



【推動進擊性農業，布展國際市場】

## 循序漸進獲認證，海洋永續新里程

游博婷<sup>1</sup>

### 壹、前言

環視全球貿易市場風向和檢視聯合國糧農組織（FAO）近年來發言暨發表文件，「產品導向概念」業已轉變為以顧客為主的「消費者導向

概念」，尤在食品類方面更甚之。以海洋漁產品來說，一般民眾習慣上零售市場看看當季盛產的或是新鮮的魚貨，除了在意價格、衛生安全和美味等因素，由於資源保育意識抬頭以及許多非政府組織（NGO）團體的理念

註 1：行政院農業委員會漁業署。

傳導，大眾開始關注一些事情，這些魚是國內自己抓的還是國外來的？怎麼抓的？大小尾是怎麼分的？什麼時候抓的最好吃？這些貌似尋常疑問的背後，暗藏著大眾對於漁業資源量及漁季漁期的好奇心。

為了要得到這些問題的解答，零售小攤老闆、大型量販店採購、上游供貨廠商、貿易商，一路往上追到實際捕魚的生產者索取答案。有幾分證據才能講幾分話，因此，生產者如果要拿出可信的說明，就必須要有「人、事、時、地、物」的依據，所以在每一航次的捕撈漁獲作業時，必須記錄作業的漁具漁法、漁獲種類和重量、捕撈海域、作業時間、作業漁船資料等等，將這些書面紀錄累積起來，就有明確的資訊可以提供給採購商或是消費者。當有價值的資訊由生產的這一方到達了消費的另一端，就讓這些水產品轉換成具有可信任來源及可追溯過程的永續商品，繼而賦予商品加值及品牌區隔。這，就是海洋漁業永續發展的根基。

多年來，許多環保團體，積極推動漁業和水產品認證機制，希望透過創造更多的經濟誘因及效益，達成漁業永續經營的目的，因此一方面向生產者提倡漁業永續，遵守漁業管理及資源合理利用，在海上工作時，要不時留意資料留存和文字撰寫，建立溯源紀錄；另一方面則積極遊說銷售端的零售商、超市或是餐廳，採買符合

漁業永續概念的漁產品銷售給大眾，一來符合社會公義及環保理念，二來提升企業優質形象，三來可以標榜品牌價值及產品區隔。也因此，願意加入漁業永續行列的企業或單位有逐年增加的趨勢。

## 貳、MSC 太難？那就從 FIP 開始做起

要提到永續水產品認證制度，最為有名的推動者當屬海洋管理理事會（Marine Stewardship Council；MSC）。MSC自2000年開始推動MSC認證制度，這個制度分為「漁業認證」和「流通鏈認證」2種，前者以野生捕撈漁業為認證對象，認定某個漁業確實是考慮到環境之可持續性的漁業；後者則是以水產品加工流通業者為對象，認定其產品在加工、流通過程中係按照MSC標準處理。MSC認證制度雖然獲得許多支持與認同，但其永續漁業3大原則與31項指標相當嚴格，許多漁業有意願參加，但卻未能達到認證所需要的標準而功敗垂成。截至2017年，全球取得MSC認證的水產品數量為950萬公噸，占同年全球海洋水產品產量（約8,500萬公噸）的11%，對於想採購或是販售MSC產品的通路來看，產品過少，使用者增加有限，無法創造出更大的市場，將會反撲抑制水產品認證制度的影響力。為了讓想參加MSC認證的漁業不要灰心，需要有一套引導模式，

協助有志者能早日取得認證，這個引導者的工作就由MSC的夥伴世界自然基金會（WWF）來擔任。

世界自然基金會依據MSC認證的精神及規範，公佈了一套FIP指導方針。FIP，是「Fisheries Improvement Project」的簡稱，中文名稱為「漁業改進計畫」，是指透過可以改善漁業的手段、方式及措施，用合適的方法抓魚，讓魚沒有抓完的一天，漁業得以永續發展。這樣的計畫，是由與這個漁業相關的漁民、漁會、加工廠、貿易商或其他單位人員自願發起並主動執行，經過討論逐年逐步訂定改善目標和改善進度，依序進行且滾動式檢討改進，並將相關過程及內容透明公開於網站上，對全球宣告該項漁業執行FIP的成果及績效，藉以取得市場國及消費者之認同，拓銷漁產品市場。

而在這其中，政府單位從旁協助及輔導，NGO組織受委託協助解決或檢視計畫執行上的問題及英文網站登錄，而科學家執行資源研究調查分析，作為制定工作計畫之科學研究數據及資訊佐證。嚴格來說，FIP並不是永續漁業生態認證，它比較像是一個入門MSC的初級課程，督促有志者逐步前進漁業永續的領域。

世界自然基金會雖然有為了FIP的發展與執行訂定一套完整的標準及程序，但它並非唯一執行FIP的機構，亦有其他NGO組織（如SFP、

ISSF）或業者以各自的標準或程序發展FIP，因此，目前並無統一的FIP標準。而發展FIP所需時間，依據漁業特性、實施範圍、利益相關者參與之程度及態度而有所不同。一般而言，希望行動計畫能規劃在5年內達成符合MSC標準之目標，但在實務上對於時間控管並未有限制，最重要的是在執行過程中，漁業及管理系統能有實際改善。

### 參、危機就是轉機，臺灣新港鬼頭刀的奮鬥史

臺灣的鬼頭刀，分布於臺灣本島各地海域及離島，以東部海域較多，延繩釣為主要漁法，近5年的年生產量大概是7,000到1萬公噸，每年大概有3,300公噸漁獲以冷凍魚片方式外銷到全球10餘個國家，最大宗的外銷市場是美國，占了總出口量的85%以上。鬼頭刀是白肉魚，肉質鮮甜，沒有腥味，可做生魚片、煎魚排、炸魚柳、炒或煮湯。臺東縣新港漁港，是東部鬼頭刀漁業的重要港口，以「水冰」的保鮮方式，讓新港鬼頭刀成為加工廠和貿易商的最愛，絕大多數都銷往美國。

2012年，國內業者接獲美國超市客戶的通知，要求供給超市的鬼頭刀產品必須要有FIP，否則將喪失超市供貨的資格。原來，美國部分大型連鎖量販或超市，公開承諾將只販售取得

生態標章的漁產品，但是，現階段取得生態標章的漁產品並不多，因此這些大型連鎖量販或超市在與環保組織討論研究後，同意對於未能取得生態標章的漁產品，只要有進行FIP，就同意購買。在此同時，祕魯和厄瓜多爾所生產的鬼頭刀已經有FIP，因此超市可能全而轉向該2國貿易商採購。

因業者的貨源大多來自臺東縣新港漁港，如果無法順利外銷，將直接衝擊到新港鬼頭刀的銷售管道及價格。於是在2015年2月，由新港區漁會主動發起漁船主、貿易商、各工廠及各單位成立組織，行政院農業委員會漁業署（簡稱漁業署）提供行政支持、中華民國對外漁業合作發展協會協助資料處理及登錄、國立海洋大學科學家團隊執行科學研究，產官學眾志成城，2015年9月8日，新港地區鬼頭刀FIP獲SFP（Sustainable Fisheries Partnership）網站同意正式登錄，宣布新港地區鬼頭刀FIP正式啟動這是臺灣第一個執行FIP且登錄在國際網站魚種；而在2015年9月11日，漁業署發布新聞稿〈臺灣新港鬼頭刀首次登錄SFP國際網站〉，與國人分享臺灣新港鬼頭刀漁業邁向新的里程碑，引起許多媒體及漁業團體的迴響。

建立完成新港鬼頭刀FIP的基本資訊後，FIP組織持續制定行動方案及分年執行計畫，漁民和各相關單位依照行動計畫的分年工作項目開始執行、持續追蹤、時時檢討調整。因為有了FIP的加持和優良的漁獲品質，我國鬼頭刀外銷美國市場的情況從2012年訂單寥寥無幾轉變至2015年下半年恢復穩定供貨，外銷通路暢通且價格提高，連帶提升了國內市場行情，吸引了亦是鬼頭刀重要產地的蘇澳地區及東港地區漁民業者表示加入意願，遂於2017年2月7日由漁業署出面整合新港、東港及蘇澳3區漁民業者共同推動FIP，整合後名稱為「新港鬼頭刀FIP」，其中「新港」係代表臺灣地區的鬼頭刀品牌。

臺灣新港鬼頭刀FIP的相關資訊和全球執行FIP的國家和漁業的訊息，可以從Sustainable Fisheries Partnership網站得知，透過無遠弗屆



的網路，讓全世界的消費者都能看得到臺灣新港鬼頭刀漁業的努力，及臺灣漁業界產官學為海洋漁業永續所貢獻的心力。

#### 肆、結語

基於海洋生態環境保護及人類社會公益責任，愈來愈多的單位公開表示願意支持及使用漁業永續水產品的需求，永續水產品局勢大好，於是較多的漁民業者主動執行生態標章認證工作，生產認證產品，惟經常面臨行銷通路不彰和價格提升不易的情形，這是先鋒者最常面臨的困境；但如果打通了市場，產品銷售平步青雲，先鋒者會得到高階的銷售領域及眾多的獲利。另一種情形則是原有的銷售管道或是行銷通路因販售原則改變，從而要求漁業生產者的產品須符合相關規範或社會期待。若想要繼續

獲取原有甚至更好的利益，漁業生產者必須改變生產方式，依循行政作業流程及建置書面紀錄，證明自己的漁撈生產永續經營，以換取繼續銷售的門票及利潤，而不願意改變或是裹足不前者，就會從主流市場中被淘汰出局。

面對全球共存共享的海洋漁業，海洋水產品市場就是全球各國競爭的戰場，臺灣的漁業能多一份認證或多一份改進事實，就是多一層市場競爭力。臺灣新港鬼頭刀FIP雖然是因為外銷環境使然被迫改變，但是漁民業者們的決心和意願，才是能夠執行的動力及契機，如今能轉危為安，穩定外銷通路，維持漁民收益，實屬可貴。期待我國海洋重要經濟魚種，能以此為典範，逐步朝漁業永續的範疇邁進，並將臺灣優質的水產品，行銷至全球各國，成為國際漁產品市場中的佼佼者。

