来源：视觉中国

作者 | 陈弗也

编辑 | 杨布丁

出品 | 棱镜·腾讯小满工作室

“禁售槟榔”的风波仍在蔓延。

根据《信息日报》的报道，11月3日，南昌市新建区市场监管部门执法人员对多家便利店、烟酒店突击检查时，对于仍在销售槟榔的门店进行警告，并将槟榔现场没收。10月24日，南昌市场监管局曾下发“告诫书”，要求全市食品经营者、电商平台下架违法经营的槟榔制品，11月1日起，将对违法销售槟榔制品者进行立案调查。

今年9月，一位年仅36岁的歌手因患口腔癌离世。他曾在视频里讲述，过度嚼食槟榔是其患病的原因，并告诫大家远离槟榔，珍爱生命。几天后，义乌、成都、南充等地陆续发出要求，食品经营者不得销售有食品包装、标签的槟榔。

每年的九十月，正是槟榔原果的收获季节，曾被称为槟榔产业的“金九银十”，这场风波为行业未来蒙上了一层阴影。

不过，陈鹏（化名）没有太多担忧。他是一位“销槟榔”的老手，负责粤北几个地区的销售，手上有几百家便利店的资源。过往十几年的行业经验让他坚信，这场风波不会持续太久，风波过去之后，行业甚至还会迎来反弹。

“‘槟榔致癌’、‘下架槟榔’，都是老生常谈的话题了，每隔一段时间，就会被炒作一番。”陈鹏说。

在他看来，国内有数千万槟榔“老口子”（即“嗜好者”），他们离不开槟榔，不会因为这些质疑而少嚼槟榔。就像烟民一样，明知道吸烟有害健康，每天依然要抽几根甚至几包。

世界卫生组织曾将槟榔列为仅次于烟、酒、咖啡的第四大成瘾性消费品，但目前在国内，槟榔行业既没有烟酒的专营要求，又没有星巴克这样的巨头，宽松的市场环境给了地方品牌快速崛起的机会，让以口味王为代表的湖南品牌，迅速称霸全国市场。

据《中国市场监管报》数据，2011年至2018年，中国槟榔产业产值从558亿元上涨至781亿元，且呈继续上涨趋势。2018年，是公认的槟榔行业大爆发的一年，如今这个产业至少千亿。

过去三十年间，一个隐蔽的槟榔“上瘾”产业，已经悄然在全国大市场内种下。

从药材到社交消费品

“槟榔配酒，越吃越有；槟榔加烟，法力无边。”这是阿康（化名）经常挂在嘴边的一句顺口溜，在这位湘潭年轻人看来，嚼槟榔和抽烟并没有太大的区别。

湘潭是公认的“槟榔大本营”，那里虽然不产槟榔，但嚼食槟榔已经有数百年历史。2016年，湘潭的“槟榔习俗”还入选湖南省第四批非物质文化遗产名录。在湖南有一句谚语，“湘潭人是个宝，口里含根草”，这个“草”指的便是槟榔。

在湘潭市雨湖区，有一座规模不大的“湖湘槟榔文化博物馆”，那里简单展示了槟榔的历史文化，在古代，“药用”是其重要的价值。

湖湘槟榔文化博物馆，作者拍摄

槟榔被称为“四大南药之首”，宋人罗大经的《鹤林玉露》、明朝李时珍的《本草纲目》以及历版《中华人民共和国药典》，均记录了槟榔的药用价值。博物馆的一角，还堆放了多个中西药物，包装盒上清晰地写着，槟榔是这些药物的原材料。

海南是中国槟榔最大的种植基地，时至今日，在每年的统计年鉴中，槟榔也会被统计在“南药”的科目上。

过去几年，每当行业遭遇风波，槟榔的药用价值、历史文化就变成“挡箭牌”，但今天市场上流通的槟榔，早已没有了药用价值。

嚼槟榔不仅是阿康的个人爱好，还是他的社交方式：和朋友吃饭、喝酒、唱K的时候，就总是会分享几颗槟榔；在路上遇到老朋友，也会递上一颗槟榔，嘴里散发出来的槟榔味道，会拉近他和朋友之间的距离。

“你看，被嚼过的槟榔比烟头还多。”阿康指了指脚下的地面，他一天要嚼两三包槟榔，从未将槟榔视为一种具有药用价值的物品。

事实上，槟榔作为一款爆红的快消品，历史并不长。

刘志华是槟榔行业的资深从业者，曾经担任行业巨头“口味王”的第一任总经理。他在自媒体上连载过多篇“槟榔启示录”，在其中的一篇文章中，他将湘潭槟榔分为四代：药食同源、家庭作坊、现代化和技术革新。

药食同源时代的槟榔距离今天已经很遥远，康熙年间，湘潭始有槟榔，“槟榔避疫说”也开始流传；此后，一些家庭作坊开始在民间兴起。

一位熟知当地槟榔产业的人士向作者介绍，上世纪八九十年代，位于湘潭一大桥下有槟榔一条街，几十家槟榔店聚集在那里，很多70后、60后至今记忆犹新。当时的槟榔店正是家庭作坊式、夫妻店，规模不大，主要客户为湘潭当地人。

现代化的槟榔则是在20余年前开始的，其重要标志是槟榔有了包装。

在刘志华看来，有了包装后，槟榔就可以随身携带，不再局限在家里宴客的果盘里，这为行业的快速扩张提供了基础。皇爷、小龙王、胖哥等五大龙头品牌正是在这个时期涌现，这些品牌的历史均为30年左右，市场主要集中在湖南本地。

上世纪90年代末崛起的口味王，则将槟榔带入了“技术革新”的一代，这个时期的槟榔企业更注重口味研发、营销创新以及企业管理的专业化，槟榔也成功走出湖南，全国市场逐步被打开。

广东打工仔的推广效应

“之前也有品牌在外省开拓市场，但是都不成功，外地人嚼不惯槟榔。”李泽（化名）告诉作者，他是湘潭一位从业20余年的槟榔原果采购商，为多家槟榔厂供应原果。

在槟榔行业里，口味王是公认的第一家成功走出湖南，拓展省外市场的槟榔品牌。

根据其官网介绍，口味王的历史最早可以追溯到1999年的6月，当时创始人在岳阳市开了一家作坊式的槟榔店，岳阳也是口味王的起步之地。到了2003年11月，口味王签约了第一家广东的经销商，开始建立外省的蓝海战略。

李泽向作者介绍，当时的槟榔最大的市场是在湘潭，但湘潭已有多家龙头企业，竞争激烈。口味王选择从岳阳起步，让其避免了与这些龙头企业展开正面竞争，而它首选的市场广东，又是湖南务工人员最大的流向省，与其他省份相比，天然拥有市场基础。

“那些在广东的湖南农民工，既是消费者，又是移动的广告牌，很多外省的工友们就跟着他们去嚼了。”李泽分析说。

为了打开广东市场，口味王没少下功夫。比如，春节时，口味王就组织过接老乡回家的活动，提供免费的大巴车，甚至免费的包机，这一度让口味王成为这些务工人员口中的一个热词。如今，广东也已成为了与湖南匹敌的大市场。

在李泽看来，“青果槟榔”也是口味王打开省外市场的一大法宝。

槟榔分为青果和烟果两类，在皇爷、胖哥等五大龙头聚集的湘潭，以烟果为主，这一品类闻起来会有一股浓烈的烟熏味，嚼一口则会一股难以言说的劲道直冲嗓子，适合常年嚼槟榔的老口子；青果的口感则友好很多，更适合初嚼者，这有利于拓展新的客户群。

不仅是口味王，曾经主打烟果的槟榔品牌，在进军省外市场时，也开始推出青果槟榔。

作者在湘潭的便利店看到，那里陈列的槟榔依然以烟果为主，但在佛山、广州等地的槟榔店，则以各种口味的青果槟榔为主，如咖啡味、枸杞味、爆珠等。

佛山一家便利店销售槟榔的货架，作者拍摄

对于一些特定人群，具备“提神醒脑”作用的槟榔，看起来要比香烟更适合。如蓝领工人在厂房内一般不允许抽烟，但很少会禁止嚼槟榔；再比如，常年跑高速的货车司机、网约车司机，在封闭的车厢里，嚼槟榔比抽烟更方便。

就跟抽烟一样，很多“瘾”，就是从“提神醒脑”开始。

全国市场成功打开后，槟榔行业得到了快速发展。近20年来，种植面积的变化也彰显了这个市场的发展速度。

公开报道显示，海南槟榔的种植面积占全国的95%以上，这些槟榔除少部分留在海南直接食用或初加工外，95%会供给湖南厂商进行深加工。根据《海南统计年鉴》，2000年海南槟榔的总产量仅为35598吨，到了2020年变成了283278吨，增长了近8倍。

循环中奖“套牢消费者”

槟榔能在全国市场内发展壮大，与厂商大手笔的推广、营销有直接关系。触角一样的销售终端、超高的中奖率以及铺天盖地的广告，是他们培育市场的的三大法宝。

通过外卖平台可以查询到，在全国绝大部分的省份都可以买到不同口味、品牌的槟榔，即便是在一些偏远的地区。以口味王为例，早在2018年，其就对外宣布，销售终端网点逾百万个，覆盖城市多达415座。

槟榔也是少有的一个在销售终端数量上可以与香烟、避孕套匹敌的快消品。

但是，与香烟、避孕套不同的是，槟榔的销售终端更有“讲究”。槟榔的陈列架往往位于卖场的门口，与其他商品独立起来，不同品牌的槟榔还会有不同的陈列架，这些陈列架会贴满自己品牌的广告。

与此同时，厂商还会向卖场支付陈列费，陈列费越高，陈列架摆放的位置越好。在陈列费上，口味王是当之无愧的“卷王”，湖南的多位便利店老板向作者表示，口味王是陈列费给的最高的厂商，他们要保障自己的陈列架站在C位。

当然，对于槟榔行业来说，陈列架上的广告不足以为他们吸引到成千上万的消费者，一系列的电视广告、网络广告、地铁广告等，让“嚼槟榔”变得家喻户晓。

公开报道显示，在2017年-2019年，口味王连续三年赞助了湖南卫视的春晚，一些知名的综艺节目里也出现了槟榔品牌的身影，如《吐槽大会》、《这就是街舞》、《超级女声》等。此外，槟榔厂商还将广告打进了在年轻人当中非常流行的电竞赛事，如英雄联盟。

不过，这些铺天盖地的广告很快遭到了非议。

长沙市雨花区检察院检察长马贤兴曾在《槟榔广告何时休》一文中写道：“广播电视等具有广泛影响力的媒体长期为槟榔做广告，一些主持人和明星为槟榔代言，显然极为不当。现在高铁、地铁、公共交通站台、电梯、楼道等公共载体也大肆为槟榔做广告。”

2019年3月，湖南省槟榔食品行业协会发布“关于停止广告宣传的通知”，要求槟榔企业停止在报纸、电视台、机场、地铁等平台发布广告。两年后的9月17日，国家广电总局也发布通知，要求停止利用广播电视和网络视听节目宣传推销槟榔及其制品。

如果说铺天盖地的广告吸引了新的客户，触角般的终端为消费者购买槟榔提供了方便，那么超高的中奖率则会让消费者购买更多的槟榔。

在很多行业，中奖率都是一个不可对外说的秘密，但在槟榔行业，中奖率则是一副“明牌”。比如，伍子醉的一些槟榔就直接在包装上打下标语：“凭此空袋可兑换10元任意商品”、“扫码99.99%中奖”等。在网上，时常也会出现一些“连中十几包槟榔”的段子。

“宾之榔”的一款槟榔，包装袋上写着“再来1包，最低40%”的字样，作者拍摄

奖品也各式各样，除了再来一包、现金红包之外，还有香烟、金戒指甚至旅游券等。

经销商陈鹏向作者分析，中奖是槟榔销售的一个重要手段，行情不好的时候，厂商就会主动让利，提高中奖率，从而促进槟榔的销售，有时中奖率能达到五六成；行情好的时候，中奖率则会降低，从而使利润提高。

刘志华在一篇“槟榔启示录”中也写道：“大家合力用了那么多年的循环中奖，总算把消费者套牢，也让大家养成了好热闹的习惯。”

高端槟榔相当于一包中华

随着市场的不断扩张，槟榔的价格也不断走高，一些高端品牌开始引领市场。

20年前，陈鹏刚入行时，根本想不到一包槟榔能卖到几十块钱，如今，这类价格的槟榔已经摆满了货架，更高端的品牌甚至可以卖到一包数百元。

这些高端品牌的槟榔，一包约70克，而在湘潭当地，一些低端的散装槟榔一斤才几十块钱。

除此之外，对于一些嗜好者来说，槟榔也成为了一种礼尚往来的礼品，厂商们趁机推出了数百元的高端品牌、礼品盒等，比如价值600元、1000元的和成天下。

口味王是高端市场的引领企业，和成天下就是他们旗下品牌。2018年，口味王举办了一场新闻发布会，罕见地披露了自己营销数据：当年，和成天下在湖南、广东等成熟省份累计销量超4亿包。其中，15元款产品，他们的市场份额达到65%；20元款产品，市场份额达到75%；30元款产品，市场份额更是高达95%。

当时，口味王还援引市场调研机构的数据称，在湖南，每卖出10包高端槟榔，就有7包是和成天下，这句话后来成为了他们的广告词。其前总裁陈义也在发布会上放出豪言，槟榔的高端市场将迎来高速发展，千亿规模指日可待。

“如果槟榔一直在低收入群体中流行，那么市场很难做大。”陈鹏向作者表示，“朋友聚会时，拿出一包50元的槟榔，跟拿出一包中华的效果是一样的，有钱人就是要嚼贵的槟榔。”

作为一位资深的槟榔原果采购商，陈鹏认为，这些高端品牌之所以能够卖得起价格，除了营销之外，与他们所采用的原果有直接关系，原果好不好，对于老口子来说，一眼就能看出来。

“海南原果的质量是最好的，皇爷、口味王、胖哥做的高端品牌，大部分都是采用的海南原果，这几年海南原果的价格不断攀升，今年约17元/斤了，之前，价格超过了20元/斤。4-5斤原果，可以制作一斤成品。”陈鹏说。

这样的价格使得一些小型加工企业望而却步，无法在高端市场上与龙头企业竞争。

事实上，为了争夺高端市场，每隔一段时间，行业内就会爆发一场“原果争夺战”。2017年，口味王与海南万宁市签订合作协议，号称要收购当地70%的优质原果，这引起了其他厂商的恐慌，担心自己没有优质原果的供应。

得益于在原果供应商的优势，口味王一度传出，要将30元以下的产品全部取消，将全部精力投入到高端市场。

千亿级产业链有待监管

如今的槟榔行业，已经形成了海南种植、湖南加工、全国销售的局面。

2020年10月，《海南日报》曾披露过一组数据，截至2019年年底，海南省槟榔种植面积达178万亩，是海南230万农民的重要经济收入来源，占全省农业人口的41.37%，并推算2020年槟榔总产值可实现146.8亿元。

在湖南，湘潭则是全国最大的槟榔品牌聚集地，胖哥、皇爷、小龙王、伍子醉、张新发等，都是湘潭的品牌，湘潭工业与信息化局的一份调研报告披露了当地槟榔产业的规模。

根据报告，截至2021年，湘潭全市取得食品生产许可证的食用槟榔生产企业共有68家，从事槟榔直接加工的企业实现总产值200亿，年纳税近5亿，槟榔加工人员约3万人，而槟榔全产业链在2021年则实现了约410亿元的产值。

湘潭市的槟榔产业主要集中在湘潭县，2021年，该县槟榔全产业链就实现产值381.6亿，而当年该县的生产总值才546.4亿元。

此外，根据《湘潭市进一步完善产业链建设工作机制》，到了2025年，湘潭市将把包括“生态绿色食品及槟榔制品”在内的三个产业链培育成800亿级产业链，其规模仅次于“新能源和汽车制造”等3个千亿级产业链。

益阳则是湖南另外一座知名的“槟榔之城”，与湘潭不同，益阳的槟榔品牌不多，但口味王的总部位于这里。

益阳市向家堤村是口味王创始人郭志光的老家，沿着一条乡间小路走到尽头，就能看到一座规模不大、设施陈旧的工厂，那里便是口味王早年第一个生产基地，很多村民在这里工作。此后，一些年轻的村民成为口味王的经销商，跑到全国各地销槟榔。

这条小路的尽头便是口味王的一个生产基地，电线杆上的广告有口味王的标识，作者拍摄。

很难想象，如果各地禁售槟榔，将会对地方经济以及依附在这条产业链上的民众带来什么样的影响。

事实上，今年9月的这场风波后，各地并未要求禁售槟榔，而是要求“食品经营者”不得销售含有食品标志的槟榔，这其实是一直以来的监管要求。

早在2015年，国家卫建委就明确将槟榔从食品目录中剔除，2019年7月，市场监管总局又督促地方市场监管部门停止为槟榔企业核(换)发食品生产许可证。去年9月，市场监管总局再次下发通知，规定不应再按食品标准对槟榔进行监管。

但这场风波也为行业敲响了警钟，如何监管已经成为了这个行业迫在眉睫的难题。

作为槟榔大市，2020年10月底，湘潭市人大常委会曾开展了一场关于槟榔产业立法的调研，并对行业发展提出了多项建议，如开展有关槟榔质量安全风险的基础性研究；建立完善的产品标准；加强宣传引导，消除公众误解等。

但是研究报告也提出，湘潭只是一个设区的市，对槟榔产业的立法存在障碍。

不久前，19名住海南的全国政协委员也就槟榔行业问题进行提案。

10月26日，农业农村部对此做出了回应：国家有关部门将支持海南省利用自由贸易港的立法优势，借鉴烟草监管经验，从“特色产品”“嗜好品”管理角度，加快推进槟榔产业健康发展的地方立法工作，明确槟榔属性定位，为槟榔产品监管提供法律依据。

腾讯新闻出品内容，未经授权，不得复制和转载，否则将追究法律责任。