

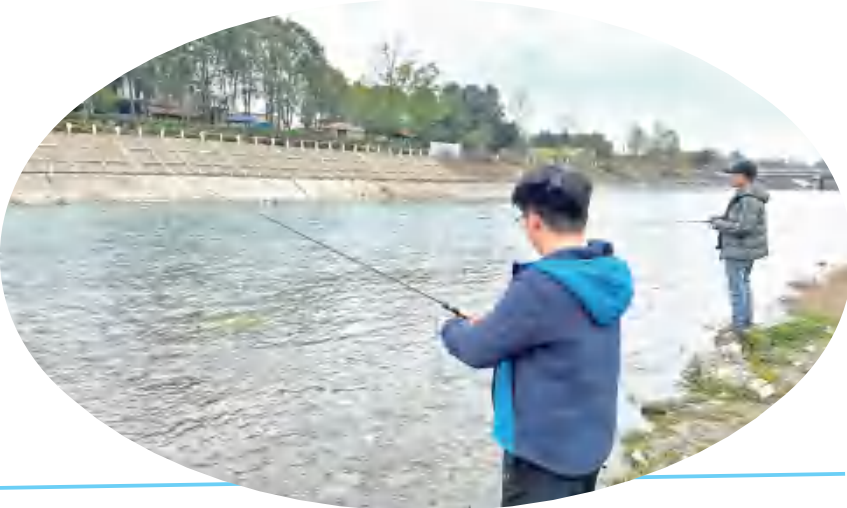
记者调查

钓竿、路亚鞋、小马扎……

钓鱼在年轻人群中持续破圈

□本报记者 马工枚/文 李艳/图

近年来，身边有很多小伙伴都入了钓鱼“坑”，有在游戏里当赛博渔民钓电子鱼的，有追钓鱼博主的视频下饭的，还有扛上渔具和小马扎，加入浩浩荡荡的钓鱼大军的……据中国钓鱼协会不完全统计，目前中国大约有 1.4 亿钓鱼人群，其中 18 岁至 44 岁的中青年已经成为钓鱼的主力军，占比 68%，而 45 岁以上“大爷团”群体只占 32%。



为什么年轻人都去钓鱼了？

根据《天猫消费洞察报告》显示：Z 时代、小镇青年异军突起，垂钓趋于年轻化。钓鱼，不再是大家心目中老年男性的专属运动，而是朝着更年轻化、娱乐化的方向发展。钓鱼装备不仅兼顾实用性，还呈现时尚化趋势，女性钓友的比例也在不断攀升。在以女性用户为主的社交平台上搜索“钓鱼”，可以检索到超过 17 万条笔记内容，其中包括钓鱼知识干货，以及钓鱼直播等内容。

“钓鱼就像开盲盒，你永远不知道你会钓起什么。”成都市民陈小姐说，周末找个农家乐，和朋友一边闲聊，一边挥动钓竿，是一件非常惬意、“属于工作后的加油站”的事。此外，钓鱼虽然有随机性，但却是一项实实在在需要钻研技巧的运动，入门易、精通难。自制鱼饵、选择水域、打窝方法、钓法研习……每一项都是在探索新领域，构成了极其丰富的“升级”之旅，在这些综合因素之下，现如今“钓鱼”就成为在年轻群体中流行的新风尚。

渔具市场花样多

随着年轻新用户的涌入，渔具消费

市场随之爆发出新风口。经记者走访成都渔具批发市场，发现年轻人更偏好“专业”“时髦”和“度假风”。“他们青睐全套购买，从基础钓竿、钓箱钓椅，到鱼线、鱼饵、鱼漂，再加上好看的马甲、钓鱼鞋、钓鱼眼镜（即偏光镜）、遮阳棚……年轻的新手喜欢‘仪式感’。”一家渔具商店的老板老林总结道，“一多半的顾客消费在 20 元到 1000 元不等。”

随着钓鱼人群年轻化以及消费的升级，人均的钓具消费将进一步提升，为钓具行业打开更大的潜力空间。据渔具行业协会不完全统计，目前国内规模较大的钓竿生产厂约 360 家，渔线轮生产厂近 40 家，几乎包含了从鱼竿、鱼漂、鱼护、竿包、支竿器、摘钩器、探鱼器，到钓饵、小药、钓箱、探照灯、冰钓帐篷等全套垂钓配套装备，并朝着更加专业化和精细化的方向发展。

“另外，坚决不能卖禁售捕捞工具。”老林强调。据了解，近年来，成都进行了全市打击市场销售长江流域及成都市天然水域非法捕捞渔获物专项行动，市场监管部门分阶段、分步骤采取行动，依法严厉打击市场销售长江流域及成都天然水域非法捕捞渔获物违法行为，斩断市场销售产业链，保护长江流域和成都天

然水域生态安全。

钓鱼市场的潜力有多大？

我国是渔具出口大国，出产全世界 80% 的渔具产品，为钓鱼运动的兴起提供了先天的便利。从 2022 年上半年中国海关公布的数据来看，在进出口贸易数量上，中国渔具进出口总体呈上升趋势。在进口贸易金额上，钓鱼竿出口金额为 4.7 亿美元，鱼钩出口金额为 0.7 亿美元，线轮出口金额为 2.3 亿美元，其他钓鱼用品出口金额为 4.6 亿美元。

值得一提的是，钓鱼这项综合装备消费与自然户外等多重因素的运动，其复杂程度，是多数运动项目无法比拟的。以渔具、渔场为核心的产业链，不仅脉络清晰，且链路长、影响远。从垂钓爱好者到专业协会，从展会到赛事，体系庞大且完善。据相关数据显示，2017 年至 2021 年，钓鱼市场规模年复合增长率接近 20%，预测到 2025 年，年产值接近 200 亿元。

消费场景呈现多元化的作用不容小觑。据了解，如今的钓鱼服务提供商大概分为三类，其中有专营钓鱼业务的职业渔场；也有借着户外露营兼营钓鱼

业务的渔场；还有一种特殊的服务商，叫做“自然渔场”，指在遵循相关垂钓及环保的规定下，享受江河湖海的“野钓”。

“在成都周边就有不少的自然钓点，如郫都区的老吴鱼塘和徐堰河野塘、温江区的鲁家滩水库、双流区的四合堰等，这些地方是不收费的，一般前去钓鱼的中老年人偏多。”资深钓鱼爱好者李大爷表示。而位于双流区的永安湖森林公园则更受年轻人的追捧，设有专业钓场及露营烧烤，其中高密度岸钓区全天收费为 150 元，大水面舟钓体验区全天收费为 280 元。还有成都市新津区宝墩镇张场社区九组的 50 亩天然湖区，依托宝墩水碾生态湖打造渔场，现在来这钓鱼的百分之八十都是年轻人，如今主营方式为欢乐钓，收取 40 元钓费，钓上的鱼若想带走再称斤收费。

3 月 1 日起 成都市天然水域禁止一切捕捞和垂钓

日前，成都颁布禁渔条例，要求 3 月 1 日至 6 月 30 日为期 4 个月的时间，所有天然水域禁止一切以捕捞为主的作业项目，其中包含垂钓。即商业水域是可以进行垂钓的。

但在这里还是要提醒大家：及时举报非法捕捞行为，如毒鱼、网鱼等行为；加强自我素养，禁渔期间，在非天然水域垂钓时，应使用一线一钓的垂钓方式，切勿使用任何辅助性捕鱼工具，一旦被执法部门查获，将面临没收、罚款，严重者甚至行政拘留的处罚；如果钓到了保护鱼类，请一定要第一时间放流，如果钓到了怀崽母鱼或体型较小的小鱼苗，也要尽到放生义务。

此外，在一些野钓区域，时常能发现垂钓后留下的垃圾，如饵料的包装、鱼线等，甚至有人“伪装钓鱼”，在禁渔区域变相进行捕捞生产。钓鱼是项低门槛的大众娱乐活动，引导其规范化道阻且长，其中不光需要政府和公益组织的共同努力，更需要大家自觉地进行行动起来。

本报讯（记者 赵蝶）记者日前从四川省商务厅外贸创新处获悉，2023 年 1-2 月，四川省跨境电商进出口交易规模为 193 亿元，同比增长 96.2%，其中进口 13.3 亿元，同比增长 2.8 倍，出口 179.7 亿元，同比增长 89.4%。通过公服平台和单一窗口申报的跨境电商进出口 19.5 亿元。

跨境电商综试区方面，1-2 月，成都跨境电商综试区交易规模为 184.67 亿元，同比增长 93.5%；泸州跨境电商综试区交易规模为 0.73 亿元，同比增长 5.8%；德阳跨境电商综试区交易规模为 1.1 亿元，同比增长 31%；绵阳跨境电商综试区交易规模为 2.6 亿元，同比增长 84.4%；南充跨境电商综试区交易规模为 1.18 亿元，眉山跨境电商综试区交易规模为 0.13 亿元，宜宾跨境电商综试区交易规模为 0.14 亿元，达州跨境电商综试区交易规模为 1.5 亿元。

市场采购贸易方面，1-2 月，全省实现市场采购贸易方式出口交易额 55.5 亿元，单数同比增长 16.8%。其中，矿产品采购贸易交易额 19.1 亿元，日用百货采购贸易交易额 11.1 亿元，机械类制品附件采购贸易交易额 7.4 亿元，贱金属及其制品 6.4 亿元，塑料橡胶类制品 3.4 亿元，家纺类 3 亿元，服装类织物 2.6 亿元，皮革类制品 1.2 亿元，精密仪器及配件 0.3 亿元，其他 0.4 亿元。

相关新闻

支持跨境电商发展
四川持续发力

今年 2 月，四川省人民政府印发《关于实施“三品一创”消费提质扩容工程 加快培育“蜀里安逸”消费品牌的意见》，要求大力推进国际消费目的地建设，加快培育具有国际范、中国风、巴蜀韵的“蜀里安逸”消费品牌，更好发挥消费对经济发展的基础性作用。特别提出要发挥综合保税区、跨境电商综合试验区政策叠加效应，推广“前店后仓+快速配送”模式，扩大保税进口备货。持续打造中国（四川）出口商品“世界播”品牌活动，构建以海外仓为节点的国际营销服务体系。

1-2 月四川省跨境电商进出口交易规模达到 193 亿元

谨防电信诈骗

警惕陌生电话 注意可疑短信