推動養殖計畫性生產 建構產銷新模式

撰文｜漁業署　葉志杰、吳俊良

前言

臺灣水產養殖產業發展多元，養殖物種及生產模式豐富，長期以來水產養殖為國內水產品穩定供應及漁村經濟發展之重要基礎。然而，養殖生產具一定週期，從種苗放養、養殖育成至上市需歷經數月甚至更長時間，期間除受氣候、水文環境及疾病等生產風險影響外，亦容易因市場需求變化、進出口情勢及集中上市等因素，造成供需失衡與價格波動情形。且面對極端氣候頻繁發生、消費型態轉變及國內外市場快速變化，傳統以生產端為主的養殖生產模式，已逐漸需要朝向更具市場需求導向及產銷協作的方式調整。

為提升水產養殖產業因應市場變化之能力，並降低集中生產、上市所衍生產銷風險，推動養殖計畫性生產，應由



推動養殖計畫性生產。

市場需求出發，並結合養殖放養及生產資訊，透過養殖端、加工端及通路端共同參與，逐步建立產銷整合機制，使養殖生產與市場需求更加緊密銜接。藉由產銷整合，不僅有助穩定水產品持續供應，亦可提升養殖漁民經營穩定性，進一步強化我國水產養殖產業之產銷韌性與永續發展。

養殖產銷面臨挑戰

我國水產養殖多由個別養殖戶依自身經驗、資金條件、魚塭環境及歷年市場行情安排放養與生產，養殖物種、放養時間及預定上市期程亦多由業者自行規劃。當相同養殖物種同時放養，並於相近期間達上市規格時，容易形成集中出魚情形，增加市場短期去化壓力；反之，當市場需求增加而可供應數量不足時，因養殖生產具有一定週期，難以在短期內迅速供應。顯示養殖產業在生產規劃與市場需求間，仍有進一步協調與整合的空間。

多數養殖業者長期專注於養殖技術、生產管理及魚隻養成，對市場開發、品牌行銷、通路經營、產品規格及價格等面向投入相對被動、有限，容易形成「會養殖生產，不知市場銷售」之落差。尤其對個別養殖戶而言，主要心力往往投注於種苗、飼料、水質、疾病防治及養成管理，待魚隻達上市規格後，才開始尋求銷售管道，形成「先養魚再找市場」的經營模式。倘上市時遇到同類產品供應量較大、消費需求轉弱，或產品規格與通路需求不符，就可能面臨魚已養成卻不易銷售之窘境，亦增加養殖戶持續蓄養所需之飼料、用電及管理成本。

另就產業組織而言，個別養殖戶生產規模有限，難單獨提供長期且穩定供貨，亦不易自行負擔分級、包裝、冷鏈、加工、品牌及通路開發所需成本。倘能透過產業組織整合，再結合加工業者及通路端共同參與，可將原本分散生產轉變為較具規模穩定供應，並依不同市場需求安排產品流向。然而，生產要能長期運作，除整合生產量能外，更須建立穩定且具約束力合作關係。過去養殖產業亦曾嘗試推動計畫性生產，惟實務上常因市場價格波動影響雙方履約意願。當魚價高於契約價格時，養殖業者可能轉售其他通路；反之，當魚價下跌或市場需求減弱時，加工業者亦可能降低收購意願，影響合作關係。因此，建立合理價格機制、明確履約責任及風險分擔機制，是推動計畫性生產的重要課題。

基於產銷特性與過往推動經驗，推動養殖計畫性生產並非單純限制養殖業者生產數量，而是希望改善生產端與市場端資訊不同步的問題，透過養殖、加工及通路業者共同參與，使市場需求能提前反映至生產規劃。若能進一步掌握放養數量、養殖進度、預估上市時間、產品規格及市場需求等資訊，並建立較

穩定之契約與銷售合作關係，即可逐步由「先養再找市場」轉向「先掌握市場需求，再規劃生產」，降低集中上市及供需失衡所帶來產銷壓力，並為後續建立較穩定之養殖計畫性生產模式奠定基礎。

推動養殖計畫性生產政策

養殖主動放養申報制度 掌握放養資訊

推動養殖計畫性生產，應先掌握養殖生產源頭資訊。規劃養殖漁業主動放養申報制度，鼓勵養殖業者依實際放養情形辦理主動申報，逐步掌握各養殖物種放養面積、數量及生產期程，建構完整且即時之養殖生產資料庫，並持續提升申報便利性及擴大生產資訊涵蓋範圍，使放養資訊成為研判後續上市量及市場供需的重要基礎，針對特定魚種放養量明顯增加等情形，及早掌握生產趨勢並適時進行產銷預警及調節。透由從生產源頭強化資訊掌握，逐步建立以數據支持生產規劃及市場研判機制，讓養殖生產由個別經驗決策，朝向依市場需求及整體供需情形進行規劃，作為推動養殖計畫性生產的重要基礎。

推動合作生產 建立穩定契作模式

推動養殖計畫性生產，應由個別生產轉向團隊合作，參考產銷班經營模式，整合相同區域或養殖物種之養殖戶，共同規劃放養時程、養殖管理及出貨期程，形成穩定團隊供應體系。透過共同採購飼料、導入相同養殖管理模式及生產紀錄，可提升產品規格與品質之一致性，並依加工廠需求分批安排放養與供貨期程，避免相同魚種於短期內集中上市，也可降低單一養殖戶供應量不足或出魚時間不同等問題。當團隊具備穩定供貨能力，可進一步與加工或通路業者建立契作關係，事前約定產品規格、供貨數量及期程，將原本分散個別生產轉化為團隊化計畫性生產，提升長期合作及穩定供應能力。

為強化合作關係之穩定性，契約內容應建立明確價款計算、責任義務及違約責任。例如雙方合意訂定魚貨保證底價，當魚貨市場價格高於保證底價時，由加工端依市場行情採浮動價格收購；當魚貨市場價格低於保證底價時，加工端則依保證底價收購。透過保證底價與市場浮動價格併行計價方式，可兼顧養殖端基本收益保障及加工端因應市場行情變化之彈性，使雙方在價格波動下仍保有合理調整空間。另契約中應明定供貨、收購及履約責任，倘任一方未依約履行，應就未履約部分依契約約定負擔賠償責任；如涉農業部漁業署相關獎勵措施，應不予發給，已發給者應予撤銷或廢止，並以書面行政處分限期命其返還，以強化契約履行約束力。

養殖端及加工端依合作需求，得委託販運商於產地協助魚貨收購、集貨



加工端依市場需求進行分切及加工。

及運輸，並於契約中明確約定販運商工作內容、責任範圍及合理報酬，使養殖端、加工端與販運商責任義務更加明確，逐步建立穩定且可長期運作契作模式。另為提升契約內容公平性與透明度，可由漁會擔任公正第三方，除提供養殖技術、產銷資訊諮詢服務外，亦可結合漁會信用部提供養殖、加工業者所需資金借款協助，並由漁會協助確認養殖端與加工端是否依契約事項確實履行，以降低後續履約爭議，建立具信任基礎長期合作關係。

因應國際情勢 強化產業韌性

為協助養殖產業因應國際市場及貿易環境變化，農業部漁業署持續從「加速產業加值轉型、協助取得國內外標章或認驗證、強化養殖產業外銷冷鏈體系、擴大國內行銷活動」四面向強化產業韌性，並藉由推動合作生產，引導養殖業者逐步由個別、分散生產模式，朝向依市場需求規劃生產及穩定供銷發展。現行農業部因應美國關稅，提出養殖產業支持措施，以養殖大宗魚種為重點，透過養殖端與加工端或通路端建立合作供貨關係，鼓勵業者提前掌握生產需求數量、產品規格及供貨期程，據以安排放養及生產，逐步落實養殖計畫性生產。

❶ 計畫性生產加速產業加值轉型

養殖端方面，政策除鼓勵養殖業者與加工或通路業者建立合作生產關係外，並搭配獎勵選購優質種苗及產銷履歷驗證，使養殖業者在規劃生產數量時，也能兼顧養殖效益及生產管理，以提升生產穩定性與產品品質。為拓展高端消費市場並開發差異性產品，透過獎勵措施引導養殖業者生產符合加工端需求魚貨，例如針對到達一定體型或重量規格之魚貨加碼獎勵，鼓勵依目標市場需求調整出貨規格。

考量部分養殖魚種養成期較長，期間可能面臨天然災害風險，亦透過漁產業保險獎勵措施，鼓勵養殖業者投保，藉由保險機制分散生產風險，降低災害損失對養殖經營衝擊，並協助業者於災後儘速恢復生產，提升復養能力與韌性。此外，為降低受國際貿易環境影響之養殖業者資金壓力，並協助其持續投入生產，亦提供農業金融貸款支持措施。透過生產獎勵、契約保障及資金融通等多元配套，進一步強化養殖端穩定生產與供貨能力。

加工端方面，透過合作生產機制，

將加工業者對魚貨需求提前導入養殖生產。現行支持措施針對符合全魚加工規格之原料魚貨，以及加工廠與養殖端建立一定規模及期間之合作生產提供獎勵，鼓勵雙方事前確認加工規格、原料數量及供貨期程；並搭配水產品安全檢測及加工產品相關獎勵，提高加工業者採購國產養殖水產品之意願。藉由加工需求與養殖生產相互銜接，可增加水產品去化管道，並將不同規格之魚貨導入適合之加工用途，降低集中上市對市場造成壓力。

另考量加工業者於調整生產線、增加原料採購及拓展市場過程中，具有一定營運資金需求，對符合推動計畫性生產加工業者，透過農業金融貸款支持措施減輕資金壓力。藉由合作生產獎勵與金融支持相互搭配，有助加工業者穩定採購養殖原料、維持加工量能，進而形成加工端與養殖端較長期且穩定之供應關係。

❷ 接軌國際認驗證提升市場競爭力

為提升國產養殖水產品進入國際市場能力，除強化生產端與加工端之合作外，亦透過國際認驗證及水產品安全檢測等措施，提升產品品質、衛生安全及市場接受度。並鼓勵養殖業者、加工業者及通路業者取得ASC、BAP、HALAL、GLOBALG.A.P.等國際認驗證，協助業者符合不同目標市場及銷售通路之要求。透過國際認驗證及水產品安全檢測，可進一步協助加工端掌握產品品質與衛生安全情形，並確認產品符合目標市場相關驗證及輸入要求，提升國產養殖水產品之市場競爭力與通路拓展能力。

❸ 強化養殖產業冷鏈體系

為提升養殖水產品內外銷供應穩定性及產品品質，持續強化產地冷鏈、冷凍（藏）及儲運等設施量能，協助漁會及漁業生產合作社完善冷鏈基礎建設。透過製冰、冷凍（藏）設施之新建或更新升級，可降低水產品於集貨、儲存及運輸過程之品質耗損，延長產品保存及銷售時間，並提高供貨調度彈性。冷鏈體系的完善，不僅有助於配合加工端及內外銷市場穩定供貨需求，亦可在產量集中上市時增加產品調節空間，作為養殖計畫性生產由產地銜接加工及內外銷市場的重要支撐。

❹ 拓展國內外市場行銷通路

為提升國產養殖水產品在國內市場能見度與去化能力，持續透過全國性連鎖通路、地方通路、電子商務及專案展售等多元方式，結合地方政府、漁業團體及產業公協會共同辦理行銷活動，協助養殖水產品拓展銷售管道。透過多元通路布局，可使加工端及養殖端提早掌握不同市場產品需求，據以調整生產及供貨安排；同時

藉由電子商務及專案展售等方式，進一步接觸不同消費族群，分散對單一通路之依賴，提升產品上市彈性與市場去化能力，進而支撐養殖計畫性生產及穩定供銷。

另針對高端外銷市場，亦透過外銷獎勵措施，鼓勵業者持續拓展國產養殖水產品外銷，並依不同產品型態提供不同支持措施，引導業者朝高附加價值及多元加工產品發展。透過海外市場開拓與產品加值併行，使加工端及養殖端掌握海外市場對產品規格、型態及需求，並將市場資訊回饋至生產規劃與供貨安排，使養殖計畫性生產與國際市場需求相互銜接，逐步建構穩定且多元之外銷通路。



結語

面對國內外市場快速變化及養殖產銷結構轉型需求，推動養殖計畫性生產已不只是生產數量的調整，而是從放養資訊掌握、生產規劃、合約契作、冷鏈建設、品質驗證到國內外市場拓展等環節，逐步建立更具穩定性的產銷體系。透過主動放養申報掌握生產源頭資訊，並結合市場需求與加工規格，引導養殖業者由個別生產走向團隊化合作，強化與加工及通路端之契作與穩定供貨關係，可使生產規劃更貼近市場實際需求。

未來，將持續整合生產、加工、冷鏈、驗證及行銷等政策工具，強化各產銷環節資訊交流與合作，讓市場需求能更早回饋至養殖生產端，逐步由「先養再找市場」轉向「依市場需求規劃生產」。藉由從個別生產走向團隊合作、由事後銷售走向事前規劃，逐步建構市場導向、產銷合作及風險分擔之養殖產銷新模式，提升我國水產養殖產業韌性與競爭力。