

同产地同品种的水果 口味为何不同？

产地品种相同口味却不同

从事水果销售行业十几年的批发商刘鑫对记者说：“现在水果供应不分季节、地域，不论冬夏还是南北，想买就有。相比价格，如今消费者更倾向于选择口感口味更好的水果。从消费者的反馈中我们发现，‘大、脆、甜、香’是消费者喜欢的水果口味。”

商务部研究院流通与消费研究所所长董超告诉记者，随着国内水果种植技术的提升、种植面积的扩大以及物流冷链快速发展，消费者对水果的消费态度也发生了变化，“许多消费者抱有‘宁咬仙桃一口，不吃烂杏一筐’的心态，需求的变化深刻影响着水果从种植到销售的各个环节。”

消费者秦云说：“现在生活好了，吃水果都是挑着吃，尤其是孩子们，口味稍微差点儿的水果，他们可能都不愿意吃。”

虽然口感、口味成了消费者吃水果更看重的因素，但同时也为“高价买回来的水果不如宣传中的好吃”而苦恼。消费者李女士反映：“我曾在一家专卖山东水果的小程序上花200元买了一箱6个装的山东奶油苹果，个头大、甜度高、果汁丰富、果肉细腻，非常好吃。但是该小程序上经常出现长时间断货的情况。后来我看到有个直播间在卖山东奶油苹果，60元一箱。我想着价格便宜可能品质会差些，但是相同的品种应该不会差太远。结果买回来发现，苹果个头很小，果肉也没什么滋味。”李女士说，类似经历她一年能碰上好几次，往往换了商家，即便宣称品种相同的水果，口味也会大相径庭。

一位消费者向记者吐槽：“买的水果是否好吃全凭运气。”他表示，听宣传买水果上当是常有的事儿，在网上买的水果品质经常低于预期。比如，我在一家直播间花73元购买了3斤一箱的海南荔枝王，买回来一吃，既不新鲜也不怎么甜；我还在网上买过陕西绿心猕猴桃、中华丑梨等，结果好吃与不好吃的概率大概各为50%。”

明明是同一产地的同一个品种，水果的口味怎么会差这么多？一位水果直播店铺的主播告诉记者，直播间里相同产地和品种的水果口味不同很常见。“同一产地的同品种水果，不同批次的口味都有差别，有的时候差别还比较大。因此，我们进货后都会检测、品尝，口味好的就定价高点，口味差的就定价低点。”该主播说。

该主播告诉记者：“很多直播间都说卖的是自家果园的水果，这怎么可能。一个果园一年的产量非常有限，而且季节性很强，直播间天天都在卖水果，自家果园哪来那么多水果。都是从不同渠道进货来卖，水果品质不可能很稳定。”

栽培技术不同带来口味差异

水果的品质如此不稳定，难道是水果也有假货？事实上，这很可能与栽培技术有关。

在一座阳光玫瑰葡萄大棚中，一串串葡萄犹如绿宝石般挂在藤蔓上，这里的葡萄香、甜、脆，能达到一级果标准。相关负责人告诉记者：“目前市场上有的阳光玫瑰葡萄卖十几元一斤甚至几元一斤，但这里的阳光玫瑰每斤售价在30元左右。同样的品种采用不同的栽培技术，口味和价格的差距也会很大。”

栽培技术的优劣直接影响着水果的品质。从事多年水果品质检测的唐军对记者说：“我们在日常检测中发现，两个相邻的果园种植同样品种的苹果，但口感完全不一样，这就是栽培技术造成的。比如同样是阳光玫瑰葡萄，栽培技术好的颜色翠绿且甜度高、口感脆，栽培技术不好的则颜色发黄，虽然也很甜，但没有将该品种的优越特性充分体现出来。”

“一些国际品牌水果商在产品标准化方面做得比较好。比如猕猴桃，为了可以全年供应全球市场，可能同一品牌在新西兰、智利、意大利都种植同一个品种的猕猴桃，且针对其个头大小、成熟度控制等都有了一套标准。按照该标准种植、采收出来的产品口感差距就会比较小。”唐军介绍说。

胡胜杰向记者介绍说，很多水果的口味很容易受到外界的影响。以蓝莓为例，为避免外部因素对蓝莓生长过程中的干扰，有些蓝莓种植基地通过建设以色列脉冲灌溉设备、覆盖希腊无影膜的智能大棚等，实现对蓝莓生长所需营养、温度、湿度的标准化，让蓝莓口味达到更高标准。

唐军还告诉记者：“除了栽培技术的影响，采摘、储存、销售时间也都影响水果的口味。比如维纳斯苹果，刚采摘的苹果口感并不是最佳，一般是采摘后在仓库里存放两个月，也就是10月份左右摘下来，在春节时销售，那时口感可达到最佳。”

一样的水果，生长环境的不同，带来



了口感的不同。据业内人士介绍，目前我国一家一户的果园较多，栽培技术也良莠不齐，所以导致同产地、同品种的水果口味并不相同，继续推进农业现代化建设是提高水果口味的重要途径。

“贴牌”冒充大品牌、原产地产品

除了影响水果口味的客观因素，水果“李鬼”的存在也成为消费者对水果口味疑惑的原因。多位生鲜水果商家告诉记者，由于不同品质水果的价格差距很大，一些商家通过销售假冒消费者喜爱的产地和品种的水果来获利，这也导致同产地、同品种水果的口味“千奇百怪”。

农业农村部相关数据显示，2023年，我国水果消费量达到3.13亿吨，比上年增长3%。随着人们生活水平提升，越来越多消费者愿意为好口味的水果支付合理溢价，高品质的水果在市场上持续走俏，这也让一些商家动起了歪脑筋。今年5月，一些网店开始销售“北寨红杏”，但明明这种红杏6月中旬才会成熟。执法人员调查发现，这些网店用“骆驼黄杏”假冒“北寨红杏”进行售卖。为遏制侵权假冒行为，北京市平谷区市场监管局启动“北寨红杏”“平谷大桃”地理标志保护专项行动，目前已立案1件，移送违法线索6条。

“假冒”的水果，口味当然与正品不

同。唐军告诉记者，水果这种初级农产品的“假冒”产品，主要体现在品牌、地理标志产品方面。一些知名品牌、地理标志产品品牌都会在果品上贴上自己的商标，用以证明产品的品质。于是，就会有一些水果商“贴标”假冒，这对于消费者来说很难判断，只能吃了以后发现品质大不相同才能知道。

“还有原产地产品，都要经过原产地认证。原产地认证产品的要求非常严格，比如要在该产地进行了30年以上的规模种植，有市场知名度与良好认知度等多项要求。因为有着严格的管理以及品牌宣传等投入，原产地产品会产生溢价，这就吸引了一些水果商假冒、蹭名气。”唐军介绍说。

“假冒品牌、地理标志产品无疑是违法的。我见过一些假冒水果产品，虽然有的在外形、口味上与真品非常接近，但多数品质都存在问题，这也导致消费者觉得同产地、同品种的水果口味却不一样。”刘鑫对记者说。

业内人士表示，农产品的特点就是品质不容易统一控制，只有推广优质的栽培种植管理技术，再加上严格的市场监管，才能让消费者买到口味有保证的水果。

中国消费者报
本版图片均为资料图片



以人为本营造和谐

以法为准彰显公正

