

# 今年以来蓝莓、荔枝、樱桃等水果大幅降价 消费者“甜”了,果农有赚头吗?

记者 郁静娴

“蓝莓6.9元一盒”“桂味荔枝12.5元一斤”“樱桃19.5元一斤”……近期,不少消费者发现,一些此前的“水果贵族”价格变得亲民。

放眼批发市场,价格跳水的势头更明显。在广东广州江南果菜批发市场,妃子笑荔枝6月底价格为每公斤4至4.5元,而去年同期价格为每公斤14至16元。

消费者实现“水果自由”的同时,会不会出现“果贱伤农”的现象?面对水果产业周期性波动,产地如何积极应对?近期,记者进行了调查。

## 今年行情 鲜果集中上市,产地抢速出货,力争薄利多销

广东茂名高州市根子镇甲峰农业荔枝产业园,工作人员忙着给荔枝分拣装箱。“白糖罂采完了,现在轮到桂味。高峰期一天就要发走4000斤。”5月中旬以来,产业园负责人钟伟略没怎么歇过。

受上个冬季低温少雨影响,主产区迎来10年不遇的荔枝“超级大年”。作为全球最大连片荔枝生产基地,今年茂名荔枝预计产量约63万吨。在根子镇土生土长的钟伟略不由感慨,“所有的树几乎都成花了,这在大年里也不多见。”

受气象条件、栽培管理等因素影响,多年生果树如荔枝,特别是桂味、糯米糍、仙进奉等中晚熟优质品种,通常存在年际间产量波动,表现为“大小年”周期。据初步调度,今年全国荔枝总产量有望达345万吨,同比增加1倍。

“超级大年”里,果农还有赚头吗?

“大家都在拼命采摘,收购商一车车出货,就知道亏不了。”钟伟略坦言,“去年荔枝价格高是高,可我们这里桂味的成花率还不到5%,几百亩果园甚至摘不到几百斤,100元一斤也赚不到多少。”截至7月初,当地桂味统果收购价约3至8元一斤,糯米糍统果收购价8至9元一斤,电商收购价则更高,多数果农能够实现薄利多销。

对有经验的果农来说,价格影响更多停留在“挣多挣少”。受3月“倒春寒”和4月低温寡照天气影响,今年辽宁大连露地大樱桃整体成熟时间比去年延迟一周左右,上市期与山东、陕西产区重叠,拉动价格跌落。在大连金普新区七顶山街道的一家批发集散中心,代表性品种“萨米托”每斤10至35元,同比降幅15%左右。

“3、4月份那阵,网上能卖到70到120元一斤。”辽宁瓦房店市得利寺镇蔡房身村种植户梁伟今年种了8亩樱桃,其中七成是设施栽培的早熟品种,主要走电商渠道进行错峰销售。

“大樱桃是我们这里的优势主导产业,种植规模化、设施化程度高,产量连续3年稳定在14万吨以上。”金普新区大樱桃协会秘书长衣明阳说,在政府引导下,当地形成了相对合理的早中晚熟结构,能够适应市场多样化需求。不少果农种上了俄八、宾库等商品化率高、市场反响好的品种,进一步降低了经营风险。

专家分析,目前优品水果批发价格出现环比、同比下跌,主要还是受季节性因素和品种本身供求形势变化的影响。农业农村部农产品市场监测预警团队水果品种首席分析师赵俊晔说,6月时令水果集中大量上市,消费者选择余地大,价格整体承压下行。她也提醒,水果的生产经营利润趋于降低,如果生产

者盲目追求产量、没有提前锁定销路,容易出现“丰产不丰收”的现象。

## 整体产能 部分水果加速扩种,稀缺性显著削弱,竞争加剧

一些过去很贵的水果大幅降价,除了周期性因素,还来自整体产能的增加。

前些年,蓝莓只在特定时节出现在大型商超,价格不便宜。短短几年,在街头巷尾的水果店里就能买到质优价廉的蓝莓。

消费者“蓝莓自由”的背后是迅速壮大的产业。数据显示:2024年,我国蓝莓栽培面积144万亩,较2020年增加44万亩,较2016年增加111万亩;全国蓝莓总产量78万吨,分别比2020年和2016年增加43万吨和63万吨。

来自浙江的新农人董剑峰是较早的蓝莓种植者。他记得,6年前他们公司刚去云南时,蓝莓在云南还只是零星种植,规模不过几万亩。到去年,云南蓝莓种植面积增长至20多万亩,已成为国内蓝莓主产区之一。

“5到7月份是国产蓝莓的传统上市高峰期,也是全年价格低谷。这几年,从业者都在拼销季销售,栽培了更多早熟品种,市场空档逐步被填满。”董剑峰所在公司在云南先后投资建起了4000亩蓝莓基地,最初测算的财务模式显示大约17个月回本,现在看要3至5年了。

“今年市场货量更大,铺货面更广,但价格更低。”在云南红河哈尼族彝族自治州,蓝莓种植基地负责人马小龙介绍,目前蒙自产区的集中出货期已经结束,8月底左右往北一些的产区将接续产出。今年公司在蒙自产区扩产500亩,总出货量1700吨,是去年的近3倍,单价同比下降两成左右。

来自地头的产能信号,一波波传递到渠道商和批发市场。“有一个明显变化,前些年一直是销售方找基地,今年市场开始逐步趋向供需平衡。”董剑峰说。

在山东济南堤口果品批发市场,3月份,来自云南等地的棚种蓝莓上市,价格为每公斤80至120元;6月份,本地露天蓝莓批量上市,价格为每公斤16至50元,而去年6月,蓝莓价格在每公斤24至60元。“蓝莓销售时间拉长,消费者选择多了,从市场规律来看,降价也很正常。”市场招商策划部经理王珍说。

国内优品水果产能扩大,一定程度上也是品种和种植技术提升的表现。据业内专家介绍,我国甜樱桃从40年前开始规模化商业栽培,10年前已形成环渤海湾地区和陇海铁路沿线区两个主要优势栽培区。2020年以来,西南高海拔地区和西北产区快速扩张,随着对低温需求较少的品种推广,长三角等南方产区面积有望进一步增加。

“在效益推动下,近年来,蓝莓、阳光玫瑰葡萄、大樱桃等水果种植规模扩大、产能提升,稀缺性已经显著削弱,市场竞争加剧。”赵

俊晔表示,针对水果市场供需失衡风险,主产区要做好水果产业高质量发展规划,促进优质化、差异化发展,避免盲目扩大产能。

## 短期对策 加强产销对接,缩短市场距离

“北纬39度的‘红宝石’来了!”6月下旬,上海市闵行区颛桥万达广场人头攒动,甜美多汁的大樱桃,吸引不少渠道商和市民驻足尝鲜。

“大樱桃省外推介活动举办3年了,这两年还增加了成都、杭州站。”衣明阳介绍,现场品尝推介,有助于提升品牌知名度与美誉度,每年带动订单销售数十万斤以上,不少都是回头客。

今年,大连和山东烟台两地携手,围绕樱桃产业开展联合攻关。衣明阳介绍,一方面技术协同,在设施温控、基质栽培等方面加强协作,提升樱桃品质;另一方面市场协同,建立完善环渤海湾樱桃产业带数据平台,共享产销信息,避免集中上市造成价格踩踏。

在茂名,政府围绕品牌建设、电商销售等频出新招。当地连年承办中国荔枝龙眼产业大会,举办荔枝嘉年华、主销区推介会等活动,联合短视频平台邀请百名网红达人推介荔枝。今年还开发了盲盒定制和节日场景定制模式,与8家银行合作上架荔枝购买链接,推出超300万元荔枝电商消费券。

“有区域公用品牌支持,果农可以把更多精力放在提升品质上。今年从合作社、散户那里收购上来的荔枝,品相都很不错。”高州小峰喻喻农业科技发展有限公司总经理吴玉婷说,公司与农科院等机构合作,引入智能分选设备,通过克重、颜色、瑕疵等指标对荔枝精准分级,并采用低温差预冷技术锁鲜。

“从当前看,当地荔枝均价比以往大年相比稳中有升。”茂名市农业农村局党组成员、副局长钟秀威说。从5月27日起到6月中旬,“茂名荔枝”在抖音平台订单量同比增长21.7倍。此外,2023年海关总署把全国首个特色水果枝评议基地设在茂名。今年茂名荔枝新增出口国家和地区6个,经茂名海关监管的茂名企业出口荔枝同比增长96.8%,销售半径持续拓宽。

## 着眼长期 提品质、延链条,练好行业内功

“咔嚓、咔嚓”,浙江浦江县浦南街道宋溪村的葡萄架间,320名种植户手持剪刀专注地修剪枝条。前不久,这里举办了一场特殊的“田间考核”——浙江首次葡萄树修剪专项职业能力鉴定。155名经验丰富的葡萄种植户,成为浙江首批获认证的“葡萄工匠”。

“不同的葡萄品种树形相差较大,比如巨峰葡萄为满天星形,阳光玫瑰葡萄为一枝形,

修剪技巧也不同。”浦江县果业协会会长陈青松介绍,提高果农修剪技能,有助于疏果控产、提升品质。

巨峰葡萄是浦江县地理标志产品。“今年预计7月20日左右上市。”陈青松说,去年,一级果每斤8.5元左右,二级果6元左右,整个果期基本没有大起大落。此外,县里近年也引进“夏黑”“醉金香”等早熟葡萄品种,以及“阳光玫瑰”“蓝宝石”等晚熟品种,促进种植结构合理调整优化。

良好的品质始终是竞争力的关键。“一些价格相对较高的水果品种,也存在果品质量参差不齐的情况,价格分化明显。受品种退化、不利气象条件、管理粗放、采后商品化处理不当等因素影响,一些果品品质欠佳,拉低了整体价格。”赵俊晔说,促进行业持续健康发展,要引导果农由单纯追求产量向量质并重转变,加强产中管理和采后处理等环节管控,优化供给质量,避免低品质果品扰乱市场价格。

“长远看,从业者要想挣钱,不能靠盲目扩张,还是要靠科技节本增效。”在董剑峰眼中,国内蓝莓面积增加迅猛,但在标准化种植、溯源管理等方面仍有很大提升空间。近年来,他成立了农业科技公司,带领团队开发了农业生产管理决策平台。生产成本日报、病虫害监测、灌溉酸碱度动态监测、采收质量分析……蓝莓生长情况,转化为详实的监测数据。

在茂名,一款款造型可爱、口感细腻的荔枝冰淇淋,成为今年夏日消费的新宠。在高州益丰健康产业科技有限公司加工车间,经过剥壳、去核、高压灭菌等步骤,新鲜荔枝加工成的原浆摇身一变,成为饮料、冰淇淋等产品。

“今年赶上了荔枝大年,我们和益丰合作,投资5000万元新建了数条荔枝冰淇淋生产线。4月11日新品发布以来,销售额已经达到1100万元。”茂名荔小视食品有限公司负责人徐志鹏说。

深加工成为丰年荔枝消纳产量、提升价值的有效途径。“加工制作冰淇淋,全年能消耗2800多公斤荔枝原浆,相当于7200公斤荔枝。”徐志鹏说,荔枝集中采收季约两个月,将荔枝果浆低温冷藏以备加工,打破了季节限制,有利于熨平大小年波动。在茂名,已培育荔枝加工型龙头企业25家,年加工产能超10万吨,产品开发超30种。

果业练内功,依然任重道远。“整体上,水果产量波动和价格波动仍存在较强的不确定性,准确预测和管控的难度大。”赵俊晔说,水果全产业链大数据还有待完善,需要推动市场风险早识别、早预警、早防控,创新金融和保险工具的应用,构建果树种植保险、气象指数保险、收入保险等多层次保险产品体系,帮助果农分散风险、保障收益,增强产业发展的稳定性。

# 应对“水果周期”,小农户需要更多帮助

蒋雪婕

“小年”时,水果产量低,价格虽高却没多少收益;碰上“大年”,产量虽上去了,价格却也下来了,利润微薄甚至还要“倒贴钱”。只有价格稳定,利润率合理,果农才有继续种植的底气,好吃的水果才能源源不断供给消费者。

相较于有经验的果农和成熟运转的合作社,单个小农户的抗风险能力较弱:在做决策时,“什么赚钱种什么”,可成熟时赶上行情不好,入不敷出;在种植过程中,缺乏科学指导,甚至受短视频中不靠谱“专家”的带货影响,自行喷洒药物,不仅影响果品质量,还可能毁了果树、带来食品安全等问题;售

卖时,“散兵作战”,缺少有组织的系统营销,街边售卖等方式对于“消化”大年丰产的水果来说,作用有限……

因此,应对“水果周期”和市场波动,小农户迫切需要更多专业指导和服务。从具体操作上看,农业组织可以吸纳更多小农户,抱团应对市场的洪流。合作社可以发挥信息优势,把市场行情第一时间同步给农户,科学决策“种什么”;以更实用、更通俗的技术指导,告诉农户“怎么种”“如何管”,把果子质量提上去。有了“量”的优势和“质”的提高,农民议价能力就强了,对接商超、电商、加工企业,“怎

么卖”也就更好办了。

从产业布局来看,用好数据和信息资源,加大产地间的联动沟通,可以避免盲目扩张带来的被动“压价式”竞争。在“错峰销售”的常规思路之外,还可以考虑从更多角度寻找市场空白,例如以独特的口感、滋味等,打动不同消费者的味蕾,通过差异化竞争站稳脚跟。延长加工链条,变鲜果为商品,更是打破季节限制、提高农产品附加值的好办法。

不仅是水果产业,在农业生产中,“大小年”很常见,价格波动难以完全熨平。但通过多方合力,运用多种手段,相信会有更多农户尝到丰产增收的甜头。