

寵物經濟發燒

# 台灣觀賞水族產業趁勢崛起

快節奏、高壓的生活及疏離的人際關係，讓現代人愈來愈渴望擁有生活品質，輕鬆接近自然，甚至與其他生命建立連結。在這樣的需求下，水族產業成為宅經濟、身心紓壓、樂活美學等風潮下的明星產業，全世界都愛上了這利用小小空間創造奇妙生態的感動。

◎撰文／許慈倩 圖片提供／法新社、達志影像

**根**據聯合國國際商品貿易委員會（UN Comtrade）統計，國際觀賞水族貿易總額由2009年的6億7,200萬美元，持續成長至2011年約7億1,900萬美元。雖然受全球景氣衰退影響，成長幅度趨緩，但商機依然不容小覷，從先進國家到新興市場均

積極投入觀賞水族產業的發展。

台灣在政府精緻農業政策輔導及產、官、學各界的努力下，觀賞水族活體的產值也從2009年新台幣21億元成長至2011年的新台幣38.9億元；另外，據關稅總局出口資料顯示，觀賞水族出口的價格在2011年也從每公斤23.84

美元成長到30.87美元，充分展現了精緻農業的成果。

## 技術領先

### 珍貴魚蝦讓國際驚豔

台灣優異的繁殖與養殖的技術，向來享譽國際，全世界第一條全身會發亮的螢光魚就是在台



現代人的生活壓力沈重，在休閒時刻看著水族生物在水中自在悠遊，成為紓壓的良方之一。

灣誕生，這項研發成果曾被《時代雜誌》(TIME)評選為最酷的發明(Coolest Invention)！台灣能成功繁殖並穩定供應國內、外市場的淡水魚種超過400種、海水觀賞魚超過30種，且品質優良。台灣業者極富創意的養殖技術，包括七彩神仙魚、水晶蝦、水草造景、錦鯉等觀賞水族生物，都不斷在國際賽事中拔得頭籌，成為名符其實的「台灣之光」。

近年來國際市場在歐債風暴下，使非民生必須產品貿易受到衝擊，台灣的觀賞水族外銷亦受波及，以2011年為例，出口值衰退4%，但國內業者也積極調整及因應，以創新產品加值，轉進觀賞蝦的生產與出口，反而提升每公斤出口單價，印證了台灣企業的彈性與生命力。

在2012年11月於南港展覽館所舉辦的「2012台灣國際觀賞魚博覽會」中，不難發現台灣業者所創造的觀賞水族新亮點，例如身長只有1到2公分的藍金剛水晶蝦，一對就要價新台幣10萬元以上；至於中型粉紅色螢光魚，單隻售價也突破10萬元台幣，再度寫下全球觀賞魚價格的新紀錄。會隨環境變化，呈現黃、紅、橘色的巴西彩色海馬，一尾售價上看新台幣數千元。這些珍貴的魚蝦，不僅在水族玩家眼中是不可多得的寶貝，也是台灣水族產業得以蓬勃，並賺進一把把外匯的

重要功臣。

## 生物科技 推動水族產業蓬勃發展

歸究台灣觀賞水族產業成功的原因，「技術」是台灣發展該產業的重要基礎。根據種苗協會對其會員的調查統計，國內擁有逾120種觀賞魚，已確立其種苗生產技術，並達到商業量產階段，讓台灣站穩全球領先地位。

農委會主委陳保基指出「觀賞水族」已成為全球最新流行的同伴動物，政府大約每年投入新台幣8,000萬輔導業者，而農委會主辦的「國際觀賞魚博覽會」，自2010年起便吸引逾20個國家的業者前來參觀、採購，國內觀賞水族活體生物所創造的經濟產值，已攀高到新台幣38.9億元。

產、官、學界合作是台灣水族產業得以蓬勃發展的重要關鍵，以研發出全世界第一條「全亮螢光基因魚」的滬港科技為例，就是藉由台灣大學分子細胞生物研究所的協助，才能順利突破基因轉殖技術。因此，螢光魚問世不到3個月就銷售近5萬條，不僅讓滬港一炮而紅，更振奮觀賞水族相關產業。

芝林企業搶先全球所發表的「中型螢光觀賞魚」，則是技轉自中研院和海洋大學的基因轉殖技術。而身披夢幻寶藍色的「藍金剛水晶蝦」，被農委會視為國

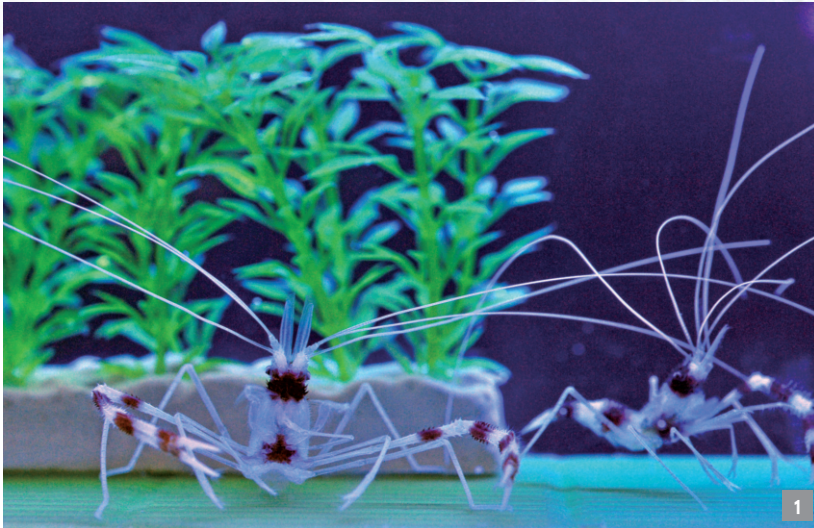
產觀賞魚最新秘密武器。至於國內首度自行繁殖成功的巴西彩色海馬，更可望繼小丑魚、螢光魚後，成為台灣觀賞魚外銷之光。

事實上，亞洲在全球觀賞水族市場中占有相當特殊的地位，例如台灣、日本、新加坡、香港等地，同時是生產供應來源和重要消費市場，不論在水族生物的品系創作、資訊提供與流通、野生採集和繁、養殖供應上，都具有難以取代的價值。

儘管日本在國際觀賞水族市場上居龍頭地位，但台灣近年來陸續發展出的特殊品系，尤其是觀賞蝦類，則在品質與創新上甚至超越了日本，可說是後來居上的佼佼者。以藍金剛為例，每對種蝦身價10萬以上，一缸如有30隻以上的藍金剛種蝦，其價值就足以與一部賓士汽車媲美了。如今單單就觀賞蝦這個品項，每年就可為台灣創造數億產值，占觀賞魚市場的3成！生物技術領先，可說是台灣業者最大的優勢。

## 需求提升 台灣水族貿易版圖擴張

觀賞水族產業的商機正如同美國《商業周刊》(Bloomberg Businessweek)的報導，寵物在舒解現代人孤寂生活扮演著日益重要角色，美國的寵物經濟正經歷前所未有的榮景，美國人每年在寵物相關花費達410億美元。且由



1. 台灣觀賞蝦的品質與創新，已超越原居龍頭地位的日本，備受國際市場的矚目。
2. 國內成功培育全球第一隻粉紅神仙魚，由中央研究院、台灣海洋大學與芝林公司，耗時3年共同研發，一隻售價可上看萬元。

於新需求不斷湧現，各種新型態的服務也隨之產生。而根據聯合國統計，養魚是僅次於攝影，全球第二大的休閒項目，且隨單親家庭的增加與少子化趨勢，家庭人口日益簡單，包括水族在內的寵物相關產業，更被認為是排解生活空虛及寂寞的產業代表。

投入觀賞水族產業已30幾年的邨港科技總經理方祖豪表示，在2、30年前，這個產業甚至還沒有專屬的名稱，到現在台灣觀賞水族產業，由活體到周邊設備每年已可創造約新台幣70億元的產值。全台有1,500家公司、養殖魚場，共有5,000個以上家庭受惠，並已躋身全球重要的消費國與供應國。

邨港在1990年代引進先進國家的技術，也帶進許多寶貴的經驗與觀念，「當時就發現，像是德國人不僅在家中養魚，也

是創造一個自然環境。」方祖豪說，德國人在進行室內設計時，會很自然的把水族箱納入其中，他們對於觀賞魚的態度，會把生態的概念、文化的因子自然而然地置入。現代人高度渴望心靈依歸，這個融合休閒、教育、環保、醫療、減壓、心靈、空間美感的平台、乃至因應東方文化滿足風水堪輿上的需求，觀賞魚有絕對的潛力成為民生必需品。

## 生態保育 生命教育最佳教材

而觀賞水族周邊器材，是觀賞水族生物賴以維生的系統，水族生態系統的維護與保護，也是發展觀賞魚產業重要的一環。方祖豪觀察到，日本與香港的水族維護業相當發達；而台灣因家庭飼養魚種多元的特性，所以水族產業的結構已經涵蓋了室內與室

外養殖場、貿易商、水族用品製造商、水族相關進出口商、水族館、水族資訊媒體、飼料及生物製藥廠等。

從海水觀賞魚出口起家的邨港，30幾年來見證了台灣水族產業的發展，方祖豪表示，該公司從20年前左右代理水族周邊用品，引進自動化概念，當時台灣已有不少觀賞魚養殖戶，而且為了滿足產業發展的人才需求，如海洋大學、中山大學等學校及農委會成立的「農民學院」，每年培育數千位具備養殖專業知識的人才，加上水族用品一一到位，因此在1990~2000年代，台灣掌握了很好的機會。

以邨港為例，該公司著眼於全球貿易競爭必須擁有自己的品牌，跟差異化的技術，因此在2007年整合水族用品，從單純代理進而積極自創品牌，並開始投

入農業生物科技研發。邨港借力使力，透過與台大團隊合作取得螢光魚全球領先的技術，與水試所合作人工繁殖海水魚等，以擁有立足國際市場的籌碼。目前該公司以觀賞魚出口，與周邊設備內、外銷為主要營運收入來源，觀賞魚代表了邨港的技術地位，而來自周邊設備的營銷則占了公司整體業績的7成，成為獲利的最主要來源。其中觀賞魚主要銷往歐、美、日等國，而周邊設備則以銷往中南美開發中國家及匈牙利、西班牙等國。

方祖豪透露，投入生技領域確實擴大了公司營運的視野，除了「觀賞魚」能為企業帶來營收，「實驗魚」則將是邨港的下一個重點。因為在縮短新藥開發時程的前提下，全球生醫產業開始將實驗魚（斑馬魚、青鱗魚為主）納入臨床實驗的範圍，預計可縮短4~6個月的上市時間。所以如果說觀賞魚是當紅炸子雞，那麼實驗魚就是明日之星，邨港搶先投入該項領域，將有望創造下一個營業高峰。

此外，方祖豪認為，水族產業的蓬勃發展，除了來自人們心理上的需求，透過教育向下扎根則是更長遠的作法。「讓小朋友從魚卵一路觀察其成長，甚至整個生命過程，可以說是生命科學教育最好的教材。」他呼籲教育單位以魚取代蠶寶寶進行生命科

學教育，讓占地不大，耗用資源少，不需特定養殖環境，可高密度養殖的觀賞魚走入家庭、進入教育體系，成為生命教育的最佳活教材。

## 善用優勢 以技術創新創造差異

30幾年來，水族產業從無到有，過去的業者外銷之路僅能透過業界互相介紹，一步一腳印的經營客戶。如今，產業成形，在世界各地已有重要商展，如：德國紐倫堡國際水族展（Interzoo）、新加坡國際觀賞魚水族器材展（AQUARAMA）、日本寵物用品展覽會（JPPMA）、美國全球寵物用品博覽會（GLOBAL PET EXPO）等，而中國大陸的國際寵物水族用品展（CIPS）也已後來居上。

許多業者透過參展展現實力，獲得不錯的成績。而現在已經進入數位時代，資訊的流通更為快速，業者再也不必辛勞的繞著地球跑。但方祖豪提醒，網路發達固然帶來許多便利，但也使競爭加劇。想要在眾多競爭者脫穎而出，無論新產品的研發速度，以及銷售後的技術支援與服務上，都必須有更獨到之處才行。例如，邨港創新研發的粉紅色螢光神仙魚即為一例。

方祖豪則認為，除了產、學合作模式外，台灣具備種源的

多樣性有利量產規畫，氣候與水質型態亦適合多種魚類開發，此為台灣得天獨厚的優勢。加上產業結構完整、產銷與供需系統良好，品牌與技術能力已建立良好的口碑，並不乏優秀的人力資源等，這些都是台灣觀賞水族產業的發展機會與優勢。

然而，產業發展的同時亦存在著隱憂，以基因轉殖生物商品化為例，首先便遭遇是否有污染生態與基因的疑慮，以及社會觀感及生物權的爭議等。因此業者必須通過政府生物安全評估的審核，以及各消費國所設立的進入障礙，如檢疫、輸入許可等。至於掌控生產與管銷成本、國際空運航線與出口運費成本等，就有賴業者自行努力，如芝林企業就有一項絕活，國際客戶下單後，可於72小時內完成活體空運至各國國際通路據點，並保持最佳觀賞品質（即賣相）達9成7以上。

在產品創新方面，如螢光魚、彩色海馬、觀賞蝦等，打響了台灣在國際觀賞水族市場的名號。而技術與服務創新（如長途活魚運送、成立轉運中心、技術授權等）則得以確保產業的長期榮景。充分運用台灣優勢，隱身鄉野與巷弄的隱形冠軍，正以最自信的姿態走上國際舞台，斑斕、優雅、魅力十足的水族世界，向全世界訴說來自台灣的生命力。■