步做大做强低温酸奶具有重要意义。

## 河北新河：忙生产赶订单 冲刺首季“开门红”

连日来，河北新河经济开发区各大企业铆足干劲忙生产、赶订单，满足国内外市场需求，全力冲刺首季“开门红”。

人民图片

