细说今秋螃蟹的那些纠结事儿

今年中秋比往年早,今年江浙普遍高温,今年三公消费有禁令

线上销售

随着电子商务的日益发展,螃蟹也不可避免地被这股浪潮吞没。从2008年起,第一只大闸蟹爬上网络至今已是第六个年头。记者调查显示,大闸蟹线上销售以价格优势显著,买家大多为年轻人,而老百姓和资深老商户依然更青睐更信任在实体店购销。

淘宝卖家 两三百元的礼盒最热卖

淘宝网搜索显示,共有2705家商铺在销售80053件螃蟹产品,在天猫则有215家商铺在销售4918件螃蟹产品,其中产地为江苏的有184家。在淘宝销量最好的是一家阳澄湖大闸蟹专卖店,标价298元的阳澄湖大闸蟹(公3.8–3.9两,母2.8–2.9两)4对中秋礼盒装,截至9月9日,网上显示其月销量为15008件,卖得十分火爆。这些礼盒都是预售,九月中下旬左右才开始发货。螃蟹是生鲜产品,大部分卖家都是只发顺丰快递,并承诺螃蟹一旦有死亡会退款给买家。记者在过去的商品评价栏也看到,卖家基本上都能兑现这样的承诺。

除了淘宝和天猫,京东商城和一号店也均有江苏产的大闸蟹网络预售,而且销量也十分可观。经过对比不难发现,网络销售的螃蟹价格比实体店销售的价格要便宜30%以上,价格在200–300元之间的销量最好。记者发现,通过网络实现购买和销售的,均是年轻人群体,年龄较大的传统卖家和买家,都更青睐实体店交易,虽然价格稍高一些,但可以货比三家,买得更放心。

政府助力 加大电子商务推广力度

江苏固城湖水产市场股份有限公司是南京周边颇具规模的水产批发市场,每年8月底开始大闸蟹零星上市。

记者与固城湖水产市场股份有限公司计算器智能管理中心徐主任取得了联系,他告诉记者,本周以来,该市场的批发量大约为每天5万公斤。等下周进入中秋前的销售旺季,预计日销量将达到每天30万–50万公斤,大概与去年同期持平。市场从几年前就开始在电子商务平台推广大闸蟹的销售,但由于螃蟹作为鲜活商品的特殊性,物流农产品冷藏链不够完善,到去年为止,效果都不算太理想。今年在电子商务平台的推广上,政府委托专业公司在淘宝网开辟了“高淳馆”专区进行推广,不过螃蟹作为生鲜农产品,有其特殊性,今年销量如何还要拭目以待。

秋风渐起,大闸蟹上市的日子紧随而至。

按照往年惯例,固城湖和阳澄湖的螃蟹都是在9月中旬先后开捕,从容迎接中秋和国庆节的消费高潮。可今年的中秋比往年大大提前,几大重要产区的开捕日期仍未有定论,中秋送礼想送大闸蟹,中秋想吃到质量上佳的螃蟹,这等待让人有点揪心。面对近在咫尺的第一波消费高峰,捕得早了,螃蟹品质不够好,捕得晚了,错过大好行情……今年江浙普遍高温,螃蟹产量或受影响;今年国家出台限制三公消费的禁令,高档螃蟹消费客户锐减。今年的市场,真够纠结。

现代快报记者 吕珂 王立航

线下销售

距离大闸蟹几大产区全面开捕尚有时日,但随着中秋的日益临近,意味着销售的黄金期也近在眼前。目前,从水产批发市场到零售商户,都已经有零星销售。记者调查显示,从批发到零售,有人在观望,有人已经开始忙碌,但总体来讲,对今年大闸蟹市场的销售基本乐观。

批发市场 未大量上市,部分商户还在观望

8月30日,距离中秋还有20天左右,记者走访羊皮巷菜场,看到众多螃蟹商铺占到三分之一的区域,由于这些铺面均未开门,使整个菜场看起来有些冷清。菜场办公室工作人员告诉记者,螃蟹通常会在九月中旬上市,到九月下旬和十月开始大量上市。今年由于高温和干旱的影响,螃蟹的产量预计会有所影响,价格也会因产量的减少而上涨。

9月5日,记者与南京众彩水产办公室的工作人员取得联系,对方告诉记者,目前螃蟹只是少数商铺在零售,还未大量上市,很难看出稳定的批发价格和产量。今年由于江浙高温,螃蟹产量减少,价格会上涨。往年众彩市场的不少龙虾商户都是兼营螃蟹生意,今年由于到现在螃蟹还没有大量跟进上市,所以部分龙虾商户都表示只做螃蟹零售,对批发生意则要观望后再做决定。

零售商 不担心网购插足,看好平价礼盒

年近不惑的王老板是羊皮巷菜场的老商户之一,在他的商铺,记者看到的只有空荡荡的网子和玻璃柜,王老板正在享受这上市之前最后的休闲时光。

谈到今年大闸蟹的行情,王老板摆摆手表示,即使今年遭遇高温也不会减产,整个江苏养殖螃蟹的面积估计有500万亩,且每年都会扩大养殖规模,减产不太可能。价格也肯定是中秋节上市之前开始涨价,中后期开始回落。

对于今年的销售前景,王老板充满了信心。他表示,三公消费禁令对他的生意影响不大,就算高端餐饮行业因此减少订单,他的客户主要是政府和企事业单位,每年到了该季节都会来订购,员工福利总还是要有的。至于网上预售火爆的螃蟹券,王老板十分淡定,他反问记者:你见过送礼送网购的东西吗?不体面不好看,真假也很难说。

记者了解到,大部分零售商户都与王老板的想法一致,对今年的销售态势比较乐观,节俭政策影响较大的是高档餐饮,百姓消费应该没有影响。为了应对今年礼品市场的新情况,经销商们也早早采取了应对措施,动辄千元的高端螃蟹礼盒可能会有所减少,普通老百姓吃得起的平价礼盒会主打市场。

批发商 批发价较去年同期上涨两三成

34岁的顾文明在常州水产市场已经有12年的水产批发销售经验,他的父辈从上世纪80年代起就开始做大闸蟹的生意。每年8月底开始,就进入他忙碌的销售旺季,从最早上市的固城湖蟹到随后上市的阳澄湖蟹,再到上市相对晚一些的太湖蟹,以及近年来逐渐兴起的兴化蟹和常州长荡湖蟹,都是他的采购目标。去年,从他手中批发到各地的大闸蟹达到100吨。

他告诉记者,按照常规,大闸蟹的开捕日期一般定在每年9月中旬,虽然今年遭遇高温,但江苏境内几大产区今年的产量和去年应该持平。因为还未到大闸蟹批量上市的时节,目前的批发价较去年同期上涨了约20%–30%。3两的公蟹批发价达到每斤55元,等到各大产区全面开捕,螃蟹大量上市,批发价必定会回落。

对今年市场的预测,他表示,尽管今年遭遇“三公消费”禁令,但除了价格高端的大个螃蟹之外,预计不会给市场带来太大影响,因为毕竟有更多的老百姓在购买和消费。为了迎合年轻人消费习惯的变化,他们也在改变销售模式。今年,他专门为自己销售的大闸蟹注册了“龙城中大”的商标,力图打造自己的品牌,并逐渐开始尝试网络销售推广自己的品牌战略。他的想法代表了不少年轻经销商的发展思路——大闸蟹从线下走到线上,无论困难有多大,都已经是不可回避的现实。