说数

食蟹知鲜正当时

辛自强

在这里读懂中国消费



这一段时间以来，正是螃蟹集中上市的时间，大闸蟹、梭子蟹等品类消费活跃。从市场反馈看，蟹类热度延续，消费需求与偏好也出现了一些新变化。

从消费品类看，大闸蟹以86%的成交额占比高居榜首，梭子蟹以9%位居次席。大闸蟹是我国消费者钟爱的品类，其成交额在近期的市场中占据主导地位。一方面，我国有秋冬季食蟹的饮食传统，蟹膏正肥时，无论是合家团聚还是独自尝鲜，大闸蟹都是人们餐桌上的常客。另一方面，作为时令美食，大闸蟹也是人们走亲访友伴手礼的不二之选。今年大闸蟹丰产，全国成蟹产量有望首次突破100万吨，市场走势分化明显，部分产品价格不似往年那么高，更多家庭选择自购自食。

大闸蟹同比增速前10名的省份中，广西以247%的增速领跑，随后是贵州、甘肃、云南等。增速榜单与成交额榜单呈现出截然不同的地理分布：成交额排名靠前的北京、上海、深圳等城市地处东部，增速放缓。广西、贵州、甘肃等西部省份增速领跑。这意味着大闸蟹的消费市场正在从东部沿海向中西部拓展，从“产地周边”向“全国市场”扩散。便捷的物流渠道，正在打破地域限制，让大闸蟹“游”进千家万户。

梭子蟹虽仅占成交额的9%，但其消费增长的区域分布值得关注。梭子蟹成交额环比增速前10名的省份中，湖南以347%居首，随后是山东、江西、安徽、河南等省份。数据显示，梭子蟹的消费半径正在从沿海地区向内陆快速延伸。过去，梭子蟹是沿海地区的餐桌常客。如今，随着冷链物流的完善和电商渠道的铺展，内陆消费者也能便捷地品尝到海蟹的鲜美。

在帝王蟹成交额前5位的城市中，北上广深占据四席，价格较高的帝王蟹消费高度集中于一线城市，呈现出鲜明的“高端尝鲜”特征。其中，北京以11%的占比遥遥领先，与其庞大的中高收入群体和丰富的餐饮场景关系密切。而保定的上榜则表明，高端海鲜消费可能正在向部分二三线城市渗透，尽管规模尚小，但趋势值得关注。

从消费者画像看，公司职员的蟹类成交额占36%，个体或服务业从业者与学生各占17%。26岁至45岁人群的成交额占比近八成。大闸蟹消费集中于中年、已婚、有职业收入的群体，这一画像符合家庭采购和节日消费的传统特征。

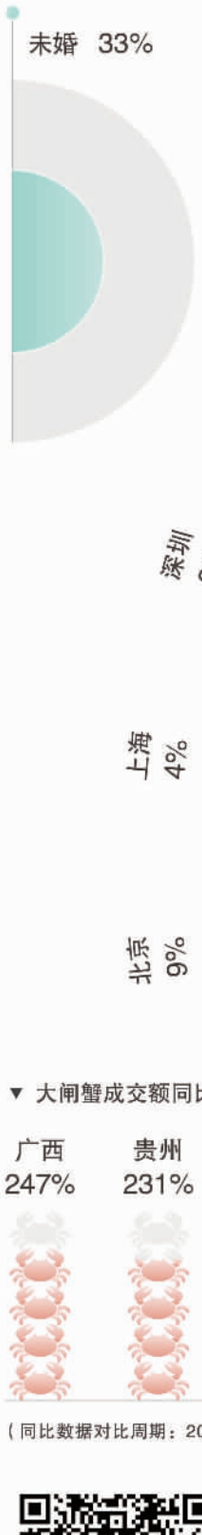
从大闸蟹“一蟹独大”到梭子蟹“海货西进”，再到帝王蟹的“高端集中”，螃蟹正从曾经的高价食材走向日常餐桌。蟹类的市场规模持续拓展，消费呈现出多层次的特征。这既是增量机会，也是供给能力的考验。既要抓住中西部增速红利，也要补齐冷链网络短板，更要针对不同群体开发差异化产品。只有把流通效率和产品分层做扎实，螃蟹消费的扩容才能走得更稳、更远。

▼ 各年龄段人群蟹类成交额占比



▼ 不同婚姻状况人群蟹类成交额占比





▼ 大闸蟹成交额占比TOP3群体



▼ 不同性别人群蟹类成交额占比





▲ 梭子蟹成交额占比TOP5城市

▲ 帝王蟹成交额占比TOP7城市



▲ 大闸蟹成交额占比TOP7城市

▼ 大闸蟹成交额同比增速TOP10省份

（同比数据对比周期：2025年9月21日至10月20日）

▼ 梭子蟹成交额环比增速TOP10省份

（环比数据对比周期：2026年8月21日至9月20日）

更多内容 扫码观看

数据周期：2026年9月21日至10月20日

▶ 各品种蟹成交额占比



数据来源 京东消费及产业发展研究院 本版编辑 李 瞳 林 蔚