

中国，一个需要担心的事发生了(图)

【阿波罗新闻网 2025-11-14 讯】

价格战打到线下。

今天看到一条热搜：

水果店便宜得像批发价走红。

最近，大家都知道猪肉和鸡蛋价格降得厉害，没想到水果也在降。

其实，这几年，水果降价其实不是新闻：

有的是品种本土化的原因，比如近几年被诟病的晴王葡萄，价格降了十几倍，但是本土化改造之后又硬又难吃。

更多的是单纯的需求减少，主要集中在一些高价水果，比如车厘子、榴莲、山竹甚至是荔枝等等，价格都崩了。

但今天这个水果店不同，基本上是：

平价水果打起了价格战。



我没去过菜市场，就对比了几家线上平台，发现上面这个价格打了五折还要多，说是批发价也不为过。

这其实反映了一个趋势，在居民需求持续减少的当下：

价格战开始从线上打到线下了。

线上价格战被叫停了，线下又开打了。

但问题是：

这样赚钱吗？

好在我对水果行业有一点点了解，所以简单聊一下，为什么水果行业其实适合打价格战。

水果行业的利润点在哪里：

1、渠道

也就是大家说的中间商。

其实田间地头的水果价格很低，之前曝出荔枝被压价一毛一斤，层层加价之后进入零售终端，价格就翻了十几倍甚至几十倍。

2、物流

水果为了保持鲜度，对运输的要求比较高，某些品种甚至需要冷藏运输，成本比较高，当然也包括仓储成本。

3、损耗

这是水果行业最大的成本，一批水果卖不掉成本就是100%，所以水果价格其实已经包含了可能损耗掉的成本，价格当然贵了。

那么有没有什么办法，规避这些成本呢？

当然有：

那就是打价格战。

具体的价格战是这么打的：

第一步，大量采购。

小的水果店其实没有这个实力去跟果农谈合作不要中间商，如果你采购量足够的话，那就另当别论了。

一旦量到了，水果店拿到的价格也更低。

第二步，薄利多销。

但是采购这么多，按照小水果店的客流完全是消化不完的，怎么办？

首先就是降价促销，打五折买的人就多了，也可以变相减少损耗。

其次就是炒作，现在短视频这么发达，可以把获客超越地理限制。

这里的逻辑就是：

高周转减少损耗成本，跨地理获得更多客源。

还是有可行性的。

第三步，区域垄断

你这么搞，相当于抢别的水果店的生意了。

你进货价格低，损耗少，还能跨地理获客，其他家当然扛不住了。

两个选择：

要么认输关门，要么跟着打价格战，最后还是一样，资金实力强的才能活下来。

这样好吗？

如果其他线下行业都有样学样打起价格战，最后跟线上价格战效果差不多：

居民能获得一段时间的好处，但是供应商赚不到钱了，大量门店关门，商铺也租不出去，就业和收入都少了。

经济就像揩油，每个人手上都沾一点，经济就活了，如果简化到只有两个人手上有油，长期来看是不可持续的。

不希望价格战打到线下，短期有好处，长期对居民和经济都不利。

现在要做的是给老百姓提高收入，兜底福利，减少负担，居民手上有油，经济和商业就润滑了。

就这样。

[阿波罗网](#)责任编辑：方寻 来源：中产先生

本文URL: <http://www.aboluowang.com/2025/1114/2305239.html>

[郑重声明: 新闻和文章取自世界媒体和论坛, 本则消息未经严格核实, 也不代表《阿波罗网》观点。]