



“车厘子自由”： 消费者与供应链共享市场红利

文 / 李当心 马 程

这个冬天，在社交平台上漫不经心地晒出一大箱车厘子，搭配一张咬了一口的大颗特写，再把“一不小心就实现了车厘子自由”打在公屏上——制作这样一条朋友圈的成本正在加速降低。因为，曾经盘踞在冬季水果鄙视链顶端的车厘子，开始大幅降价了。

在小红书和微博上，不断有人晒出自己在京东、拼多多电商或是永辉、盒马等超市里便宜购入的车厘子。评论区里更是一场低价的狂欢，每个人都不遗余力地晒出购买的渠道和低价，奔走相告。

如今，盒马上 2J 的车厘子十斤只需要 299 元。放在往年，这一品级的车厘子一斤就得 69 元。

在消费者狂欢的同时，售卖者也蠢蠢欲动。价格的走低给了他们促销引流提价的巨大空间，部分商家为了在春节期间冲一波业绩，甚至还会玩起以次充好、不同规格混卖、用国产充当进口等把戏，以求在这轮消费热潮里收割一波丰厚的利润。

事实上，近几年来，车厘子价格整体就处于下降通道。这离不开生鲜电商等互联网玩家的加入，一方面让供应链不断缩短，减少了加价环节；另一方面，国内消费者的车厘子需求不断扩大，对产地国家正在形成更大规模的市场议价能力。或许，在未来的每一个冬天里，车厘子自由的狂欢会越来越容易上演。



▲小红书上的车厘子笔记。



▲楼下促销的车厘子

喜提“车厘子自由”

最近，车厘子多次登上热搜。大概没有哪一种水果能像它一样，自带如此高的流量。

2019年冬天，因为产地歉收，本就昂贵的车厘子价格再度升高，让许多一线城市的白领直呼月入过万，春节期间却吃不起车厘子。由此衍生的“车厘子自由”，成了人们自我鉴定是否混得足够好的新标准。

谁能想到，只过了区区一年，车厘子突然就变成了唾手可得的东西。在楼下的生鲜超市，记者用50元就买到了2斤车厘子。

北京某便民果蔬超市的果管回忆，刚入冬时，店里3J的车厘子还需要100多元一斤，最近已经降到了70多元。在湖南某地级市开水果店的阿兰则告诉记者，这一个星期以来，车厘子的价格一降再降，她店里五斤规格的进口双J车厘子从刚售卖时的386元直降到了219元。

更便宜的是各大生鲜电商平台的车厘子价格。京东到家平台上，十斤XL的车厘子199元就能买到，山

姆门店里十斤2J的车厘子只要298元，盒马十斤2J的车厘子只需要299元。放在往年，这一规格的车厘子一斤就得69元。美团优选更夸张，3J的车厘子十斤只要299元。

相比往年，今年的车厘子不再是犒劳自己时才舍得买一买的奖赏，而突然变成了想吃的时候就从冰箱里抓一把的水果。

这种随心所欲的快乐，不仅引发了部分地区门店抢购车厘子的场面，也迅速在小红书和微博上点燃了一轮打卡热潮，不少用户们晒出了自己低价购买的车厘子，那满满的一大箱仿佛要溢出屏幕，再在图片上配以大大的“车厘子自由”，社交平台上满是快活的气氛。

似乎只需要买几斤降价的车厘子，就能让我等打工仔拥有薅到羊毛和宛如暴富的双倍满足感。

这波突如其来的降价，直接原因来自于大洋彼岸智利车厘子30%的增产。大批车厘子近日经海运到岸，加上海运成本相比空运也要更低，这些促使进口和批发的价格大幅降低。



▲微博上的车厘子打卡热。



▲批发商向记者展示的批发价格。

智利车厘子按照大小可以分级为 L、XL、J、SJ (2J)、P (3J)、G (4J)。广州水果批发商郑先生向记者透露，十斤装、L 规格的车厘子，去年同期的批发价格要 170-200 元左右，今年最低只需要 100 元，J 和双 J 规格十斤装普遍批发价便宜了 60-100 元。

上海一家大型水果批发商负责人唐辉则表示，目前 XL 车厘子 10 斤的批发价格只要 169 元。

海运车厘子的来袭，也导致了此前空运过来，成本更加昂贵的上一批车厘子，为避免压货也只好赔本降价处理。记者购买的 50 元 2 斤的车厘子正是这一类情况。

事实上，整体降价的情况，并没有“腰斩”这么夸张，每日生鲜告诉记者，今年他们的价格比去年便宜了 20% 左右。

不过，今年唾手可得的车厘子自由，也只是限定版的自由。郑先生告诉记者，虽然智利产地增收，但是今年的车厘子，小果居多 (J 及以下)，大果少 (2J 以上)，在价格都不太高的情况下，消费者会倾向于大果，目前整个市场，大果供不应求，价格只涨不跌。多位水果店老板更是向记者抱怨，往年能进到 3J、4J 的货，今年这样的好货是完全拿不到。

对多数消费者来说，2J 及以下的规格是产量、供应量最大的，也是主要消费的对象，低端车厘子的降价，已经足以带来一轮购买狂欢。

从产区来看，这一轮车厘子自由可能也仅限于智利产地。同样出口中国的新西兰车厘子价格相对就比较平稳，因为没有疫情，更加安全，今年新西兰的车厘子甚至卖到了 3J 以上的高端价位。

天猫方面告诉记者，因为国内需求的扩大，智利以往 80% 的出口车厘子都流向了国内，近一两年这个数字更是增长到 95%。“可以说，智利的果农都是拿着老黄历在看日子种车厘子的，就是要赶中国的农历春节前好好卖水果。”

此外，郑先生向记者分析，每年收果的数量、品质，包括疫情都会对车厘子的价格造成影响，价格没有绝对的稳定。所以，如此低门槛的车厘子自由，可能只是这个冬季的限定，甚至于只是这一段时间的限定。

“车厘子的价格和货期也有关系，刚到货时货少需求大，价格贵；中期的时候货量大，价格也会下降；尾期会在春节的时候，那时候需求大，货量小，价格也会往上走一些。”而大量到货的当下，可能是今年实



▲车厘子



▲天猫车厘子开柜仪式

现车厘子自由成本最低的时候了。

不断迭代的中国市场

就像榴莲、大闸蟹等“网红”产品，10年前也许还属于“奢侈”消费，今天已经进入寻常百姓家。

有数据统计，中国市场能吃掉全球 1/3 的车厘子贸易量。每年 11 月到次年 1 月，进口智利、澳大利亚、新西兰车厘子；年后国产大棚车厘子上市；到初夏，国产的应季樱桃、中东土耳其、塔吉克斯坦、吉尔吉斯斯坦等国的产品占领市场；七八月又该吃北美地区的大樱桃。

“南半球结束，再吃北半球”，批发商马辉这样形容中国消费者对车厘子的追逐。事实上，这个连叫法都浓浓洋味儿的网红水果在中国的价格变动，与背后的推手生鲜电商密切相关。

最早捧红它的是天天果园，“美国西北车厘子”2013 年短时间内卖出 208 吨，一炮而红。当时买 1 斤车厘子，要花上 150 元-180 元。天天果园的玩法，成为行业参考书，照抄就行了——原产地直采，降低供应链成本。

2020 年 12 月，天猫甚至在码头给直采到港的首船智利车厘子举行了一场“开柜仪式”。电商们都希

望在高端水果车厘子上建立起自己的品牌优势。“当时第一船还没有从智利出发货就已经全部卖光了”，天猫方面告诉记者。

这一动作的背景是，智利特地开通了“樱桃航线”，直送中国，让海运车厘子以往近 2 个月的航程缩短 1/3，成本也相应降低了。

不过由于疫情，原本进行直采的平台，如每日优鲜等无法派人在原产地直采，也要加入在市场上拿货的队伍。像天猫这样的大平台，除了直采，主要进货渠道仍是通过一级大经销商，比如上海的辉展、深圳的新农贸等批发市场。

“不像苹果或者大蒜这种非常耐储存的农产品，车厘子用现在的惰性气体置换保鲜技术，保存 40 天是没问题的。”马辉向记者分析称，这样的鲜货，自己不好做原产地，容易出现价格倒挂，直接去批发市场买反而更灵活。

事实上，车厘子市场上，直采占的比例并不大，“像上海的鲜丰水果，不光供自己门店，也做 B 端供应链。”马辉说。

于是就出现了这样一个状况，进口车厘子也还是一个拼渠道、环节的农产品。



▲天猫和京东的车厘子补贴



擦亮双眼!! 别被骗! 车厘子最强科普!!

先唠唠两句
发这个因为我买的整箱3J车厘子实际只有2J大!
看了各种科普+实际测量来跟大家分享!
大家擦亮双眼不重被骗!

▲小红书上的消费者吐槽

在国内车厘子行业链条上，除了传统批发商、商超、水果店，还有淘宝（聚划算）、京东、拼多多等电商平台的生鲜部门，还有新进场的美团优选、多多买菜、橙心优选等主打生鲜的社区团购平台。

“以前商超都是去2批（2级批发市场）拿货，价格翻1到1.5倍卖。”马辉发现市场上出现了新变化，“单价降低后，整盒也能卖出去，这些商超就拼团去1批拿货，能拿到更优惠的价格。”

“低线”城市消费升级也促使商家们自发地缩短供应链。“过去很多城市从2批拿货，现在也都到1批拿货了，因为需求量大。这些城市车厘子的整体价格就降下来了。”一位广州经销商表示。

在这位经销商看来，今年火热的社区团购、生

鲜电商购也搅动了整个车厘子市场。“社区团购的覆盖面积特别大，电商又可以通过物流辐射到更广的区域，这无疑对产品起到了推广作用。”这一说法确有迹象。

早在11月底，海运车厘子还未靠岸之前，各个平台就已经开始宣传。

天猫聚划算、拼多多等线上平台推出了针对车厘子的百亿补贴活动。京东、美团以及永辉超市等推出了价格实惠的团购活动，鼓励提前预定。在美团优选上，车厘子的秒杀价甚至可以低至8.9元/400g，与柑橘、苹果等水果价格已相差不多。象征中产和消费升级的车厘子，成了各大平台打品牌、引流客的绝佳产品。

“今年天猫上的车厘子之所以可以实现自由，一方面是联合三大进口商提前原产地直接采购，以比较有优势的价格拿到J级以上的大果，另外，聚划算百亿补贴也对这类高品质的车厘子进行补贴，让“贵族水果”走向国民餐桌。”天猫方面如是表示。

谁受益？谁搅局？

整个车厘子市场的销量异常火爆，虽然售价下降，但对于商家来说，这是一个不亏的买卖。

“今年整体进价下降了20%-30%，所以降价整体影响不大。从销售情况来看基本与往年持平。”每日优鲜方面对记者表示。

同时，包括盒马优选、美团优选的团长群里，J级车厘子缺货时，团长也会推广各类XL等更低级别的车厘子，“暂时没有高级的货源，小果子做秒杀，价格低一点还是有很多人买单的。”一位团购平台业务人员表示。

J和JJ级的车厘子是各个平台最常见的商品，但相同级别依然有品牌和品质的差异，如果不细致询问和对比，其实很难从价格本身做出判断。同样JJ级的产品，每公斤价格从20元到100元不等，消费者往往很难辨别质量。

“消费者对很多进口农产品根本不懂如何识别，尤其是黑标3107橙子之类的。”马辉称，车厘子的规格之间有些差别并不大，但因为是进口标品，还是会有价差。“把1.5的产品装2号箱，消费者是不知道的。这是二批和终端卖家经常干的事。”

在记者走访调查中，就发现市场上出现不少假货和以次充好的情形。“我们卖的是国产樱桃，和车厘子味道一样的。”北京一家生鲜市场，一位店员悄悄透露。这些国产樱桃都装在智利进口车厘子品牌“都乐”的盒子里，售价为59.9元一斤。

1月8日，在某电商平台会员日期间，有用户抢到了2箱促销的JJJ级车厘子，只花了不到400元。然而收到货后发现，或多或少存在质量问题——果子干

瘪，有冻伤痕迹，甚至汁水黏在盒子上，吃完后腹泻。该用户仔细检查了产品信息才发现，这些车厘子都属于“三无”产品，没有进口的资质和认证，发货地点和标签都不明确。

小红书上也有用户抱怨，自己买到的3J车厘子实际上规格只有2J，评论区的一位水果批发商更是直接指出，有些批发商会把标签偷偷换掉，这样每件就能多卖几十元。

在产业链与消费者共同享受车厘子降价带来的好处时，平台、商家需要有一些长远意识。从一定程度上来说，这一场车厘子的狂欢，不止停留在车厘子这一类水果上。进口高端水果的试水和落地，对于很多品类有借鉴意义。

记者了解到，天猫准备上线喵鲜生，专门出售高端生鲜水果。车厘子打响头炮后，后续还会经营更多的高端生鲜食品，比如鳗鱼、蓝鳍金枪鱼、鹅肝等等。

更多农贸市场也将进一步尝试“线上化”，上海最大的蔬果农贸市场辉展、深圳最大的蔬果农贸市场新农贸都会上线电商平台，多渠道转化精品生鲜产品。

这一波从增产引发的“车厘子自由”是否能够持续，是一个复杂问题，除了农业生产波动、疫情等意外因素，市场供需本身的平衡不可忽视。

天猫方面告诉记者，“平台站在消费者角度希望拿到有竞争力的价格，但从另一方面来看，一味压价对原产地的积极性可能是一个打击。”根据记者了解，车厘子协会对于价格跳水持相对谨慎的态度，而他们对产品的把控是相对有话语权的。

但从大的趋势来看，随着进口水果常态化，物流效率提升成本压缩，电商分销渠道的完善，供应链优化带来价格降低，也许会让更多居民可以长期享受进口鲜果的“自由”。■

(本文选自20社，全球青年精品资讯“全现在”旗下财经自媒体。)