

的台钓转向了路亚。这是一种当下时兴的钓法，音译自英语 Lure（引诱）。小许介绍，不同于传统的钓法，路亚其实顺应了自然界食物链的规律，通过人工制成路亚产品，在水中模拟栩栩如生的小鱼、小虾、昆虫等，通过钓手操控鱼竿给予水中路亚不同的牵引与拖拽力道，呈现出类似逃窜、挣扎等形态吸引目标鱼发动攻击，这种主动找鱼的乐趣，使得钓鱼的快乐加倍升级。“而且路亚装备简洁，一根竿、一个轮，一些假饵就能上路，更加灵活轻便。”不久前，小许带着自己的路亚装备，从上海出发北上青岛、威海海钓，走走停停，“碰到好的水面就试一下竿，大概 10 分钟就能判断这里有没有我想要的鱼，这种灵活性是台钓做不到的。在海边，我还成功钓到了一条鲅鱼，因为不方便带回家，送给了旁边的钓友，他很开心，我也很开心”。

## 消耗鱼饵的速度，堪比换口红

钓鱼是一项很公平的运动。它不需要身体很高、很壮、很敏捷，只要你想，你就可以钓鱼。老王和小许也都提到，钓鱼的未知最令人着迷，“你永远不知道水纹波动的背后，是真的有鱼，还是只是口了一下饵。而这种期待和失望交织的心情，在鱼出现的那一刻再次被拉满”。

虽然没有确切数据，但可以肯定的是，钓鱼这项运动，主要参与者以男性为主。一篇文章分析，这是因为钓鱼满足了男人打猎的冲动。出去钓鱼时，男人以钓竿、啤酒和

防晒装备为武装，去战胜自然。他们觉得，自己猎取到了食物，担负起了男人养家的重要责任。

而且，钓鱼能够让男性施展他们的单任务能力。站在那里，只需要拿着一个竿子、心中怀着一个愿望，这正是男人擅长的事情。

钓鱼的人多了，垂钓产业的崛起也就顺理成章。

作为一项“烧钱”的户外项目，装备必不可少。数据显示，中国钓具市场需求量逐年走高，年增速保持在 20% 以上，市场规模达到 93 亿元。这从老王和小许的装备也可看出端倪，入路亚坑才一年，小许已经有了 3 根路亚竿，而台钓钓竿，两人无一不是两只手数不过来。

除了鱼竿，饵料也是一大消耗品。有钓友表示，他消耗鱼饵的速度，和女朋友换口红的速度有的一比，“有些贵点的，可能比一支口红的

价格还高”。

渔具消费也在经历升级换代的过程。国内“钓具之家”发布的信息就显示，目前我国不管是鱼饵还是鱼线、鱼钩，过往 10 元以下的低端产品的销售比重呈现持续下滑态势，10—30 元的中段价位产品，乃至 30 元以上更高价位的产品销售占比在逐年升高。

而围绕钓鱼形成的旅游、餐饮、住宿等，更是一笔不菲的支出。因此，各地都在探索垂钓经济，希望将其发展成为新的城市特色项目。比如武汉，就得到了国家发改委、商务部的支持，在 2022 年出台文件，明确提出支持湖北发展钓鱼产业，推动竞技、休闲等多种类型钓鱼标准化赛事体系建设，积极利用条件适合的水面发展垂钓经济和钓鱼产业。而武汉也开始尝试以休闲垂钓为抓手，探讨“体育 + 农业 + 旅游 + 金融 + 生态”的共生模式。

除了实地挥动钓竿，也有相当一部分年轻人采用“云钓鱼”的方式入坑。据短视频平台发布的数据，钓鱼话题下最热门的三个话题 # 钓鱼、# 钓鱼人、# 户外钓鱼累计播放总量早已经超过了 1000 亿次。

最受关注的“中国钓鱼运动协会技术推广总教练”邓刚的账号已拥有 3650 万粉丝，其发布的视频获得 2.5 亿次点赞。有粉丝说“云钓鱼”非常解压：“每当看到对方不断钓起一条条鱼时，除了有种替对方激动的雀跃感外，还能从中学到不少技巧。”

最终这些“云钓鱼”的年轻人，往往也会忍不住下单钓具，开始自己的垂钓之旅。（文中王庆山为化名）

