

2014-2019年中国钓具市场 竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2019年中国钓具市场竞争力分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/tiyu1408/D57198BG82.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-08-25

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国钓具市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十二章，报告对我国钓具的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

前言

中国不仅是一个渔具加工大国，中国本身也是一个巨大的渔具消费市场，据统计2013年中国国内的渔具销售量达到6741万套，同比增长18.97%。另据中国钓鱼协会统计，在各钓鱼协会有记录的中国钓鱼人数是9000多万，这说明中国国内渔具消费市场的潜力仍然不可估量，预计未来几年中国国内渔具消费市场将以每年10% 以上的速度高速增长。

数据来源：博思数据研究中心整理

近几年来，钓鱼人群的消费比重和份额出现大幅度提升，而这个趋势还在不断蔓延。在市场需求不断增长的同时，整个市场的销售规模也不断提高。作为渔具市场与钓鱼人之间的重要纽带，国内钓鱼比赛也是呈现如火如荼之势。一时赛事类别逐年增加，2013年CAA开始把海钓赛纳入国家级赛事，既有船钓赛又有矶钓赛；二是赛事的地区参与度不断扩大，实现全方位覆盖；三是奖金额度不断提高，动辄20万30万的总决赛奖金让渔具市场热度也随之升温。

我国拥有庞大的渔具消费群体，渔具市场具有极大的开拓潜力。依据近几年的调查数据显示，我国渔具市场容量均呈现的增长趋势，2009年我国渔具市场容量为24.2亿元，2013年增长至50.6亿元。2014年随着人民生活水平的逐渐提高，以及渔业的高速发展，渔具市场空间将进一步扩大。

目录

第一章 2012年世界钓具行业整体运营状况分析 1

第一节 2012年世界钓具市场现状分析 1

一、钓具市场运行特点分析 1

二、世界新钓具集锦 23

三、世界钓具市场动态分析 26

第二节 2013年全球重点钓具市场分析 27

一、欧美市场分析 27

二、日本市场分析 41

三、韩国市场分析 45

四、新加坡市场分析 47

第三节 2014-2019年世界钓具行业发展趋势分析 50

第二章 2012年中国钓具行业市场运行环境解析 51

第一节 国内宏观经济环境分析 51

一、GDP历史变动轨迹分析 51

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 54

三、2014年中国宏观经济发展预测分析 61

第二节 2012年中国钓具市场政策环境分析 62

一、钓具行业呼唤规范和标准 62

二、国家产业政策鼓励渔具五金件产业向高技术产品方向发展 63

三、监管体制及主管部门 64

二、中长期渔业科技发展规划 71

第三节 2012年中国钓具市场社会环境分析 73

一、观赏鱼一直深受中国人的喜爱 73

二、湖边垂钓益于健康的休闲嗜好 75

第三章 2013年中国钓具行业市场运行态势剖析 78

第一节 2013年中国钓具行业运行动态分析 78

一、全国钓具行业国家标准编写知识培训班在宁波举行 78

二、日专家助威海企业做世界独一无二钓具 78

三、碧海钓具展见证中国钓具行业的壮大 80

四、威海市临港区打造中国最全钓具产品集散中心 82

五、中国钓具之都•博览城开业仪式暨首届渔博会在威海举行 83

六、中国（廊坊）2014年秋季渔具展明日开幕 84

七、首届中国品牌渔具博览会在京开幕 85

八、威海海斯特钓具股份有限公司成功上市:全新启程 86

第二节 2013年中国钓具市场现状综述 88

一、中国钓具行业走向壮大 88

二、中国钓具市场开放度提高 88

三、中国钓具市场高速增长 89

四、钓具制造企业的分布比较集中 89

五、钓具产业政策不断完善 89

第三节 2013年中国钓具市场存在的问题与应对策略分析 90

第四章 2013年中国钓具市场运行运营态势分析 94

第一节 钓具市场运行特点分析 94

改革开放之后，钓鱼成为人们养身修性及健身的一种休闲娱乐活动，在神州大地迅速发展起来。渔具行业应运而生。自从上世纪八十年代中叶中国诞生第一支玻璃纤维钓竿之后，我国的渔具业如雨后春笋，获得蓬勃发展。渔具界人士经二十年的艰苦卓绝的打拼，中国的渔具不仅门类齐全，品种繁多，品质也有了长足的进步，一些著名的品牌已熠熠生辉，深受钓鱼者的青睐。

目前，中国占世界近80%的渔具产品，2013年，我国主要渔具出口额约为9.52亿美元，中国钓具出口量最大的3个地区分别是北美、亚洲和欧洲。中国制造的钓具在这三个地区主要以贴牌方式销售。

中国出口钓具的种类，数量上位列前三名的分别是钓竿（单位：支）、渔线轮（单位：只）和鱼钩（单位：千克）。近年来，江苏兴化和福建泉州拟饵（LURE）制造发展起来，出口量处于增长中。

专家预测：在未来10至15年之间，中国将会出现世界性钓鱼品牌，而这品牌将在生产拟饵和其它配件的工厂中产生。

美国钓鱼运动联合会近几年公布的有关数字显示，中国在美国九十六个渔具进口国中长期处于领先地位。另据统计：欧美发达国家钓鱼爱好者占总人口的四分之一，中国大陆则拥有9000万钓鱼爱好者；而在华南地区钓鱼爱好者在10多年的时间里长期保持在200万左右，近两年超过600万，潜在的市场前景业内人士非常看好！

1、从价值链上看：

大家都知道产品的价值链分为几个部分：生产/加工利润、市场推广和销售利润、品牌利润；而前者一般只占全部产品的15-20%，市场和销售占40-50%；品牌占20-30%。

大多数中国渔具企业现在基本上是在最低端，仅仅是产品的加工阶段。创造的价值本身就不多，在加上我们自己与自己的廉价竞争，是企业所获得的价值又大打折扣。国外制造企业

的利润可以来自专利、品牌和市场销售诸多方面。

2、从专利和品牌看：

国外知名企业都有属于自己的品牌产品；而中国企业拥有自主知识产权的品牌产品只局限与某些大的企业，而且只限在国内使用。而绝大部分很多很多企业没有自己的品牌产品；而大企业的中心也没有多少真正放在自己的品牌发展上面。

因为中国渔具正处在发展阶段，有太多的利润机会和利润空间可以利用，本人认为谁能够在这个时候注意未来10年后向世界级品牌靠近，谁才会能在这场竞争中取胜。

3、从生产设备看：

中国渔具企业的制造工业和设备还很落后，材料供应渠道也不充足，这些都直接影响到中国渔具企业的加工能力和质量；所以我们在今年9月10-13日在山东省威海市举办中国国际渔具制造设备、原材料和配件展览会，目的是引进国内外先进的技术设备和渔具最需要的材料，增强中国渔具企业与国外企业的竞争力。尽管中国已经向世界提供了80%的产品，但集中于中，低端市场。

4、从发展环境看：

中国企业处在很无序的市场竞争状态。国外的渔具组织或协会有相当强的职能，他们不仅在维护国内的市场秩序、自然资源的保护、钓鱼人的管理、对企业的资助和培训、信息的提供等方面做了大量的工作；而且还帮助他们在世界范围发展。

所以从渔具工业的整体水平看，我们的渔具企业是在单兵与国外整体水平想抗衡。

第二节 2013年中国钓具市场动态分析 95

一、碧海（廊坊）秋季钓具展亮点分析 95

二、中国文体协会钓具专业委员会会长会议纪要 99

第三节 2013年中国钓具市场运行走势分析 100

一、全世界渔具八成中国产 100

二、钓具市场需求情况分析 102

中国不仅是一个渔具加工大国，中国本身也是一个巨大的渔具消费市场，据统计2013年中国国内的渔具销售量达到6741万套，同比增长18.97%。另据中国钓鱼协会统计，在各钓鱼协会有记录的中国钓鱼人数是9000多万，这说明中国国内渔具消费市场的潜力仍然不可估量，预计未来几年中国国内渔具消费市场将以每年10% 以上的速度高速增长。

数据来源：博思数据研究中心整理

近几年来，钓鱼人群的消费比重和份额出现大幅度提升，而这个趋势还在不断蔓延。在市

场需求不断增长的同时，整个市场的销售规模也不断提高。作为渔具市场与钓鱼人之间的重要纽带，国内钓鱼比赛也是呈现如火如荼之势。一时赛事类别逐年增加，2013年CAA开始把海钓赛纳入国家级赛事，既有船钓赛又有矶钓赛；二是赛事的地区参与度不断扩大，实现全方位覆盖；三是奖金额度不断提高，动辄20万30万的总决赛奖金让渔具市场热度也随之升温。

我国拥有庞大的渔具消费群体，渔具市场具有极大的开拓潜力。依据近几年的调查数据显示，我国渔具市场容量均呈现的增长趋势，2009年我国渔具市场容量为24.2亿元，2013年增长至50.6亿元。2014年随着人民生活水平的逐渐提高，以及渔业的高速发展，渔具市场空间将进一步扩大。

数据来源：博思数据研究中心整理

三、影响钓具市场供需的因素分析 103

第四节 2013年中国钓具细分产品市场分析 104

一、钓鱼竿 104

二、钓线轮 105

三、鱼钩 105

第五节 2013年中国钓具重点市场分析 106

一、固安县荣膺“中国钓具之乡” 106

二、献县钓具占据国内市场八成份额 106

第五章 2013年中国钓具市场销售渠道运行态势分析 108

第一节 2013年中国钓具市场营销模式分析 108

一、代理型 108

二、直销型 108

第二节 2013年中国钓具行业市场销售渠道分析 108

第三节 2013年中国钓具行业市场销售渠道的瓶颈 109

第四节 2013年钓具市场营销策略分析 110

第六章 2013年中国钓具品牌需求与消费者偏好调研 113

第一节 钓具消费者基本情况分析 113

一、年龄分布情况 113

二、性别比例 113

三、收入水平 114

第二节 2013年中国钓具市场消费调研 114

一、消费者对钓具品牌的首要认知 114

二、2013年消费者购买钓具的品牌构成 115

三、消费者对钓具价格敏感度 115

四、消费者对钓具产品应用形式分析 116

第三节 影响消费者购买的因素分析 116

第七章 2013年中国钓具市场竞争格局透析 117

第一节 2013年中国钓具行业竞争总况 117

一、全球的市场竞争亦日趋白热化 117

二、世界钓具批发商和零售商将他们的采购放在中国 117

第二节 2013年中国钓具市场竞争格局 118

一、钓具前十品牌竞争力分析 118

二、价格竞争分析 124

第三节 2013年中国钓具市场竞争策略分析 125

一、创新工作机制提高钓具产品市场竞争力 125

二、中国钓具流通机制对市场竞争力分析影响 125

第四节 2014-2019年中国钓具行业竞争趋势分析 128

第八章 2012年世界品牌钓具企业营运状况浅析 130

第一节（达瓦）精工株式会社 130

一、企业概况 130

二、产品竞争力分析 131

三、企业发展战略分析 131

第二节 SHIMANO株式会社 132

第三节 瑞典ABU GARCIA 132

第四节 台湾迪佳渔具公司 134

第九章 2012年中国钓具优势企业竞争力及关键性数据分析 137

第一节 安陆钓鱼王鱼具有限公司 137

一、企业概况 137

二、企业主要经济指标分析 137

三、企业盈利能力分析 138

四、企业偿债能力分析 138

五、企业运营能力分析 138

六、企业成长能力分析 139

第二节 威海光威集团有限责任公司 139

一、企业概况 139

二、企业主要经济指标分析 140

三、企业盈利能力分析 140

四、企业偿债能力分析 141

五、企业运营能力分析 141

六、企业成长能力分析 141

第三节 文登三养钓具有限公司 142

一、企业概况 142

二、企业主要经济指标分析 142

三、企业盈利能力分析 142

四、企业偿债能力分析 143

五、企业运营能力分析 143

六、企业成长能力分析 143

第四节 荣成市多美技钓具有限公司 143

一、企业概况 143

二、企业主要经济指标分析 144

三、企业盈利能力分析 144

四、企业偿债能力分析 144

五、企业运营能力分析 145

六、企业成长能力分析 145

第五节 威海环海钓具有限公司 145

一、企业概况 145

二、企业主要经济指标分析 146

三、企业盈利能力分析 146

四、企业偿债能力分析 146

五、企业运营能力分析 147

六、企业成长能力分析 147

第六节 山下钓具大连有限公司 147

一、企业概况 147

二、企业主要经济指标分析 148

三、企业盈利能力分析 148

四、企业偿债能力分析 148

五、企业运营能力分析 149

六、企业成长能力分析 149

第七节 宁波高科海洋开发有限公司 149

一、企业概况 149

二、企业主要经济指标分析 150

三、企业盈利能力分析 150

四、企业偿债能力分析 150

五、企业运营能力分析 151

六、企业成长能力分析 151

第八节 泉州昱豪钓具有限公司 151

一、企业概况 151

二、企业主要经济指标分析 151

三、企业盈利能力分析 152

四、企业偿债能力分析 152

五、企业运营能力分析 152

六、企业成长能力分析 153

第九节 文登隆力富渔具有限公司 153

一、企业概况 153

二、企业主要经济指标分析 153

三、企业盈利能力分析 154

四、企业偿债能力分析 154

五、企业运营能力分析 154

六、企业成长能力分析 155

第十节 青岛天宇渔具有限公司 155

一、企业概况 155

二、企业主要经济指标分析 155

三、企业盈利能力分析 156

四、企业偿债能力分析 156

五、企业运营能力分析 156

六、企业成长能力分析 157

第十一节 威海润兴渔具有限公司 157

一、企业概况 157

二、企业主要经济指标分析 157

三、企业盈利能力分析 158

四、企业偿债能力分析 158

五、企业运营能力分析 158

六、企业成长能力分析 158

第十二节 青岛美中达渔具有限公司 159

一、企业概况 159

二、企业主要经济指标分析 159

三、企业盈利能力分析 159

四、企业偿债能力分析 160

五、企业运营能力分析 160

六、企业成长能力分析 160

第十三节 烟台金岛渔具有限公司 161

一、企业概况 161

二、企业主要经济指标分析 161

三、企业盈利能力分析 161

四、企业偿债能力分析 162

五、企业运营能力分析 162

六、企业成长能力分析 162

第十章 2012年中国钓具相关行业运行状况分析 163

第一节 2012年中国钓具行业原材料市场运行状况分析 163

一、合成纤维代替植物纤维 163

二、很大程度上只靠日本和德国提供碳布 163

三、部分企业有了碳布后产线，一定程度解决原材料供给 163

第二节 2012年中国合成纤维市场运行现状分析 164

一、合成纤维市场供需状况分析	164
二、中国合成纤维市场价格分析	164
三、未来合成纤维市场发展趋势预测分析	165
第三节 2012年中国碳布市场现状分析	166
一、碳布市场供需分析	166
二、碳布市场价格走势分析	167
三、碳布市场进出口量值分析	167
第四节 2014-2019年中国碳布市场发展趋势预测分析	168
第十一章 2014-2019年中国钓具行业发展趋势与前景展望分析	169
第一节 2014-2019年中国钓具行业发展前景分析	169
一、中国钓具市场潜力巨大	169
二、钓具新产品呈现多元化发展趋势	170
第二节 2014-2019年中国钓具行业市场预测分析	171
一、市场供需情况预测分析	171
二、进出口贸易情况预测分析	172
第三节 2014-2019年中国钓具市场盈利预测分析	173
第十二章 博思数据关于钓具行业投资战略研究	174
第一节 2012年中国钓具行业投资概况	174
一、钓具行业投资特性	174
二、钓具投资环境分析	176
第二节 2014-2019年中国钓具行业投资机会分析	176
一、中国钓具区域投资潜力分析	176
二、中国钓具投资吸引力分析	177
第三节 2014-2019年中国钓具行业投资风险分析	179
一、宏观调控政策风险	179
二、市场竞争风险	179
三、市场运营机制风险	179
第四节 博思数据投资建议	180

本研究咨询报告由博思数据研究中心领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家发改委、国务院发展研究中心、中国人民

银行、中国上市公司资讯、国内外相关刊物的基础信息以及 钓具专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于当前世界金融危机整体发展局势，对我国钓具行业的生产发展状况、市场情况、消费 变化、重点企业以及市场发展机会进行了详细的分析，并对钓具行业市场品牌及市场销售渠道等着重进行了调查和研究。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tiyu1408/D57198BG82.html>