



曾经“难吃得像啃绿化带”，现在一斤最高能卖40元

羽衣甘蓝为何如此火？

羽衣甘蓝，这个一度被吐槽“难吃得像啃绿化带”的“苦菜叶”，如今成了蔬果圈的“顶流明星”：凭借高膳食纤维、高维生素的健康属性，部分商家宣称羽衣甘蓝具有“纤体”效果，使得相关饮品短期内风靡各大茶饮店，市场上也出现了羽衣甘蓝粉、羽衣甘蓝饮品等主打“瘦身减肥”功效的产品，带动相关原材料价格翻上数番。

羽衣甘蓝“魔法”击中了谁？小众蔬果，如何频频制造“流量神话”？这场消费狂欢，带火了什么？



小众果蔬

为什么频频能火

“纤体”饮品是否能助力“纤体”先按下不表，通过小众原料强化记忆点，早已是新茶饮的固定玩法，前些年的油柑、黄皮、刺梨也都曾成为“饮料之神”。

几年前，在鲜果界“坐冷板凳”的油柑成为茶饮新宠原料，化身茶饮行业“最出圈”的水果，奈雪的茶“霸气玉油柑”、乐乐茶“油柑津津柠檬茶”、喜茶接连推出三款油柑饮品，都推高了油柑的高度。此外，油柑因为食用容易导致腹泻，被不少消费者奉为“瘦身新方法”，不少自媒体博主自制油柑茶测评顺势成为风潮。

当时，也曾有关于油柑价格飙涨10倍的报道，专业人士也出来提醒，腹泻不等于瘦身，也不是排毒，消费者应根据个人体质和医生建议，谨慎饮用。

当然，故事好像都差不多，新式茶饮更新极快的产品策略，让油柑的高度很快又转移到了刺梨、黄皮等身上。如今，又换上了羽衣甘蓝“接棒”。

杜鹏认为，小众果蔬“走红”，一方面源于名称新颖洋气、小众，迎合了“轻奢生活”的定位。另一方面，是搭上了“健康养生”的“便车”，羽衣甘蓝等能火，根本原因不是它有多营养，而是精准踩中了当代年轻人的两大焦虑：身材焦虑（“喝它就能瘦”）和健康焦虑（“不喝就落后了”）。

艾媒咨询数据显示，2023年，75.8%的消费者每周至少吃一次轻食，39.5%消费者每周吃2~4次；2024年国内轻食市场规模已突破3200亿元，年增速高达41.7%，预计2026年突破5000亿元。

天眼查数据显示，中国轻食相关企业总数已超过1.4万家，其中近五年（2020~2025年）成立的企业占比高达59.33%。

“或许贩卖的不是果蔬，而是‘焦虑解药’，‘难吃’也可以变成‘高级感’。”杜鹏表示，“我注意到，现在不少年轻人熬最晚的夜，喝最绿的汁，一边火锅烧烤一边主动吃草。认知和行为的高度差，让羽衣甘蓝、奇亚籽、藜麦、巴西莓等食品在商家的营销之下，成为弥补愧疚和缓解健康焦虑的明星单品。”

据《钱江晚报》



以“纤体”为卖点的饮品

被“打假”了

不得不说，羽衣甘蓝，名字听起来就很“仙气十足”。

“最近羽衣甘蓝简直是‘洗脑式传播’，让很少喝果茶的人都很难不点一杯尝尝。”资深奶茶爱好者卢奕感叹，冷门果蔬变“大众”，只需要被一家茶饮品牌发现、发布爆款商品，就能引起其他品牌跟风，很快形成“集群效应”。

或许是为了弥补它口感上的不足，外卖平台上很多羽衣甘蓝饮品中搭配了其他元素。羽衣甘蓝柠檬茶、羽衣甘蓝复合果汁、羽衣甘蓝香蕉牛奶冰、羽衣甘蓝酸奶都验证着它的混搭，商品名称中还不乏包含“纤体”“轻体”“去火”

等功效词汇。

记者在线下走访时发现，不仅茶饮店、商超乃至火锅店，都已经开始售卖鲜食羽衣甘蓝。

事实上，从去年开始，羽衣甘蓝已经开始小有名气。根据喜茶发布的2024年报告，羽衣纤体瓶上线首月便售出超350万杯；截至去年12月底，以“羽衣纤体瓶”“去火纤体瓶”“红菜头美颜瓶”等为代表的超级植物茶系列累计售出3700万杯。

关于这些主打“健康”“轻盈”概念的饮品，或许实际热量并不低的科普，也一直没停过。据披露，市面上不少饮

品为改善口感，添加大量水果和糖，导致膳食纤维损失90%，维生素C流失超50%，一杯饮品实际纤维含量不足0.5克，远低于新鲜食用效果。营养专家更是指出，榨汁过程几乎丢弃了羽衣甘蓝的膳食纤维，且部分产品额外加糖，可能变成高热量饮品。

中南财经政法大学工商管理学院副院长、教授杜鹏提醒，有些食品并非添加了就有“功效”，应警惕虚假或误导性宣传，例如，需要多留意以“纤体”为产品宣传语的科学依据何在，查看是否有“蓝帽子”保健食品标识，避免商家利用某些营养物质来偷换概念。



知名度上涨致身价倍增

种植户看到了商机

随着羽衣甘蓝的知名度上涨，身价也是倍增，成为“超级蔬菜”，为各地种植户带来了发展机遇。曾有山东菜农表示，羽衣甘蓝已经由几年前几毛钱一斤尚且滞销，涨到超过3.5元一斤，甚至达到9元一斤。

在浙江，一个从事农业信息化20余年的团队，也为羽衣甘蓝“转身”，来到德清开办了羽之田农业科技有限公司，首次跨界种植业。

公司负责人吴滨介绍说：“以前一直为农业服务，我们也注意到了羽衣甘蓝这个热门的蔬菜品类，所以从国外引

进了多魁羽衣甘蓝，算是这个品种的‘中国首种’。多魁羽衣甘蓝有多种产品形态，区别于国内市场上的普通品种，涩味、苦味较低，嫩叶、腋芽、侧芽都可食用，“大概一个月后开始陆续移栽到地里，采收期从今年12月持续到次年3月。”

“我们这里出品的多魁羽衣甘蓝回归了实用本质，比普通羽衣甘蓝售价高出不少。目前主推的是售卖侧芽，可以用作生食添加进沙拉和西餐，也可以清炒。精品侧芽的市场价格一度超过每斤40元。”吴滨说，目前正在探索羽衣甘蓝粉等产品，“根茎都可以用来研磨成粉，产量和成本也就更低。”

记者了解到，2024年德清产多魁羽衣甘蓝首次种植，主要销往北京、上海。从今年开始，杭州的消费者也有机会吃到。

吴滨想为羽衣甘蓝“正名”，他认为虽然羽衣甘蓝最近“菜红是非多”，但这的确是一种营养丰富的蔬菜，富含膳食纤维、维生素K、维生素C、钙等多种营养素，“推荐大家都尝尝口感改良版羽衣甘蓝，多魁羽衣甘蓝。”