

誰來解除

文圖：陳君如

養鰻業亮起的黃燈？



幼鰻攝食



滋補好吃的烤鰻(屏榮實業公司提供)

調理長燒鰻加工情形



鰻魚養殖中途進行篩選分養



烘烤中之白燒鰻串



淡水水鰻魚長久以來即為國人所喜食，尤其在寒冬時節，枸杞燉鰻更是食補佳餚。這裏稱淡水鰻魚，主要是與海鰻有所區別，實際上，淡水鰻魚在淡水域成熟後，仍是下海交配產卵，只是其鰻苗再回湖淡水域成長；而海鰻則終其生，在海中生活。

世界上淡水鰻魚有18種之多，國人常食者為白鰻及鱮鰻，前者今已概為養殖，單單在本省，養殖白鰻的年產量即達4萬公噸以上；後者多為野生，產量絕少。

日本人嗜食烤鰻 專賣店隨處可見

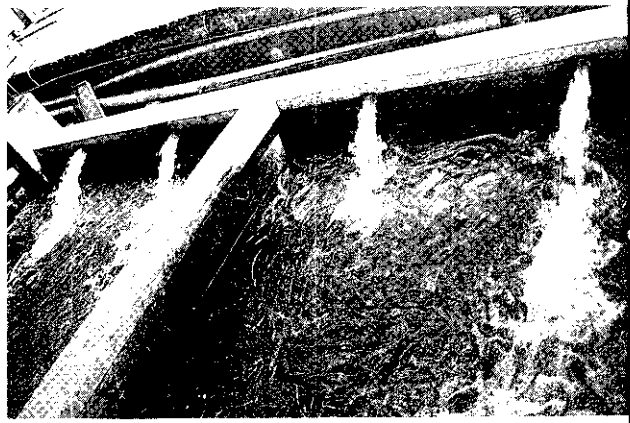
雖然鰻魚常見於國人的喜宴上，但一般家庭的消費仍不多見，事實上日本才是世界最大的鰻魚消費市場。

日本人食鰻方式與國人不同，幾乎都是烤鰻，市場上有調理好整尾或成串的烤鰻，即蒲燒鰻或未經調理而由消費者依個人口味再行調理的白烤鰻，即白燒鰻。因此日本食鰻的年消費量可達8萬公噸之多，本省養殖的白鰻，90%以上就是銷往日本。日本人食鰻的歷史已很久遠，甚至可說已發展成一種文化，除了烤鰻專賣店隨處可見外，更有在每年立秋前18日內「壯」日食鰻以進補的習俗，類似國人的冬令進補，只是時序相反罷了，因為日本人認為盛夏酷熱易消耗體力故需進補，故每年6~8月為其鰻魚消費之巔峯，來往台灣及日本間運輸活成鰻的班機及冷凍加工鰻的貨輪絡繹於途。

20年來鰻魚外銷 創下輝煌的成就

由於日本自產鰻魚及所養成的鰻魚無法滿足大量的消費需求，因此在民國30年間，來台尋找增加鰻苗及成鰻之供應，也因此導致台灣養鰻及鰻魚加工事業的興起；原來被漁民拿來炒蛋吃的鰻苗，頓時身價百倍，曾有一尾賣價高達新台幣22元的紀錄，到了民國60年前後，已發展到需賴進口鰻苗補充放養需要的地步。

本省養鰻事業近20年來在業界及政府共同努力下，有著極輝煌的成就，在日本市場之佔有率已高達50%，生產價值由民國57年的5,700萬元成長為民國77年的逾150億元，成長了263倍；就外銷而言，也由民國67年的1億4,665萬美元，成長為民國



蓄養

77年的4億9,764萬美元，成長了3.4倍，成為本省最重要外銷農水產品之一，對繁榮農村經濟及平衡中日貿易逆差的貢獻極為卓著。

中國大陸鰻魚輸日 使本省養鰻業亮起了黃燈

然而近年來由於大陸養鰻事業的興起及在日本市場的競爭，已亮起了本省養鰻事業的黃燈。

就在去年，本省生產的加工鰻，雖然外銷日本，締造了3萬公噸的出口新紀錄，但活成鰻却在同年10月創下248公噸的單月最低輸日數量，而相反的，大陸輸日活成鰻却超過了5,000公噸的目標，此意味著大陸產鰻魚的崛起，已點亮我鰻魚事業的黃燈。因此如何在鰻魚來源非我們所能主動掌握下，如何使維持鰻魚事業不致淪為夕陽產業？仍有許多事情是業界可再共同努力的。

幾項因應措施 有待業者共同努力

1988年秋季中日鰻魚業貿易會議，去年11月1日在日本東京舉行，日方多年來一再強烈要求我方實施的話鰻魚分級包裝政令化管理的議案，在因行政院農委會公告實施「台灣國外銷活鰻魚品質及包裝輔導管理要點」獲得日方認同下，會議得以圓滿閉幕，日方並將配合我業界共同遵守該要點原則，期使中日鰻魚貿易邁向新時代。

不過，常見部分業者，仍有幾項應特別注意，

却未認真執行的措施，以下提出。

1. 提高品質・注意衛生・避免藥物殘留：

在這消費意識抬頭的時代，藥物殘留與衛生問題尤受消費者所重視。漁牧單位及專家學者多年來透過各種管道宣導業者重視此一問題，縱然從善如流之有識之士者衆，但亦不乏「聽者藐藐」的業者。今年1～3月日本政府對進口農畜水產品加強藥物殘留抽驗，4月以後將視抽驗結果決定擴大辦理與否，在去年我輸日冷凍豬肉發生磺胺劑殘留事件記憶猶新之時，我業界，尤其守第一關的養殖業者，應重新正視此問題之嚴重性，正確用藥並嚴守停藥規定，密切配合漁政單位「養殖水產品藥物殘留抽驗與輔導計畫」之實施；又鱒魚加工廠目前已具檢驗部分藥物種類之能力，應充分發揮該等設備功能，防範使用殘留藥物鱒魚，以避免豬肉事件之重演。此外活鱒魚出口業者及包裝場，也應依照農委會訂頒管理要點，確實登記貨源，做好蕃養、選別與包裝，提升品質，建立台鱒之品牌形象，以與大陸產活鱒魚有所區別，才能維持在日本市場之佔有率。

2. 改進養殖管理技術・降低生產成本：

由於近幾年來養鱒利潤不豐，致飼料生產業者未見積極尋求可替代魚粉之其他蛋白質資源及改進配方，以降低飼料價格及提高飼料效率，使佔養殖生產成本達 $\frac{1}{3}$ 或 $\frac{2}{3}$ 的飼料費用無法降低。而泰半養殖業者亦忽略改進池塘管理技術，不乏濫用藥物及漫無節制浪費水資源的情形。殊不知藥即是毒，濫用的結果可能適得其反，除可能影响鱒魚生理機能，



活鱒包裝



包裝空運

台灣鱒魚養殖生產與內外銷情形

年 別 (民國)	生產量 (公噸)	生產值 (新台幣 百萬元)	外銷量 (公噸)			外銷值 (千美元)	內銷量 註1. (公噸)
			活成鱒	加工鱒	合 計		
70	34,850	5,242	18,547	12,818	31,365	175,947	3,485
71	31,089	7,045	11,435	16,545	27,980	179,145	3,109
72	33,447	7,762	16,899	13,204	70,103	200,236	3,344
73	35,366	9,403	16,927	14,902	31,829	203,815	3,537
74	45,018	9,234	16,937	23,579	40,516	230,232	4,502
75	40,462	9,518	20,585	15,731	36,416	335,197	4,046
76	40,782	12,231	18,926	17,778	36,704	368,302	4,078
77 註2.	47,300	14,000	12,500	30,000	42,500	470,000	4,700

註1.內銷量以外銷量之 $\frac{1}{3}$ 計算。

註2.77年為估計值。

遲滯其生長外，不正如將大把的鈔票往池裏拋嗎？

另外有些業者仍沿襲已往小面積水泥池的養殖方法，為避免發生池水惡變，天天大量更換池水，此種行為於公而言，是浪費了大量社會資源，於私則是所耗電費乃至發井費用不貲，且無端浪費了許多肥水，如此何能著談降低成本呢？所幸近來部分業者已體驗到大面積土池養鰻，魚池水質穩定、病變不易發生及養成率高的好處而紛紛改用。因此，利用生產技術的改進以換取成本降低的空間仍大，有待業界再積極開發。

3. 強化組織結構，致力市場開拓：

首先是談強化組織方面。目前鰻業界以台灣區鰻魚發展基金會為架構的中心，涉外由台灣區鰻魚產銷聯繫小組為主體其名，對內則台灣區鰻魚輸出業同業公會、台灣區冷凍烤鰻加工小組及台灣省鰻蝦生產合作社聯合社暨地方社各有職司。然而細究起來，在養殖業者組織部分，公司型態之企業養鰻業者因受合作法規之限制，無法成為合作社之社員，只好加入輸出公會；而為養殖主體的小鰻農也非全為合作社社員，加以部分社區養鰻業式微，鰻合社、地方社名存實亡或社務不振而解散，造成政令宣導及推廣教育無法落實，影響深遠。

另在涉外工作組織上，雖重要談判、會議或宣傳均以聯繫小組名義領軍，然實際市場上的攻城掠池却是業者各打各的仗，毫無整體策略可言，如此人力、資源之浪費自不在話下，而所獲致的成就却令人懷疑。事實上目前加工廠不過20餘家，活鰻出口實績較佳之業者亦屈指可數，設若因外交或法令之限制無法以基金會或聯繫小組名義在日本設立據點時，依個人淺見，如由業者自行組織，將力量統合，或許拓銷更能獲致成效。

至於在市場開拓方面，在外銷上自應努力分散日本以外市場，然而日本市場其8萬公噸年消費量如以人口換算，日本人每人每年不過食鰻0.4公斤，以其食鰻之歷史背景及近年消費趨勢觀察，增加消費的潛力仍在，因此應聯合日本業界以10萬公噸之消費目標積極促銷。

4. 不要忽視極具潛力的國內消費市場：

業者在力保日本市場佔有率的同時，也應正視開拓國內市場的重要性，因為國內市場者拓銷成功，雖面臨大陸鰻魚在日本的競爭，亦能進退有據。而以今天國人的經濟能力，消費一尾百元的調理鰻是極簡單的事，只要口味能為國人接受，則國內市場的消費應是極具潛力的。

發展精緻農業請用優良的三冠牌農業資材

愛用者的口碑
就是我們品質最大的保證

煥坤引進最現代化的設備；
最優良的技術；
生產多樣化的產品，
提供您最廣泛的選擇。

煥坤企業股份有限公司

彰化縣福興鄉西勢村員鹿路2段155號
電話：(047) 773878 (總機) FAX: (047) 789778

主要產品：

- 遮光網(羅紋織、平織、針織皆有，顏色：黑、銀、綠，寬度：從1米~8米，種類最多提供您最多的選擇。)
- 清潔蔬菜用網(規格：16、24、32目，寬度6尺、12尺)
- 溫室專用固定壓條。 ● 簡易溫室零配件之供應。

其他產品：

- 溫室薄膜固定帶 ● 果園及魚池用防風網
- PE漁網線 ● 地基用編織布
- 農工業用硬性及軟性繩索

進口資材：

- “設施利多”(PET FILM)硬質薄膜
溫室永久的被覆資材
① 耐候性特強，使用期高達10年以上。
② 具防塵、防霧、防霉及不滴水性。
③ 透光性高達88%以上，長期維持透光性。
④ 強度特性，具有耐熱性，耐寒性，及不伸縮性。
- クリーンエース(PVC防塵膠布)
① 比一般使用靜電防止劑者更真正具有防塵效果，具不滴水性，比一般PVC布耐用2倍以上。
② 規格多，寬度有1.85M、2M、2.3M、2.7M、3M備有現貨供選擇。