

## 阳澄湖上蟹农愁

9月25日，热闹喧嚣的阳澄湖大闸蟹开捕仪式已过去三天，在阳澄湖畔兜售阳澄湖大闸蟹的蟹农朱阿建（化名）还没有开张。

开捕仪式那天开始，他和老伴就拉着两筐自家养的大闸蟹在阳澄湖浅水湾附近准备试试行情，这里不仅饭店集中，附近还有一个大闸蟹交易市场。但让朱阿建失落的是，在这儿守了三天时间还没成交一单，既没有饭店来采购，也没见收购商上门。

有着多年养蟹经历的朱阿建已经习惯了这种“湖外”火热“湖内”冷清的大闸蟹行情，“这两年都没见有客商来收过我们的大闸蟹，不知道外面那么多阳澄湖大闸蟹从哪儿来的。”

随着“阳澄湖大闸蟹”知名度的提升，这六个字的含金量也在不断加重，精明的商人靠它发了财，地方政府谋划着如何借势发展旅游、搞招商，倒是像朱阿建一样的本分蟹农，在这场因蟹而生的财富故事中，日渐迷茫，“怎么阳澄湖大闸蟹的名气越来越大，蟹农的收入却越来越差？”

### 本地蟹农卖蟹难

今年55岁的朱阿建已养了十多年蟹，他所在的苏州工业园区唯亭镇，是阳澄湖周边养蟹规模最大的一个镇，唯亭镇的大闸蟹产量占据了整个阳澄湖大闸蟹的1/3。

说起如今在市场上风光无限的阳澄湖大闸蟹，朱阿建说其实蟹农基本不挣什么钱，像他和老伴承包的20亩水面养大闸蟹，一年也就收入3万~4万。

朱阿建给记者算了一笔账：20亩水面建围网要3万元左右，建好后可以用3~4年；每年需要投蟹苗费2万元左右；一年的饲料6万多块钱。再加上为螃蟹投放水草、水面租赁等费用，不算人工费用，一年的投入基本在10万元左右。

投入成本年年涨，收入却不确定。20亩大闸蟹好的时候能卖个十三四万，碰上异常天气、病荒还有可能亏钱。“今年4月份的倒春寒，就影响了螃蟹的生长，小个头的多，卖不上价。”朱阿建说。

个头大小决定了蟹的等级。公蟹4两以上、母蟹3.5两以上为大蟹，出湖价每斤140~160元左右；公蟹3.5两、母蟹2.5两的大闸蟹出湖价每斤在120元左右。低于2两的不能称之为大闸蟹，只能称之为毛蟹，价格也只有二三十块钱一斤。

据苏州工业园区阳澄湖大闸蟹行业协会的统计，往年大、中、小蟹的比例通常在4:3:3，今年中小蟹的比例则占到65%以上。

到浅水湾附近饭店就餐的食客多是冲着大闸蟹而来，每当有人从饭店出来，朱阿建都会招呼对方过来带走几只。每当有顾客上来咨询时，朱阿建夫妇更是齐上阵，赶紧把放在湖里的蟹筐捞上来，积极推销养了大半年的螃蟹。

朱阿建通常的说辞是，“我这可是真正的阳澄湖大闸蟹，要的量还可以按批发价优惠。”然后就是拿出当地质检部门发放的防伪“戒指”，来证明大闸蟹的正宗。如此往复几拨人，有从饭店里走过来看的，也有开车路过停下来询问的，但却没最终成交的。

在浅水湾附近大闸蟹交易市场租有门面的蟹农张祥生说，今年阳澄湖大闸蟹开捕仪式以来，一些经销商把市场炒得红红火火，但在他们市场却鲜有收购者的身影，“在我们这市场里，一个大闸蟹都没被买走。”张祥生估计，今年会有不少蟹农亏本，养蟹的人多，来买的人少，蟹农自己卖又卖不上价格。

对蟹农而言，阳澄湖大闸蟹正在进入一个怪圈，知名度越来越高、收购价格也不断上涨，一些蟹商干脆不再采购阳澄湖大闸蟹，而是采购外地大闸蟹运到阳澄湖过一下水，摇身一变成了“阳澄湖大闸蟹”，也就是所谓的“洗澡蟹”。朱阿建说，每到订单旺季的时候，晚上都会有成车的外地大闸蟹往阳澄湖送。

曾经的大闸蟹养殖基地正在成为各地大闸蟹的集散地。“需要什么规格的大闸蟹，打个电话就会有人从各个市场给你配齐送过来，本地真正的阳澄湖大闸蟹反倒没人收购。”朱阿建说。

## 暴利背后

相对于蟹农收入的不确定，专事贩卖大闸蟹的蟹商则是利润丰厚。根据目前在各地上市的阳澄湖大闸蟹价格来算，可谓是身价倍增。

以北京市场“鑫阳牌”阳澄湖大闸蟹“精品礼盒六只装套餐C”为例，内含4两公蟹、3两母蟹各3只，其蟹券票面价格为826元，折合每斤约374元，相当于出湖收购价格的2.3倍。

在京东商城上，“莲花岛”阳澄湖大闸蟹至尊蟹意礼品装，原价1588元，打折后1210元，内装公蟹（4.5~4.9两）、母蟹（3.0~3.3两）各5只。按打折后价格算，每斤价格约295元，相当于出湖收购价的1.8倍。

当然，这样的利润空间还只是对守规矩的蟹商而言。蟹商的收入并不仅限于大闸蟹本身的增值，如果能将普通大闸蟹包装成阳澄湖大闸蟹，升值空间能达到10倍左右。最关键的是要搞到能证明是正宗阳澄湖大闸蟹的防伪“戒指”。

为了防止假冒，每一只阳澄湖大闸蟹都分配有一枚苏州阳澄湖大闸蟹地理标志保护办颁发的白色塑料防伪“戒指”，打开戒指的后盖，里面印有12位防伪数码和“贰零壹贰”汉字，镭射防伪区则印有“DNA”字母。

“戒指”的数量根据农林部门的统计量产核发，一般是每20亩养殖水面发放6000个戒指，然后为蟹农制作IC卡，蟹农销售大闸蟹时刷卡领取“戒指”。

“现在一张IC卡的价格已炒到了1.2万以上，原本只有几毛钱的戒指也涨到了2~3块钱。”

朱阿建说。“洗澡蟹”戴上防伪戒指后，就成了正宗的阳澄湖大闸蟹。没了防伪戒指，蟹农的大闸蟹要么卖给熟客，要么折价出售。

对蟹农和蟹商而言，这是一个双赢的交易。蟹商只需付出 2~3 块钱的成本，就可以让从外地购进的大闸蟹名正言顺地增值近 10 倍。蟹农即便是折价销售大闸蟹会有损失，但完全可以通过卖戒指的收入弥补回来，“只要两者之间有差价，蟹农就是赚的。”朱阿建说。

当然，对于有门路的人而言，并不需要如此斤斤计较，只需要多报养殖水面，就可以坐享戒指交易带来的利润。

在浅水湾开有大闸蟹批发的吴卫良认为，这都是一些新渔民干的，老渔民不会做这样的事情，他们一辈子靠水面为生，不会砸了阳澄湖这个牌子。吴卫良从 16 岁就开始跟着父亲吴火福在船上打鱼，上世纪 90 年代，当地政府推广人工养殖大闸蟹时，他们才成了专业的大闸蟹养殖户。

据吴卫良介绍，现在养蟹的都是 40 岁以上的中老年人，在他们村养蟹的人群中，60 岁以上的占了 30%。枯燥、没有想象空间，当地的年轻人宁愿去打工，也不再愿意从事这个行业。一些从外地过来的外来户也开始承包一些水面，去年就有 70 多个没人养的围网，通过招标租给了从南通过来的养殖户。

一些蟹商也开始在当地租一块水面，来装点门面，有外地大客户来考察时，捞上几只自己养的大闸蟹试吃。与当地蟹农的养殖相比，这些蟹商显然是不在乎成本，养殖密度低，喂的料好，长出来的大闸蟹个也大。

在当地蟹农中算是比较年轻的吴卫良也在尝试着突围，他和 20 多家蟹农建立了合作关系，每年大闸蟹捕获后，按相应的规格统一在其门店里销售，收购价要比市场价略高，但蟹农要保证供货，不能再把大闸蟹卖给其他收购商。

在销售渠道上，吴卫良不通过中间商，直接面向消费者。随着销售旺季的到来，一些合作的蟹农也会到店来帮忙，装货、发货。在其桌上厚厚一打顺丰快递单中，记者随手翻看了一下，多是购买 4 只、8 只这样的散户，在区域上以江浙沪客户为主，也有广州等地单子。

## 政府的逻辑

阳澄湖大闸蟹虽然是一个响当当的牌子，但在当地经济中所占的比重并不大。每年阳澄湖大闸蟹的直接产值也只有 3 个亿左右。曾有环保部门的官员在参观了阳澄湖星罗棋布的养殖围网后建议说，苏州也不差这点钱，与其搞这种大规模养殖影响水质，不如实现禁养，把水面腾出来，真正还湖于民。

陪同的苏州官员以章太炎的夫人寄居吴中时留下的名言回应说，“不是阳澄湖蟹好，此生何必住苏州”。

虽然禁养的建议并没有被采纳，但当地政府也在不断缩小阳澄湖的养殖水面，并不断控制每户的养殖规模。到 2008 年时，整个阳澄湖的围网养殖面积从最高峰时的 14.1 万亩锐减

至了 3.2 万亩。吴卫良最多时曾有 600 亩的养殖水面，但现在只剩下 40 亩。

苏州工业园区大闸蟹养殖协会秘书长吴根男表示，单从经济的角度看，搞大闸蟹养殖对政府来说肯定不划算，每年收取的水资源费、承包费，还不够治理水质的投入。但阳澄湖大闸蟹这六个字的品牌，却不是单靠经济产出就能衡量的。

环阳澄湖分布的苏州几个区、镇正在借势阳澄湖大闸蟹发展旅游，带动其他产业发展。苏州市相城区推出了阳澄湖生态休闲旅游度假区，以阳澄湖中的美人腿、莲花岛为中心，开展湖岛乡村生态游；苏州工业园区推出的阳澄湖半岛度假区，则依托业园的经济支撑，推出多项特色项目，高端精品购物村，华谊影城，以及一些顶级养生、日式温泉主题度假酒店群，高端别墅住宅。

阳澄湖畔的昆山市巴城镇，目前美食游、休闲度假和乡村旅游方面已经成型，不仅建有多家美食街、美食坊、主题农庄，还建有高尔夫球场、阳澄湖水上公园等项目。

看着那些日益增多的水上旅游项目，让朱阿建不解的是，当时为了净化水质，压缩渔民的围网养殖面积、禁止渔民驾驶汽油艇，现在腾出的水面去搞旅游、水上农家乐，摩托艇载着游客在水上飞来飞去，就不污染水质？

苏州市旅游局发展规划处一工作人员表示，目前对阳澄湖旅游资源的开发，都是以各镇为主，没有统一规划。

**请阅读以上新闻，从以下问题中任选三道，写一个 A4 纸一页以内的 memo，并于本周六（10 月 20 日）晚上 24 点前发到相应的小课助教邮箱，邮件主题统一命名为“经原小课第 6 周 memo”**

（1）为何随着阳澄湖大闸蟹的名气越来越大，蟹农的收入反而越来越差了？（你可以利用你认为合理的理论和模型进行解释。）

（2）“防伪戒指”起到它本来的作用了吗？如果没有，原因何在？你认为蟹农从“防伪戒指”中获益了吗？

（3）近年来，“固城湖大闸蟹”的名声也越来越大（参考下文附加材料）。你觉得这对“阳澄湖大闸蟹”来说是个好消息吗？

（4）提出一些能够增加蟹农收入的措施并说明理由。（提示：可以但不限于经营模式等角度）

附：

## 南京固城湖蟹进京叫板阳澄湖

(京华时报)

昨天，南京高淳县政府在北京宣布，在京开出 9 家固城湖螃蟹连锁店。

南京高淳县委副书记黄亦武介绍，固城湖螃蟹的“五项全能”包括，全国第一个有机螃蟹、第一个国家级长江系中华绒螯蟹原种场、全国第一个螃蟹生态养殖标准、第一个全省水产类著名商标和第一个国家级中华绒螯蟹标准化生产综合示范区。

## 固城湖大闸蟹

固城湖大闸蟹产地在江苏省南京市高淳县，每年的 9 月 20 日至 10 月 20 日为该地的螃蟹节，节日期间宾客游客如云，成为当地的旅游的盛事。

经过 10 多年的品牌发展，目前固城湖螃蟹中，依据不同的产出地及服务特色，形成了一批比较有名的二类品牌标识名，比较出名的有“青松”、“黄金甲”、“沧溪”等。

2009 年 10 月 16 日，第九届中国南京固城湖螃蟹节北京联谊推介会在北京人民大会堂山东厅举办。经高淳县政府正式授权，北京市西城区德胜门内大街 246 号、固城湖大闸蟹夏记专卖店等 11 家门店获准设立固城湖螃蟹连锁经销店，北京市民可以更加便捷地购买到“原生态”固城湖螃蟹了。

2011 年 8 月 1 日，固城湖螃蟹全国直销平台正式上线，标志着固城湖螃蟹在线网络销售渠道的形成，全国消费者可通过该平台享受全国近 3000 个空运联络点提前一天预约，次日送达的高效配送服务。

近年来，高淳县充分利用优越的生态环境和优良的水资源条件，大力发展以螃蟹为主的水产养殖业，将资源优势转化为经济优势，将传统产业发展为高效特色产业，并成功将固城湖螃蟹打造成拥有全国第一个螃蟹类驰名商标、国家地理标志产品等美誉的名特优水产品。

高淳县借助“固城湖”螃蟹这一特色农产品，从 2001 年以来，连续举办了十届固城湖螃蟹节，通过举办这样的活动，促进了固城湖螃蟹的产销合作，密切了饭店、餐饮企业同螃蟹养殖、经销企业的供需关系。目前在北京、重庆、南京等近 20 个省份 200 多家授权特许经营商。

如今高淳固城湖螃蟹，又被国家工商总局认定为中国驰名商标，这是目前全国水产品类唯一获此殊荣的螃蟹品牌，它标志着固城湖螃蟹实现了从“水产品著名商标”向“中国驰名商标”的划时代蜕变。