
塑崇明河蟹品牌 谋产业发展新路

——崇明河蟹的昨天、今天与明天

管帮超 周捷 黄春

崇明，是中国第三大岛，地处长江入海口，三面环江，一面临海，具有独特的生态岛域的地理优势和良好的长江水质环境。长江入海口咸淡水资源交汇造就了每年特有的“蟹苗汛”，从而成为了长江水系中华绒螯蟹的发源地，也是我国河蟹最重要的种源基地，河蟹产业已成为崇明支柱产业之一。

当前，崇明正全力整合河蟹产业发展资源，实现“抱团前行”，合力打通产业链条的堵点卡点，进一步提升品牌知名度，打好河蟹产业发展的“组合拳”。

一、崇明河蟹产业的历史变迁

中华绒螯蟹，俗称河蟹、大闸蟹、清水蟹，每年秋季洄游到出海的河口产卵，第二年3~5月孵化，发育成幼蟹后再溯江洄游。是一种在咸水里繁育、淡水里生长的甲壳类动物，属名贵淡水产品。因河蟹两只大螯上长有细密的绒毛，在崇明也称作“老毛蟹”。

（一）起步发展阶段：蟹苗种源产业兴起

早在上世纪60年代，勤劳的崇明渔民在北八效捕捞野生蟹苗，发展扣蟹（蟹种）养殖，并销往全国，供各地养殖。上世纪90年代末，随着蟹苗人工繁育关键技术被攻克，人工蟹苗因品质和价格优势逐渐取代了天然蟹苗，崇明的河蟹种源产业风生水起、蜚声全国，初步形成了河蟹种源的龙头地位。

（二）快速发展阶段：河蟹养殖产业拓展

崇明优质蟹苗虽名扬四海，但由于水质偏咸导致成蟹“早熟”，生长“困难”，个小、壳薄，蟹在崇明本岛养不大，3两重的雄蟹、1两半的雌蟹在崇明已属蟹中“将军”，因此崇明蟹被称为“小毛蟹”或“乌小蟹”。2003年，崇明河蟹协会提出岛内发展与岛外开发并举的养蟹方针，即岛内抓河蟹源头发展，岛外抓规模化开发养蟹。于是崇明凭借河蟹苗种资源优势，与外省市天然湖泊资源相结合，跨过长江发展商品蟹养殖，形成了上海崇明“岛内养蟹苗，岛外育成蟹”的传统模式，岛外养殖面积从2001年的20万亩发展到2007年的104万亩，涉及江苏、安徽、湖北等9个省30多个县，辐射带动了全国河蟹养殖产业快速发展。通过岛外成蟹养殖反哺岛内蟹苗生产，2007年10月崇明“老毛蟹”获国家地理标志产品。

（三）优质发展阶段：突破养殖技术瓶颈

进入新世纪后，随着崇明世界级生态岛建设成果不断涌现，尤其是崇明环境质量的不断提升和河蟹产业的不断发展，2010年，崇明成立“崇明河蟹产业体系”，主攻在崇明本岛养出大规模中华绒螯蟹，在水环境、种源和养殖技术方面不断探索。2013年，河蟹产业体系通过引入生态养殖技术与养殖基地标准化改造，实行科学管理，成功养大“乌小蟹”，摘除了“小”的帽子，“崇明老毛蟹”也被正式更名“崇明清水蟹”，并得到了广大市民和业界的认同，这标志着崇明河蟹产业由大养蟹向养大蟹的

历史转变。

二、崇明河蟹产业的发展现状

几十年的河蟹养殖史，造就了今天的“崇明清水蟹”产业现状。截至 2021 年底，崇明河蟹养殖总面积为 3 万亩，年产值达 2.26 亿元。其中成蟹 0.55 万亩，年产商品蟹 450 吨，年产值 0.65 亿元，亩均产值 1.3 万元；扣蟹 2.45 万亩，年产蟹种 4030 吨，年产值 1.61 亿元，亩均产值 0.6 万元。

崇明河蟹产业通过养殖方式的转变、良种良法的推广以及绿色发展理念的普及，河蟹的个体规格和品质得到了双提升。在历年全国“王宝杯”河蟹大赛中，屡次获得“最佳种质奖”“金蟹奖”等奖项，同时也催生了上海宝岛、上海惠康、上海崇东、上海馨安等优质河蟹养殖合作社。但在全中国河蟹产业蓬勃发展的大背景下，相对而言，“崇明清水蟹”的品牌影响力还不够明显，产业发展还存在诸多不足。

（一）河蟹种业水平有待提升，产业链条有待完善

崇明虽然拥有天然蟹苗发源地的地理优势，但随着全国河蟹人工繁苗技术的成熟，以及长江“十年禁捕”的大背景下，人工蟹苗逐步替代了天然蟹苗，天然资源优势逐步丧失。同时，由于缺乏持续性科研投入，崇明河蟹种源产业长期“缺位”，至今未取得自主知识产权的种质资源，种业发展缺乏支撑。因蟹苗供给一度依赖外省市繁苗基地或合作基地，苗种质量难以控制，导致后期扣蟹生产和成蟹养殖质量受到一定制约，受制于人的局面逐步显现。尤其在疫情影响下，外地蟹苗难以运输至崇明，大部分合作社面临一“苗”难求的情况，最终在区政府的牵头协调下才得以解决。同时，在河蟹后端产业链的延伸上，尽管蟹文化挖掘、蟹制品开发以及农旅融合等方面具有一定基础，但延伸的深度、广度、融合度还有较大提升空间。

（二）养殖规模结构有待提升，产业布局有待优化

目前，崇明河蟹产业包括扣蟹生产和成蟹养殖，总体呈现“规模小、布局散”的局面，规模化程度偏低。2021 年底，扣蟹养殖户共计 598 户，其中 50 亩以下的占比 58.9%，分布于全区 11 个乡镇 88 个村；成蟹养殖户共计 42 户，100 亩以上的仅有 16 家，分布于全区 8 个乡镇 16 个村。数据显示，全区河蟹平均养殖规模偏小，成蟹养殖面积仅占总面积的 18.3%，且布局分散，全区河蟹产业仍以扣蟹生产为主，养殖结构失衡，扣蟹生产与成蟹生产的匹配度偏低。

（三）技术规程体系有待完善，标准执行有待加强

多年来，虽然在生产标准、操作规程的制订方面有了一定成效，也发布了《崇明清水蟹产品标准》《崇明清水蟹绿色生产技术规程》等团体标准（规程），但按照河蟹产业体系的规范要求依然存在一定缺失，如产业链标准的系统性和衔接性，而且标准和规程的更新速度略显滞后。另一方面，由于小而散的生产规模现状，加上养殖户的文化水平参差不齐，以及对固有养殖技术的执着，使新技术、新知识、新理念的宣传推广成效不够明显，导致在标准（规程）的执行力上尚有不足。

（四）品牌营销能力有待加强，市场拓展亟待创新

近年来，“崇明清水蟹”品牌已有一定影响力和知名度，慕名而来的消费者也在逐步递增，但没有形成统一的营销组织，导致质量不统一、定价不规范，时而出现养殖户之间以低价抢市场的局面，造成市场混乱，甚至存在鱼目混珠、以次充好，对“崇明清水蟹”品牌产生了一定的负面影响。

三、崇明河蟹产业的实践展望

多年来的河蟹产业发展历程中，崇明取得过辉煌、经历过坎坷。站在新时代新起点，面对新情况作出新谋划，以期取得新发展。上海有着全国最强的河蟹研发力量，崇明有着最悠久的河蟹产业发展经历，崇明将按照《崇明区农业农村发展“十四五”规划》目标，通过与科研院校强强合作，携手谱写崇明河蟹产业发展新篇章。到“十四五”期末，使崇明成为全国河蟹良种覆盖率最高的区县；成功研发具有崇明标识的河蟹种质资源新品系；建成上海首个河蟹“育、繁、推”一体化基地；建成品蟹休闲基地等河蟹一、二、三产业融合基地。力争使崇明成为河蟹科技创新策源地、河蟹产业研究中心地、河蟹消费聚集地。

（一）加快形成产业发展合力

积力之所举，则无不胜也；众智之所为，则无不成也。为凝聚崇明清水蟹产业发展合力，今年年初，崇明以组建集团化、抱团型经营主体为抓手，实施了“集团型产业发展计划”，并得到了经营主体的积极响应。在相关部门的大力支持和协调下，今年5月，由宝岛、崇东等5家河蟹龙头企业发起组建的“上海崇明河蟹发展集团有限公司”正式注册成立并如期投入运行。“集团”在现有河蟹基地的基础上，将通过“统一规范管理、统一技术标准、统一投入品使用、统一包装标识、统一品牌销售”等五个统一制度，探索集团化运行模式，并通过示范引领和辐射带动，不断吸纳经营主体、扩大产业规模、增强产业合力、壮大集团实力，努力建成集“亲本培育、良种研发、苗种繁育、扣蟹生产、成蟹养殖、精深加工、品牌营销、农旅融合”等为一体的河蟹产业发展领航者。与此同时，作为企业与政府的桥梁纽带——“崇明区河蟹协会”也已完成重组，协会将坚持政府产业导向，积极开展行业规范、标准管理、技术指导等相关服务和督促工作。至此，政府、协会、企业等三方合力初步形成，将朝着崇明河蟹产业高质量发展目标全力推进。

（二）统筹优化产业规划布局

产业兴旺、规划先行。崇明是上海乡村振兴的主阵地，加快优化产业规划布局是促进崇明清水蟹产业转型、结构优化的前提基础，是实现崇明清水蟹产业兴旺的重要抓手。为此，根据《崇明区农业农村发展“十四五”规划》中“发展产业集群”的要求，《崇明区河蟹产业“十四五”规划》也应运而生，在实施“压缩扣蟹面积、扩大成蟹规模”的结构调优计划的同时，规划建设崇明清水蟹三大片区。一是新河镇以西，构建河蟹一、二、三产融合区，主要发展成蟹养殖、精深加工、农旅融合等；二是新河镇以东，构建河蟹养殖集聚区，主要包括河蟹优质良种基地和规模化成蟹养殖区；三是以横沙现代农业产业园建设为契机，构建优质蟹种繁育区，主要规划建设优质扣蟹养殖区和优质蟹苗繁育场。三大片区建设突出标准化、示范性，努力建设成为兼具“环境颜值、产品价值”的高品质河蟹产业片区。

（三）着力推进科研技术创新

科技创新赋能产业发展。崇明是上海河蟹产业体系的实施地，与上海的科研院校有着密切的科技合作交流，并于去年年底被列为“全国农业科技（水产）先行县”，今年又启动了农业科技现代化先行区创建工作。崇明充分利用科技合作平台，加大投入力度，不断深化合作机制，推进河蟹产业科技创新。一是开展河蟹种质资源的保护与开发。目前，河蟹集团通过在陈家镇裕西村率先建立良种“江海21”种业基地，开展河蟹良种提纯复壮，以提升现有崇明河蟹苗种品质，完善崇明河蟹种业发展基础。同时，上海海洋大学和河蟹集团正在联合研究现代种质基因技术，开展基于特定基因分子标记研究，进一步选育具有特定KCNA崇明特征基因分子标记的河蟹种源品种。二是对种质标准、基地标准和产品标准进行完善，并配套了相应的技术操作规范，促进“江海21”良种从亲本繁育到蟹种培育再到成蟹养殖的一系列养殖环节实现全覆盖标准化管理，形成具有崇明特色、可推广可复制的河蟹产业关键技术集成体系。三是聚焦现代化绿色养殖，以提升河蟹品质为目标，积极开展生态养殖模式创新。河蟹集团将协同上海海洋大学开展专用饲料配方、循环养殖设施、智能养殖技术等技术攻关，推进高品质、规模化绿色养殖基地建设，形成技术高地和科技创新策源中心，为推进河蟹产业“育繁推”一体化基地建设奠定坚实基础，带动河蟹产业向“高科技、高品质、高附加值”发展。至“十四五”末，目标实现本地蟹种良种覆盖率达到30%，成蟹良种覆盖率达到100%，使崇明成为全国河蟹良种覆盖率最高的区县，并将河蟹良种辐射至长三角地区。

（四）持续提升河蟹品牌价值

从打造“崇明清水蟹”地理标志到区域公共品牌“山水”标识，再到崇明河蟹集团注册全国第一个蟹种品牌，崇明不断提升河蟹品牌价值，深化品牌内涵。一是产品标准化。河蟹集团通过组建各环节专业团队，筹建集团饲料加工厂，搭建崇明河蟹产业营销平台和建设线下营销集散中心，在生产、包装、销售各阶段统一标准规程，打造高品牌价值的崇明河蟹产业发展模式，吸引更多优质主体共同推动崇明河蟹品牌建设。二是产品多元化。河蟹集团谋划开发河蟹精深加工产业链，筹建设备先进、管理精良的加工厂，补短板锻长板，既能解决不适合礼盒规格品质蟹的销售问题，又能拓宽销售路径，提升了产品附加值和抗风险能力。三是激发品牌活力。在媒体推介、展示展销等方面继续加大力度，积极推介河蟹集团与上海各区、各镇对接，与崇明大米、老白酒等其他崇明特色农产品共同举办推介会、品鉴会以及云上直播，持续参与上海市农产品展销会、购物节等大型推荐活动。同时，进一步细分消费层级和受众群体，创新品牌营销方式，拓展市场营销份额，推进崇明清水蟹向优质优价发展，提高崇明河蟹品牌辐射能力。

（五）全面推进产业深度融合

目前，崇明河蟹集团中的上海宝岛、玉海棠等多家主体的农旅融合已经具有一定规模，如上海宝岛水产养殖专业合作社多年前就开始发展农旅融合，通过建设“崇明蟹文化展示馆”，推广崇明蟹文化。近年还通过制作蟹粉狮子头、蟹粉蹄筋、蟹粉芦笋、面拖蟹、咸肉蒸蟹等一系列以蟹为食材的美食，吸引了众多游客前来参观品尝，更在去年成功举办了上海崇明“橘黄蟹肥”文化旅游节暨第一届绿华金秋吃蟹季，实现了农文旅初步融合发展。河蟹集团将依托具有一定资质和知名度的优质主体，在新河以西的河蟹一、二、三产融合区，进一步发展农文旅融合产业，并与旅游科普、教学科普、市民科普相结合，建设面向学生和成人的蟹文化科普教育基地。推动乡村振兴示范村与崇明特色河蟹文旅产业有机结合，延长河蟹产业链，建设以品蟹为核心的消费聚集地，扭转河蟹销售模式单一的困局，吸引广大群众来崇明赏蟹、品蟹、购蟹，进一步推广崇明蟹文化，形成吃蟹率先到崇明的风尚。让崇明蟹文化成为长江口生物文化的一部分，彰显东方蟹谷之文明，继而带动河蟹产业和周边村镇快速发展，做成全国河蟹产业链最完整、价值链最完善，创新链最强劲、生态链最有力的河蟹产业集合体——“蟹岛崇明”。

崇明将通过发挥政策引导、协会桥梁、集团先行等各层级的功能作用，不断充实和增强河蟹集团对崇明河蟹产业发展的引领力和黏合力，促使崇明河蟹产业成为推进乡村振兴、促进产业兴旺的重要支柱！