

封面
深镜

9.9元买9斤“攀枝花凯特芒果”！

成都消费者熊思悦下单后发现，发货地是昆明而不是攀枝花，“个头有点偏小，品相一般，放了好几天才熟，感觉没有往年的好吃。”

8月，攀枝花凯特芒果进入集中上市期，记者搜索发现，“正宗攀枝花芒果9.9元包邮”的促销链接比比皆是，但发货地大多不在攀枝花，而是远在数百公里外的昆明、西双版纳，甚至成都。发货地为何“乾坤大挪移”？记者对此展开了调查。

电商异地迁徙

► 物流成本落差催生产业外流

“往年这个时候，我们每天的收件量不低于10万件，但今年只有1至2万件，很多电商从今年起把店转到昆明了。”8月19日，在位于攀枝花市仁和区总发乡的快递物流园（中通快递川滇分拨中心），中通快递公司业务主管谭先明对记者说，昆明作为省会城市一级物流枢纽，全链条物流成本（快递、纸箱、人工）以及运输效率都比攀枝花更有优势。每件芒果的物流成本能够降低1至2元，从昆明发往全国各地也更快，而从攀枝花出发的快递都要到成都中转，导致运输时长增加。

入驻同一园区的申通快递负责人晋兆刚对谭先明的说法表示认同，电商为了节约成本搬到昆明，然后再从攀枝花低价收购芒果在昆明分发。对于日发货上万件的大型电商而言，单件1至2元的成本差，累积下来整个销售季可多出上百万元的利润空间，这也成为电商大量外迁昆明的核心动力。

“攀枝花快递成本普遍要比昆明等省会城市高一块多，这是一时难以改变的现状。”8月19日，攀枝花市邮政管理局相关负责人介绍，中通、申通是承接本土芒果件数量较大的快递公司，但今年他们在攀枝花出现揽件量断崖式下跌的情况。该局统计，估计今年攀枝花有超过三分之一的芒果寄递量外流云南。

“同样质量的芒果，昆明电商的价格可以做到14元9斤包邮，攀枝花电商则要16元9斤包邮，而9.9元9斤包邮的攀枝花芒果我们怎么都做不出来。”攀枝花本地从事电商行业的邹佳桦说，电商带走的不仅是攀枝花芒果，还有大量的就业岗位和税收等附加值。

不少本地电商从业者表示，今年已经没有主播愿意带货芒果了。“今年堪称

攀枝花芒果发货地之谜

9.9元包邮，果子为何从昆明发出



市场上明码标价的攀枝花芒果。图据“幸福东区”微信公众号



果农正在分装刚采摘下的攀枝花芒果。图据“幸福东区”微信公众号

电商销售芒果最卷的一年，他们依靠物流成本优势杀价杀疯了，让大家都挣不到钱，所以主播都不愿带货了。”攀枝花市东区银江镇从事电商销售水果10多年的鲍进富表示，云南本身也是芒果产区，异地发货的模式模糊了产品产地溯源，大量消费者无法分辨芒果真实产地，持续稀释攀枝花芒果的专属品牌辨识度。

产地底价倒挂

► 果农陷入丰产不丰收困境

攀枝花芒果电商终端低价内卷的背后，则是地头收购价格的持续走低，探底甚至跌破成本红线。在攀枝花部分低海拔产区，地头芒果收购均价甚至跌至0.5元每斤，创下近年新低。

“每斤0.5元的低价抛售，属于典型的赔本销售。”8月19日，攀枝花市农业农村局相关负责人表示，据种植大户测算，管护、套袋、采摘等人工和物料成本合计，每斤芒果的保本价至少需要0.6元。当收购价低于此价格时，果农即面临亏损。当前部分精品果地头价仅0.8元至0.9元每斤，较往年1.1元至1.2元明显下滑。

8月19日，攀枝花市东区银江镇阿署达村果农李正红用“一树光”“全园清”的方式，以每斤0.6元的价格卖掉自家近两万斤

芒果。芒果采摘需要大量人力，周围的乡亲都来帮忙，10多个人忙了整整一天。

“他们卖芒果的时候，我也要去帮忙，大家不算工钱，就吃顿饭。”57岁的李正红说，在芒果套袋期间，他们也互相帮忙。阿署达村发展芒果产业已有近30年，果农长期以来就通过互助协作的方式解决高峰期劳动力不足的问题，同时交流种植管理经验。至于自家芒果卖到哪里，李正红直言从不过问，“这些芒果运到哪里去、卖到哪里去都是老板的事情。”

这个夏天，不少果农的销售焦虑替代了丰收喜悦。“网上都卖这么便宜，我们肯定也焦虑，为避免价格越来越低，只想早点全部卖出去。”果农康兰林说，当地的芒果销售多数依靠外面来的收购商，只有少数年轻果农通过朋友圈等方式自主销售。

在银江镇沙坝村，长期自主销售的果农晏书辉感慨地说，芒果行情持续走低，也动摇了部分农户的种植信心，弃管和砍树改种的情况越来越多，她也面临相同的抉择。

产销乱象频发

► 恶性循环透支地理标志品牌

调查中，记者获悉，行情低

迷催生采收、收购环节乱象，“摸摸果”“倒倒果”成为较突出问题。8月20日，攀枝花市市场监管局网监科科长张大武解释说，所谓“摸摸果”是指收购商隔着果袋判断芒果的大小和成熟度，然后和果农讲价，达成一致后以统购的方式“全园清”。

张大武说，芒果俏的时候，果农管理跟得上，优果率高，普遍能达到70%以上。收购商往往就在地头对芒果进行筛选分级，按不同价格付款。果农则留下残次果，自己在家用烘干机加工芒果干等，基本上没有丢掉的。

“摸摸果”现象导致大量未成熟度和次果流入电商渠道。这些芒果线上打着“正宗攀枝花芒果”旗号售卖，消费者下单后收到的果子往往无法正常成熟、口感寡淡，既消耗了消费者信任，也不断损耗着“攀枝花芒果”这一地理标志品牌的口碑。

“倒倒果”则是指采收环节的简单粗暴行为，采摘人员用背筐从地里把芒果运出来，按照收购商的要求直接倒在拉货的大卡车上或地上，网络上甚至有工人用铁铲和铲车搬运芒果的现象。“‘倒倒果’现象本质上是商家为博取关注采取的一种营销手段，这种做法可能会对芒果造成一定损伤，影响品相，也会带给消费者不太好的观感。”张大武表示，“倒倒果”现象可谓把“果贱伤农”体现得淋漓尽致。

“这是管理投入下滑形成恶性循环。”攀枝花市农业农村局相关负责人表示，近年芒果行情低迷，果农减少精细化管理投入，导致品质整体下滑、精品果率偏低，反而给了收购商更多压价借口。这一恶性循环进一步加剧了生产端的困境。

靶向施策破局

► 全链条赋能高质量发展

在攀枝花市东区金海世纪城开水果店的陈来学，深耕芒果销售已有13年。他认为，与周边地区相比，攀枝花芒果产业不仅有地理气候优势，也有先发优势，积累了成熟的管理技术，果子甜度高、口感佳，拥有良好的市场口碑。攀枝花芒果并非全程滞销，问题集中在凯特芒集中上市期。每年10月以后，随着晚熟芒果上市，市场行情会逐步回暖。

记者调查了解到，凯特芒集

中上市引发的市场困境，暴露出攀枝花芒果产业长期积累的品种结构单一、老化等短板问题。凯特芒因抗病虫害能力强、产量稳定等优势备受果农青睐，是攀枝花种植面积和产量最大的单品芒果，同时带动了周边地区凯特芒种植面积快速扩张。

8月19日，攀枝花市农业农村局给出数据：2026年攀枝花芒果种植面积超100万亩，投产面积超85万亩，预计产量突破80万吨，创历史新高。其中，凯特芒占比超70%，集中上市导致季节性供给过剩，凸显出品种结构单一加剧供给压力的问题。

“丰收季来临，果农面临严峻的价格压力，市场销售端同样承压。在此背景下，‘9.9元/件包邮’的极端低价现象，实质上是市场供需失衡、生产成本倒逼、物流成本变化及收购环节乱象共同作用的结果。”攀枝花市农业农村局相关负责人表示，目前攀枝花芒果精深加工产能仅约4万吨，加工率不足10%，大量鲜果只能依赖鲜销渠道，缺乏有效的价格缓冲机制。

近期，攀枝花市相继出台了《关于规范攀枝花芒果网络交易行为的工作提示》《促进攀枝花芒果离地销售十三条措施》等，从气象服务、产销对接、金融支持、市场监管等多方面精准发力，全力保障芒果产业稳健发展，维护果农利益和“攀枝花芒果”品牌声誉。

8月20日，攀枝花市委农村工作领导小组办公室相关负责人表示，相关部门将进一步采取有针对性的措施，规范收购市场秩序，支持产业协会制定分级标准与产销公约，引导经营主体按质采摘、分级销售，避免“倒倒果”“摸摸果”等现象发生。同时以推广科技赋能降本增效，优化品种结构，推进标准化生产等措施提升种植效益；以完善冷链物流基础设施，深化电商物流合作，拓展多元化销售渠道等措施降低物流成本，畅通销售渠道；以大力发展精深加工，强化品牌建设，积极拓展国际市场等措施延伸产业链条，提升附加值；通过建立价格监测预警机制，强化产销信息对接，加强产业监测与预警。

刘靖 陈宇馨 兰婷 华西都市报-封面新闻记者 周翼 徐湘东