

大闸蟹迎丰收季 节后价格大跳水

10月下旬口感更好,也更便宜

菊黄蟹肥秋正浓,又到了吃螃蟹的季节。10月11日,现代快报记者走访了南京、苏州等多地市场发现,中秋节过后大闸蟹的价格下降明显,尤其是3两以上的母蟹、4两以上的公蟹等大规格蟹产品价格降价更多。除了节日效应,今年大闸蟹普遍丰收也是价格回落的主要原因。业内人士提醒,10月下旬是大闸蟹上市高峰期,市民想吃物美价廉的大闸蟹,可以再等等。

现代快报+记者 顾潇 卢海燕 李子璇 高达 王菲 文/摄



节后大闸蟹价格回落

大闸蟹价格“跳水”,最高达三成

在南京大行宫附近的科巷菜市场,不少商户表示,目前大闸蟹已进入丰产期,价格相比中秋国庆双节期间呈下降趋势。

“我们家专卖固城湖大闸蟹,现在价格是一只25元到55元不等。”水产店老板许先生说,价格比节前回落了一两成,算下来一只至少便宜了5元。原来2.5两规格的大闸蟹,从一只30元降到25元,6两的从50元降到45元。

在南京农副产品物流中心(“众彩市场”)水产批发户范高顺看来,今年大闸蟹产量高,价格也是近两年同期价格中最低的。“去年3两的母蟹最高卖到180元一斤,今年过节时最贵卖到八九十元一斤,现在已经降到60元一斤。”

“相比节前,批发价大跳水,越大的便宜得越多。”淮安养殖户张立连告诉现代快报记者,每年中秋节前都是大闸蟹售卖的黄金期,4两母蟹和5两公蟹最贵的收购价在一斤120元左右,但节后过了大闸蟹消费高峰,螃蟹价格开始下降。

10月11日,记者从苏州最大的“菜篮子”——南环桥市场了解到,目前螃蟹价格较国庆节期间有明显下降。据南环桥市场价格行情监测中心数据显示,10月11日,2.5两母蟹、3两母蟹的批发价分别是每斤46元、55元,3两公蟹、4两公蟹的批发价分别是每斤23元、35元,相比节前分别下降28.13%、30.38%、39.47%、38.6%,可见蟹越大降价幅度越大。

今年大闸蟹普遍丰收还个大膏肥

张立连表示,其实大闸蟹的饲料和工人价格没怎么变,定价是根据市场行情来的。“大闸蟹和月饼一样,节后商务、送礼用途需求减弱,导致蟹价进一步走低。”

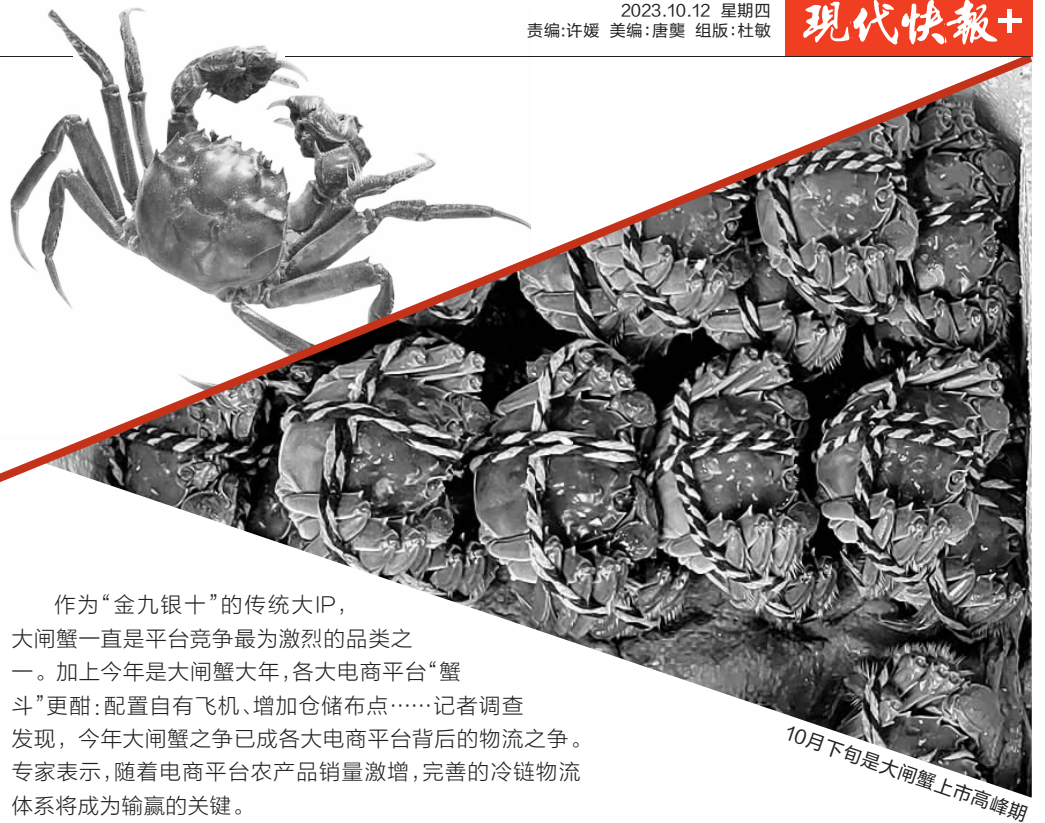
除了节日效应,近几年我国大闸蟹产业规模呈增长趋势,养殖面积也逐步扩大,加上今年大闸蟹丰产,市场供应充足,导致价格下降。

扬州市宝应县是全国知名的养蟹大县,全县养殖面积24万亩,去年总产量达2.3万吨。“今年风调雨顺,加上养殖技术不断提高,预计今年总产量达2.7万吨,较去年增长10%~12%。”据宝应县农业农村局相关负责人介绍,由于今年闰月的缘故,大闸蟹生长周期更长,加之适宜的生长气候条件,品质和成熟度都好于往年。

同样的,高邮湖大闸蟹今年也迎来丰收。经测算,今年高邮湖大闸蟹总产量在1.4万吨以上。除了产量高,规格也非常大。目前上市的高邮湖大闸蟹均重超4两,其中百分之六十达5两以上。

扬州养殖户陈鑫磊已经养殖螃蟹10多年,他在高邮湖附近有400多亩的养殖基地。“今年夏季没遭遇去年那样的持续高温导致大闸蟹死亡、影响其脱壳,因此今年大规格的大闸蟹比去年多。”陈鑫磊说,今年大闸蟹迎来大丰收,亩产达到300多斤,而去年只有200多斤。

苏州南环桥市场同发水产业务负责人管伟告诉记者,即使已进入秋天,目前仍未到螃蟹大量上市的时期。预计,10月下旬将迎来螃蟹口感最好的时候,届时价格也会进一步下降。



10月下旬是大闸蟹上市高峰期

作为“金九银十”的传统大IP,大闸蟹一直是平台竞争最为激烈的品类之一。加上今年是大闸蟹大年,各大电商平台“蟹斗”更酣:配置自有飞机、增加仓储布点……记者调查发现,今年大闸蟹之争已成各大电商平台背后的物流之争。专家表示,随着电商平台农产品销量激增,完善的冷链物流体系将成为输赢的关键。

配置自有飞机、无人机;增加仓储布点,自营把控渠道

“蟹斗”背后的平台物流之争

源头之争 抢占养殖源头,力求大闸蟹新鲜

今年9月下旬,京东与宿迁的霸王蟹核心养殖基地签订采购合同,采用源头直发模式为用户供货。京东生鲜季节海产负责人王禹透露:“由于专业买手深入产地包销、集中采购降低成本,同时还启动源头直发模式,平台上大闸蟹的价格比往年下降了10%。”

不只是将“触角”深入到源头产地,快递物流企业还提升打包和寄送效率,助力蟹农抢“鲜”寄送。“我们在前端收件处投入自动捆扎机、自动封箱机、自动分选设备等降本增效的自动化设备,提高蟹企蟹农的寄递效率。”顺丰集团特色经济蟹项目负责人蒋曙贤表示。

除了进驻源头产区,有生鲜平台更是从各城市出发,发掘周边湖区的产物。例如盒马,不仅有阳澄湖基地和大纵湖等合作基地,如济南、青岛的盒马就有来自黄河口的大闸蟹,武汉有梁子湖、长沙有大通湖、南京有固城湖、杭州有宝应湖产区的大闸蟹。

交通之争 喊出“次日达”,配置飞机、无人机

大闸蟹存活的“黄金期”是72小时。蟹到消费者手上讲求时效,交通工具是重要一环。业内人士称,今年空运大闸蟹成为物流巨头竞争的“落脚点”。今年,多家平台喊出“次日晨达”“次日达”、48小时送达的口号,近产地的城市区域主要靠陆运,距离偏远就凭借航空网络。为了突破障碍,实现跨湖飞行运输,巨头们用上无人机等高科技。

“顺丰推出同城半日达,早上发出螃蟹,当天下午就能送到;北上广深等一线城市可实现次日达。”无锡顺丰大闸蟹项目部负责人钱艳表

示。顺丰今年不单实现全国200多个城市“次日达”,更以“大型运输机+大型支线无人机+末端投递无人机”构建的三段式航空运输网络,实现快件最短时间到达目的地。

同样喊出“次日达”的还有京东。在9月下旬阳澄湖大闸蟹开捕节期间,背靠京东物流的京东超市提出“核心城市次日晨达”,且在全国范围内,有近300个城市可实现48小时内鲜活送达。“京东有了自己的飞机航班,加上自身的冷链物流,以及集约规模效应,物流提速的同时成本也有所下降。”王禹说。

据京东物流2023年半年报披露,截至2023年6月30日,京东航空已有5架全货机实现常态化运营,航线覆盖北京、深圳、杭州、无锡、南通等城市。2023年上半年,通过合作方式覆盖的航空货运航线超过1000条。

作为竞争对手的顺丰,据公司2023年半年报显示,截至2023年6月30日,顺丰控股运营全货机99架,自营83架。依托顺丰全货机及丰富的散航资源,今年上半年,在收派端具备直收直派网络能力的核心城市由23城拓展至74城。

仓储之争 增加仓储布点,靠自营加强把控

大闸蟹对保鲜的要求,考验的是快递物流企业之间整个冷链物流网络的实力。截至今年5月中旬,顺丰在全国拥有超过20万平方米高标全温层冷库,以及2万多辆冷链运输车辆,形成了庞大的冷链物流网络。截至今年上半年财报数据显示,京东物流运营约100个针对生鲜、冷冻和冷藏食品的温控冷链仓库,运营面积约50万平方米。

业内人士表示,快递企业想要深耕冷链市场,冷链物流布局是基础,同时采取自营模式管理的快递企业相较于加盟制度的企业更加具有话语权,有助于公司自上而下高度统一推动业务发展。

这不,快递企业就加大投入到冷库等冷链物流网络建设中。拿顺丰来说,今年上半年的财报数据显示,公司食品冷库104座,面积超74

万平方米。而2022年的财报数据显示,公司食品冷库82座,面积超55万平方米。仅今年半年时间,顺丰的食品冷库数量增长近30%,面积增长超30%。

据中国物流与采购联合会公布的数据显示,今年上半年,冷链基础设施投资总额超过186亿元,同比增长8.7%。其中,公共型冷库库容新增1043万立方米,同比增长4.4%。

市场观察 生鲜电商竞争,冷链物流是关键

“从快递物流企业来看,顺丰是进入大闸蟹领域最早的,目前其市场份额也是最高的。”快递物流专家赵小敏表示,目前大闸蟹之争是当下生鲜电商竞争白热化的缩影。

第三方机构分析指出,生鲜电商的规模持续增长,冷链物流环节

作为其重要成本中心,成为生鲜电商能否取得竞争优势的关键一环。据中国物流与采购联合会数据,2023年中国冷链物流市场规模预计超过5309亿元,同比增长约8%。

对于冷链市场的发展前景,赵小敏表示,从人口容量、城市发展、

消费结构变化等情况综合研判,未来五至八年,冷链行业市场增速将维持50%以上的增长。这将让更多的快递物流企业发力其中,不断拓展在该产业链的发展空间,提供更多的行业解决方案,提升产品的附加值。

来源:广州日报