

求知若渴，勇於創新

模範漁民雷細英從魚塭走向食魚教育與新住民培力

文 許成碩 · 圖 游忠霖（大山影像工作室）

雲林口湖靠近北港溪出海口，魚塭分布在低平的沿海地帶，每當豪雨到來之前，養殖戶必須先降低水位，替塭池留出容納雨水的空間。

清晨5點多，115年全國模範漁民雷細英沿著塭岸巡池，觀察水色、水位，也查看堤岸是否安好。從福建來臺18年，雷細英與家人經營「海男子紀家水產」，從學著顧好一池水開始，逐步走向品牌經營、食魚教育與新住民培力。



魚蝦貝混養　從水色讀懂魚塭

雷細英指出，文蛤是家中魚塭的主要水產，同池另養白蝦與虱目魚。虱目魚攝食藻類；白蝦取食部分殘餌；文蛤濾食水中懸浮物，不同水產利用池中資源，也減輕清理藻類的負擔。虱目魚長到約 2、3 斤時，也能捕撈出售。養殖池須留意氨、亞硝酸鹽的變化，雷細英使用光合菌協助管理水質與底土；放苗時依大小分池，讓同一個塭池的魚蝦生長進度盡量接近。

巡池時，她還會留意是否有螃蟹、老鼠在堤岸挖出的細洞。因為豪雨可能將洞口沖成缺口，池水若漫過堤岸，魚蝦可能逸散，文蛤也可能流失。

雷細英表示，文蛤多在農曆年後放苗，約 1 年收成，挑蛤時，她會拿 2 顆輕敲，聽聲音是否清脆；若聽來空洞，便留意有沒有空殼或破損。2025 年，她養殖的文蛤更獲雲林特色文蛤節頭等獎。

從盤商收購到成立自有品牌

過去魚塭收成，多交由盤商收購，消費者不容易知道養殖者是誰。2022 年，雷細英創立「海男子紀家水產」希望顧客知道水產的來源與養殖方式，有疑問時也能直接詢問。

創業初期，家人擔心她外出擺攤、上課，魚塭少了人手，收入又難預料。雷細英與先生、婆婆商議，讓品牌有 3 至 5 年的時間生根茁壯。她帶著文蛤、白蝦和加工品到各地擺攤，生鮮帶多了，賣不完得自行承擔；帶少了，又錯過讓顧客認識品牌的機會。雷細英向其他養殖業者學習估算人流、準備貨量，逐漸熟悉備貨訣竅，也透過這樣的機會，與消費者搭起直效溝通的橋樑。

雷細英她投入溯源並建立產銷履歷，也在出貨前增加淨養吐沙程序，減少顧客料理時間。為了學會經營品牌，她到口湖數位機會中心學電腦、數位行銷與短影音製作，也廣泛接觸各類養殖新知。雷細英走進教室後，逐漸掌握向外界介紹魚塭與產品的方式。

家人後來接手原以冰品為主的金湖冰室，把文蛤、白蝦和虱目魚做成料理。顧客到店裡吃冰、用餐，也能嚐到自家魚塭的收成。雷細英感謝兩個女兒願意協助顧店，讓她能夠繼續上課持續精進自我。她也另外成立食魚教室與推廣據點，透過體驗和教育活動，讓更多人認識在地水產以及餐桌背後的養殖工作。

助新住民扎根漁村　盼青年留在口湖

初到口湖時，面對陌生的土地與語言，雷細英也曾感到茫然無措。她選擇將自己積攢的光熱化為溫柔的依靠：投入新住民培力、陪伴超過兩百位學員，讓每一位在異鄉努力的身影，都能在口湖這片土地上找到溫暖與力量。

雷細英也掛念漁村新世代，她說：「希望讓年輕人願意留在地方、深耕產業，看見口湖的生命力。」從魚塭裡的混養管理到食魚教育推廣，她持續把所學用在口湖，讓更多人看見養殖產業的價值。

1 | 雷細英導入階段式養殖與光合菌水質管理，精準培育文蛤及白蝦。
2 | 雷細英成立食魚教室及推廣據點，投入新住民培力，以創意開拓漁業新可能。