

40元一斤 进口车厘子价格大跳水

有商家预测过年前还要降

2026年伊始，“车厘子价格暴跌近40%”的话题登上热搜。

华西都市报、封面新闻记者走访成都多家商超、水果店发现，多个销售渠道的进口车厘子售价普遍下调。在盒马鲜生成都门店内，5斤装的2J车厘子标价仅159元。在天府新区一家水果店，原本卖78元一斤的4J车厘子降至50元，3J的整箱购买40元一斤。还有很多零售商行开启80元至99元5斤装活动价。“车厘子自由”触手可及，有商家预测过年前还要降价。

价格大跌

零售和批发市场均有体现

成都市场上的进口车厘子价格普遍下调，多级市场均有体现。

零售市场中，2.5公斤装3J、4J智利车厘子售价分别为199元、249元。

批发市场的降价更为显著。在成都农产批发市场的水果交易区，有商家说：“我们目前在售的车厘子2J大小5斤装是130元，相比去年同期的180多元下降了很多。”该商家以“车厘子1件也批发”的广告牌吸引顾客，坦言虽然单价下降，但销量上涨实现了“双赢”。

商超渠道同样迎来降价潮。位于成都天仁路的一家商超，一盒5斤装的2J智利车厘子售价118元，活动期间甚至可降至109元。盒马鲜生阳光新业中心店，99元5斤的礼盒装2J车厘子和29.9元半斤装3J车厘子一度售罄。

线上平台的“价格战”让利更加明显。通过线上下单，购买一盒车厘子能节省60多元。抖音平台一款4JDD果王单日销量达2.5万至5万单。外卖平台上，部分店铺的J级车厘子去除配送等费用后，每斤约30多元。

业内分析

物流成本下降是降价主因

今年冬天，智利车厘子大量涌入中国市场，导致零售价格普遍下滑。在成都白家水果批发市场，半数以上的档口都把整箱的车厘子摆在显眼位置。水果批发商



进口2J车厘子一件售价129元。

受访者供图



部分商家打出车厘子99元5斤装的活动价。

这是车厘子终端价格下降的重要原因。

一位水果店经营者告诉记者，本次进口车厘子降价始于2025年12月初，较往年略早，且销量因价格走低而明显上升。他表示，预计这种价格实惠、销售活跃的市场状况将延续至春节前。如今市场正在分化，高品质大果仍保持溢价，而小果则需折价销售。

商家预测

最低或降至每公斤30元左右

消费者对车厘子价格的感知则出现了明显分歧。有消费者称，“看价格还会不会更便宜，应该还会再来买，马上过年了，车厘子非常适合走亲访友送礼。”也有市民表示，价格虽说是降了，但超过30元一斤还是有点贵。

一位行业买手指出，虽然最近车厘子价格下行，但多数批发商总体比去年更不赚钱。仅有少数具备规模、渠道与品控优势的头部批发商能维持或微增利润，中小批发商普遍面临“量增利减”甚至亏损的困境。

四川本土车厘子产业也受到了进口车厘子价格下跌的冲击。记者了解到，有种植户已经开始采取措施应对市场变化，并下定决心“换种”。

随着春节临近，车厘子市场需求将持续攀升。一位商家预测，1月底至2月初，市场上部分车厘子的零售价最低或降至30元/公斤左右。

华西都市报—封面新闻记者 姚瑞鹏 摄影报道

车厘子价格跳水 品质也打折？

有买家吐槽：价廉物不美，开箱如开盲盒

当进口车厘子零售价大跳水，消费者在社交媒体上欢呼“车厘子自由”的同时，新的烦恼正在蔓延——价格是下来了，但到手的商品品质却如同“开盲盒”。

近日，多位消费者向华西都市报、封面新闻记者反映，他们购买的高等级车厘子，实际规格与宣传严重不符，看似明晰的“J”级标准，在现实中竟成了商家可随意操作的“文字游戏”。

消费者说

2JD车厘子伪装成4J卖

车厘子的“J”（Jumbo）本是标示果径大小的行业通用标准，通常认为J数越多，果实越大。然而，在实际销售中，这一标准正被部分商家随意篡改。

消费者王先生说，他在某知名生鲜超市购买的4J进口车厘子，包装盒上贴着醒目的中文标签。然而，当他撕下这层标签后，竟露出了底下的原始英文标签，上面清晰印着“2JD”。“感觉像买了个‘套牌’产品。”王先生苦笑道，“外面一层是给消费者看的‘豪华版’，里面一层才是真实的‘简配版’。”

这种“双重标签”现象并非个例。在电商平台和直播间，规格描述更为随意。消费者牛女士在某短视频平台直播间，被主播“空运到港、原包装、杆子碧绿、4JDD加大加黑”的话术吸引下单。收货后却发现品牌不符、中文标签为后贴、果



消费者购买的4J进口车厘子，实为2JD。

受访者供图

杆发黄，所谓4J的果子甚至比线下买的3J还要小。“宣传的亮点，几乎一点没对上。”牛女士说。

遇到同样情况的还有李女士，收到货后她对自己网购的4J车厘子大小存疑，但因商家未随箱提供标准测量卡，她便按网上公布的尺寸（约32毫米以上）自行用纸板制作了测量孔。“我已经故意把孔剪得比标准松了一些了。”李女士告诉记者，即便如此，她买的4J车厘子连她制作的3J孔（约30毫米）都能轻松通过，实际尺寸仅勉强达到2J（约28毫米）标准。

网友吐槽

品质参差不齐口感差

记者搜索发现，某社交平台上，“避雷某知名水果店车厘子”“某某超市车厘子让人太失望”“今年车厘子品质也太差了”等吐槽屡见不鲜。

“一点也不脆，软塌塌的，品质不均还没味儿。”有网友在社交平台发图文吐槽。记者观察到，图片中的部分车厘子表面出现凹陷和压痕，同一箱水果颜色有的偏红，有的则为深黑色。另一位网友更为愤怒，“收到了网购的车厘子，不新鲜就算了，还有烂果和霉果，这种品控让人失望。”

为何昔日车厘子“金标准”般的体验不复存在，品质急转直下？从事水果批发的张女士表示，从源头来看，冬季全球车厘子的供应主力为南半球的智利、阿根廷等产区，但受全球变暖等气候影响，车厘子早熟，导致今年成熟度、硬度和糖分积累不如往年。不仅如此，为抢占早期市场和高价格，部分果园也可能提前采摘，导致果实糖度不足，口感偏酸。

此外，车厘子产季整体提前，导致早期到货量较往年同期出现激增，且到货时间更为集中，给整个供应链带来巨大压力。张女士说，车厘子到货后供过于求，部分商家为了清理库存，将旧货和新货混合售卖，并将价格降低，消费者难以区分。

维权困难

不适用“七天无理由退货”

当消费者手持与宣传严重不符的车厘子，意图讨个说法时，另一道更为现实的难题横亘在眼前——维权之路不仅道阻且长，且往往“得不偿失”。

与普通商品不同，生鲜水果因其易腐特性，通常不适用“七天无理由退货”。这意味着，消费者一旦签收，主张品质问题便需承担繁重的举证责任。

“你必须从开箱起就全程录像，清晰拍下快递单、未拆封包装，然后一镜到底，展示所有坏果、小果。”有消费者在社交平台分享维权经验时感叹道。即便提供了看似完整的开箱视频，理赔谈判仍可能陷入拉锯。

对此，陕西恒达律师事务所高级合伙人、知名公益律师赵良善表示，消费者网购车厘子等生鲜产品时，首先应提前保存好宣传页面、订单信息等证据，收货时务必当场录制连续、未经剪辑的开箱视频，清晰呈现快递单、包装及内部果实情况。若出现问题协商无果，可凭这些证据通过12315等渠道投诉，明确指出商家涉嫌虚假宣传或违约。“虽然生鲜类商品维权难度较大，但充分、有效的证据仍是争取退款乃至进一步赔偿的关键依据。”赵良善说。

华西都市报—封面新闻记者 邹阿江 赵奕