

看一只小龙虾如何搅动美食江湖？

# 鏖战

## 无锡进入3.0时代

20年前,当小龙虾这一街边美食进驻锡城时,应该没想到能拥有搅动城市美食江湖之力、打下今天这片“江山”吧。近日,记者采访了解到,无锡小龙虾市场已刷新到3.0时代,随着高档酒店的全面入场,全城鏖战小龙虾之势已成。

### 现状 从“青铜”蜕变“王者”

本月的锡城美食市场,最热议的事莫过于无锡君来集团旗下企业联袂推出的君来龙虾季专题活动了。太湖饭店、湖滨饭店、君来世尊酒店、梁溪饭店、洲际酒店、文博之家等共推多种小龙虾美食,超长有效期之余,价格可谓秒杀市场。比如3斤7-9钱小龙虾售价138元,而在一众外卖平台上,4-6钱的3斤装小龙虾也差不多这个价。这不是该集团首次共同“发功”,但却是历史上首次共同为小龙虾“站台”。更为劲爆的是,梁溪饭店宣布从今年起,全年销售小龙虾产品。这标志着小龙虾在无锡的彻底“上位”,正式登上了大雅之堂。昔日的“青铜”小龙虾,已蜕变成今日睥睨

市场的“王者”。

小龙虾也用市场热销证明了自己的价值。多家酒店向记者证实,在为期一周的售卖期内,小龙虾的销售额成为今年以来的首个营业亮点,有的酒店甚至还未来得及发圈推海报,后台的订单数据就“自动”蹭蹭上涨了。还有的在售卖期未开始前,就已有顾客上门打听是否需要抢购等,颇有摩拳擦掌之势。梁溪饭店相关负责人景铁说,正是因为看到龙虾的市场魅力,饭店才决定全年开售小龙虾。

如今的小龙虾已是全民最爱和盛夏必备。记者在饿了么外卖平台上以“龙虾”为关键词进行搜索,系统显

示共有628个商家在线提供服务。事实上,按照无锡市烹饪餐饮协会的估计,无锡的龙虾经营户早已超过1000家,从口味上来说,除冰镇、飘香、蒜蓉、清水等常规口味外,还有酱骨、椒盐、椒麻、藤椒、黄油蒜泥、咖喱、老菜、水果龙虾等多种口味。在挑选、称重、清洗、开背、煮沸、调味和浸泡等各环节都是一众商家的竞争比拼点,因为市场已经大到让食客有足够的辨别力来判断是否达到了虾体干净、虾腹白净、虾黄丰厚、鲜香怡人的效果。

### 追溯 旧版本的“龙虾江湖”

在无锡,小龙虾的成名史要追溯到本世纪初来自盱眙的十三香小龙虾。当时,夏季吃十三香龙虾已成南京人的一大爱好,尤其以盱眙龙虾名头最大。于是,便有商人想接着这波“吃风”来到无锡开店,此法果然奏效。不仅外地人喜爱这口香辣,无锡本地人也迅速“沦陷”,无锡饭店都开始做龙虾美食,生意红火,盱眙龙虾自此每在夏季就风靡一时。那时的龙虾市场处于野蛮生长期,但凡有货源、味道好的店,都挖到了第一桶金,市场上“开张三月吃一年”的说法,大多指的就是只做龙虾的店。后来,无锡龙虾界出现了“喜洋洋食府”这么一位带头大哥,以货源、配方双正宗的姿态,用美味和大众市场确立了行业标准。一到吃龙虾时节,“喜洋洋”自营的外送团队便穿梭于大街小巷,一时传为美谈。龙虾江湖的1.0版本,就这么建立了。

古罗马龙虾和欣旺龙虾的崛起,彻底将版本刷新升级到2.0时代。古罗马大酒店1996年开业,从2004年第一届龙虾节开始到今年,已经成功举办16届。用酒店总经理温佩玲的话说,16年的耕耘,古罗马人把小龙虾做精做细,做好做长,做久做深。通过不断地开发和创新,从单一的十三香到后来有十几个口味,古罗马连续扛鼎魅力品牌龙虾十多年,更成就了“吃龙虾到古罗马”的市场美名。

欣旺集团早在2003年就开始售卖龙虾,一战成名之地是今天的新吴区,当时的当家菜以冰镇龙虾为首,糟香味美,冰爽怡人。因为一道龙虾,曾连续十年被评为“无锡龙虾王”,获得“新吴六宝”荣誉称号。2007年,团队花一年时间,研发出如今的镇店菜“飘香龙虾”,正是2017年马云到店品尝

的同款。去年,欣旺共卖出20万斤精品小龙虾,无锡高端小龙虾的销售份额,欣旺占去三分之二。

龙虾市场2.0时代,以古罗马大酒店和欣旺集团为代表的商家,通过精耕提质,让小龙虾摆脱了街边小吃的市井气息,登堂入室成为餐桌上的知名美食。在这些饭店里剥吃小龙虾,至今仍算得上是一件“炫富”的事——市场均价百元的一顿小龙虾,在这两家酒店出手必须翻上三四倍,谁让人家的龙虾品质口味俱佳呢。去年,欣旺集团的精品龙虾一份26只最高卖1280元,顶级龙虾宴每席最高20200元,销量都还不错,可见市场认可度。古罗马的极品龙虾回头率特别高,因此成为名扬锡城的经营龙虾的特色酒店。在某年盛大的徐霞客旅游节上,新丝路美女模特还专门前往古罗马品龙虾。

### 晋级 凭“天资”登大雅之堂

从饮食场景上看,小龙虾自街边美食起到登堂入室,再到如今登上大雅之堂,可谓开启了3.0时代。更重要的跨升意义,来自于它的自我阶层提升——从不文一名成为无锡市场不可忽视的存在。

一名在高档酒店就职多年的业内人士告诉记者,小龙虾真的可说是凭实力“上位”。早前,小龙虾在无锡社会餐饮市场尽管风靡多年,却是怎么也上不了高档酒店的桌头。后来,龙虾市场日益壮大,消费者开始询问酒店是否有龙虾供应,一向以服务至上的酒店,曾“窘迫”到为顾客外出购买以应需求。询问的顾客多起来,餐厅便象征性地做一些,别谈和湖鲜海鲜

的地位相比,即使与普通菜肴相论,也只能算在菜单里低到“尘埃”。再后来,一些酒店为业绩放下面子,开始在自助餐中上小龙虾,其点缀意义更为浓烈。近三年,随着高档酒店盈利模式的变化,酒店开始尝试大力推广市场热销的小龙虾,好几家酒店甚至在每年的龙虾季推出以小龙虾为主打的特色自助餐宴。从销售数据对比上看,自带社会好感度的小龙虾自助餐普遍优于其它主题餐宴。于是,小龙虾终于迎来了它的“名场面”——成为高档酒店的常驻菜单。

小龙虾的社会晋级,还反映在它超高的市场融合度与广泛社交基因上。古罗马大酒店在去年就开始尝

试销售龙虾礼盒,一箱箱冷链龙虾坐上飞机销往全国各地,更有大客户一次性就订上20多份,作为礼品馈赠友人。在微商宋云的销售订单中,净虾498克一盒、顺丰直发的麻辣小龙虾最畅销,客人人手三份包邮,不用刻意推销,走单量就自动上涨。“三份量往往只是一人食,一次性花三五百元分发亲朋好友也是常事,毕竟送龙虾谁不喜欢呢!”宋云一语道出龙虾的超强社交性。更绝的是,小龙虾还开启了联手名车的异业联盟之路。本月初,在无锡德尔奥迪的老客户店庆VIP专场活动上,凡是邀请意向购车好友来店的人均可畅享无锡知名网红龙虾。

·观察·

### 市场还有空间 版本还会更新

小龙虾销售现在迎来巅峰了吗,市场是否还有存量空间?

《小龙虾产业发展报告(2019)》显示,2018年小龙虾产业总产值达3690亿元,同比增长37.5%。这成为小龙虾产业旭日东升的明证。然而,市场上还有另一种声音,就是集万千宠爱于一身的小龙虾,从2019年开始,生意变得难做,街上小龙虾店泛滥,质量参差不齐,食客口味挑剔。今年受疫情影响,小龙虾销售也受到空前挑战。

对此,无锡市烹饪餐饮行业协会会长陈为民表示,小龙虾的市场发展还有广阔的空间,无锡的龙虾江湖版本还会继续升级刷新。他说,如今,小龙虾的市场销售期得到了延长,从最初的“专攻一夏”到两头拉伸,早3月、晚11月都能吃到龙虾,有的饭店甚至全年经营。这在一定程度上达到了培养消费习惯的作用,只要产品供应保质保量,小龙虾的销售空间就不可限量。同时,融入多元的社交场景也能焕发小龙虾的新生机,如已有实践的看球赛吃小龙虾、唱KTV吃小龙虾、推荐看车吃小龙虾等。通过冷链配送、到家加热的快餐类龙虾产品,因为实现了无接触配送而在今年格外受欢迎,多元的龙虾品类和销售模式,也将是产品升级换代的突破口。

(晚报记者 金恬伊)

