

长25厘米的超高奶茶、酸菜坛奶茶……

奶茶圈新一轮争“奇”斗艳，你会买单吗



25厘米的“超高奶茶”、奶茶里的珍珠和一元硬币差不多大、“老坛酸菜”奶茶……这些新品奶茶你见过、喝过吗？南京的饮品店为了吸引消费者的目光，可谓是使尽浑身解数。10月16日，现代快报记者对一些饮品店和餐厅进行探访。

现代快报+见习记者
尹翼星 文/摄



▲超大杯奶茶；▶超大的珍珠

饮品店推新

杯高25厘米，珍珠超大个

在夫子庙商圈的一家奶茶店，现代快报记者见到了高达25厘米的奶茶(杯)。

“10月初上市的，到现在差不多两周，大概明年春天下市。卖得非常好，时不时就断货。”店员说，这款超高奶茶里有芋泥、珍珠还有奶绿，杯高25厘米。一般的奶茶杯是16—20厘米，奶茶含量在500—700毫升，这款足足有850毫升。一般吸管的规格是20厘米和25厘米，满足不了这款奶茶的需求，于是定制了长达28厘米的吸管。“昨天有人一次性点了30杯，当天的库存就没了。”

奶茶里的珍珠有一元硬币那么大，你吃过吗？“这款超大珍珠奶茶的销量特别好。”环宇城里，奶茶店店员表示，这款饮品已上市二十多天，刚上市那一周一度断货，下市时间还不确定，但短时间内不会下架。正在等奶茶的陈女士说：“我是在社交平台上刷到的，感觉还挺新奇，没见过这么大的珍珠，所以买了商品券来体验下。”记者现场也买了一杯，发现珍珠不是用传统的木薯粉制成，而是珍珠样式的咖啡果冻，降低了噎食的风险，珍珠下是满杯的冰沙。

去年火爆的拉面奶茶还记得吗？其中奶黄色的“面”是布丁，“牛

肉卷”是山楂，“鸡蛋”则是凝胶糖果，目前这款饮品在外卖平台和门店均看不见身影。记者致电店家得知，这款饮品已经下架，暂时还没接到重新上架的通知。“去年刚上架时卖得还不错，后来就没什么人买了。”店家说。在该奶茶店的粉丝群内，记者采访了食客小陈：“感觉下架挺可惜的，我买的时候还拍照发了朋友圈，很多人都觉得很好玩呢！”

餐厅不示弱

推出酸菜坛、竹筒装奶茶

不仅常规饮品店在推陈出新，餐厅也纷纷加入饮品大军。

新街口一家连锁火锅店推出一款“老坛”奶茶，是用容量500毫升的透明酸菜坛盛放的，原水槽处放满爆爆珠，坛内是冰沙和冰激凌。“在我们店用餐才可以点，不单卖。”服务员说。记者看到，店内几乎每一桌都点了这款饮品。至于餐后能否将这个坛子带走，服务员表示不行。正在排队等待用餐的郭先生说：“女朋友为了打卡这个饮品，特地拉我来这家吃火锅。”

无独有偶，隔壁的某火锅店推出竹筒饮品，净含量800毫升，里面有冰沙、冰激凌、爆爆珠和水果。服务员也表示只能在店内就餐时点单，且不能将竹筒带走。

猎奇隐患

“洗衣液”奶茶已永久下架

南京某店家去年12月推出一款“洗衣液”奶茶，包装是洗衣液的样式，在网上引发争议。有网友质疑，这种包装会误导儿童，增加儿童误食家中洗衣液的风险，随后门店的“洗衣液”奶茶全下架。记者询问店家得知，这款奶茶不会再次上线。

《食品标识管理规定》第十八条明确规定：食品标识标注不得以欺骗或者误导的方式描述或者介绍食品。食品包装被称为“特殊食品添加剂”，在食品安全上起着重要的作用。商家抓住人们的猎奇心理打包装的擦边球，背后往往隐患重重。

调查报告

年轻人喝前先看打卡分享

某生活服务电子商务平台发布《2022茶饮品类发展报告》。报告显示，门店数的增速放缓，连锁化率提升，连锁品牌逐渐成为市场主流；一线及新一线茶饮市场趋于饱和，下沉市场稳步发展。其中，打卡分享仍是主流客群刚需。要颜值、要出片率、要话题度，社交属性仍是一杯茶饮能否受欢迎的关键因素。在社交平台打卡分享茶饮产品，依然是年轻人选择茶饮的重要因素。

公益广告

给……

舒

……得

舍予 方为「舒」

中宣部宣教局 中国文明网

GREEN
绿色生活，低碳出行

出行 绿色

中宣部宣教局 中国文明网