



竿尖倏然一扬，钓线破空而出，铅坠携钩没入碧波，一枚浮标缓缓立起。小小浮标，于钓友，是洞察水下鱼情的“信号塔”，于临湘，是撑起县域产业的“金名片”。

从家庭作坊到智能产线、从芦苇浮标到传感浮标、从地方特产到畅销海外……如今，临湘钓具浮标全产业链年产值达90亿元，国内市场占有率超80%，产品远销全球30多个国家和地区，手握专利600余项。

临湘市，地处长江南岸、洞庭湖东侧，渔猎文化底蕴深厚，当地钓鱼人历来有以芦苇作浮标的传统。上世纪90年代初，临湘浮标产业起步，但“小散乱差”问题突出，品类单一，不成规模。县域经济百舸争流，这座湘北小县城何以突围？

答案，藏在一根网线里。在临湘，电商早已跳出线上货架的方寸天地，长成驱动全链迭代升级的“神经中枢”，一条产业数字化突围的县域发展新路，正越走越阔。

10月30日，湖南省池海浮标钓具有限公司生产车间，工人在生产浮标产品。

本版照片均为湖南日报全媒体记者 田超 丁万珲 摄

“中国钓具（浮标）之乡”临湘借电商浪潮完成产业跃迁——

小浮标“触网”，钓起近百亿大产业

湖南日报全媒体记者 李勇 左丹 吴媚 姜鸿丽

一方屏幕聚起的产业合力

11月1日，夜幕降临，临湘民间艺人钓具有限公司灯火通明。主播燕子手持浮标，对着镜头细致讲解参数与用法。“在公司播4小时，回家再补播两小时，时间灵活不误带娃，月均收入5000余元，补贴家用还有结余。”

在临湘，像燕子这样的宝妈主播有上千人，她们以草根直播的力量，为浮标钓具撬开新销路。

直播电商浪潮下，头部主播成为稀缺资源，薪酬高，流动性大，一“播”难求是县域企业的共性难题。临湘没有陷入重金抢人的内卷，而是另辟蹊径，重点孵化本土宝妈主播。“愿意尝试的宝妈，都能报名市电商协会开办的免费培训班，学会镜头表达、选品答疑，居家支起手机就能开播，按销量提佣金，不必坐班，不误育儿。”临湘市电商协会秘书长陈丹介绍。

如今，“千家万户开直播”成了这座县城独有的产业风景。“别小看这些草根账号，上千个聚起来，带货体量不输一个百万粉丝主播。”临湘市特色产业发展中心主任罗星说。

草根主播筑牢销量基本盘，专业达人则撬动品牌新增量。钓具企业还主动牵手垂钓达人，用硬核内容扣开圈层信任。资深钓友出身的主播李志刚，于2020年加盟川泽渔具，借势内容电商东风，将企业账号从5万余粉丝做到如今的240余万，带动川泽年营业额从千万元级跃入亿元级梯队。“主要靠分享钓技与装备，用专业知识打动钓友。”李志刚说。

电商产业成长，物流是另一道必须迈过的坎。早年企业单量小、议价能力弱，500克以内的快件单价高达3.5元，比周边地区贵出1元多。

“快递卡脖子，产业就跑不快。”临湘临创仓储物流公司负责人张大志回忆，当时几家头部企业一拍即合，联合组建仓储物流公司，集中货源拉到武汉、长沙中转，争取更低快递单价。

伴随产业体量持续扩大，这场“快递突围战”最终倒逼县域快递企业主动降价。如今，临湘500克以内电商快件单价已降至1.6元，物流成本占销售额比重从7%至8%降至3%至4%。

企业自发的抱团突围，离不开临湘市委、市政府的大力托举。近年来，临湘积极拥抱电子商务，打出一套“平台+政策+服务”组合拳：先后投入近5亿元高标准建设钓具电商物流园，成功创建国家电子商务示范基地；搭建公共服务平台，提供产品研发、网店运营、直播带货等全链条服务；出台系列要素保障惠企政策，鼓励企业开展技术与商业模式创新。

政府搭台、企业唱戏，电商产业生态加速崛起。2025年，全市钓具（浮标）电商销售额超60亿元，发货量稳居湖南特色产业电商前三、全国垂钓类目第一，电商发货单量接近9000万单，2026年发货单量可望突破1亿单。

一条留言里的产线密码

走进临湘金锐户外智能化生产车间，机械臂运转自如，打结、裁切与检测等工序一气呵成，全程无需人工干预。这条全球首创的AI智能精绑子线双钩生产线，是临湘钓具浮标行业的又一次“破局之作”。

公司负责人李建明，同时掌舵湖南省池海浮标钓具有限公司，是浮标产业界公认的“技术拓荒者”。他率先引入巴尔杉木、PMI高分子材料、碳素材料，牵头研制数控车床、全自动浸漆机等核心设备，更难得的是，他将多项专利向全行业无偿开放，推动临湘浮标集体告别手工作坊时代，驶入智造快车道。

近年转战电商后，一条用户差评让他盯上了新赛道。当时店铺配套售卖的代加工子线双钩，手工绑制品控不稳，差评率高达20%。

“产品质量要稳，归根到底得靠机器。”瞄准行业痛点，李建明累计投入1.9亿元，历时四年攻关自动子线绑钩技术，投产后的变化一目了然：原先钓友外出钓鱼需备10副手工子线双钩，现在两副即可稳撑全场；终端售价也从原先两三元每副降至七八角，垂钓成本大幅降低。硬品质换来硬市场，产品一上市便拿下全国30%的市场份额。

从差评里找考题，于留言中觅新机，已是临湘钓具企业的集体默契。湖南省小凤仙钓具有限公司创始人涂小凤，同样在用户留言里挖到增长密码。

这个创立于2010年的品牌踩准电商迭代节拍，从传统货架电商一路转战直播赛道，凭借短视频内容和直播场景，持续裂变破圈，如今成长为抖音浮标类目订单top1。

在与钓友日常互动中，涂小凤捕捉到一条高频诉求：大量新手钓友吐槽线组配件零散、绑制工序繁琐，还未开钓先被门槛劝退。



10月29日，临湘民间艺人钓具有限公司，主播正在直播销售浮标产品。

线组是连接鱼竿和鱼钩的重要组成部分，相当于钓鱼的“传动系统”。它看似简单，却需配齐多种材料、经过数道工序绑制。循着用户痛点，涂小凤布局线组赛道，自建工厂推出一站式成品精绑线组，钓友到手即用。凭借稳定品质与高性价比，小凤仙线组很快登顶淘系单品类销量榜首。

从“企业产什么，钓友买什么”到“钓友缺什么，企业造什么”，电商平台的评价数据、用户留言，成了灵敏的“市场晴雨表”。企业以消费数据反向指导生产，蹚出一条“需求在哪里、生产就跟到哪里”的进阶新路。

企业敢闯敢试背后，离不开金融“活水”的精准滴灌。“我们持续优化融资对接服务，据不完全统计，今年累计发放‘浮标贷’约3亿元，同比增加10%，有力保障了企业研发生产投入。”罗星介绍。

时至今日，临湘浮标钓具产业早已走出“一支浮标闯天下”的单一格局，形成以浮标为核心，覆盖钓竿、线组、子线双钩、饵料、路亚假饵、钓箱、户外服饰及配套包装、物流、原材料供应的完整产业链条，衍生出4000多个品种，智能浮标、仿生浮标等高端产品更是加速迭代。

浮标为根，已然长出一片产业林海。临湘正加速向全国最大、世界一流的浮标产业基地迈进。

一枚浮标的价值跃升

全网曝光突破30亿次，话题登顶抖音热搜榜第一……这是2026年第四届“临湘浮标杯”金秋垂钓大赛的热度答卷。2023年首届大赛启动时，很少有人料到，这场小城垂钓竞技比赛能长成国内极具号召力的行业顶级赛事IP。

“赛事的意义，早已超越竞技本身。”罗星介绍，临湘市委、市政府敏锐捕捉垂钓运动的大众消费热潮，联袂头部电商平台，连续4年深耕赛事IP，把流量淬炼成发展新资源，临湘浮标也从产地标签升级为全国钓友熟知的区域公共品牌。

“赛事+电商”深度绑定模式，让赛事热度直连直播间销量：大赛短短7日，带动钓具浮标电商销售额突破10亿元。流量红利持续沉淀为产业增量。一批千万粉丝垂钓达人、国家级竞钓运动员落户临湘，带动人才、技术、资源加速集聚；韩国、越南等国的渔具客商、钓手慕名而来，洽谈品牌授权与代理合作，出海通道越走越宽；赛事还带动竹木家居、黑茶等跨品类联动消费流量，真正实现“办一个赛、兴多个业”的溢出效应。

流量奔涌的同时，也裹挟着“价格战”的寒流。“利润越压越薄，同质化内卷加剧，成了这两年最头疼的事。”不少企业主坦言。

破局之道，在于做减法。“我们一口气砍掉上千个冗余品类，死磕核心品类，走精专路线。”临湘民间艺人钓具有限公司负责人张常给出解法：瞄准黑坑鲢鳙钓场新蓝海，企业迭代专用黑坑鲢鳙标，线上签约数百位垂钓达人做场景化传播；线下直连各地黑坑塘主与渔具门店，让产品直达垂钓现场，“这套线上线下联动打法，让这款浮标拿下全国单品60%的市场份额。”

同向突围的，还有川泽和池海。川泽自研“天青烟雨”电子标，凭借首创抗污工艺一度登顶抖音品类销售榜顶。池海发力轻量碳素浮标，以“轻硬灵亮”技术优势叩开百元价格带，上市一月就热销两万支，树起了国产浮标的高端样板。

品牌向上的底气，深植于行业标准的话语权。如今，全国10家参与浮标行业标准制定的企业中，7家来自临湘。从几元一支的低端产品到上百元的高端系列，从拼价格到拼技术、拼品质、拼品牌，临湘钓具浮标正顺着一根网线，奋力撕掉“低价走量”的旧标签，向着高品质、高附加值拾级而上。

与此同时，跨境电商版图也在加速拓展：淡水浮标深耕东南亚市场，路亚钓具布局欧美赛道，竹木家居远销东北亚地区，黑茶走俏中亚中东，临湘制造正沿着数字商路，奔赴更广阔的全球市场。

脚步未歇，蓝图已展。临湘立下新坐标：力争到2030年实现钓具浮标全产业链产值突破120亿元，出口额突破3亿美元。

浮标立在水面，把鱼讯传给钓者；临湘立于潮头，把县域的答案写给时代。那根纵横城乡的网线，钓起的从来不止千万订单——它钓起一条从人力到物流、从数据到产线、从流量到标准的完整产业生态。

竿尖再扬，新的鱼讯，正在远方涌动。

『电商+』新赛道，赋能产业乘『网』破圈

临湘市委副书记、市长 熊世成

临湘是全国电子商务进农村综合示范县、全国电商示范基地、全省电商示范县。近年来，临湘顺应产业发展需求和电商发展形势，推动电商从交易平台向产业载体转变，重塑县域经济发展的内生逻辑，探索形成“消费与生产互转、线上与线下互促、城市与乡村互通、赛事与产业互进”的产业新范式。

以电商“链接”产销，催生“以销促产”新模式。临湘是中国钓具（浮标）之乡，钓具浮标年产值达90亿元，八成产品通过电商销售。电商不仅是一条销售渠道，更是倒逼生产端提质升级的“指挥棒”。龙头企业依托电商大数据精准研判消费趋势，从代理销售转向代工生产再转向自主组织生产，从单一浮标拓展到钓竿、子线双钩、饵料等全产业链，培育出多家销量过亿电商企业。永巨茶叶根据电商需求，把砖茶做成小包装、多口味的爆品。乐轩竹业顺应跨境电商需求，开发竹木家居产品整装出口。消费端与生产端在电商平台上实现双向赋能、互促共进。

以电商“联动”城乡，注入乡村振兴新动能。深入推进电商进农村，并推动电商头部企业与农产品企业、镇村“一对一”结对帮扶，畅通农产品出村进城渠道。创新“城乡公交+快递物流”融合模式，建成县级客货邮物流中心，构建市、镇、村三级物流体系，畅通物流通道，降低物流成本，其中浮标500克以下快递费降至1.6元/单，在全省处于较低水平。

以电商“激活”赛事，打造流量变现新路径。把金秋垂钓大赛从体育赛事升级为全国钓友的购物节会，7天大赛期间，临湘钓具浮标电商销售额达10亿元，线上流量直接转化为产业订单。借助行业峰会、头部企业交流合作契机，放大赛事溢出效应，让赛事不仅聚人气，更兴产业，走出一条“办赛促产、以产兴赛”的路子。

以电商“连通”内外，拓展开放发展新空间。推动电商从国内向跨境升级，紧扣现代化工、钓具浮标“一主一特”产业定位，推动产业向国际化、高端化转型，化工、钓具浮标、竹木家居、黑茶、手工艺品、鞋服产品远销东南亚、中亚等国际市场，构建起高低搭配、梯次出海的跨境产品矩阵，跨境电商成为临湘融入国内国际双循环的重要支点。

小屏幕连接大世界。临湘将以电商为切入口，持续放大“电商+”乘数效应，进一步打通消费端、生产端、流通端，推动产业向数字化、品牌化、国际化跃升，为全省高质量发展贡献临湘力量。



10月30日，俯瞰临湘市浮标小镇电商物流园。