果然財經 GUO RAN FINANCE

今秋螃蟹迎丰收，济南的蟹市热闹非凡：既有阳澄湖大闸蟹、江苏兴化蟹等“名角”坐镇，也有黄河口大闸蟹、微山湖大闸蟹等山东特色蟹同台亮相，一场激烈的“金秋蟹战”拉开帷幕。

相较于往年，今秋大闸蟹价格格外亲民，消费者无需为预算过多纠结，就能轻松实现“螃蟹自由”，尝鲜金秋美味。

▶在济南一些商超生鲜品区，各种大闸蟹稳居“C位”。

诸蟹争霸，哪家最强

本地蟹外地蟹“激战”，济南一市场日销十万斤

记者 孙佳琪 魏银科 尹睿 济南报道

济南海鲜市场 巅峰期日销十万斤蟹

10月15日下午3点，济南海鲜大市场热闹非凡，叫卖声此起彼伏。

“3两的母蟹60元一斤，4两的母蟹77元一斤，保证个个黄满肉肥！天色晚了，多买还能再便宜些。”正值螃蟹上市旺季，海鲜市场里卖蟹的摊位占据了半壁江山，主要售卖大闸蟹和梭子蟹。

记者了解到，市场上的大闸蟹按重量规格定价，母蟹分为2.5两，3两，3.5两，4两四种规格；公蟹稍大，主要分3.5两和4.5两两种规格。海鲜市场经营者张浩介绍：“一般家庭食用或待客，3.5两的母蟹，4两的公蟹性价比最高。”

记者走访多家海鲜档口后得知，今年多地大闸蟹养殖技术提升，产量大幅增加，市场供应充足，价格较去年有所下降，每斤在50—80元不等。

张浩介绍：“大闸蟹全年都能吃，但不同季节风味不同。这个季节的大闸蟹达到九成肥，口感最佳。”今年因闰月，螃蟹上市时间比往年早，中秋节前就迎来了上市高峰。“济南海鲜市场白天是零售摊位，晚上转为批发摊位。国庆中秋双节期间，大闸蟹销量巨大，巅峰期一家批发商最多能卖出15000斤，估计整个市场一天能卖出超过十万斤。我们家主营日间零售，现在平均每天能卖100斤以上大闸蟹，多的时候能达到四五百斤。”

记者多方打听后了解到，阳澄湖大闸蟹销售渠道较为体系化，一般不在零售市场流通。济南海鲜大市场的大闸蟹以江苏兴化蟹为主，江苏泰州也有养殖户向山东供应货源，省内黄河口大闸蟹占比较少。大闸蟹从中秋节前后上市，一直能热销到春节前后。

商超“蟹战”三足鼎立 市民“吃蟹清单”丰富

除了海鲜市场，济南各大商超的水产区也掀起了“蟹战”。记者走访发现，货架上阳澄湖、江苏兴化、山东本地三大蟹种形成“三足鼎立”之势。不同产地、规格的大闸蟹，让市民的“吃蟹清单”愈发丰富。

在泉城路家家悦超市的卖蟹区，冰台上捆扎整齐的兴化大闸蟹占据半壁江山，2.5—3两规格的公蟹14.9元/只，母蟹29.9元/只；旁边的黄河口大闸蟹多为2—2.5两母蟹，标价25.9元/只；水箱中的微山湖大闸蟹，公蟹49.9元/只、母蟹69.9元/只。工作人员介绍，当下正是吃螃蟹的好时候，梭子蟹与大闸蟹销量都不错。历下大润发超市走亲民路线，大闸蟹规格稍小，其中1两多重的黄河口大闸蟹仅售9.9元/只，吸引了不少市民选购。

盒马世茂店只售卖阳澄湖大闸蟹，记者到店时，工作人员正忙着按顾客需求分拣：“现在正是阳澄湖大闸蟹最佳赏味期，母蟹蟹黄流油，公蟹也开始出膏了。”这里的阳澄湖大闸蟹规格从2.5两母蟹到6两公蟹全覆盖，礼券团购(30张起)还能享受“满百减四十”优惠。

据苏州市政府官方信息，2025年阳澄湖大闸蟹于9月26日正式开捕，首批2000吨于9月底至10月初上市供食客尝鲜，10月中旬至11月中旬迎来6000吨“主力蟹”上市。蟹品口感有明确时间线：母蟹10月至11月进入蟹黄饱满的巅峰期，公蟹则要等到11月至12月才会膏体如凝脂。

值得注意的是，今年阳澄湖大闸蟹启用“熔断机制”，按养殖面积核定销量，每亩最多发放600个防伪蟹扣，扫码即可溯源辨真伪。

黄河口大闸蟹：北蟹南下，走向国际

黄河口大闸蟹在今年的“蟹战”中如一匹黑马，展现出独特优势。东营市惠泽农业科技有限公司总经理王英泽介绍，凭借沿黄、沿海、盐碱地的独特生态环境以及先进的养殖技术，黄河口大闸蟹在肉质、鲜味与膏黄三个维度上，形成了区别于其他产区的独特口感和品质。

“海里生、湖里长”的黄河口大闸蟹自带“海鲜质感”，与阳澄湖、太湖等淡水湖区的大闸蟹相比，肉质更有“嚼劲”，蟹味更浓郁，膏黄厚实油润、无腥味，营养密度也更高，深受消费者喜爱。

依托黄河口“春季升温快、秋季降温早”的气候特点，黄河口大闸蟹还具备“早上市、晚下市”的优势。王英泽说：“我们的蟹子较阳澄湖大闸蟹提前15—20天开捕，因此能更早上市，精准对接中秋节、国庆节礼品市场。”

“除了山东本地市场和南方市场，黄河口大闸蟹2024年12月首次供应澳门市场，2025年9月首单出口泰国，后续将拓展新加坡等东南亚市场。”王英泽介绍，公司2024年黄河口大闸蟹总产量达150万斤，预计2025年全年总产量达160万斤，实现营收1.75亿元。山东的黄河口大闸蟹，正爬上全国乃至全世界的餐桌。

微山湖大闸蟹：当地市场就能被“抢光”

在山东市场，本地品牌微山湖大闸蟹也悄然上市。记者近日走访微山湖大闸蟹水产专卖店，一门店负责人李先生介绍，目前微山湖大闸蟹已进入集中上市阶段，公蟹每斤约55元，同规格母蟹每斤约100元。

“去年4两以上的母蟹，一只就能卖到100元左右，今年市场上大规格母蟹数量明显增多。”李先生表示，大闸蟹销售有明显的季节性高峰。“中秋节那段时间最忙，一天能卖两三百箱，需求量比平时一个月还要多。”

据悉，微山湖大闸蟹备受济宁本地消费者青睐，旺季销量很大，销往外地的较少，因此在济南等市场上占比较小。

李先生建议，想吃到满膏满黄的微山湖大闸蟹，最好等到11月之后，“每年11月到次年春节，是螃蟹最肥的时候，膏黄饱满，口感最佳。”

□相关新闻

梭子蟹真能卖到『白菜价』？

“梭子蟹4斤只要50块钱！”近日，济南市民刘先生给记者发来一则聊天记录，显示一家生鲜超市的梭子蟹每斤仅需十多块钱。与此同时，一段杭州物流批发市场老板的视频爆料也在网上刷屏：国庆节后梭子蟹大降价，只要2.2元/斤！梭子蟹价格真的“大跳水”了吗？记者近日走访济南部分市场，发现节后蟹价虽明显回落，但“白菜价”螃蟹多属特殊场景甩卖，并非市场常态。

记者来到刘先生提及的金海生鲜超市，该超市位于诚基中心南侧。超市门前空地上摆放着几个冰盒，里面的梭子蟹个头不大，且均已死亡，死蟹上方摆放着10元/斤的价签。“这是我们搞活动回馈顾客的，螃蟹昨天还都是活的。”工作人员解释道。

随后，记者来到距此不远的历下大润发超市。这里的梭子蟹按大小分级定价，小的69.9元/斤、大的79.9元/斤。当记者询问这些梭子蟹的产区时，工作人员表示并不清楚。

在泉城路的家家悦超市，水箱里游动的梭子蟹个头饱满，标价69.9元/斤。记者又前往一家大型社区地下菜市场探访，这里的梭子蟹来自胶东，按品质定价。市民魏女士买了两只75元/斤的，共花费90元。

数据显示，节前梭子蟹价格每斤曾高达160元，节后普遍回落至70元—100元，降幅接近40%，成为海鲜市场中跌幅最大的品种之一。

青岛市场的情况与济南类似，节后梭子蟹单价从高位回落40%左右。多位市民反映，现在用过去一半的价格，就能买到质量更好的螃蟹，性价比显著提升。

业内人士分析，节后蟹价回落主要受三大因素影响。一是国庆中秋假期结束，餐饮需求量减少。二是秋季梭子蟹进入丰收期，供应量增加，价格也会相应下降。三是天气转凉，运输损耗降低，成本也随之下降。

业内人士提醒，梭子蟹极端低价并非常态，多为商家促销或处理濒死蟹的特例价格。消费者购买时需特别注意海鲜的新鲜度，死蟹的口感和营养价值都会大打折扣，且存在食品安全风险。

如何挑选梭子蟹？有厨师建议，首先应选择活力强、肢体完整、重量沉实的蟹子。活蟹的眼睛能灵活转动，放入水中会吐泡泡，这是判断螃蟹是否鲜活的重要标志。其次，观察螃蟹的腹部。蟹黄饱满的母蟹腹部宽阔且呈微红色，蟹膏丰富的公蟹腹部尖翘。通过观察腹部特征，可大致判断螃蟹的肥瘦程度。

今年微山湖大闸蟹成色好，养殖户心里乐开花。

超市里大闸蟹热卖

蟹战

编者按

金秋时节，一年一度的“蟹市大战”如期启幕。一边是阳澄湖大闸蟹、江苏兴化蟹凭“金字招牌”稳居市场主流；另一边，山东本地蟹正以特色打法强势突围，在竞争中开辟新赛道。

在这场“蟹战”里，黄河口大闸蟹靠独有的地域风味吸引食客；微山湖大闸蟹则“品质+渠道”双管齐下——既以过硬品质筑牢市场根基，更借直播带货破圈，将“从湖面到餐桌”的链路缩至最短，这些满是烟火气的“实景画面”，成了打动消费者的最佳宣传。

本组报道聚焦金秋蟹市的竞争格局，拆解名蟹背后的产业密码，为读者带来一场兼具风味与深度的“蟹市观察”。

果然財經 GUO RAN FINANCE

“秋风起，蟹脚痒。”微山湖20万亩碧波间孕育着至鲜的湖味。虽然气温渐降，但清晨的蟹塘边却是一派热火朝天：养殖户们踩着水靴，将围网从水中拉起，那青壳白肚、金爪黄毛的精品大闸蟹在网中翻腾，溅起的水花混着蟹农的欢声笑语，在微山湖区奏响一曲丰收的乐章。

◀主播在微山湖蟹塘边直播卖蟹，捞蟹、称重、打包过程一目了然。

脱掉“嫁衣”，北蟹逆袭

生态养殖+即食加工，微山湖大闸蟹实现四季热销

记者 康岩 济宁报道

曾几何时，微山湖大闸蟹虽有好品质，但因品牌缺失和流通渠道单一，多以低价批发给苏南商贩。

如今，随着“鱼虾蟹混养”生态模式的推广、国家级智慧渔业标准化示范区的建设、“蟹二代”精深加工的探索，以及电商直播的助力，这只“北方名蟹”不仅捧回“国家地理标志保护产品”“好品山东”的金字招牌，其品牌价值已跃升至95.26亿元，实现从“应季尝鲜”到“四季可享”的跨越。

生态、数据说话 老湖湾里养出“好蟹”

“今年螃蟹品质特别好，每只都在三两以上，蟹黄饱满，肉质清甜！”在微山县高楼乡的蟹塘边，养殖户刘海清一边将刚捕捞的螃蟹装入竹筐，一边笑得合不拢嘴。

他承包的140亩蟹塘，采用的是“鱼虾蟹立体混养”生态模式——水面养蟹、水下养鱼，螺蛳和水草自然生长，形成一套科学严密的闭环生态链。“以前单养蟹，水质容易坏，还得经常投饲料。现在混养后，鱼吃残饵，蟹吃水草和螺蛳，不用频繁换水，螃蟹肉质更紧实，亩产还比往年多了50斤，经济和生态效益双丰收！”刘海清说。

刘海清口中的“生态密码”，正是微山湖大闸蟹品质稳定的关键。

作为南水北调东线工程的重要调蓄湖泊，微山县坚持“生态优先、绿色发展”理念，历经20年持续治理，让湖区优良水体率达到100%。清澈的湖水、平坦的河床、高达60%的水草覆盖率，为大闸蟹提供了天然的“五星级”宜居环境。

“养蟹先养水，蟹大小看水草”，这是当地渔民流传多年的养殖智慧，如今更被赋予科学内涵——在韩庄湾养殖基地，“三池两坝”生态净化模式已全面推广：将养殖塘分成沉淀池、养殖池和净化池，通过两道坝过滤水体，让每一口塘的水都保持清澈；投喂时则采用独创的“三荤三素一碗汤”精准配方，以鱼虾田螺为“荤”，大豆玉米水草为“素”，再配上微山湖湖水，确保大闸蟹营养均衡。

“你尝尝这蟹肉，带甜味儿！”微山县韩庄湾养殖基地负责人张贤明拿起一只刚掰开的母蟹，橙红色的蟹黄瞬间溢出。经检测，微山湖大闸蟹雄蟹粗蛋白含量不低于15%，雌蟹不低于17%，远超普通蟹类标准。

如今，这里的大闸蟹不仅通过绿色食品认证，微山县更是拿下“中国河蟹生态养殖示范县”称号，并推进国家级智慧生态渔业标准化示范区建设，将经验上升为行业标准。“以前别人问我微山湖蟹好在哪儿，我只能说‘水好’，现在有生态模式和数据说话，底气更足了，我们的好蟹有了科学的身份证！”张贤明笑着说。

筹建交易市场 争夺定价的主动权

“今年蟹价好，加上合作社兜底收购，我这10亩塘能赚6万多元，比往年增加了两成！”在微山县韩庄镇的蟹塘边，蟹农李传军正忙着捆蟹。三年前，他加入韩庄湾合作社，从“单打独斗”变成“抱团发展”——合作社提供统一苗种、统一技术指导、统一销售，还帮他申请了低息“水产养殖贷”。“以前缺资金，只能向亲戚借，现在银行上门服务，最快3天就能放款。”

像李传军这样的合作社成员，仅韩庄镇就有144户，养殖面积达到近6万亩。为了让蟹农稳赚，微山县不仅制定生态养殖标准，还搭建产销对接平台：组织蟹农参加上海、广州的农产品展会，在杭州举办高规格“微山湖大闸蟹品鉴会”，让更多人知道这只“北方名蟹”。

金融支持也紧跟而上，微山农商银行从解决一家养殖户的燃眉之急，到推动信贷数字化升级，累计投放7.37亿元渔业养殖贷款，用源源不断的金融动能，滋养了2537户水产养殖户的增收梦想，让微山湖大闸蟹焕发出前所未有的生机与活力。

眼下，最让张贤明期待的，是微山县筹建中的韩庄镇大闸蟹交易市场，这个计划整合养殖、分拣、物流、销售环节的综合性市场，将打造一个专业化的“北方大闸蟹价格与物流枢纽”。

“现在我们的蟹还没有定价权，价格得跟着江苏走。交易市场建成后，通过集中规模化交易和发布区域指数价格，我们将掌握更多市场信息，极大提高议价能力。有了买卖全国的综合性市场，未来不仅要让微山湖大闸蟹卖遍全国，还要通过深加工和出口，让‘好品山东’的名片走向世界。”张贤明对此充满期待。

而在高楼乡，“蟹二代”历广营则用精深加工，让大闸蟹突破季节限制。走进他的醉蟹生产车间，清洗、熟醉、蒸煮、包装生产线有序运转，冷链仓储时刻保持低温。

“我发现市场对即食蟹类需求大，就研发了‘生腌醉蟹’，没想到还没投产就有很多订单，成功将‘应季鲜’变成了‘四季享’。”历广营介绍，他的加工项目有“双重后盾”——高楼乡10万亩大闸蟹生态养殖基地提供稳定原料，顺丰冷链全程护航，“投产后，预计年产值能突破1000万元，让大家冬天也能吃到微山湖鲜蟹！”

夕阳西下，微山湖波光粼粼，满载螃蟹的冷链车驶离基地，奔向全国各地。从老蟹农的生态养殖到年轻人的电商与加工创新，再到政企银的协同发力，微山湖大闸蟹产业年产值已达近20亿元，品牌价值突破95亿元大关，正经历一场从“湖底珍宝”到“四季美味”的华丽蜕变。这只小小的螃蟹，不仅承载着蟹农的增收梦，更书写着微山湖区乡村振兴的新篇章。

□相关新闻

蟹子养得好，更要卖得出

直播助力，微山湖好蟹卖爆全网

记者 康岩 济宁报道

“家人们看清楚了！这只母蟹去绳称重三两五，蟹黄满到溢出来，今天下单，明天就能送到家！”在韩庄湾基地的直播间里，补光灯照亮了主播手中的大闸蟹，青亮的蟹壳泛着光泽。镜头另一端，网友的弹幕不断刷新：“怎么区分公母？”“能发往东北吗？”主播一边耐心解答，一边展示刚从塘里捞上来的鲜活螃蟹，短短一小时，直播间就卖出了上千斤。

这场直播的“幕后推手”，正是基地负责人张贤明。作为经验丰富的“养蟹老手”，他曾因线下批发价低而发愁：“我们最好的蟹，一斤只能卖60块，运到苏南贴个牌，就能卖到120块，这笔账算得让人心疼。”2021年，基地决定转型电商，高薪从江苏请来专业团队，布局抖音、小红书，拼多多等六大平台，开启品牌突围之路。“刚开始很难，网友都认阳澄湖蟹和太湖蟹，没人相信北方也能养出好蟹。我们就直播捞蟹、称重、打包，让大家看到真实的养殖过程，用透明度建立信任。”

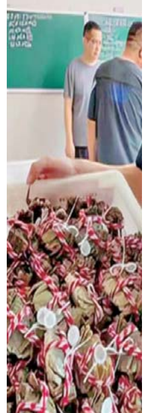
为打开市场，团队还制定“多平台互补”策略：抖音和京东主打“跑量”，用中等规格的蟹吸引大众消费者；小红书侧重“种草”，发布大闸蟹食谱、吃蟹攻略，瞄准白领和家庭客群；拼多多则专门销售二两以下的小蟹，解决“小蟹没人要”的问题。

更具战略意义的是，今年第一批印有“微山湖地理标志”的蟹扣已正式启用，每一只蟹都佩戴了专属的“身份标志”，这是品牌化建设迈出的至关重要的一步。

张贤明介绍，物流和售后是生鲜电商的“生命线”。基地与顺丰达成深度合作，将云仓、打包、发货全流程外包，每只蟹从分拣到装箱都有监控记录，确保全程可追溯。

“客户收到蟹后，如果发现死蟹，只要拍视频取证，我们马上补发，不用等退回，将售后做到极致。”张贤明打开手机里的售后系统，“你看，我们的售后率只有不到10%，远低于行业的平均水平。现在物流成本也降下来了，从微山湖发往广州，两天就能到，成本和江苏产区差不多。”

如今，基地线上销售额占比已达40%，最高日发2.5万单，广东、上海、云南等地的订单源源不断。“以前是‘养得好’却‘卖不出’，现在通过电商，我们的蟹直接卖到消费者手里，不仅价格上去了，还打响了品牌。”张贤明说。



编辑：于梅君 美编：马秀霞 组版：侯波