

# 大闸蟹防伪标识网上竟热卖?

## 市民扫描二维码和验证防伪编码可辨真假

■记者 蔡平 实习生 卓凌宇

又是一年月圆蟹肥时。“阳澄湖大闸蟹”在各路电商和卖场热销，但价格从200多元到2000多元不等。

为了打假，苏州市阳澄湖大闸蟹行业协会给真正的阳澄湖大闸蟹戴上了“防伪戒指”，然而让人大跌眼镜的是，“防伪戒指”启用，还催生了一门生意——证明大闸蟹真假的证明书、防伪戒指等山寨物品，随着大闸蟹一起火了起来。

**大闸蟹上市 生鲜电商成主战场**

9月20日，阳澄湖大闸蟹正式开湖上市。9月28日，长沙地铁2号线，某连锁餐饮企业打出的“正宗阳澄湖大闸蟹新鲜上市”招牌挂在了各个地铁站。

午餐时间，长沙市湘江中路某海鲜店内，记者在大闸蟹展示柜上看到，2.5两的母蟹68元/只，三两的母蟹128元/只，价格比去年同期普涨一成。

实体店销售火爆，电商也激战正酣。当大闸蟹还在阳澄湖戏水的时候，其“身价”早已经被挂到网上。苏州市阳澄湖大闸蟹行业协会此前早已与1号店、京东、顺丰优选等多个电商平台达成协议，直供原产地

新鲜大闸蟹。

从9月初开始，长沙某本土电商平台也启动了“大闸蟹”专场活动，另一家本土电商平台更是推出了“阳澄湖大闸蟹全母8只139元”。一位生鲜电商平台负责人表示，今年预计有1/3的大闸蟹会在网上售卖。

在淘宝、京东等电商平台，光“阳澄湖”一个品牌，价格就五花八门，“200元8只蟹，第二件半价”、“488元8只装豪华大礼盒”、“2599元12只装阳澄湖霸王蟹礼盒”让人应接不暇。

**消费者 “阳澄湖”闸蟹真假难分**

让人一头雾水的除了价格，还有高超的制假手法。据业内人士透露，一些不法蟹商把塘蟹放进阳澄湖“洗澡”后，或者通过化学药水给普通螃蟹“美容”，然后就升级为“阳澄湖”牌大闸蟹。

在马王堆海鲜水产市场，一位从事生鲜批发生意多年的老板提醒记者，有些商家也可以制作“正宗的阳澄湖大闸蟹”防伪标识：“在网上买个防伪戒指，弄个牌子，上面写着阳澄湖的大闸蟹，就成为防伪标签了”。

记者在水产市场采访了几位市民，他们均表示对于辨别大闸蟹的方法不甚了解。



苏州市阳澄湖大闸蟹行业协会给真正的阳澄湖大闸蟹戴上了防伪戒指。

**调查**

**盗版防伪标识几毛钱可买到**

多年前的老伎俩如今仍在市场上横行，而识别正宗蟹的防伪戒指也遇到了山寨货。

“阳澄湖大闸蟹的防伪戒指和证书都有假货了。”一位经营水产生意的老板在和记者沟通时表示，对山寨的阳澄湖大闸蟹，他是又恨又无奈。

记者搜索某大型电商平台发现，多家网店都有“大闸蟹防伪戒指”在售，售价从0.15元/只-0.5元/只不等。

记者浏览了一家苏州的

网店，售价0.5元的“阳澄湖大闸蟹”字样的椭圆形塑料防伪戒指销量最好，几天内售出200多件。该产品说明称，可通过定制达到以假乱真的效果，“在防伪戒指上印上公司名字等信息，更显得真实可靠”。

该店客服还称，今年他们的技术有所提高，所用材质和真的防伪戒指完全一样，“还可以配礼盒和证书，保证谁都分不出来真假。”

**支招**

**验证防伪编码或扫二维码**

验证“阳澄湖大闸蟹”的真假，苏州市阳澄湖大闸蟹行业协会给出的建议是看闸蟹是否“青背、白肚、金爪与黄毛”。但多位市民表示，面对实物时还是难以分辨。

阳澄湖大闸蟹保护管理委员会的工作人员表示，除了传统的肉眼识别，消费者还可以通过扫描防伪戒指上的二维码确认真伪，通过拨打热线电话或将防伪码编辑短信查询，也能分辨阳澄湖大闸蟹的真伪。

**本土连线**

**大通湖闸蟹 搭上电商快车**

本报9月28日讯 湖南本土的大通湖大闸蟹正式上市了!9月26日,2015中国(益阳)大通湖大闸蟹开湖仪式举行,宣告拥有12.4万亩水域的大通湖大闸蟹开湖开捕。与往年不同的是,今年天泓渔业首次联手生鲜电商企业搜农坊,市民只要到搜农坊预订下单,现捕的大闸蟹长沙及周边地区最快当天或第二天就可送到消费者家中。

■记者 肖德军

(湘) 医广 [2015] 第15-0027-1351号



美奥口腔医院  
Mayo dental hospital  
中国微笑 美奥口腔

## 美奥种牙 值得托付

电脑速导种牙



30年种牙 80% 20

种植牙公益援助行动

**89912222**

美奥人民热线: 开福区东二环4077号(湖南) 美奥口腔: 开福区湘江中路万达广场A区105栋 www.mayodk.com

## “彩羊”亮相北京国际设计周 中国元素惊艳外宾

9月26日,“2015北京国际设计周”开幕式暨颁奖典礼在北京中华世纪坛盛大举行。全球2000多位设计师来到中国参加盛典,并带来了诸多前沿、时尚的设计作品。今年正值中国的农历乙未羊年,主办方特别开设了“中国元素”展区,并将中国彩羊艺术形象——彩羊,作为主角向全球艺术家们呈现。

当晚,中国文化部部长助理丁伟,北京市委常委、宣传部部长李伟,北京市副市长陈刚、迪拜市市长卢塔、首尔市市长朴元淳,以及来自美、意、日、韩、法国、摩洛哥、土耳其、西班牙等多个国家的1200名设计师代表相继走过由蓝毯铺就的“设计之路”,并在设计周签名墙前签名留影。

嘉宾们入场,一只1.5米高的“彩羊”就醒目伫立,欢迎着全球各地的艺术家们,更展示着独特的东方艺术魅力。据悉,这只“彩羊”的原作者是中国非物质文化遗产传承人之一胡新明,彩羊曾在2003年登上过国家邮票,作为一张“艺术名片”为大家所熟知。而泥塑彩羊的工艺传承要追溯到2000多年前,相传它与“世界第八大奇迹”兵马俑的制作工艺以及粘土的材质同宗同源。彩羊身上独有的中国色彩体现了中国传统“五行五色观”,圆润的外形线条以及奔放的色彩则脱胎于开放、包容的唐文化。据彩羊的制作者胡新明介绍,泥塑彩羊艺术也正起源于东西方文化交流要道——“丝绸之路”的起点陕西。

而此次彩羊参展的另一个身份也颇有传奇性色彩,它不仅是一个艺术形象,同时也是中国知名企业恒源祥集团旗下的一个独立时尚品牌Fazeya彩羊,来自于“羊毛世家”的特殊成员,并且已经运营长达十二年之久且拥有服饰、针织、家纺、车居等多项产业,每年的销售额近10亿元。当然它不是运营艺术品,



“彩羊”亮相北京国际设计周——平面

而是与人们生活息息相关的生活类产品。

恒源祥集团总经理陈忠伟在接受记者采访时表示,对于彩羊的这种双重身份的转换并不尴尬:“艺术来源于生活,而更将引领生活。将一个中国的艺术形象运营成为一个商业品牌,不仅不会降低它的艺术身价,更能通过现代的设计转化让它进入到人们的日常生活中去,发挥新的价值。中国的品牌需要传承与创新相结合。”

北京国际设计周组委会办公室副主任曾辉表示,我们意在让不同文化艺术在此融合碰撞出新火花,特别关注中国传统艺术的传承与创新,才在本次展览中特别邀请“彩羊”展出。其实艺术与商业的结合本身就是一种发展的需求,这在国外发展得更成熟,在这些设计的展览品中,有的现在是商品,有的未来就是商品,设计、艺术、商品都应该为人的生活服务。我想彩羊,已经走在了前面。

而中国的艺术形象如何能更多的让大众接受,享有全球知名度,作为将“大黄鸭”引进中国的策展方,北京国际设计周显然更有发言权。为了更生动地推广中国的“彩羊”形象,设计周期间还将举办“中西大不同,彩羊创意画”中外设计师交流展、“巨型彩羊巡展”等活动,更有计划在本次意大利米兰世博会上进行再次展出,让世界人民看到它。