

葡萄中的爱马仕-阳光玫瑰跌到9点9元-消费者都嫌贵-葡萄品质提升

阳光玫瑰葡萄，这款曾经被捧上天的高端水果，如今却陷入了价格与口碑的双重低谷。从300元一斤的天价跌到99元一斤，甚至低至5元，消费者却依然觉得贵，纷纷吐槽“不好吃”“没以前的香味”。这到底是怎么回事？作为一名关注水果市场的普通消费者，我最近看到不少关于阳光玫瑰的新闻，忍不住想和大家聊聊这背后的故事。阳光玫瑰葡萄最早来自日本，1988年由日本国家果树试验场培育，因其独特的玫瑰香气和高甜度被命名为“阳光麝香”。

日本的“晴王”品牌更是以单果重15克以上、甜度17度以上的严苛标准，成为高端水果的代表。2006年，这种葡萄被中国南京农业大学引进，凭借先进的栽培技术，迅速在全国推广种植。从北到南，从西到东，阳光玫瑰的种植面积在短短几年内暴增。据统计，2020年全国种植面积已达80万亩，占国内鲜食葡萄总产量的40%以上。产量激增，价格自然开始下滑。在四川凉山州西昌市，这个以高海拔、昼夜温差大而闻名产优质葡萄的地区，阳光玫瑰曾是果农的“摇钱树”。

2021年，当地果农吴贵艳赶上热潮，种了17亩阳光玫瑰，那时候葡萄供不应求，基本都销往外地，价格高得让人咋舌。可如今，西昌的阳光玫瑰价格跌到7-10元一斤，电商平台上甚至低至5元。果农杨杰无奈地说，去年品质好的还能卖到198元一斤，今年最好的也才99元，次一点的低到49元。产量过剩，供大于求，价格一年比一年低。更糟的是，品质问题让阳光玫瑰的口碑雪上加霜。为了抢占市场先机，一些果农提前采摘未成熟的葡萄，导致糖分不足，消费者吃到嘴里“酸得掉牙”。

还有电商平台上的价格战，低价葡萄品质参差不齐，有的甚至被吐槽“甜到发齁却没香气”。西昌的果农陈玉在直播间卖葡萄，去年3斤大果能卖69元，今年降到49元，销量却还是腰斩。她无奈地说，线下超市都能买到便宜的阳光玫瑰，消费者自然不愿意在网上花高价。除了市场竞争，谣言也给阳光玫瑰带来了不小的打击。网上流传着“打了24遍农药”“靠甜蜜素增甜”“用膨大剂催果”等说法，让不少消费者望而却步。陈玉收到过一条差评，顾客抱怨葡萄“甜到发齁，全是甜蜜素的味道”。

果农们对此哭笑不得，觉得特别冤枉。2023年，国家葡萄产业技术体系的专家王强曾澄清，阳光玫瑰生长周期内通常只用5-10次农药，主要集中在开花和幼果期，采收前间隔期长，农药残留基本达标。它的甜度高达20-26，完全是品种特性，膨大剂也是合法使用的植物生长调节剂，根本不用担心安全问题。可惜，谣言的传播速度远超辟谣，消费者对阳光玫瑰的信任大打折扣。种植户的日子也不好过。西昌的果农估计，今年70%的种植户可能亏本。

吴贵艳说，三年前她一亩地能赚9万元，现在预计只有2万元，利润几乎触底。一些果农选择止损，转种蓝莓、金桔等水果，但也有像陈玉这样的种植户选择咬牙坚持。她说：“现在很多人退出种植了，等种的人少了，价格可能会回升，只能再熬一熬。”其实，阳光玫瑰的品质差异很大。高端的阳光玫瑰依然能卖到30元一斤，口感香甜脆嫩，完全不输当年。但市场上充斥着低价的次品果，消费者吃到不好的，自然觉得99元也贵。就像有网友说的，便宜的阳光玫瑰和当年的“爱马仕”根本不是一个东西。

回想阳光玫瑰刚进入中国时，那精致的包装和高昂的价格，让人觉得吃一口都是奢侈。如今，它从神坛跌落，变成了“平民水果”。这让我有点感慨，市场竞争和消费者需求的变化真是无常。希望果农们能找到平衡产量和品质的办法，也希望消费者能多了解真相，别被谣言误导。毕竟，好吃的阳光玫瑰，还是值得一尝的！

原文链接：<https://hz.one/baijia/阳光玫瑰-2508.html>

PDF链接：<https://hz.one/pdf/葡萄中的爱马仕-阳光玫瑰跌到9点9元-消费者都嫌贵-葡萄品质提升.pdf>

官方网站：<https://hz.one/>