

钓鱼人群约1.4亿,年轻人占比近半 小小鱼竿钓出千亿产业

钓鱼需要一定的费用支撑,包括鱼竿、鱼线、鱼钩、鱼饵、抄网等,都是基础设备,进阶的钓鱼爱好者还会配备帐篷、遮阳伞等,租船出海钓鱼,也是不少钓友的梦想。

与以往不同的是,现在钓鱼群体正在迈向年轻化。根据中国钓鱼协会的不完全统计,目前国内约有1.4亿钓鱼人群,年轻人占比接近一半。



年轻人拿起了鱼竿

随着钓鱼群体呈现年轻化,休闲钓鱼场、路亚钓法等创新形式备受市场青睐。某短视频平台数据显示,“00后”和“90后”钓鱼创作者超过四成,其中“80后”到“00后”占比超70%。

在北京工作的90后李磊住在房山区长阳镇,几乎每天下班都会拿着各种工具到家附近的小清河钓鱼。没时间钓鱼时,则会抽空打开短视频平台看主播直播钓鱼。就算常看的主播不开播,李磊也会寻找一些钓鱼大神的短视频,比如“天元邓刚”。他是中国钓鱼运动协会技术推广总教练,经常在短视频平台分享钓鱼日常,以技术精湛闻名,钓到“大货”是日常操作。目前“天元邓刚”的短视频账号,粉丝量已超过3600万。

而关于装备的分享选择,李磊最喜欢去小红书“取经”,“钓鱼”相关笔记已超过100万篇。而在微博热搜上,“为什么年轻人越来越喜欢钓鱼”的话题阅读量超过了1600万。

在李磊看来,绝大部分年轻人喜欢钓鱼的原因是相同的,就是享受鱼咬钩的那一刻带来的肾上腺素飙升的刺激感。

关键之道体育咨询公司创始人张庆告诉记者,当下年轻人特别注重养生生活,这与年轻人去钓鱼相映成趣。“这一代年轻人,整体生活在一个物质相对富裕的年代,流行‘悦己’消费,更加注重享受生活,所以像钓鱼这种过去不怎么流行的事儿,成为他们纾解压力的方式之一。”

香颂资本执行董事沈萌也认为,很多年轻人选择钓鱼是出于兴趣,但也不排除是排解压力的一种方式。

垂钓产业迈向千亿

对于垂钓产业的定义,川财证券在一份研报中表示:“休闲垂钓产业是指以垂钓为核心的休闲过程,通常指在闲暇时光从事的垂钓活动。”

垂钓的核心是钓场和装备,衍生出来的需求包括交通、餐饮、住宿、码头、船、网络预订平台、赛事、钓鱼普及等细分服务。

根据休闲渔业统计监测调查年报数据,2021年全国休闲渔业市场规模近千亿元,达943.18亿元。

以海钓为例,记者在某旅行社了解到,在海南三亚湾近海,一艘36尺的专业钓鱼艇,海钓4小时拼船,价格为488元,而包船价格为1860元,时间均为4小时,旅行社提供渔具和鱼饵,还会配备船长,钓到的鱼可以带回。而一艘78尺的专业游钓艇远海海钓,单人价格为3298元,包船的价格为32980元。

记者发现,如今的海钓不仅是钓鱼,有些还会提供船上打边炉、鲜鱼加工的服务,让爱好者直接就能吃到自己钓上来的新鲜鱼。

张庆告诉记者,相对于其他户外运动产业来说,钓鱼的整体规模应该属于中上水平。钓鱼是个非常成熟且发达的产业,在近年来兴起的休闲运动当中,属于“隐形富豪”。

农业农村部、文化和旅游部以及国家文物局联合印发《关于加强渔文化保护、传承和弘扬工作的意见》提到,鼓励发展以渔文化为主题的休闲垂钓、渔事体验、民宿美食和科普教育等产业,推动保护利用。此外,地方也在发布政策,支持休闲渔业发展。比如,海南省出台了《海南省休闲渔业管理办法(试行)》,山东省出台了《关于促进海洋渔业高质量发展的意见》等。

线上渔具销售火爆

线上平台已成为渔具的重要销售渠道。据了解,在京东平台上,路亚场景销售近三四年间增长均速达50%以上;在抖音平台,销量最高的鱼竿为汉鼎一号五代鱼竿,销量已经达32万件,单价为89元。小红书上,关于渔具有超过24万件商品。

而钓鱼主播也在享受着流量红利,粉丝数3648万的网红“天元邓刚”的橱窗当中,跟买人数超过了62万,



喜欢钓鱼的年轻人

已售件数超过219万。其推荐的鱼线,销量已超过了121万。

随着户外休闲运动的持续火热,垂钓作为重要的组成部分吸引着越来越多的爱好者参与其中。未来,垂钓产业将形成以“钓鱼”为核心,集合体育竞技、休闲娱乐、旅游观光、文化科普、住宿餐饮在内的多产业,形成立体产业结构。

对于钓鱼产业的发展,沈萌认为,钓鱼市场内部的细分领域很多,钓鱼本身也分为不同场合、不同类型,可以形成丰富的周边产品和服务。对于从业者应该提出自己的定位、选择自己的优势领域,否则缺乏差异化,不容易生存。

“年轻人的进入会让钓鱼产业的人群结构更加多元化,对产业来说是个好迹象。但还不足以让它实现质变。因为钓鱼需要耐心,同时社交属性没那么强。尽管网络上经常会有一些钓鱼高手进行宣传,但他们的技巧高度,普通钓鱼爱好者与之相比还有很长的距离。”张庆表示。这给从业者带来了一些启示,钓鱼既然形成了一个产业,背后一定有很多运营方,在做运营时多从年轻人的角度去想。

赛事正在起步阶段

今年以来,各类专业垂钓赛事正在如火如荼举办。据公开报道,中国钓鱼运动协会管理国内主要钓鱼赛事,并对参赛选手进行等级认证和积分排名。相关赛事由专业媒体如四海钓鱼频道进行转播,提供给全国钓友。而赛事的赞助商则主要来自各大钓具厂商及钓场。

记者在中国钓鱼运动协会公众号上看到,今年尤其是7月以来,基本上每隔两三天就会有钓鱼比赛在不同地区举行。

不仅仅是各个地区,还有网红也在探索钓鱼赛事。邓刚主办的“钓技大舞台”,每一期直播都会吸引数万钓友在线观看,另外,还有其他网红也在加入民间赛事的举办当中。

“我们现有的赛事体系基本能满足钓友的这种需求,但如果从发展的潜力来看,尤其是参与的年轻人越来越多,相关的政策需要再细化,多部门联动,推动构建有利于年轻人参与的竞赛体系,包括竞赛组织方式等,吸引更多的人群参与。”张庆表示,就像篮球,有高规格的比赛,也有村级的联赛,能够让不同水平的人参与到赛事当中,有了竞赛和激励体系,钓友有了胜负心,才能够使这项运动从爱好变成持续性的生活方式。

“我们国家的自然资源、气候资源、生物资源等,适合发展垂钓赛事。但目前存在着信息不对称的情况,比如北方某地可能某个品种的鱼群泛滥,但南方钓友正好喜欢钓这种鱼。赛事运营方可以通过大数据或者线上平台,将这些信息互通,起到一举两得的效果。”张庆认为。

提醒

“赌钓”背后套路多

“钓标”活动在短视频平台上有较大流量。在一条网民发布的“钓标”短视频中,钓场4个小时收费1180元,钓到“标鱼”最低奖励1000元,最高则达16.8万元。这条短视频获得20多万点赞,评论近万条。

记者调查了解到,“钓标”活动看似靠的是钓客技术、运气,谁能钓上谁是赢家,其实钓场经营者作为“庄家”,暗中设置了种种套路。

有的钓场老板会先录制一段放“标鱼”入塘的视频广撒“英雄帖”,转身就将高标金的“标鱼”捞上来,钓客实际上根本没有机会钓到那些天价“标鱼”。有的钓场会一早就把鱼喂饱,又限定客人钓鱼时只能使用钓场提供的鱼饵,或者通过抽签来确定钓鱼位置,以此增加钓鱼难度。

此外,有的钓场用扎带反扣鱼标,导致鱼标易脱落;有的甚至使用水溶性扎带,这种扎带在水中几个小时会自动溶解脱落。

今年4月,武汉黄陂警方端掉一个组织多人竞钓“标鱼”赌博的窝点,现场抓获86人,查获赌资10万余元。嫌疑人郑某在鱼塘投放高价“标鱼”,赌客交纳2480元入场费后,钓中“标鱼”可获得相应奖励,单条金额最高达60万元。郑某交代,60万元的“标鱼”仅仅是噱头;每天能钓上“标鱼”的人数最多五六人,大部分赌客都血本无归。

中国人民大学法学院教授刘俊海表示,相关部门应加强对各种新型赌博现象的研究,进一步厘清娱乐与赌博边界,严厉打击违法违规行。对可能涉及竞标赌博的工具,要加强对相关企业生产、流通情况的监管,电商平台等应对相关产品的销售情况给予关注和规范。短视频平台等要压实主体责任,警惕可能涉及赌博宣传的“钓标”视频在网上流传产生不良导向。

据中国经营报、农民日报



不惧炎热的年轻钓友



琳琅满目的钓鱼装备