

## 围炉罐罐开始流行

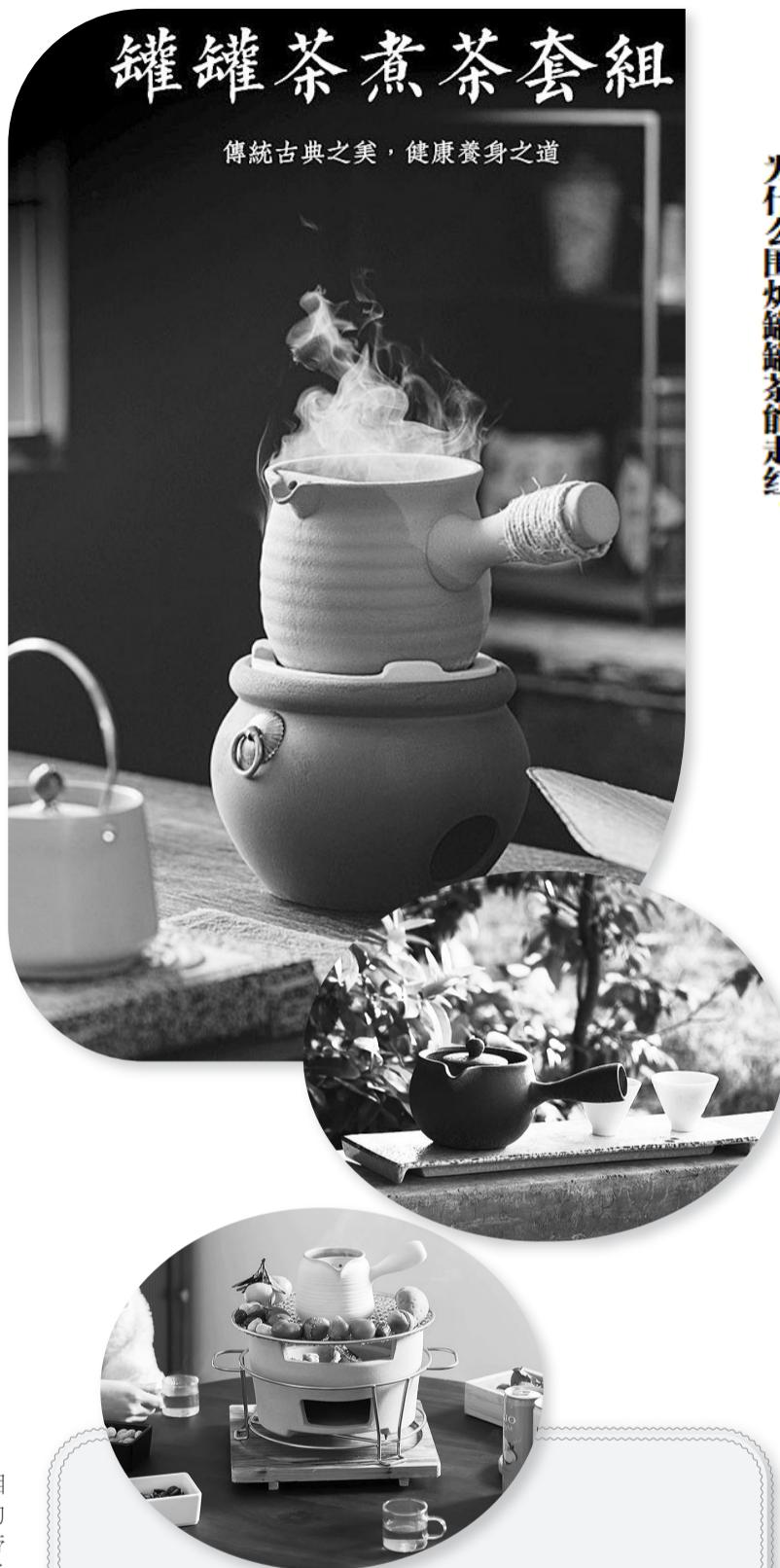
去年冬天，围炉煮茶成为社交平台的顶流，三五好友相聚，支起一个炉子，煮上一壶热乎乎的茶，配上烘烤过的橘子、板栗、红薯，一组轻松惬意的新中式下午茶照片还能助你在社交平台上获得众人点赞。不过茶饮界的风，向来吹得飞快，今年秋末，一个名为围炉罐罐茶的新“玩法”开始在社交平台走红，隐隐有了成为今冬顶流的趋势。

### 玩转围炉罐罐茶

围炉罐罐茶的装备和围炉煮茶相比，没有太大变化，主要是火炉上摆着的不是漂亮的玻璃茶壶了，而是变成了带有滤嘴的粗陶罐子，火炉上咕噜咕噜煮着的也不是茶水，而是五花八门的奶茶。

最基础也是受众最广的围炉罐罐茶是玫瑰烤奶茶，围炉罐罐茶制作起来要比围炉煮茶还有参与感，先要把茶叶和糖在罐罐里慢悠悠地炒上一番，然后加上鲜牛奶煮出奶皮，再加入玫瑰花一起煮，还有的会加入干桂圆、干红枣等小料，这样煮出来的一壶烤奶茶看起来很漂亮，味道也不错。

在此基础上，围炉罐罐茶的玩法还进行了拓展，除了加入玫瑰、桂花等常见的鲜花类小料，桂圆、红枣、枸杞这类常见的养生食材也是围炉罐罐茶的“常客”。此外，雪梨、山楂、甘蔗、橙皮等等食材，也被创新加入了制作罐罐茶的食谱，用来配着牛奶一起煮或者用来和茶叶一并烘焙。还有的专营店开发出了更加适合拍照打卡的围炉罐罐茶，比如说以莫奈花园为灵感的围炉罐罐茶，就是在烹制的过程中加入蝶豆花，最终可以烹出浅蓝色的奶茶，再撒上一些玫瑰花、干桂花、薄荷叶的碎片，这样一碗罐罐茶看起来就像是五彩缤纷的莫奈花园一样漂亮。以此类推，各种具有染色效果的食材成为创意罐罐茶的宠儿，虽然味道很难保证，但拍照效果绝对拉满。



### 围炉罐罐茶会是“一阵风”吗

去年冬天的围炉煮茶非常火，很多经营茶馆的商家都开启了围炉煮茶的业务，但这些煮茶器具买回来都还没能用上几个月，围炉煮茶就慢慢沉寂了，不仅是因为天气变暖了，而且年轻人们被别的新玩意吸引了注意力。除了围炉煮茶外，露营、飞盘……都是在过去的大半年时间中火过一阵子但很快热度消退的，围炉罐罐茶也会走上一样的路子吗？

在江苏省社科院副研究员赵伟看来，围炉罐罐茶很有可能也是如此，“其实这些新鲜玩法中也有人情的投射或者想象，实际上在消费体验过后，情感得到释放，不会有更强、更持续的消费行为。”

实际上，茶饮界的竞争极其激烈，这种竞争在各品牌奶茶推出的新品上也能看出，品牌们仿佛都患上了“新品焦虑症”，想要凭借味道在千种奶茶口味中脱颖而出难如登天，为了抢夺年轻人的注意力，茶饮界开始剑走偏锋，在小红书上，某柠檬茶品牌线下门店推出的新品小料海参就引起了消费者们的热烈的讨论，尽管这款小料贵达15元，但是尝试的人还是不少。在抢夺注意力经济的营销策略下，茶饮甜品界里有了香菜柠檬茶、折耳根藕粉、口蘑奶茶、蒙布朗拉面奶茶……

围炉罐罐茶这种新玩法、新形式也是注意力经济中的一种，新鲜有趣远比好味更加重要，尽管如此，但赵伟还是认为，“如果它能够给人们带来一段美好的回忆或者轻松快乐的感受，其实也是相当值得的。”

相较于品类较为单一的围炉煮茶，围炉罐罐茶的菜单扩大了不止一倍，在茶的基础上衍生出的形形色色的奶茶俘获了年轻人的心。味道不错只是罐罐茶走红的原因之一，和围炉煮茶能走红一样，围炉罐罐茶的走红也和其背后存在的社交功能是分不开的。

江苏省社科院副研究员赵伟认为，围炉罐罐茶能够在社交平台上迅速走红并成为茶饮商家们的新宠儿主要有几个原因：

其一，围炉罐罐茶和围炉煮茶一样，是与当下年轻人的审美时尚相吻合的，“不管是过去接受的文学美学教育也好，还是说现在受到的影视剧传统审美影响，当下的年轻人对于具有中国传统色彩的、新中式的新生事物有比较大的热情，我们在电视剧里看到了比如说宋代的点茶、煮茶，在现实生活中如果也找到这么一个地方可以点茶、煮茶，自然会觉得很新鲜、很有吸引力。”

另一方面，相较于围炉煮茶中常出现的玻璃茶壶，围炉罐罐茶的器具可能也是吸引年轻人的一个原因。罐罐茶烹制比较流行粗陶，有着手工制品粗粝的美感，有的罐罐还经过了特别的设计，在网友们分享自己制作罐罐茶的视频下方，确实会有不少网友在求同款链接，“现在手工制品的流行也是一个趋势，特别是手作的陶器、瓷器这一类的，做了不少创新，即便是商业化大批量制造的，也不是老样式，而做出了精巧的小特色，也很能抓人心。”

其二，围炉罐罐茶的养生元素也是吸引年轻人的一个点，“养生这个话题，现在已经不再局限于某一个年龄段，更多年轻人也开始关注养生活题，有养生的需求。”赵伟表示。

据相关报告显示，18到35岁的年轻人在养生消费人群中，占比甚至超过中老年人，高达83.7%，这也就不难解释为什么相较于奶茶店的各类鲜果茶、鲜奶茶，罐罐茶里总喜欢放上一把又一把的枸杞大枣，甚至出现了放两片人参提提味的操作，毕竟在资深养生爱好者们眼里，奶茶店的奶茶虽然好喝，但感觉加了一堆糖，一点也不健康，但罐罐茶里配着枸杞大枣鲜牛奶，不仅有了奶茶味儿，还是健康食品呢。

其三，从社交、社群传播的角度来看，除了拍照漂亮方便打卡，围炉罐罐茶会走红也有其独特的原因。“其实煮奶茶也就是那么一回事，你在家里的燃气灶上架口不锈钢锅一样能煮奶茶，味道也不会差，但不一样的是，围炉这种方式给了我们一种感官上的享受，一种对于生活更美好的想象。”正所谓“绿蚁新醅酒，红泥小火炉。晚来天欲雪，能饮一杯无”，围炉这种形式给了消费者一种实现对美好文化休闲生活想象的方式，“你想啊，围着红彤彤的小火炉，慢慢喝着奶茶看风景，感觉时间都变得慢了下来，这种感觉是不是和你站在厨房里喝很不一样，这是环境变化所带来的。”这也就是所谓的“氛围感”，明明是很朴素的商品，但在氛围感的加持下一下子变得高级起来，明明都是再普通不过的食物，但围炉罐罐茶套餐能卖出三四百，秘密正是在此。