

威海產業集群蓬勃 品質訂單雙豐收

海外買家認可度提升 中國漁具出口撲2500億

全球每10根魚竿就有6根來自山東威海，全球80%的漁具產自中國，威海漁具產業佔其中70%以上，可見威海的漁具企業發展潛力巨大。阿里巴巴國際站威海本地服務中心負責人明平東透露，2019年起，漁具行業在阿里巴巴國際站平台市場同比增速，按年超過20%，預計到2028年，中國漁具出口將達到318億美元（約2480億港元），複合增長率為4.2%。

大公報記者 丁春麗 胡卧龍（文、圖）

威海號稱「中國釣具之都」，4000多家漁具生產及貿易型企業在釣具產業鏈全鏈條上蓬勃生長，年產值超過200億元（人民幣，下同）。魚竿、魚漂、釣餌、魚輪、釣箱、探照燈、冰釣帳篷、充氣釣魚船……在山東威海諾比漁具展廳裏，記者幾乎窺見了整個威海漁具產業全鏈條的相關產品。

無懼訂單分散 組貨能力強

威海諾比漁具總經理孫壯志表示，公司2013年開始以「諾比（Noeby）」品牌出海，帶來產品品質和訂單的雙豐收。Noeby品牌目前已出口到全球120多個國家。歐洲和美國是品牌的主要市場，各佔其市場份額的三成左右；中東、澳洲、新西蘭、哥倫比亞、阿根廷、巴西、智利等市場份額都還不錯，新興的非洲市場也逐漸嶄露頭角。

明平東也發現，與前幾年海外買家採購訂單不願承認中國品牌對比，越來越多海外買家在國

際站直接搜索漁具品牌，其中，Noeby、Newbility、Honor、Circle、Hunthouse……都是海外買家搜索度較高的威海漁具品牌，也讓威海成為中國乃至全球漁具最大的供貨選品基地。

「在威海開車不到30分鐘就能找到漁具工廠，不管什麼價位的漁具產品都可以在威海一站式購齊。」明平東說。下午14時30分收款，18時15分打包發貨，4個人，3個多小時便完成了非洲客戶80多個品類的訂單，孫壯志告訴記者，這個訂單貨量不大但很分散，且貨源集中在威海當地多個品牌。公司之所以具有這麼快的組貨能力，正是得益於威海強大的漁具產業集群。

疫下採視頻直播 維繫顧客

對於疫情對漁具的經營情況的影響。孫壯志說，疫情之前自己每年都會去參加歐洲、美國、日本以及北京、天津、蘇州、廣州、威海的專業漁具展會，但2020年疫情之後全部改為線上。「我們一般選擇單獨給客戶開線上展會，有時候在樣品室，有時候在工廠車間，採用視

頻直播的方式。」孫壯志說，疫情之初轉線上頗為被動，現在線上恰恰成了優勢，八成員工都可以用英文與客戶進行視頻交流。

他續稱，疫情帶來的還有海外買家購買習慣變化——從喜歡囤貨到不喜歡囤貨。他舉例說，公司一個海外大客戶，一般每年的囤貨量為1億元，疫情剛爆發時，客戶囤貨約2億元，現在囤貨量大約5000萬元。

孫壯志表示，2021年整個漁產業曾進入爆發期，訂單爆滿較2020年增40%左右，而去年全球經濟環境下行的背景下數據雖不是很好，但基本能和2021年持平。

明平東介紹說，從2020年至今，阿里巴巴國際站漁具類目買家轉化率同比增長38.75%、出口增長40.6%，去年出口額達到16億元。預計到2028年，中國漁具出口將達到318億美元，複合增長率為4.2%。「十個男人九個釣，還有一個時候未到。」孫壯志也笑着說。



諾比漁具生產的充氣釣魚船。



工人正在製作碳纖維魚竿。



威海觀樂戶外用品有限公司工人在製作魚餌。



威海海龍王戶外用品有限公司製好的魚線產品。



諾比漁具生產的魚餌產品。



扫一扫 有片睇



威海海龍王戶外用品公司魚線生產車間。

做優質魚線 解決易斷難題

自主創新

「我們基本突破了現在小魚線的核心技術，魚線的品質絕對不次於國際同行。」拿着最新研發的一款PE（Polyethylene，即以此纖維材質編織而成）魚線，威海海龍王戶外用品公司（以下簡稱「海龍王」）外貿經理曹鵬告訴記者，魚線的原材料從日本進口，採用了自主創新的防水技術，其性能經測試達到國際知名品牌同等線質的拉強、耐磨、順滑等性能。在B端（企業用戶）售價，其頂級（S級）魚線100米約50元人民幣。曹鵬說，新款魚線質

優價美，很多收到樣品的國外客戶都給了很高的反饋。

在威海釣具產業鏈上，魚線企業並沒有像魚竿、魚輪、魚餌等企業那樣競爭激烈。成立於2000年的海龍王目前具備日產100萬米的大力馬魚線生產能力。

攜科研院合作 掌握核心科技

曹鵬向記者介紹，在海龍王進入魚線行業之前，中國中高端的釣魚線都是從日本進口的。海龍王通過建設高標準實驗室，與高校、科研院所建立深度合作，

掌握了釣魚線原料生產的核心技術——原線核心技术。2015年，海龍王PE線編織技術由16股提升至32股，日本、歐美等世界釣具品牌紛紛發來訂單。海龍王自主研發原線塗層工藝，更是解決了釣帶魚經常斷線的行業難題。

「目前國外訂單基本排到1月份之後了，但訂單情況不如去年。」曹鵬告訴記者，目前，公司除了潛心研發新品，在傳統歐美市場基礎上也在積極開拓日韓、東南亞、南美洲等市場。在曹鵬看來，2023年或許是一個緩衝期，他更期待2024年的海外市場。

與時俱進

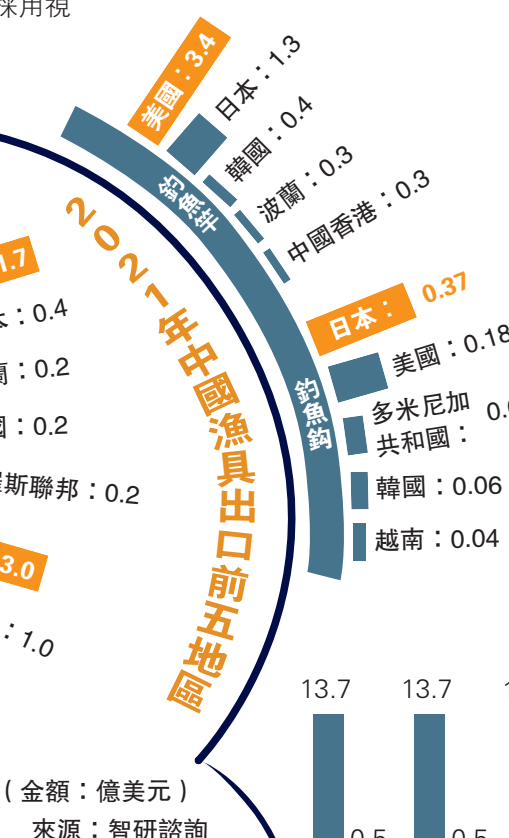
「這款樹脂魚餌是我們新開發的專利產品，在鉛製的假餌外面再包裹一層樹脂，不僅耐磨耐腐蝕，更滿足了海外客戶對環保的嚴格要求。」威海觀樂戶外用品創始人林峰告訴記者，美洲和歐洲是其海外的最大市場，海外市場普遍對產品的環保要求高，公司在產品材質、設計、耐用度等方面都做了相應的改進。「公司現在每年生產魚餌2000萬件，我們要做『魚餌的全球線』上超

魚餌同質化嚴重 靠定製服務突圍

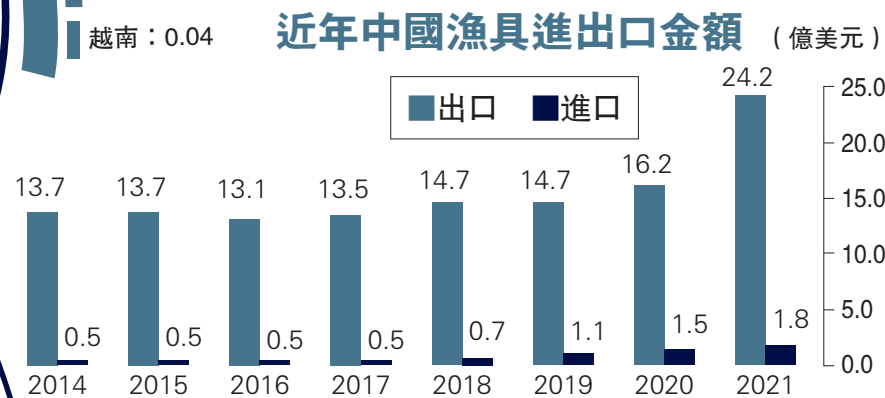
市」。從原材料到修胚、燙金或噴漆、掛鉤、手工包裹樹脂……一款魚餌的製作需要經歷不同的工序。林峰帶記者參觀生產車間、倉庫，隨處可見五顏六色的魚餌，有硬餌也有軟餌，魚餌工藝做的非常逼真，一款魷魚的魚餌還帶着漂亮的「觸鬚」。仿生軟餌有小魚也有小蝦，還增加了獨特的「香味誘食」功能。

「像這個比較大的假餌就適合釣大魚，在海外市場能賣到幾十美元。」林峰舉起一個類似手電筒大小的木質假餌

說。阿里國際站客戶經理李琪告訴記者，魚餌雖然在阿里巴巴國際站屬於一個小類目，但一直都在穩步增長，每年增幅超過10%，最高的時候能有30%至50%。林峰關注到魚餌產品同質化嚴重，新產品易被模仿，他除了保證產品的質量、耐用性和環保性能，更加注了客戶的「定製化」服務。由於不同國家、地區、季節的目標魚群不同，林峰會根據客戶所在國家、地區的魚群來推薦合適的魚餌。



（金額：億美元）
來源：智研諮詢



斥40億研碳纖維魚竿 打破壟斷撕走廉價標籤

技術飛躍

碳纖維布經過自動裁切，一層一層的包裹在一根長圓錐狀的鐵芯上，再經過加熱、固化、脫模，抽出鐵芯模具，一根碳纖維的魚竿竿材就做成了。威海諾比漁具總經理孫壯志帶記者參觀魚竿生產車間，記者把竿材拿在手裏掂量了一下，輕的超乎想像。碳纖維比鋁輕，比鋼鐵強度高，被譽為材料界的「黑色黃金」。一根8米的碳纖維魚竿通常重量僅有200克至500克。阿里巴巴國際站威海本地服務中心負責人明平東告訴記者，以碳纖維做原料生產魚竿，魚竿更輕更有韌性而不容易折斷，也正是碳纖維讓整個威海漁具產業得到了快速發展。

作為中國距離韓國最近的城市，威海漁具產業的起家源於日韓把釣具在內的勞動密集型產業向發展中國家轉移，以光威、環球、浪寶為代表的威海大批釣具製造及其相關配套企業搶抓了這次機遇。1981年，中國第一支玻璃漁竿在威海誕生。在碳纖維魚竿發展方面，上世紀90年代，威海釣竿企業主要是日本代工碳

纖維魚竿，碳纖維的技術掌握在日本等少數幾個國家手裏。

光威集團先後共投入40多億元人民幣研發碳纖維複合材料，2000年成功建設了內地首條寬幅碳纖維預浸料生產線，打破了美日韓的技術壟斷同時，也把國際碳纖維價格降低了三分之二。技術的飛躍為威海釣具撕下「廉價」「代工」的標籤，威海魚竿目前年產量達4000多萬支，產量和出口量均居全國首位。

自主創新已成為威海釣具搶佔市場的「尖刀利器」。截至目前，威海已建有1處國家級重點工程實驗室、4處省級企業技術中心、釣具領域申請專利600多件。



▲威海諾比漁具有限公司總經理孫壯志介紹碳纖維魚竿。