

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，产地如何积极应变？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季销售。

“大樱桃是我们这里的优勢主导产业，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，从业者都在拼错季销售，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，促进优品质化发展，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。”高州小蜂嗡嗡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，并采用低温压差预冷技术锁鲜。

“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技贸评议基地设在茂名。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，作用很有限……

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“错季销售”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。