

编者按:

以前逛市场,关于水果,大概是想吃什么买什么,现在第一眼先看价格标签,然后违心地说:不用买,反正也不想吃。翻翻历年的统计公报,还没见到哪一年鲜果的价格涨幅超过10%。而今年以来,鲜果价格一路涨涨涨,5月份鲜果价格上涨26.7%,影响CPI上涨约0.48个百分点。面对此时此景,不由得想问一声:

你“水果自由”了吗?



数据:

鲜果“涨”声一片。刚刚出炉的国家统计局消息,2019年5月份,全国居民消费价格同比上涨2.7%。其中,鲜果价格上涨26.7%,影响CPI上涨约0.48个百分点。再看之前的数据:今年2至4月,全国鲜果价格同比分别上涨4.8%、7.7%、11.9%,分别影响CPI上涨约0.09个、0.14个和0.22个百分点。

吃得多了 卖得贵了

■姜美蓉

资料显示,2015年中国水果消费量2.66亿吨(含水加工),人均年消费量为32千克(仅即食鲜果)。国务院办公厅印发《中国食物与营养发展纲要(2014—2020年)》预测,2020年我国水果人均消费量将达到60千克。随着人们的需求增加,水果种植业迅速发展。有资料显示,全国水果种植面积1995年为8098.0千公顷,到2016年达到

17250.0千公顷;水果产量也是逐年增加,2015年全国水果总产量27381.8万吨,2016年达到28319万吨,增长3.4%。据省农业农村厅数据,我省水果种植面积达800余万亩,且以平均每年20万亩的速度增加,主要有柑橘、梨子、桃子、李子、葡萄等。

市场需求火爆,水果经营店也呈井喷式增长——来自市场监管部门的注册登记显示,我市水果个体经营店2016年有818家,2017年有8987家,2018年有9979家,2019年预计破万家。



体验:

我的“买果经”

■江一舟

橙子9元一斤、红提32元一斤、火龙果11.2元一斤、苹果12.1元一斤、香梨15元一斤……这是6月11日傍晚,某大型水果连锁超市标示的水果单价。老公看后在一边吐槽,“除了香蕉,这些水果我们真的快吃不起了。”“的确,以前只是觉得车厘子贵,现在感觉各种水果都贵了,随便买点水果没有100块下不来。”就这样,我和老公对视一眼,啥也没买就带着女儿离开了。

我们一家三口都爱吃水果,几乎每人每天半斤,且吃的水果种类不统一。也不知道从什么时候开始,超市里的水果价格越来越高,更有甚者,廉价的水果超市不卖。去年夏天,为了吃一口本地产的西瓜,我寻遍了家门口的超市及水果摊,却怎么也找不着,他们提供给顾客的都是切好密封在塑料盒的西瓜块,一盒20元左右。后来开车经过三间农贸市场,一对夫妻拉着一三轮车的西瓜叫卖,平均才10元一个,我一口气囤了5个。



今年春夏交替,味美价廉的香水菠萝上市,价格从每斤7元一路看跌,可到了5月中旬,家门口的某水果店就不见香水菠萝的踪影了。问其原因,工作人员回复:“天气热菠萝容易坏,不卖了。”熟识之后,工作人员才说真话:“5块钱一斤没得赚。”

今年年初,我开始另辟蹊径,尝试在网上买水果。以50元10斤的贵妃芒、50元5斤的赣南橙试水,卖家发货速度很快,打开箱子后,首先拿出橙子品尝。盒子上层的橙子个头、外观与味道都还不错,不过压在箱底的橙子有一些坏掉了,个头也小很多。10斤芒果其实只有6个,用家里的电子秤称了一下,发现比宣传的10斤少了6两,卖家解释宣传语上的10斤是含包装的重量。再加上水果保鲜时间短,还没吃完,一部分就开始腐烂了。除了网购,我还找到了身边的团购渠道,在本地一家社交电商类生活服务平台可通过小程序,找到离自己最近的社区团长,和身边人一起拼单购买水果。

几番折腾下来,我也有了自己的一套买水果经:单价高、没吃过的水果拼单小额量买;保鲜时间长的水果优先选择网购,挑选知名度高品牌影响力大的电商平台,选择信誉好的快递公司,提前咨询商家净重;保鲜时间短、不易运输的水果尽量从实体店购买,能亲眼分辨好坏,不花冤枉钱。

观察:

我们离水果普惠有多远?

■子姜

今年春节前夕,一篇名为“26岁,月薪一万,吃不起车厘子”的文章火遍网络,引发了人们对于“车厘子自由”这一话题的激烈讨论。当然,动辄百元每斤的车厘子不是普通消费者可以日常消费得起,但这一事件能引起大众调侃,想必是拨动了大部分人的神经,那就是水果真的越来越贵,老百姓越来越吃不起了。

权威统计部门的数据证实了这不是错觉,5月份的上漲幅度大概是创了纪录吧。为什么今年的水果特别贵?网上出现了很多猜测,通货膨胀?被资本看上了?或者干脆是中产幻觉?

据观察,除了去年恶劣天气造成减产这样的客观因素,水果涨价可能还有另外这林林总总的原因。

一是为新零售改造买单。这几年,消费升级、新零售等喊得很响,于是我们知道,品相好的商品果大多会流向城市的主流销售渠道,如超市、连锁生鲜店及越来越多的新零售门店。另外,现在越来越多的水果生鲜超市,提供更标准化的果切,方便外送拣货。这就意味着,与此相关的新零售改造、人工成本、商品包装、线上订单的履约费用,最终都由消费者来买单。

二是水果贴上“奢侈品”标签。曾几何时,从牛油果到车厘子,“××自由”已经成为了一种标准句式,仿佛吃了高价水果就摸到了中产门槛。在消费端,水果炒作的套路也屡试不爽。中产水果,营养价值并不重要,只要营销到位,比如牛油果,就能带来“中产幻觉”。无炒作不高价,业内人士分析,在这样的背景下,囤水果跟囤茅台是一个道理,今年春节期间的车厘子,后来的苹果、耙耙柑,就是这样的产物。

三是进口水果拉动市场风向标。即便零关税,进口水果也会比本土水果贵不少。而进口水果消费增加,反映出国人追求消费多样化,换个角度却反映出中国水果种植在品类结构和标准化方面的落后。不得不承认,跟领先的水果种植国家相比,在水果种植、流通和零售3个环节中,我们的零售端已成熟,最不成熟的是种植,与此同时,农民的付出与收获往往不成正比,而种植从根本上决定水果的价格。

说了这么多,也许你会问,我们离水果普惠有多远?低价水果都去哪儿了?业内人士倒是提供了一条线索,大型精品水果超市偏爱品相一致的商品果,网络拼团则对于水果性价比更敏感。今年,淘宝、拼多多市场上,低价水果的引流效果都更加明显。