

阳澄湖大闸蟹跌落神坛

以集团采购为主体的蟹卡、蟹券明显减少 其他湖区的大闸蟹纷纷抢占市场

马上就要到阳澄湖开湖的日子了,今年的阳澄湖大闸蟹一如既往地减产、涨价。不过,眼下对于阳澄湖大闸蟹来说最大的考验,并不仅是其他“兄弟大闸蟹”的抱团围攻,公款买蟹和蟹卡、蟹券的遇冷将阳澄湖大闸蟹从神坛跌落才是其如今面临的最大困境。

再过半个月,又到了阳澄湖开湖的日子,阳澄湖大闸蟹开始陆续走上人们的餐桌。由于湖内围网面积减小的缘故,今年的阳澄湖大闸蟹产量将有所下降,价格也预计会上涨到近三年来的高点。尽管近几年阳澄湖大闸蟹价格仍在一路上涨,但主要原因都与连续减产相关,前几年几乎被神化的阳澄湖大闸蟹其实已经悄然降温。其中原因,一方面是以往以集团采购甚至公款消费为主体的蟹卡、蟹券明显减少,打破了阳澄湖大闸蟹的一条重要渠道链条;另一方面,在转向大众消费为主后,各路产自其他湖区的“蟹兄弟”们也打通了渠道,以更贴近平民的价格抢到了越来越多的市场。这两年,来自江苏、山东、浙江、辽宁等地的大闸蟹纷纷走上了全国百姓的餐桌,原来一家独大的阳澄湖大闸蟹正在遭遇合围。

现状 >>

不光是阳澄湖的大闸蟹卖得好

这么多年来,很多其他产区的大闸蟹都一定程度上是生活在“阳澄湖”这个金字招牌的阴影下,阳澄湖大闸蟹形成的品牌效应让它们既“羡慕又无奈”。其他湖区的大闸蟹在一些市场上销售时,甚至因为不是产自阳澄湖而被消费者误认为假货,“因为很多消费者心目中只有产自阳澄湖才能被称作大闸蟹,别的湖的就直接叫河蟹好了!”有其他湖区蟹商无奈地向北京青年报记者这样表述。由于“阳澄湖”这个金字招牌过于耀眼,使得国内很多本来也名气颇响的大闸蟹多年来都只能屈居为“区域性品牌”。不过如今,越来越多的“大闸蟹”开始走出阴影打造自己的品牌,努力走向全国市场。

与阳澄湖大闸蟹同产自江苏的泰州兴化大闸蟹,其实在整个江苏省都很有影响力,近年来也开始走向其他地区市场。这里有着“中国河蟹养殖第一县”之称,生态河蟹常年养殖面积达到 80 万亩,年产量 6 万吨,产值 35 亿元,无论产量、产值都在整个江苏省位居首位,其建成的全国唯一上线的河蟹价格指数和全国最大的河蟹交易市场,甚至成为全省乃至全国河蟹价格的风向标,被评为“中国河蟹第一市场”,年交易额近百亿元。但恐怕在北京、广州这样的大闸蟹热销城市,熟悉兴化蟹的人并不多。

同样位于江苏的泗洪大闸蟹则着重强化大闸蟹的品

质主打“生态养蟹”,很多生态养殖技术在全国都是第一家,洪泽湖大闸蟹也被称为“中国最干净的螃蟹”,是国家级出口大闸蟹质量安全示范区。这里大量接受来自日本、韩国、新加坡、马来西亚、阿联酋等国家以及中国香港、台湾地区的订单,已连续 11 年是江苏省的县级出口第一。这里几年前开始,台湾统一集团旗下 5500 家便利店就都设有洪泽湖大闸蟹的销售点,可谓“名声在外”。这几年洪泽湖大闸蟹大力开拓市场,目前销量已经仅次于阳澄湖大闸蟹,位居第二。

此外,我国的辽宁盘锦、山东黄河口、浙江骆马湖、江苏太湖和固城湖等地都有大量闸蟹养殖,近年来也开始加强品牌推广和产品的输出,这些“蟹兄弟”们正在对阳澄湖大闸蟹形成合围之势共同抢占市场。

中国水产流通与加工协会河蟹分会的一项数据显示,其实我国每年产出的河蟹中,每 400 多只蟹里,出自阳澄湖的仅有一只。这意味着,我国的河蟹产业其实远不止阳澄湖。“‘阳澄湖’几乎成了大闸蟹的代名词,虽然对区域经济有着巨大的推动作用,但其实就全国的行业发展并不是最佳的模式。”有产业专家告诉记者,“‘一方水土养一方蟹’,中国幅员辽阔,气候、水质等条件都不一样,不同水域生长的螃蟹各有特色,说不上哪里就是最好的,均衡发展对于全国的产业结构才最有利。”

困境 >>

过高的品牌价值成阳澄湖大闸蟹劣势

不过,眼下对于阳澄湖大闸蟹来说其实也遭遇着考验,不仅仅是其他“兄弟大闸蟹”的抱团围攻,公款买蟹和蟹卡、蟹券的遇冷将阳澄湖大闸蟹从神坛跌落才是其如今面临的最大困境。

高企的价格一度使得阳澄湖大闸蟹整个产业链都利润丰厚,但高价模式也反向推高了各种成本。“就连阳澄湖大闸蟹脚环的采购成本都要比别的地方贵不少!”有当地养蟹人告诉北青报记者。市场顺的时候,很多矛盾都被掩盖;市场转冷,则使的整个产业链都感到难受。

原来蟹卡、蟹券盛行时,很多都是集团采购,价格高一些根本没人算计,但这几

年大闸蟹的消费主体开始转向了个人,消费者对性价比的衡量开始仔细起来:为“阳澄湖”这个金字招牌多花多少钱才合理?在这种情形下,堆砌过高的品牌附加值反而成为阳澄湖大闸蟹的劣势,这也是这几年其他湖大闸蟹越来越活跃地分羹阳澄湖大闸蟹市场的原因。

一个值得玩味的现象是,阳澄湖所在的苏州,当地人似乎对阳澄湖大闸蟹的偏好程度远不如外地人。阳澄湖畔的各种蟹馆基本都是被上海人和江苏周边地区的食客填满,而苏州本地人经常食用的则是太湖蟹,当地人都认为“吃不出太大区别,但价格差距蛮大的”。



假货 >>

在产地也未必吃到真的阳澄湖大闸蟹

另一方面,假货猖獗也使很多个人消费者对买阳澄湖大闸蟹有所顾虑:既然多花钱买到的也未必就是真货,还不如少花些钱买其他大闸蟹。而在前几年阳澄湖大闸蟹的蟹卡、蟹券几乎成为流通的有价证券时,大家送礼送来自更注重的蟹券上的金额,反而对于吃到的是不是真正阳澄湖大闸蟹并不十分在意,因为吃蟹的

人都不是自己花钱买的。

一位不愿透露姓名的业内人士告诉记者,事实上,即便在产地也未必吃到的就是真正的阳澄湖大闸蟹。这也是当地管理部门对于回答“每年市场上有多大比例阳澄湖大闸蟹被假冒”这个问题很纠结的原因:说多了会打击人们买蟹的信心使真货也不好卖,说少了又反为市场上的假货背了书。

出路 >>

电商平台让大闸蟹“平起平坐”

“终于在开卖之前找到‘组织’了!”江苏盐城大纵湖大闸蟹行业协会秘书长顾爱炜不久前刚刚加入了京东生鲜的大闸蟹产业联盟,这回他感到心里有了底,不仅因为产自大纵湖的大闸蟹很快就将在京东开售,他同样看重走上电商平台后对大纵湖大闸蟹的品牌推广作用,“毕竟很多地方的人还不了解我们。”

其实,像大纵湖这样很多名气还不够响的大闸蟹眼下都急于找到一个能让更多外人知道的窗口,而电商成为这些蟹兄弟们能跟老大哥阳澄湖大闸蟹“平起平坐”的平台。由于大闸蟹是活物,对配送要求非常高,因此一直是电商平台很少触碰的品类,前几年电商平台也只是销售蟹券、蟹卡,不过随着近来电商物流体系的健全,包括顺丰、京东等甚至开始用专机运输,使得网上卖活蟹成为可能。上个月,来自 6 个湖的“大闸蟹”汇聚天猫共同打造网上大闸蟹销

售平台。紧接着更有 11 家大闸蟹负责人亲临京东总部,一起组建了京东大闸蟹销售联盟,足见各路“大闸蟹”对电商渠道的看重。

以往,大闸蟹通过在大城市布局专卖店的模式,对于很多品牌知名度低的大闸蟹很难实现,而随着电商渠道的打通,使得蟹兄弟们有了能与阳澄湖大闸蟹同台竞技的机会。京东生鲜 POP 运营部总经理储著铤告诉北青报记者,电商渠道在生鲜领域的快速兴起无疑为很多大闸蟹打开了另一扇门,不仅为他们提高了销量,同时也起到了品牌推广的作用,让他们能够轻而易举地与阳澄湖大闸蟹在同一平台上共同展示。而且消费者在选择时,可能还会对这些大闸蟹更高的性价比更感兴趣。根据京东的统计数据显示,虽然阳澄湖大闸蟹的销量依然稳居各湖大闸蟹之首,但洪泽湖、太湖蟹已紧随其后,而盘锦和大纵湖蟹则销量增势最为迅猛。

“大闸蟹”的前世今生

人们为什么习惯把湖蟹叫大闸蟹,这是个有趣的问题。据苏州当地的蟹农介绍,在上世纪 90 年代之前,连阳澄湖都是没有人养蟹的,全都是捕捞野生蟹。捕蟹的时候,人们利用蟹的趋光性,会在港湾间设一些用竹编的闸,晚上在竹闸上放上灯火,这样螃蟹见到火光就会爬上竹闸,人们就可以在闸上捕到螃蟹了。久而久之,人们就把这些湖蟹称作了“大闸蟹”。

不过,现在我们吃到的都是人工养殖的螃蟹,它们生长在围网中实行高密度养殖,大约每亩就能出产数百只蟹,所以也早用不上竹闸收蟹了。

近年来随着生态保护的推进,一些湖区又开始划出一部分区域形成纯天然全开放的放流区,人工投蟹苗实行低密度自然放养,每亩大约能出产百只螃蟹。每逢捕捞季节,再由渔民去捕蟹,但由于蟹密度仍远大于野生,因此也用不上竹闸了。但“大闸蟹”的名字依然被保留了下来。

/ 北京青年报