



冰杯，今夏现象级“消费单品”？

预计 2026 年，冰品冰饮即时零售销售规模将实现超过 4 倍增长，有望突破 630 亿元。

□记者 | 周 洁

今年夏天，多地气温刷新历史纪录，不少地方开启了“烧烤模式”“桑拿模式”，雪糕、冷饮等消暑食品走红，不过说到近期最流行的降温单品，非“冰杯”莫属了。

所谓冰杯，即一次性带盖密封塑料杯，里面装满了可食用冰块或冰球，撕开密封即可使用。据说冰杯最初出现在韩国的便利店，搭配袋装咖啡一同销售。由于这种产品组合更便宜、体验更好，很快便获得了消费者的青睐，迅速成为了畅销单品。

2019 年，冰杯进入中国市场并受到关注。今年，熟悉冰杯的消费者会发现，便利店上架冰杯已经成为标配，盒马、叮咚买菜、小象超市等线上渠道，也均有各类冰杯售卖，且以自有品牌冰杯为主。

记者从全家便利店了解到，从今年的销售情况来看，冰杯一直维持着 50% 以上的增长；盒马方面更是惊喜地告诉《新民周刊》，今年冰杯系列同比去年增长 60%，且呈现出高复购的趋势，数据表现远超冰淇淋。

冰杯火了！连一向以性价比著称的蜜雪冰城也不甘寂寞，大杯冰杯定价 1 元的销售策略，一下子就拉开了和其他品牌的差距，将这轮“冰杯热”再次推上热潮，却引来了加盟商和消费者的双份吐槽，不得不发布声明表达歉意。

看来冰杯的生意，看似简单，但也不简单。

