

车厘子“自由”不再热议 理性消费倒逼果业高质量发展

从“果中贵客”到“家中常客”

直播间里，车厘子依然是冬季的“顶流”水果，却也掀起了价格战。主播们争相打出“地板价”，“5斤装车厘子99包邮”的喊话不绝于耳。

曾经被誉为“果中贵客”的车厘子，如今销售价格却不再高高在上，原因是什么？

“车厘子价格降低主要是因为进口量集中释放、物流效率提升和销售端竞争加剧。”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介绍，根据智利车厘子委员会预测数据，2025/2026 产季智利车厘子出口量约55万吨，且本季智利车厘子采收时间较往年整体提前了7~10天，特别是拉宾斯和瑞吉娜两个主力品种的采收期前移导致出口量在更短时间内集中释放，是车厘子价格下跌的主要原因。

“车厘子刚引入国内的时候，一个产季全国也就进口1000多柜。那时候‘物以稀为贵’，只要有货就不愁卖。”一位浙江嘉兴的水果外贸商户回忆，“这几年，越来越多的电商公司直接与智利车厘子企业对接，竞争愈发激烈。”

中国市场持续火爆，推动智利果农不断扩大种植面积。智利农业部统计数据显示，过去五年间，该国车厘子果树种植面积几乎翻倍，从2019年的3.8万公顷增至2024年的7万公顷。

产量激增，使得市场上的车厘子供过于求，价格自然水落船低。

作为智利车厘子的最大出口国，中国的消化量占智利车厘子产量的90%。“2025年车厘子价格整体下滑，比2024年便宜20%左右。”北京新发地商户刘文坡坦言，“现在平均批发价格在30元/斤左右，较空运阶段下降了一半。”

产量暴涨之外，海运成本下降也为车厘子价格暴跌推波助澜。

以往，车厘子大多通过空运进入中国，高昂的运输成本使得其价格居高不下，如今，“车厘子快线”海运直航已成为常态，运输成本比空运低60%以上。数据显示，本产季海运智利直航中国的车厘子专班已增至32班，航程缩短至23天，加上海关“船边直提”等政策清关效率优化，损耗和成本进一步降低，使得车厘子价格更加亲民。

“另外，由于水果市场供给整体充裕，竞争加剧，电商和商超的价格补贴措施进一步拉低了车厘子价格。”赵俊晔表示，1、2月份是进口智利车厘子集中销售期，不同品种、不同等级车厘子价格差异较大，优质优价明显。作为中早熟品种主力的桑缇娜，其出口已基本结束，中晚的拉宾斯、瑞吉娜提前采收，陆续出口，智利车厘子正处于集中上市供应阶段，预计低价行情将维持一段时间。但由于实际进口量比前期预计下调，加上春节较晚，后期价格或有小幅上涨。

一个月前，装载369柜、超7800吨智利车厘子的“车厘子快线”货船靠泊广州南沙港。这是2025至2026年南半球车厘子新产季以来，全国首批海运直航进口的车厘子。

随着智利车厘子海运抵达中国，价格再度被“打下来”。多位水果商透露，今年车厘子批发价较去年同期下跌20%以上。

价格风暴之下，有人欢喜有人愁。经销商、电商平台忙着调整销售策略，大洋彼岸的智利果农不得不提前谋划下一个产季，而对于同品种的国产大樱桃产业来说，这无疑是一个重要提醒。



车厘子面对更多审视

随着车厘子从“稀缺品”逐渐变为“常规水果”，其价格形成了成熟的波动规律，曾经让无数人追捧的“车厘子自由”，也慢慢退出了大众热议的话题清单。

“现在车厘子没有前几年那么火爆了，消费者对‘车厘子自由’也不如前几年狂热，基本是理性消费，不像之前那样一谈便宜就囤货。”刘文坡说。

市场的变化体现出消费者关注点的变化。如果说以前消费者对车厘子追求的是“新奇”，而现在追求的更多是“新鲜”，他们开始思考漂洋过海的车厘子质量是否更优，长距离海运背后的保鲜技术是否安全。

面对中国市场的变化，智利车厘子产业正主动进行战略性调整。“智利车厘子进入中国市场的时间一年比一年早，今年比去年提前了20天左右，价格也比去年早回落。”刘文坡介绍，国内消费者偏爱颜色深、硬度好的品种，智利果农便顺势加大品种培育力度，不少原本种植其他果品的果园，都改种了车厘子。

“为适应中国市场，尽量拉大供应时间，智利也在不断优化品种的熟期结构和品质结构，以精准对接中国元旦春节前后的消费需求。”赵俊晔介绍，熟期结构上，既有早熟布鲁克

斯，中早熟的桑缇娜，也有中晚熟的宾、科迪亚等品种；在品质上，科迪亚、斯凯拉雷等中高端品种占比也在增加。

不仅如此，近些年在中国企业的支持下，智利车厘子筛选分装环节已高度自动化，从预冷降温、智能分选、清洗加工到气调包装均依托先进设备完成。同时，行业协会与企业协同发力，根据中国不同地区的消费偏好，提供不同规格、包装与尺寸的产品，让车厘子在各个消费层次中都具备适应性。

智利车厘子产业蓬勃发展，已成为该国种植面积最大的水果以及重要经济支柱。行业数据显示，车厘子产业每年为当地提供约20万个就业岗位，占智利全国水果行业就业岗位总量的三分之一。

然而，在消费理性化与市场竞争加剧的双重压力下，车厘子产业仍难逃挑战。“今年公司车厘子销售额较去年整体下降了30%。”刘文坡说。低价竞争不仅压缩了企业的利润空间，还让部分中小经销商陷入库存积压的困境。更关键的是，随着消费者对品质要求的持续升级，单纯依靠“早上市、多供货”的规模优势已难以打动市场，产业升级迫在眉睫。

果业竞争道阻且长

车厘子“褪色”，本质是市场规律的结果。当稀缺性红利消退，如何才能激烈的市场竞争中守住一席之地？

事实上，从明星水果跌落至平常百姓家，车厘子并非个例。

阳光玫瑰葡萄是日本的明星品种，曾被称为“葡萄界的爱马仕”，在我国市场上每斤售价一度高达300元。自引入我国种植后，短短

几年间面积爆发式增长，阳光玫瑰产量飙升的同时质量大打折扣，价格已“泯然众人”。

新西兰奇异果也曾面临类似的市场挑战。20世纪50年代至70年代，新西兰几乎垄断了全球的奇异果市场，但好景不长，随着意大利、智利等国家也争相种植、出口奇异果，新西兰果农的生存空间越来越逼仄。为了自救，新西兰政府成立了“新西兰奇异果营销局”，并举全国之力打造出奇异果高端品牌佳沛，使其成为新西兰的国家名片。

不论是阳光玫瑰还是新西兰奇异果，其发展历程都警示着果业从业者，“重规模轻质量”的发展模式难以维系。

受南北半球上市时间影响，11月至次年2月，我国市场上的樱桃以智利等南半球国家供应的车厘子为主，国产大樱桃则在3月开始陆续上市。尽管国产大樱桃正在尝试改进种植技术提早上市，但春节期间也只能零星进入市场，成本价格甚至比车厘子更贵。

进口车厘子价格跳水，也许会对后续上市的国产大樱桃造成不小的冲击。“车厘子价格低，会拉低国产大樱桃的价格，消费者‘审美疲劳’，也可能对国产大樱桃消费产生一定影响。”刘文坡表示。面对市场变化，如何适应消费者对于品质品种品牌的更高要求，这也是智利车厘子种植户和国内种植户们都需要适应的新变化。

面对市场变局，国内从业者们已经开始行动。

“车厘子从口感、硬度上来说，确实比国产大樱桃好吃，车厘子的品种也比国内丰富。要赶上车厘子的品质，国产大樱桃的品质和口感还要提升，为了提升品质也得和国际接轨。”刘文坡说，2025年已经从智利引进了优质车厘子品种，开始规模化种植。

“要从根本上解决果业的问题，关键要杜绝生产端无序扩张。只有坚持高质量发展，持续加快改良品种、根据市场需求不断优化种植结构，培育出更具影响力、知名度的品牌，才能真正满足消费者对美好生活的追求。”中国果品流通协会会长鲁凯芳表示。（侯雅洁）