

# 水產品多元推廣 一起「吃在地、食當季」

撰文 | 漁業署 張伯瑋

## 前言

臺灣四面環海，西部海底地形和緩平坦，東部海岸水深陡峭，海域棲地複雜且多樣，包括大陸棚、沙泥灘地、河口、岩礁、珊瑚礁、海草床、紅樹林、沙洲潟湖、深海大洋及熱泉等，同時更有黑潮、南海水團、中國沿岸流及季風的交互影響，得天獨厚的地理環境造就了豐富的生物多樣性，臺灣周邊海域已記錄的魚類種類就超過了3,400種，約占全球魚類種類的1成，先天的優良條件造就漁業在臺灣的蓬勃發展，除了發達的遠洋漁業及沿近海漁業外，透由精進的繁養殖技術也促成了養殖漁業的進步，我國水產品品項多元，年均總產量約90萬公噸，年均產值約900億元。我國水產品多以冷凍、冰鮮或活魚等型態，透由魚貨批發市場及產地直銷等管道流通，隨著2015年聯合國宣布「2030永續發展目標」（Sustainable Development Goals, SDGs），國內消費者逐漸重視責任制的生產及消費，支持

地產地消恰恰是實踐綠色生活，支持地球永續的不二法門。

## 永續食魚向下紮根

水產品低脂又富含優質蛋白質，適合各年齡層的民眾食用，漁業署為推動地產地消，讓吃魚更貼近生活，113年透過多元方式推廣正確及永續的食魚觀念：

① 辦理「蠡旅奇緣—大魚樂家」食魚文化推廣講座，巡迴全國2所國小，結合行動短劇、闖關活動，讓小朋友在趣味輕鬆的狀態學習食魚知識，進而影響家人並支持優先選購國產水產品，共6,808人次參與。





② 辦理2場次「蠡旅奇緣-蠡境傳說」親子食魚文化園遊會，讓大眾更加認識臺灣漁業的特色及多樣性，現場設有闖關遊戲、手作魚模型，並邀請食魚教育相關農漁民（業）團體於現場分享等寓教於樂的體驗活動，讓家長和小朋友從娛樂互動中體驗與學習食魚文化，瞭解國產水產品種類、營養價值，體會「吃在地、食當季」及永續漁業精神，推廣觸及約22,385人次。

③ 辦理2場次食魚教育培訓、研習及工作坊及2場次食農教育專業人員共同培訓，廣邀校園教職人員、公務人員、營養師、漁會工作人員及食魚教育推動團體參與，厚植食魚教育推動量能，共278人次參與。

④ 另為鼓勵各界推行食魚教育工作及逐步確立食魚教育推廣主軸，透由113年食魚教育推廣計畫徵案，經評選後擇出最佳10案，補助執行食魚教育推廣，讓食魚教育能深入地方，如花蓮縣的洄遊吧股份有限公司，引入花蓮七星

潭的漁業文化背景，並介紹東部海岸特有的漁法與料理食材，參與者能對於產地故事有更深的感受，將生態、文化與永續串聯，為消費行為注入環境關懷的意識。

### 推動冷鏈、穩定品質

受氣候及洋流環境的影響，台灣周遭海域各有其時令鮮魚，如春季的黑鮪魚、鬼頭刀，夏季的鯖魚、鎖管，秋季的蟳蟹及冬季的烏魚、土魷等，而養殖漁業的主要產期則集中在下半年，為使水產品在上市期間維持良好鮮度、快速貯運加工或銷售，並依據各漁業生產區冷鏈需求特性，輔導漁民團體升級製冰冷凍及加工等冷鏈設施，在產地建置加工冷凍設備，在消費地則提升冷鏈物流，自生產端啟動延伸至消費端，促使整體產業升級。

另透過多樣化的加工和凍存技術，如邊角料打碎製成魚漿製品、透過萃取處理轉化為機能食品添加、寵物食品



等，延長產品儲存期限，提升原料利用率、減少食物耗損，達到永續消費及穩定產銷的效果。

## 拓展市場、多元推廣

隨著時代改變，現代人工作忙碌，尤其工作一整天後，沒有太多時間去市場買菜、做飯，為因應消費型態的轉變，漁業署持續引導產業投入開發分切、小包裝、熟成及調理包等多元化方便即食產品，除滿足消費者需求，也提高產品利用率及產品價值，同時以「吃在地、食當季」為主軸，透由更多元的管道來推廣國人「依旬而食」享用地優質水產品：

### 一、實體通路部分

① 輔導中華民國全國漁會整合漁業青年及各區漁會，於臺北希望廣場農民市集銷售國產優質水產品，並透由與萊爾富便利超商合作，讓國產鮮魚也能隨時取得。

② 輔導財團法人台灣養殖漁業發

展基金會與國內連鎖超市等通路（如全聯、楓康、聖德科斯等）合作銷售國產水產品，讓水產產品的銷售更貼近民眾生活，提升水產銷售量，另與統一超商合作，使用國產水產品開發「法式烤鱸魚青醬燉飯」、「沙茶炙燒魷魚烤飯糰」或是「馨苑薑絲鱸魚湯」等即食商品，為國人的日常飲食增添便捷、美味且健康的新選擇。

③ 輔導財團法人台灣優良農產品發展協會辦理產銷媒合活動及行銷推廣活動，鼓勵連鎖餐飲體系業者採購國產原料開發新產品，提高國產水產品曝光率；同時積極參與「臺北國際食品展覽會」，打開多元國產優質水產品到國外市場通路能見度。

### 二、輔導財團法人農業科技研究院建置「買魚去」及「鱻魚購」2平臺

「買魚去」平臺由各地區漁會、漁民團體上架我國優質漁產品；「鱻魚購」平臺則由養殖青年創立自有品牌及上架自家特色產品，兩平臺產品屬性、





目標顧客群及消費特性均有不同，透過集團戰的方式集中行銷，增加消費者對於國產優質水產品之線上購物習慣且提高購買欲望，搭配多元行銷推廣活動，如辦理「黑鮪魚季正對時 產品多元利用」黑鮪魚行銷推廣記者會、媒合沾美藝術庭苑等餐廳舉辦鬼頭刀行銷推廣記者會等時令鮮魚推廣、或結合圓山大飯店聯名推出年節金龍禮盒、與知名原創貼圖的白爛貓聯名推出蠱味澎湃箱，辦理漁會快閃活動等，並透由大型採購媒合、社區團購開發及辦理科技園區展售，將買魚去與 魚購的接觸由網路延伸到實體，讓消費者能以多元方式取得國產水產品，全年不間斷服務，提升漁產品市場廣度及能見度。

### 三、輔導地方政府及各主要產地區漁會依據其特色發展產業文化活動

如基隆市的鎖管季、新北市的萬里蟹、彰化縣的王功漁火節、臺南市的臺

南虱目魚文化季、屏東縣的黑鮪魚文化觀光季、宜蘭縣的南方澳鯖魚節、臺東縣的東海岸旗魚季、彌陀區漁會的虱想起虱目魚特產品行銷推廣活動、永安區漁會的石斑饗鮮季、興達港區漁會的興海文化祭、梓官區漁會的戀戀蚵仔寮海鮮節以及高雄區漁會的秋刀魚節等活動，吸引更多消費者來到產地，感受當地水產品的迷人魅力。

### 結語

我國水產品的品項多元且來源穩定，扮演著供應國人動物性蛋白質來源重要的角色，同時也提供高度不飽和脂酸（EPA及DHA），是優質的營養來源。享用國產水產品支持地產地消，可縮短食材運送距離、減少冷藏輸送需求，進而降低食材運輸產生的碳排放量，對環境保護做出貢獻，透過消費支持小農生產，更能創造漁村就業機會，進而穩定漁村經濟，促進臺灣漁業永續發展及多元價值，投資地球一點都不難，從吃做起，你還在等什麼呢？🌱

