



钓鱼用品

日本机会品类动向调查

调查报告书

2024年6月28日

报告主要数据来源：

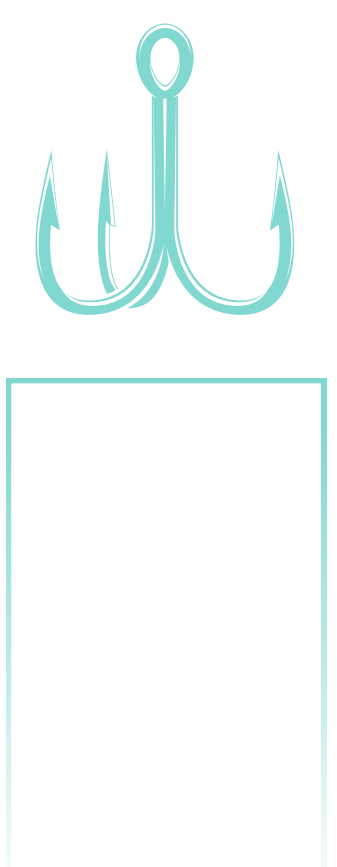
[1] 矢野研究所调查报告

[2] 日本渔业产品工业协会网站 “第27期渔业用品国内需求趋势调查报告发布指南”

Copyright © 2024 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有 © 2024 亚马逊



目录



01 钓鱼用品 市场概况

02 各品类市场概况

- 2-1. 钓竿 5
- 2-2. 拟饵 7

03 消费者调查

- 3-1. 钓竿 11
- 3-2. 拟饵 20



01

钓鱼用品

市场概况



● 钓竿

钓鱼用卷线器

钓钩

钓线

浮漂

包袋类

盒类

网制品

金属小配件

鞋类

加工饵

生饵

● 拟饵

船、独木舟

冷藏箱

其他钓鱼相关用品

※粗体字为「2. 各品类 市场概况」（P4～）的分析对象项目

钓鱼用品

市场趋势与整体概况

| 01

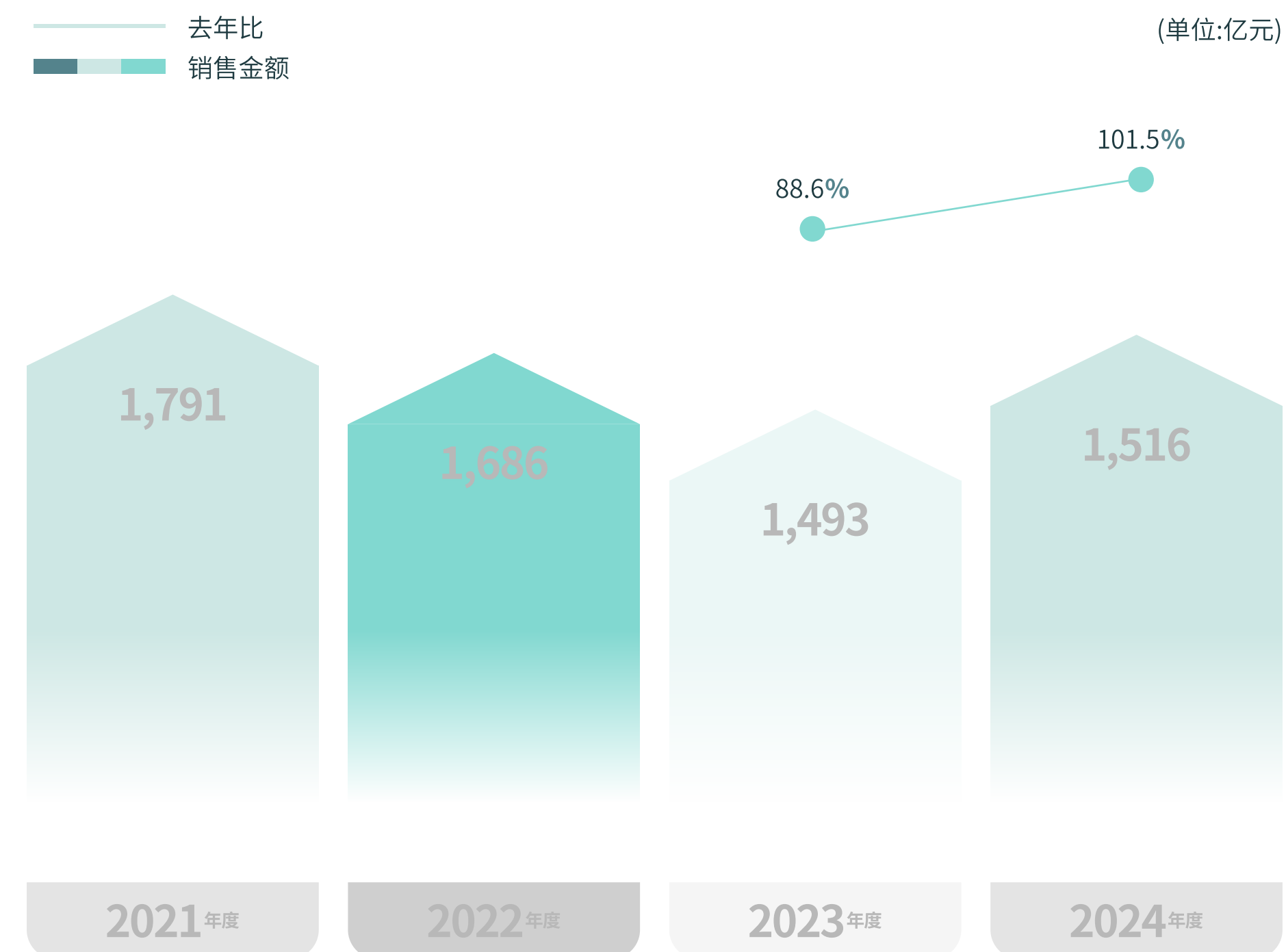
最新动向

预计2024年出货规模是去年的101.5%

日本国内新冠感染扩大时期的2020年到2021年，市场急剧增长。此后，由于需求趋于平稳，2022年以后市场转为负增长，预计2024年将再次转为正增长。

近年女性参与者在增加

本来钓具市场是由以男性为主的所谓“核心层”支撑的，但近年来女性参与者也呈增加趋势。随着这一趋势的发展，呈现出“女性专用钓鱼服装品牌”等多元化发展态势。



02

各品类

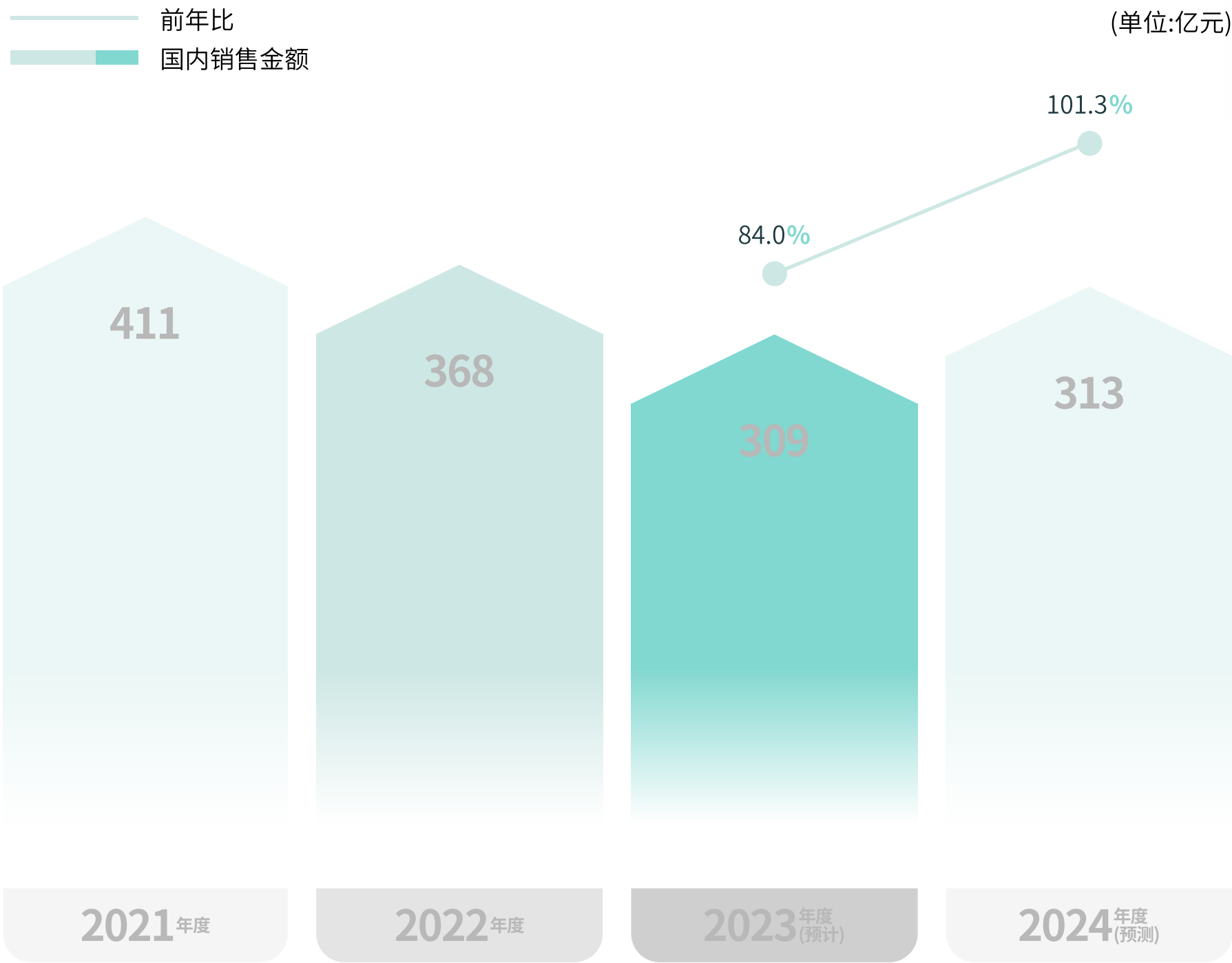
市场概况

- 钓竿
- 拟饵



钓竿市场

市场趋势与整体概况



最新动向

预计2024年将再次正增长

从2022年到2023年，市场出现了负增长，预计2024年转为正增长。新冠疫情和汇率波动（日元贬值）是影响市场规模增减的因素。

路亚竿（海水用）市场规模最大

该市场分为“远投竿”、“船竿”、“矶竿”、“溪流竿”、“香鱼竿”、“鲫鱼竿”、“路亚竿（鲈鱼用）”、“路亚竿（海水用）”、“路亚竿（鱒鱼用）”、“路亚竿（通用型）”、“飞蝇钓竿”、“竿和卷线器套装”，其中市场规模最大的是“路亚竿（海水用）”。新的钓法被提出，产品呈多样化。

影响需求的要素

1. 市场需求会受到当年的“气温”、“海水温度”、“鱼类回游状况”等因素而变化。
2. 即使是同一种鱼类，业界（制造商）会提出新的钓法，同时形成符合这些钓法的新产品钓竿。
3. 根据季节和地区，钓法会有所不同，因此会推出相应的专用钓竿。地域特性强。

主要顾客

1. 钓竿市场的主要顾客是“有钓鱼经验的人”，受新冠影响，新加入钓鱼的人群增加了。
2. 以“路亚”市场为中心，每年会提出新的钓法，使用这些钓法的钓竿在业内受到欢迎，这一趋势已持续了数年。

厂商动向

1. 大致可以分为两大类，一是几乎涵盖所有种类、钓法的钓竿生产和销售“综合制造商”，二是以生产、销售特定种类钓竿的“专业制造商”。
2. 前者的代表是“GLOBERIDE”、“SHIMANO”、“Gamakatsu”。
3. 路亚竿市场有众多专业制造商，许多制造商会将生产委托给OEM制造商。



主要厂商动向 | 02



GLOBERIDE

GLOBERIDE

1. 生产并销售几乎所有类型的钓竿
2. 通过提出各种新钓法，发布相关商品，因此在业界被评价为“擅长营销策略的公司”
3. 拥有钓具零售企业“Casting”，并保持了该公司的原有品牌（私人品牌），通过设置比达瓦产品更低的价格来抑制内部竞争
4. 与竞争对手禧玛诺相比，路亚竿的销售构成比例更高

SHIMANO

SHIMANO

1. 同GLOBERIDE一样，生产并销售几乎所有类型的钓鱼竿
2. 与GLOBERIDE相比，路亚竿的销售构成比例较低
3. 在路亚竿方面，开展了与其他公司的合作型号（如Jackall）的销售战略

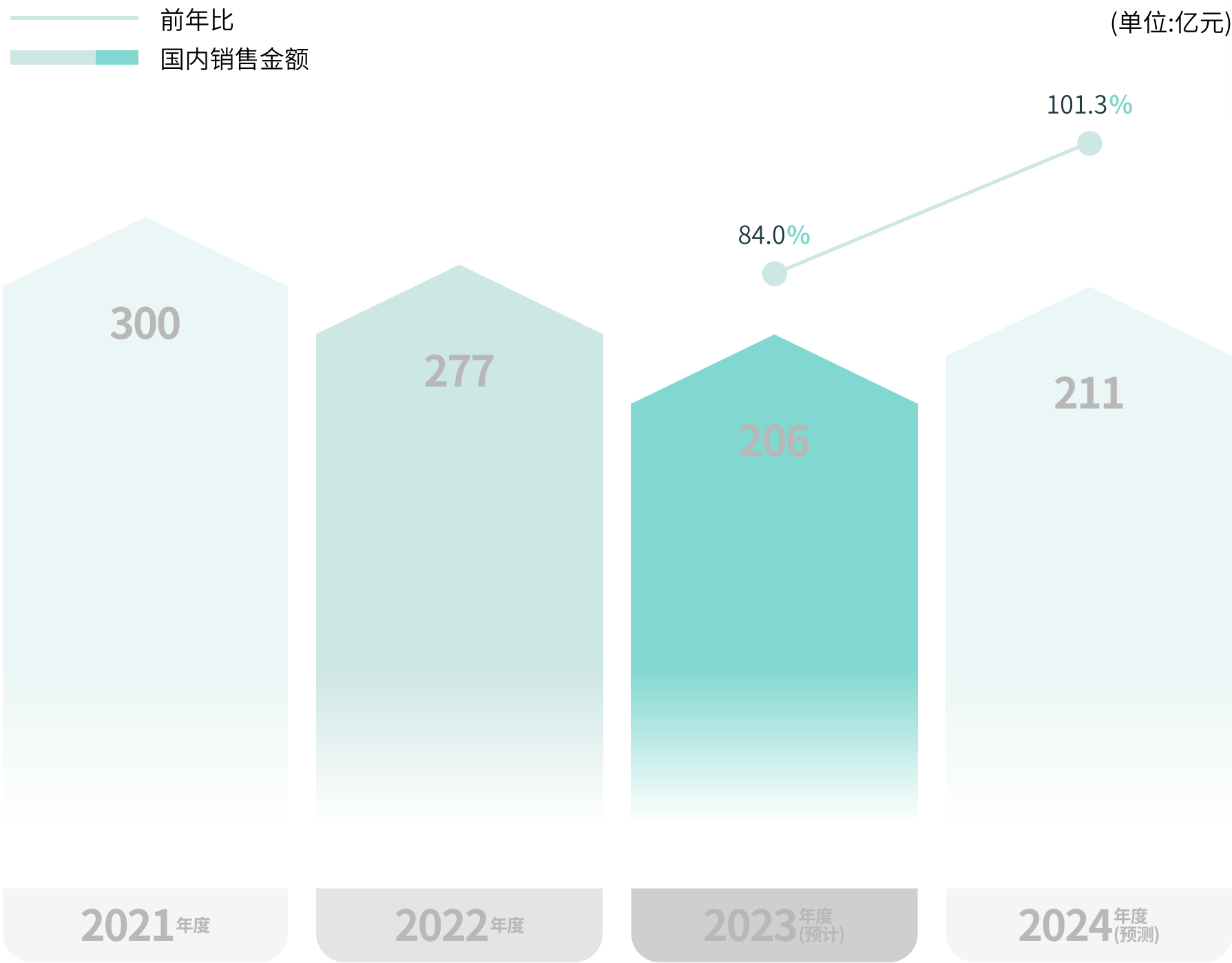
Gamakatsu

Gamakatsu

1. 主要经营钓钩，在钓竿方面专注于特定的领域
2. 特别是在矶竿和鳟鱼竿市场上，拥有狂热的粉丝支持

拟饵市场

市场趋势与整体概况



最新动向

2024年出货规模预计是去年的103%

市场规模2021年达到顶峰后下降，但预计2024年出货规模是去年的103%，与新冠疫情前的2019年（226亿日元）几乎相同。

海水路亚市场中新钓法成为增长引擎

与钓竿市场相同，该市场中“海水路亚”的规模最大。每年都有新的钓法被提出来并伴随着新产品路亚的发布而受欢迎。

注：拟饵（英语：fishing lure）又称假饵，也音译“路亚”（源于英文lure）或路亚饵，指的是一种用于假饵钓鱼的人造仿生鱼饵。

影响需求的要素

- 过去，“黑鲈路亚”占据主导地位，各大厂商与黑鲈专业人士（测试员）合作开发的拟饵以及黑鲈专业人士共同开发的拟饵非常受欢迎。
- 近年，海水路亚已完全成为主流，需求创造的逻辑与黑鲈路亚没有太大区别。同时，涌现出以YouTuber为首的通过SNS传播信息的钓鱼人。
- 厂商也与这些钓鱼人合作，开展促销活动，明确自身品牌定位，近年来还推出“限量版型号”、“限量版颜色”等，商业模式也在不断进化。

主要顾客

- 相对年轻的年龄层和女性参与者的比例比其他钓种要高。
- 近年来，以海水路亚市场为中心，新的钓种和钓法不断被提出，享受路亚钓鱼的人群年龄层也在扩大。

厂商动向

- 关于黑鲈路亚，“Megabass”、“Evergreen International”、“Jackall”在该市场也占有一定份额，但“Raid Japan”、“OSP”、“Deps”、“Lucky Craft”等专业制造商的人气也非常强劲。
- 海水路亚市场方面，钓种和钓法的扩展使得参与的厂商和品牌数量有增加趋势。上述的“Megabass”、“Evergreen International”、“Jackall”也开发海水路亚，但“AMS DESIGN”、“Jackson”、“Blue Blue”、“Major Craft”等专注于海水市场的厂商份额较高。



主要厂商动向 | 02

GLOBERIDE

GLOBERIDE

1. 销售各种钓具产品
2. 强化了海水路亚
3. 与其他公司的产品测试者共同开发（合作）



Megabass®

Megabass

1. 以黑鲈鱼用拟饵发祥
2. 创始人伊东由树个人魅力很强，信者众多
3. 近年来也致力于海水路亚的开发

JACKALL

Jackall

1. GLOBERIDE是负责拟饵企划开发的职业钓手加藤诚司和小野敏郎独立创造的品牌
2. 以钓鲈鱼比赛现场反馈的产品为中心展开，获得其他职业钓手及发烧友层的支持
3. 近年来也积极进入海水路亚市场。代表作“鲷鱼球”至今仍享有很高人气

03

消费者

调查

- 钓竿
- 拟饵



消费者调查报告

03

	男性	女性
20 ~ 29岁	80	80
30 ~ 39岁	80	80
40 ~ 49岁	80	80
50 ~ 59岁	80	85
60 ~ 69岁	80	75
共计	800份	



调查概要

调查方法

互联网消费者监测调查

调查对象 (钓竿/ 拟饵)

钓竿

符合以下条件的20岁~60多岁的男女

- 最近1年有钓鱼经历的人
- 最近3年有购买钓竿的人 (限新品)

拟饵

符合以下条件的20岁~60多岁的男女

- 最近1年有钓鱼经历的人
- 最近3年有购买拟饵的人 (限新品)

回收问卷数量 (共有2类)

共计800 (针对性别/年龄平均分配, 钓竿问卷中, 因60多岁女性回答人数不足, 因此50多岁女性回答者增加5人)

购买钓竿的用途与类型

03 钓竿

钓竿用途

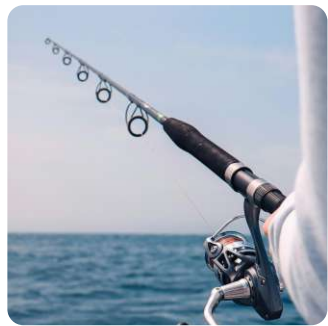


66.3%

海钓（岩岸、防波堤等）

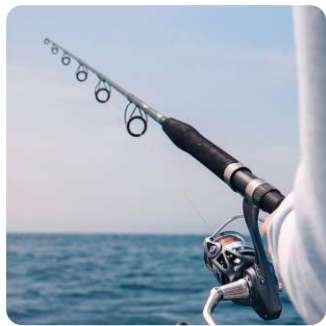
- “海钓（岩岸、防波堤等）” (66.3%) 回答最多
- 推测在港口和海岸等地方，轻松享受钓鱼的人群较多

钓竿类型



39.2%

海钓（岩岸、防波堤等）
远投竿



27.9%

海钓（岩岸、防波堤等）
海水路亚竿



42%

海钓（船钓）
船竿（中小型）

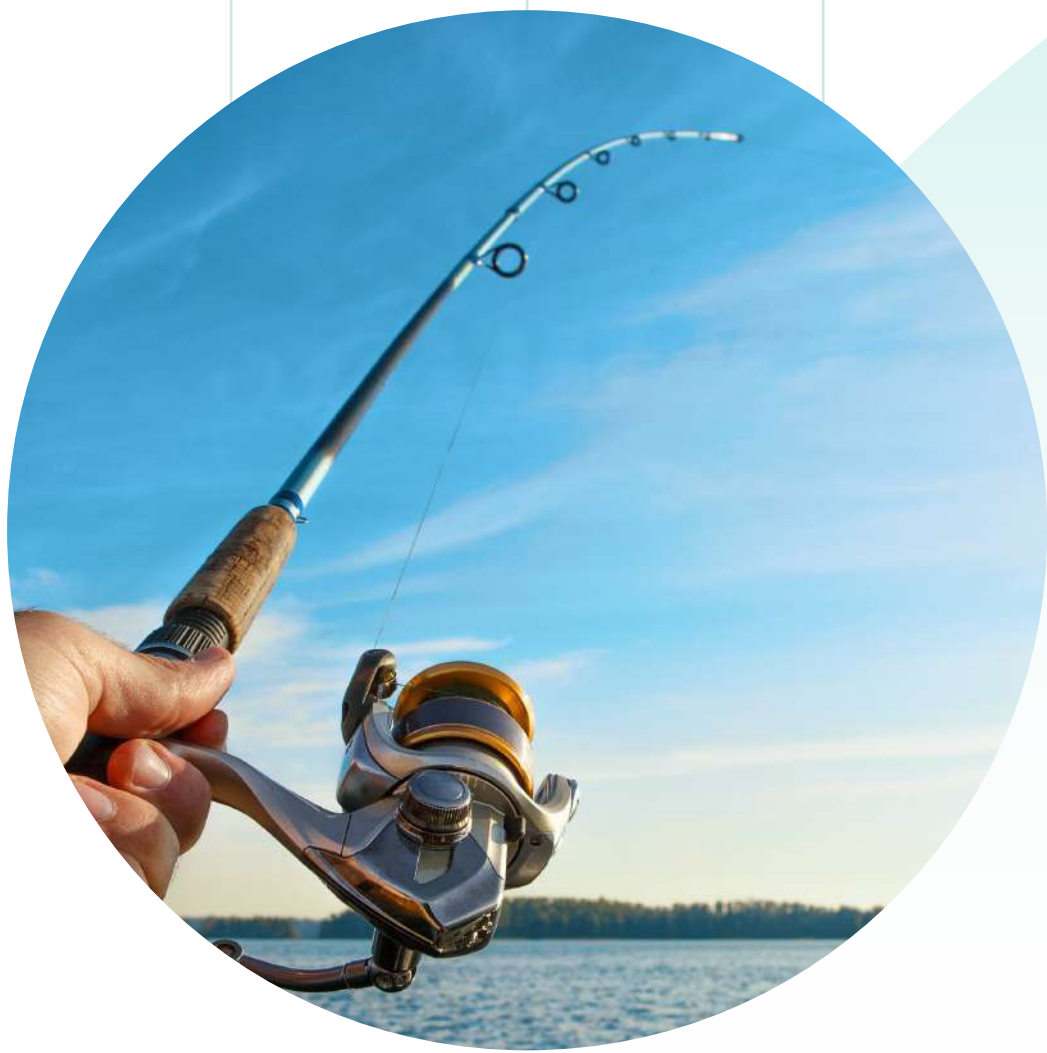
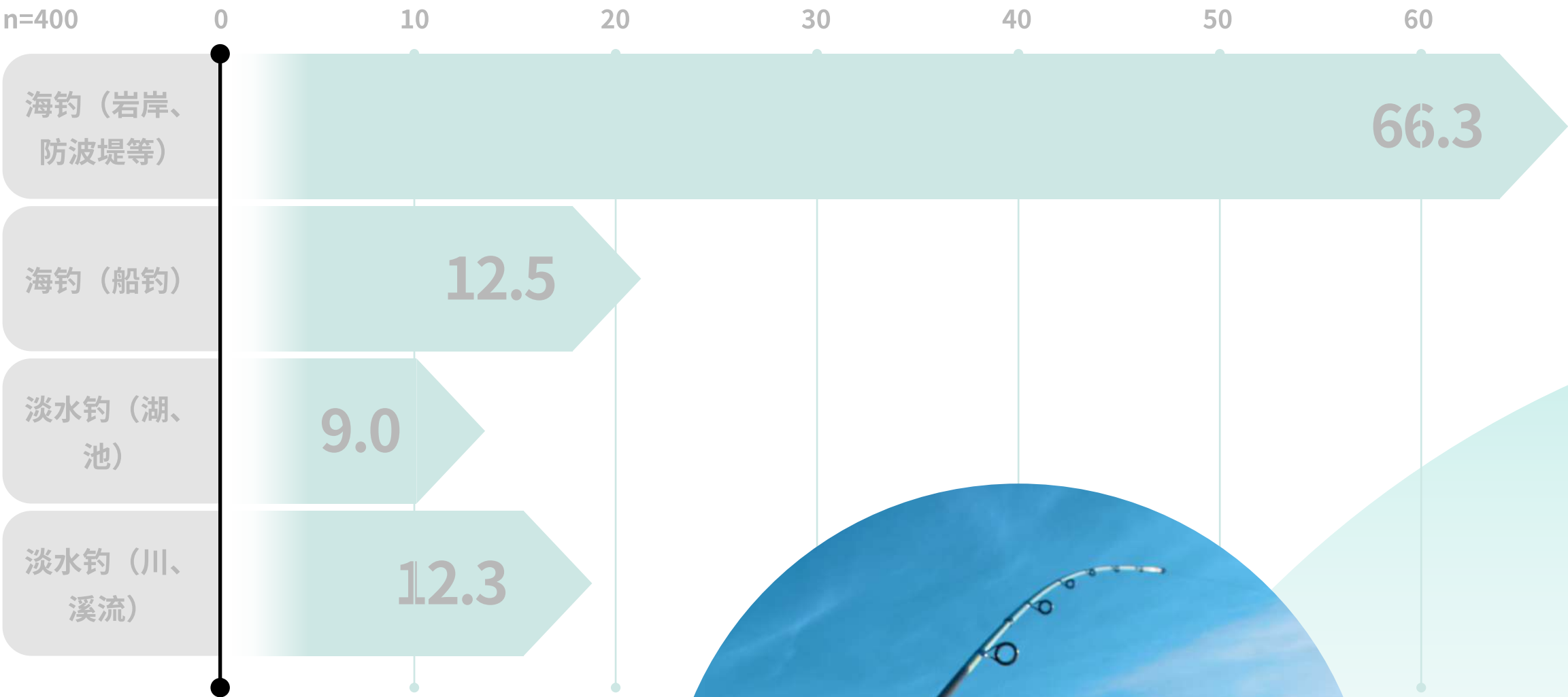


52.8%

淡水钓
鲈鱼用路亚竿

- “海钓（岩岸、防波堤等）”中，“远投竿” (39.2%) 最多，其次是“海水路亚竿” (27.9%)。
- “海钓（船钓）”中，“船竿（中小型）” (42.0%) 最多。
- 淡水钓中，通用性强的“鲈鱼用路亚竿” (52.8%) 最多。

经常参加的钓鱼活动类型



想购买的品牌、竿体材料和导环材料

如果在以下类别中“不知名但性价比很高的品牌”排名比较靠前，说明日本消费者对国外的新品牌的接受度较高。

03 钓竿

钓竿品牌



GLOBERIDE



SHIMANO

远投竿

SHIMANO和GLOBERIDE这样的知名大厂占有优势，“虽然不知名，但性价比高的品牌”也有31.8%的回答。矶竿和船竿也表现出类似的趋势。



Major Craft



Evergreen

海水路亚竿

在海水路亚竿方面，SHIMANO和GLOBERIDE的数据相同，此外还有不少回答提到专门生产路亚竿的厂家，比如Major Craft和Evergreen。



最受欢迎

虽然不知名，但性价比高

竿和卷线器套装

由于低价产品较多，“虽然不知名，但性价比高的品牌”最受欢迎的。

竿体材料



碳纤维

无论是哪种钓竿，钓竿材料是否为“碳纤维”都是被重视的。不同种类钓竿在这一点上几乎没有差异。

导环材料



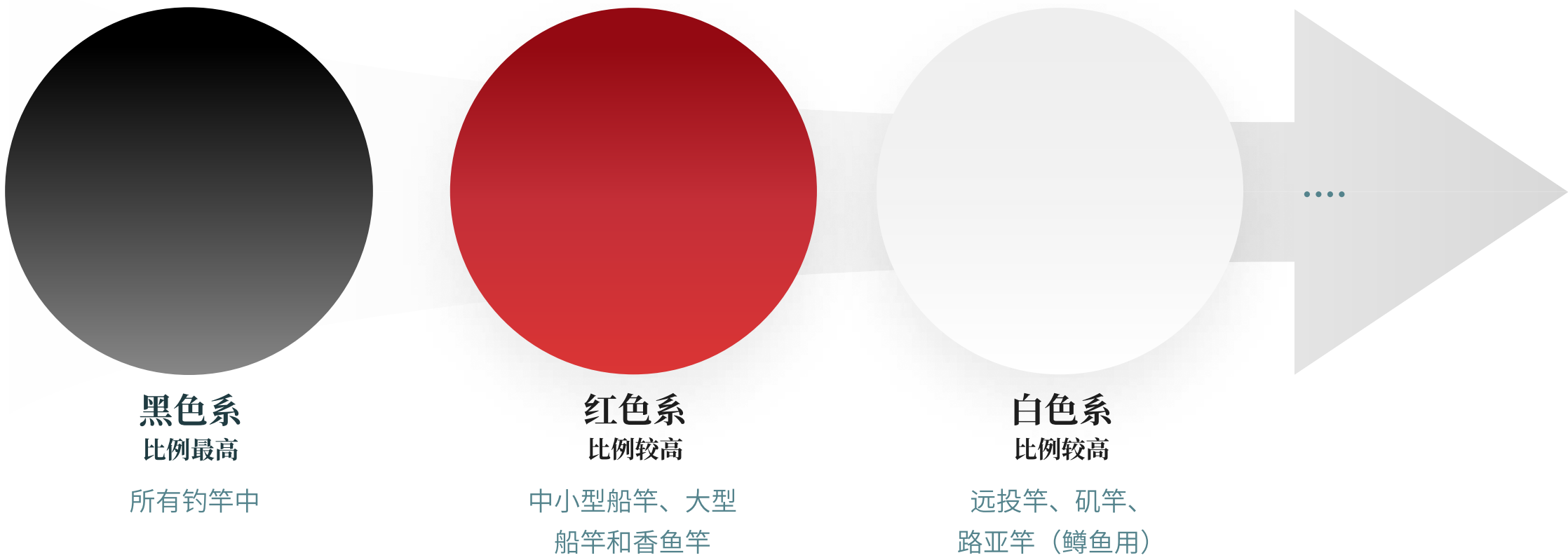
- 多数钓鱼爱好者对导环的材料并不太在意。
- 相对来说购买路亚竿的用户更倾向于关注导环的材料。



想购买的竿体颜色和购买预算

03 钓竿

想购买的产品颜色



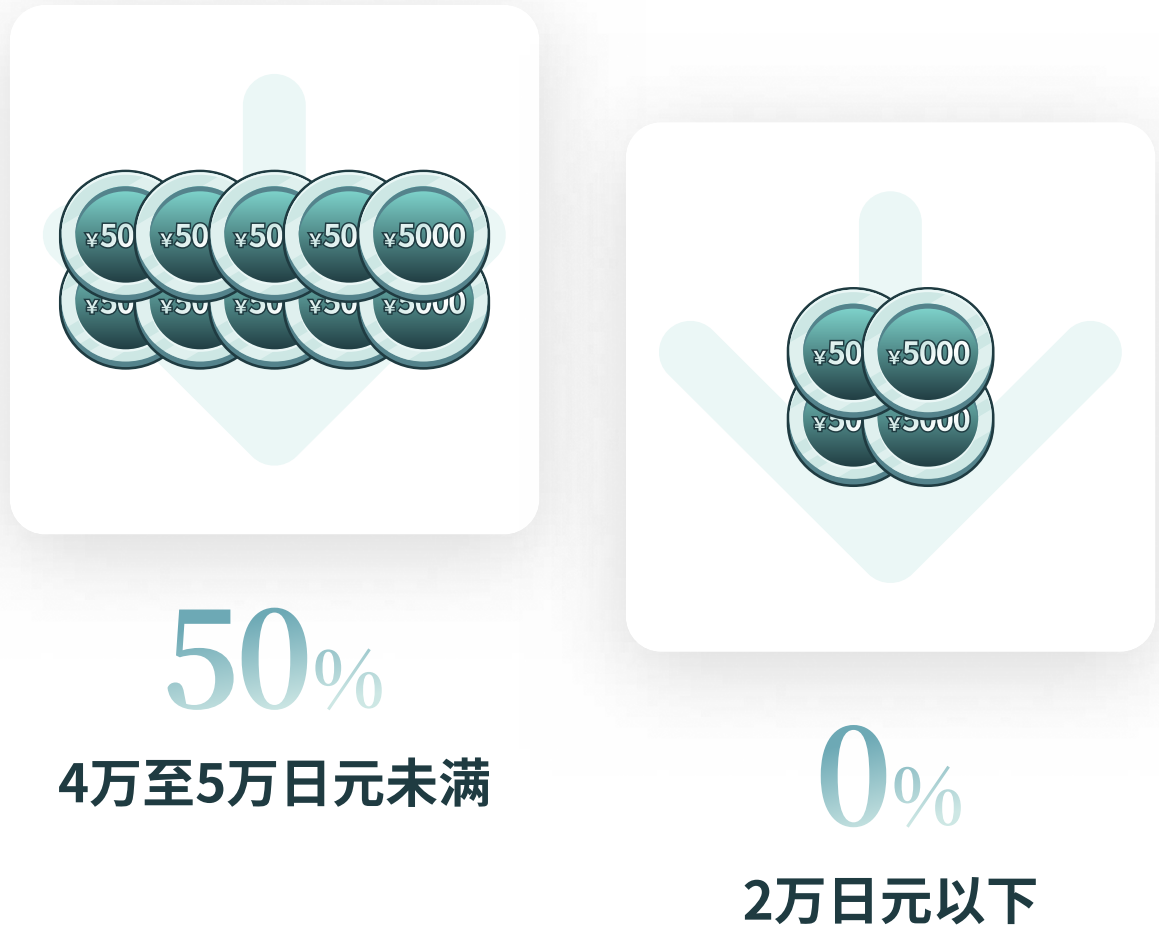
- 无论是哪种钓竿，“黑色系为主”的构成比例最高。
- 部分钓竿（如中小型船竿、大型船竿和香鱼竿）“红色系为主”的构成比例较高。
- “远投竿”、“矶竿”和“路亚竿（鱒鱼用）”以“白色系为主”的构成比例较高。

想购买的产品预算

*图标每5000日元为一个单位

高通用性钓竿

虽然不同种类的钓竿在价格构成比例上有所不同，但具有高通用性的钓竿在1万日元以下的构成比例较高。
（如“远投竿”、“通用延竿”、“通用卷线竿”）



由于香鱼竿总体价格较高，“4万至5万日元未滿”的占据了约半数，2万日元以下的回答为零。

重视的性能和对名人使用的重视程度

重视功能



轻量性



强度



锥度



力量



价格

重视的功能



远投竿



最重视的是“轻量性”，其次是“强度”。这两者占据了约75%的比例，显示出钓鱼者对“轻便性和强度”这两种相互矛盾的功能有较高的需求。



矶竿



最重视的是“轻量性”和“强度”，这两项并列第一。其次是“锥度”。在第二重要的因素中，“轻量性”和“强度”的构成比例也较高。而第三重要的因素则较为分散。



中小型船竿



最重视的是“轻量性”和“强度”，这两者并列第一。其次是“锥度”和“力量”。由于需要根据水深和潮流来调整使用的铅坠重量，所以“力量”被高度重视。在第三重要的因素中，“力量”的构成比例最高。



海用路亚竿



最重视的是“轻量性”，其次是“强度”和“力量”。由于钓鱼者常常会根据使用的路亚和目标鱼种使用多种竿，因此需要根据路亚和目标鱼种选择合适的力量。第二重要的因素也与“最重视的”项目相似。



竿和卷线器套装

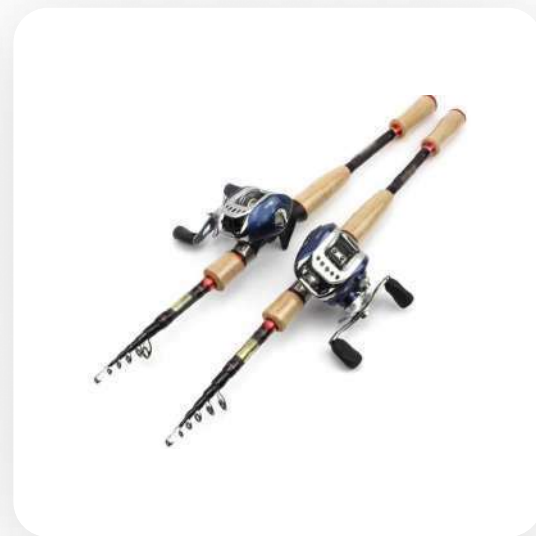


钓鱼者购买时假设会广泛用于各种用途，因此对“轻便且坚固（通用性）”的需求较高。由于这些产品以低价为主，因此可以推测钓鱼者多半重视“价格”而非“性能”。

03 钓竿

名人使用的重视程度

- 总体来看，“不特别重视”的构成比例较高。
- 路亚竿（鲈鱼用）中，重视“名人”的构成比例较高，这可能是由于在该市场中存在大量的“鲈鱼钓鱼职业选手”所致。



最重视名人使用

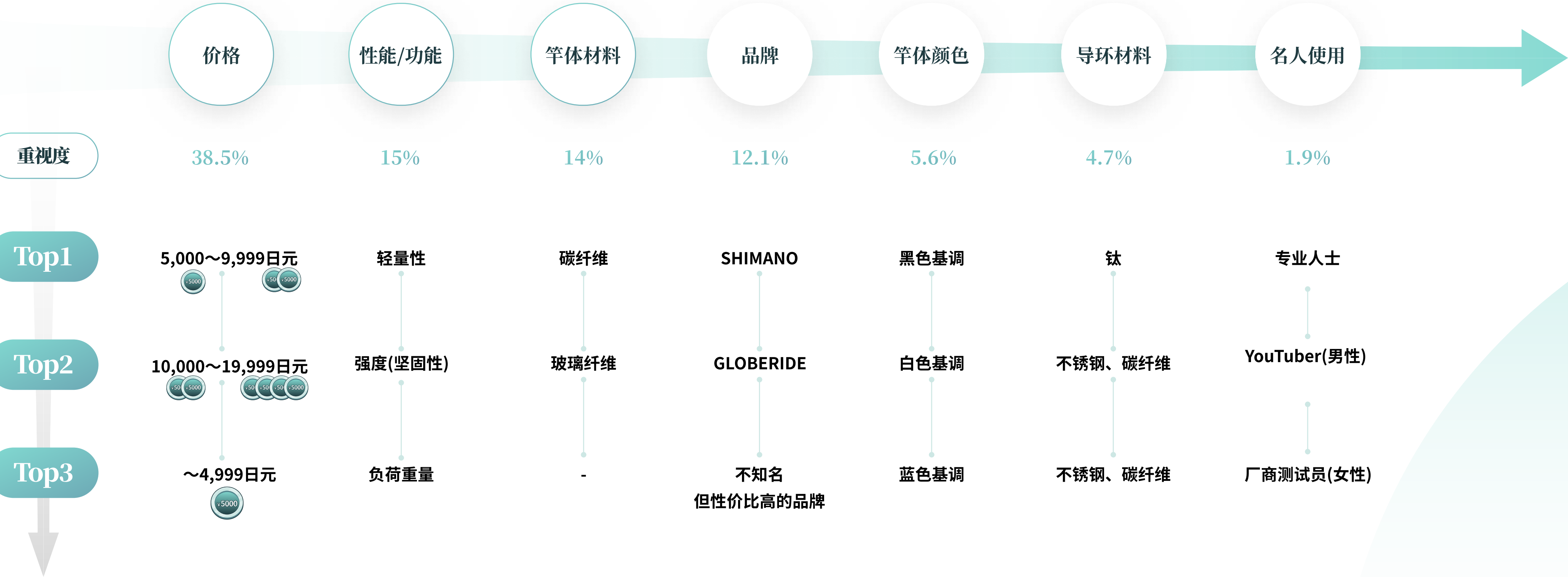
路亚竿 (鲈鱼用)

可能是由于在该市场中存在大量的“鲈鱼钓鱼职业选手”所致

远投竿

购买时重视的要素

如果在以下类别中“不知名但性价比很高的品牌”排名比较靠前，说明日本消费者对国外的新品牌的接受度较高。

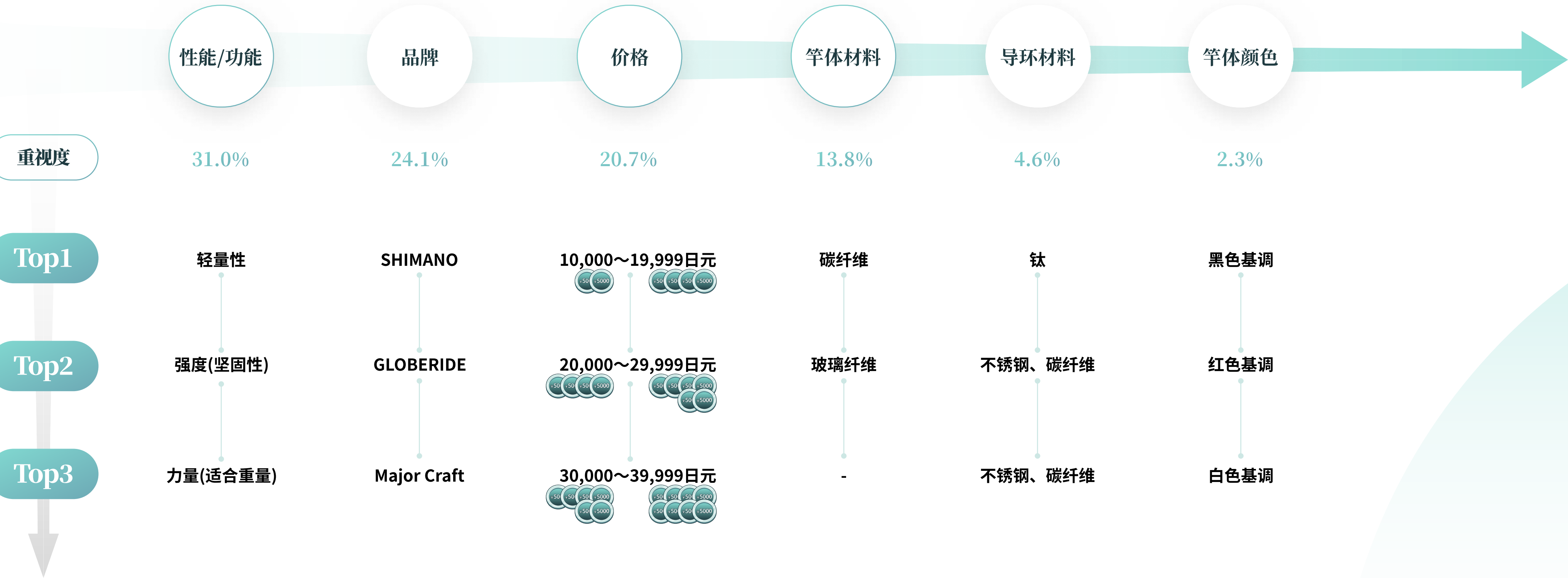


03 钓竿

海水用路亚竿

购买时重视的要素

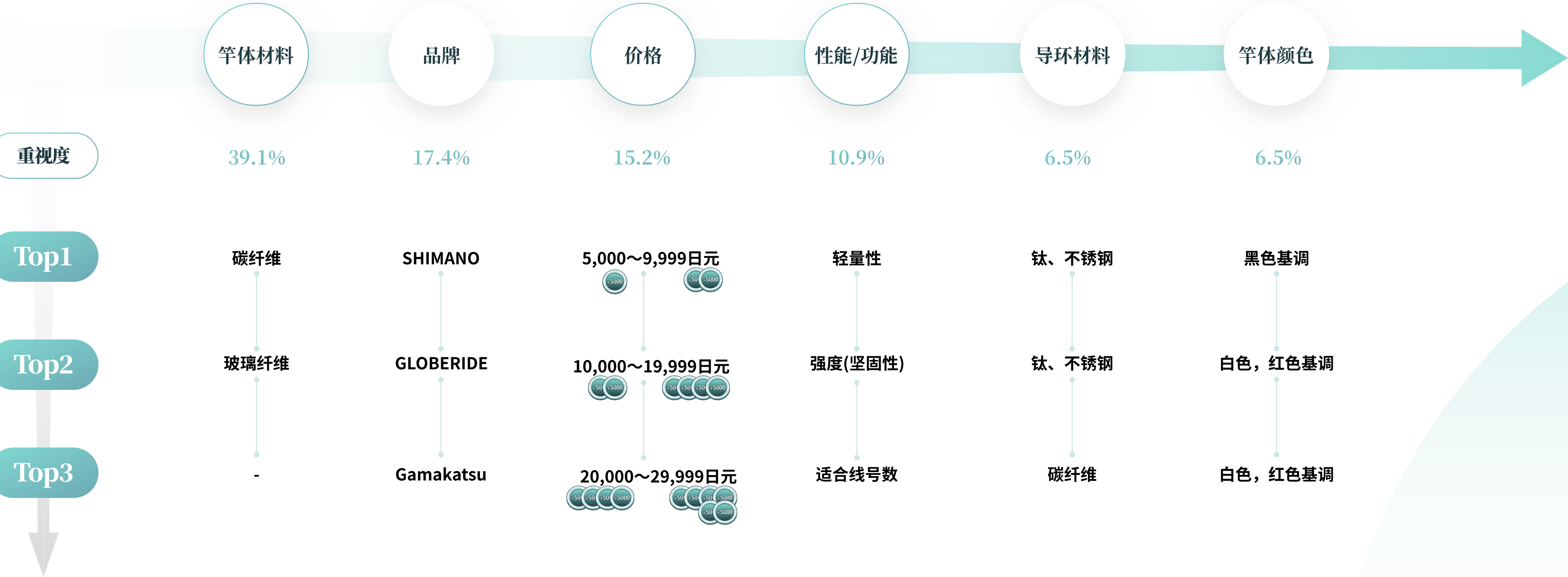
如果在以下类别中“不知名但性价比很高的品牌”排名比较靠前，说明日本消费者对国外的新品牌的接受度较高。



矶竿

购买时重视的要素

如果在以下类别中“不知名但性价比很高的品牌”排名比较靠前，说明日本消费者对国外的新品牌的接受度较高。



购买频率、 购买网站选择的理由

购买
频率



远投竿



矶竿



路亚竿

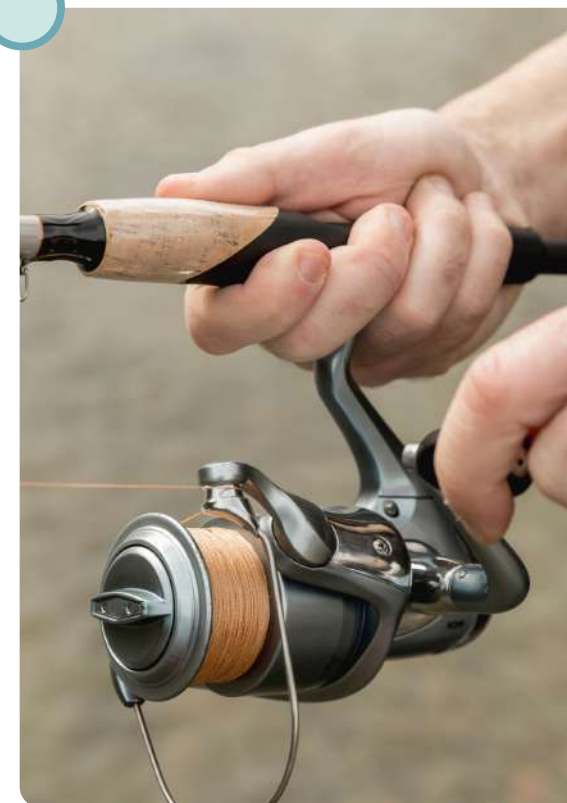


通用竿

每年一次
比例较高

每2~3年一次
比例较高

购买
频率



船钓竿(大型) / 鲫竿

每月/2周一次
比例较高

购买理由

amazon

Amazon

Rakuten

乐天市场

- 选择Amazon的用户中，有近四成回答是“可以便宜买到”
- 选择乐天市场的理由大多是“积分容易积累”

- 根据种类的不同有所差异，但大致上“每年1次”、“每2~3年1次”的比例较高
- 通用性强的钓竿（“远投竿”、“矶竿”、“路亚竿”、“通用竿”）的购买频率较高
- “船钓竿（大型）”“鲫竿”的“每月1次”、“每半月1次”的比例较高，这可能是因为样本数量较少，并且包含了所谓的“狂热者、核心用户”

关于想购买的产品评论



03 钓竿

想要非常轻的钓竿

可通过摄像头观察海底，
享受钓鱼乐趣的钓竿

由于我对钓竿性能了解还不够详细，
所以希望能跟上钓竿性能的变化

导线环和顶尖部分可以更换的
钓竿，因为很多商店在钓竿折
断或损坏时不提供更换服务

握柄小，易于握持

可以轻松收纳的钓竿

设计可爱，色彩漂亮

为投掷铁板假饵而设计的钓
竿，能捕捉细微的咬钩信
号，开发一种具有实心顶尖
感度和咬钩穿透力的钓竿

颜色种类丰富的钓竿

带有摄像头，
可以看到海底

高亮评论

- 希望有更多可爱的颜色和设计
- 带有传感器的假饵，当鱼咬钩时会发出声音提示
- 适用范围广的钓竿（多功能）
- 设计时尚的钓竿
- 想要非常可爱的钓竿
- 能应对各种情况的钓竿
- 高端品牌的钓竿
- 想要便携式的钓竿
- 希望有闪亮的粉色钓竿，让女生也能享受钓鱼

购买拟饵的用途与类型

03 拟饵

拟饵用途



61.8%

海钓（岩岸、防波堤等）



女性比例高

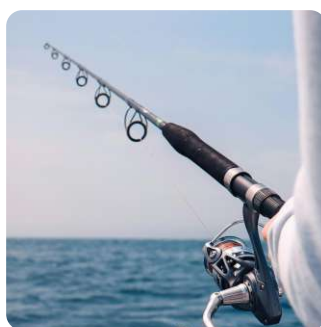
- “海钓（岩岸、防波堤等）”（61.8%）回答最多，且女性比例高
- 家庭收入越高，选择海钓（船钓）的比例也越高

拟饵类型



比例较高

总体对比上来看
软虫



23.9%

海钓（船钓）
泰拉巴、铁板钩



软虫

女性使用比例最高
软虫

- 根据钓法不同，所选择的拟饵也有所差异。
- 总体上，“软虫”使用比例较高。
- 在海钓（船钓）中，“泰拉巴、铁板钩”占据了23.9%的比例。
- 相比男性，女性使用“软虫”的比例更高，这可能是因为女性不愿意触碰活饵，所以更倾向于使用软虫。
- 在大多数属性中，“软虫”的使用比例最高，但高收入家庭更倾向于使用其他类型的拟饵，这可能是由于他们钓鱼种类的不同所导致的。



想购买的品牌

如果在以下类别中“不知名但性价比高的品牌”排名比较靠前，说明日本消费者对国外的新品牌的接受度较高。

船竿用软饵



30.2%

“虽然不知名但性价比高的品牌”
占最大比例

构成比例较高



Apia



Abu Garcia



Berkley



Eco Gear



GLOBERIDE



SHIMANO



Gamakatsu



DUEL(YO-ZURI)

最支持
20多岁的人



金属钩

“虽然不知名，但性价比高的品牌”（32.1%）是最多的选择。由于金属钩主要由铅制成，结构单一且价格低廉，加上容易丢失，因此钓鱼者更倾向于购买价格便宜且易于使用的产品。性别方面，女性对“虽然不知名，但性价比高的品牌”的偏好比例更高。



鱿鱼饵

鱿鱼饵主要分为针对墨鱼的产品和近年来流行的针对章鱼的产品（章鱼饵）。前者由大品牌如GLOBERIDE、DUEL（YO-ZURI）、Yamashita（Maria）和SHIMANO主导，后者则以价格低廉的无名品牌为主。由于章鱼饵容易挂底丢失，很多钓具店提供种类繁多的低价产品。



硬饵

虽然选择分散，但“虽然不知名，但性价比高的品牌”（25.5%）是最多的选择。由于硬饵容易丢失，钓鱼者更倾向于购买价格低廉的产品。这些硬饵主要用于鲈鱼、海鱼和鳟鱼，每种类型都有其优势品牌，因此回答较为分散。



软虫

与硬饵相似，软虫也表现出类似的趋势，但大品牌如GLOBERIDE、SHIMANO、Gamakatsu仍然非常受欢迎。



船竿用软饵

这里“虽然不知名，但性价比高的品牌”（30.2%）是最多的选择。Eco Gear、Apia、Abu Garcia、Berkley和Blue Blue的构成比例较高。按年龄划分，20多岁的人最支持的是Eco Gear。

想购买的产品材质、重视的颜色和购买预算

03 拟饵

材质

不特别重视

回答最多

- 总体而言，“不特别重视”的回答最多。
- “硬饵”中，“塑料”的回答最多，而木质材料的回答较少。
- “金属钩”、“旋转亮片”和“泰拉巴、铁板钩”中，“钨”的比例较其他类型更高。

预算

2000日元以下

总体预算



颜色



硬饵



自然色系
比例最高



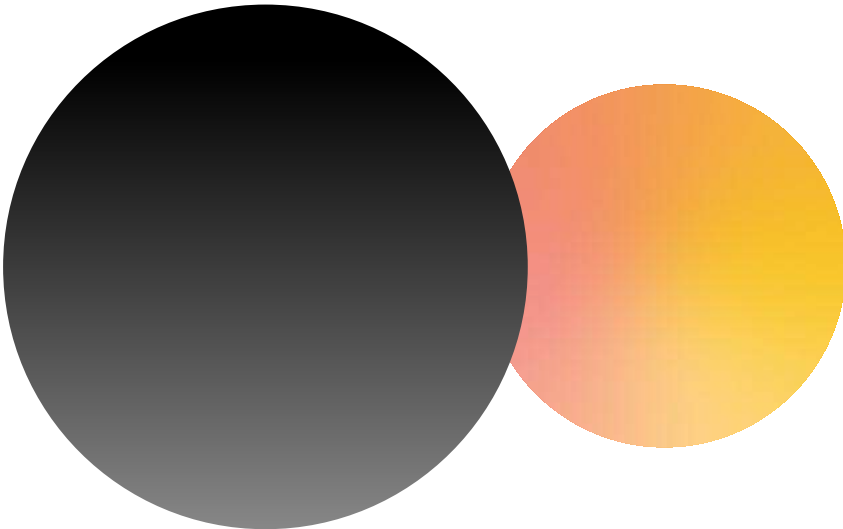
白色系
比例较高



女性比例高



软虫



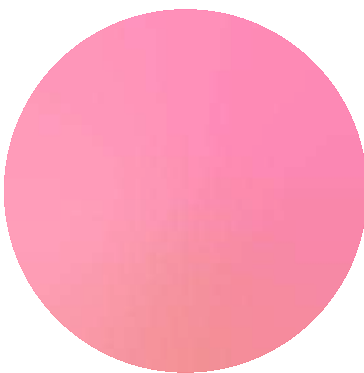
深色系
钓黑鲈鱼



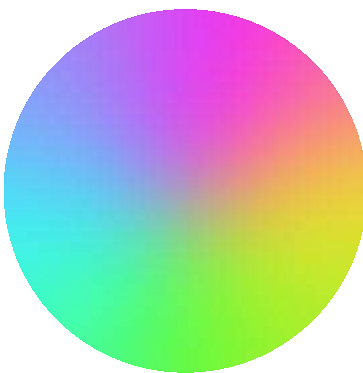
粉色/黄色
海钓时



鱿鱼饵



粉色
多数回答选择



荧光颜色
比例也较高



软饵

2000日元以上



软虫

500~1000日元以下



硬饵

1000~2000日以下



女性倾向
价格较低的商品

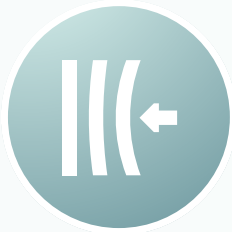
- 大致以“2000日元以下”为主。
- 软饵和“泰拉巴、铁板钩”中，其2000日元以上的比例较高。
- 硬饵中，各种属性的价格集中在“1000日元~2000日元以下”。相比男性，女性更倾向于选择“价格较低的商品”。
- 软虫，则主要集中在“500日元~1000日元以下”，给人的印象是“比硬饵便宜一个档次”的商品。

重视的性能

重视
功能



灵动



强度



吸引力



下沉速度
(慢沉)



下沉速度
(快沉)



03 拟饵



硬饵



- 最重视的是“灵动”。
- 第二位是“吸引力”。
- 第三位是“强度”。



软虫



- “灵动”和“吸引力”的重视程度几乎相同。
- 第二位是“下沉速度（慢沉）”。第三位是“强度”。



软饵



- “灵动”和“吸引力”的重视程度几乎相同。
- 第二位是“下沉速度（快沉）”。
- 第三位是“强度”，但相较其他类型，回答较为分散。



金属钩



- “灵动”和“吸引力”的重视程度几乎相同。
- 第二位是 下沉速度（快沉）。
- 第三位和第四位分别是“下沉速度（慢沉）”。
- 第三位是“强度”。



鱿鱼饵



- 最重视的是“灵动”。
- 第二位是“吸引力”，第三位是“强度”。

重视的性能和对名人使用的重视程度



不特别重视
多数钓鱼者

多数钓鱼者在选择拟饵时，表示“不特别重视”某一特定属性



硬饵和旋转亮片
有较高比例

硬饵和旋转亮片的用户中，有较高比例的人参考了专业钓手的使用情况。



女性增加

女性参与者增加
有较高比例

近年来，由于女性参与者的增加，一些钓鱼者开始参考女性的使用情况，这反映了钓鱼产业结构的变化和女性意见领袖的影响。

03 拟饵

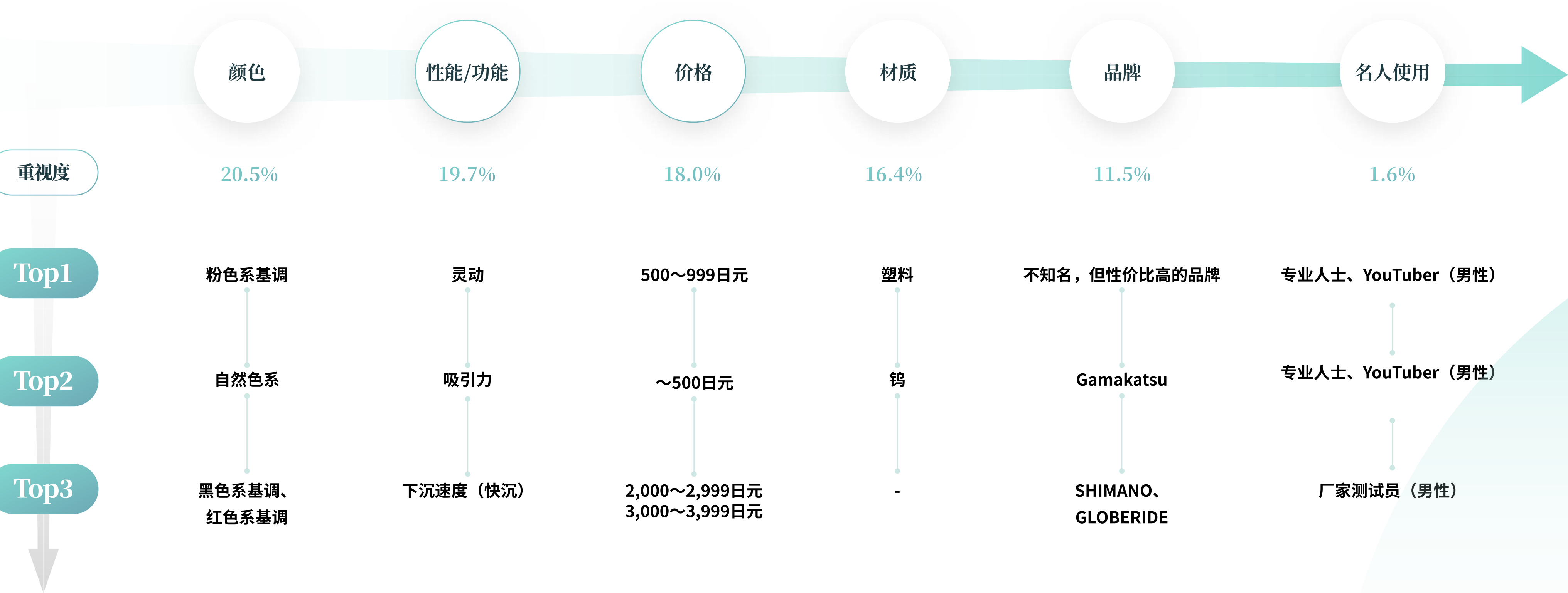


Fishing 钓鱼用具

软虫

购买时重视的要素

如果在以下类别中“不知名但性价比很高的品牌”排名比较靠前，说明日本消费者对国外的新品牌的接受度较高。

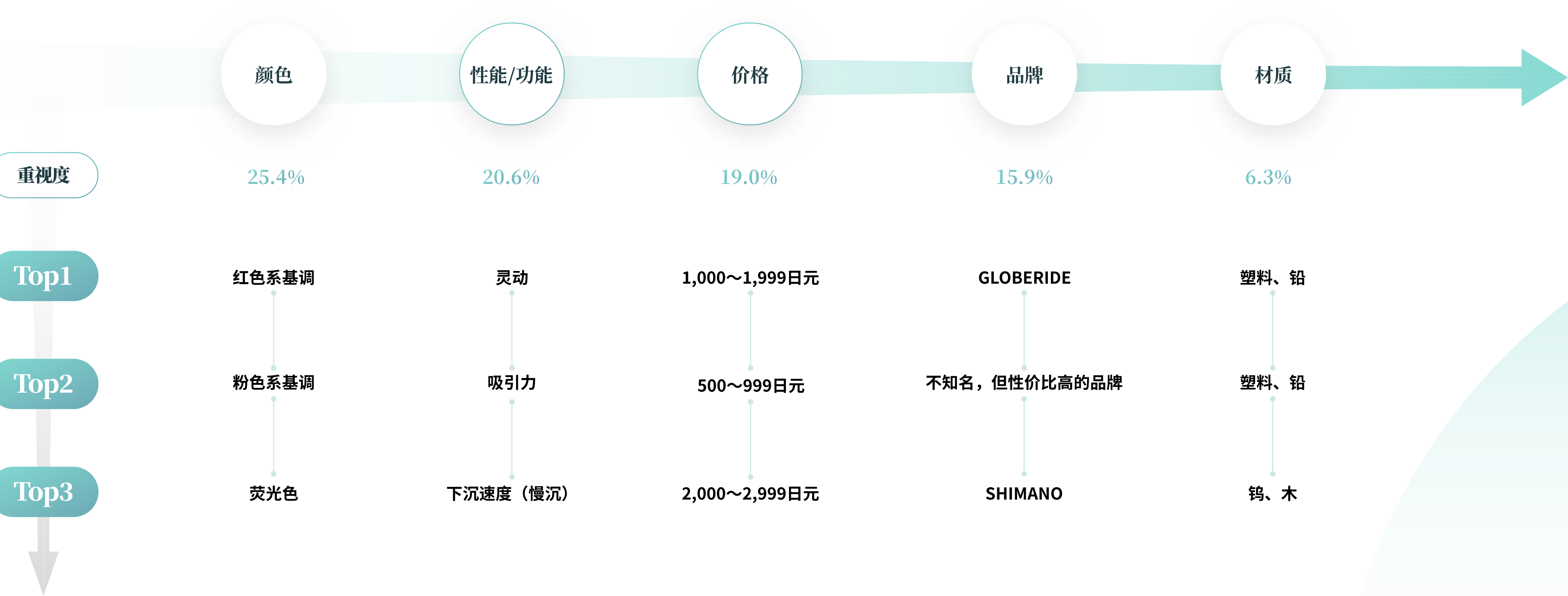


03 拟饵

鱿鱼饵

购买时重视的要素

如果在以下类别中“不知名但性价比很高的品牌”排名比较靠前，说明日本消费者对国外的新品牌的接受度较高。



03 拟饵

软饵

购买时重视的要素

如果在以下类别中“不知名但性价比很高的品牌”排名比较靠前，说明日本消费者对国外的新品牌的接受度较高。



03 拟饵

金属钩

购买时重视的要素

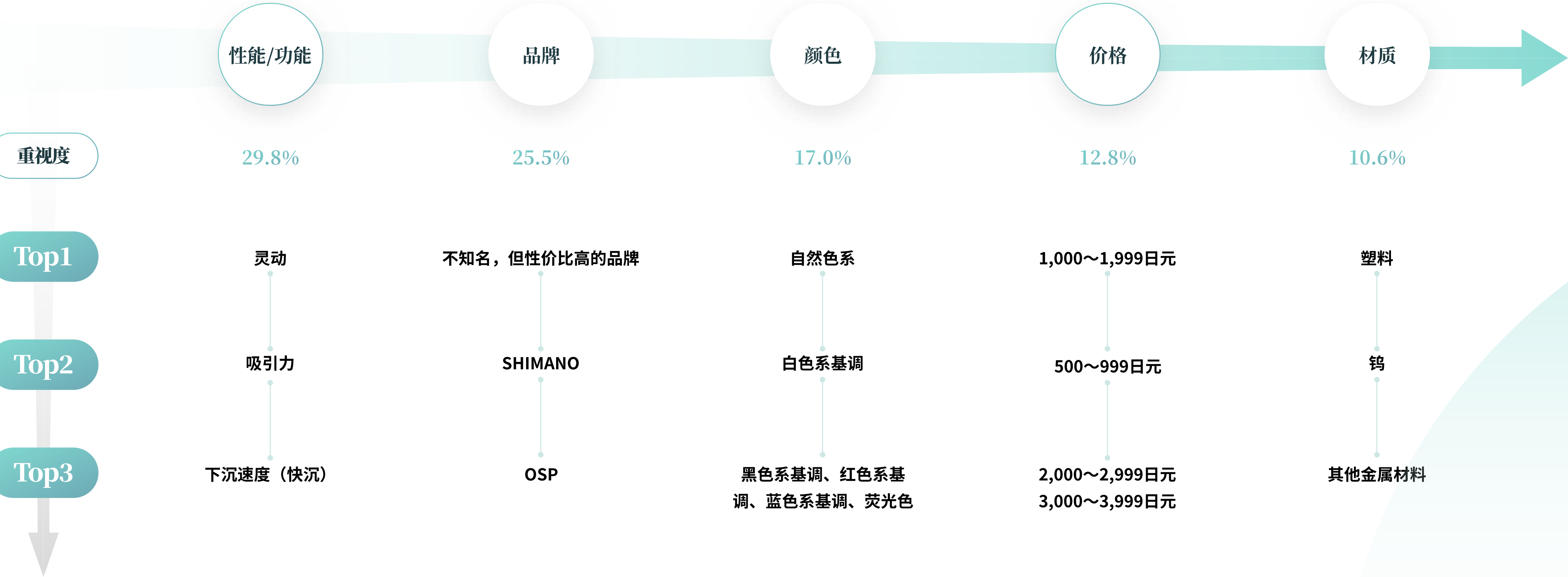
如果在以下类别中“不知名但性价比很高的品牌”排名比较靠前，说明日本消费者对国外的新品牌的接受度较高。



硬饵

购买时重视的要素

如果在以下类别中“不知名但性价比很高的品牌”排名比较靠前，说明日本消费者对国外的新品牌的接受度较高。



03 拟饵

购买频率、 购买网站选择的理由

03 拟饵



- 虽然并非所有商品类型的购买频率一致，但大体上与“使用频率”相关。
- “每2个月到半年一次”是主要的购买频率。商品间的购买频率差异不大，主要与钓鱼次数、颜色变化、参与品牌数（商品种类数）相关。

实体店购买的业态

03 拟饵

购买业态



综合钓具专门店

如上州屋、Casting、Point、Kameya等



特定钓具专门店

如路亚飞钓专门店、船钓专门店、矶钓专门店等



其他店铺

DAISO、家居商品购物中心、折扣店等

拟饵信息来源

- 社交媒体（SNS）在钓鱼用品市场中最常被选择的信息来源，占比为32%。尽管如此，不同性别、年龄和收入群体在选择上存在差异。
- “朋友和同伴的口碑和建议”在该市场中也具有重要地位，这反映了钓鱼爱好者之间信息分享的普遍性。



32%

社交媒体

不同性别、年龄和收入群体在选择上存在差异。

关于想购买的产品评论



03 拟饵

希望能有更多女生喜欢的可爱颜色和设计的拟饵。

想要价格合理且易于使用的拟饵。

想要易于使用且容易吸引鱼类的产品。

想比较鲜艳颜色的拟饵和普通拟饵的钓获效果是否有差异。

想要舒适的椅子和防暑措施。

想要实际会动的拟饵。

想要多种不同的拟饵，因此希望价格能再便宜一些。

喜欢钓鱿鱼，所以想要适合鱿鱼喜好的形状和动作的拟饵。当然，由于容易丢失，价格低廉会更好。

想要容易吸引鱼类咬钩的拟饵，根据想钓的鱼种不同也需要不同类型的拟饵。同时需要更多地学习钓鱼的技巧。有时会有意外的鱼上钩，选择拟饵的乐趣无穷无尽。

高亮评论

- 度高且轻便的钓竿，如果能便宜购买更好。
- 想要轻便且飞得远的拟饵，适合女性使用。
- 想要适合女性的设计，易于持握。
- 想要适合女性的轻便拟饵。
- 想要小型带香味的软虫，Gulp的种类太少。
- 想要常温的虾饵。

- 在网上购买了一个中国制造的类似河豚形状的拟饵，使用后比周围的钓鱼者钓到更多的鱿鱼，想再购买，但不知道在哪里可以买到，感到困惑。
- 希望能有更能吸引鱼类的香味的拟饵。
- 如果Rapala生产国内版本的拟饵，想试试看。
- 便宜且有颜色套装的拟饵。如果丢失，可以单独购买那个拟饵。
- 大多数拟饵和钓竿都可以在网上购买。我想要的是灵敏

关于想购买的产品评论



03 拟饵

显眼的拟饵

名人设计的拟饵

想要的拟饵在日本基本都能买到；想要的钓竿是Orvis品牌的经典款飞钓竿

非常容易咬钩的拟饵

触摸时会变色的拟饵

材质具有弹性的拟饵

各种颜色的拟饵

利用目标鱼习性的拟饵

想要的拟饵是带有樱虾钩的拟饵；想要的钓竿是收纳时很紧凑、可以用于防波堤和船钓的多功能竿，且坚固耐用的钓竿

高亮评论

- 专门用于大型鱼的拟饵或金属钩，例如鲨鱼或巨型GT
- 超小型的拟饵，例如带香味的拟饵（效果未知）
- 动作逼真的拟饵
- 能够现场调整动作的拟饵
- 独特颜色的拟饵
- 能长时间保存的拟饵
- 木村拓哉或藤木直人使用的拟饵

满意度调查问卷



03 拟饵



如果您还有其它想了解的内容，
请扫描下面的二维码或者点击链接给我们留下您的反馈

https://amazonexteu.qualtrics.com/jfe/form/SV_d5nnU3KEayKvunQ