

台灣在全球水族市場的未來商機

文圖 | 陳建斌·蔡政訓 農業生物科技園區

一. 水產養殖的明日之星

人類大規模飼養觀賞魚作為寵物的風潮自中國宋朝開始，至今已有千年歷史，尤其在生活步調快速且空間有限的各大城市中，觀賞魚更廣泛的受到各不同年齡階層的喜好，全球貿易總額據估計已達 50 億美元（約新台幣 1,650 億元），在歐美及日本等已開發國家均有 1 成以上的家庭飼養，為僅次於狗的全球第二大飼養寵物。

觀賞魚市場的品項汰舊換新十分迅速，故商品技術要求極高，隨著近來生物科技及養殖技術的突破，產業已逐步走向企業化及科技化養殖，只要掌握關鍵繁養殖技術，即可在小面積空間內大量繁殖與生產，創造有別於傳統水產養殖產業的極高產值，其發展早已獲得各國的重視與支持，為水產養殖產業的明日之星。

二. 觀賞魚產業概況

（一）全球觀賞魚出口市場概況

根據聯合國糧農組織（Food and Agriculture Organization of the United Nations，FAO）統計資料，全球觀賞魚供應地區以亞洲為主（占55%），其中新加坡結合高度的國際貿易能力及便利的國際航線交通，成為東南亞觀賞魚交易出貨中心，亦為全球最大的觀賞魚出口國；至於馬來西亞、泰國、斯里蘭卡、菲律賓及印尼等東南亞國家，因天候環境及水質合



宜、勞工及土地成本低廉，為全球主要的觀賞魚生產供應國家；而同屬亞洲國家的日本，其觀賞魚產業與文化均十分發達，惟受溫帶氣候條件限制，以發展金魚、錦鯉等冷水觀賞魚為主，尤其是原產於歐洲的錦鯉，經日本人百年來的改良，已成為該國國魚，亦在全球觀賞魚出口市場占有重要的地位。

歐洲地區的主要觀賞魚出口國為西班牙及捷克，西班牙因緊鄰地中海，90%以上為海水魚，隨著近年來海水魚市場的不斷成長，在全球觀賞魚出口市場的占有率已逐漸提升。至於捷克雖屬內陸國家，惟憑藉著緊鄰德、法等觀賞魚消費大國的地利之便，並在政府的大力推動下，亦已成為全球觀賞魚重要的出口國之一。

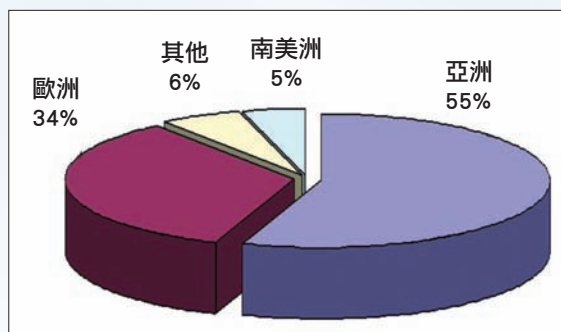


圖 1. 2008 年全球主要觀賞魚供應地區及所佔比率
（資料來源：聯合國糧農組織，簡稱 FAO）



表 1. 2008 年台灣及全球各主要觀賞魚出口國 (資料來源：聯合國糧農組織)

排名	國家	全球出口 市場占有率	排名	國家	全球出口 市場占有率
1	新加坡	21%	6	以色列	4.3%
2	德國	20%	7	美國	3.6%
3	西班牙	10%	8	中國大陸 & 香港	3.6%
4	捷克	7.5%	9	巴西	3.2%
5	日本	6.6%	22	台灣	0.86%

(二) 全球觀賞魚消費市場概況

觀賞魚屬休閒產品，其市場需求與一個國家的經濟實力具有非常密切的關連，由表 2 的全球各主要觀賞魚進口國可以看出，觀賞魚消費市場以國民平均生產毛額 (Per Capita GDP) 達 3 萬美元以上的美國、日本及歐洲等已開發國家為主，唯一例外的是中國大陸，雖然其國民平均生產毛額僅 3,315 美元，仍屬於開發中國家之水準，但廣州、廈門及上海等沿海都市的幾千萬人口，其經濟實力早已逐步邁入已開發國家，尤其觀賞魚在傳統風水學上具有重要影響力，在寒冷、乾燥的北部地區更具有調節室內溼度的重要功能，也因此觀賞魚市場近年來在中國大陸快速成長，為未來最具發展潛力的地區。

(三) 台灣觀賞魚產業概況

台灣觀賞魚養殖產業發軔於日治時期

台南州，並從 1980 年代開始興盛，目前觀賞魚養殖場 200 多家，面積 100 餘公頃，並因氣候環境因素，70% 以上觀賞魚養殖場均集中在台南及高屏地區，其他則零星散布於中北部地區，台灣廠商可養殖觀賞魚品種約 380 種，技術堪稱全球一流，目前更結合生物技術開發更多樣化的新魚種，如邵港科技公司 2001 年發表全球第一條螢光基因魚、農委會水產試驗所建立小丑魚人工量產技術等，維持台灣技術的領先地位。

出口貿易部分，受到中國大陸及東南亞國家低價魚種的影響，近年來觀賞魚出口量及出口值僅維持小幅度的正向成長，年產量約 1 億 1 千萬尾，其中 70% 外銷，主要出口到美國、日本及東南亞地區，依海關進出口資料顯示，2008 年觀賞魚出口值約 8,600 萬新台幣，在全球各

表 2. 2008 年全球各主要觀賞魚進口國及其國民平均生產毛額 (Per Capita GDP) (資料來源：聯合國糧農組織，FAO；國際貨幣基金組織，IMF)

排名	國家	占全球觀賞魚 進口值之比率	國民平均所得 (美元)	排名	國家	占全球觀賞魚 進口值之比率	國民平均所得 (美元)
1	美國	13.2%	46,859	6	荷蘭	4.9%	52,019
2	德國	8.4%	44,660	7	義大利	4.4%	38,996
3	日本	8.2%	38,559	8	比利時	4%	47,107
4	新加坡	7.2%	38,972	9	中國大陸	3.7%	3,315
5	法國	6.4%	46,015	10	西班牙	3.2%	35,331



觀賞魚主要出口國中排名第 22 位，主要出口魚種除了研發至今逾 20 餘年的血鸚鵡，亦包括非洲王子、阿里、黃帝、維納斯、神仙等數十種以慈鯛為主的魚種。

除了專業的觀賞魚養殖及外銷業者，國內目前尚有 1,000 餘家批發零售商、100 餘家飼料及魚缸等周邊設備業者，飼養觀賞魚已成為普獲一般民眾喜好的休閒活動，水晶蝦及七彩神仙魚等高價魚種之業餘玩家更屢獲國際競賽大獎，持續在全球觀賞魚產業造成話題與風潮。

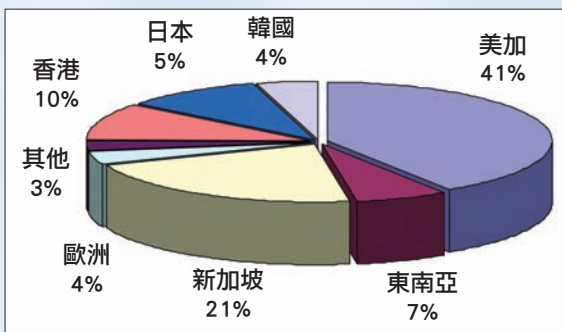


圖 2. 我國觀賞魚主要出口國家及所占金額比例（資料來源：財政部關稅總局）

三. 台灣觀賞魚產業的發展須建立在科技基礎上，發揮群聚效益以面對國際競爭

依據 Michael E. Porter (1980) 的策略理論，產業的 3 種主要競爭策略分別為低成本策略（取得整體成本領先地位）、差異化策略（以產品或服務與別人形成差異）及專精策略（集中火力對焦）。綜觀亞洲各主要觀賞魚出口國，其產業發展均有明確的主軸與方向，例如：（一）馬來西亞、印尼及泰國等東南亞國家主要

的優勢在於腹地遼闊、勞工及土地取得容易，即使技術水準（產品品質）及銷售通路較為不足，仍然可依成本優勢在產業生產端取得領先，以低成本策略（取得整體成本領先地位）作為發展主軸；（二）新加坡因地狹人稠，土地及人力成本高昂限制了大規模觀賞魚養殖的進行，也因此新加坡致力於發揮其物流、轉運中心的國際化優勢，以完善的品質控管及防疫檢疫，在產業銷售端取得優勢，並與鄰近的東南亞國家形成差異，以差異化策略（以產品或服務品質與競爭者形成差異）作為發展主軸；（三）日本受限於氣候環境及生產成本高昂，故利用漁民素質及養殖技術一流之優勢，專注發展高價值的金魚、錦鯉等冷水魚種，在具高經濟價值的特定魚種上具有產業優勢，以專精策略（集中火力對焦）作為發展主軸。

與前述競爭對手比較之下，台灣在生產部分空有優異的繁養殖技術，惟高技術水準缺少整合以充分提升產品價值，彌補成本較高的劣勢；銷售部分，台灣經濟及社會環境在國際行銷上具有相當程度的影響力，投資環境相較於東南亞國家更是優異，惟相關資源缺乏有效整合及發揮，無法建立台灣的行銷價值與品牌，特色魚種亦不足以與他國形成顯著差異，種種原因致產業陷入能量無法充分發揮之瓶頸。

面對國際市場的激烈競爭，台灣當務之急在於掌握觀賞魚產品量小多樣化且注重新、奇、異的特性，結合學術界研發能

量及產業界養殖實務，在科技基礎上專注於提升慈鯛、血鸚鵡及小丑魚等優勢魚種之附加價值，不斷改良推出高單價、高品質的多樣化魚種，同時選擇適合地點建立出口專區，結合政府融資及便利通關檢疫等配套措施，群聚以「台灣」製造的優質品牌進行市場策略擬定、行銷與推廣，在世界舞台上創造屬於台灣觀賞魚發展的差異化市場。

四.「農業生物科技園區—外銷觀賞魚研發產銷暨物流中心」將成為台灣外銷觀賞魚引爆性成長的起點

座落於南台灣的農業生技產業聚落—農業生物科技園區，擁有熱帶氣候環境、完善公共設施及多項優惠輔導措施，週遭並有國立屏東科技大學及百餘家觀賞魚養殖場，為推動觀賞魚出口聚落專區之絕佳地點。目前，行政院已核定近新台幣 12 億元經費，預計於民國 100 年前建置完成占地約 5.5 公頃的「外銷觀賞魚及水產種苗研發產銷暨物流中心」，作為推動台灣觀賞魚產業走向國際市場的核心據點。

「外銷觀賞魚及水產種苗研發產銷暨物流中心」分研發物流區及產銷營運區 2



圖 3. 農業生物科技園區「外銷觀賞魚研發產銷暨物流中心」示意圖

大區塊。研發物流區除由海關及檢疫人員入駐，提供觀賞魚產品便捷的一次通關及在場（蓄養場）檢疫服務，並規劃建置約 1,500 坪研發大樓，招引學研單位研究人員進駐，第一線掌握產業需求與動態，以適時提供檢測及技術諮詢服務，結合便捷通關檢疫服務於科技研發的基礎上，有效地帶動廠商核心競爭力向上提升。

產銷營運區部分，為減輕廠商投資門檻及資金壓力，由園區規劃興建 12 間 450 坪以外銷出口為導向的標準廠房，內部設置辦公室、儲藏室、檢驗室及衛浴設施，並統一提供淡（硬）、淡（軟）、海水等水源及打氣設備（鼓風機），提供國內外業者設置外銷出口之營運窗口及研究據點，同時保留約 1.5 公頃土地供廠商自建廠房，以完善的外銷據點整合進駐廠商多樣化的產品品質及通路服務，並串聯週遭養殖場供應鏈，發揮群聚效益以在國際銷售市場上取得競爭優勢。

五. 結語

觀賞魚產業具有發展性高、單位面積產值高、技術密集度高、附加價值高、生態環境損耗低的優點，台灣不論在從業人員素質及養殖水質、氣候環境等各方面都極適合發展，且全球觀賞魚外銷市場受限其產品少量多樣化，無法長期大規模養殖單一品種的特性，目前仍處於零散產業狀態（fragmented industries），競爭廠商眾多卻缺乏主控市場的大型企業，台灣業者只要持續專注於優勢品種的研發並善用農業生物科技園區「外銷觀賞魚研發產銷暨物流中心」的群聚優勢，將擁有在國際市場發光發熱的絕佳利基與條件，創造台灣精緻農業的另一項奇蹟。豐