

生椰口味走红后，让我们谈谈关于椰子的一切

实习记者 | 李金朋

编辑 | 许诗雨

（本文发布于3月2日微信公众号“第一财经 Yimagazine”）

车辆驶入文昌市东郊镇，挤进前窗视野的是高低不一的绿。这样的椰树沿着32公里海岸线将东郊镇紧密包围，贡献了海南全省50%以上的椰子种植面积和产量。



文昌东郊32公里的海岸线旁是海南省50%上的椰子种植面积。| 摄影：李金朋

在海口做水果电商的符伟第一次见到老家的收购站里站满了人。“七月的时候我被家里人喊回去帮忙收椰子，是真的去椰林里收，我开始以为我爸叫我去那边的收购站拿椰子。”那时东郊镇里成熟的椰果已被收走一轮，没抢到先机的小收购商只能把自己电话存进村民手机，再跑去其他村去问有没有熟了的椰果。

符伟家有40多棵椰树，与村里其他有上百棵椰树的农户相比并不多。这次被喊回去主要是前来收购的人太急，帮亲戚家摘椰子。四五个椰子扎成一捆用绳子从树上运下来，“那会儿每天要从椰林里摘出3车椰子。”符伟说。

符伟之前卖的椰子也大部分来自文昌东郊椰林，他曾看见微信群里椰子收购价从往年的2-3元涨到6-7元，“太夸张了，还不是椰子水多的好果”。他不知道的是，在一海之隔的内地，椰子已成为新式茶饮咖啡店热捧。



生椰口味的走红让东郊的椰子热卖 | 摄影：李金朋

2021 年 4 月，瑞幸咖啡上新生椰拿铁。据瑞幸官方数据，这系列由椰乳和拿铁调配而成的咖啡单月销量即超 1000 万杯，刷新瑞幸新品销售纪录。“生椰”口味被瑞幸捧红后，众多现制咖啡和茶饮品牌都增加了这一爆款口味，人们对椰子这种热带水果的消费量激增。

据《第一财经》YiMagazine 记者了解，对椰乳需求量最大时，海南当地同期有 6 家做利乐包装的工厂开建。

一颗整椰子由椰子水与椰肉组成，椰肉压榨出的液体被称为椰浆，又称椰奶。市场上有很多产品起名椰乳，但目前对椰乳并没有一个明确的定义。“我们通常将椰乳理解为在原有椰浆的基础上加入椰子水，改善了椰浆的风味。”中国热带农业科学院椰子研究所椰子研究中心张玉锋主任告诉《第一财经》YiMagazine，“其实椰乳这类衍生产品我们好多年前就做过，只不过一直没用到餐饮端。”

椰乳饮料配料对比表		
		
椰树牌椰汁	椰萃生椰乳	菲诺厚椰乳
水、鲜榨肉汁、白砂糖、食品添加剂（酪氨酸钠、单硬脂酸甘油酯）	椰子水、椰子肉、白砂糖、酪氨酸钠、单、双甘油脂肪酸酯	水、椰肉汁、白砂糖、椰子水、酪蛋白酸钠、单、双甘油脂肪酸酯、蔗糖脂肪酸酯、食盐、碳酸氢钠




资料来源：公开资料整理

此前，椰子类消费品更家喻户晓的是椰树集团推出的椰树牌椰汁。自海南省建省起，椰树集团便靠椰汁立稳行业地位。不过椰树牌椰汁的消费场景仍以传统餐饮为主。**而面对更年轻的消费者，以及植物蛋白饮品销售飞增的消费趋势，椰子这个品类潜在着更多机会。**

相比于椰奶，椰子水这类健康功能性饮料在欧美市场更受欢迎。据欧睿咨询数据，全球椰子水市场规模在 20 亿美元左右，代表品牌 Vita Coco 在美国逐渐成为主流饮料，并于去年 10 月挂牌上市。由于椰子水会用食品添加剂平衡口感，生产过程需要杀菌蒸煮，所以其口味并未在亚洲消费者中大规模普及。

随着生椰口味在现制咖啡和茶饮中走红，椰子，突然在中国的消费市场里成为了颇有存在感的紧俏作物。根据咖门《2022 中国饮品行业产品报告》，**椰子使用频次在取样的 40 个茶饮品牌中占据首位，比排在第二的草莓多了 108 次；92.5% 的品牌上新了椰子元素产品。**

海南不够，东南亚直供

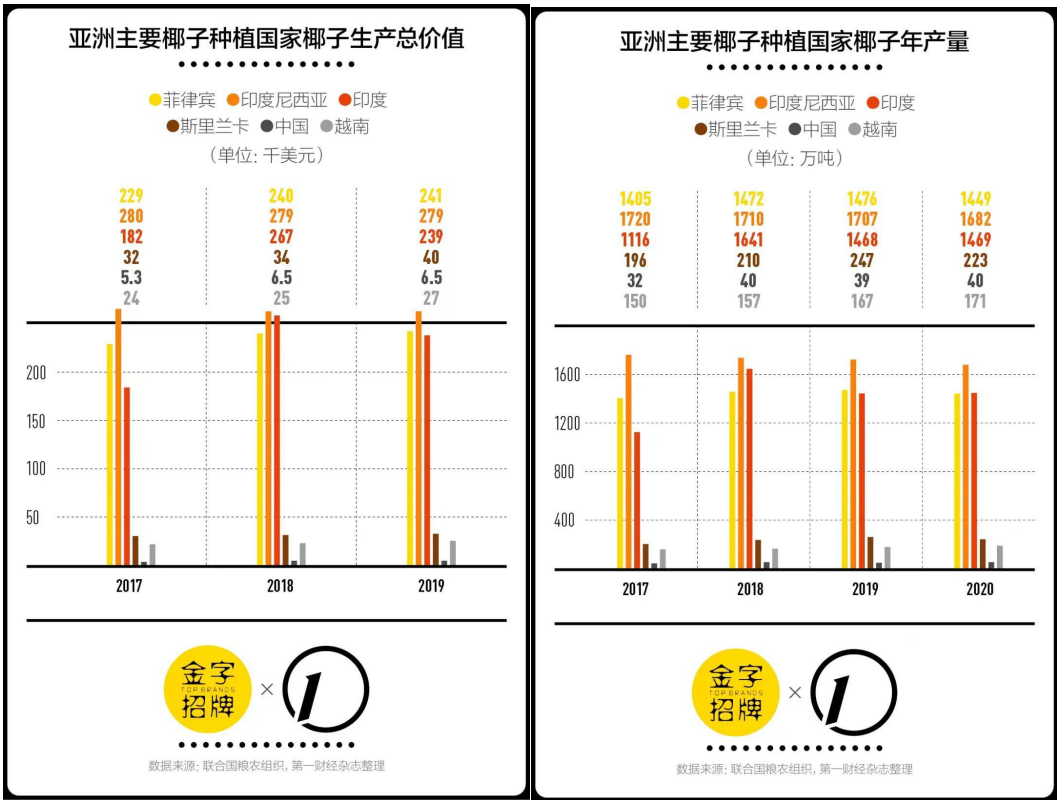
海南椰青的价格在 11 月已归于正常。文昌市内一家高端水果店的老板告诉《第一财经》YiMagazine，单个椰子零售价一度高达 15 元，“之后我们店里全部改卖泰国奶椰这个品种了。”

从采摘价、收购价到批发价、零售价，本地高种椰子价格逐年走高。张玉锋向《第一财经》YiMagazine 表示，近年一些内地企业向研究所寻求合作，“我们能够感觉到椰子市场需求是不断扩大的。”

出现今年这样原料市场价格过高的情况，张玉锋表示，一方面由于前年年底气温低、干旱少雨，去年夏季椰子产量较低。另一方面，海南椰子大部分满足游客食用新鲜椰子的需求，另一部分会卖给传统椰子企业。“大多数企业椰源在东南亚，内地临时来收椰子的厂商不想空手而归，就只能把价格推上去。”

但海南人不以椰子为主要经济来源。在海南本地，椰子种植长久以来都是“房前屋后、有種就栽”的粗放式管理模式。更具经济效益的是槟榔树。槟榔树比椰子树小很多，能种两棵椰子树的土地可以种四棵槟榔树。但槟榔果价格可以达到每斤 100 多元，且与椰树一样，一年四季果子都在成熟。

“去年像瑞幸、喜茶推出的椰基饮品，是我们供应原料的衍生产品，需求一大就造成椰子突然紧张。”海南岛屿食品饮料有限公司董事长郝伟告诉《第一财经》YiMagazine。“不过整个东南亚的椰子量太大了，需求再加 10 倍也用不完。”



根据联合国粮农组织数据，中国椰子种植面积仅占全球的 0.29%，占亚洲的 0.32%。海南省有椰林面积 51.79 万亩，由于椰子种植管理粗放，省内低产椰园面积就达 15 万亩。《海南省椰子产业高质量发展“十四五”规划》提出，鼓励企业增加海外椰子种植面积，保障国内椰子加工业发展的原材料供应。

全球椰子产量排名前三的国家为印度尼西亚、菲律宾和印度。受惠于 2022 年 1 月 1 日正式生效的《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP），来自东南亚的椰子相关制品在免除关税范围内。国内很多以椰子加工为主的企业直接租下东南亚当地的土地，直供国内。业内人士告诉《第一财经》YiMagazine，一家行业内的龙头企业在柬埔寨西哈努克省租了 20 多万亩土地，计划用 10 年时间建成专属原料用地。

除了保证稳定椰源供应，企业承包椰林另一大好处是可以对原料制定统一标准。“像椰乳这种产品，对原料的要求是很高的。”椰基植物奶品牌菲诺的品牌中心负责人张犁告诉《第一

财经》YiMagazine。菲诺在泰国、越南与当地农户签署了长期采购协议。“椰子在成熟后拥有 28 天黄金采摘期，这 28 天内椰肉厚度、果实内的液体糖度都会发生变化，我们会每天标记检查。”



菲诺在东南亚的椰林。

甚至摘椰子的方式也被严格规定。用传统摘椰子的方式，椰子可能会摔到地上，内部椰肉容易变质。菲诺在泰国的椰林集中在河道边，椰子被镰刀割下后会浮在水面，减少了直接磕撞。



菲诺对东南亚工人摘椰子的方式提出了严格要求

企业在原料环节最终的目标是形成一条完整的椰子产业链。这些从东南亚来的椰子抵达海南后，加工厂会将每个椰子从椰棕椰壳到椰子水椰肉全部预处理。菲诺的两家加工厂预计今年投产。“比如我们之前做椰子冻，需要保证椰壳外观大小一致，从外面收要 4、5 块钱一个。”张犁说，“拥有自己的加工厂会更自如，椰尽其用。”

成为流行口味需要哪些努力

经过两个月的研发，海南椰萃创始人吴启星在喝下第一口椰肉与椰子水制成的椰乳后，想到了将其与咖啡结合。

受从南洋返琼的华侨生活习惯的影响，咖啡消费在海南已是大众市场。咖啡豆在海南大规模种植可追溯至 1908 年，侨商曾旺源从马来西亚带回咖啡种子，在儋县那大地区开荒种植约 15 万株。而后华侨陈显彰兴办澄迈福民农场，福山咖啡一度远销广州、上海等地。

但由于这类咖啡选用的罗布斯塔咖啡豆的咖啡因含量高达 2%-4.5%，烘焙方式粗糙，常需加入牛奶或炼乳调和苦味。受限于地理位置，海南缺少优质牧场奶源，但恰巧椰子含有脂肪与蛋白质，所以吴启星想到用椰奶代替牛奶，与咖啡结合，将传统的椰浆产品从工业端引入餐饮端。

生椰乳是海南椰萃尝试研发的第一个消费品。“我们将椰子的椰肉与椰子水混在一起，然后萃取出来，根据一定的比例得到这样一个能与咖啡结合的产品。”吴启星认为，“这是一个全新的品类。”



海南椰萃的生椰乳

当时的市场上，名气较大的椰浆产品有三务集团 Kara 佳乐、金牌高达等，但均面向 B 端，常见于餐馆渠道。“茶饮咖啡连锁品牌对椰奶椰浆这类原料有更高的要求，如最好用现成水果，不能添加食用香精等。”某茶饮品牌门店负责人告诉《第一财经》YiMagazine。

2017 年，海南椰萃在三亚投资 100 万元开了一家测试门店。门店上架的产品有招牌生椰乳及调配后的椰乳咖啡、可可椰乳等，还尝试将制作其他饮品需要用的纯净水全部换成椰子水。店内产品价格 20-30 元之间，与当时市场上的喜茶定价一致，但来买的人依然很多。

两年后，吴启星认为时机已经成熟，生椰乳正式送样给各企业。一个新口味的可能性就这样在行业间流转开来，紧接着消费者就看到了围绕着生椰口味的产品创新。

2020 年 8 月，喜茶上线生打椰椰系列饮品，这是生椰乳在新茶饮领域首次亮相。根据《喜茶 2020 年度报告》，生打椰椰奶冻进入了当年喜茶新品销量 TOP5。这也让整个茶饮行业看到椰子的广泛应用前景，诸多品牌此后都陆续开始应用椰子原料。

咖啡行业的行动稍晚一些。2021 年 3 月，瑞幸正式在市场上推广生椰拿铁产品，这个后来者将椰子元素在茶饮咖啡中的运用推向高潮。

伴随新原料流行而来的是供应链阵痛期。即使海南椰萃背靠已有成熟供应链体系的文昌南椰实业集团，还是无法满足庞大的市场需求。且为了保证生椰乳口感最大程度接近椰子本身，海南椰萃一直用低温冷冻的方式锁鲜。

但对于门店来说，冷冻意味着使用前需放置 2-5℃冷藏冰柜里解冻 36-48 小时。**但这样一来受冰柜容积所限，出杯效率就会降低。**品牌寻找更大的冻库同时，还在不断开发新供应商。菲诺在这时完成了厚椰乳的研发。**与冷冻生椰乳不同，厚椰乳是常温椰浆，门店不需要解冻就可以直接调配。**张犁向《第一财经》YiMagazine 回忆，厚椰乳初始形态也是冷制款，推出后立马得到了客户积极反馈，又推出了常温款。“去年全年我们整个出货量也好，营收也好，都有了较大幅度的增长。”



菲诺的厚椰乳

“现制茶饮市场很重视原料的口感和新鲜程度，对消费者来说，低温椰乳风味好，营养保存完全。”吴启星说，“行业会对低温新鲜的理念越来越认同。”值得一提的是，市场对低温产品盈利的担心主要集中在冷链运输规模不经济，如果在运输路线上尽可能多地覆盖销售终端，成本即可被分担。

在生椰拿铁的带动下，其他咖啡连锁品牌如 Tim Hortons、Costa 都推出了“椰咖”单品。因为品牌要求各异，原料供应商对椰乳的改进研发没有固定的标准，需要供应商将椰乳的浓度、甜度反复调试，以匹配不同品种和烘焙程度的咖啡豆。

与此同时，独立咖啡馆也开始研究将咖啡与椰乳结合。去年 6 月，菲诺曾在上海招募 1000 家独立精品咖啡馆，免费提供厚椰乳产品，鼓励咖啡师用厚椰乳调配出创新咖啡。“我们现在合作的小 B 端门店应该有 10 万家，这样的客户也是我们今年主要发力的客户。”张犁介绍。海南椰萃也表示，2022 年生椰乳已经全面铺开，终于切入到咖啡馆消费场景。

又一股“新奶”旋风

2021 年,《第一财经》YiMagazine 曾探讨过以 Oatly 燕麦奶为代表的植物蛋白饮品在国内市场销量飞速增长(详见《“新奶”旋风》)。椰奶切入咖啡馆场景后,立马赶上甚至超过了奶的使用频次。

可可满分是一家以椰子为核心原料的全品类生活方式品牌,创立半年就完成了来自真格基金、壹叁资本、梅花创投的三轮共数千万元人民币的融资。“核桃露、杏仁露、豆奶、椰奶这四大植物蛋白饮品都有传统巨头企业运营,已经存在了二三十年时间。”创始人方乃铿对《第一财经》YiMagazine 说,“Oatly 让年轻人把视线集中到了植物奶大范畴里,我认为**是有一波新的机会让消费者重新认识到椰子相关的一切。**”

目前,国内仅出台了豆奶、椰子汁、核桃露和杏仁露等相关标准,并没有明确植物奶标准。相比燕麦、大豆与杏仁这些常见的植物奶原料,椰子本身有液体胚乳,在制奶过程中无需添加水和任何其他添加物。张犁认为,这是椰子的最大优势,长久来看也是其更有可能真正建立起植物奶标准的一个品种。

另一个原因,在吴启星看来,在于其口感非常平和,能搭配好咖啡,甚至米酒。“像巴旦木、大豆这些原料喜欢的人会很喜欢,但某种意义上讲太局限了。”

生椰拿铁走红后,瑞星的不少门店里这款产品经常处于售罄状态,这又激发起消费者自己买椰乳回家 DIY 的热情。作为供应商,菲诺的大部分业务集中于工业端,但也曾在 2018 年推出过一款消费品椰子冻,为公司积攒了面对 C 端的经验。很快菲诺上市了 200 毫升的小包装厚椰乳,“只看到底是消费者还是企业在使用的话,目前的比例大概是 4:6。”张犁告诉《第一财经》YiMagazine。

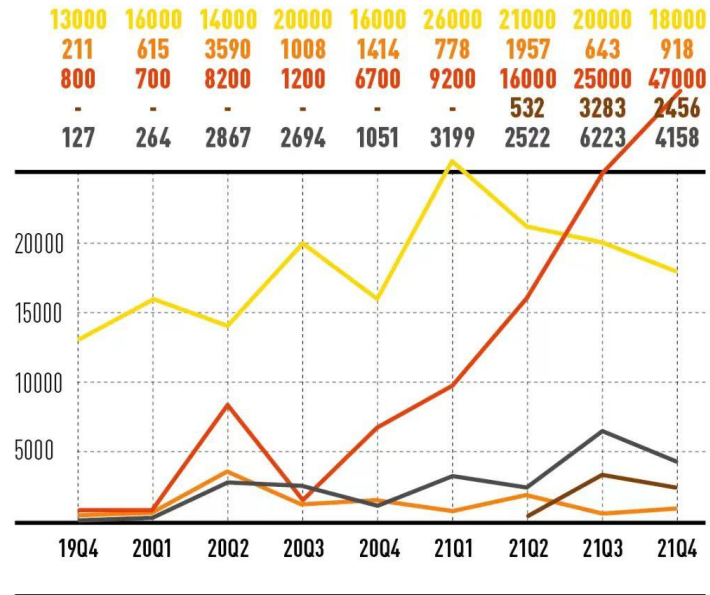
根据久谦中台提供给《第一财经》YiMagazine 的某线上电商平台销量数据,菲诺在 2021 年第三季度超过了行业龙头椰树集团,并一直保持着较高的增长速度;去年全年 GMV 达 9700 万元,高于椰树集团的 8200 万元。

19Q4至21Q4部分椰乳品牌 某线上电商平台销售额

● 椰树 ● 欢乐家 ● 菲诺

● 可可满分 ● 冻颜密码

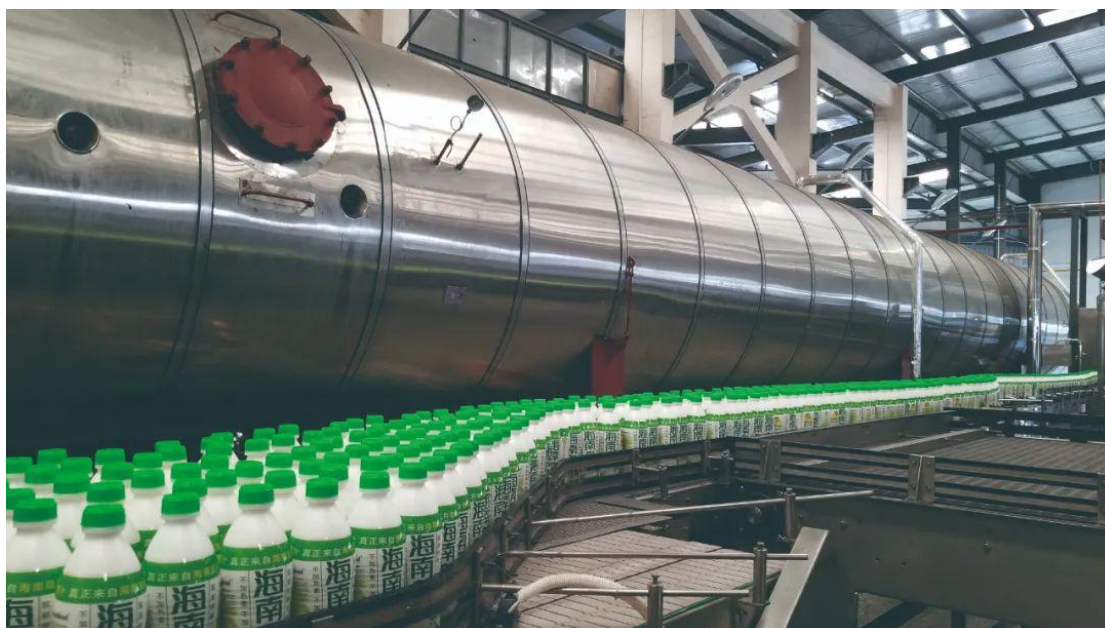
(单位: 千元)



数据来源: 久谦中台数据

注: 欢乐家有生鲜(水果罐头)和饮料两个品类, 生鲜销量更高

出海趋势也很明显。2012年, 国内椰汁市场发生恶性竞争, 为了将椰汁价格压到最低, 一些企业直接加入香精, 号称椰子饮料。郝伟在外国考察时发现, 美国、日本、欧洲许多国家都没有椰汁, 在创办海南岛屿食品饮料有限公司时, 就将公司定位为外贸公司, 生产线按美国食品药品监督管理局的最高标准建造。“产品寄去后反应还不错, 就一直做下去了。”



海南岛屿食品饮料有限公司生产线。

而 10 年后，**国外货架依然是椰奶的机会**。菲诺品牌中心曾买回澳大利亚超市货架上的椰奶，“不太好喝，味道寡淡，我们不清楚是因为外国人不喝，所以没有人好好做这个产品，还是因为没有人好好做这个产品，导致大家不喝。”

乐观来看，一旦供应链条件成熟，椰奶出海速度比燕麦奶进入中国速度会快很多。今年 1 月，菲诺将几十箱厚椰乳送到了澳大利亚当地的华人超市和茶饮店，“包装不变，很快被海外华人买空了。”张犁介绍，随后菲诺将厚椰乳出海提上日程。“澳大利亚已出关，加拿大和美国也正在报。”

在方乃铨看来，椰子背后潜藏着一个相当大的市场。去年 5 月，可可满分上线了第一款无糖椰乳，两天便售罄 1000 多箱。并以非常快的速度打入了连锁便利店，“现在覆盖了 15000 个点位，全在一线和新一线城市。”可可满分现在已经推出了不同口味的椰乳和椰子零食，“椰奶是我们切入椰子市场的第一步，我们的终极目标是让可可满分成为椰子的一个超级符号。”方乃铨说。



可可满分的无糖椰乳。

目前，生椰拿铁再也不是一杯难求。没人能预测连锁奶茶咖啡店用的下一种原料会以什么形式继续卷起飓风，但起码椰子抓住了机会。在可见的未来，椰乳都会成为常用原料固定在品牌的供应清单中。

（根据受访者要求，符伟为化名）