

「纸螃蟹」套路



一只螃蟹也没卖 每张蟹券净赚100元

秋风起，蟹脚痒。近期，不论是在城市道路边、公交站牌上，还是在小区的停车库道闸、电梯厢壁上，随处可见的大闸蟹广告频繁出现在人们的视野里。打开手机，各种各样的大闸蟹广告更是扑面而来。

活蟹未动，纸蟹先行。因为携带或送礼方便，螃蟹随吃随兑，蟹券备受消费者青睐。可近几年，随着蟹券的泛滥，兑换难、蟹券空转的情况时有发生。蟹券被业界戏称为“纸螃蟹”，经济学家提醒，“纸螃蟹”本质上是一种“商品证券化”的形式，“礼券经济”表面繁荣，但其中暗藏风险。

空转的蟹券

商家稳赚100元 营销人员赚50元

打开淘宝首页，以“大闸蟹礼券”为关键词搜索，月销10000+的店铺不在少数。有一家某明星代言的店铺，店铺粉丝数在11.9万，而销量前三的商品皆为不同规格的大闸蟹礼券，月销量分别为20万+、5万+和1万+。

蟹券除了在线上销售火热，几家阳澄湖大闸蟹线下门店蟹券也都已开售。据媒体报道，蟹券商家印刷面值500元的蟹券，以400元价格卖给营销人员，营销人员对外出售后，再低价回收，然后以300元的价格卖给蟹券商家。整个过程，一只螃蟹也没有，仅一张蟹券，蟹券商家稳赚100元，营销人员也能赚50元。

不少螃蟹生意成为了“零成本”买卖。蟹企先卖蟹券，经销商赊账拿到蟹券，然后，经销商在收到客户付款后再支付蟹款。蟹企无法掌握蟹券真实的销售数据，消费者拿到蟹券后也可能出现并不兑换的情况，因此，蟹券超发也成了普遍现象。

此外，因为蟹券既没有市场指导价也没有行业指导价，叠加送礼的需求，让面值高、折扣低的销售模式成为行业惯例。据媒体此前报道，经济学家宋清辉在接受记者采访时表示，蟹券属于预售券，需要消费者提前购买，然后大闸蟹上市之后再提货。事实上，这样的礼券背后隐藏着的商业逻辑，本质上就是一种“商品证券化”的形式。

宋清辉举例说，比如月饼厂商印100元月饼券，65元卖给经销商，经销商80元卖给消费者A，A将票送B，B以40元卖黄牛，厂商最后以50元向黄牛收购。在这个过程中，没人生产月饼，但是厂商赚15元，经销商赚15元，A送人情，B赚40元，黄牛赚10元。这个过程就是“月饼证券化”。宋清辉表示，这个逻辑现在用在蟹券上也一样。

“几乎所有的东西都能够资产证券化，但最关键的是有的商品证券化最终可能会导致一种不良的结果。如果商家不用饲养螃蟹，通过这种商品证券化的金融手段就可以赚取大量资金，或商家不再重视产品本身，而导致品质等堪忧，最终吃亏的还是普通消费者。”宋清辉说。

宋清辉说，比如月饼厂商印100元月饼券，65元卖给经销商，经销商80元卖给消费者A，A将票送B，B以40元卖黄牛，厂商最后以50元向黄牛收购。在这个过程中，没人生产月饼，但是厂商赚15元，经销商赚15元，A送人情，B赚40元，黄牛赚10元。这个过程就是“月饼证券化”。宋清辉表示，这个逻辑现在用在蟹券上也一样。



某电商平台上热销的蟹券

蟹券套路多

1888型≠1888元 蟹绳比筷子还粗

蟹券的出现对于商家和消费者来说本是个双赢的事情。一方面，对商家来说，可以减轻其销售压力，增加可用资金。另一方面，对于消费者来说，实物变成礼券，增加了便携性和流通性，方便消费者购买，在卡券有效期内随时可取。另外，发货及时，礼券设计精致，也适合送礼。但是，近些年来随着蟹券的盛行，其背后的套路也逐渐显现出来。

套路1

商家爱玩文字游戏

打开淘宝搜索“大闸蟹礼券”，页面上的图片搭配着动辄几千的数字，如“1688、1888、2188、2388”，而且每个组合都是8只装，会让不少消费者误以为数字就是价格。然而，仔细观察会发现，每个数字后面都有一个“型”字，一字之差，意思大相径庭。实际上，1888型的蟹券打折、优惠之后，180元就能到手，2188型的蟹券到手价也只要258元，而且商家宣传团购更优惠。

记者随机咨询两家售卖蟹券的店铺客服，得到的回复都是“数字代表的是卡券型号，不同卡券型号对应不同规格的螃蟹”。也就是说，不管是什么型号，都跟螃蟹的价格无关。

套路2

收到货后缩水严重

近些年，消费者使用蟹券购买螃蟹后，“母蟹变公蟹”“四两变三两”的事情时有发生。曾有消费者在网上发帖吐槽说：“2688型蟹卡标明公蟹4.5两，母蟹3两，实际发货每只2两都不到。”

也有消费者吐槽，绑蟹的绳子比筷子还粗，而且浸透了水。标注4两

的螃蟹，绳子就有1两重。

套路3

发货一直拖 拖到你遗忘

有消费者称，收到蟹卡以后，大大的金字“1288”让人看了心花怒放，实际上等待自己的却是无尽的提货流程，永远被约满的发货日期，以及天天“装死”的客服。时间拖得越久，商家的成本就越低，如果能够拖到消费者遗忘、放弃提货，那利润可就大了去了。

还有消费者投诉称，自己在2020年9月18日买的蟹卡，当年说是约满了，三年内有效，今年再约的时候，这个店已经不在，人工客服也无回应。“一些小品牌蟹券的商家可能今年做大闸蟹生意，明年就改行了，这种消费陷阱实在让人头疼。”杭州一位水产批发市场的总经理说。

阳澄湖大闸蟹开捕 预计产量超万吨

9月22日，2021阳澄湖大闸蟹开捕活动在苏州工业园区举行，预计大闸蟹全年产量约10940吨，将在国庆节前后批量上市。

据悉，2021年气候条件较好，大闸蟹长势喜人。据苏州市农业农村局预测，全年大闸蟹产量约10940吨，其中围网养殖区面积1.6万亩，产量约1575吨；沿湖周边高标准池塘养殖面积7.26万亩，产量约9365吨。

2021阳澄湖大闸蟹新版防伪锁扣同日揭晓。记者看到，新版锁扣上印有醒目的“地理标志产品专用标志”图案和查询号码，以确保消费者购买到正宗的阳澄湖大闸蟹。 据新华社

监管部门：倡导将一次性兑付蟹券(卡)纳入无理由退货

公开数据显示，近年来我国大闸蟹企业年度注册数量持续增长，现有超5300家大闸蟹企业，其中仅江苏一省的大闸蟹企业就达到了4078家，占到总数的76%。

今年，苏州市市场监管局就组织和倡导作为会员单位的品牌商家，对

自售出之日起30日内、未激活提货的一次性兑付蟹卡、蟹券，提供无理由退货承诺服务。这也是国内大闸蟹行业首次将一次性兑付蟹券(卡)纳入无理由退货，具有较强的示范引领作用。

中消协也在“双节”前发文称，很

多消费者反映在购买螃蟹券后，或是面临“一券在手，螃蟹难求”的供需不平衡局面，或是收到的螃蟹缩水严重、缺斤短两。因此，建议消费者擦亮双眼，尽量选择正规线下实体店商家或是信誉较高的电商购买大闸蟹。

据《扬子晚报》《中国证券报》