

水果兴起改名风

“名字挺特别，好吃不好吃就难说了。”正在挑选水果的北京消费者姜女士拿着“蓝莓葡萄”犹豫再三后还是放下了。

“草莓芭乐”“芒果凤梨”“蜜桃百香果”……水果名称变得越来越新奇，这些到底是“跨界”新品种，还是便于溢价的营销噱头？记者一探究竟。



某农贸市场水果摊位上名为“苹果蕉”的水果。新华网发(赵普凡 摄)



某市集水果区域的时令鲜果。新华网记者 刘璐 摄

眼花缭乱的新名字

近日，记者探访北京多家商超，发现“小糖丸爆汁西瓜”“花生柿子”“车厘串茄”等品名新奇的时令鲜果被摆在显眼位置。

北京朝阳东南五环的一家生鲜市集内，一款原产地广西南宁的“苹果蕉”与“帝王香蕉”摆放在一起，记者观察到，选购香蕉的消费者最终都选择了“帝王香蕉”，店内销售人员坦言“不了解‘苹果蕉’的味道”，“问的人多，买的却很少”。

北京海淀魏村附近的一家水果店内，12粒装“蜜桃百香果”礼盒售价189元，市民田阿姨说：“普通百香果12个也就几十块钱，这百香果够贵的。”销售人员说这是“新品种”。

记者在电商平台看到，有商家在“蓝莓葡萄”页面上打出“孕妇水果”的标签。可翻看商品评价，却是另一番景象：“太酸了”“四分酸三分涩”。

在黑猫投诉平台，类似投诉并不少见：“买的‘蓝莓葡萄’，收到的却是颜色和品种明显不符的普通紫葡萄”“直播间卖的无籽‘蓝莓葡萄’，实为个个有籽的普通葡萄，虚假宣传”“商家说是‘芒果凤梨’，其实和普通凤梨没有区别”。

这些有了新名字的水果，有的身价翻番，原本卖不动的品种，借着“网红”身份，也有了销量。

改名换汤不换药

“它就是凤梨，起个名字叫芒果凤梨，买的人很少，这批货放坏了都扔了。”在北京西城三里河某超市内，销售人员拿着名叫“芒果凤梨”的水果告诉记者，这款凤梨销量并不好，口感、果汁含量都不如市场上常见的“金钻凤梨”。

云南省农业科学院园艺作物研究所副所长、研究员苏俊介绍，芒果属于漆树科、凤梨是凤梨科，是不同科的植物，存在严格生殖隔离，无法杂交。“芒果凤梨”是商业营销命名，并不是真正的品种名，更不是芒果与凤梨的混合。从风味来看，其为凤梨口感，仅香气类似熟芒果，但并无芒果果肉或基因。

苏俊进一步指出，市面上的“蓝莓葡萄”其品种多为夏黑或紫葡萄，仅皮色偏蓝紫，无蓝莓基因；“草莓芭乐”的品种为普通红心芭乐，口感略甜，无草莓基因；“草莓番茄”属于番茄品种，无草莓基因，可能是因剖面像草莓得名。由此可见，这些“混血水果”，大多只是名字混搭。

业内人士透露，一些商家利用颜色或味道的相似点，玩起了“水果命名水果”的营销手法。像“蓝莓葡萄”“芒果凤梨”等，其实并非新品种，之所以取这样的名字只是为了方便记忆、拉动销

量。由于这类“拼接式”命名的源头难以查证，追责困难，不少企业趁机打擦边球，使得此类现象在市场上层出不穷。

事实上，针对农业植物品种的命名，国家早有严格规定约束。

根据《农业植物品种命名规定》，一个品种只能用一个中文正式名，禁止误导公众认为与另一物种有关（如芒果凤梨），禁止夸大宣传或仅用数字或字母命名。《中华人民共和国植物新品种保护条例》同时要求，品种名不得误导特征、特性或育种者身份。《新鲜水果包装标识通则》还规定，预包装水果必须同时标注“产品名+正式品种名”，不得隐瞒。

值得注意的是，

2025年3月14日发布的《食品标识监督管理办法》中也明确规定，食品标识不得标注“以欺骗、误导、夸大等方式作虚假描述”的内容。

如何识破营销套路？

“‘咖啡番茄’怎么卖？”“18元一公斤。”从广东到云南旅游的黄女士花18元买了几个“咖啡番茄”。“没吃过这些新奇果蔬，想尝试一下。”黄女士认为，如果真是农科院研发的新品种可以接受，倘若只是噱头，就不会考虑了。像黄女士这样既好奇又怕“踩坑”的消费者不在少数。

消费者该如何“去伪存真”，减少被营销“套路”呢？

消费者在购买水果时一定要查看3个关键信息。“苏俊建议，一看标签中是否有“正式品种名”，以“芒果凤梨”为例，若只标商品名，找不到类似“台农23号”这样的品种名，就可能是营销噱头；二要关注育种或登记信息，农业农村部数据库中可查询到相关信息的才是真品种；三要牢记，绝大多数杂交发生在同科同属植物间，跨科杂交基本是虚假信息。

针对这些乱象，安徽省消保委法律与公共事务部主任张路明提醒，商家为普通水果起一个“杂交品种式”的营销名称，如果实际并无相关品种或血统，也没有相关品种的特性或者特征等，涉嫌侵犯消费者的知情权。

水果消费拼的是口感与品质，而非花哨的名字，这些网红水果在口感、营养上与普通同类往往相差无几，消费者无需为“概念溢价”买单。

“消费者在选购时不要仅凭拼接营销名称作出消费决策。”北京岳成律师事务所副主任岳岫山解释，如果不慎“踩坑”，消费者可依据消费者权益保护法第二十四条要求退换货；若商家存在欺诈行为，还可依据第五十五条主张“退一赔三”，赔偿金额不足五百元的按五百元赔偿。维权时要注意保留支付凭证、商品详情页、包装信息和协商记录。

张路明还特别强调，若消费者有证据证明买到的水果名不副实，主张退货时，商家无权以“不支持无理由退换货”为由拒绝。

此外，苏俊表示，《食品标识监督管理办法》中规定，食品标识要强化真实属性标注，虚假命名商家或将面临最高5万元的处罚。

(新华网)



某水果商场内品类丰富的时令水果供消费者挑选。新华网发(赵普凡 摄)



某超市销售的“芒果凤梨”。新华网记者 刘璐 摄