

# 厚植休閒漁業軟實力，永續漁村經濟與活力

Promoting Tourism to Fishing Villages •

蕭堯仁<sup>1</sup>



漁村遊程規劃人員培訓課程——魚塭體驗遊程規劃。

## 摘要

國際間漁村從重視資源利用與開發，逐步轉為以提升生活機能與旅遊服務為主，漁村的旅遊發展，已成為漁村重要的經濟來源之一。休閒漁業除可振興漁業、漁村，增加漁民收益外，也是吸引移民，增加漁村人口的機會，是促進漁村保有活力與永續發展的重要策略。為發展休閒漁業的軟實力，漁政單位舉辦不同類型的工作坊、遊程規劃與數位應用等課程培植漁村人力，同時運用漁村成果展或參與旅展，積極行銷漁村旅遊，希望能永續漁村經濟與活力。

Internationally there is a gradual trend towards tourism for fishing villages. Tourism to fishing villages has emerged as an important source of income. Leisure fishery contributes to fishery and income for fishermen. It also attracts migrants and increases populations at fishing villages, thus making them more viable and sustainable. Towards this goal, the fishery organizations have developed various workshops, travel plans, and digital applications to empower fishery workers. They also promote travels to fishing villages to bring them income and vigor.

| 註1：國立臺灣海洋大學應用經濟研究所副教授。

## 一、前言

依據國家發展委員會人口推估資料顯示，臺灣即將在2025年邁入超高齡社會，2028年人口紅利也將結束，勞動力將不若過往充沛，社會的經濟負擔也愈顯沉重。為解決少子化及城鄉發展失衡問題，以及促進農漁村永續發展，近年政府陸續推出地方創生、食農教育與綠色照顧等政策，減緩或改善社會發展趨勢。臺灣約有650個漁村社區，在產業經濟轉型與漁業資源減少的情況下，會更早感受到產業永續發展的挑戰。而與臺灣問題類似的日本，為解決人口與城鄉均衡發展議題，早在2014年推出地方創生政策，然而東京生活圈的人口仍不斷成長，直到新冠肺炎疫情蔓延的2021年，東京人口才出現26年來首次的下降，但在疫情趨緩後，人口又開始增加，顯示城鄉均衡跟社會發展

需求的落差，而多數位處國土邊陲地帶的漁村，其發展更具挑戰性。

## 二、國內外休閒漁業現況與發展

休閒漁業係指漁村運用當地的人文、地景、產業資源，或是透過漁村的生產、生活、生態體驗，發展出來的休閒活動。休閒漁業旅遊主要可區分為4種型態，包括結合漁業活動與休閒活動，提升產業價值與增加收益的漁業旅遊；透過旅遊業結合漁村生活型態發展遊程，同時維持漁村經濟與社區發展永續性的鄉村旅遊；以自然資源結合旅遊活動，同時強調對漁村生態效益的生態旅遊；以歷史資源和價值為重點，建立遊客與當地漁村文化之間鏈結的文化旅遊等。

日本政府多年來為帶動農漁村的休閒產業發展，除透過食育基本法、支持產業六級化與地產地消等外，也

漁村遊程規劃人員培訓課程——  
社群行銷與數位應用。







休閒漁業經營者應用Podcast推廣遊程。

致力推動農泊政策，鼓勵農山漁村提供夜宿服務，藉以增加遊客停留時間，增加農山漁村的經濟收益。日本2019年夜宿農山漁村的遊客數量達589萬人次，2020年適逢新冠肺炎疫情，遊客人數下降至391萬人次，2021年雖然有恢復至448萬人次，但仍比2019年減少20%。而為促進農山漁村休閒產業效益，日本除注重國旅市場外，亦希望境外遊客夜宿農山漁村的比例能從2019年的6%，透過

語言訓練與支持，在2025年逐步提高至10%。同時也希望2025年農山漁村住宿遊客量能成長至每年700萬人次的目標。

臺灣在疫情期間亦經歷境外遊客大幅減少與國人國內旅遊次數下降（2019年平均每人旅遊次數約7.99次、2020年6.74次、2021年5.96次）的趨勢，以及2022年國旅大爆發，帶動漁港與漁村的觀光人潮。隨疫情減緩與國門重新開放，國人出國人數也快速攀升，面對旅遊市場的大幅波動，更需要關注休閒漁業市場的變化及提升經營者的調適能力。

近年來國際間不少漁村從重視資源利用與開發，轉為活化漁村經濟與發展，逐步以提升鄉村生活機能與旅遊服務為主，休閒漁業發展也成為漁

休閒漁業踩線團推廣漁村遊程。





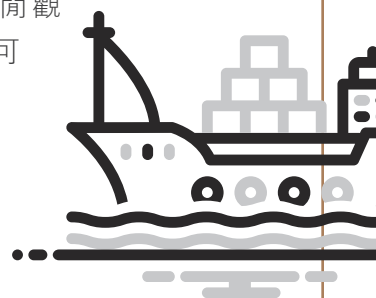
參與台北旅展推廣休閒漁業（前排左3為農業部漁業署張致盛署長）。

村重要的經濟來源之一。漁村在發展過程，發展休閒漁業除可以透過水產品加工加值、地產地消、食魚教育、漁村遊程等途徑，振興漁業、漁村，以及增加漁民收益外，也是吸引民眾移居、增加漁村人口，和促進漁村保有活力與永續發展的重要策略。漁村也可依據不同旅遊型態進行獨立或整合經營，特色化休閒漁業經營的多樣性，也凸顯休閒漁業經營者需要更多元與跨域的專業知識，以因應經營上

的挑戰，因此培植漁村休閒漁業軟實力更顯重要。

### 三、厚植休閒漁業軟實力

漁村係漁民活動的重要空間，具有生產、生活、生態、文化等多種功能，雖然休閒觀光已成為現代人不可或缺的生活要素，惟傳統漁業在產業





農業部漁業署張致盛署長（左）於旅展現場與民眾互動。

轉型與漁業資源的限制下，面臨到不少的挑戰與困境。為讓低密度和人口高齡化嚴重的漁村永續發展，避免漁村空心化的現象更加嚴重，協助漁村轉型與推動漁村旅遊，促進區域經濟與社會發展。休閒漁業可以促進產業融合，為水產品提供附加值，增加漁民收入，鞏固漁村居民的經濟基礎。為培植漁村發展休閒漁業的軟實力，2020～2022年新冠肺炎疫情期間，漁政單位因應漁村之產業、環境及文化等資源優勢，辦理休閒漁業、水產品行銷、遊程設計、社會創新等工作坊（計11場次，186人次參加），以及舉辦導覽解說、遊程規劃與社群行銷、Podcast與AI數位應用等教育訓練課程（計6場次，273人參加），藉此培植休閒漁業經營者的專業能力，增能休閒漁業經營韌性，同時串聯各

地休閒漁業經營者網絡，積累漁村社會資本，奠基休閒漁業的軟實力。

#### 四、擴展漁村旅遊，提升漁村經濟與活力

近年漁村在農村再生與地方創生政策協助下，以永續發展為核心，青銀協力合作，致力漁村文化的傳承與轉譯，讓漁村變得更有溫度更加有趣。在2020～2022年間，已有21處漁村社區透過漁政單位之軟實力培育，逐漸發展適合該社區之特色推廣活動或遊程。為推廣休閒漁業與漁村旅遊，新冠肺炎疫情期間漁政單位也透過旅展活動參與，積極行銷漁村旅遊，永續漁村經濟與活力。旅展活動自2020年開始連續4年邀請全臺漁會、漁村及漁業青年參加，以2023



年旅展活動為例，旅展現場結合漁村漫遊與金鑑漁港輕旅行，推出20條漁村遊遊方案，包括小小漁夫體驗、石滬捕魚趣、古老牽罟漁旅、乘著海風去旅行、漁村生活體驗、手作海鮮披薩遊漁港、食魚教育以及龜山島登島賞鯨遊等。同時也結合KKday線上銷售遊程，除協助休閒漁業經營者的連結商業平台外，也能讓更多國內外遊客認識臺灣漁村遊程，拓展市場商機。另外，旅展活動中推出的「超可愛阿漁AR濾鏡」在FB、IG社群上也被廣為分享，旅展結束後更持續在不同國家被熱烈分享，開始使用數超過20萬人次，讓臺灣休閒漁業被更多人看到。

## 五、結語

為滿足國人對休閒漁業遊憩活動的需求，以及讓民眾能認識漁業與走

訪漁村，漁政單位積極拓展民眾多樣性的觀光休閒選擇，並努力推動不同類型的觀光休閒或漁村遊程活動。以農業部漁業署統計2022年為例，造訪漁村、



漁港旅遊人數達993萬餘人次，占目前全年國人國內旅遊總旅次約7%左右，產值也創造超過新臺幣48億元，顯見漁村旅遊係國人旅遊的主要選項之一，對漁村經濟與漁業發展有所助益。也期盼在疫後時期，民眾能多走入漁村，體驗娛樂漁業漁船的賞鯨豚與海釣活動、走訪漁村與魚貨直銷中心品味美食、感受漁村文化慶典、遊憩漁港之美及領略臺灣漁村四季之美。

