



“小龙虾自由”背后 旺季价格起伏折射产业新变化

旺季价格波动，部分规格降幅较大

今年小龙虾消费旺季，批发市场率先感受到价格变化。北京新发地农产品批发市场商户刘女士介绍，小规格虾价一度降至每斤10元左右。另一名商户表示，五六月通常是小龙虾供应量较大的阶段，但今年价格的确反常。

“去年同期，同等规格的小龙虾每斤要三十元左右。”许昌胖东来天使城店水产品负责人说。据河南万邦市场官网显示，五、六月集中上市期内，每天小龙虾到货量已超过10万斤，今年价格同样下降。

从全国市场看，价格波动并非个例。湖北潜江小龙虾交易中心数据显示，今年上半年小龙虾价格低谷期，小青（10~20克/只）、中青（20~30克/只）、大青（35~45克/只）、炮头（50克及以上/只）等不同规格小龙虾批发价分别低至7.5元/斤、8.5元/斤、13元/斤、46元/斤。中国水产流通与加工协会小龙虾产业分会相关负责人介绍，今年1—7月，不同规格的小龙虾价格总体低于前两年同期，平均降幅约为30%，但不同产区、上市时段和产品规格之间存在差异。

在主产区，规格分化表现得更为明显。江苏省淮安市盱眙县龙虾产业发展服务中心主任王晓鹏介绍，今年上半年，盱眙小龙虾塘口价同比下降约20%至35%。其中，4至6钱（20~30克/只）中小规格虾降幅较大，7至9钱（35~45克/只）产品次之，1两及以上大规格虾相对抗跌。

北京市农林科学院水产科学研究所研究员罗琳认为，小龙虾价格通常呈现一年“两头高、中间低”的季节性规律。今年价格整体低于往年，集中上市期间降幅较为明显。

来自北京的消费者张先生称，今年曾在商超购买3斤小龙虾花费79元，“价格较前两年更加实惠”，购买频次也增加到每月两三次，消费场景也从餐厅转向家庭聚餐。永辉超市商品中心水产负责人王兵表示，今年鲜活小龙虾销量同比增长33%，购买顾客约88万人次，同比增长近30%；随着不同规格价差缩小，6至8钱（30~40克/只）及更大规格产品销售额占比由18%提升至27%。

不过，小龙虾降价并非所有规格和渠道同步进行。作为湖北连锁餐饮品牌，肥肥虾庄相关负责人表示，采购价下降后，门店主要采购7钱（35克）以上大规格虾，今年采购成本和菜品售价与去年基本持平。江苏於氏餐饮·虾神龙虾总经理於新凯也表达了同样的看法。

麻辣、蒜蓉、十三香、油焖……各种口味的小龙虾从夜宵摊、连锁餐厅走进商超货架和家庭厨房，成为夏日餐饮消费的热门品类。每年五、六月是小龙虾集中上市期，市场供应量逐步增加。今年旺季期间，部分规格小龙虾价格较往年同期有所下降。

据北京新发地官网4月1日数据监测，小规格（20~30克/只）小龙虾批发均价17.5元/斤，大规格（25~35克/只）为22.5元/斤，而去年同日则为27元/斤、47.5元/斤。随着主产区集中上市阶段逐步结束，进入六月之后，价格有所回升。北京新发地官网7月27日数据显示，小龙虾均价分别是18元/斤、27.5元/斤。

小龙虾价格为何旺季波动？后期价格走势又将如何？

上市节奏提前，多重因素推低价格

部分规格小龙虾价格下降，并非由单一因素造成。暖冬催早、集中出塘、产量增长和供需错位等多重因素叠加，导致价格波动。

首先，今年冬春季主产区水温偏高，加快了小龙虾摄食、蜕壳和生长速度，上市时间随之提前。罗琳表示，部分稻田虾3月便集中上市，而餐饮消费尚未充分启动，提前供应，消费市场难以及时消化。

产区变化印证了这一判断。王晓鹏介绍，今年盱眙小龙虾整体上市时间提前10天以上。往年三月仅有少量早虾上市，今年三月已批量供应，四月至六月持续处于出货高峰。

其次，规格结构影响价格表现。罗琳提到，中小规格虾养殖周期较短、市场供应量大，产品之间差异较小；同时，鲜活小龙虾不易长时间储存，养殖户和经销商需要加快周转。一旦集中上市，中小规格产品更容易通过降价走量。

此外，稻虾养殖的生产周期决定小龙虾集中出塘的时间。中国水产流通与加工协会小龙虾产业分会相关负责人表示，我国小龙虾主产区养殖面积和产量占全国的85%以上，稻虾养殖是主要模式。受水稻种植安排影响，五六月是稻田虾相对固定的出货期。

近年来，小龙虾供给能力增强。《小龙虾品类发展报告2026》显示，2025年全国小龙虾养殖面积约为3,100万亩，产量约为375万吨。《报告》指出，近年来小龙虾养殖呈现

“南下北上”的发展趋势，从而进一步提升小龙虾的全年供应能力。同时，随着养殖技术成熟，部分地区亩产量由过去的100~200斤提高到300~500斤，也增加了供应。

业内人士认为，今年小龙虾价格下行，更应看作集中上市期的阶段性供大于求，而非消费需求降温。

价格逐步回稳，产业转向提质增效

当前，部分规格的小龙虾批发价已从低位回升。湖北潜江小龙虾交易中心7月27日数据显示，小青9元/斤、中青13元/斤、大青21元/斤、炮头37元/斤。

“今年小龙虾价格自6月下旬后逐步企稳、小幅回升。”罗琳表示，随着早茬虾出塘收尾，集中上市量减少，后期价格仍有季节性回升空间，但不同规格、品质和销售渠道之间的走势将继续分化。

价格波动之下，产业如何提升抗风险能力？2025年，农业农村部印发《关于稳步推进稻渔综合种养产业高质量发展的通知》，要求稻虾产区推广繁养分离和良种选育，并支持标准化生产、加工能力提升和文旅融合等。

“在养殖端，首先要优化集中投苗、集中出塘的生产方式。”王晓鹏介绍，盱眙一些养殖主体通过分批投苗、多茬养殖、繁养分离和错峰捕捞，拉开上市周期。

江苏省淮安市盱眙县黄花塘镇芦沟社区养殖户卢勇说，养殖采用“一稻三虾”模式，今年三月早虾售价是五六月集中上市期的2~3倍，得益于“盱眙1号”新品种优势，种苗板块亩均增收近1500元。

在加工流通端，盱眙规模以上深加工企业年加工速冻及整肢小龙虾超过4万吨，当地及周边餐饮市场常年消化当地一半以上的产量。江苏省盱眙龙虾协会会长袁孝春表示，通过加工储存、错峰销售和拓展餐饮消费场景，可以在一定程度上缓解鲜活小龙虾集中上市带来的压力。

在消费端，各地不断拓展新场景。江西吉安常态化举办小龙虾品鉴汇、美食文化节等主题活动，湖南南县以“南湖虾宴”聚集千余名食客，湖北武汉则在小龙虾消费季发放300万元专项消费券。小龙虾消费场景正从传统夜宵走向赛事、文旅和城市休闲。

专家认为，一只小龙虾从塘口到餐桌，考验的是全产业链的协同能力。精准对接消费需求，才能让小龙虾产业从“养得多”转向“养得好、卖得好”。

本报讯 崔浩 提到盛夏消暑，你会想到什么？一瓶冰镇饮料，还是一支雪糕？过去，超市、小卖部的冰柜里都被碳酸汽水和雪糕牢牢占据，如今摆满了无糖茶、电解质水等新式饮品，购买雪糕的渠道也越来越多了。随着消费理念转变，消暑冰品市场进入更加注重产品价值和消费体验的新阶段，健康化、品质化、场景化成为行业发展的新趋势。

健康需求正在重塑冷饮消费结构。传统可乐型汽水仍保持较强市场基础，成交额占比达到13.8%；果蔬汁、纯茶饮料成交额分别占11.2%和11.0%。传统品类依然占据重要位置，但消费者的选择标准正在发生变化。低糖、无糖、轻负担的健康冷饮市场已初具规模。

从增速看，复合乳饮成交额同比增速达62.9%，药食同源类饮品成交额同比增速为44.8%，运动饮料增长34.9%。今年夏天，围绕运动补液、餐后解腻、熬夜恢复等生活场景，相关企业精准打造了功能化产品矩阵。与此同时，可乐型汽水也主动应变，尝试添加益生元、植物甜味剂等功能性成分。这一变化正推动整个饮品市场在存量竞争中进一步开辟出可靠的新增量。

冰淇淋市场从价格竞争转向品质竞争。曾经动辄几十元的“雪糕刺客”正在逐渐退出市场，消费者选购雪糕时不仅关注价格是否合理，也更加关注原料品质、食品安全和消费体验。今年7月1日起，冰淇淋新国标正式实施，植脂冰淇淋分类被删除，这意味着接下来的行业竞争将转向围绕原料、工艺和品质展开。

消费场景扩展正在改变冰品市场边界。从不同年龄段消费者偏好看，25岁及以下的消费者对冰淇淋甜品/糕点类产品兴趣更高。年轻消费群体对新鲜感、个性化和情绪价值的追求，正在推动冰品与新茶饮、创意咖啡、烘焙等业态融合。今年上半年，喜茶、霸王茶姬等10余家新茶饮品牌集中推出近百款现制冰淇淋产品。相比传统预包装雪糕，现制冰品具有新鲜感强、互动体验丰富等特点，更符合年轻消费者社交分享需求。与此同时，冰淇淋蛋糕、冰淇淋月饼等跨界产品推动行业突破季节限制，向全年化、日常化方向延伸。

冰品消费结构的变化，反映的是居民消费习惯的转变，也反映出行业竞争逻辑的转变。对于相关企业而言，过去依靠营销造势、概念包装获取增长的方式难以持续，需要将重心转向产品本身，在品质、价格和体验之间找到平衡，更好满足消费者多元需求。

冰品消费迎来结构重塑