



“一鱼带多链”市场规模近千亿元！

中青年成主力军 小鱼竿“钓”起大产业！

当下，户外运动发展火热。其中，钓鱼运动正成为越来越多年轻人的“心头好”。最新数据显示，我国钓鱼爱好者约1.5亿人，相当于约每10个中国人中就有1位爱好钓鱼。钓鱼运动群体也正呈现出年轻化趋势。其中，25至44岁的中青年群体已成为钓鱼运动的主力军，占比高达46%。

短视频浪潮下，钓鱼热度持续攀升。直播间里的“云钓客”从数十人到数万人聚集，钓鱼技巧、野钓日常成流量密码。“钓鱼热”背后，钓鱼经济的潜力同样令人瞩目。

如今的年轻人不再满足于“一人一竿一世界”，而是将垂钓与露营、徒步等户外场景深度绑定，让单一的钓鱼运动升级为集社交、休闲、消费为一体的生活方式，进一步激活“一鱼带多链”的产业模式。

年轻人爱钓鱼 究竟爱上的是什么？

入秋以来，暑气渐消，北京远郊通州区的一座生态农场迎来了一批特别的钓鱼爱好者。“看谁先钓到今天的第一尾鱼！”他们一早从城里自驾到此，绕鱼塘一圈找了个绿荫处，架起钓箱当板凳，一直坐到日落才肯打道回府。

一眼望过去，他们年纪不过二三十岁，看似新手小白，实则钓鱼达人。调漂、挂饵、甩竿、观漂、提竿……一气呵成，连一旁大爷也忍不住夸一句“后生可畏”。

如今在很多城市，从市中心到城郊，从公园到水库，有越来越多年轻人垂钓的身影。为什么现在的年轻人会爱上钓鱼？他们钓鱼钓的究竟是什么？

一竿钓的是连接自然的情趣。钓鱼能够为年轻人提供一块精神自留地。在朝九晚五的忙碌里，钓鱼提供了一个“暂停键”，让年轻人得以将烦恼随鱼钩一并抛入水里，从大自然中汲取能量。

“自打前年接触钓鱼起，生活仿佛变了个样。”“北漂”青年刘知遥对此深有感触。以前两点一线上班，下了班就窝在家里打游戏，直到迷上了钓鱼，业余时间大多留给户外，这两年北京郊区几乎跑了个遍。

“整个人多了几分精气神，做自己喜欢的事情完全不会感到累，也不觉得浪费时间。”刘知遥坦言。

对一些年轻人来说，钓鱼也是修炼心性的过

程。“钓鱼最大的魅力在于，你永远不知道下一竿会钓上什么鱼。”刘知遥认为，结果固然重要，但过程才修炼心性，真正钓上鱼的那一刹那，不仅有多巴胺飙升的快乐，更有内心深处的释然。

一竿钓的是同频共振的社交。对当下年轻人而言，钓鱼早已跳出了自娱自乐的框架，成为理想的社交方式之一。

“最开始是朋友拉我一起去钓的，没想到一发不可收拾。”一位钓鱼发烧友讲述，“通过钓鱼这个爱好，结识了很多新朋友，既有富有经验的钓友，也不乏想学钓鱼的新手。”

这几年，越来越多年轻人涌入钓友俱乐部，分享钓鱼趣事、探讨上钩经验、寻找垂钓营地……“我们俱乐部目前已有500多人，年龄主要集中在20至40岁之间。”苏州某钓友俱乐部负责人金女士介绍，各行各业的年轻人在此相聚，有医生、律师、白领等。此外，不同城市的俱乐部间还会互相联动，开办钓鱼趣味赛，也收获强烈反响。

从小众钓法到“云钓鱼” 互联网掀起钓鱼热

互联网时代，年轻人掀起的钓鱼热潮，不仅“钓”出了新玩法、新乐趣，更“钓”起了新理念、新风尚。

如今社交媒体平台上，小物钓、海钓、飞钩等这些曾经比较小众的钓鱼方式异军突起，正在重新定义年轻人眼中的“钓鱼”。

其中，小物钓凭借门槛低、易上手的特征，成为年轻人的入门首选。小物钓，顾名思义，就是以钓小鱼为乐趣的玩法。某头部自媒体平台的钓鱼博主小宜认为，它之所以很受年轻人青睐，一来胜在轻量化，鱼竿、鱼饵等装备都是迷你版，随钓随走无负担；二来胜在成就感，操作简单，上鱼率又高，初学者很容易上手。当然很重要一点，小物钓多在山野溪流间，大自然成为最好的背景板，极大满足了年轻人的拍照打卡需求。小宜打了个形象的比方，小物钓好比钓鱼界的“幼儿园”，不少年轻人都是从这里慢慢“入坑”，而后再进阶尝试更多钓法。

与此同时，海钓也在悄无声息间火了起来。在不少爱好者看来，海钓不仅是技术活，更是体力活。相比淡水钓，海钓的乐趣在于“搏”。当巨物咬钩，并瞬间将鱼竿拉成满月，鱼线绷紧如弓弦，此刻，钓手必须不断调整控线力道，与动辄三四十斤、甚至六七十斤的大鱼展开博弈。有时，成功钓起一条大鱼需要耗费两三个小时。

短视频浪潮还带来了一个颇有意思的现象“云钓鱼”。网友们挤在钓鱼博主的直播间看钓鱼，人数多时达到上万人。这当中，有人是老钓手，因抽不开身，只能在网上过把钓鱼瘾；有人是新手，想在线上拜师学艺；而有的人只为享受直播钓鱼时，如同开盲盒般的未知惊喜……如今，网络平台上，垂钓热度节节攀升，跻身户外领域热门话题之一。在一社交平台上搜索“钓鱼”话题，视频总播放量高达3500亿。

小鱼竿“钓”起大产业 放长线才能钓未来

“钓鱼热”背后，一条融合兴趣与体验的钓鱼经济链条正不断延伸。从装备选购到场景消费，从线上社群互动到线下产业布局，钓鱼经济持续释放发展潜力。

现在以垂钓为核心的休闲活动，催生出了一个近千亿规模的市场。根据休闲渔业统计监测数据，2023年全国休闲渔业产值931.47亿元，同比增长10.99%。中国是世界钓鱼用具制造大国，全球80%以上的钓鱼用具产品都是中国制造。截至2023年底，我国钓鱼用具及相关产业市场规模超500亿元，钓鱼用具主要产品出口近18亿美元。随着更多年轻人的加入，钓具消费越发呈现出专业化、个性化的趋势。一方面，与老一辈“一竿用十年”的理念不同，年轻人在钓鱼技能提升后，会主动升级装备。一位90后资深钓友介绍，“根据不同的垂钓场景，选择相应钓竿，一定程度上能提升钓中几率。”另一方面，很多年轻人格外注重垂钓体验，会根据自身使用习惯，不断摸索出最贴合手感的钓具。除了钓具消费，钓椅、钓箱、钓灯等钓鱼装备也深得年轻人的青睐。

其次，“钓鱼热”，热的不仅是户外运动本身，更催生出多元化的消费新场景。钓鱼运动协会数据显示，2024年，协会举办的各类钓鱼赛事近500场，直接参赛的专业钓鱼人数近五万人，相比五年前翻了一倍多。这些赛事不仅提高了钓鱼运动的知名度和影响力，也为相关产业的发展注入了新的活力。

今年8月，“京东健康杯-长海海钓精英挑战赛”在长海海域进行，来自全国各地的海钓高手齐聚辽宁大连獐子岛，上演精彩绝伦的海上“对决”。不止于赛事IP的打造，大连市长海县更以数字化服务升级海钓体验。不久前，这里上线了全国首个海钓智慧平台小程序，海钓爱好者们可随时随地享受一键预约船只、安排行程、选择钓点等一站式出游服务。长海县把握“赛事+”逻辑，将海钓与餐饮、住宿、文创、商贸深度绑定，形成“平台直播-海钓体验-海鲜餐饮-文旅住宿”的闭环。

“钓鱼热”的兴起，不仅仅是一种休闲方式的流行，更折射出当代年轻人重塑生活节奏、寻求精神归属的深层需求。小小的鱼竿，钓起的不仅是水中的游鱼，更是一种全新的生活方式和一片广阔的产业蓝海。

据央视新闻