

2025中国牛蛙 产业报告



南方农村报

大国
渔业
控制室

牛蛙全产业链基本情况



2025年全国牛蛙产业产值概括

苗种 数百家蛙苗场产出约800亿尾蛙苗，产值约3-4亿元

饲料 超百家饲料厂总销量约72万吨饲料，产值约53亿元

动保 产值约6亿元

养殖 全国养殖约60万吨牛蛙，产值约68亿元

流通 上百家流通商供应近52万吨牛蛙，产值约64亿元

餐饮 超4万家牛蛙主题餐饮店火爆全国，产值约480亿元

其他 加工等产值约12亿元

合计约700亿元

新的拐点出现



牛蛙一二三产分析

南方农村报

大国
渔业
农业产业网

第一产业（养殖端）：产值约195亿元，占比约28%。

第二产业（加工端）：产值约12亿元，占比约2%。

第三产业（消费端）：产值约480亿元，占比约70%。

可以看到

加工端

没那么“卷”

开发潜力巨大

或许这是超车的

“拐点”



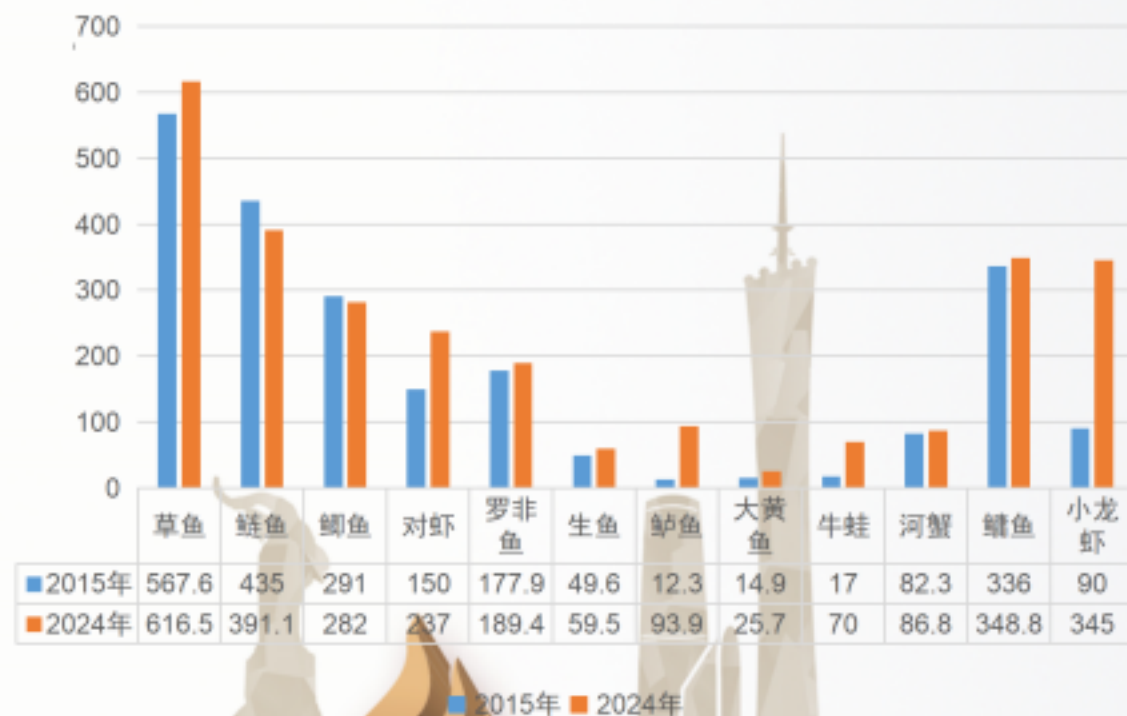
10年间 牛蛙在众多水产品中增速突出

牛蛙在主要水产养殖品种中表现出显著的独特性，其产量从2015年近20万吨到2023年实现首次超过100万吨，晋升百万吨水产品，成为产业发展的重要节点。牛蛙是继草鱼、鲢鱼、鳙鱼、鲫鱼、鲤鱼、对虾、罗非鱼、小龙虾成为第九个突破百万吨级别的水产品。

2024年受环境低迷影响，牛蛙产量下滑至70万吨。2025年下滑至55-60万吨，但未来依旧具有极大发展潜力。

从数据上看，2015年至2024年间，牛蛙产量增长率高达317.65%，远超其他水产养殖品种。这一增长主要得益于市场需求的强劲推动，牛蛙作为高蛋白、低脂肪的健康食材，深受消费者喜爱。

2015年、2024年国内水产养殖品种产量情况
(单位：万吨)



牛蛙主流饲料厂家依旧占主导地位

主流厂家料依旧占据行业主导地位，占比超75%。

据粗略统计，预计2025年牛蛙主流饲料企业蛙料销量：
YX约10万吨，HY约7万吨，YW约6-7万吨，KL约6万吨，
CL约4.5-5万吨，HD约4.5-5万吨，LT约3万吨，HY约3
万吨，FW约2.7-2.8万吨，HW约2.5万吨，HW约2万吨，
LJ约1.5万吨。合计55万吨。



牛蛙流通是主流饲料厂家的“核武器”

据粗略统计，预计2025年牛蛙主流饲料企业收蛙量：YX约8万吨，HY约6万吨，YW约5.8万吨，KL约6-7万吨，CL约4.2万吨，HD约4.2万吨，LT约2.5万吨，HY约2.5万吨，FW约2.3万吨，HW约2.1万吨，HW约1.6万吨，LJ约1.25万吨。约40-48万吨。

饲料主流企业目前大概控制70%的牛蛙流通量。



外部流通商“杀入” 主流企业地盘受影响

南方农村报

大国
渔业
农业产业网

实际上，主流饲料企业现在流通控制能力是减弱的。

2015年控制牛蛙流通量90%以上

2025年控制牛蛙流通量70%左右

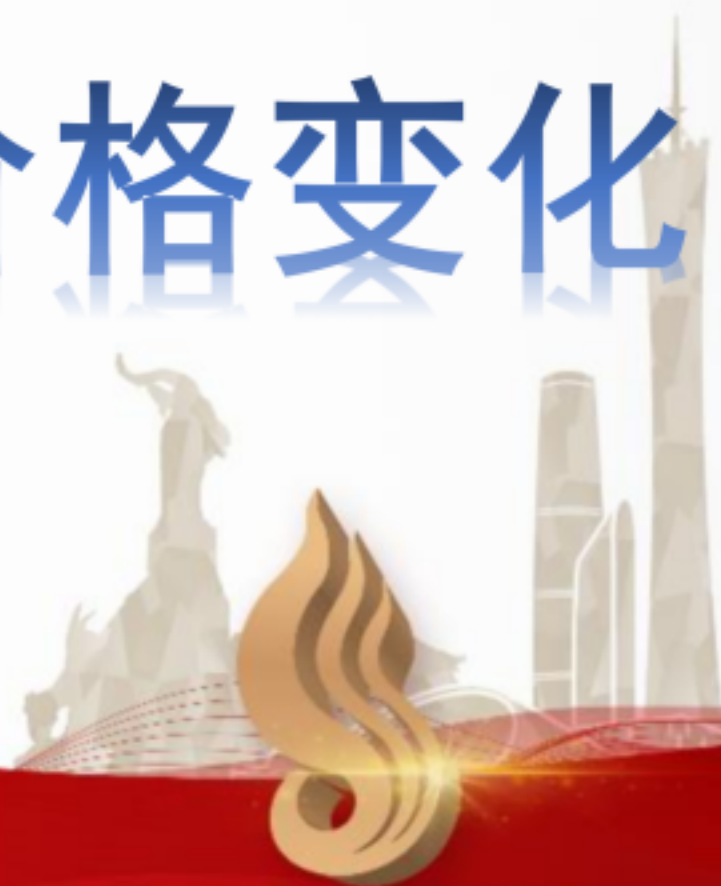
原因：外部流通商变多，影响主流企业的原始占比。



南方农村报

大国
渔业
控制室

牛蛙养殖与价格变化



牛蛙养殖分布从集中走向多点开花

2017年以前，牛蛙养殖超80%集中在广东汕头、福建漳州、厦门，构成了养蛙黄金三角。像在汕头市澄海区，当地养殖量曾占到全国总产量的40%以上。由于牛蛙的过快发展，种种污染问题也显露出来，2017-2018年，全国大规模开展牛蛙禁养行动，以澄海为首的主要牛蛙养殖场首当其冲遭到清除。原先集约化的牛蛙养殖区从广东、福建蔓延至广西、湖南、江西、海南、云南、湖北、安徽、重庆、四川、贵州等地，形成了如今全国多点分布的新局面。

下图为全国牛蛙养殖主要分布省份
(红色标注)



牛蛙养殖长期高压政策下 带来哪些影响？

南方农村报

大国
渔业
中国水产流通与加工协会

养殖全国分散化(养户都躲到深山边缘地带养殖)
流通(收蛙)
本土化(本土收蛙运输成本低有优势)
养殖模式多样化(屡次被禁后，很多养户开始探索绿色养殖模式)
养殖场地成为稀缺资源(允许养殖的地区越来越少)



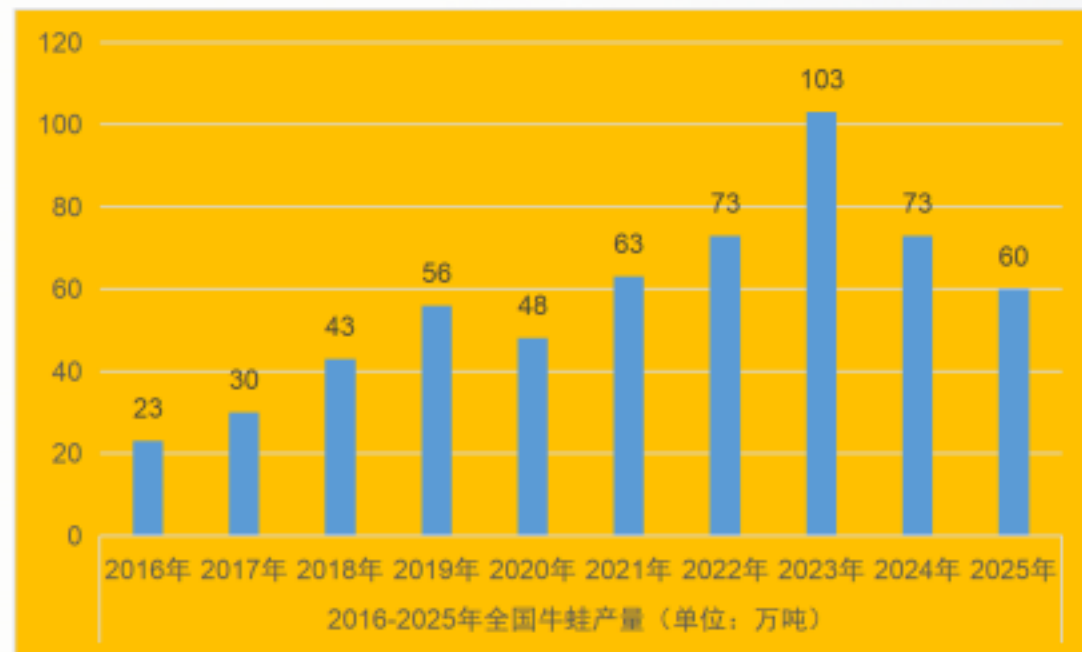
曾经的“疯狂”： 2023年牛蛙总产量突破100万吨 平均每年产量增速25%

据不完全统计，2003年牛蛙养殖产量约3万-4万吨，2015年产量则从20万吨增长至2020年约50万吨。这也归功于餐饮端的火热推动。

到了2023年，牛蛙总产量飙升至100万吨左右，市场发展迅猛，产业链总产值突破千亿规模，实现史无前例的大突破。

在2023年及之前的牛蛙产量整体发展来看，多年间的产量增长率达25%。可以看出，牛蛙在众多水产品中的增长势头飞快，其惊人的增长态势折射出当时中国产业经济、消费经济快速发展的浪潮。

近10年全国牛蛙产量变化



2023年全国牛蛙主产区产量情况

2023年全国各地牛蛙主产区的产量情况（数据为大致估算，仅供参考）

1.广东

- 汕头：汕头澄海区是全国牛蛙养殖的核心区域，产量占全国超30%，年产量约10万吨。
- 湛江：湛江及周边地区是广东重要的牛蛙产区，年产量约5-8万吨。
- 珠三角：包括广州、佛山、肇庆等地，养殖规模较大，年产量约8-10万吨。

2.广西：年产量约7-10万吨，主要集中在玉林、北海、南宁、贵港等地。

3.福建：年产量约5-8万吨，养殖区域以福州、厦门、漳州等地为主。

4.湖南：年产量约6-8万吨，养殖集中在岳阳、益阳、常德等地。

5.江西：年产量约6-8万吨，主要产区为南昌、九江、上饶等地。

6.海南：年产量约1.5-2万吨，养殖分布在海口、文昌、琼海等地。

7.湖北：年产量约2-3万吨，主要集中在武汉、荆州、咸宁等地。

8.云贵川

- 云南：年产量约1.5-2万吨，养殖集中在昆明、玉溪、红河等地。
- 贵州：年产量约1-1.5万吨，主要产区为贵阳、遵义、铜仁等地。
- 四川：年产量约1.5-2万吨，养殖分布在成都、绵阳、南充等地。

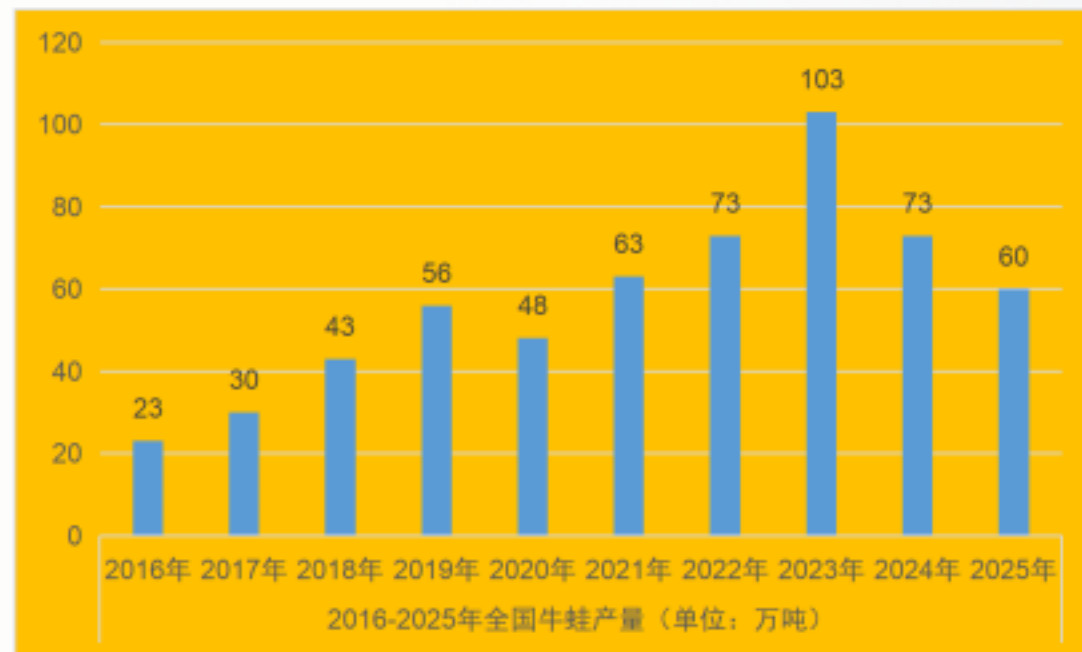


如今的“冷静”： 2025年牛蛙总产量跌回60万吨

受养殖量激增和消费疲软因素影响，2023年下半年，牛蛙价格出现大幅下滑，此后每年产量也出现连续下滑。

据粗略统计，2024年牛蛙产量同比**下降近30%**，2025年牛蛙产量同比**下降近18%**，两年期间**95%外部投资者出局**。

近10年全国牛蛙产量变化



2025年牛蛙回暖 价格一度冲破13元/斤 成本控制好依旧有钱赚

2025年牛蛙价格整体有所回暖，7月甚至一度冲破13元/斤，许多早蛙养殖户抓住短暂窗口期，狠狠回血了一把。随着牛蛙市场供需关系逐渐回归平衡，最近的蛙价回落至5.8-6.3元/斤，对于一些养殖户来说仍有小许利润空间。**成本控制能力成为养殖户能否抓住回暖红利的核心。**

目前，澄海部分蛙场已具备上市条件，到明年1月，将可能大规模出蛙。只要保持当前价格稳定，加上选对质量好的饲料，控制好低料比，就能扭转长期亏损的局面。

牛蛙养殖成本构成情况

养殖模式	养殖周期	核心产区	综合成本 (元/斤)	成本构成细分 (以典型案例为例)	盈利现状
早蛙	投苗：上年11月至次年3月	海南、湛江	4.5-6	养至37两规格：饲料3.5元/斤（现金料），人工0.5元/斤，动保药品0.3元/斤，电费0.2元/斤，苗、地租等其他成本约1元/斤。综合养殖成本大约为5.5元/斤。	7月售价13元/斤，净利润达7-9元/斤，盈利最优
	上市：6月中旬至9月				
	养殖6-10个月				
中蛙	投苗：3-5月	澄海、广西中北部	5-6		当前售价5.8-6.3元/斤，微利。
	上市：9月至次年4月				
	养殖7-12个月				
晚蛙 (过冬蛙)	投苗：4-7月	湖南、江西、闽北	7-10	养至37两规格：饲料6元/斤，动保0.5元/斤，人工0.5元/斤，租金水电0.5元	连续3年亏损，2025年部分区域成本超售价，过冬面临损耗风险。
	上市：次年5月至7月				
	养殖12个月				

因每年的养殖节奏及每个养殖场的条件皆不相同，此表数据仅供参考。

牛蛙价格定在哪个范围合适？

对于牛蛙养殖户来说，蛙价要是长期稳定在10元/斤以上，养殖户们能获得非常可观的收益，过去两年的养殖亏损也能加速弥补回来。

但如果像7月份这股突然来袭的涨价潮，容易让一些牛蛙餐饮店铺的经营者感到措手不及，不知如何定价店内牛蛙菜品。有的干脆甚至直接下架店里的牛蛙产品。



牛蛙价格定在哪个范围合适？

以武汉一家美蛙鱼头餐饮店为例，老板算了一笔账：7月中他店内采购牛蛙的市场价在12-15元/斤之间。而且，由于天气炎热，牛蛙在运输和储存过程中还会出现损耗，这无疑进一步增加了成本。再加上锅底等食材成本，一锅3斤重的牛蛙最终利润只有20元左右。而店铺一天的房租、人工成本加起来高达3000多元，这就意味着老板一天必须卖出价值3000元以上的销售额才能保本。这也不难看出，为何有些看似生意不错的餐饮店但不赚钱，最后还是无奈关门。如果成本居高不下，利润又持续微薄，是难以支撑店铺的长期运营。除非生意特别好且人流不断，靠量维持，但当前多数牛蛙餐饮店的客流量并没有那么火爆。



牛蛙价格定在哪个范围合适？

牛蛙价格的合理定位，需要综合考虑养殖成本、市场需求、养殖户合理利润以及餐饮行业可持续经营等因素。只有在养殖户和餐饮店之间找到一个价格平衡点，建立更加稳定、可持续的合作关系，才能实现整个牛蛙产业链的良性发展。对于牛蛙价格究竟多少才比较合适这一问题，需要行业人士共同参与探讨、发声，为整条牛蛙产业链的健康发展出谋划策。

Tips：目前有一种声音：希望牛蛙的收购价能够长期稳定在8-9元/的区间，认为这样比较合理。



牛蛙养殖模式：土池围网精养模式

当前养殖产量最高的就是此种传统模式。稻田、旱地等被挖掘改造成的蛙池，沿池一周围网布后养殖，亩产量在3万至6万斤。

但这种养殖方式需要大量换水或长流水养殖，耗水量比较大，尾水大多未经处理直接排放，对环境污染影响大。容易被政府部门要求退养禁养，模式优化方面，需要合规选择用地和配套的尾水处理。



牛蛙养殖模式：鱼蛙共生养殖模式

鱼蛙共生模式利用鱼塘水面挂网箱，网箱内养牛蛙，鱼塘内养鱼，达到互利共生的状态。单网箱产量约2000斤，根据鱼类种类、密度、鱼塘深度等情况，每亩鱼塘面积可设置1-5个网箱。

该模式在有鱼塘的地方就可以养殖，利用鱼塘中大水体的生态净化，水质好且稳定，养殖难度低，可以实现零换水、零排放。而且这种模式不受耕地保护和环境保护政策的限制。



牛蛙养殖模式：层架养殖模式

层架模式采用半浅水加蛙垫的方式，可定时换水。优点是土地利用率提高，相较土池提高3倍以上，层架模式可以做到土池4倍的产量。交叉污染概率小，一个层架出现问题仅处理一个层架就可以了。

但在实际生产中，层架模式与土池模式相比没有土壤的吸附和缓冲能力，病害相对较多。



牛蛙养殖模式：帆布池养殖模式

帆布池养殖好处是不用挖池，成本低、可拆卸转移，可室内养殖。但最大问题是“不接地气”，帆布池底部没有土壤缓冲，不利于牛蛙活动和肌肉发育，这一块有待改进。



牛蛙养殖模式：工厂化循环水养殖模式

目前，牛蛙工厂化循环水养殖模式正处于试验探索阶段，通过工厂化建造多层养殖池，可以更有效地利用养殖空间，亩产可达6-8万斤。该模式的重点是处理后的尾水循环再利用，分为两种处理方案。一种方案是利用集成化的生化处理设备，使用生活污水的处理方法进行处理，处理效果好且稳定。另一种方案是利用湿地生物处理，包括使用微生物制剂和湿地植物净化。

这种模式具有节水节地的优势，可以实现标准化、智能化养殖，从生产源头控制食品安全，值得实验研究和推广应用。



南方农村报

大国
渔业
控制室

牛蛙饲料企业 经营模式变化



涨蛙价、降饲料、现金料 模式三足鼎立 谁能成最大赢家？

牛蛙是由饲料工业支撑，由消费市场引领的独特产业。随着时代车轮滚滚，牛蛙行业在过去两年深陷价格低谷，全产业链都处于亏损状态。为了“救亡图存”，牛蛙饲料企业出于自身商业目标、市场定位和长期发展战略考虑，选择了不同的经营模式。

大致可分为涨蛙价、降饲料、现金料三种经营模式。



涨蛙价

第一种“高价饲料+提价补贴流通”的传统模式目前依旧占据主导地位。这些包回收牛蛙的饲料厂家，不轻易降饲料价格，主要在包回收牛蛙价格上发力，持续拉高蛙价。这种经营模式能给整条产业链带来的好处显而易见：

首先是价格有保障。养殖户在购买饲料时虽然付出了更高的价格，但在成品蛙被厂家回收时也能获得高于市场的价格，这能为养殖户提供一个相对稳定的价格保障，减少市场波动对养殖户收入的影响。

第二，风险可分散。饲料厂通过高价回收成品蛙，实际上是在帮助养殖户分散市场风险。如果遇上市场行情不佳，养殖户依旧可以用较高的价格将成品蛙卖给饲料厂，从而减少因市场价格下跌可能造成的直接经济损失。



涨蛙价

第三，饲料质量可保证。饲料厂为了保证回收成品蛙的质量，会持续提供质量更好的饲料，并指导养殖户进行科学养殖管理，甚至直接提供技术支持和培训，帮助他们提高养殖效率和质量，从而提高整个产业的养殖水平，这对整条产业链的可持续发展大有益处。

第四，产业链可稳定。饲料厂回收成品蛙后，会更有动力去开拓市场，寻找更多的销售渠道，有利于扩大牛蛙市场需求。同时，高价回收政策可以让现金流在一个相对闭合的产业链上下游流转，有利于保证全产业的资金安全，从而持续经营和扩大生产。饲料厂和养殖户之间能形成紧密的合作关系，减少市场的不确定性，稳定整条产业链。



降饲料

部分包回收牛蛙的饲料厂家选择“以退为进”，主要将饲料价格下调，只比现金饲料价高一些。而牛蛙回收价格则跟随市场行情灵活波动，在流通的补贴力度较低。

这种模式的好处首先是市场竞争力，在行情低谷时，降价饲料确实能直接为长期处于亏损状态的养殖户缓解一定经济压力，饲料厂以低价多销的饲料打法聚拢现金在手，短期内这样的做法受益快，符合为求利益保证自己生存的需求。第二是灵活性，养殖户可以根据市场情况自由选择出售牛蛙的最佳时机和价格，增加了他们的市场议价能力。第三是成本控制，养殖户可以更加注重成本控制，因为饲料成本较低，他们可能更有动力去寻找降低其他养殖成本的方法。



现金料

大集团企业多采用“现金饲料”模式。他们不介入流通环节，但凭借较低的饲料价格和强大的品牌优势，吸引了大量资金不足的养殖户。这种模式看似低调，实则暗藏锋芒。现金料模式的核心在于低价格。对于资金紧张的养殖户来说，现金料无疑是最佳选择。

这种模式也有其局限性。毕竟，养殖户除了需要低价饲料外，还需要稳定的牛蛙销售渠道和售后服务。如果不能解决这些问题，现金料模式也难以深入牛蛙核心客户市场。



哪种模式才能成为牛蛙江湖 最终赢家？

这或许是一个没有标准答案的问题，因为市场永远是变幻莫测的。

但养殖户生哥的一句话或许道出了真相：“**养殖户最看重的，还是饲料质量、养殖成本和销售渠道。**”谁能在这三个方面做到极致，**帮助养户捍卫牛蛙应有的价值**，谁就可能在牛蛙江湖中脱颖而出。



牛蛙餐饮端如何应对 “洗牌期”



牛蛙餐饮门店数量减少 2023年成“拐点”

中国牛蛙的餐饮消费版图足够大，主要是通过蛙来哒、蛙小侠、蛙喔、哥老官（目前几乎退出市场）、老佛爷、淘蛙、味之绝等代表的牛蛙主题餐饮品牌门店扩张及传播，这也是牛蛙产业能够“破圈成长”的关键要素。

受宏观经济影响，2025年餐饮业整体也并不景气，此前大热的单品餐饮市场消费萎缩较明显。牛蛙作为桌上的“网红水产品”之一，其消费量受到直接影响，相关品牌门店数量减少。**2023年对于牛蛙餐饮来说是个“拐点”，餐饮主题店数量从扩张转向下滑。**

红餐大数据显示，截至2025年11月10日，全国牛蛙品牌餐饮在营门店20844家，在营品牌数975个。

窄门餐眼大数据显示，2025年11月13日，全国牛蛙品牌餐饮在营门店20772家，近一年净增长数-2585家。



分布数据来源窄门餐眼

全国牛蛙餐饮 基本盘依旧稳固

综合这两家餐饮数据平台的大数据来看，牛蛙餐饮从客观上确实受到了冲击，门店数的直接减少反映出背后消费的疲软。

但我们也应该看到的是，**全国各地都有牛蛙餐饮店的分布，而且四川、广东、江苏、重庆等重点牛蛙消费省份依旧拥有稳固的餐饮基本盘**，为牛蛙餐饮业的稳定奠定基础。

而且牛蛙餐饮店已经开始“出海热”，在新加坡等东南亚市场开拓商机。

地区分布

门店总数 人均门店数



四川省

3,606

广东省

3,234

重庆市

1,561

江苏省

1,526

浙江省

1,382

云南省

1,092

山东省

719

湖南省

691

牛蛙餐饮遇冷 是“洗牌”也是机遇

南方农村报

大国
渔业
农业产业网

市场环境的变化对餐饮实体是考验，更是机遇。只有积极拥抱变化，持续创新，方能立于不败之地，在“洗牌期”获得新机遇。餐饮端企业该怎么做呢？

参考头部牛蛙餐饮的应对措施，可以看到现在多在消费者端，**深入研究核心客群——年轻人的喜好，持续迭代餐厅场景风格**，打造更具吸引力的用餐体验。同时，积极拥抱新营销模式，如**直播电商、达人探店**等，有效触达目标消费者，提升品牌影响力和到店率。



牛蛙餐饮遇冷 是“洗牌”也是机遇

在投资回报方面，持续迭代门店模型，致力于提供更具竞争力的方案。核心是持续缩小回报周期，目标是让投资模型更轻、回报周期更优、投资价值更高，从而**增强加盟商的信心和盈利能力**。

在管理创新上，深挖企业“内功”，从产品、服务、环境，到总部职能部门、战区、分区、门店的管理架构，相互学习，促进管理精细化，持续推动整体运营效率提升和成本优化，形成良性的内部竞争与提升机制



对比：牛蛙餐饮店和牛肉火锅店

当前餐饮比较火热的还有牛肉火锅。牛蛙餐饮店与牛肉火锅店在全国的门店数量都在4-5万家的水平。

菜品与消费场景：牛蛙餐饮门店以牛蛙为主打，菜品多样，消费场景灵活，适合正餐、夜宵及家庭聚餐、朋友聚会。牛肉火锅店则以牛肉为核心，多为火锅形式，更偏向聚餐和社交场景，尤其在寒冷季节受欢迎。

目标客户与地域分布：牛蛙餐饮门店在南方地区更受欢迎，如广东、四川、湖南等地，与当地饮食偏好契合。牛肉火锅店分布更广泛，潮汕牛肉火锅在沿海地区流行，北方则以清汤牛肉火锅为主。



南方农村报

大国
渔业
控制室

牛蛙未来发展的四大趋势



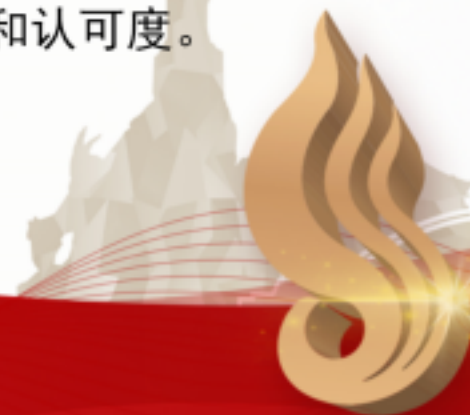
探讨

第一，产业模式的变化。“饲料+流通”模式仍将保持主流地位，但会在发展中逐渐吸收现金模式的优点，获得更多灵活性，融合出符合发展背景的适应模式。

第二，食品安全的要求日趋严格。政府监管部门将加大对牛蛙养殖、加工、流通等环节的抽检力度和频次，严格执法，严厉打击违规使用药物、添加剂等行为，确保牛蛙产品的质量安全。建立牛蛙产品的全程可追溯体系将成为大趋势，实现从种苗繁育、饲料生产、养殖过程、加工销售等环节的信息追溯和数据共享。消费者通过扫描产品二维码等方式，可以获取牛蛙产品的详细信息，包括养殖基地、饲料来源、用药情况、加工日期等，增强对牛蛙产品质量安全的信任度。

第三，养殖模式的升级。综合混养模式、工厂化循环水等生态养殖模式将成为牛蛙产业的未来发展方向，得到更广泛的应用和推广。随着AI大数据技术越发成熟，智能化养殖技术或将在未来牛蛙养殖中得到应用，如水质在线监测系统、自动投喂系统、疾病预警与防控系统等。

第四，预制菜加工的升级。在绿色健康监管的倒逼下，牛蛙预制菜行业将逐渐形成一批具有品牌影响力的企业和产品作为门面代表。这些品牌企业将注重产品质量、品牌形象和市场推广，通过建立标准化的生产流程和质量控制体系，提高产品的稳定性和一致性，增强消费者对牛蛙预制菜产品的信任度和认可度。



虽然牛蛙行业现在遇到了些许挫折，**但我们依旧坚信，牛蛙行业依然蕴含着巨大的潜力。**孤举者难起，众行者易趋。只要全体从业者心怀热忱、坚定信念，牛蛙行业定能跨越眼前的崎岖，踏上一片充满希望与生机的新征程！



感谢观看

