

今夏“贵族水果”集体降价

近期,荔枝、杨梅、榴莲等曾被贴上“贵族水果”标签的品类纷纷降价,从动辄百元的“奢侈品”到变身普通市民果篮里的常客,一场水果价格的“实惠浪潮”正席卷无锡市场,市民的“水果自由”在这个夏天变得触手可及。



小陈探市场

别摘! 景观树果实 宜看不宜食

入夏以来,紫叶李等景观树果实相继成熟,吸引部分市民攀折采摘。记者了解到,这些景观树的果实口感不佳且不利于健康。此外,据相关规定,在城市绿化中采摘花果属明令禁止行为,违反者将面临相应处罚。

水果自由? 乱采摘何时休

昨天上午,梁溪区一小区内的紫叶李树下,一名市民将树枝向下拉的同时,用手中的雨伞勾打树上的果实。随着部分果实被打落在地,不少枝叶也被连带折断。“看着红彤彤的,掉在地上多可惜,带回去尝尝。”该市民称,最近大家都在摘,前段时间小区里的枇杷刚熟就被摘完了。

记者注意到,随着紫叶李、杨梅树等相继挂果,无锡各个景区公园、小区以及路边绿化带内,各种景观树的果实都吸引了不少市民采摘。在社交平台上,有网友甚至发帖称“无锡绿化带里的紫叶李成熟了,这下水果自由了”,也有网友晒出从其他市民手中买来的一筐紫叶李,并配文称“卖家说是在地上捡的”。

水果盛宴? 小心吃进医院

“这些果子没必要去摘,酸得不得了。”市民骆女士表示,她们小区里有种杨梅树,前些年成熟的时候,她出于好奇摘了一颗看起来已熟透的果子吃,结果又酸又苦,“不知道是因为品种不对,还是没人管理,反正年年结果,也没人再去吃它。”

无锡市绿化管理中心工作人员道出其缘由:景观树本用于观赏,所结的果实口感远不及专门用于生产的果品。此外,长期生长在道路旁、绿化带中的景观树,大量吸附汽车尾气,表面沾染灰尘甚至农药,其果实吃后可能存在健康隐患。“春季病虫害高发,为防治病虫害,绿化部门会对苗木喷洒农药。”该工作人员补充道,许多景观树的果实初夏成熟,与喷洒农药时间间隔较短,果实很可能残留药剂,因此从健康角度不推荐食用。

手下留情! 以免触碰红线

近年来,市绿化管理中心的工作人员在工作中注意到,不少市民在采摘果实时不注意保护树木,会把一些大的枝条折断。这些大枝条被拽断之后,树形会遭到比较严重的破坏,带来的损害是不可逆的。

记者查阅发现,2022年修正的《无锡市城市绿化管理条例》已对此类行为作出明确规定。《条例》第二十九条,任何单位和个人,不得损毁花木、在绿地内擅自采花摘果;《条例》第三十五条,“损坏城市树木花草的,由城市绿化行政主管部门责令停止侵害,可以并处损失费一倍以上五倍以下的罚款;造成损失的,应当负赔偿责任;应当给予治安处罚的,依照《中华人民共和国治安管理处罚法》的有关规定处罚;构成犯罪的,依法追究刑事责任”。

绿化管理部门呼吁广大市民“手下留情”,莫因一时新奇,破坏城市绿化成果,触碰法律红线。
(李旭)

从“水果刺客”到“骨折价”

在无锡万科信成道小区附近的水果店里,樱桃、荔枝等当季果品被摆放在显眼位置任顾客挑选。“刚上市时都是用保鲜膜精心包装的,现在敞开供应。”店员指着标价牌介绍,“荔枝每斤只要10.9元,樱桃每斤13元,比起刚上市时都是‘膝盖斩’,去年同期也没有这么便宜。”

而在一些农贸市场,水果价格还在进一步下探。在朝阳农贸市场,泰国金枕榴莲价格

每斤降至24元左右,比4月底每斤便宜近20元;荔枝、杨梅都是8.8元/斤。

“今年整体水果价格都在往下走,到货量持续攀升。”朝阳水果批发市场副经理徐梦用数据勾勒出这场价格变革的轮廓:荔枝到货量环比上月增长70%,价格下降20%;榴莲到货量环比上月增长40%,价格下降15%。

这种降价趋势不仅限于部分水果。曾经卖到百元一斤的

“水果爱马仕”阳光玫瑰早已变得稀松平常,冬季颇具话题性的车厘子也已频繁出现在市民餐桌上。徐梦介绍,2024年国庆期间,无锡市场的秋月梨、西梅等曾经的“网红水果”零售价已跌至每斤6元左右,与几年前20多元一斤的价格形成鲜明对比。经营水果生意多年的王云华见证了这场变革:“前几年秋月梨和西梅市场流通量不多,价格偏高,大家只有在送礼时才会买。这两年供应量大大增加,竞争加剧,有些商家甚至开始打起价格战。”

从依赖进口到国产化种植

“今年水果价格普遍走低首先源于主产区的大丰收。”徐梦说,供需关系变化是决定水果价格的核心因素。

2025年荔枝迎来“超级大年”,全国预计总产量达365.04万吨,较去年暴增111%,广东、广西等主产区增产幅度尤为显著;车厘子市场同样迎来剧变。2024/25产季,智利车厘子出口量达62万吨,较上一产季增长50%,创

历史新高。与此同时,国产大樱桃产量增至85万吨,较上一产季增长6%。

此外,水果的大规模国产化种植,对价格平抑起着重要作用。阳光玫瑰、蓝莓最早基本都是依赖国外进口,叠加高昂的运输成本,价格自然高企。无锡寻优农业有限公司负责人李优红介绍,以今年热度大涨的蓝莓为例,以往蓝莓多依赖从秘鲁、智利等国家进口,

且市场消费人群小众,在大众认知里一直与昂贵挂钩。随着种植技术的进步,加上蓝莓是具有较高经济价值和广阔开发前景的新兴果树树种,云南、贵州等地加大了种植面积,蓝莓随之进入主流消费市场,成为商家的主推产品。“进口蓝莓运输期要一个月左右,国产蓝莓不仅新鲜程度高,而且兼具脆、硬、甜的优势,深受消费者欢迎。”李优红介绍,公司在无锡、广州、河北建立了三个货仓,物流发往全国,一天销售超万单。

从“性价比”到“品牌化”

“贵族水果”的价格下探,让水果消费正从节日礼品转向日常零食,实现从“有没有”到“好不好”、从“价格敏感”到“价值认同”的关键跨越。

与此同时,市场分化趋势也愈发明显:大众市场以“性价比”为核心,价格战硝烟四起。而在高端市场,品牌化成为新

竞争焦点。

“当果品有了‘滥市’的迹象,需要以品牌化构筑壁垒,避免陷入恶性价格竞争。”作为2007年起扎根无锡的本土品牌,沈记果业负责人沈金河介绍,水果需要完成从“地域品牌”到“商业品牌”的转变,其旗下经营品类已从基本的砂糖橘

起步,一步步拓宽至荔枝、沃柑、春见等多品类国产精品水果,引入的“一颗大”高端番茄品牌备受欢迎,樱桃番茄单品近一个月交易量同比增长53%。

无锡蔬菜果品行业协会会长张庆卿介绍,品牌是行业的无形资产,通过加强品牌宣传,多渠道提升品牌知名度和影响力,无锡成功打造了一批知名菜果品牌。截至去年年底,朝阳水果批发市场水果品牌数达736个,其中已有217个完成商标注册,涌现出如“沈园砂糖橘”“拉丝脆苹果”“黄土塘西瓜”等一众包装精美、品质过硬、被市场广泛认可的知名品牌。(晚报记者 陈婧怡/文、摄)

