

我国1.5亿“钓鱼佬”中46%为中青年 年轻人，为什么爱上了钓鱼

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%。

“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、消费于一体的生活方式，进一步激活“一鱼带多链”的产业模式。



“钓鱼热”背后，钓鱼经济的潜力同样令人瞩目。

钓鱼早已跳出了自娱自乐的框架，成为年轻人理想的社交方式之一。

年轻人爱上钓鱼 他们究竟爱的是什么

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。

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？他们钓鱼的究竟是什么？

一竿钓的是链接自然的情趣。

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。

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。

互联网掀起钓鱼热 从小物钓法到“云钓鱼”

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、飞钓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。

当然很重要的一点，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儿慢慢“入坑”，而后再进阶尝试更多钓法。

值得一提的是，以小物钓为代表的钓友一直呼吁“钓获放流”的原则，即钓上鱼之后要及时放生到原水域。一位小物钓爱好者表示：“我们既然享受了大自然的

馈赠，就应该做它的守护者。”

与此同时，海钓也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。

放长线才能钓未来 小鱼竿“钓”起大产业

“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。

首先，“钓鱼热”带动了渔具市场的蓬勃发展。

据了解，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。我国已成为全球最大钓具生产制造基地和重要市场。

在“中国钓具之都”山东威海，汇聚钓具生产及配套企业1400余家，覆盖原材料、制造设备、配件、成品等环节的完整产业链，从业人员近5万人，全行业年产值突破百亿元大关。如今，威海钓具远销60多个国家和地区，钓竿销量占全球市场份额60%以上。

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。

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。

最后，“钓鱼热”推动构建“钓鱼+”产业创新模式，将垂钓热情转化为经济发展新动能。

“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。据央视新闻报道