“小龙虾经济”的颓势与未来

202061224 刘坤迪

网红食品小龙虾，今年夏天惨遭年轻人抛弃。多位消费者透露，今年夏天他们不打算吃小龙虾了，一个原因是因为贵；另一个原因是担心卫生不过关。小龙虾店家已经感知到市场在发生变化，多个店家透露，今年生意不如往年。  
 过去几年之间，在社交媒体平台输入“小龙虾”三个字，铁定会蹦出不少晒图和溢美之词，有人将其誉为“夏天的正确打开方式”，也有人因为获得“小龙虾自由”而欢欣雀跃。但现在有不少人发现，自己好像没那么爱吃小龙虾了。  
 数据也能对此进行佐证。中国水产流通与加工协会发布的《2022年中国小龙虾产业行情分析》显示，小龙虾的网红直播带货出现断崖式下跌。以某大型小龙虾加工企业为例，其2021年的销售量为1200吨，2022年，该数据下降至约200吨，降幅约为83.3%。  
 不仅如此，该分析还显示，小龙虾外卖市场也已经度过了爆发成长的阶段，订单量增速降至个位数。以品牌“堕落虾”为例，2020年，其线上小龙虾销售额为4亿元，2021年，该数据约为3.5亿元，同比下降12.5%。  
 小龙虾行业前几年的爆火，算是意料之外，情理之中的事。突然上涨的需求使资本闻风而动，除了小龙虾的网红属性外，还因为其有着极高的利润空间。艾媒咨询CEO张毅解释称：“小龙虾产业同时拥有高利润和稳定的供需。”随后，小龙虾收购价格有所上涨。监利满堂红水产长期从事to B端小龙虾加工生意，70%以上的产品销往各地经销商和餐馆。监利满堂红水产总经理告诉《财经天下》周刊，以虾尾为例，去年同期，特级虾尾的收购价为5万多元/吨，今年，收购价涨到了8.5万元/吨。这意味着，工厂得加价70%才能拿到原料。等到原材料经过加工、分销、再加工等环节到消费者手上时，价格又要再贵出一些。  
 原材料收购价上涨有两方面原因。其一，大工厂有资本进来，产能很大，只有收购大量原材料才能保证开工。多家大厂争抢数量有限的原材料，自然而然就推高了价格；其二，上游养殖户近两年也在调整养殖结构，“捕大虾留小虾”。  
 早些年间，不少虾贩过分利用信息差挣差价，养殖户降价，虾贩顺势低价收购高价卖给餐馆，养殖户想涨价，虾贩又压着不让涨，理由是“已经和餐馆谈好了价，不让涨”。久而久之，觉得自己吃亏的养殖户干脆试着狮子大开口，不管行情如何，先要高价再说。因此，小龙虾的收购价格也在这种一来二去的博弈之中被抬高了。  
  
 小龙虾线下门店商家透露，每年三月初到五月中旬，小龙虾的进货成本很高。三月，小龙虾的进价一斤大概要五六十元，之后会逐渐回落，降到20多元。  
 “现在行业里也担心过度内卷，最终让消费者买单的情况。”专家认为，如果因为上游养殖业推高价格，从而导致整个行业价格偏高，消费者就会谨慎购买，甚至直接转向其他的替代品。  
 针对线下店的倒闭，有观点将其归因于“小龙虾是季节性食品”。具体来说，作为季节性食材，小龙虾每年的价格会呈现V字型走势，一般在五六月跌到谷底，随后在七八月重新回升。但是即便价格上涨，店家也没法顺势涨价，因为小龙虾不属于刚需食品，一旦涨价，会流失一部分消费者。“季节性食品”的另一个弊端在于，即便店家在夏季挣了很多钱，因为其他季节是亏损的，一年平均下来，总体挣的钱也不是特别多。要是没法在淡季找到转型产品，往往很难熬过一整年。  
 于是乎，试图摆脱季节制约的小龙虾预制品登场。罗跃新的工厂从2015年开始做小龙虾预制菜，他告诉《财经天下》周刊，事实上，小龙虾预制品的形式很早就存在，但主要是做外贸出口。最近这几年，在市场的培育下，国内消费者对该品类的接受程度越来越高。  
 小龙虾是最好的社交食物，因为大家腾不出手来玩手机。”《舌尖上的中国》导演陈晓卿曾经这么说过。对应到行业本身，关于未来，小龙虾行业需要回答的问题，或许是——如何依托社交属性，但又不过分依赖社交。