





國內外標章做引導
鬼頭刀帶頭游出永續

文 賴品瑀 · 攝影 游忠霖（大山影像工作室）

引領臺灣沿近海漁業航向永續未來的「海洋之心永續標章」，2020年起步至今，已發出13張漁業驗證，更有加工、餐飲、零商合計2000多張產銷驗證，既接軌國際永續規範，也帶動國內市場對環境友善水產品的支持，其中又以鬼頭刀領跑在前，最是模範。

身為臺灣第一個永續海鮮標章，海洋之心依據聯合國 FAO《海洋捕撈漁業生態標章準則》與 MSC 等國際驗證規範，並結合我國漁業管理政策量身打造出符合臺灣在地民情的標章準則。以「確保魚群水續、守護環境、落實管理、社會責任」四大核心裡念，引導我國沿近海漁業從量提升為質且生態共存。

臺灣海洋保育與漁業永續基金會執行長黃章陽表示，為了推動與落實海洋之心對產業鏈的影響力，目前以國內沿近海前十大物產為第一波對象，其中又以鬼頭刀領跑，外銷與內需的鬼頭刀全數都有海洋之心標章，且陸續與多家餐飲店合作，持續累積好評口碑。

其實鬼頭刀每年數千噸的漁獲量排名大約盤據在 4、5 名，量並非最大，然其優勢在於過往長期以魚排外銷美國因此皆已參與「漁業改進計畫」（Fishery Improvement Project, FIP）；再者不管是延繩釣或是定置漁場，上岸集中在南方澳、新港與東港三大港口，在漁民認同、漁會支持下，便能持續落實卸魚聲明、捕撈日誌等工作。

國際市場需求促使 鬼頭刀產業持續精進

對外漁業合作發展協會執行長傅家驥回顧，十多年前貿易業者開始將美國市場對 MSC（Marine Stewardship Council 海洋管理委員會）認證、FIP 水產品的需求帶回來，因此 2014 年時新港區漁會、漁民主動開始推動，成立「臺灣新港鬼頭刀 FIP」工作小組展開評估及行動，蘇澳區漁會與東港區漁會也在 2017 年陸續加入。

歷經 2021 年 FIP 將評分規則分成基礎與綜合兩種，且美國隨後宣布只採購綜合 A 級以上的水產品、與近兩年臺美關稅談判美方 20% 出口關稅帶來衝擊與考驗，認為加快取得國際公認的 MSC 標章成為永續品牌才能突破重圍，2025 年底漁業署與臺灣鬼頭刀漁業協會展開「鬼頭刀 MSC 改進

1 | 鬼頭刀全面進入漁會市場拍賣。
2 | 對外漁業合作發展協會執行長傅家驥。
3 | 加工後的鬼頭刀清肉，九成外銷到美國。



4

計畫（MSCIP）」，今年就要起步，部分業者將加入並挑戰5年內取得MSC標章的目標。其中「數據透明，建立溯源」與「智慧監測，永續領航」是兩大課題，一是以進場拍賣機制輔導船主全面落實「卸魚聲明」與「漁撈日誌」申報達100%為目標，同時為建立具備國際公信力的科學數據庫做準備；安裝電子觀察員（覆蓋率5%），以精準記錄漁獲組成與混獲狀況，累積珍貴的海洋科學數據，協助政府制定更公平與有效的資源保護措施。

目前臺灣的鬼頭刀漁船須遵守《沿近海漁船卸魚聲明書申報管理規定》以及《鬼頭刀漁獲管制措施》，還必須達到卸魚聲明書填報率100%、漁撈日誌填報率100%、全面進入漁會市場拍賣、禁止捕撈體長未滿50公分的鬼頭刀、同意海上觀察員上船觀測，在這些海洋資源永續的努力之外，還有針對社會人權配合對外漁協船主/船員訪談，或是索取相關資料。傅家驥指出人權雖然不是MSC標章的範疇，但FIP有且近年全球也非常關注，2024年對外漁協提出相關報告，目前也正準備每3年需再呈現的新版。傅家驥認為，雖尚非完美，但也展現了臺灣漁業的努力與進步過程，更展現了正面面對問題的勇氣，有些改善雖然無法馬上在帳面看到成果，但是累積的工作一直在進行。

「改進就是不能停下來。」傅家驥指出，例如MSC標章要求持續更新，目前已到了3.1版，每次變革都推動著產業進步，尤其牽動漁船上的工作習慣。像是提高觀察員比例，就牽涉到船上的空間配置、人才、經費甚至相關報告如何確認等，這些挑戰在技術上相對容易，更難得的是心態上理解與接受這些挑戰會從競爭上的加分題，在不久的未來就是競入時的標配。傅家驥認為，產業界凝聚共識還是最關鍵的成功因子，漁船、貿易商、加工廠互相理解彼此需求與協助，發揮集體力量才能全體一起穩健正向的進步，產業界有決心，外界的輔導與協助才能發揮事半功倍效果。

例如漁獲日誌與自主申報卸魚聲明書，初期漁民還沒有理解這是為了整合、精簡，認為是多一道苦工，要準時且如實繳交繁瑣的申報資料很困難，黃章陽回顧，在海漁基金會定期舉辦卸魚申報說明



5



6

會、查報員與漁會人員每天在港口現場持續耐心協助下已有成果，而「體長未滿50公分禁捕」的規範，則有基金會設計50公分長的防水耐磨皮尺供漁船使用，讓船員在捕撈當下就能直觀且迅速地比對漁獲尺寸，兼顧守法與工作效率。

以創意與品質擴大內需市場 標章是有感的勳章

「有人收、價格好」黃章陽直言，標章要能實質帶來這兩個好處才是動起來的最大誘因，臺灣的鬼頭刀擁有可溯源、海洋友善認證後，不僅保有繼續外銷的通行證，更以「具有故事性的精緻食材」身份走進國內注重理念的綠色餐廳與大型量販通路。持續站穩國際市場同時也有國內市場作後盾，自然有助於提高與穩定價格，且不用害怕國際市場波動或出口受阻。

過往九成外銷的鬼頭刀，如今也在國內企業的支持下逐步打開內需市場，包括煙波國際觀光集團、雲品溫泉酒店、台北晶華酒店、北投老爺酒店與台北天成大飯店等13間星級飯店，與三商餐飲集團（三商鮮五丼、福勝亭）、豐漁餐飲集團（季樂和牛鐵板燒）、韻藏中餐廳、樂覓炊事Cococina Bistro、林聰明沙鍋魚頭以及樂檸漢堡等知名連鎖與特色餐飲共50家門市，近年陸續發揮創意，採用鬼頭刀魚排端出料理，例如鬼頭刀漢堡、鬼頭刀黃金嫩塔等，讓民眾體會其鮮美肉質，進而願意嘗試。

「讓優質的國產好魚成為大眾的日常美味」黃章陽表示，目前已有企業開始陸續加入「只採購具標章漁獲」的陣營，且未來以國產水產取代進口，以減少碳排的需求也勢必提高，在鬼頭刀打響第一砲以後，餐飲業者也紛紛詢問其他符合「國產、減碳、永續」且高品質同時能穩定供貨的水產，海洋之心的後起之秀包括鎖管、白帶魚、鯖魚也都在發展中，例如疫情期間農委會「幸福餐盒」使用海洋之心臺灣鯖魚，就順利帶動國人選用意願與習慣，近期台鐵便當也運用基隆區漁會、瑞芳區漁會的鎖管入菜。

4至6月鬼頭刀、7至9月鎖管、9至12月白帶魚、10至12月鬼頭刀、12至1月鯖魚……，目前這幾項水產已有獲得海洋之心認證的產品面市，順著時令提供國人滿滿美味與營養，未來不只是這幾項，還有其他國產，也都將加入海洋之心隊伍，棒棒開花擊出高質與永續的全壘打。

4 | 臺灣海洋保育與漁業永續基金會執行長黃章陽。
5 | 臺灣鬼頭刀全數具有海洋之心標章。
6 | 擴大鬼頭刀內需市場，知名連鎖與特色餐飲也能買得道鬼頭刀相關產品。