

小龙虾市场提前迎旺季

线上团购持续下探“地板价”

随着天气变暖，“夜宵顶流”小龙虾已经登陆各大市场门店。相较往年，今年的小龙虾便宜了30%左右，让龙虾店提前迎来销售旺季，同时对于线上流量的争夺也导致“价格战”尤为激烈。

降幅三成，小龙虾市场提前进入销售旺季

昨日上午，盛阳食品水产经营户陈勇正在挑选小龙虾，陈勇戴着皮手套将小龙虾快速过手，按照大小和品相分拣到不同的筐子里。“这些主要是从湖北潜江过来，今年小龙虾上市量大，时间也更早。”陈勇指着身后联排泡沫箱说，目前4~6钱的23元/斤左右，7~9钱的36元/斤，比去年便宜三分之一。“今年天气回暖快，加上小龙虾养殖面积扩大，二月底就上市了，等过阵子省内小龙虾上市，价格回落更明显。”

上市早、价格降幅大，让今年的餐饮行业早早进入旺季。在梁溪区蔚蓝观邸附近的龙虾店，周日晚上10点半蒙蒙细雨中还有顾客在门口排队，10多张大小桌坐得满满当当。门店经营者曹勇介绍，今年小龙虾的拿货价比去年便宜了5元左右，总体价格更优惠，价格敏感型客户也愿意进店尝鲜。“5月1日之后才是小龙虾的旺季，但是现在的销售情况已经大大超出了去年同期，即便是平时也有二十多桌客人，提前1个月进入销售高峰。”

线上价格战激烈，持续下探“地板价”

线下门店大卖，线上团购同样火热，“价格战”硝烟味浓烈。

在美团、抖音等线上平台上，以“龙虾团购”为关键词搜索，各式各样的套餐跃入眼帘，99元6斤、100元8斤，折合每斤只要10元出头。“本来以为99元3斤就已经够便宜了，没想到今年79元3斤、69元3斤都很普遍了，‘价格战’打起来没有最低只有更低。”市民李女士说。

小龙虾的“商战”何以至此？无锡市烹饪餐饮行业协会秘书长葛金磊表示，以往的小龙虾产品大部分是以堂食为主，经过疫情三年，消费者的购买习惯已经被改变，外带成为消

费习惯。“小龙虾在家里烧很麻烦，家里来客人或者朋友聚餐，直接打包一份来家里吃，线上买券、线下核销可以为利润率更高的门店生意引流，但若吸引线上消费者买券，价格无疑是关键的因素。”

小龙虾团购虽持续下探“地板价”，但市民购买时还需擦亮眼睛。一位业内人士提醒，团购市场遵循“一分钱一分货”，价格越便宜的小龙虾规格越小，而且套餐中的重量一般指的是汤料、包装之外的小龙虾净重，有少数商家会夸大宣传，出现缺斤少两、连汤带包装凑分量等问题，消费者购买时可就近选择公平秤复称。



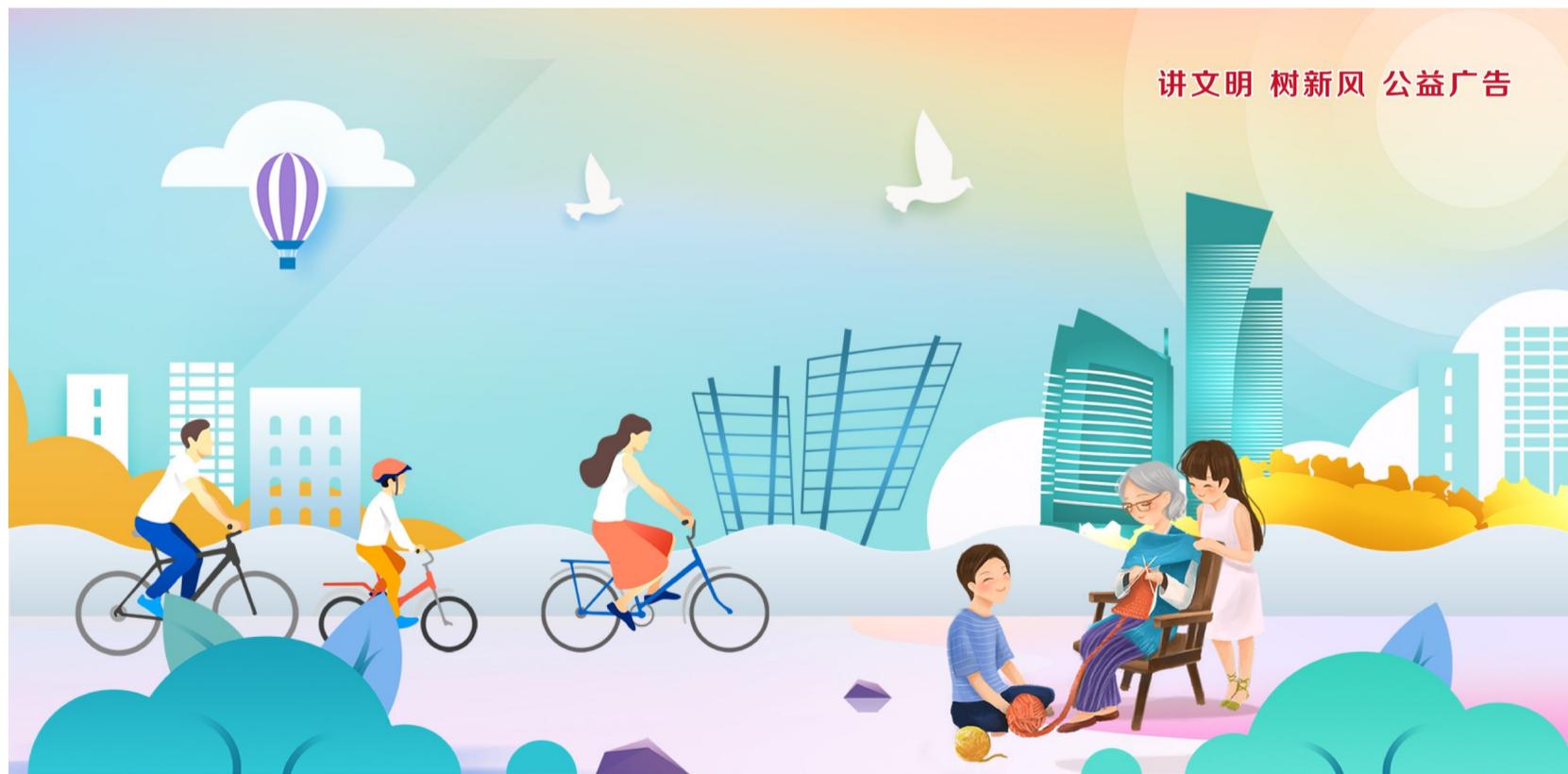
无锡消费量跻身全国前十

据新华社统计数据显示，小龙虾消费量每年在万吨以上的城市主要有北京、南京、武汉、上海、合肥、杭州、长沙、无锡、苏州、淮安、常州等，在江苏省内，无锡成为仅次于南京的小龙虾“消费大市”。十多年来，小龙虾不断“攻池掠地”，既叫响夜市地摊，也能拿下高档餐厅卖出高价，一只小龙虾，搅热锡城餐饮市场。

“以前，小龙虾在无锡认可度比较低，价格很低，专门做小龙虾的店也很少。”葛金磊表示，当时锡城酒店竞争激烈，为了获客生存，酒店抱着试试的心态做小龙虾，没想到一炮而红，逐渐形成“燎原之势”，成为餐饮的应季爆品。

虽然小龙虾市场热度依旧火热，但当下入局者众多，以往“处处逢缘”的小龙虾已经到了需要精细化运作的新阶段。“前几年小龙虾会和各式各样的餐饮及菜系搭配，烧烤、私房菜、卤味、烤肉店里都有小龙虾；也不管是川菜、粤菜还是湘菜，一到夏天，店里总能看到。但现在消费者的要求在提高，小龙虾形成了单独的品类，特色化小龙虾层出不穷，行业里互拼品牌影响力。”葛金磊介绍，对于小龙虾这个品类而言，消费者一旦对某个品牌形成好感度，今后大概率会保持较高的复购率，品牌则按照口味和做法细分为不同赛道，将小龙虾做精做深。

(晚报记者 陈婧怡/文、摄)



讲文明 树新风 公益广告

孝老爱亲 邻里和谐