

# 優質認證台灣鯛 江福松

## 開創台灣鯛·建立品牌形象 致力國內外行銷



江福松教授榮獲第20屆全國優秀農業研究人員獎

2002年江福松教授將國人心目中毫不起眼的吳郭魚命名為「台灣鯛」，讓吳郭魚蛻變成高品質符合未來發展條件的台灣代表魚。江教授認為：「台灣鯛是高品質且經過生產加工認證的改良品種吳郭魚，就如同蓮霧中的黑金剛一般。不僅是台灣產量最大的養殖魚，配合了科技化養殖管理以及世界級安全、精緻的加工水準，造就台灣成為全球最大台灣鯛魚出口國。」以下的訪談紀要，是江教授說明他如何讓學術研究更貼近產業。

Q：為何研究吳郭魚？

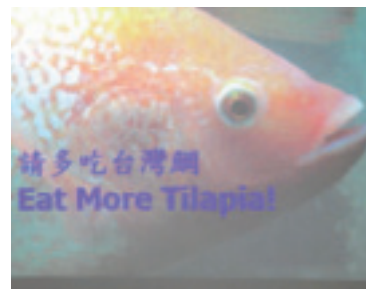
A：5年前我接受漁業署委託，執行水產品貿易研究計畫，發現吳郭魚一直被視為低賤粗俗的魚類，為什麼一年可以出口4~5萬公噸？於是我分別從生產面、市場面、還有貿易面去作分析探討，發現國內有將近1萬戶的吳郭魚養殖場，還有很多吳郭魚加工場，主力市場在國外，賺取不少外匯。我們做了相關分析與探討，發現全世界都認為吳郭魚是有潛力的魚類，可以解決開發中國家的營養問題，改善他們的生活條件；美國市場每年以兩位數在成長，預期還會再擴張。在台灣，吳郭魚養殖已經有這麼好的基礎，很值得研究，於是收集更廣泛的資料，證明台灣的吳郭魚產業非常有潛力。

台灣鯛就是高品質的吳郭魚，享有幾個世界第一，代表台灣人的成就。一、是台灣人把吳郭魚當成貿易商品；二、是台灣人開發出鯛魚片市

場；三、是台灣人培育出紅色的吳郭魚。

Q：如何建立台灣鯛的品牌形象，向國際行銷？

A：台灣在進步，大陸、亞洲國家也在進步，我們無法在價格或數量上和其他國家做競爭，如何保有我們的市場占有率，第一必須做好國際行銷的工作，第二我們必須要做好品質的提升，才能提高我們的競爭力，這樣我們才有辦法在世界上跟人家做競爭。農委會選擇台灣鯛作為四大外銷旗艦產品之一，我



台灣鯛的國際行銷廣告



積極推廣台灣鯛生產履歷

們已經針對國外的進口商、超市、量販店、批發商，在專業雜誌與網路做廣告與行銷；今年我們要嘗試做末端市場的行銷，讓國外的消費者能夠直接接觸、認識台灣鯛。

Q：談談台灣鯛產銷履歷制度的重要性？

A：全世界重視食品衛生安全的要求越來越高，這個時代已經來臨了，大家很重視食品的衛生安全，還有食品的品質。我們不僅要把產品銷出去，還必須把相關文件提供給進口的國家，它們要求看到產品整個生產的過程、運銷的流程，在這種趨勢之下，台灣鯛也必須要做好一個食品的可追蹤制度。農委會去年開始實施了優良水產品養殖場的認證制度，台灣鯛協會配合農委會、還有漁業署的指導跟補助，陸續推廣水產品養殖場認證制度，輔導漁民去申請、填寫有關的生產履歷資料，讓他們能夠把生產資料詳實的記載下來，這也代表我們養殖業者的責任，將生產過程的資料，提供給消費者知道。除了繼續輔導優良水產養殖場認證之外，我們也在建立養殖業者安全用藥的觀念，不要產生所謂藥物殘留，像石斑魚事件，在大家都重視食



台灣第一個有身分證的鯛魚片



協助業者提升台灣鯛品質

品安全的要求之下，我們不能、也沒辦法承受任何藥物殘留的衝擊。

Q：如何因應國際檢驗越來越嚴格的ppm及ppb？

A：歐盟是先進地區，他們對食品安全的要求，也相對的比其他國家來得高。台灣鯛過去有能力出口到歐洲，因為我們能夠符合他們的標準。我們過去能檢驗出來的精密度，可能只有百萬分之一，就是所謂「ppm」。目前科技進步，儀器精密度可以提升到十億分之一，也就是「ppb」，標準就提升了1,000倍。不管怎樣，台灣不能只停留在「ppm」的階段，目前台灣養殖業者也好，加工場也好，已經都有「ppb」的觀念，我們的水準可以符合歐盟的標準，也就是世界上最嚴格的標準。

Q：請介紹台灣漁業資訊系統

A：我過去曾經建立資訊系統，特別是漁業資訊的提供，因為那時候我認為整個時代隨著網際網路，還有資訊軟硬體的進步，資訊的傳遞將扮演一個很重要的角色，特別是我們的養殖業者是弱勢團體，對資訊接受的程度，可能比較少一點，如果可以建立一個資訊系統，提供更多的資訊，不管是從技術面、生產、加工，或是一般的市場資訊、價格資訊，如果這些資訊能夠更加多元，更加快速，那對我們的養殖業者、一些相關的加工運銷業者，都有很大的幫助。早期漁業局的網站，還有目前漁業署的網站架構，我前後參與了3年，透過這個網站資訊，能夠讓更多的使用者獲得更多的漁業資訊，讓他們能夠更加了解漁業，支持漁業，多消費台灣的漁產品，這個產業就會有正面的進步和成長。

#### 江福松小檔案

服務機關：國立台灣海洋大學應用經濟研究所

重要學歷：美國康乃爾大學消費經濟博士

重要經歷：海洋大學漁業推廣教授、台灣鯛協會執行長