

电子商务背景下阳澄湖大闸蟹销售的困境与对策

王江新

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年9月10日; 录用日期: 2025年9月22日; 发布日期: 2025年10月24日

摘要

本研究聚焦电子商务背景下阳澄湖大闸蟹销售的现状, 分析其面临的挑战并提出针对性对策。随着互联网技术发展, 电商成为农产品销售的重要渠道, 但阳澄湖大闸蟹在转型过程中遭遇多重困境: 物流运输方面, 冷链体系不完善导致鲜活产品损耗高、成本压力大; 质量把控环节, 标准化程度低及假冒伪劣问题削弱消费者信任; 品牌建设因“洗澡蟹”等冒充行为受阻, 品牌辨识度不足; 营销推广则面临流量成本高、精准触达难等竞争压力。针对以上问题, 研究提出以下对策: 优化冷链物流, 引入智能技术实现全程追溯与温控管理; 建立严格的质量检测标准, 通过大数据监控与保险机制降低损耗风险; 强化品牌建设, 借助文化营销与政府政策保护提升品牌内涵; 创新营销手段, 利用社交媒体、直播带货及平台合作实现精准推广。研究指出, 通过技术赋能、品质保障与品牌差异化, 阳澄湖大闸蟹可突破电商销售瓶颈, 满足消费者对高品质农产品的需求, 并为特色农产品电商发展提供借鉴。未来, 随着冷链技术升级与营销模式创新, 其市场前景将更加广阔, 有望实现产业升级与可持续发展。

关键词

电子商务, 阳澄湖大闸蟹, 冷链物流, 品牌建设, 精准营销

The Predicament and Countermeasures of Yangcheng Lake Hairy Crab Sales under the Background of E-Commerce

Jiangxin Wang

College of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: September 10, 2025; accepted: September 22, 2025; published: October 24, 2025

Abstract

This study focuses on the current sales situation of Yangcheng Lake hairy crabs under the background of e-commerce, analyzes the challenges it faces and proposes targeted countermeasures. With the development of Internet technology, e-commerce has become an important channel for selling agricultural products. However, Yangcheng Lake hairy crabs have encountered multiple difficulties during their transformation: in terms of logistics and transportation, the incomplete cold chain system has led to high loss of fresh products and significant cost pressure. In the quality control process, the low degree of standardization and the problem of counterfeit and shoddy products have weakened consumer trust. Brand building has been hindered by counterfeiting behaviors such as “bathing crabs”, resulting in insufficient brand recognition. Marketing promotion is confronted with competitive pressures such as high traffic costs and difficulty in precise reach. In response to the above issues, the following countermeasures are proposed: Optimize cold chain logistics and introduce intelligent technologies to achieve full-process traceability and temperature control management; Establish strict quality inspection standards and reduce the risk of loss through big data monitoring and insurance mechanisms. Strengthen brand building and enhance brand connotation through cultural marketing and government policy protection. Innovate marketing methods, and achieve precise promotion by leveraging social media, live-streaming sales and platform cooperation. Research indicates that through technological empowerment, quality assurance and brand differentiation, Yangcheng Lake hairy crabs can break through the bottleneck of e-commerce sales, meet consumers’ demands for high-quality agricultural products, and provide references for the development of e-commerce for characteristic agricultural products. In the future, with the upgrading of cold chain technology and the innovation of marketing models, its market prospects will be even broader, and it is expected to achieve industrial upgrading and sustainable development.

Keywords

E-Commerce, Yangcheng Lake Hairy Crabs, Cold Chain Logistics, Brand Building, Precision Marketing

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 电子商务背景及阳澄湖大闸蟹概述

1.1. 电子商务在农产品销售中的地位与应用

随着互联网技术的迅猛发展，电子商务已成为农产品销售领域的重要渠道，并对传统农产品销售模式产生了深远影响。电子商务通过打破时空限制，将生产者与消费者直接连接，显著提升了农产品流通效率，降低了中间环节的成本[1]。特别是在特色农产品的销售中，电商平台不仅能够触及更广泛的消费群体，还能通过精准营销挖掘消费者的潜在需求。例如，微信群、抖音等社交平台的电商化应用，使得特色农产品的宣传推广更加多样化和个性化，从而有效激发了消费者的购买欲望[1]。然而，尽管电子商务为农产品销售带来了诸多优势，其在实际操作中也面临诸多挑战。例如，地方农产品电商发展中存在产品结构失衡、数字化市场监管不足等问题，这些问题在一定程度上制约了农产品电商的可持续发展[2]。因此，如何充分利用电子商务的优势，同时克服其局限性，成为当前农产品销售领域亟待解决的关键问题。

1.2. 阳澄湖大闸蟹的品质、声誉及传统销售模式

阳澄湖大闸蟹以其独特的品质特点和卓越的口感享誉全国，被誉为“蟹中之王”。其肉质细嫩、脂膏肥满，富含多种营养成分，深受消费者喜爱[3]。作为地理标志保护产品，阳澄湖大闸蟹凭借其优良品质和悠久历史，在市场上树立了极高的声誉。传统销售模式下，阳澄湖大闸蟹主要依赖线下渠道，如批发市场、专卖店以及农家乐等形式进行销售[4]。这种模式虽然能够保证产品的新鲜度和品质，但由于受到地域限制，市场覆盖范围相对有限。此外，传统销售模式还面临着品牌建设不足、营销手段单一等问题，难以满足现代消费者日益多样化的需求[3]。近年来，随着电子商务的兴起，阳澄湖大闸蟹的销售渠道逐渐向线上拓展，但这一转型过程也暴露出诸多问题，为其未来发展带来了新的挑战。

2. 电子商务背景下阳澄湖大闸蟹销售困境

2.1. 物流运输困境

大闸蟹作为鲜活农产品，其易损特性对冷链物流提出了极高的要求。在运输过程中，温度控制、湿度调节以及时效性是关键因素。然而，现有物流体系在运输时效和保鲜技术方面仍存在显著不足。例如，冷链运输产业链的升级尚未完全普及，导致部分大闸蟹在运输过程中出现口感和品质下降的问题[5]。此外，物流包装技术相对落后，尤其是在应对突发情况时，如消费者未及时取件或物流延误，极易造成大闸蟹不新鲜，从而影响销售效益[6]。尽管空运和冷藏技术能够在一定程度上缓解这一问题，但高昂的物流成本进一步压缩了利润空间，使得企业在选择物流方案时面临两难境地。

2.2. 产品质量把控困境

在电商平台销售中，确保大闸蟹品质的统一性与真实性是一项艰巨的任务。由于农产品标准化程度较低，不同批次的大闸蟹在规格、质量和口感上可能存在显著差异，这直接影响了消费者的购买体验[7]。与此同时，以次充好现象屡见不鲜，部分商家为追求高额利润，将非阳澄湖产的大闸蟹冒充正品出售，严重损害了市场信誉[8]。这种现象不仅降低了消费者对阳澄湖大闸蟹品牌的信任度，还导致市场价格混乱，进一步加剧了市场竞争的激烈程度。此外，物流运输过程中的损耗、变质等问题也使得产品质量难以得到有效保障，进而影响用户体验和品牌声誉。

2.3. 品牌建设困境

在众多电商平台商家中，阳澄湖大闸蟹突出自身品牌优势面临诸多挑战。首先，品牌混淆问题尤为突出，由于阳澄湖大闸蟹的知名度较高，许多外地蟹商通过“洗澡蟹”等方式冒充阳澄湖大闸蟹，严重损害了品牌形象[9]。其次，假冒伪劣产品的泛滥使得消费者难以辨别真伪，进而对阳澄湖大闸蟹的整体品质产生质疑[3]。此外，蟹农个体经营户在品牌建设方面的投入有限，缺乏系统的品牌营销策略，导致阳澄湖大闸蟹在全国范围内尚未形成具有广泛影响力的知名品牌。这种品牌建设的滞后性不仅限制了产品的市场竞争力，还阻碍了其附加值的提升。

2.4. 营销推广困境

电商平台的竞争激烈使得阳澄湖大闸蟹的营销推广面临多重问题。一方面，广告投放成本居高不下，尤其是在流量高峰期，企业需要支付高额费用才能获得足够的曝光率，这对其盈利能力构成了巨大压力[8]。另一方面，精准营销的难度较大，由于生鲜农产品的消费群体具有明显的地域性和季节性特征，如何准确识别目标客户并制定针对性的营销策略成为一大难题。此外，营销手段的同质化现象严重，许多商家采用类似的促销方式，难以在竞争中脱颖而出。这些问题的存在使得阳澄湖大闸蟹在电商平台的营

销推广效果大打折扣，影响了其市场份额的进一步扩大。

3. 电子商务背景下阳澄湖大闸蟹销售对策

3.1. 优化物流配送

在电子商务背景下，优化冷链物流配送流程是提升阳澄湖大闸蟹销售效率的关键措施。首先，应引入先进的保鲜技术，如利用大数据分析、5G 网络和人工智能等前沿技术，实现全链条数据痕迹化管理，确保每一只大闸蟹从捕捞到配送的每一个环节都具有身份标识，从而提高产品的市场认可度[5]。其次，合理规划运输路线并结合冷链仓储效能的提升，能够显著降低物流成本并保障产品的口感与品质。此外，研发和应用智能机器人在分拣等环节代替人工操作，不仅可以提高运输效率，还能进一步减少因人为因素导致的损耗。通过上述措施，可有效应对大闸蟹鲜活易损特性对物流体系的高要求，为消费者提供更加新鲜、优质的产品。

3.2. 加强质量把控

为了确保阳澄湖大闸蟹在电商平台销售中的品质统一性与真实性，必须建立严格的质量检测标准与追溯体系。一方面，可以通过大数据技术对购物流程中的损失信息进行统计分析，明确问题环节并采取针对性措施。例如，针对损失率较高的环节，可定制品质保险以分担风险，保证消费者收到的产品无损[10]。另一方面，利用物流信息追踪系统实时监控大闸蟹的运输路径与时间，尤其关注生鲜农产品对物流时效的严格要求，减少耗时较长的环节，从而提升产品品质。同时，完善售后服务体系，明确腐烂等问题的处理机制及损失分担方式，增强消费者的信任感，避免因次品问题影响品牌形象。

3.3. 强化品牌建设

在众多电商平台商家中突出阳澄湖大闸蟹的品牌优势，需要借助讲故事与文化营销等方式提升其品牌内涵与辨识度。阳澄湖大闸蟹作为地理标志产品，其背后蕴含着丰富的历史文化价值。例如，可以深入挖掘大闸蟹的营养价值及其在中国饮食文化中的地位，通过宣传这些独特卖点来打造品牌形象[3]。此外，政府政策的支持也为品牌建设提供了重要保障。苏州市人民政府通过启动地理标志产品保护申报工作，并颁布相关标准，进一步规范了阳澄湖大闸蟹的市场秩序，促进了品牌化发展。在此基础上，企业可通过举办蟹文化节、推出联名款产品等形式，进一步强化品牌的独特性与市场竞争力。

3.4. 创新营销推广

面对电商平台竞争激烈的现状，阳澄湖大闸蟹需要探索新兴营销手段以实现精准营销与低成本推广。社交媒体和直播带货是当前最具潜力的营销渠道之一。例如，通过与网红合作开展线上互动活动，可以吸引更多年轻消费者的关注，同时利用直播形式展示大闸蟹的捕捞、烹饪过程，增强消费者的购买欲望[11]。此外，借助抖音、快手等短视频平台，制作趣味性强的内容，能够扩大品牌的传播范围并提高用户粘性。与此同时，电商平台间的合作也不容忽视。京东生鲜中华绒螯蟹产业联盟的成功经验表明，通过整合产地资源与平台流量，可以实现多方共赢，为阳澄湖大闸蟹开拓更广阔的市场空间。

4. 总结与展望

4.1 总结困境与对策要点

在电子商务背景下，阳澄湖大闸蟹销售面临诸多困境，包括物流运输中因鲜活易损特性对冷链物流的高要求与现有物流体系不足之间的矛盾，产品质量把控中确保品质统一性与真实性难度较大以及以次

充好现象对市场的影响, 品牌建设突出品牌优势面临的挑战如品牌混淆与假冒伪劣产品损害品牌形象, 以及营销推广中因竞争激烈导致的广告投放成本高与精准营销难度大等问题。针对这些困境, 提出了优化冷链物流配送流程、建立严格质量检测标准与追溯体系、通过文化营销提升品牌内涵与辨识度, 以及利用社交媒体与直播带货等新兴手段实现精准营销与低成本推广等对策。解决这些困境对阳澄湖大闸蟹在电子商务领域的持续发展具有重要意义, 不仅能够提升消费者信任, 还能增强品牌竞争力, 促进市场健康发展。

4.2. 展望未来电商销售前景

阳澄湖大闸蟹未来在电子商务领域的销售前景广阔, 随着冷链物流技术的不断进步与成本优化, 物流运输困境将逐步缓解, 为大闸蟹的鲜活配送提供更有保障。同时, 消费者对高品质农产品的需求持续增长, 通过加强质量把控与品牌建设, 阳澄湖大闸蟹有望在电商平台上树立更高端的品牌形象, 吸引更多消费者。此外, 新兴营销手段的不断涌现, 如短视频营销、虚拟现实体验等, 将为阳澄湖大闸蟹的推广带来更多机遇, 实现更精准的用户触达与互动。通过不断创新与优化, 阳澄湖大闸蟹在电子商务领域有望开拓更广阔的市场空间, 迎来新的发展机遇。

参考文献

- [1] 张峰源. 电商背景下特色农产品消费的优势、困境与对策[J]. 现代农业研究, 2024, 30(7): 55-58.
- [2] 王利锋. 数字经济下地方农产品电商发展问题及对策研究——以苏州为例[J]. 现代商业, 2021(18): 63-68.
- [3] 戴贤. 论阳澄湖大闸蟹发展所带来的社会效益[J]. 食品安全导刊, 2022(6): 151-153.
- [4] 丁惠明, 张铖, 唐永凯. 阳澄湖镇大闸蟹产业发展现状及可持续发展对策[J]. 中国水产, 2020(12): 69-71.
- [5] 徐青. 国产生鲜农产品面临的市场竞争及对策建议[J]. 城市情报, 2022(6): 253-255.
- [6] 张瑞娟. 基于数据挖掘的生鲜农产品精准营销策略研究——以江苏省大闸蟹为例[J]. 中国商论, 2022(20): 68-72.
- [7] 魏辉. 基于市场角度下农村电子商务扶贫助农存在的问题与对策[J]. 商业经济, 2021(9): 121-124.
- [8] 王利锋. 苏州阳澄湖大闸蟹网络零售困境与对策解析[J]. 电子商务, 2013, 14(7): 21-23.
- [9] 田甜. 阳澄湖大闸蟹生死局[J]. 创业邦, 2019(11): 72-74.
- [10] 杨硕. 大数据背景下特色农产品电子商务发展路径探析[J]. 电子商务, 2020(5): 26-27.
- [11] 戴红君, 孙艺伟, 任妮, 陆学文. 我国中华绒螯蟹产业现状调查及发展对策分析[J]. 江苏农业科学, 2021, 49(18): 248-252.