

以產地小旅行，帶動休閒漁業之養殖漁業活化

計畫編輯小組/撰

調閱宜蘭養殖漁業相關調查規劃報告得知，主要養殖物種如白蝦、斑節蝦、九孔及鰻魚等都曾經風華一時，近年來接連面臨病變及近親繁殖基因窄化，及土壤等環境失衡等關鍵影響因素，導致宜蘭海岸線上之養殖育成率普遍不高，間接讓養殖業者紛紛離席廢棄魚塭，逐漸失去信心而望之卻步，導致宜蘭海岸線上的魚塭逐漸停養而棄養、荒池比例高達七成以上，而讓宜蘭海岸鄉鎮地區呈現黑暗無光的窘境。

因此，根據宜蘭縣政府透過『設計翻轉、地方創生』計畫，相關報告的現場調查、宜蘭縣養殖漁業區產業座談會及與當地養殖漁民座談等盤點調查，初步歸納出宜蘭縣具有產業競爭優勢之養殖物種，以「石斑」為產業領頭明星物種調整養殖條件，並提出白蝦混養及九孔養殖產業深化之未來市場經營因應之道，可望重新調整並建立宜蘭縣之養殖漁業核心競爭產業，以確保養殖生產區之經營效率提升，增加宜蘭養殖之產地限定條件經營優勢。

其實，地方養殖漁業迫切需要有一個「地域品牌」，方得以將「宜蘭嚴選」累積行銷資源與品牌效益，導入養殖漁業之地產地消之營運策略。宜蘭縣海岸六鄉鎮常年以養殖石斑、白蝦為主要產品，順此勢而行著手規劃輔導。宜蘭縣政府106年初步以「宜蘭斑」品牌名稱定調，作為宜蘭壯圍鄉推動養殖品牌發展的第一步，將「宜蘭斑」賦予地方為特色水產，加以結合周邊沿海鄉鎮專業養殖區之體驗場域、將之學習活動導入遊客參與式設計，同時關注沿岸的生態環境及友善條件，使之成為宜蘭養殖品牌化的第一批銷售起手式，而接續將“宜蘭斑”結合產地小旅行，拓展成為海岸示範區域，期許帶動海岸整體之生產者跟進，朝向產業升級之休閒化發展，讓“漁翁”得利。

目前『海之曲線』配合“宜蘭斑”成果案例研展出永續海岸之SDG遊程主題，盤點海岸產業適合之農遊產業，透過工作坊、課程培訓與輔導，希冀盤點出多樣性『產地小旅行』的亮點元素，推薦給旅遊業者。

而且透過本遊程設計之漁村見學體驗活動中，融入學習四大要項而增進其主題：

1. 食：在地食材、在地料理
2. 學：職人帶路、漁師物語
3. 玩：體驗漁業、融入生活
4. 買：響應直接跟漁民買

因此，在產地體驗活動設計上，安排具有漁業職人帶路進行導讀，在個場域包含養殖場域、直售所、民宿、生態池等，則由「專業漁師」熱誠款待，感受漁業、融入漁鄉生活，過程中親自烹煮食材並品嚐，最後再以直接跟漁民買的直販所消費型態，讓消費者品嚐到也能親手買得到喔！

推薦一：“力拔石斑”體驗漁場

讓遊客親身體驗“力拔”重量級“龍膽石斑”，的確是一種非常特別的釣魚經驗。其實，並不是為了釣魚而設計，而是讓大家有機會在養殖池邊，讓生產者可以對遊客做養殖專業的解說與解讀，透過遊客能夠看到、摸到、聽到與親手釣到的深刻感官知覺與感受，讓大家對石斑魚養殖有更深一層的認識，尤其是養殖水池內的水質土壤維護，連結環境周邊優質化條件，包含飼料成分、魚病防治技術與養殖戶的風險與用心，都是在養殖池邊需要去多加著墨的導覽素材，透過漁民的介紹而讓遊客認同。

推薦二：“宜蘭斑”養殖池直售所

其實“宜蘭斑”在宜蘭常常是“買不到”的在地好水產。當然是因為長期生產養殖戶透過躉售條件整批出貨到盤商手上，而透過市場拍賣轉運大台北周邊的著名餐廳成為北台灣特色水產佳餚“石斑上菜”，但是對於優質水產保留在地零售之規劃，並不是目前養殖戶可以接受的條件，因為冷凍設備、銷售風險及行銷困境，都是漁民無法負擔。而因為出貨量大而需同時出清、一次買斷，儼然是目前生產者依賴的銷售慣性，無法改變。此種傳統躉售的係習慣，當然也就造成“地產、但是不地消”的窘境，全臺灣養殖生產區大多亦然。所以此次在宜蘭養殖產地設立直售所而推廣在地食材的漁民直售，試圖讓在地人、在地餐廳認同，願意標榜宜蘭“在地食材”的漁民認真，試圖讓消費者認同而讓在地消費“直接跟漁民買”成為習慣。

推薦三：“台灣鮑魚”九孔成長故事館

依據台灣過往的養殖歷史看來，早在 1960 年代就逐步進行九孔的人工育苗和養殖，並曾經在 1989 年代採陸上高密度的立體多層式養殖而聞名，將之量產九孔養殖導入產業規劃化水產經濟。至 1990 年代末期曾創造年產量 2500 公噸與單位面積產量均為世界養殖第一、產值達 20 億新台幣的輝煌紀錄，而宜蘭壯圍正是當初九孔立體多層是養殖的重要發源地之一，所以特別建置“台灣鮑魚”九孔故事館，讓專業養殖達人為大家做深入簡出的水產養殖介紹，並可以讓大家認識宜蘭九孔、鰻魚及各類水產等的養殖歷史。

推薦四：“越冬池”食農教育學習館

台灣的養殖漁業實屬“未來性產業”，是保護糧食安全的關鍵性產業，補足海洋水產捕撈不足時的魚食替代品，也就是人類很重要的蛋白質取得來源，不得。台灣漁業資源匱乏、推動海洋保育政策的同時，就是要全力振興養殖漁業產業昇華。透過養殖越冬池及暫養池的生物觀察與導覽動線設計，讓遊客可以輕鬆認識各種養殖水產種類，並與養殖生產者互動，了解食物來源與生產者的重要性，結合食農教育的漁業知識與體認漁民辛勞，進一步可以感恩漁民。

推薦五：養殖池邊的“料理教室”

為了推廣“宜蘭斑”的好食材原味，特別規劃養殖池邊的料理教室，透過在地食材的展示與水產新鮮呈現，特別利用漁民農舍的閒置空間，整理出舒適友善的料理教室體驗場域，透過漁民與消費者漁業體驗的互動，藉由簡單的燒烤料理、鍋物烹煮與新鮮熬煮，讓遊客有機會在產地養殖池旁，品嚐最新鮮的宜蘭水產鮮物，尤其是石斑魚片、混養的海水蝦與一點在地米、果、蔬菜搭配，凸顯出食材的原味，讓遊客心動。

推薦六：漁村體驗型“魚夫民宿”

參考日本綠色旅遊持續推廣農漁鄉鎮的民宿特色，輔以政府端農山漁村民宿認證加持，讓鄉村更具有濃濃的農漁味民宿，可以搭配季節（旬）的特色食材與四季天然景致，讓遊客有機會依不同季節，可以透過生活體驗到各農山漁村民宿體驗漁民的生活情境。在輔導宜蘭的蘭陽溪口休閒農業區成立之時，考量鄰近周邊非常多棄養養殖魚池轉為生態旅遊，透過溪口自然生態，將之漁業特質的民宿導入漁村特色，從生態觀察、體驗漁業與在地魚食等條件，就是吸引消費者願意到宜蘭漁村社區來過生活，屬最輕鬆的新興度假方式。

推薦七：環境生態教育的“摸蜆兼洗褲”體驗池

目前台灣養殖漁業經營現況考量，養殖效率偏低、風險偏高及以漁業從業人口老化等種種因素，廢棄的養殖魚池充斥在宜蘭濱海線上、比比皆是，也讓海岸景致略顯單調而沒有光彩亮點可被過往遊客讚賞。若是未來透過地景藝術季、生態工作假期的遊程規劃，讓廢棄魚池轉化變成養殖漁業的體驗戶外教室，透過讓遊客親身參與與養殖漁業趣味活動，如搭乘獨木舟觀察生態、摸蜆兼洗褲的體驗漁業、體驗釣魚池的小小漁夫及手扒網捕魚等學習型活動，或許就有機會可以帶動地方發展，吸引遊客開始慕名而來。

透過休閒漁業不同體驗方式的帶動養殖漁業轉型，雖然不能取代養殖漁業原有的經濟產值，但是卻可以讓養殖漁業轉型之後，有機會提升其地方品牌經營效益、產地直售機會、友善生態環境，以及讓經營的漁民開始具有社會存在價值與尊嚴，似乎比經濟產值更顯重要，值得將此產地小旅行經驗，讓台灣其他養殖區擴散學習之。