



秋季到来的感官享受,除了丹桂飘香,如今恐怕还要加上“醉蟹上市”这一项。当下,无锡太湖醉蟹不仅是锡城限定美食,更在全国范围闯下名堂,继无锡酱排骨和太湖三白后,它能否成为城市美食新名片呢?



提醒我们入秋的不仅是天气,还有它的大量上市——太湖醉蟹:城市美食新名片?

现象

“一蟹入秋”满城香

“提醒我入秋的不是天气,是外卖店醉蟹的大量上市。”市民陈先生是一名重度龙虾消费者,平均每周都要点上三四份龙虾外卖。他说,上月初,外卖平台上的龙虾店就少量开推醉蟹;上月中旬,店铺页面就从一个扩展到三四个,与龙虾页面分庭抗礼;国庆节前后,龙虾开始“边缘化”,多种品类和烧制工艺的醉蟹产品成功接棒。记者以“螃蟹”为关键词搜索饿了么外卖平台,发现有300多家店铺,而“醉蟹”就有100多

家。曾以龙虾为名的店铺,要么在店名后缀上“大闸蟹、螃蟹、醉蟹”等字样,要么直接改名“螃蟹馆”。“一品虾神”龙虾外卖店老板直言,龙虾已是尾市,大闸蟹、醉蟹才是主打。“现在不吃份醉蟹,都不好意思说自己已‘入秋’”,陈先生笑说,醉蟹的节令性越发明显,无论是夜宵独享还是亲友聚会,醉蟹已是“桌上必有”。

国庆假期,记者走访了锡城多家餐饮店,发现无论是老牌人气饭店还是连锁店或流行店,醉蟹都是“秋

季新品”,也是时下点单量较多的单品。“现在应该没有哪家饭店不做醉蟹产品吧!市场热情那么高,产品又好卖又应季”,某餐饮店老板说。锡城一些老字号也开始力推醉蟹产品。上月中旬,三凤桥花雕醉蟹就在全市门店统一上市,以橙皮、柠檬和干话梅改良传统醉蟹口味,以“酒香混合花果香”为卖点。就连多家高档酒店也忙不迭在自助餐单里加上各种网红蟹,除了梭子蟹,各种大闸蟹和风味醉蟹也是主打品种。

趋势

城市美食新名片?

说起无锡城市美食名片,无锡酱排骨可谓头牌。2019年,无锡成为“太湖三白美食之都”,自此更有“城市味道”了。时下,无锡太湖醉蟹能否成为“城市美食新名片”?

无锡太湖醉蟹产业联盟主席朱信熠对此充满信心。她认为,在新消费新零售时代下,无锡醉蟹自有优势:首先,无锡醉蟹是咸甜鲜香味,所谓的“甜”是为了吊鲜,入口以咸鲜为主,因此具有更好的区域覆盖度,无论是北上广深这些大城市,还是东北、西北、西南地区等有特殊口味的城市人群,他们或许吃不惯甜口的无锡酱排骨,但会被无锡醉蟹“通吃”;其次,当下锡城制作醉蟹的餐饮店都经营得很好,顾客忠诚度与复购率高,且形成了“老带新”的涟漪之势,无锡太湖醉蟹的名气越来越大,不少人由醉蟹而更了解无锡这座城市;再次,除了醉蟹成品,周边产品也已开始走向市场,如醉汁调味品就已成功打开全国市场,武汉已开出无锡醉汁调味品的专门店,喜欢自己动手烹饪的人能通过不同口味的调味汁,在家自制或清甜或麻辣或酸爽的醉蟹。当前,该款产品立志打造成万物可醉的“无锡老干妈”;最后,无锡太湖醉蟹,具有源源不断的整合力与创新能力,具有发展成为产业高地的潜力。“在电商平台和短视频等新技术加持下,更多人通过认可醉蟹而向往无锡。”

事实上,锡城已有一些企业着眼于将无锡太湖醉蟹打造成城市美食新名片。无锡小青龙餐饮食品供应链有限公司曾主要从事龙虾、醉蟹等熟制食品的代加工和深加工,但在今年,公司转型致力于无锡特产的线上电商平台打造与建设,太湖醉蟹是主力品种之一。公司负责人王笛说,经多年的产品加工业务积累,太湖醉蟹有了不错的市场基础和美誉度,但品牌知名度以及产品文化内涵还需进一步提升,也就是“名片效应”的扩展性有待加强。为打出这张名片,他们决定通过时下最潮流的电商模式,将太湖醉蟹打造成互联网爆品。

“无锡太湖醉蟹未来的市场地位至少与小龙虾并驾齐驱,由于醉汁调料的广泛推广,它还能突破时令,成为全季消费产品,从而获得比小龙虾更好的市场发展空间。”无锡餐饮烹饪行业协会会长陈为民十分看好太湖醉蟹的发展前景。他说,此前《无锡太湖醉蟹团体标准》的出台,使无锡醉蟹在市场上有了品质保障,加上各商家为满足市场需求研发出多种口味,细分无锡市场、华东地区市场和全国市场,太湖醉蟹已向专业化与精细化方向发展。假以时日,待市场辨识度与认可度更进一步,“城市美食新名片”必将实至名归。

(晚报记者 金恬伊)

溯源

十年“磨剑”三年成势

醉蟹的发展,其实在无锡不过短短十年。周庆是“欢喜龙虾”店的老板,他算是无锡第一批做熟醉蟹的“先驱”,见证了无锡醉蟹市场的兴起与发展。“我在2009年前做了多年的龙虾,只做两季的龙虾店,到了冬天就没什么可吃的了。于是想到做活蒸蟹、醉蟹等给老顾客尝个鲜,不量产,算是对店铺产品品质的一种加持。”当时市场上的熟醉蟹还是个新鲜物种,不过很快得到了市场的认可,一些顾客开始建议他上架产品。于是,在“做着玩儿”了两年后,周庆于2011年正式开做醉蟹,做多少卖多少,当年就卖出了近五百只。此后,越来越多的饭店跟风操作。如今,常熟、苏州、南京等地也掀起“醉蟹热”,以无锡为中心形成了“星火燎原”之势。

“无锡太湖醉蟹”的名头开始成势,经历了最近三年的磨砺。三年前,作为无锡餐饮烹饪行业协会的下属分会,无锡太湖醉蟹产业



联盟成立,80多家联盟单位业务范围囊括养殖、餐饮、工厂深加工、包装配套、物流等,上下游全链无缝对接。至此,无锡醉蟹不仅是一道锡城美食,还通过产业链发展初具产业规模。“按市场倒推,无锡醉蟹餐饮消费的年产值至少有4亿元,并且涨势斜率还在加大,发展迅猛。”无锡餐饮烹饪行业协会秘书长葛金磊表示,产业联盟能自我消化内部配套,无论是外卖产品、生鲜包装还是深加工产品,从食材到成品均能一步到位。

无锡醉蟹“成势”的另一个表现在于节令性的礼品消费成为醉蟹“走出去”

的一大增项,无论是游客外带还是快递邮寄,中秋节和国庆节的八成消费均来自于此。“一些游客吃过后感觉得好吃,就会买下多份当伴手礼,还有些是往年曾吃过的游客进行快递回购。通常这样的游客每年都会定期回购,成为醉蟹的基础客源。‘无锡醉蟹’已成为非醉蟹产地的秋冬送礼佳品。”周庆说,仅今年中秋节前后,他们就售出五千多只醉蟹,12个工人每天纯手工制作。坊间传闻,因特殊原因巨亏的锡城某店如今已靠着销售醉蟹扳平盈利,这也成了无锡醉蟹畅销成势的明证。