



# 阳澄湖大闸蟹开捕,价格同比涨两成 “空+陆”组合 电商“血战”大闸蟹市场

■天府早报记者 冷宏伟

秋风起,蟹香溢。9月23日,阳澄湖大闸蟹举行开捕仪式,标志着2017年大闸蟹正式上市。随着吃蟹季的来临,为竞争激烈的生鲜寄递市场再添一把火。阳澄湖大闸蟹市场除最早试水的顺丰外,也迎来京东等“平台型选手”加码入局。今年的大闸蟹销售寄递,谁能领跑大闸蟹消费市场?

## 布局 提前启动大闸蟹争夺战

阳澄湖大闸蟹,因其“肉厚膏腻、滋味鲜美”的特点几乎成为了大闸蟹的代名词。今年,阳澄湖大闸蟹的养殖面积从去年的32万亩减到16万亩,预计捕捞量也将从去年的2000吨减少到1200吨。尽管产量下降,但需求量却在上升,大闸蟹的价格相比往年上涨了20%左右。

9月23日,随着阳澄湖第一篓大闸蟹的上岸,也正式打响了各电商物流大闸蟹保鲜“接力跑”决战的发令枪。“十蟹九顺丰”,目前顺丰已在阳澄湖区建立成熟模式。据相关数据显示,在最受食客们热捧的阳澄湖大闸蟹这一细分领域,顺丰的市场占有率已连续多年保持在90%左右。

但较之往年,今年大闸蟹市场格局有着明显不同,早在8月以来,各大电

商对大闸蟹市场的争夺战已然开始。8月,京东物流就开启了阳澄湖大闸蟹生鲜冷链原产地解决方案推介会;进入9月,顺丰即发布了阳澄湖大闸蟹“点、线、面”解决方案;随后阿里系生鲜电商易果旗下安鲜达与EMS宣布合作,共同建立了阳澄湖大闸蟹产地仓。

随着京东、阿里的湖畔布局,业内普遍认为,今年的大闸蟹市场形成了“顺丰优选+顺丰冷链”、“京东物流+京东生鲜”、“阿里+安鲜达”三足鼎立竞争的格局。

“截至今日上午,我们已经处理了1万多个购买订单。”京东生鲜阳澄湖大闸蟹产地直发协同仓相关负责人23日接受天府早报记者采访时介绍,“该协同仓每天可以处理订单3万—5万份。”

## 物流 “陆、空”组合出击

对于生鲜特别是大闸蟹来说,从捕捞到餐桌的“鲜”“活”度至关重要,因此,时效成为多方博弈的关键,而时效的背后是运力矩阵的比拼。

对比顺丰、京东、阿里的大闸蟹运力矩阵,整体来看,都是以航空与陆地组合为主的立体式运力,其中顺丰在原有航空优势上,增加了高铁运力;而京东和阿里系易果都选择合作的方式提高运力。

从顺丰官微发布的2017大闸蟹解决方案上看出,在空运方面,今年,针对阳澄湖大闸蟹产区出动7架全货机,保证大闸蟹出水后第一时间从周边的8个机场直接装载,可支持日处理量170余吨;在陆路运输方面,其亮点是首次投入高铁资源配合大闸蟹寄递工作,日处理量可达20吨以上。

京东物流依旧采用“航空+冷藏车”的运输组合,与中国国际货运航空公司合作,推出“大闸蟹头等舱”服务,还为其开辟了机场绿色通道。据了解,在阳澄湖等大闸蟹产区配置近20条航空线路以及大规模冷链运输车,辐射全国近30个省市自治区,有近300个城市可以做到48小时内鲜活送达,近150个城市实现了24小时送达,上海、苏州等城市更是能实现6小时极速送达。

而运营天猫生鲜和苏宁生鲜的易果集团旗下安鲜达,在9月份宣布与EMS合作,在阳澄湖畔共建两大产地仓,安鲜达在EMS的运力加成下,三大运力组合齐发,实现陆运与空运结合的立体式运输组织,预计将实现全国数百个城市的大闸蟹次日达。

### 识别方法

阳澄湖蟹身不沾泥,俗称清水大闸蟹,体大膘肥,青壳白肚,金爪黄毛

#### 捏

阳澄湖大闸蟹区别于其他螃蟹在于肉质饱满度,可采用捏压大闸蟹小腿部分感觉肉质是否饱满,若不饱满时,捏上去则会有空洞感。

#### 烧

大闸蟹背为蟹壳青,青得发亮、清爽,烧熟后、显红色。其他湖区的螃蟹泥土色重,烧熟后为灰中带有红色。

#### 刷

大闸蟹肚皮呈白色,白得有光泽,但不是纯白,因为受湖中水渍原因,应略带点水渍黄,不同于其他湖区螃蟹肚呈灰色,采用刷子轻轻刷的壳的话,可以刷下略微水渍色附着于壳体的脏污。

#### 挤

蟹螯上的绒毛密而软,毛须清爽,显黄色。其他湖区蟹毛带浓重泥土色,不清洁。

#### 爬

大闸蟹爪尖上呈烟丝般金黄色,二螯八爪肉感强、强劲有力;放在光滑的玻璃板或者地砖上能撑起,爬行自如。其他湖区蟹爪单薄无力,爪尖上没有明显的金黄色。



## 服务 决战生鲜冷链物流供应链

有数据显示,我国生鲜产品的损耗约为20%—30%,损耗分别发生在原产地、仓储运输、“最后一公里”配送等几个环节。大闸蟹作为“高危”产品,对于上述每一个环节的要求都要高于其他生鲜产品。

为了免除消费者对于死蟹的担忧,各平台都推出了相应的售后服务。如京东生鲜联手京东金融重磅推出了直击行业痛点的“死蟹包赔险”。如果出现死蟹情况,消费者只需在签收大闸蟹6小时内上传死蟹照片并提供订单相关信息,一经保险机构核实,消费者损失就将得到全额赔偿。

在此之前,京东生鲜就已推出了支持当场验货当场赔付的“即刻赔”服务,如今再以“死蟹包赔险”做补充,无论是当场验货还是事后申诉,京东生

鲜都能覆盖到消费者对于死蟹赔付的需求。

为何物流电商企业都“爱”大闸蟹?日前,由京东数据研究院和南都消费研究所共同发布的《中国大闸蟹市场消费报告》显示,截至8月,全国大闸蟹的销售额与去年同期相比增长近500%,达到了近3年来同比最大值。与此同时,中国水产科学研究院淡水渔业研究中心和中国渔业协会联合发布的数据也显示,2016年全国大闸蟹产业规模为648亿元,相较上年同比上涨20%,预计今年大闸蟹产业总规模将达778亿元。

业内人士表示,大闸蟹类生鲜冷链配送利润高,想象空间大。“未来在各大电商巨头新零售布局下,生鲜冷链物流供应链能力将会是角逐的一个竞争点。”

## 链接 京东生鲜联合洪泽湖启动全国鲜蟹“第一捞”

中秋将至,消费者盼望已久的大闸蟹也到了肉肥膏黄之时。9月22日,京东生鲜与江苏省宿迁市泗洪县政府共同举办2017年洪泽湖泗洪大闸蟹开捕暨网上螃蟹节启动仪式。这也意味着洪泽湖先于阳澄湖,成为今年首个规模性开湖捕捞的大闸蟹湖区。京东方面表示,京东物流结合湖区的特点,定制化提供包含物流、运营和营销在内的一整套解决方案,确保大闸蟹配送时效控制在48小时之内。

启动仪式上,京东集团副总裁、京东商城生鲜事业部总裁王笑松表示,随着开捕仪式的启动,今年秋季第一批鲜活大闸蟹也将率先登陆京东生鲜,继而销往全国各地。“其实不只阳澄湖,洪泽湖的大闸蟹品质也非常好。好水养好蟹,洪泽湖水质优良,更有大闸蟹生长所需的多种野生天然饵料。得天独厚的自然条件和天然野生的食物链条,孕育出了膏肥、肉香、微甜的洪泽湖大闸蟹。洪泽湖大闸蟹有能力也有资格成为全国的‘第一捞’鲜蟹。”

日前,京东生鲜联合阳澄湖、太湖、洪泽湖、大纵湖等11个大闸蟹产区政府及协会,共同宣布成立京东生鲜大闸蟹产业联盟。