



自古有云「以鳥鳴春，以雷鳴夏，以蟲鳴秋，以風鳴冬」，鳴秋之蟲絕對少不了蟋蟀的份兒。每年9、10月，凌晨四、五時，山東省泰安市寧陽縣酒店鎮的蟋蟀交易市場上便人潮湧動，大批專業收蟲人購買當地農民捕捉的蟋蟀，然後將牠們帶至天津、上海等大城市，轉銷和比賽。小小蟋蟀變成「運財蟲子」，成為寧陽縣的特色經濟和重要產業，更連續多年舉辦「鬥蟋蟀世界盃」，圍繞蟋蟀產業衍生的經濟效益超過7億元（人民幣，下同）。 ■香港文匯報記者胡臥龍 山東報道



蟋蟀帶動4萬人小鎮富起來

運財蟲子



寧陽縣政府提供

《中華鬥蟋潮》是一本講述內地蟋蟀文化的書籍，內容橫跨鬥蟀的民俗由來、文化面貌、有趣故事。



酒店鎮簡介

位置：山東省寧陽縣，鎮域面積56平方公里
 常住人口：4.3萬人
 年生總值：人民幣24.09億元
 城鄉居民人均可支配收入：人民幣26,521元和17,283元
 國家地理標誌保護產品：寧陽蟋蟀、許家橋大白菜、寧陽橋白；省級非遺項目：寧陽斗蟋

人口4.3萬的酒店鎮，有超過2.5萬人從事蟋蟀相關產業，直接參與捕捉、銷售、販賣蟋蟀的就超過2萬人。從事蟋蟀食療、墊土、零錢兌換、線上蟋蟀及用品交易、物流快運等行業的蟋蟀經濟師、飼養師人數也多達800多人次，小小蟋蟀成了撬動當地人致富的槓桿。

據酒店鎮副鎮長石玉勝介紹，每到捕捉季，鎮上男女老少齊上陣，在短短2個月時間內市場上直接交易額超過2億元，每季人均純收入達到8,000元。

熟手村民 一個月賺4萬

李二民平時在上海做安裝中央空調的工作，每年到了捕捉蟋蟀的時間，他就會回家下地捉蟋蟀補貼家用。李二民告訴記者，他從事蟋蟀捕捉已經二三十年了，基本上靠聽力就能判斷這個蟋蟀是不是值得

抓。一般來說，每晚7-10時，就是蟋蟀出來覓食的時間，李二民就和夥伴開兩輛麵包車下到田間地頭去捉蟋蟀。「有一年我一晚捉了4隻價值高品相好的蟋蟀，最貴的一隻賣了13,000元。今年捉蟋蟀這一個多月時間大概能掙四、五萬元，最貴的一隻賣了2,000元。」

捕捉旺季 賓館住宿爆滿

寧陽縣內從事生產經營罐、網、提框、門剛、艾草、提籠、過籠、三尾籠、燈、秤等鬥具的大型批發點12家，家庭批發經銷的200多家。

除了蟋蟀交易和「尋癩捕養鬥」用品交易之外，各種蟋蟀字畫等蟋蟀主題工藝品也深受歡迎。在酒店鎮主幹道兩側的一個個蟋蟀門面，滿足了全國各地蟋蟀愛好者的需求。

大量客商的湧入也帶動了當地住宿、餐

飲等行業的發展。2017年，全國來寧陽客商達20多萬人次。在蟋蟀交易期，酒店鎮的賓館住宿、農家樂住宿約150戶，平均每戶提供20張床位，全鎮範圍內可提供床位超過3,000張，但仍出現了入住爆滿的情況。

蟋蟀產業發展富民惠民，得到了當地政府的大力支持。但是由於大量施用農藥、除草劑，村莊搬遷改造，過度捕捉等因素，寧陽蟋蟀賴以生存的自然環境遭到破壞。

石玉勝接受香港文匯報記者採訪時稱，鎮政府建立了蟋蟀保護區，保護原生態資源環境，保證蟋蟀數量質量。同時政府也引導大家更加珍惜蟋蟀資源，加強蟋蟀尋癩捕養等專業知識。特別是對廣大田間「捕手」，通過加強教育讓他們在追求眼前利益的同時，更要着眼長遠利益，懂得適時適度「放手」。

鬥蟀世盃 賺盡產業商機

把蟋蟀產業發展成為一年四季都能受益的大產業一直是當地政府關注的重點問題。據石玉勝介紹，圍繞蟋蟀產業，當地也確定多元化發展之路，不斷延伸產業鏈條，拓展產業領域，特別是住宿餐飲、中介服務、文化娛樂等第三產業。

為擴大影響力，當地連續多年舉辦「鬥蟋蟀世界盃」，去年吸引全國的36支隊伍到來角逐百萬大獎。比賽通過網絡進行直播，高清攝像頭展現蟋蟀爭鬥時候的每一個細節，同時配有專家解說，為全國蟋蟀愛好者呈現一場別開生面的鬥蟋盛宴。

另外寧陽還規劃建設蟋蟀文化主題產業園和蟋蟀特色小鎮，引進外來客商和民間資本投資生態文化園、蟋蟀莊園和交易中心等，打造可觀、可遊、可玩的蟋蟀文化旅游目的地。

鬥蟀盛於明清



蟋蟀文化歷史悠久，《詩經》中有「五月斯螽動股，六月莎雞振羽，七月在野，八月在宇，九月在戶，十月蟋蟀入我床下」的記載。始於秦漢，興於唐宋，盛於明清。「鬥蟋」也是中國一項傳統民俗，名列「花鳥魚蟲」四雅之中。

寧陽鬥蟀以個頭大、性情烈、彈跳力強、善鬥兇狠而馳名，古代被譽為「江北第一蟲」。其中又以酒店鬥蟋最為著名，歷代被奉為皇室貢品。

寧陽鬥蟀品種繁多，有青、黃、紫、紅、黑、白等6大類260多個品種，載入古譜的名貴品種有大黑青牙、蟹殼青、青麻頭、鐵頭青背、琥珀青、黑頭金赤、紫黃等。2013年「寧陽蟋蟀」被批准為國家地理標誌產品。

■記者胡臥龍



「尼日利亞」參加鬥蟋世界盃拿到第二名好成績。記者胡臥龍攝



中華蟋蟀文化主題博物館。記者胡臥龍攝



網紅蟋蟀經紀人朱軍給蟋蟀拍照在網絡上銷售。受訪者提供



王沖展示在網上銷售的蟋蟀圖片。受訪者提供

「蟀王」炒到10萬

玩「家」豪「爽」

近幾年，每年有大約2萬名愛好者前來收購蟋蟀，他們僅在收購蟋蟀的花費上，平均每人已達2萬到3萬元，當地的蟋蟀年交易總額約5億元。很多「高端玩家」遇到好蟋蟀往往出手闊綽，每年交易季，都會出現3萬到5萬元不等的天價「蟀王」，最高價甚至炒到10萬以上。

天津玩家年花500萬買蟋

當地人對三位常年來寧陽購蟋的天津客商印象最深刻，他們的年花費總額超過1,000萬元，其中一位邵姓玩家每年花費就在500萬元左右。

在鬥蟋圈子裡，綽號「尼日利亞」的玩家也非常有名。從2001年起，他每年7月23日都會來到寧陽縣收購蟋蟀，直到9月8日才帶回上海。在今年10月舉辦的「鬥蟋蟀」世界盃上，「尼日利亞」一路過關斬將，帶領上海隊取得了第二名的好成績。

1977年出生的「尼日利亞」從小就喜歡抓蟋蟀、鬥蟋蟀。他身邊的玩家大多從事金融、酒店等

行業，在他看來，玩蟋蟀是有閒有錢人的專屬，所以也就不難理解遇到心儀蟋蟀時一擲千金的行為。

上海玩家重視照顧訓練

不過，「尼日利亞」從來不參與高價搶購。他每年預算在15萬元左右，收購的蟋蟀不超過150隻，平均價格大約1,000元。他認為蟋蟀的價值不是用金錢來衡量的，每個人對不同品種的喜好也不同。他只想找到自己喜歡的精品好蟲，通過精心培養，在賽場上完美展現出自己的特點。

多年來，「尼日利亞」通過摸索和學習形成了一套成熟的選蟲、養蟲、鬥蟲體系。對他來說，收購到蟋蟀只是開始。

回到上海後，他會找專人來照顧這些蟋蟀，每天的飲食都有專業標準，訓練也極為嚴格。然後帶著這些蟋蟀到全國各地，和玩家們進行交流、比賽。

在「尼日利亞」看來，愛好永遠是驅使他和朋友們每年投入時間、金錢買蟋蟀、鬥蟋蟀的動力，看到蟋蟀在戰場上永不服輸永不言敗地在戰鬥，就是他們的樂趣所在。

竹筒冰包裹空運各地

網購盛行

隨着網絡的不斷普及，蟋蟀的交易方式也出現新變化，電腦、手機等為蟋蟀交易提供新平台。微信、視頻面對面相蟲、談價，快捷物流瞬間發貨，節省了時間、精力、經濟成本。讓買賣雙方方便快捷，減少損耗環節。

近年來，蟋蟀的網絡銷售從年輕交易者，逐漸擴大到中老年群體。據估算，網絡銷售總額已經佔到酒店鎮銷售額的60%以上。

2000元以下小蚰蚴為主

王沖是中國蟋蟀網酒店代售中心的負責人，負責蟋蟀代賣已經有三年時間。很多農戶圖方便，捉到蟋蟀後會將蟋蟀拿到王沖這裡寄售。王沖和他的工作人員就會邊餵養這些蟋蟀，邊給牠們拍好照片，標好價格，上傳到



蟀放在竹筒裡用順豐空運發出。受訪者提供

網，等待全國各地的買家購買。王沖去年網上銷售超過50萬元。

王沖說，放在他這裡寄售的蟋蟀一般都是2000元以下的「小蚰蚴」，成交後他們將蟋蟀放在透氣性比較好的竹筒裡，加上能夠降溫保持水分的冰袋和草後通過順豐空運發出。而超過2000元以上的「大蚰蚴」一般都是面對面交易，不會通過網絡銷售和快遞發送，畢竟如果蟋蟀在快遞中死

亡，費用太高承擔不起。而一旦交易成功，他們便會從成交額中收取三成費用作為「工資」。

網紅分享捉蟋鬥蟋技巧

80後的朱軍，成立大軍工作室，開辦了網絡直播脫口秀節目《大軍說蟋蟀》，為國內蟲友普及蟋蟀知識，分析市場行情，捉蟋鬥蟋技巧。他的網上交易整個流程也基本上遵循選擇蟋蟀、定價編號、拍照說明、上傳照片、發貨交易這幾個步驟。

據朱軍介紹，其中最複雜的是給蟋蟀拍照，因為每一隻被售賣的蟋蟀，其照片必須包括蟋蟀的整體照、口器的細節照、蟋蟀的動態照以及帶有其自創的、用於識別蟋蟀尺寸大小的特殊標尺圖紙的照片。高峰期時，工作室每天往網上交易平台上傳多達500隻蟋蟀，他們的價格從50元到三四千元不等，一年成交額能達到近200萬元。