

据《2023 即时零售冰品冰饮消费趋势白皮书》显示，**超过 40% 的消费者希望酒水、饮料、乳制品能在冰镇状态下食用。**

扶摇直上的冰杯生意

目前市面的冰杯可大致分为两大类，一种是纯净水冰杯，即配料表里只有水；另一种是带味冰杯，包括咖啡冰杯、水果冰杯等。记者走访部分便利店后发现，冰杯销售一片火热。全家便利店的相关工作人员介绍，店内纯净水冰杯销售最好，且购买者多为年轻人，比如都市白领、学生等。

各大商超、外卖平台也推出了冰杯，盒马方面告诉《新民周刊》，两年前盒马就引入了冰杯产品，去年还推出咖啡冰杯，今年又上新了百香果风味冰杯、葡萄风味冰杯等产品。天气逐渐炎热之后，冰杯的销售增长明显，6 月冰杯的销量环比 5 月有 20%—30% 的增长。

不过，一瓶矿泉水才一两元，一个冰杯至少要三四元，冰杯的价格因此受到了部分消费者的质疑。

记者查询某外卖 App 上的价格，纯净水冰杯在 3 元左右，咖啡冰杯单价 6.9 元，柠檬口味的冰杯单价 9.9 元，草莓、蜜瓜口味的冰杯单价甚至达到 13.9 元，再加上苏打水或者其他饮料的支出，不逊于一杯现制饮料的价格。

在这个家家都有冰箱的年代，制作几个冰块多么简单，为什么还要去买便利店里售价不菲的冰杯呢？

这和年轻人追求个性化是分不开的。李牧（化名）是冰杯的目标人群，今年天还未热起来，他就多次购买冰杯产品，还向同事好友进行大力推广。“可能跟我的体质也有关系，不耐热，喜欢喝冰的饮料，光是冷还不够，必须要冰水混合物才对味儿。上班的话，也没办法自己制冰，有了冰杯后就方便多了，随时随地都可以喝上一杯冰饮。”李牧告诉《新民周刊》。

至于为什么不直接买街边茶饮

店出品的饮料，李牧则表示：“店里卖的饮料，或多或少都会加些糖精、奶精，感觉原料自己掌控的话，喝着更干净放心一些。”

冰杯的确是一个多场景的百搭产品，以全家便利店为例，店内推出了针对小朋友买冰杯搭配饮料的解暑组合，也有都市白领阶层利用冰杯搭配小酒伴的 DIY 自制调酒，更有针对学生的冰杯搭配气泡饮料变成风味饮料等等。在洞察到冰品饮品化的趋势后，盒马也鼓励消费者通过冰杯兑咖啡、气泡水或加果汁、中式茶等方式，激发大家 DIY 的创意。

社交媒体上，也有不少冰杯饮法攻略。“薄荷冰乌龙 = 冰杯 + 薄荷糖浆 15ml + 乌龙茶；血橙葡萄 = 冰杯 + 葡萄冰球 + 水溶 C100 血橙味……”无论是啤酒、预调鸡尾酒、果汁饮料、气泡水、包装水还是咖啡等，均可以和冰杯发生不错的化学反应，正所谓一杯冰块、百种饮法，还能享受“调制”创造的快乐，难怪冰杯成为年轻人的新宠。

其实，在咖啡高需求的日本、韩国等周边国家，食用冰早就是一种消费习惯，冰杯也衍生出了多种玩法。

早在 2012 年，韩国便利店品牌 CU 就推出冰杯和袋装饮料品牌 Delaffe 的套装产品，大获成功。今年，CU 又推出了韩国最大的特大型冰杯，这款冰杯的盖子有 2 个吸管洞，适合与家人或恋人分享饮料，也更适合户外演唱会、露营等户外活动场景分享饮品。

另有冰杯品牌则主攻融化速度更慢的品类，其使用的 65mm 冰块密度更大，与饮料的表面接触较少，

一杯冰块、百种饮法，还能享受“调制”创造的快乐，难怪冰杯成为年轻人的新宠。