

佈局紐倫堡 臺灣水族躍升國際

撰文 | 財團法人農業科技研究院 呂仲倫、姚宣宇

歐盟是全球主要的觀賞水族與水產消費市場之一，與美國和亞洲並列為核心區域。在全球供應鏈重組、動物福利法規趨嚴與永續保育呼聲日益高漲的關鍵時刻，臺灣觀賞水族產業正站在轉型升級的十字路口。為協助業者開拓多元市場，農業部積極引導產業整合，以國家隊形式參與全球規模最大、深具領導地位的第39屆「紐倫堡國際寵物暨水族用品展（Interzoo）」。

匯聚了來自70個國家，2,400家參展商，並成功吸引133個國家、共39,000名專業買家或專注產業發展與水族愛好者到訪參觀，現場交流熱絡。本次展會不僅完整呈現臺灣觀賞水族的育種、繁養殖、水族文創等實力，更建構臺灣觀賞水族國際品牌形象，精準拓展國際高端市場。

籌組觀賞水族國家隊 展現精緻繁養殖實力

2019年農科園區曾以整體形象方式帶領業者前往參展，後因新冠肺炎疫情爆發後，臺灣觀賞水族業多為個別參展，產業力量分散。經本（115）年以國家館方式出擊，透由農業部與農業科技研究院合作組建「臺灣觀賞水族主題館」，歷經業主展前需求規劃與媒合籌備，當日活體水族展示與形象佈置，開創跨國際訂單，更進而施行展後效益追蹤，厚植臺灣觀賞水族產業量能。

農業部積極引導產業整合，以國家隊形式參與全球規模最大、深具領導地位的第39屆「紐倫堡國際寵物暨水族用品展（Interzoo）」。

本次參展之觀賞水族業者共計5家，配合本年重點推廣項目，展出品項橫跨淡水、海水類之脊椎與無脊椎水族及特寵三大類別。例如，盛天合生物科技導入先進的室內循環水養殖系統（RAS），大規模穩定生產具特殊顏色、紋路與長鰭等形質特徵的稀有人工小丑魚；恩澤萬國貿易以永續人工繁殖技術培育色彩繽紛的蘇利南角蛙，成功取得國際市場高市占率，有效降低野外捕捉的生態衝擊；天禧生技的點帶米蝦（*Caridina multidentata*；大和米蝦多體色水族品系）與長生觀賞魚的高品質米蝦系列，亦充分展現臺灣在基因選育與品系管理上的頂尖水準；阿岳金魚則專精於各式金魚培育，並實施嚴格的種魚管理，具備透明且明確的產品分級制度。

此外，本次亦邀集農業部水產試驗所和農業科技研究院的水產科研團隊，秉持「與自然和諧共生」的核心理念，精選色彩繽紛的人工海水神仙魚、雀鯛以及海水觀賞蝦於現場展示，體現研發和「智慧生產模式」量能，在展場上收到高度的詢問注目與洽談產品需求，展現臺灣觀賞水族產業的國際競爭力，加深國際買家對臺灣農業科技實力的認知。

「2026 德國紐倫堡國際寵物暨水族用品展-臺灣觀賞水族主題館」-全體合影。



鏈結國際專業自媒體 行銷臺灣永續水族形象

本次展出期間，吸引歐洲知名水族自媒體「Raf Aqua」特地至「臺灣觀賞水族主題館」進行專訪。該頻道以推廣自然生態與實作技術聞名，精準契合歐洲高端市場重視的專業品味，其專題報導成功觸及數千名歐洲觀賞水族玩家，實質擴大了數位行銷的跨國效益。

訪談過程中，我方團隊深入闡述臺灣觀賞水族產業的核心優勢—成熟的繁養殖技術、氣候地理優勢、持續創新品系和完整的產業鏈。同時，結合產業界的研發能量，向國際展示高階特殊品系觀賞魚、蝦及兩棲類等產品（如畢卡索、風暴等品系小丑魚、黃金米蝦與極火蝦、變異角蛙等），其優異的基因表現與形質特徵外觀獲媒體高度肯定。透過此類具高度影響力之國際自媒體傳播，不僅成功將臺灣精緻水族的研發成就推廣至全歐洲，更擴大臺灣觀賞水族產業的國際聲量，同時與國際專業社群鏈結。

產業能量多元展現與品牌區隔策略

除了「臺灣觀賞水族主題館」主推的高階人工繁養殖水族活體外，本屆展會亦有6家臺灣業者獨立參展，展現我國在養殖器材設備、飼料、水草液肥及水質管理與水生植栽景觀營養添加管理解決方案等周邊產業的多元量能。然而，面對現有歐洲市場對在地品牌的高度認同，亞洲產品常面臨同質性競爭與價格戰的挑戰。

在 Interzoo 2026中，除了臺灣館亦有來自不同地區的國家館，其核心特色多元。相較臺灣館主題館，例如本次首度參加的土耳其館、泰國館有著重貓砂、寵物食品原料等高性價比供應鏈，或是跨國代工的寵物濕糧與肉類零食製造基地招商合作；中國館、香港館、印尼/印度館：主打龐大的製造供應鏈、多樣化的寵物玩具、精緻家居用品與高效率跨國物流方案，而馬來西亞館與斯里蘭卡館則供應多種類淡、鹹水水族物種。傳統寵物大國的國家館則聚



歐洲知名水族自媒體「Raf Aqua」至「臺灣觀賞水族主題館」採訪。





「2026德國紐倫堡國際寵物暨水族用品展」- 寵物食品零食。



「2026德國紐倫堡國際寵物暨水族用品展」- 寵物美容的新興產品。

焦於高端市場與環保法規引領，美國館與加拿大館：聚焦於「擬人化高端保健品」（如 CBD 寵物用品、高純度關節保健品）及急凍乾燥（Freeze-Dried）高肉量生食飼料，英國、法國、義大利與捷克館：主打歐洲在地的綠色永續與環保包裝，展示大量使用昆蟲蛋白、有機草本、可生物降解貓砂等符合歐盟高環保標準的產品。

從國際展會中觀察到，透過跨國結盟、海外設廠或高端技術代工（OEM/ODM）等靈活的商業轉化模式，亦是協助臺灣優質技術與產品無縫接軌歐美市場、提升實質市占率的有效戰略。

順應動物福利趨勢 推動飼育環境智慧化與生態化

國際寵物市場對「動物福利（animal welfare）」的重視不僅由國家規範與產業自律，也已轉化為產品革新及產業持續創新方向與發展趨勢，傳統的高密度飼養模式正快速向「環境豐富化」與「降低生物緊迫」轉型。

在展會開展前與大會申請展示物種及空間、設置安排與展示環境確認等體驗，也讓團員深刻感受落實動物福利已成為產業必備認知與能力。在硬體技術上，指標性大廠導入「全光譜與精準環境動態模擬」智慧照明與環控系統，能百分之百還原物種原棲地微氣候。

同時，在前往當地連鎖水族寵物零售通路參訪時，也見到小動物飼育空間全面採用天然林木資材，並針對物種天性優化模組化迷宮與通風除臭設計。此趨勢顯示，打造「人寵互利共榮」的優質陪伴生活，將是我國寵物周邊硬體產業升級，提振並提升整體產業與精緻化品牌形象風氣的關鍵方向。

鏈結農業循環經濟 落實低碳永續與寵物科技產業趨勢

為呼應全球淨零排放與永續發展目標，寵物用品正加速朝向「低碳足跡」、「循環經濟」、「生物可降解」以及尖端AI科技發展。本次展會中大量出現運用農業副產物（如橄欖核、咖啡渣、咖啡木、鹿角、茶渣及椰殼纖維等）轉化為高附加價值的高級寵物除臭與墊料基礎產品，環保包裝，以及使用永續原料製成的有機寵物食品，此亦完美契合我國推動「農業全循環零廢棄」的施政理念。而飼育生活上大量結合人工智慧的智慧硬體，例如 AI 寵物健康監測設備、智慧追蹤器以及互動式智能家居裝置的模式，也在因應科技浪潮的進步。

結語

本次「臺灣觀賞水族主題館」於紐倫堡寵物展的成功展出，不僅是臺灣觀賞水族產業疫情後相對完整地透過整體性規劃開拓歐洲市場並連結全球產業與市場的重要里程碑，更驗證了以「國家隊」整合資源、結合科技與生態保育的行銷策略，能有效提升國際競爭力。

藉由今年度的參展，5家業者反饋在面對歐洲嚴格環保法規與獨特消費文化，單一企業往往難以獨力突破貿易壁壘。未來期盼政府協助技術、生產產業化、國際行銷等面向相互合作，並透過參與指標性國際展會並籌組「國家形象館」，展出核心鎖定當地重視的市場需求，以產業聚落的群體力量，向國際展現臺灣在農業生技與循環經濟上的軟實力，為業者創造更具規模化與統一性的跨國媒合商機。

未來，農業部將持續輔導業者導入循環農業與智能化生產設備，強化水生動物疫病風險管理系統以接軌國際法規。期望透過持續的公私協力，鞏固臺灣作為全球精緻、永續觀賞水族供應重鎮的地位，並在氣候變遷與資源治理的全球考驗中，以科技農業開創外銷新藍海。🌱

藉由今年度的參展，5家業者反饋在面對歐洲嚴格環保法規與獨特消費文化，單一企業往往難以獨力突破貿易壁壘。

