

# 提不到货、货不对板…… 流行了好多年的它成了闹心事 蟹卡,今年有点卡

本报记者 赵静 于璨

“蟹战”几乎年年有,只是今年似乎格外闹猛:先是头部带货主播“互撕”,后是千万粉丝网红被曝稻田蟹视频造假……一系列事件连续霸榜热搜。

秋风未起,蟹战已酣,背后是老饕们对这秋季“一口鲜”的在意,同时,也折射出对于当前市场的关注和担忧。这其中,蟹卡更是人们“吐槽”的重点。

提不到货、货不对板……一只螃蟹,为什么惹出这么多事来?本是为了方便而推出的蟹卡,如今,怎么就成了闹心事?



视觉中国 供图

## A 不管何时兑换,总是“预约已满”

一口鲜,吃的就是鲜。

活蟹不宜存放,不少商家推出蟹卡,满足消费者自吃、送礼等场景需求。蟹卡,成了过节送礼的新宠。

蟹卡,到底好不好用?

某头部电商平台搜索蟹卡,综合排在前三的店铺分别是蟹太太旗舰店、苏湖港旗舰店、横中蟹王旗舰店,销量前三的商品分别是蟹太太家的“公四两、母三两、8只装大闸蟹258元”,横中蟹王家的“2688型公4.5两、母3两、8只288元”和苏湖港家“公4.5两、母3两、8只308元”,销量均已超过8万单。

然而在评论区,却时不时蹦出不同的声音:“蟹卡买回来,中秋也吃不上,扫码居然显示没开湖,客服没有提前告知。”

在其他社交媒体,这样的吐槽更多。网友

“刘先生”大倒苦水:在某电商买了三张合计500多的提货卡,每张卡提蟹8只,但寄过来的蟹个头很小,明显分量不足,上秤一看,只短秤20%以上,“跟商家扯皮了好几天,商家只愿意赔偿50元,申请了售后专员介入,给出的处理方案居然是劝我退货……”

网友“小小小幸运”也表示,自己之前买的蟹卡就提不到货,每天都说“今日已提完,明日再来”,后来就忘记这码事了。

还有的网友则表示,自己曾在直播间下单8只蟹,结果提货后发现只有一只还算饱满,其他的都是空空瘪瘪的。更有人表示,自己去年有一张蟹卡,每天不管什么时候兑换,显示都是预约已满……

近日,钱报记者也通过微信小程序预约某品牌蟹卡,同样显示“预约已满”。

## C 蟹农担忧,行业或陷信任危机

阳澄湖大闸蟹,曾被视为农产品品牌化的标杆。每年产自江苏的螃蟹都会“爬”上全国各地食客的餐桌,市场上每两只大闸蟹就有一只“江苏籍”。然而,时不时出现的争议,也让当地的蟹农感到担忧。

蟹农张希在阳澄湖中湖区域有20亩蟹塘。每年产出的湖蟹,三分之一卖给熟客,剩下的则由蟹贩子收购,销路一直很稳定。按说,任电商平台的口水仗怎么打,对张希这样的蟹农都不会有太大的影响。然而,张希还是感受到了越来越逼近的危机。

看到网上的价格战,张希也算了笔账:算上蟹苗、饲料、运输、包装等成本,阳澄湖大闸蟹的保本价格应该在320元10只。然而,无论是小杨哥还是辛巴的直播间价格,都远远低于这个定价。“一直有人说买不到正宗的阳澄湖大闸蟹,长此以往,只会将整个行业拖入信任危机。”张希说。

如今,张希也在尝试向电商转型。为了让消费者相信自己的产品,他线下带客人实地捕捞、参观养殖区域等。而这些,是大量铺货的直播电商很难做到的。

“我们一直在寻找行之有效的方法去解决当下的问题。”苏州市阳澄湖大闸蟹行业协会相关负责人表示,“授权书和蟹扣是阳澄湖大闸蟹的‘身份证’,我们从制度层面对授权书从严审核;对于蟹扣,根据保护区范围内的养殖户养殖数据,导入自主开发的防伪追溯系统,做到定额发放,精准发放,及时回收及销毁,形成闭环管理。”

关于电商,今年6月,苏州市市场监管局邀请天猫等六家国内知名网购平台,召开阳澄湖大闸蟹线上经营专项整治工作会议,共同探讨阳澄湖大闸蟹在线上销售新模式,建立长效的沟通管理机制,规范阳澄湖大闸蟹网购行为。

对于大闸蟹来说,营造一个晴朗、透明的消费市场,依然任重道远。首先要做的,或许就是不要再让蟹卡卡住市场与消费者之间的信任桥梁。

## B 本为方便消费者,为何成了“关卡”

原本为了方便消费者的销售模式,如今却渐渐成了拦在消费者和蟹之间的一道“卡”。

过期,是蟹卡背后的一个主要的坑。一位大闸蟹行业资深人士表示,多数平台会规定,消费者三年期限内不提货,钱就会直接转给商家。“这就是资本的游戏。资本会通过控制提货率来进行套现。”该人士表示。

但如何控制提货率?首先,蟹商精准地拿捏了大众的心理。曾有媒体报道,一些商家算准很多蟹卡是送礼需求,到时可能不会兑换,于是超发蟹卡,又在兑换时设置“重重关卡”,使消费者预约不上或延迟预约,最终拖过蟹卡有效期。

如此,资本就得逞了。如果线上销售额5亿元,以“已约满”“未开放”等手段控制20%的消费者无法提货,等这些消费者三年内放弃或忘记提货,那么商家即可无成本套回1亿元。

与此同时,一个更大的现实是,大量发售蟹卡的背后,是“一手交钱、一手交货”的传统销售模式被一张卡截断,消费者究竟能否买到

高品质大闸蟹,被打上了一个大大的问号。

有阳澄湖的蟹农表示,蟹卡里“猫腻很大”。“最常见的套路是产地注水。外地蟹的价格只有阳澄湖蟹出水收购价的五六成,一些商家直接就给外地蟹贴上知名品牌商标和蟹扣就卖,或者将外地蟹拉到这里来发货,以次充好。”

“蟹卡作为一种变相期货,毋庸置疑变成了一场虚拟的金融游戏。”浙江工商大学管理工程与电商学院党委书记、副院长肖亮教授表示,也正是因为蟹卡消费不透明,可操作空间大,才让它成了电商的“必争之地”。

此前,身陷网红大战的“蟹太太”就被网友扒出多次因“涉嫌销售有质量问题的商品”等问题被苏州市相城区市场监督管理局罚款,今年6月还被苏州阳澄湖大闸蟹行业协会取消了会员资格。

然而,即便如此,今年已有超过70位达人为蟹太太带货,包括贾乃亮、金星和“交个朋友”等头部主播,8月份蟹太太在抖音的月销售额已经超过了2亿元。

