

海南早熟荔枝已逐步在北京上架

价格预计呈现“量少价高”走势



海南早熟荔枝品种“桂花香”抢鲜上市。

海南早熟荔枝上市

近日在北京批发市场、超市和果蔬商店，荔枝已经开始销售。

北京新发地市场水果商户王永亮介绍，目前上市的荔枝都是海南产的早熟品种，主要是“桂花香”，也有少量“妃子笑”，大多是3月20日前后在北京上市。

值得注意的是，早熟荔枝价格不菲。日前，果多美天桥北里店内摆放了少量“桂花香”荔枝（A级），零售价为42.9元/斤，优惠价为39.9元/斤。店员称，3月底刚上市时，每斤荔枝售价超百元。

外卖平台上，荔枝价格也不低。某平台显示，心果点点鲜果切国贸店销售的甜“桂花香”荔枝（甄选），售价为99元/斤。百果园新怡家园店的“桂花香”荔枝（粒果A级），售价为61.9元/斤。在电商平台，不少商家宣称是海南空运来的“桂花香”荔枝，价格在50~100元/斤之间。

批发端荔枝价格如何？王永亮介绍，目前一箱荔枝批发价在90~120元之间，折合约40~50元/斤之间。“现在的荔枝都是海南空运到北京，量少，价格就高。过段时间上市量增大，价格会有一定下降。”

广东等产地面临减产

王永亮提到，今年海南等荔枝产地受寒潮影响，成花率不高，整体产量将会下降。等到荔枝大量上市期，价格会有所下降，但降幅不大，仍将高位运行。

值得注意的是，3月到4月是广东等地中晚熟荔枝的成花期，然而广东、广西等荔枝产区今年成花率低，许多荔枝树上只有绿叶，看不到花朵，预计将对荔枝产量产生影响。

广东茂名的荔枝种植户钟伟略

“日啖荔枝三百颗，不辞长作岭南人。”据了解，海南早熟荔枝近期已经在北京部分商超、果蔬店铺上架，销售价格不菲，有店铺售价近百元一斤。

对此，有行业人士称，随着后期荔枝大量上市，价格会有所下降。但今年荔枝产区受寒潮影响，成花率较低，荔枝减产成定局，价格预计呈现“量少价高”走势。

证实了这一情况。他说，受到年初寒潮影响，广东、广西、海南等产区的荔枝树成花率普遍较低，他的种植园中，“白糖罂”品种坐果率下降了两三成。茂名主要的荔枝品种是“桂味”“白糖罂”和“妃子笑”，今年几次倒春寒影响，受灾最严重的是“桂味”荔枝，成花率不足去年的一成。“白糖罂”成花率还行，其他品种成花率也受到一定影响。

广东省农业科学院果树研究所研究员向旭介绍，今年全国荔枝产区中，只有四川、福建受灾较小，广东、广西等产地基本都受到灾害影响，连多年丰产的海南省，“妃子笑”也仅有80%成花率。

向旭进一步解释，荔枝的成花期需要稳定的温度环境，最好是15℃以上的稳定温度。然而从2023年12月至2024年1月中旬，荔枝产区出现持续近2个月的高温干旱天气。再加上2024年1月20日以后的几次倒春寒，异常天气打乱了荔枝树体的成花节奏，尤其是影响了中晚熟品种的成花率。

“‘桂味’受到的影响最大，以广州为例，从1月下旬开始的寒潮持续时间达10天以上，其间还伴随极端低温，中晚熟品种花芽形态分化抽花穗的进程受阻。而早熟品种‘白糖罂’等成花受

影响，则是1月下旬的极端低温让花蕾发育不全，甚至遭遇冷害所致。”向旭说。

同时，有种植户认为，今年荔枝减产也与“大小年”有关。这是指受荔枝种植的营养消耗、天气变化等原因影响，荔枝产量在连续年份呈现显著波动，具体表现为一年高产（“大年”）、一年低产（“小年”）。钟伟略也透露，去年荔枝产量较高，是“大年”，今年确实会受到“小年”因素的影响。

不过向旭认为，近几年在技术支持下，传统意义上的荔枝产量“大小年”差异已经不太显著。“尤其是在荔枝种植栽培方面，即使遇到暖冬的情况，现有种植技术也可以在一定程度上维护荔枝树的营养和花芽的孕育条件，不会影响成花率。除非遇到一些异常天气原因，比如年初接近零度低温的寒潮，才会导致荔枝的成花率降低，从而减产。”

今年荔枝预计“量少价高”

目前来看，今年荔枝产量降低已是定局。钟伟略说，以往他每年会在电商平台销售20万斤荔枝，今年可能只有10万斤左右。向旭表示，根据往年数据，广东荔枝的产量约为150万吨，今年可能会减半，大概在70万~80万吨。

供需变化影响到荔枝价格走势。钟伟略说，“今年的荔枝市场供需不平衡，预测整体价格涨幅在50%左右。”向旭表示，目前有很多中晚熟荔枝已被预订，收购价格是去年的1倍至2倍。

为确保已成花荔枝树正常挂果，向旭建议，种植户对已抽出纯花穗的荔枝树及时施壮花肥、喷施叶面肥、修剪荫枝等，做好后期保果管理工作。

（刘欢）

原材料大幅涨价 巧克力成“甜蜜的负担”？

本报讯 李静 近期，巧克力重要原材料可可的价格飙升，纽约可可期货价格本周一度突破每吨1万美元关口，创下历史新高。此外，今年以来，纽约可可期货累计上涨135%；去年3月份至今的一年多时间里，累计涨幅高达250%。

世界上大部分可可产自西非，但去年以来，西非主要可可种植国——科特迪瓦和加纳出现大面积歉收，由此导致全球面临60多年来最大的可可供应短缺。国际可可组织预测，2023年至2024年可可的供应缺口为37.4万吨，较前一产季的7.4万吨缺口增加405%。

随着可可价格的上涨，许多巧克力制造商面临着更高的生产成本。例如，为降低成本压力，美国巧克力巨头好时近期宣布，将推出焦糖夹心巧克力、柠檬味巧克力棒等新品，通过添加更多风味的原料，降低巧克力糖果所含可可的比例，来避免产品涨价。

业内人士预计，随着可可价格的持续走高，2024年巧克力价格也将出现相应上涨。

“全球多家巧克力企业宣布涨价，是市场供需失衡和成本上升背景下的必然结果。虽然这会给消费者带来一定的压力，但也反映了巧克力产业的现实挑战和发展趋势。”广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬表示，中国的巧克力大部分来自进口，随着可可价格不断攀升，消费端应该会陆续涨价。

事实上，包括雀巢、好时、费列罗等在内的国际知名巧克力品牌均已宣布涨价计划。巧克力制造商瑞士莲首席财务官MartinHug在3月份的财报电话会议上表示，有多家公司已经宣布涨价，公司也是其中一员，目前很难预测可可市场会发生什么。

“市场需求依旧旺盛，加剧了供应与需求之间的不平衡状况。在此背景下，供求矛盾推高了可可的价格，并进一步传导至终端巧克力产品的零售价格。”盘古智库高级研究员江瀚表示。

近年来，我国国内可可产业快速发展，多家企业在可可产业链有业务布局。

爱普股份的主营业务中包括工业巧克力，同时经销可可及巧克力制品等。公司供应下游食品生产企业用于生产冷冻饮品、烘焙食品、巧克力糖果和乳制品等食品的巧克力。公司相关人士表示，设有专门的采购部门，负责原材料的采购工作，目前已拥有一批稳定的供应商，供应渠道稳定。

新三板企业兴光可可主营业务为可可制品的生产和销售，是目前国内可可脂、可可粉、可可液块及可可饼块等可可制品的国家标准制定者之一。在公司生产成本中，原材料可可的成本占比达到90%以上。

兴光可可相关人士表示，公司的产品主要销往欧美及国内大中型食品加工企业，可可价格波动加大，对加工企业也有影响，原材料贵，公司的产品成本也会提高，传递给下游，价格会上涨。

面对可可的价格上涨，产业链上下游企业不只有涨价一条路。某业内人士表示，除了涨价，企业还应采取多种措施来应对冲击，比如供应链的优化与多元化，企业应深入分析供应链，寻找提高效率、降低成本的方法。同时，多元化供应渠道可以降低企业对单一来源的依赖，减少供应风险。