

“焕新商意浓”系列报道之三

电商鹊起，“无锡味道”香飘千里

旅游暂停键按下，曾让游客念念不忘的无锡美食，通过各路电商发力外销。新环境造就新格局，“无锡味道”香飘千里挡不住。



传统“锡味” 小笼包排骨订单足

无锡美食最早“电”的还要数三凤桥、王兴记这样的老字号实力派商家。“三凤桥”目前生产新鲜、真空包装、保鲜包装三大熟食系列共200多个品种，行销全国二十多个大中城市。三凤桥酱排骨烹制工艺已被列为首批江苏省非物质文化遗产目录，成为了江南吴地间的美食代表。早在2012年，三凤桥就成立了电子商务部，先后开通外卖、抖音、直播等，利用不同的营销方式将美食对外推介。今年礼品销售虽然差强人意，但散客订单却蹭蹭上涨。“上海方向还积压着两万多份订单待发呢。”三凤桥市场总监张健说，特殊的市场环境造就了新的销售局面，外卖订单增长了20%，青海、西藏等地的订单也不少。同时外向型保供订单也增长明显，酱排骨、肉面筋、鸡爪等都是畅销品种。

王兴记的电商网络遍及淘宝、京东、微信小程序等众多渠道，口碑小笼包“吃”遍天下“一招鲜”。“外地客人对小笼包很想念，最近的一笔上海订单3万只一送。”王兴记有限公司副总经理沈国清说，去年5月份，王兴记电商销售额就达到了近300万元，今年因为物流原因未实现这样的业绩，但囤积的订单量更多了，显示外地客人的需求急剧上涨。江浙沪、安徽、陕西、重庆、哈尔滨……王兴记的配送区域已是全国达。鲜肉小笼包通过顺丰冷链包装和运输，使用泡沫箱加上大号冰袋发货，可以使小笼包处于一个相当于冰箱冷藏的环境中，5天内不会影响到肉质。沈国清毫不讳言，电商销售已占据整体销售的40%。



时令网红 龙虾醉蟹“四方走”

能让外地客饱口福的，不仅有传统无锡味，龙虾、醉蟹这类时令美食，如今也是声名在外，四方同尝。

5月份开始，锡城龙虾飘香，销售进入旺季，也是古罗马龙虾的“奔波季”。“龙虾一上市，订单就来了，同城电话预订、微信小程序下单，甚至外地老客户也第一时间要求快递出货，3月份就掀起了销售小高潮，现在已是旺季时节。”古罗马大酒店副总经理谢雄说，酒店从2004年开始到今年，已经成功举办了17届龙虾节，从“十三香”开始，再到“冰镇”“秘汁”等，酒店已经累积了11种龙虾口味，扛鼎品牌龙虾十多年，成就了“吃龙虾到古罗马”的市场美名。无法到店品尝的外地客人开启了线上下单模式，龙虾外送增长35%-40%，其中外地客单约占三分之一，这一占比仍在不断攀升中。“最远能送到哪？如今海南、哈尔滨都不算远了，还有美国客人直接让人带货过去的！”

都说“虾蟹不分家”，无锡卖家的确不分，龙虾四方走，醉蟹也跟进。2015年-2016年，太湖醉蟹的外卖生意悄然兴起，一时间，醉蟹微商成为当季“网红”。无锡餐饮烹饪行业协会秘书长葛金磊曾估算，按市场倒推，无锡醉蟹餐饮消费的年产值至少有4亿元，“走出去”

的无锡醉蟹也不在少量。“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自食和送礼佳品。”欢喜龙虾老板周庆说，去年中秋节前后，他们就售出五千多只醉蟹，12个工人每天纯手工制作。而今年的醉蟹外售，业内均充满期待。

无锡太湖醉蟹产业联盟主席朱信熠表示，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，真空包装顺丰冷链外售四方都已是常规操作。此外，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，“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。”

农产品电商 货卖全国声名扬



近年来，手机变成新农具，直播变成新农活，数据变成新农资，宜兴越来越多的新农人加入了直播行列，变身“带货主播”，在田间地头为自家农产品“吆喝”，唱响了“互联网+农产品”的售卖新模式之歌，进一步打开了农产品增收的新渠道。凭借这波势头，宜兴市依靠茶和新鲜百合的强劲销售，位列农业农村部管理干部学院和阿里研究院联合发布的“农产品数字化百强县”，乾红早春茶就是个中翘楚。

“3号链接的黑金锅巴已经上架了，搭配着我们1号链接醇和甘甜的小柑红喝，简直绝绝子，大家千万不要错过。”每天下午1点半，乾红的“茶二代”李镒嘉都会早早来到微信视频号“老李叔说茶”的直播间，卖力吆喝自家的农产品，向粉丝讲解宜兴文化、展示乡村风貌。最开始尝试时，每天销售额仅有几百元，后来直播间里“忠实茶粉”越来越多，有位北京的“忠粉”2个月的时间在她的直播间一共下了50多单。同时，直播的整体销售额也迅速攀升，去年11月销售额近10万元。仅通过两个月的直播，她的平台账号就累积了近1万粉丝。2021年“双十一”期间，她参加了无锡青年助力乡村振兴网络直播大赛，

吸引了近30万人次收看，销售额近10万元，将宜兴的茶叶、乌米饭等农副产品卖到了全国各地。

从市商务局了解到，无锡市2021年网络零售额首次超过1000亿元，同比增长10.2%，增幅高于全省平均水平。其中，全市农产品电商实现网络销售28.9亿元，同比增长15%。阳山水蜜桃、大浮醉李、马山杨梅、杨氏草莓、宜兴紫砂壶和红茶等农副产品网上销售规模进一步扩大，“无锡味道”声名鹊起。本土电商平台“朝阳到家”通过无锡惠民消费券消费和直播电商活动，继续扩大客户和在线交易量；“华泽微福”结对帮扶青海、新疆、陕西等优特产品，平台实现在线交易额1.84亿元，同比增长5.63%；惠山区开展的水蜜桃数字采摘节，带动阳山镇全民创业。如今，无锡农产品在电商平台的流量扶持下走上了基地化和电商化发展道路，日渐实现品牌化、多元化、标准化发展。

市商务局相关负责人表示，无锡美食的电商发展还有更多潜力可挖，商家可通过阿里巴巴、京东、抖音等知名电商平台的项目合作、流量扶持等方式，加快我市农产品数字化转型。（晚报记者 天易）