

# 營造友善黑面琵鷺魚塭棲地保育產品行銷暨 社會企業推動計畫

成果報告書

執行單位：

國立成功大學 規劃與設計學院 文創育成與研發中心

合作單位：

台南企業文化藝術基金會、林百貨、知事官邸、食倉鮮切牛排、快樂蠶、小餐桌

## 目錄

壹.	計畫起源.....	1
貳.	計畫機制與策略.....	4
一	社區產業發展三大要素.....	5
二	黑琵牌社會企業利害關係單位.....	7
參.	產業鏈分析.....	9
一	服務活動.....	9
二	網路通路.....	10
三	實體通路.....	10
肆.	黑琵牌競爭策略模組.....	12
一	發展伴手禮市場，善用實體展銷.....	13
二	結合網路平台，加強品牌故事.....	14
三	與餐廳合作開發創新虱目魚料理.....	15
四	結合學校與社會組織宣傳.....	16
五	利用工作坊，長期發展社會企業.....	18
六	企業 CSR 講座分享.....	25
伍.	計畫困境與課題.....	26
陸.	未來規劃與建議.....	28
一	社會企業發展.....	29
二	友善養殖推廣行銷.....	29
三	通路販售.....	30
柒.	期中報告評審委員意見回覆.....	31
捌.	期末報告評審委員意見回覆.....	37
附件一	黑琵牌動畫分鏡表.....	45
附件二	訪談紀錄.....	48
附件三	虱目魚獲標售建議.....	60
附件四	活動行銷文案.....	83
附件五	市面流通之虱目魚相關產品.....	85
附件六	商品販售合約書.....	94
附件七	新聞媒體露出.....	97

## 壹. 計畫起源

傳統淺坪式虱目魚養殖模式係於秋冬時期收成後魚池殘留雜魚小蝦等，恰提供黑面琵鷺等候鳥前來度冬覓食；近年因技術提升及經濟考量下，漁民多改變養殖形式，不利黑琵覓食。台江國家公園自 100 年起與臺南大學合作，進行對黑面琵鷺友善之棲地(傳統淺坪式虱目魚塭)營造實驗，保障黑面琵鷺等食物來源，開發「黑琵牌」虱目魚罐頭以推廣「來自對黑面琵鷺友善魚塭」之產品，傳達人與自然共存的保育理念，期提升產品價格，以吸引漁民加入，恢復友善養殖模式。

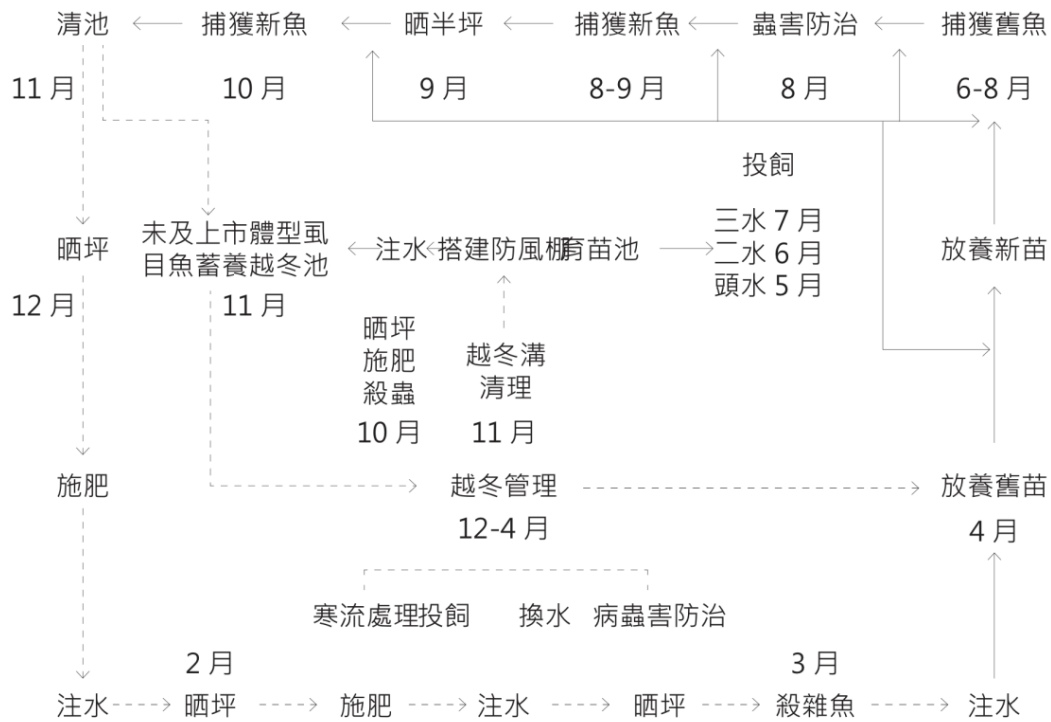


圖 動態養殖產業地景圖 (資料來源：台江國家公園)

台江國家公園管理處為營造黑面琵鷺的友善的棲地，發展「國家公園企業」概念，與臺南大學合作將廢棄魚塭恢復成適合黑面琵鷺覓食的鹹水淺坪養殖，保障黑面琵鷺食物來源，讓來台過冬的黑面琵鷺數量從 100 年的 834 隻，快速回升至 102 年的 1,624 隻，養殖區的虱目魚還製成「黑琵牌」罐頭出售，將銷售利潤回饋漁民，以鼓勵漁民「淺坪養殖」，不僅擴大社會參與，也能兼顧濕地的保育。

內政部表示，為永續經營國家公園保育事業，內政部利用現有 8 個國家公園、1 個國家自然公園的特色，引入社會企業創新及活力，是積極可行的方式，除能解決現有保育問題，也能擴大民眾的參與。台江國家公園管理處推動黑面琵鷺魚塭的友善棲地營造，便是一個很好的例子。

黑面琵鷺從民國 78 年全世界僅記錄到 288 隻開始，即吸引全球鳥友關注，25 年來數量已經逐漸成長到 2,726 隻，但還是沒有脫離瀕危物種的等級。黑面琵鷺每年 9 月底會開始南遷到南台灣沿海地區度冬，數量占全球一半以上，尤其是台江國家公園範圍內的水域，秋冬正是鹹水淺坪虱目魚塭在收成後放低水位進入休養期，恰與黑面琵鷺來臺度冬覓食時期巧妙聯結；此類型休養期魚塭的小魚小蝦作為黑面琵鷺豐富的食物來源，對於提供黑面琵鷺友善的覓食與棲息空間。

台江國家公園管理處自民國 100 年起與臺南大學合作，在該校七股西校區內進行多樣性棲地營造計畫，其中將校區內廢棄魚塭恢復傳統鹹水淺坪養殖模式，做為對黑面琵鷺友善的棲地營造實驗，黑面琵鷺族群數量相較於一般深水養殖模式來得多，足以顯示鹹水淺坪養殖池是黑面琵鷺度冬的良好場域。

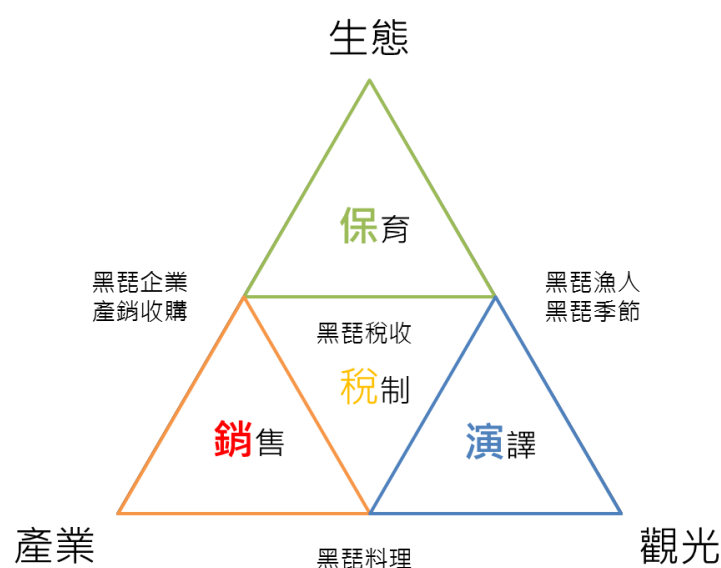
為鼓勵當地漁民恢復此類型魚塭，繼續提供黑面琵鷺度冬所需的覓食棲地及魚源，台江國家公園管理處將實驗產出的虱目魚製成罐頭，以「黑琵牌」命名，推廣「來自對黑面琵鷺友善魚塭」的產品，傳達人與自然和諧共存的保育理念，希望藉由國家公園認證及自然保育的形象，提升品牌形象，以吸引漁民加入、改變經營管理模式，逐步擴大傳統鹹水淺坪養殖魚塭的面積，更維繫這有三百多年的動態養殖產業地景。

內政部表示，台江國家公園管理處正積極朝向結合社會企業，以解決政府部門行銷能力不足及商品販售等財務上限制等問題，藉由社會企業商業營運模式爭取最大經營效益，更可以說服漁民加入淺坪養殖行列，擴大淺坪養殖面積，保障黑面琵鷺食物來源，利潤得以直接回饋漁民，透過社會企業的商業操作模式，可以針對「黑琵牌」相關產品的生產及銷售策略，以創新經營理念進一步升級突破，擴大社會影響層面，達成濕地保育目標，共創多贏局面。



圖 ( 左上 ): 黑面琵鷺 ( 資料來源 : 台南市野鳥協會 )  
圖 ( 左下 ): 黑面琵鷺 ( 資料來源 : [wildbird.e-land.gov.tw](http://wildbird.e-land.gov.tw) )  
圖 ( 右 ): ( 資料來源 黑琵典藏展 王徵吉個展 )

## 貳. 計畫機制與策略



圖：友善棲地產品與社會企業發展模式

本計畫的目標是參照 2010 年《生物多樣性公約》所締約有關生物多樣性永續使用(Sustainable use of Biodiversity)的第 32 號決議所通過的「里山倡議(Satoyama Initiative)」，創造一個謀求生物多樣性以及造福人類的雙贏模式，希冀在台江範圍內世界級的溼地得以永續保育、稀有珍貴的鳥類得以永續生存以及當地漁民的生計得以永續經營，是一種強調自然與人文經濟共存的发展模式。台江土地面臨的問題可透過生態、產業以及觀光等三個大構面去釐清生態產業、產業觀光以及生態觀光的課題，透過核心稅制的概念，讓地方經濟的部份收入能回流到環境保育與地方產業發展上，形成一種永續的人地關係，以下分別根據漁村產業發展的黃金三角階段之生態產業、生態觀光以及產業觀光作出長遠性的使命與目標：

## 一 社區產業發展三大要素

### (一) 生態產業：

為最核心與急迫的課題，若可建立起良好的生態產業模式，才有可能促成當地產業觀光以及生態觀光發展。長遠目標是建構一個漁民主動提供友善養殖，且配合社會企業契作保障收購。建立起長久生生不息的當地經濟，不僅友善環境，更有助於青年回流創業與當地產業再造。

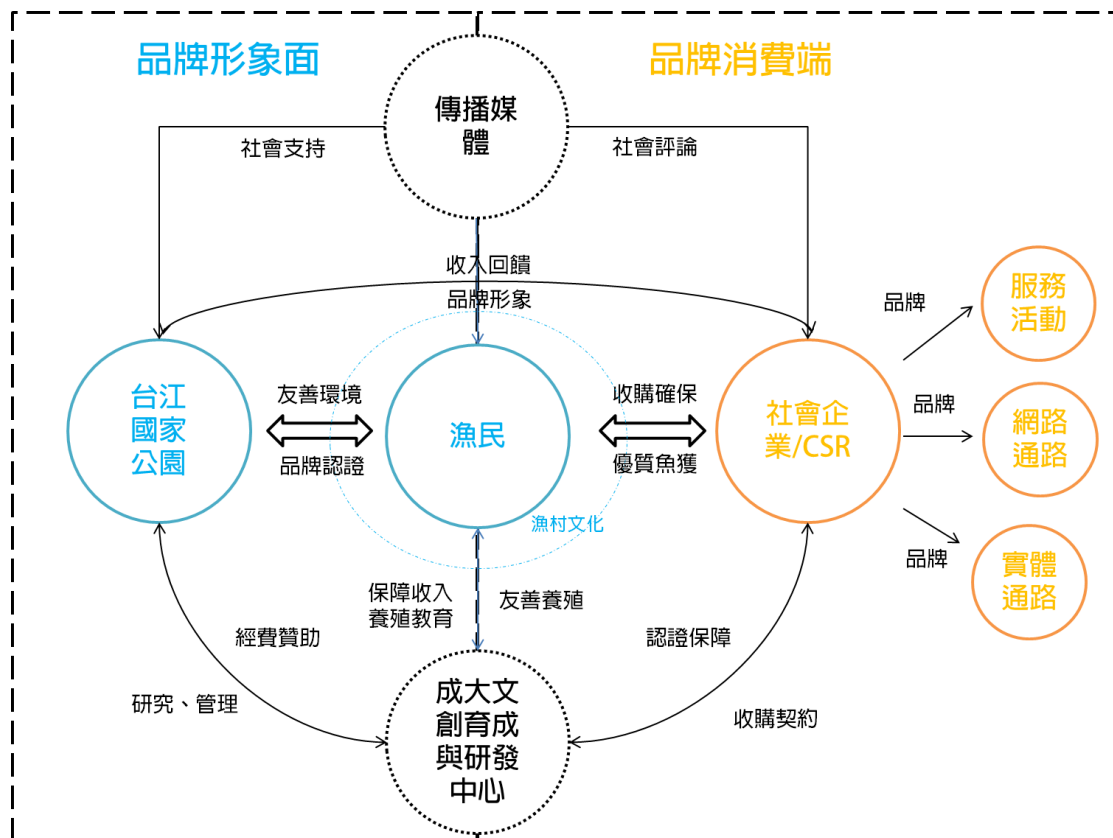
### (二) 生態觀光：

第二階段發展目標，讓漁民在農閒與休耕期間，可變身為最佳的生態導遊，帶領總量管制的遊客們深度體驗漁村文化，除可讓外地人深刻體驗在地故事與特色之外，更能促能當地中老年人口再度就業與地方認同感，長期發展更能作為生態產業的調節劑，在收成不好以及天災人禍時，能適當調節產業的困境，創造另一個收入來源。

### (三) 產業觀光：

是第三階段發展的成熟產業之一，透過前兩階段生態產業及生態觀光的成熟後，許多服務業所需之相關產業進入漁村，如生態飯店、遊客中心、博物館、表演中心等進入活化當地社區營造，並開放部分友善企業與社會企業投資，以在不影響生態環境保育下的經濟發展合理化。

根據以上三階段的長久發展模式，第一年的目標中心先從解決最核心的生態產業著手，解決難度最高但最重要的課題。為了解決虱目魚市場飽和與中盤商的銷價收購等問題，中心首重於社會企業與企業社會責任的找尋，透過社會企業與大型企業的投入願意收購與保障市場價格所形成的消費端的誘因，再與供應端的漁民討論合作的可行性會比較高，另外並透過市場上的販售來宣傳友善養殖的理念，建構、輔導社會企業共同行銷「黑琵牌」產品之流程與模式。



圖：創新發展模式

台江友善養殖與社會企業推動案，在推動上為了釐清結構內各組織彼此之間的關係，計畫團隊花了近三個月的時間透過次級資料分析與深度訪談的方式，逐步建立友善養殖社會企業推動的長期模式，此計畫主要可分為三方利害關係人以及一個中間協商角色，利害關係人為台江國家公園、漁民以及社會企業/CSR三方，中間協商角色為成大文創育成與研發中心以及傳播媒體。第一年主要透過成大文創育成中心作為三利害關係人的協商溝通橋梁，透過找尋彼此的價值與合作利益，建立一個長期可以發展的商業模式後，便會逐步的淡出，讓此商業模式得以自行營運生生不息。但在與利害關係人訪談過程中，卻逐漸了解三方思維與溝通的困難。



## 二 黑琵牌社會企業利害關係單位

### (一) 台江國家公園

鼓勵漁民透過恢復傳統淺坪鹹水式養殖，半年飼養虱目魚，半年提供黑面琵鷺度冬的食物補給場，形成 400 年來人類經濟與鳥類保育的共生系統，提倡漁民讓出 1/10 的魚塭使用鹽水淺坪式養殖，台江便提供兩項資源：a.保證企業收購或契作 b.黑琵牌 logo 認證。

### (二) 漁民

部分漁民因在生產成本逐年增加與魚獲價格下跌的壓力下，紛紛透過混養、高密度養殖與投藥以提升生產所得，並透過緊密的產銷結構來銷往市場，現今在台江一代的飼養方式大略可粗分為三類型：a.蝦與虱目魚混養 b.文蛤與虱目混養 c.深坪式養殖等，三者對於環境結構與成本均有不同的代價與獲利。

### (三) 社會企業/CSR

近年來社會企業大量興起，其中以農業的社會企業最為蓬勃發展，部分農村地區已有大量青年回流，發展新農人產業；相較之下，台灣漁村的社會企業發展較為緩慢，可能原因包含台灣長期漁村資訊不對等與不公開、漁村成本與銷售相對風險較大、傳統漁村生活保守以及漁村相關社會資源投入不足等有關，導致社會企業進入漁村創業門檻相對較高，若沒有對漁村的足夠了解與長時間蹲點，無法窺視漁村的全貌。另一方面企業社會責任(CSR)投入漁村的資源較少，大多透過辦活動來協助漁村發展，但對當地居民而言多為曇花一現的活動，實際效益非常有限。

表 其他當地利害關係企業與單位

單位	電話	產品	地址
地方協會			
台南市養殖漁業發展協會	06-7864313	虱目魚肚、魚丸、魚皮、烏魚子等	台南市北門區保吉里海埔 1 之 184 號
台南市六官養殖漁業生產區發展協會	06-6986727	台灣鯛	台南市六甲區菁埔里 280 號
台南市南瀛養殖生產協會	06-7824568	台灣鯛	台南市學甲區光華里 3-16 號
台南漁權會	06-2842579		台南市中西區海安路 1 段 9 號
合作社			
台南市第一魚權會 漁業生產合作社	06-7880249		台南市七股區十份里 103 號
台南市養殖漁業運輸合作社	06-7864766	在地食材、學生營養午餐	台南市北門區保吉里 364-2 號
台南縣北門區漁業生產合作社	06-7821800		台南市學甲區秀昌里 7-18 號
環保標章			
金宗興	06-7873916	虱目魚	台南市七股區
加工廠			
日寶	06-7221285	蕃茄虱目魚罐頭	台南市佳里區文化路 491 號
洽通實業	06-7839676	虱目魚加工	台南學甲區中正路 475 號
先饌國際	06-78360660	虱目魚、白蝦、烏魚、草蝦	台南市學甲區中正路 475 號

### 參. 產業鏈分析

在品牌形象面的部份可分為兩大利害關係人來討論，分別為台江國家公園以及漁民兩大利害關係人是形塑黑琵牌形象的最主要的兩個角色，但現今黑琵牌係由台江國家公園認定於台南大學西校區，與台南大學合作之實驗性衍生物之友善養殖虱目魚為主，漁民尚未加入此品牌，是未來黑琵牌期望推的目標。黑琵牌認定隻養殖標準有以下幾點：1．淺水式水坪養殖 2．鹹水養殖 3．養殖虱目魚不混養 4．冬季提供足夠休耕與曬坪時間讓黑面琵鷺有足夠的度冬食物來源 5．不投藥 6．不過度集約養殖，其黑琵牌標章認定於 2011 年申請，2014 年所衍生出的相關加工品有虱目魚罐頭、魚丸與魚肚，期望透過社會企業的成立與協助黑琵牌品牌推廣，在通路上建立起獨特的友善品牌後，吸引漁民靠攏，並提供部分的魚塭恢復傳統友善養殖，台江與社會企業願意提供黑琵牌商標使用權以及確保市場收購價格，形成人類經濟與鳥類保育共存的動態系統，進而改變整個台灣的現有的養殖漁業結構與漁村文化，在漁民的收入得到保障，並且在冬季休耕時，透入心力與精緻的地方生態觀光與產業觀光，促進漁村青年回流與增加就業機會。



# 黑 琵 牌

品牌行銷端主要是在前一章節介紹之品牌形象多確立後，透過社會企業或企業社會責任協助虱目魚契作、文化推廣、販售平台以及節慶活動結合等方式，建立黑琵牌虱目魚在市場上與社會上的能見度，可從服務活動、網路通路以及實體通路等三大方向討論：

#### 一 服務活動

在產地與社會企業的操作上，通常使用由 1 級產業結合 3 級產業的方式，透過活動與遊程的包裝設計，一方面讓遊客體驗漁獲捕撈的樂趣，另一方面可以間接提高漁獲的售價，是非常有效的社會企業操作模式，但相較之下也需要投入較多的人力成本與時間，多需要企業社會責任介入或年輕創業團體操作為主。

## 二 網路通路

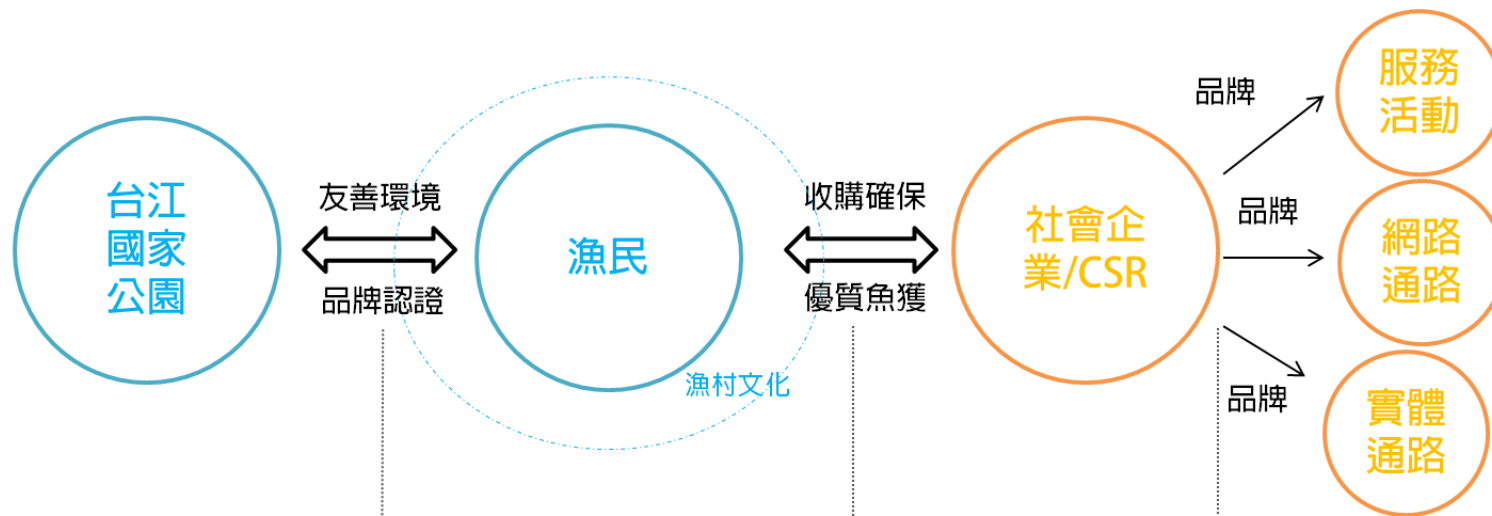
由於漁獲強調的是新鮮與時效，故在傳統通路上販售魚貨會面臨盤商與保鮮的問題，最好切入 B to C 的漁獲銷售管道便是透過網路平台銷售，相較於農產品的網路銷售，漁產品的起步比較晚，台灣目前的漁獲的網路銷售通路相對的較少。

## 三 實體通路

在實體通路的社會企業找尋上，執行團隊以有能力創新開發餐點及認同社會價值理念等兩大指標為基準，透過與企業溝通與理解台江保育黑面琵鷺的決心，希冀能推動社會企業協助推廣魚貨長久可契作漁民漁獲為目標。

表 執行團隊接觸與訪談之潛在社會企業/企業社會責任名單

類別	企業名稱	合作內容	合作可能性
服務活動	水水臺南 CSR 行動聯盟	偕同 30 多家台南地區的企業推動 CSR，於黑琵季節時擴大舉辦相關活動	高
	SawaIi fish	推動漁村體驗活動	中
網路通路	快樂鱻	網路販售虱目魚獲	高
	好好鮮生	網路販售虱目魚獲	高
實體通路	東東餐飲集團	虱目魚契作與料理推廣	高
	大億麗緻	虱目魚文化推廣	高
	虱目魚府城館	虱目魚文化推廣	中
	小餐桌	虱目魚創新料理	中
	嚼嚼生活美學研究室	虱目魚創新料理	中



<p><b>問題與困境</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 國家公園自己養魚與虱目魚產業有利益衝突疑慮</li> <li>• 有善養殖定義不明確，無法制定黑琵牌認證規則</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 虱目魚產業不透明化，難以全盤掌握了解</li> <li>• 漁村人口外移嚴重，養殖工年齡偏高</li> <li>• 養殖漁獲難以認證</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 漁村社會企業形成門檻高</li> <li>• 年輕人對漁村工作熱情不高</li> <li>• 漁獲的加工處理與販售較為複雜</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 黑琵牌市場辨識度不高，再加上其他類似品牌混淆</li> <li>• 虱目魚產業飽和</li> <li>• 有機市場幾乎都在北部，經營困難</li> <li>• 消費者對於虱目魚的刻板印象</li> </ul>
<p><b>機會與優勢</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 國家公園具有高度保育與認證效益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 普遍認同黑琵牌的精神</li> <li>• 部分新科技漁民回鄉創業</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 政府相關資源投入</li> <li>• 許多企業贊同CSR回饋社區</li> <li>• 社會企業可減少中盤商的剝削</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 消費者對保育的觀念興起</li> <li>• 創新通路的興起</li> <li>• 結合虱目魚文化與保育故事</li> </ul>

圖：黑琵牌產業鏈現況分析

#### 肆. 黑琵牌競爭策略模組

目前黑琵牌既有的產品可分為虱目魚肚、虱目魚丸、虱目魚鬆以及虱目魚罐頭等四項產品，在市場上已有不少的虱目魚產品競爭者，主要競爭者有虱目魚府城館、草本魚等品牌，其相關產品與分析表如下：(詳細各類線上販售虱目魚產品請參照附件六)

表：台江地區主要虱目魚品牌分析

	黑琵牌	府城館	草本魚
養殖方式	友善黑面琵鷺棲地養殖	生態養殖	生態養殖、藥草
產品	虱目魚肚、魚丸、魚鬆、罐頭	虱目魚肚、魚丸、魚鬆、罐頭、生技產品等	魚肚、魚丸、魚粉家加工產品(虱目魚絲、冰淇淋等)
價格	偏高、高	偏高、高	偏高
通路	林百貨、快樂轟	府城館、全台各大通路皆有販售	高雄大樂、雅虎、博客來
行銷主打	友善黑面琵鷺、結合展銷、國家公園	體驗館、主婦創業	草本魚、牛奶魚
產品保障	1.友善黑面琵鷺 2.鹹水養殖 3.淺坪式養殖 4.不投藥 5.低密度養殖	1. 鹹水養殖 2. 淺坪式養殖 3. 無農藥殘留	1. 產銷履歷標章 2. 成大綠色產品 3. 無投藥

台江地區三大虱目魚品牌-黑琵牌、府城館以及草本魚中，以府城館發展規模最為龐大與成熟，目前所有的虱目魚產品已從傳統產品類的虱目魚肚、魚丸、魚鬆以及罐頭等，加入創新虱目魚產品如菲力脆片、蛋捲、冰淇淋等，更跨足生技產業，利用虱目魚的膠原蛋白，創造出虱目魚相關保健與美容產品，並透過盧靖穎董事長對於家鄉虱目魚以及家庭主婦的觀點，塑造出虱目魚的王國。

草本魚是成大校友透過生態養殖技術以及草本藥草飼料，所生產出的虱目魚相關產品，也是標榜完全無使用任何藥劑，另外並因為在台江國家公園成立前，早已「台江」兩字登記，經常也會造成消費者的誤解，容易與台江國家公園之黑琵牌產生混淆。

台江國家公園所出產的「黑琵牌」在鹹水養殖、淺坪養殖、無投藥上並無法與其他兩個牌子有太大的區隔，最大的品牌差異化還是在「友善黑面琵鷺棲地」的營造項目，也是認證黑琵牌背後最大的精神，故在區隔產品行銷上，黑琵牌的故事傳遞品牌精神變得非常的重要，若以傳統通路來販售並沒有結合產銷，黑琵牌產品很難從展架上成為受矚目的產品，另外市面上的虱目魚相關產品幾乎占滿台灣所有的通路，黑琵牌很難切入既有的虱目魚市場，需要著手於非典型產品與通路，再加上近年來募資平台與網路的發達，黑琵牌具有社會性的產品議題，容易透過網路媒體操作，達到一定的行銷宣傳與效益，104年8月至11月間，舉辦活動如下：

#### 一 發展伴手禮市場，善用實體展銷

黑琵牌的故事需透過足夠的時間與空間來呈現 400 年來的傳統養殖文化與友善養殖理念與精神，中心協助策劃從 10 月到 12 月為期 3 個月，與台南最知名文化百貨-林百貨合作，透過 1 樓試吃活動與 4 樓展覽宣傳結合，主打觀光客市場，每位觀光客進店後，便會遞上一份番茄虱目魚試吃，並簡單介紹來至台江國家公園的故事，歡迎大家至 4 樓透過小型的展覽，來體驗虱目魚文化與友善養殖，每月約賣出 100 組以上的禮盒。未來更規劃與大型觀光景點合作，結合展銷來訴說黑琵牌的故事。





10~12月六、日下午一點到六點在林百貨一樓的試吃活動



於四樓的展覽區，呈現台江國家公園的淺坪養殖及認證標準特色



## 二 結合網路平台，加強品牌故事

中心協助媒合以生態養殖為主打的生鮮網路平台合作，目前以與快樂蠶合作，透過整體性的頁面設計與故事傳遞，販售友善的文化故事。另外亦成立「黑琵牌-友善養殖推廣專頁」，讓黑琵牌的故事有專屬粉絲頁，強化品牌印象與未來宣傳。





### 三 與餐廳合作開發創新虱目魚料理

中心協助與食倉鮮切牛排合作，並透過募資平牌共同宣傳，於 10 月底配合虱目魚的打撈季節，創造話題性活動，活動網頁總計超過 450 次分享以及超過 1 萬 5 千次點閱，80 人報名付費活動座無缺席，並有 3 家媒體露出，新一批漁獲未來亦持續在此餐廳販售，希望顛覆以往大眾對於虱目魚料理的刻板印象。未來將持續與中北部的通路討論合作，創造話題性的創新虱目魚料理。

活動企畫如下：

主題：10 月份 Vroom 台南在地好黑琵

台南 400 多年來的歷史文化，造就現今多元美味的飲食文化，享賦「美食之都」的稱號，其實台南的美食不僅是文化的展現，更是大台南這片土地的漁業與農地所供應新鮮美味的食材，讓台南人總是能品嚐季節最新鮮的滋味，10 月 Vroom 的梦想舞台，我們分享 4 個在地的優質品牌：黑琵牌友善虱目魚、幸福良食、小露吃冰淇淋以及食倉鮮切牛排。這是一場土地友善的美食饗宴，讓我們一起品嚐最在地的美味料理！

活動地點：食倉鮮切牛排(台南市北門路二段 30 號)

活動流程

18:30~19:00 進場

19:00~19:10 開場介紹

19:10~19:20 黑琵牌友善虱目魚

19:20~19:30 幸福良食

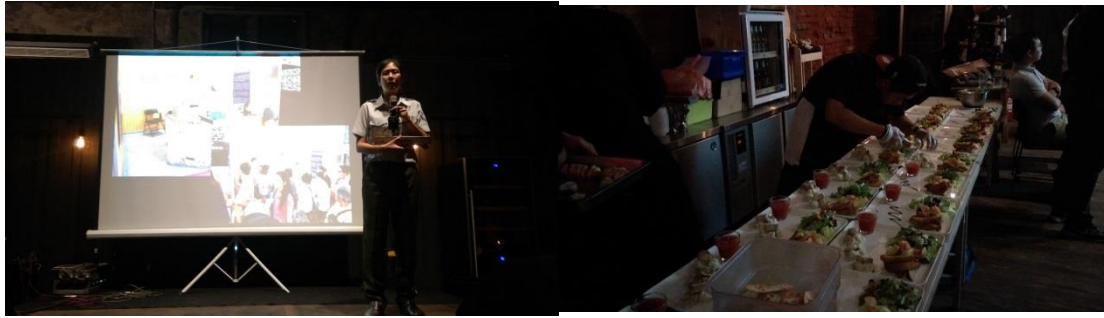
19:30~19:40 小露吃冰淇淋

19:40~21:00 食倉鮮切牛排(創意料理品嚐)

20:00~21:00 音樂表演

與食倉結合在地食材分享的活動，邀請大家來品嚐虱目魚創意料理





台江國家公園的分享

虱目魚創新料理



參與的貴賓

空間設計與擺桌

#### 四 結合學校與社會組織宣傳

台江具有公部門與社會公益的背景，中心協助規劃與台南地區家齊女中、長榮女中、光華高中以及台南二中等 4 所高中職合作，結合小餐桌創意料理師傅，推動「從產地到餐桌計畫」，總計舉辦 6 場活動，希望透過食材的教育，讓學生體悟食材故事後，再透過動手製作創新的虱目魚料理，來品嚐不同以往的虱目魚美味。此計畫中的家齊女中亦透過學生將虱目魚鹹派送到以琳之家社會福利機構，讓弱勢的家庭與小朋友能品嚐虱目魚料理的美味，另外光華高中亦透過社區餐會，讓學生將所學之料理，透過實境餐廳與社區結合，分享學習的過程。此計畫活動獲得大眾普遍良好的反應，未來可持續拓展中北部的學校合作，透過學餐飲系的創新教學模式，給予虱目魚不同以往的品味方式。





虱目魚骨熬湯



介紹台南養殖文化



創新料理-虱目魚庫斯庫斯



學生得意的料理作品



創新料理-虱目魚鹹派



創新料理-虱目魚鼻管義大利麵



## 五 利用工作坊，長期發展社會企業

台江黑琵牌的故事，在階段性的行銷推動下，另一方面著手社會企業育成的工作，期望最終鼓勵漁民主動利用傳統友善養殖方式，與企業合作收購，形成良好的生態產業循環，但因為目前機制尚未形成，許多地方居民對於黑琵牌的接受度並不高，故執行團隊亦透過第一場工作坊，讓在地關係利害人了解台江目前的推動情形以及相關問題釐清與討論，未來期許將部分的議題抽撥出來，並有漁民願意慢慢著手友善養殖工作，認同黑琵牌的理念與精神。

工作坊企畫如下：

社會企業工作坊-「台江好厝邊」

本次營造友善黑面琵鷺魚塭棲地保育產品行銷暨社會企業推動計畫，相關工作坊登場，一同參與出席，本專案設計工作坊，期許作為本年度收尾以及重要未來展望，透過夥伴共同集思廣益，開拓下一年度執行方向，整合各界專業判斷，建立完整合作與串連規劃，開啟未來行動契機。

工作坊資訊：

日期：104年11月13日

時間：13:30 報到與入場，14:00 正式開始

地點：七股正王府

工作坊簡介：

本次工作坊為三步驟計畫，「議題定義」、「方案設計」、「執行計畫評估」，以「生態、技術、行銷、文化」四大主軸，重新出發。

首先定義現況，描摹清晰輪廓，評估實際問題與痛點，呈現實務層面清楚面貌。進而結合各大領域與相關產業不同角色和專業知識經驗出發，共思解決方案與未來可行性，最後以時間為架構，劃構執行規劃，梳理未來面貌，走出屬於在地產業與生態共行的前景，為計畫埋下未來種子，在夥伴共同的願景中開枝散葉，落地生根，生養我們共同的期待。

參與人員名單：

#### 漁村文化組-

台南藝文特區蔡婷佩董事長特助、成功大學文創育成與研發中心翁若婷助理、台南社大台江分校吳茂成執行長、工班志工吳比娜、台江國家公園管理處黃貞雅辦事員

#### 生態保育組-

成功大學文創育成與研發中心林珊經理、成功大學文創育成與研發中心朱伯偉助理、台江漁人顏榮宏理事長、府城館陳力維、工班志工林傳富先生、台江國家公園管理處施佩君技士

#### 品牌行銷組-

成功大學文創育成與研發中心張彥頡經理、成功大學文創育成與研發中心林瑋倫助理、吳翰周建築師、府城館盧靖穎董事長、台江國家公園管理處洪玉瑩辦事員

#### 養殖科技組-

星球實驗空間陳禹安負責人、成功大學文創育成與研發中心林宛暄助理、科技漁民鄭俊明博士、台南大學王一匡老師、台江國家公園管理處何昕芸辦事員

#### 其他工作人員-

成功大學文創育成與研發中心劉舜仁執行長、台南企業文化藝術基金會葉重利執行長、Co-maker 紀旻廷負責人、成功大學文創育成與研發中心王日暄助理、成功大學文創育成與研發中心黃怡苗助理



討論現況



設計規劃模組



分享成果



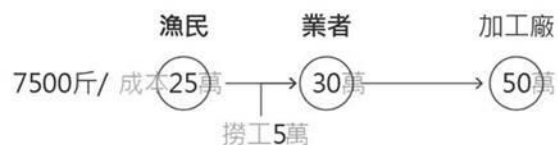
參與者對於台江的規畫分享

## 熱機：關鍵字列表



## 生產線問題

1. 生產線在加工廠部分被嚴重剝削
2. 漁民與業者無法合理獲益



## 3個議題

### 科技

混養/食綠藻的虱目魚

1. 淺坪養殖的好處，例：食用者的保健利益、對環境友善

### 漁村文化延續

沿海文化生活、鹽分地帶

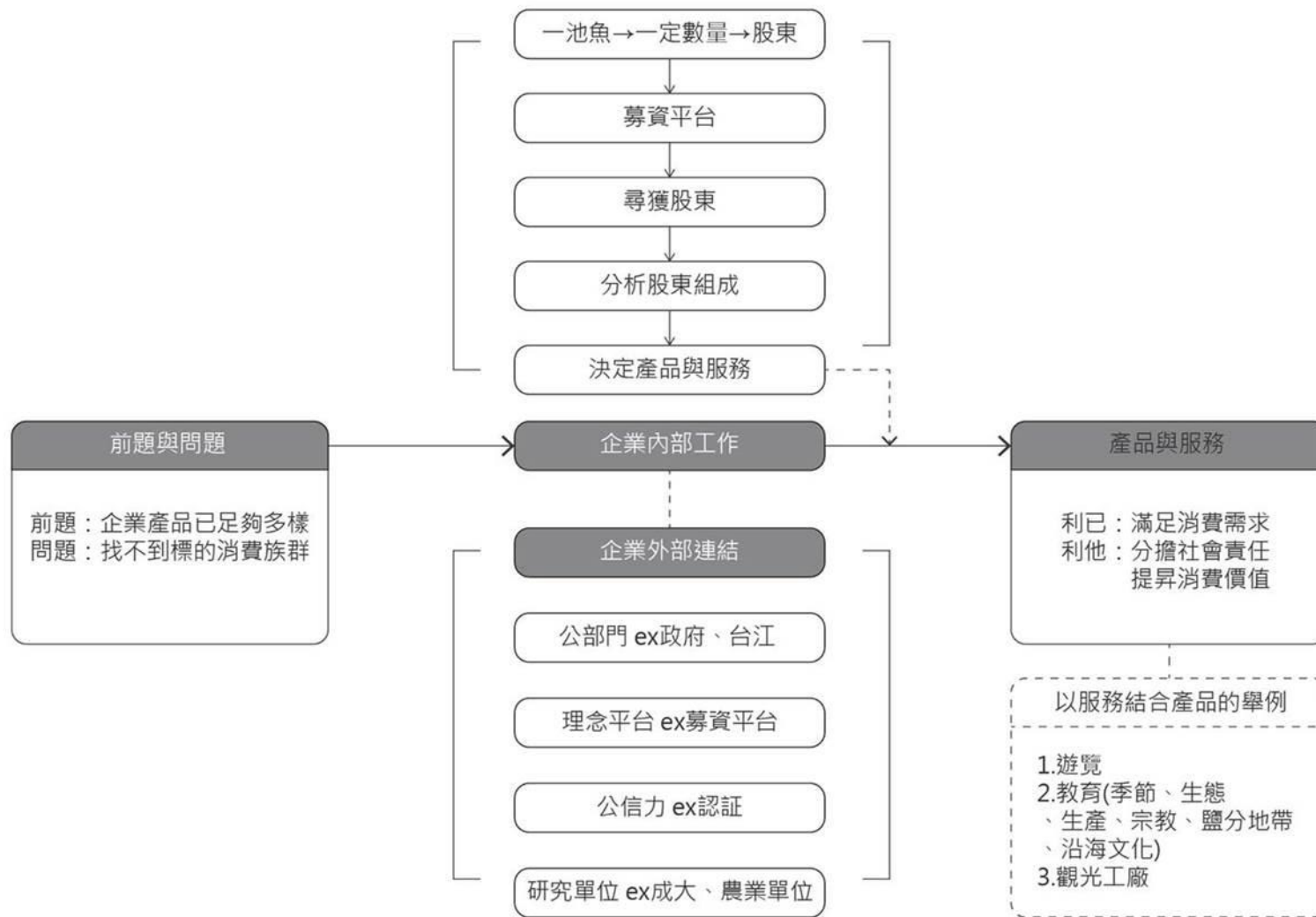
1. 結合文化、品牌、生產

### 行銷與習慣

創意虱目魚料理開發

1. 消費者的舊有觀念，平衡價格與價值的落差
2. 世代間的飲食習慣落差，例：年輕世代的西化口味
3. 創意產品，例：日本的鮭魚起士

圖：工作坊成果-品牌行銷組



圖： 工作坊成果-品牌行銷組

生態保育 + 漁村文化 →

如何將宗教文化與生態保育做結合



品牌行銷 →

如何以生態保育核心發展養殖漁業品牌



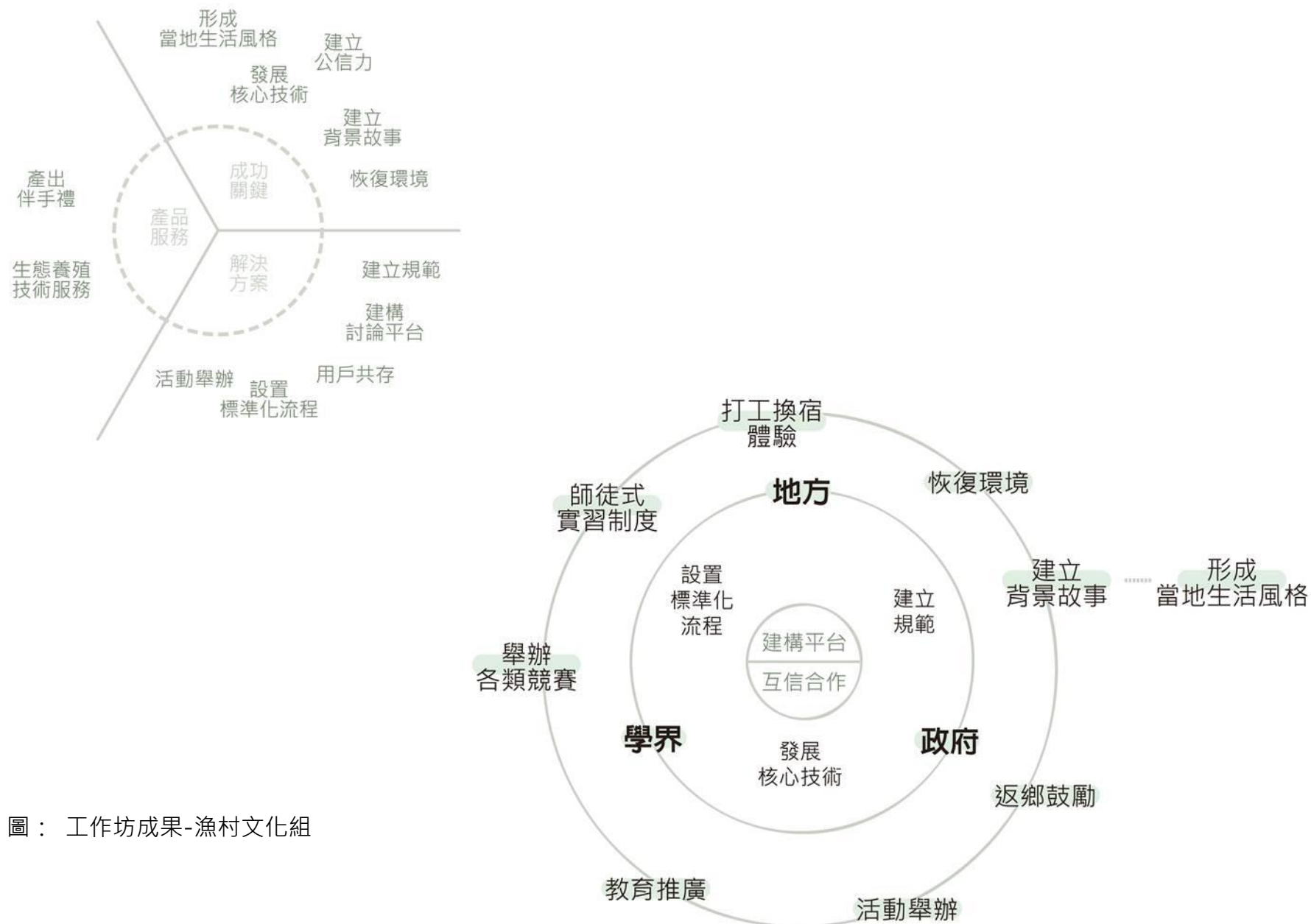
養殖科技 →

如何應用科技發展友善養殖以進行生態保育



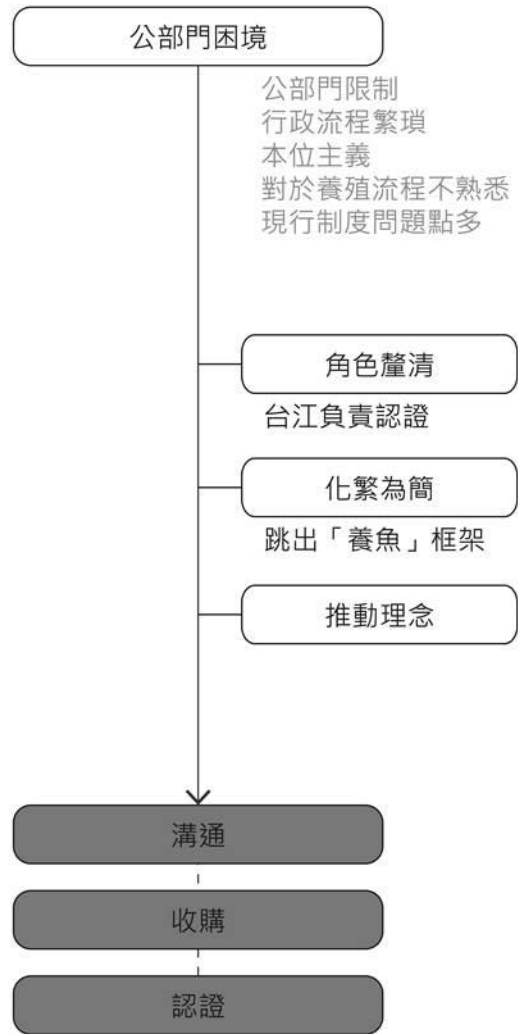
圖： 工作坊成果-生態保育組



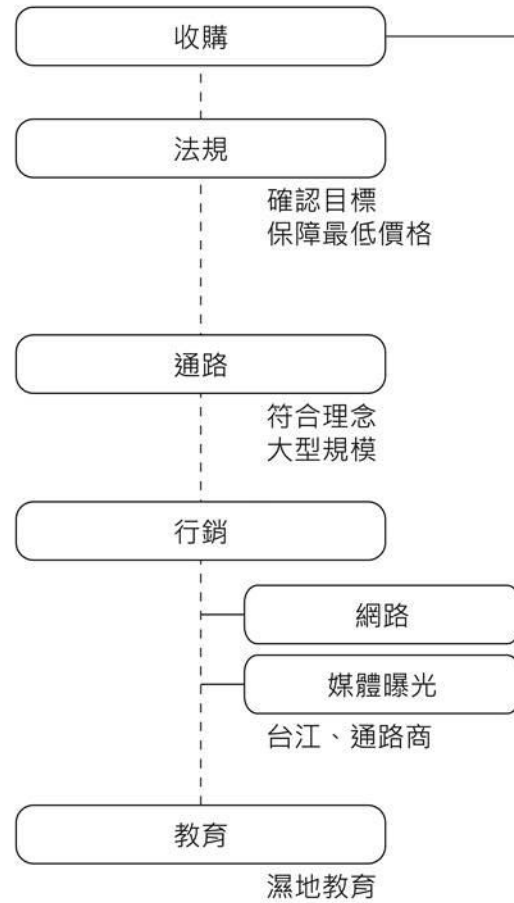


圖： 工作坊成果-漁村文化組

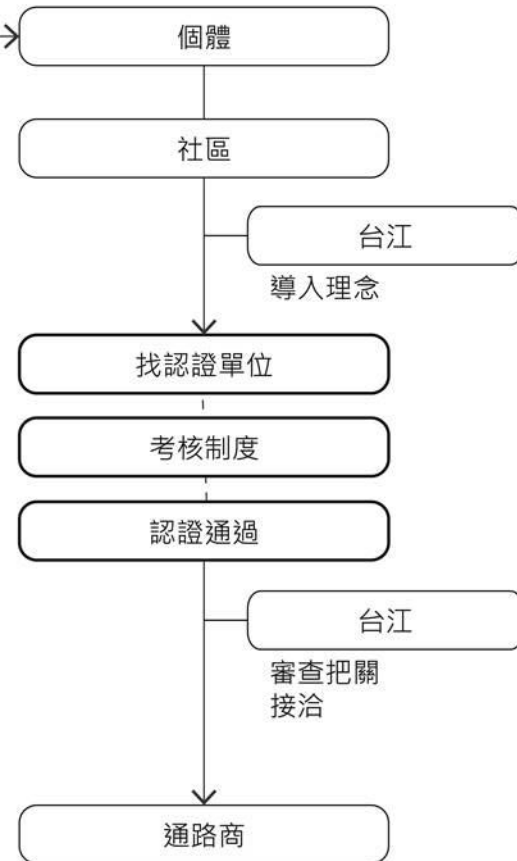
WHAT



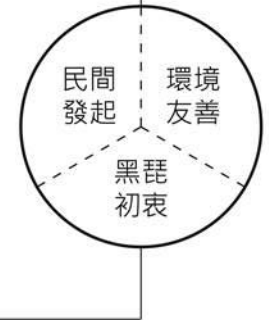
HOW // CONNECTIONS



HOW // PROCESS



PURPOSE // SUSTAINABILITY



圖：工作坊成果-養殖科技組

## 六 企業 CSR 講座分享

中心除了協助試圖與餐廳、學校討論合作，更積極與台南地區企業家合作，期望黑琵牌友善養殖的故事能獲更多企業的支持，中心媒合至扶輪社台南分社演講，20分鐘的分享讓許多企業認同台江的保育工作，當天捐贈3萬元購買罐頭，並期望未來能到更多扶輪社分社分享故事，逐漸打開黑琵牌在企業界的知名度。

講題：保育搞什麼？創造黑琵 Happy 樂園



## 伍. 計畫困境與課題

### (一) 黑琵牌的認證機制

目前台江申請的黑琵牌認證標章，僅強調鹹水淺坪式養殖，以生態工法來保育黑面琵鷺，但針對何謂「友善養殖」的虱目魚獲需要有更明確的規範與釐清，才能未來廣泛的授權於「友善養殖」的魚塢，並成為市場認購的視覺標章。目前黑琵牌的友善養殖定義可從五大方向解釋：1.淺坪式養殖、2.引海水養殖、3.不投藥、不使用農藥、4.低密度養殖、5.友善黑面琵鷺覓食環境等都需要經過更詳細的說明解釋，讓黑琵牌養殖模式可以套用於民間所有的魚塢。此外，現今漁民端部分認為台江所認定的友善養殖方式並無法符合市場機制，其「友善養殖」的定義是否能放寬(開放混養、深坪休耕、設越冬溝不休耕等)，或是可以透過更多科技技術性層面克服，需要更多相關單位的研究與討論。

### (二) 台江與民間的漁獲關係

現今計畫執行團隊處理的漁獲主要是協助販售台江實驗性衍生之虱目魚獲，但此案的長遠目標是漁民與社會企業建立收購契作等實質交易關係，故長遠來分析，台江的虱目魚獲主要係扮演品牌推廣的角色，實質的友善養殖及魚貨販售應發生在漁民身上，才不會有政府與民爭利的困境。建議區隔兩者漁獲的販售方式，台江的虱目魚以網路銷售與漁村體驗活動為主，未來漁民的漁獲則以企業收購與認購為主。

### (三) 大型企業的商業思維與 CSR(企業社會責任)的推動

台灣金管會規定要求年營收超過 100 億且連續三年均為正向獲利之大型企業，需在財報中檢附 CSR 相關報告書，但此項目目前比較針對科技產業與傳統產業，並無指定規範餐飲產業，這也導致餐飲產業在 CSR 的推動上發展緩慢，近年來的食安風暴更突顯了餐飲產業的重要性，但目前為止，絕大多數的餐飲產業在沒有利基誘因下，採用在地食材與環境友善的概念上不普及，在多以成本思考下，很難願意收購比市場價格高昂的虱目魚獲，根據目前推算，若漁民採用黑琵牌的養殖方式，以鹹水淺坪式養殖虱目魚，每斤之虱目魚獲價格需翻漲 2~3 倍，是否能市場接受還需待深入討論。

### (四) 漁村現況與在地社會企業難形成

社會企業的形成，多與地緣有極大的關係，需要深入了解地方文化與產業，才有可能形塑成功的社會企業，可分為在地青年創業及外來社會企業操作兩大部

份，在在地青年創業上，台灣地區漁村的青壯人口外移明顯較農業地區嚴重，另一方面加上漁業資訊的不透明化，導致農業地區的社會企業大量興起，但漁村的發展卻緩緩前進，以台江範圍內的漁村探討，居民都為孩童與 50 歲以上隔代家庭或老年家庭，需要長時間協助青年返鄉創業與形成在地社會企業，徹底改變漁村的生態與產業結構；另一方面在外來社會企業操作上，需克服漁村的資訊不透明之外，還有新鮮魚貨販售的困難度，都是外來社會企業介入的高門檻。

#### （五） 創新的虱目魚料理模式

台灣傳統認為虱目魚為家魚，係家家戶戶普遍享受得到的餐桌佳餚，若黑琵牌虱目魚一樣走傳統通路，在現今虱目魚市場飽和的競爭及魚貨成本較高的雙重壓力下，很難形成長久的社會企業，故應考量虱目魚的故事傳遞、創新產品、創新通路或是全新的服務體驗，以建立不同於以往的虱目魚品牌形象，做出市場差異化。

#### （六） 虱目魚加工品市場的南北差異

南部地區因為虱目魚的原產地，消費者多習慣新鮮魚貨，台江所生產出來的黑琵牌虱目魚罐頭，消費者普遍對罐頭製品有不好的印象，認為罐頭是用最不好的原料所製成，儘管黑琵牌有非常好的養殖過程與文化故事，但罐頭製品卻無法連塑好的魚貨原料；另一方面，由於黑琵牌罐頭價格較高，被定位為伴手禮市場，但因罐頭製品不易攜帶，亦會大量降低消費者購買的意願。反觀北部市場對於罐頭的接受程度相對較高，且能接受的價格也較高，因此需要以北部或國外市場為考量，其相關貨運、倉儲以及客服等問題也需要相對討論與解決。

## 陸. 未來規劃與建議

中心執行黑琵牌友善養殖產品推廣從 4 月到 11 月，總計 8 個月，從對當地漁民與相關利害人士訪談，到通路拜訪合作以及行銷宣傳等，發現黑琵牌由於目前認證機制不明確、沒有漁民加入、沒有足夠的社會資源協助、販售價格相對較高、產品不夠創新等多樣困難因素，使得黑琵牌成為具有社會性與生態保育性的產品，但卻有行銷推動以及形成社會企業的困難，未來黑琵牌的推動方式應有全面性且階段性的推動，需要長時間規劃相關能量的進入，以能讓漁民與企業能有效參與具有生態意義的黑琵牌虱目魚產業，以下分為「社會企業發展」、「友善養殖推廣行銷」以及「通路販售」等三大部分討論。

表：未來行銷推廣與社會企業發展策略模組

	社會企業發展	友善養殖推廣行銷	通路販售
短期 (1 年之內)	黑琵牌認證 (研究單位)	1. 全台餐飲系合作開發創新料理 2. 屏東海生館&基隆海洋博物館合作展銷 3. 國內大型有機食品展覽	1. 小型餐廳合作 2. 北部地區假日有機市集 3. 南部重點觀光地點寄售
中期 (2~3 年)	1. 黑琵牌認證 (民間開放討論) 2. 民間魚塭示範計畫	協助示範計畫拍攝宣傳影片及文案，並利用募資平台宣傳	大型餐廳與飯店合作
長期 3 年以上	1. 黑琵牌認證實施 2. 企業 CSR 進入漁村，協助推動生態保育	1. 黑琵牌認證推廣宣傳 2. 天下與遠見等大型媒體報導	台江退出養殖，讓漁民直接與通路合作，制度完成

## 一 社會企業發展

社會企業的發展，首要目標是有明確的黑琵牌認證機制，透過嚴謹的研究與歸納，讓黑琵牌友善養殖的審核機制與標準有一定準則，學術研究完後，中期可透過工作坊開放民間討論所有認證標準實際操作的困難度，並提出部份的修正與改善，第一階段可先考慮透過小型示範計畫讓 1 個民間魚塭先行實施，最後適當開放認證機制與相關輔導措施，並尋求企業 CSR 進入社區共同協助生態保育。社會企業的推動不可操之過急，在沒有足夠的利益、溝通與品牌效益下，不太可能有漁民放棄原有的獲利從事生態養殖，需等到黑琵牌認證機制完備以及相關黑琵牌宣傳充足之下進行。

## 二 友善養殖推廣行銷

黑琵牌當前最重要的工作應該還是在友善養殖的理念推廣，短期內的推廣方式可由三大方式投入：

### (一) 全台餐飲系合作開發創新料理

目前台江有許多無法製作成產品的漁獲，先以整條魚冷凍保存，未來可以結合全台知名的餐飲系合作課程，如輔仁大學、高雄餐旅大學、銘傳大學等餐飲系，延續「從產地到餐桌」計畫，讓學生可以透過了解食材並開發創意式虱目魚料理，台江除透過此課程能進校園宣導外，更能藉由課程研發出來的料理，列為未來虱目魚創新料理的產品。

### (二) 屏東海生館&基隆海洋博物館合作展銷

里海友善養殖理念，應可結合全台最重要之海洋教育中心合作，透過一系列完整之展覽，完整說明黑琵牌的品牌故事，並結合食竟導覽、伴手禮販售以及紀念品開發等，讓消費可以分享黑琵牌故事，並創造話題。

### (三) 國內大型有機食品展覽

台灣每年年底均有大型的亞洲有機樂活食品展覽，可考慮藉由參展曝光，對於友善養殖及黑琵牌的理念曝光有一定的效益。

中長期的行銷宣傳上，需配合社會企業以及示範計畫的進程來同時推動，由於目前以台江國家公園公部門立場來養殖及利用募資平台宣傳模式並不合適，未來若有民間推動友善養殖，對於募資平台以及大型雜誌媒體（天下與遠見）會比較容易操作與達到效益。

### 三 通路販售

在通路販售上，主要是透過既有的通路合作，結合試吃以及體驗活動，由於南部地區推動虱目魚產品有一定的困難度，主要的有機產品消費者都在北部，故短期內主攻台北地區的有機友善市集以及餐廳為主，目前已跟好好鮮生、神農市集接洽討論合作，因為考量目前台江的漁獲供貨問題，未來亦積極與部分小型餐廳合作。長期的通路合作，需等到社會企業興起與黑琵牌足夠的市場辨識度才能討論，且台江應逐步回歸生態保育以及黑琵牌認證的角色，逐漸減少對於虱目魚市場的涉入，讓社會企業直接與通路市場合作，建立良好的產銷模式。



## 柒. 期中報告評審委員意見回覆

委員	建議	執行單位回覆
高助理 教授 如妃	1.依計劃書中所提及之模式來看，虱目魚市場價格在 40 元上下，本計畫標案以 45 元為基本定價，是否以基金會相關運作來填補中間的差額，請以說明。	45 元的定價是以南大魚塭產出的漁獲為例，目的是以形象品牌推廣為主，這樣的定價是參考市價及不破壞商業考量下辦理。本年度計畫嘗試與企業、在地漁民溝通，說明參與「黑琵牌」行銷推廣可得到更大的附加價值及利潤的獲得，並使其信任政府的作為。
	2.計畫書中提出的方案似乎難以說服台管處，報告書中無述及成本數字，對漁民而言由深坪轉淺坪間的機會成本過大；45 元的價格雖稍高於市場價格，但似乎是採購的單位獲得更大益處在形象或提高銷售等部分，而在漁民端並無獲得實質的利益。經濟現實考量下，若以本計畫書提出之企業模式（P10），需考慮社會企業的可持續性。	有關漁村現代化部分，需要先將漁村產業提升，談產業觀光、生態觀光，創造就業，年輕人才有機會回鄉，這將在未來逐步進行，非屬今年度可執行的。以本案漁村產業轉型，就 1/10 的提出作為淺坪概念，半年養魚、半年休養的模式中，可討論休養的半年可有如何的產業機會發生，或社區服務的發生，所以這是很好的一個循環模式，如此轉型及創造的商機以及漁村文化的延續，便有機會吸引在地年輕人的加入。
	3.本人對於這個企業模式十分贊同，若這個模式可以成形的話，的確可以解決保育上的問題，獲得環保與經濟上的雙贏策略，最困難的還是漁民要不要轉換養殖模式的問題，若能在成本上多做一些細部的計算，如深坪轉換為淺坪會損失多少，若這部分是以台管處基金作為補貼，就看不到企業 CSR 的功效。在這構想中，CSR 可以依其自身的客群，而將虱目魚文化擴及到更大的族群，是以往的通路不能辦到的，因就觀察臺南各地辦的虱目魚相關文化祭典活動，參與者還是以在地人為主，無法以商業模式接觸到大量的金源，若藉由這模式來運作，的確是雙贏策略，但是重點還是漁民是否要加入轉換。	感謝高老師的肯定，針對社會企業興起的第一步是回歸到社區營造的部分，中心透過工作坊的方式讓相關厲害團體能共同討論友善養殖虱目魚產業，期望透過了解與達成共識，讓社區民眾願意主動投入友善養殖，未來與企業 CSR 結合，或許可能不用任何台江的補助，便有可能達到一定規模的養善養殖，中心任何台江的主要工作應該還是回歸到友善養殖的認證與保育工作，虱目魚產業面的問題還是需要透過社區營造與社會企業的興起，才比較容易解決。

委員	建議	執行單位回覆
高助理 教授 如妃	4.在 CSR 或社會企業的目標之一：將漁村現代化或年輕化，這部分沒有具體提案，只有見到如何操作虱目魚料理高級化、精緻化，將虱目魚飲食、產業文化提升。	漁民應動之以利，CSR 的企業是動之以名。需細緻操作與包裝以創造企業利益，而企業 CSR 便可以優惠價格與漁民配合，來吸收價格上的差異(例如天下雜誌對本案作專題報導是對企業曝光的吸引力)。對消費者動之以情(如對年輕人而言是新鮮)，可藉祭典、魚塢邊精緻飲食、文創裝置藝術等構思等方式操作(社會企業)，提升整體銷售。
	5.本案見到團隊在虱目魚產業供應鏈整合的努力，產銷鏈的縮短會提高利潤，加上產銷履歷及台江「黑琵牌」的認證，可使 CSR 組織的目標更鮮明。若本企業模式成立，需注意「黑琵牌」會有其他單位如「湧升海洋」認證(責任漁業指標)的競爭。而漁會本身目前也在做產銷履歷、品牌提升的工作，而消費者願不願意花 3 到 4 倍的費用來採購，這決定社會企業能否永續自主經營下去，在報告書還無相關數字論述。	中心的確花費許多的心力在做產業鏈的整合與合作，期望透過減少食物旅程與中盤抽成，其實也是降低最終市場端價格的一種策略，但因為相關漁業產業活動不容易全盤了解，很難透過明顯的數字分析所有產業環節，未來需要與台南市政府以及中央相關漁業單位更密切的了解與溝通，對於虱目魚產業能更深入的研究與分析。
	6.本企業模式的運作可將虱目魚產業擴展到較大客群，並提升到較高層次。而養殖模式轉換間的價差，期望由企業 CSR 的基金來支應而非由公部分以納稅人的錢來支應，保價收購(p11)的費用應該由企業 CSR 募集資金來彌補。	中心認為經費來源可由三方面討論，公部門相關補助(農委會、勞動部)、企業贊助(企業社會責任)以及募資平台(FlyingV、嘖嘖、WeBacker)，台江的角色應明確定位為保育與認證單位，產業相關補助經費應可由主管單位以及民間力量共同來協助達到友善養殖與保護環境的目標。
	7.「黑琵牌」應由台管處來作認證，建議可認證的魚塢不局限於台江地區，其他養殖地點若有助於黑琵保育也可以加入，CSR 便可契作、購買有認證的漁獲。	感謝委員的建議，中心正朝這樣的目標努力，也需要相關認證單位與主管機構的共同合作。

委員	建議	執行單位回覆
方處長 瓊瑤	8.團隊執行大致符合企劃書規劃，而一些數字上的統計說明，如在地漁民調查、廠商及土地調查等請在期末報告時補齊。	感謝委員的建議，中心與期末報告中加強數據的呈現與說明。
	9.團隊先行辦理深度訪談發掘問題，支撐未來論壇辦理及共識的凝聚的議題討論的基礎，是很好的方式。	感謝委員的肯定。
	10.產業要能永續運作下去，個人很贊成企劃書中所提基金會的成立，從農業、農村發展來看，目前農二代回鄉發展的案例很多，漁村的情形較少；以光原企業為例，一開始也是由一群年輕人成立社會企業，藉由拓展餐廳訂單、消費者需求，確認所需蔬菜種類及數量，分配阿里山原鄉地區有機生產的農戶來契作，這樣的模式也已經成功複製出不少案例，而在漁村就較少這樣的例子。目前因食安問題，消費者願意多花一點錢取得較安心的食材，也許漁村可仿製蔬菜箱提供魚食材組合訂購，作為社會企業成立的方向，也像農村一樣漸漸改變消費者習慣，消費者也願意多花一點錢來消費如友善養殖產品，來運用在保育或社會公益上，如此團隊所提出的企業模式運作就很重要，尤其要找到一個可供信賴的團隊或社會企業，由漁二代發起是最可行的；若由公部門成立基金會，除信任問題外，基金會仍然需要受到採購法等限制，盈餘亦需相關監督，所以是由民間所成立的基金會或協會為佳；社會企業或協會也可運用勞動部多元就業方案，在初期有補助以保障薪資維持運作，加上台管處品牌及在地行銷(生態、環境、教育)等整體規劃，是有機會輔導成功運作。	中心將依委員意見於期末前補充相關資料，另因每年皆需解決由臺南大學養殖生產之漁獲及虱目魚罐頭銷售問題，故希望藉 CSR 擴大其效應；因本計畫執行期間短，輔導社會企業難以有實質的成績，但本團隊可以給予充分的建議及評估，目前有 SAWAI FISH 作為輔導目標，其亦為在地魚二代。另本團隊之協力：台南企業文化基金會中之和明紡織已將虱目魚魚鱗作為衣料之保濕素材，也在法國獲得大獎，此時期正在建立自己的品牌。如光原社會企業，皆是以在地為發起，不會與在地脫鉤，而以 CSR 切入相關議題可能是一個機會，目前累積的在地企業資源，其串聯必然可以獲得更大的功效。方處長所提成大研發能量可能可以解決虱目魚越冬的問題，邱總務長建議在地飲食結合行銷是可以討論的。

委員	建議	執行單位回覆
方處長 瓊瑤	11.漁民擔憂半年養魚、半年休息，致使收入減少，是否可以生態導覽等其他活動收入補足。	中心的長期規劃便是朝著這樣的目標努力。
	12.計畫書中在閱讀上議題跳得很快，希望能在期末時改善；另人地物(P4)有兩個物，請檢視是否誤植。	感謝委員的建議，期末報告已作了整體編排的調整，部分錯誤也修改完畢。
	13.請說明 1/10 轉換養殖模式如何定義出來，引用的定義為何，若可以知道 1/10 的魚塭面積可支持多少黑面琵鷺的棲息那是更好。	1/10 的計算是來自於宗教中對「奉獻」的概念，其實目前尚未能全盤估算實際需要的土地面積，以能提供黑面琵鷺度冬的充足食物來源，未來需要更多的研究單位盤查評估，對於土地利用有更精密的規劃與策略。
	14.虱目魚是否有如吳郭魚魚鱗一樣有其他科技技術發展或有生技公司研發，如醫療、保健功能以提高其價值。	目前中心合作的產業夥伴-和明紡織在去年便開發出利用虱目魚鱗萃取出的膠原蛋白來製作纖維材料，用來生產圍巾與衣物，在法國上市後，獲得廣大的民眾回響。未來預計會有更緊密討論合作的可能性。
	15.虱目魚在氣溫低於 10 度就凍死，是否有其他技術可改善，請成大研發中心來協助。	中心可協助媒合與成大相關研究單位討論。
	16.活動規劃結合文化如數魚歌、詩詞部分很好，另將飲食文化做另一層次的展現。	中心各項行銷推廣活動均會搭配虱目魚相關文化與文學呈現。
邱總務 長宗成	17.環境的變遷及利益的衝突，相信在早期黑面琵鷺在臺灣可能分布的面積很廣，而生態環境改變了，物種就回不來了，如北門的花跳魚。而台管處願意花多少成本來維護黑面琵鷺的生態環境，才能了解未來計畫的走向。	中心會長期與台江國家公園合作，希冀能透過更多的接觸與了解，讓友善環境與產業能達到平衡。

委員	建議	執行單位回覆
邱總務 長宗成	18.請團隊調查漁村養殖收入狀況及漁民平均年齡，因台江範圍內有多少是大地主、在哪裡，是否有漁二代回來，或承租的漁民，一個漁民得以租到多大的魚塢；不同的族群勢必有不同的思維，統計數字可供策略研判。	目前漁業相關資料建構的並不完整，非常難取得相關土地所有權、地主、承租漁民以及養殖產物等資料，未來需要相關更多的資源以及研究投入。
	19.請統計黑面琵鷺分布與低、中、高水域魚塢的分布，以及混養養殖池運用分布圖。	中心持續與台江國家公園與台南大學合作相關研究。
	20.可計算傳統養殖跟混養的成本，因混養仍須投入心力並有風險，若我們能知道兩者一甲地的成本及收益，更可以協助說服漁民，也可找出評估點，以讓台管處作補貼或其他方式的協助依據。	中心持續與台江國家公園與台南大學合作相關研究。
	21.在地消費者的教育，也許可以從在地虱目魚消費者的宣傳如尋找知名店家設置播放器，將宣傳影片輪撥以教育目標群眾，也許比教育所有民眾更有成效。	目前漁業相關資料建構的並不完整，非常難取得相關土地所有權、地主、承租漁民以及養殖產物等資料，未來需要相關更多的資源以及研究投入。
	22.將前述相關資料交叉分析，如佃農收入，地主收入等，蒐集細部資訊，提供作為社會企業後續行銷，推動黑琵保育相關業務，以將有限資源用運用在有效的地方。	目前漁業相關資料建構的並不完整，非常難取得相關土地所有權、地主、承租漁民以及養殖產物等資料，未來需要相關更多的資源以及研究投入。

主管單位	建議	執行單位回覆
張處長 維銓	23.本案不排斥 CSR 可彌補轉換養殖模式所來的落差，但截至目前為止太聚焦在 CSR 及其他附屬活動等，請加強行銷及於社會企業體之建構。	感謝處長的建議
	24.本處是四級機關，成立基金會的可行性極低，即使成立基金會，其運用也需經相關法令所監督。	感謝處長的建議
六孔管理站 呂宗憲	25.P12 頁業者相關單位名冊資料不全，請再多蒐集確認，如宏海、台江漁人、漁權會。	已作修正
	26.P25 訪談地點請修正為七股區十份里正王府。	已作修正

## 捌. 期末報告評審委員意見回覆

委員	建議	執行單位回覆
高助理教授如妃	<p>1. 對消費者推廣淺坪式養殖虱目魚的環保故事，本計畫有相當創新的作法。</p> <p>I. 由文創實體通路林百貨展示銷售。</p> <p>II. 由通路平台快樂蠶傳述黑琵牌品牌故事。</p> <p>III. 於食倉鮮切牛排、Vroom創造話題性活動。</p> <p>這些活動將台江國家公園的黑琵牌虱目魚罐頭與環保故事，推廣給廣大的消費族群，其場地已跳脫台江國家公園所在，此一模式很有潛力觸及在地以外的廣大市場。筆者認為這是這個計畫最成功的地方，就行銷環保意識推廣而言可圈可點，亦可見消費者對這個概念很買單。本計畫成功達到前半部分的目標，即「營造友善黑面琵鷺魚塭棲地保育產品行銷」。但是，這個做法短期內的實質獲利者僅限於林百貨、快樂蠶、食倉鮮切牛排、Vroom 等業者。對於計畫的第二部份，即「社會企業推動」中社會企業持續經營黑面琵鷺棲地，並沒有具體做法。誠然，長時間教育消費端環保的概念最終可以牽引業者採用淺坪養殖，這個效果較緩慢而不容易具體見到預期成果。</p>	<p>感謝高如妃老師對於此計畫案精闢的見解，目前此計畫案在推廣上確實是比較容易執行與達到成效，但在社會企業育成方面，確實是需要許多單位資源的投入與整合，如勞委會、農業局、漁業局、台南市政府等相關資源投入，經過多年的在地耕耘與討論，才有機會形成社會企業的原型，但執行團隊近 10 個月來不斷與在地的利害關係人訪談，並透過工作坊的方式統整大家對於友善養殖與台江的想像，也是期望在未來推動社會企業時，能在獲得在地居民的支持。此外，社會企業的育成是否是必要透過生態養殖(友善黑面琵鷺虱目魚塭養殖)才能形成，或是可以透過生態觀光以及社區觀光等方向切入，也是其他未來可以考慮的方向。</p>

委員	建議	執行單位回覆
	<p>2. 為解決黑面琵鷺棲地問題，有必要思考產業鏈改革為淺坪養殖供應虱目魚的問題。本計畫也針對相關業者舉辦工作坊與講座，但是業者似乎認同環保概念，而對落實淺坪養殖虱目魚採觀望態度。台江國家公園附近漁民淺坪養殖主要收入來源為文蛤或蝦，虱目魚只是工作魚，通常被賤價賣給收購的虱目魚中盤商。經濟效益仍是主要動機，這仍是「社會企業推動」的癥結。</p>	<p>感謝高如妃老師提供的意見，這些也是執行團隊在訪談漁民後所獲得的相關資訊，似乎在維護生態保育之下，友善養殖的方式與操作手法還有許多討論的可能性，因此執行團隊建議明年度的方向可以加入「黑琵牌認證」的公開論壇，透過數次的工作坊討論與收斂，討論台江地區生態產業發展的新契機。</p>
高助理教授如妃	<p>3. 另一個與產業鏈相關的議題是認證。目前中盤商並不會將淺坪收購的虱目魚與其他來源分開來賣，而只是依魚的大小、品質等。推銷與黑面琵鷺棲地相關的虱目魚環保概念產品，認證的執行是黑面琵鷺環保故事真實性的保證。一個能永續經營的社會企業體，應能以改善這個履歷問題以及前述第二點的環保養殖問題為己任。國際品牌如Starbucks、台灣的湧升企業不遺餘力投資努力改善產銷通路問題是很好的榜樣。誠第二與第三點，已經超越台江國家公園的職責，筆者呼籲台南在地企業主能主動採取行動，協助整合產銷資源，落實台南沿海台江國家公園附近的生態永續經營。</p>	<p>感謝高如妃老師提供的寶貴資訊，此計畫需要非常多相關單位的關注與投入資源，期許明年年度在推動計畫時，能再統整更多多方利害關係，並考慮讓企業社會責任聯盟相關資源有機會可以投入，一起營造台江附近之生態永續經營。</p>



委員	建議	執行單位回覆
高助理教授如妃	<p>4. 計劃書提及配合虱目魚打撈季節規畫一些企業活動提案，如漁村宴席。這是個將漁村經驗具體呈現的活動，目前由各在地漁會、鄉鎮團體主辦具當地漁村特色的活動，主辦者為在地單位，擺攤者皆為在地漁會、鄉鎮、或小資本相關業者。漁村觀光化與其他文化產業觀光化一樣，常被詬病為過度商業化而失去真實性。筆者建議規劃時，以尊重當地人文特色為出發點，深入了解當地，整合台南沿海歷史、文化、天然環境等資源，避免過度商業化而失去純樸的真實性。同時也建議與當地團體合作，避免大企業與漁民爭辦活動之虞。如第57頁可以增加台南沿海當地漁民傳統活動，真實地呈現在地的過去與現在，提供參與者一個浸潤與反思歷史文化生態的場所。</p>	<p>感謝高如妃老師的建議，未來相關活動執行上，會在更注意台江地區漁村文化的展現，讓400年來的動態地景得以延續與受到推廣。</p>

委員	建議	執行單位回覆
邱總 務長 宗成	<p>5. 針對計畫內容問題再釐清：我們可預期本案若沒推動成功或沒成果，黑琵很有可能大量消失或離開到其他區域，而台管處有可能面對名望的消失及各個地區及機關單位對於黑琵保育努力的競合層面的問題，如茄萣漁民以漁獲餵食黑面琵鷺？目前可將本報告所提成果分成 4 個重點：</p> <p>(1) 品牌行銷推進及市場類型通路，這部份團隊已極力在臺南市塑造各種可能性，誠實地將所遭遇之困境表達，也點出許多課題。</p> <p>(2) 漁業生產模式：漁民是要保持現有養殖模式，還是恢復傳統淺坪樣態的討論，讓漁民面對新的經營模式及獲利情況。</p> <p>(3) 公部門所能投入資源及努力：以推動社會企業及協助漁民生產型態的改變，或是對於整個地區大家競合的關係。</p> <p>(4) 黑面琵鷺動態的預測：對於努力的成果，黑面琵鷺是否就如我們預期的數量增加或停留於這個區域。</p> <p>因此 4 個面相所營造的是一個願景，但造成的交互作用或變數太多，很難達到預期成果，端視公部門的決心及所能投入的資源。比如說社會企業的發展是要靠社會的成熟程度，如在北部推行就比在南部推動更為容易，在都市也比在鄉村推動容易，需要一些社會背景因素，雖然在台灣是即將來到的，但目前作社會企業仍是非常辛苦的事情。</p>	<p>感謝邱老師的建議，未來工作項目中，執行團隊可透過論壇與工作坊，加強各方資源的參與，透過公部門的參與與跨部門討論，一起思考與規劃台江地區相關土地利用與社會企業培育的政策。</p>





委員	建議	執行單位回覆
邱總 務長 宗成	6. 友善養殖的推廣行銷是在利益間作競合的。漁民看到是現在的利益，而我們給他一個願景要他改變現有的利益，還是需要很多的辯證，也許要讓漁民看到更多環境的議題。	這的確是台江與漁民間在利益上的問題，建議可以透過更多的工作方討論可能的解決方案。
	7. 通路跟行銷部分，我們有可能讓虱目魚暢銷賣得很好，在南部民眾也許品牌辨識度不高的情形下，虱目魚被炒作高價，可能更促使漁民更堅守原本養殖模式及利潤，有可能我們在解決一個議題的同時卻模糊焦點，用力行銷的結果導致違背推行友善養殖要解決的問題。	感謝邱老師提醒，執行單位應業務單位多次溝通討論，確保在最大公共利益下，不會造成更多的問題，而違背了當初執行的方向。
	8. 這是一個有願景，而大家都樂觀其成的案子，在操作執行上需要很多的細節，經由大家的討論獲得共識而有系統推動依循，這是一條漫長的路。台江國家公園要投入多少資源及決心來維護黑面琵鷺在台江地區的存在及生態環境的維持，配合專業團隊來操作，相信仍是有機會達成。	感謝邱老師的鼓勵，執行單位應繼續與業務單位有充分的溝通與理解。
	9. 目前 61 線的開發及七股的發展可能都會影響黑面琵鷺的存在。或許黑面琵鷺保育的成功讓黑琵數量增加，帶動觀光、虱目魚產業及人潮，然後就有環境干擾，虱目魚大量養殖，也影響黑琵了存在及我們原本推行有的友善養殖。或許我們可以換一角度，也許可以利用公有地飼養小魚，提供食源，或是栽植紅樹林增加棲息隱蔽空間。	相關可能的保育黑面琵鷺措施與可能性，期許未來在工作坊與論壇上能有充分的溝通，以達到在不影響生態保育之下的產業經濟活動。

委員	建議	執行單位回覆
邱總 務長 宗成	10. 未來成大團隊在可專心在品牌行銷上，但面對民眾的事情仍然要做，例如招集七股地區漁民，以有趣方式說明台江在做的事情，也聽聽民眾的看法及意見。另外也可以針對議題寫幾則環境教育教案 p p t，都在網路上讓國中小教師自由下載運用，也許會有不錯的推廣。	感謝邱老師的建議，可納入明年度相關推廣計畫的參考方向。
	11. 可考慮台江地區老謝凋零的漁民其魚塭是否有機制可回收作為淺坪經營，也許較為容易。	這樣的方向也是有可能，需要再多方的討論，以形成完整的機制。
方 處長 瓊瑤	12. 本報告呈現推動情形及成果已符合本計畫執行需求。這計畫很有意義，曾嘗試於其他地區分享本計畫，大多認同這是典型社會企業的案例，但在回到臺南七股在地，就會發現有其執行的困難。社會企業在勞動部政策推動下，成為一個解決經濟面跟社會面的一個方法，可是在本案推動下，可能我們在想像維持生態、友善養殖的概念，跟漁民的觀念還是有衝突的；漁民考量最大生存權下，仍然是有障礙。如何減少衝突及觀念的拉近，團隊中有提到一個方式便是以示範區的推動參與，是一個很好的方式，是否有在地團隊願意作為一個社會企業的先期團隊，來共襄盛舉。目前社會企業較成功案例多由這樣在地團隊轉型，少見現有企業轉做社會企業的。	感謝方處長的肯定，透過在地訪談與工作坊的努力下，執行團隊發現吳建築師與其小女吳比娜或許是可能的社會企業雛型之一，但還是需視端「黑琵牌」友善養殖的定義與相關政府資源的投入，一同建立示範區域。

委員	建議	執行單位回覆
	<p>13. 台江的立場是推動友善養殖，維繫自然生態環境，而我們是否能在這樣的魚塭推動環境教育場域認證，多賦予教育功能性，也可能增加漁民收益，社會企業中工作的選擇性也可能增加，如生態產業或觀光連結，進而吸引返鄉青年。在開發新創意，創造養殖以外的產業中並不違背原計畫推動，反而是多做一些連結，企圖達到原本友善養殖推動目標。台江可以為領頭羊角色，帶領漁民友善養殖、友善土地，甚至是友善社會的長遠目標前進，這樣才不會陷入賣魚、與民爭利等等的思維中。建議台管處除團隊建議外，可在未來擴充目標，以降低與漁民間衝突，讓計畫推動更為順暢。</p>	<p>感謝方處長的建議，本計畫案長遠方向希望以生態產業、產業觀光以及生態觀光等三者循環模式，建立一個可永續經營的生態漁村環境，都是可能著手的目標與方向。</p>
方處長	<p>14. 談到公平貿易部分，因其定義較為嚴謹，本案並不相符，請考量修正。</p>	<p>感謝方處長的建議，已修正。</p>
瓊瑤	<p>15. 另台管處的漁獲很難計算成本，致使許多行銷難以評估成效，如p9p10等，很難下一個結論。團隊在半年多來透過網路、學校辦理許多活動，對於品牌推動的成效如何很難評估，可以只用文字說明，以質的方式表示，在未來可以帶領怎樣的的方向，可以酌予敘述</p>	<p>感謝方處長的建議，已修正。</p>
	<p>16. 認同團隊報告中表示罐頭在南部市場接受度應低於北部，因為北部買不到新鮮的魚，故建立新鮮魚冷凍宅配送至北部應為一個不錯的行銷方式。</p>	<p>感謝方處長的建議，會納入未來發展的可能方向。</p>
	<p>17. 社會企業可解決漁村漁民老謝凋零問題及生態與人之間的問題，建議找一些在地年輕人加入討論，並示範操作。</p>	<p>本次工作坊有找尋了一部分的當地青年加入，未來的工作坊會繼續加入青年的討論。</p>

委員	建議	執行單位回覆
解說 教育 課洪 建銘 技正	<p>針對未來建議加強全台餐飲學校開發創新料理乙事提供不同看法，因為我們不是推動虱目魚產業，而是要銷售我們不同養殖方式的虱目魚，所以應凸顯我們不同的初衷，黑琵牌應為品牌授權或認證應是無庸置疑，台江並非要以其來賺錢，而是希望以該品牌提高售價，以市場可接受的價格補足深坪養殖短少的利潤，這樣與漁民告知溝通，自然交給漁民操作，便不會有與民爭利的情形。所以請團隊在與業務單位討論未來行銷推廣目標。</p>	<p>感謝洪技正的建議，在推動虱目魚創意料理上，其實是透過餐飲教育的方式，傳達友善養殖虱目魚的目標，透過動手料理的過程，一方面可以加深產品故事的傳達，另一方面也處理部分台江無法加工或販售的魚貨。</p>
保育 研究 課黃	<p>北部確實願意多花經費在於環保商品上，又較接受罐頭這樣產品，應該對於該項產品行銷銷售是有利的。另團隊也說明認證部分若確立，的確有機會讓漁民願意加入友善養殖行列。</p>	<p>感謝洪技正的建議與認同。</p>
光瀛 課長	<p>認證的確是重要的，故明年度會切出一案針對認證做學術性地研議，對於團隊建議可以開放式討論亦可考量，讓大家認為何者是黑琵牌，怎樣是對生態環境較佳的養殖方式，希望能與行銷推廣案相輔相成。</p>	<p>感謝黃課長的建議與認同。</p>
	<p>漁業署目前補助魚塭圍堤加高部分，據了解係希望能循環用水，減少廢水排出及有部分滯洪概念。本計劃係希望維持三百多年來的動態有機文化地景，這也是一種無價的，亦可質化，希望能繼續維持努力。</p>	<p>感謝黃課長的建議與認同。</p>

## 附件一 黑琵牌動畫分鏡表

cut	second	Background	旁白	角色/工具	動畫/音效
1	00:00 ~ 00:05			黑面琵鷺 虱目魚 *黑琵牌 logo	1. 黑面琵鷺追著虱目魚從右邊跑向左邊 2. 最後變成黑琵牌的 logo
2	00:05 ~ 00:10		300 多年前， 荷蘭人從印尼 引入虱目魚的養 殖經驗	荷蘭人 漁夫 虱目魚 苗 *荷蘭船	1. 荷蘭船開往印尼跟台灣(地球旋轉與水位上漲) ◇ 船行駛聲 2. 荷蘭人跟漁民拍手 3. (轉場)
3	00:10 ~ 00:17		教導漁民 在近海打撈魚 苗， 以圍堤淺坪養殖 虱目魚	虱目魚 苗 漁夫 *漁網 *海浪	1. 海浪打向岸邊 ◇ 海浪聲 2. 漁民用漁網撈魚 3. (轉場)
4	00:17 ~ 00:22		每年的 4~10 月， 撒米糠 讓魚塢長出天然 的藻類	漁夫 虱目魚 苗 虱目魚 *米糠 *竹籠	1. 漁民在撒米糠 ◇ 虱目魚吃東西聲 2. 虱目魚從小隻變成大隻 ◇ 變大隻特效聲
5	00:22 ~ 00:29	 <small>4. 2009年荷蘭政府與本島漁業局合作，研發了一種「小魚小蝦」的養殖技術，讓虱目魚在低水位下生長，提高產量與品質。</small>	10 月收成後 降低水位的魚塢 內， 殘留了一些小魚 小蝦	漁夫 小魚 螃蟹 虱目魚 *竹籠	1. 竹籠裡的虱目魚在活潑亂跳 ◇ 魚拍打聲 2. 水位降低變淺 3. 水里出現小魚跟螃蟹 ◇ 天氣好的鳥叫聲

6	00:29 ~ 00:32		正好變成黑面琵鷺 度冬的食物補給場	漁夫 小魚 螃蟹 虱目魚 黑面琵鷺	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 黑面琵鷺飛來</li> <li>✧ 鳥飛聲</li> <li>2. 黑面琵鷺在水裡用八字形撈魚</li> <li>3. 漁夫拍拍黑面琵鷺的翅膀</li> <li>4. (轉場)</li> </ol>
7	00:32 ~ 00:40		每年 全球有超過 6 成 以上的黑面琵鷺 來到這個黑琵樂園	黑面琵鷺 漁夫 小魚	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 山峰跟太陽一個個跑出來</li> <li>✧ 一個一個冒出來的特效聲</li> <li>2. 成群的黑面琵鷺飛來</li> <li>✧ 鳥飛聲</li> <li>3. 出現一個大大的「60%」</li> </ol>
8	00:40 ~ 00:44		塑造了 人類產業與鳥類 共生的人文地景		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 黑面琵鷺飛走</li> <li>✧ 鳥飛聲</li> <li>2. 漁夫跟黑面琵鷺揮揮手</li> </ol>
9	00:44 ~ 00:54		但是， 近年來漁民將水 池挖深、 高密度的飼養、 投入過多的化學 藥物與飼料	魚夫 *挖土機 *虱目魚 *雜魚 *化學藥物 *飼料	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 挖土機在挖深魚塢</li> <li>✧ 機械聲</li> <li>2. 水位變深</li> <li>3. 魚塢裡養了超多的虱目魚和雜魚</li> <li>4. 投入化學藥物</li> <li>✧ 冒泡聲</li> <li>5. 倒入一大袋的飼料</li> <li>✧ 傾倒聲</li> </ol>
10	00:54 ~ 01:02		為了追求更高的 經濟利潤， 導致黑面琵鷺的 覓食環境	黑面琵鷺	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 黑面琵鷺跑出來搖搖頭(唉聲嘆氣)</li> <li>✧ 嘆氣聲</li> <li>2. 黑面琵鷺傷心地離</li> </ol>



			遭到嚴重改變		開這個地方 ◇ 鳥飛聲
11	01:02 ~ 01:08		我們鼓勵漁民 提供 1/10 的魚 塭 恢復傳統友善養 殖	漁夫 虱目魚	1. 出現「1/10」的數字 2. 部分魚塭變淺飼養 虱目魚 ◇ 天氣好的鳥叫聲
12	01:08 ~ 01:15		並尋找具有社會 責任的企業， 收購他們的虱目 魚獲	漁夫 虱目魚 商人 黑面琵 鷺 *竹籠 *貨車	1. 漁民打撈虱目魚 2. 虱目魚在竹籠裡跳 動 ◇ 魚拍打聲 3. 漁民轉一變，變成了 商人 ◇ 旋轉聲 4. 將竹籠運上貨車 5. 商人開走了貨車 ◇ 開車聲 6. 大批的黑面琵鷺又 飛到這裡的魚塭 ◇ 鳥飛聲
13	01:15 ~ 01:20	結尾動畫	大家要多多食用 保護環境的虱目 魚喔！	黑面琵 鷺 虱目魚 *黑琵牌 logo	1. 一隻黑面琵鷺叨著 虱目魚跑出來 ◇ 腳步聲 2. 站在中間時，剛好配 音旁白(黑面琵鷺嘴 巴念白) 3. 轉成黑琵牌 LOGO

## 附件二 訪談紀錄

### 訪談 1

4/6(一)10:00~12:00

訪談對象：台江國家公園 黃光瀛課長

訪談人：成大文創育成與研發中心 張彥頡經理、李怡璇經理

訪談課題：

1. 虱目魚產業與黑面琵鷺的關係？
2. 為何說虱目魚產業是對環境最有看的養殖產業？

訪談內容：

這要從 400 年來的動態地景說起，300 多年前荷蘭人從東印度公司帶來的養殖方式，教導當地的漁民利用淺坪養殖虱目魚，因為虱目魚是本土的在地魚種，所以非常能良好適應台灣的环境，不需要投藥或是施打抗生素，他們就可以飼養的非常好，但虱目魚最怕的就只有一種東西，那就是天氣的冷，所以以前傳統在養虱目魚的時候，都會在淺坪的水底挖鑿一個越冬溝，讓 10 月打撈時還過小的虱目魚可以在較深池的越冬溝裡避冷，此時漁民也會將水池裡的水位降低，準備曬坪與施肥，作為隔年飼養虱目魚的肥料以維持地力，這時大批的黑面琵鷺正從東北亞南下度冬，因為黑面琵鷺的腳長約 30 公分且沒有明顯的蹼，所以黑面琵鷺主要找尋這種降低水位的淺坪來覓食。但近年來漁民為了獲取更高的經濟利潤，紛紛將水池挖深、投入大量的化學藥物以及高密度飼養，導致黑面琵鷺度冬的場地與食物來源大量減少，所以台江鼓勵漁民提供 1/10 的土地恢復傳統友善養殖，台江可以提供認證機制以及協助找尋社會企業收購。

說虱目魚產業是最環保且符合經濟效益的養殖漁業一點也不為過，原因有以下幾點：

1. 虱目魚是一級消費者，就食物鏈的概念來說，他所有的能量都沒有喪失
2. 虱目魚是台灣本土魚類，非常能適應環境而不需要投藥
3. 淺坪養殖的虱目魚，正好可以提供黑面琵鷺度冬的場所
4. 台灣深厚的虱目魚文化與產業活動

## 訪談 2

5/29 10:00~12:00

訪談對象：台江國家公園 六孔站站長

訪談人：

台江國家公園 施佩君技士

國立成功大學 李怡璇經理、張彥頡經理

訪談課題：

1. 台江國家公園附近的居民與聚落情形？
2. 其養殖產業現況與可接觸訪談的漁民名單？

訪談內容：

台江國家公園附近的聚落，大家都清楚的年輕人口外移非常嚴重，現在更本沒有年輕的漁民，有的 60.70 歲的漁民都可以算年輕的，這裡的工作非常的辛苦又沒有賺頭，年輕人更本不願意回來這裡，另一方面這裡的問題家庭也不少，真的需要很多單位的介入協助，另外台江國家公園是在 2009 年才正式掛牌成立，對於當地的居民來說，我們比較像是後來才出現的政府單位，一方面在台南校區的土地爭議上需要解決，另一方面在保育與產業的兩全其美中，當地的居民對於台江有更多的期待。

目前六孔附近的魚塭大多以文蛤或虱目魚的養殖為主，也算是淺坪養殖虱目魚的一種方式，但虱目魚主要是工作魚，並不是販售獲得收入的主要來源。大體而言，安南七股一帶的虱目魚養殖業，大多有三種養殖方式：1.淺坪草蝦配虱目魚 2.



3.深坪虱目魚養殖等三種方式，在現今的市場價格中，真的似乎沒有辦法利用淺坪單養殖虱目魚，這樣的成本與獲利並無法打平，所以目前的黑琵牌所奠定的養殖方式與品牌內容是否需要修正，這個需要再花時間探討。

### 訪談 3

6/25(四)14:00~15:00

訪談對象：台江國家公園 施珮君技士

訪談人：

成大文創育成與研發中心 張彥頡經理

訪談課題：

- 1.目前台江既有的虱目魚副產品有哪些？
- 2.公家的魚市場販售價格如何訂定？

訪談內容：

台江去年打撈的虱目魚所製成的副產品有虱目魚罐頭約 1 萬多罐、虱目魚肚及魚丸為主，目前主要僅透過合作社去販售。在於的價格制定上，可參考外面魚獲的標售價格，通常是在 30~60 之間，夏天的時候魚的標售價格會比較低，約 30 多塊左右，冬天的時候則會漲到 50~60 塊，就大部分而言，約落在 40 塊上下，當然每年都會有價格上的波動，所以台江的魚可以利用外面的魚作為參考機制，若魚的標售價格要越低，那相對的要提供的社會效益或是宣傳性就應該要更高，台江的立場當然期望的是魚的販售價格不能過低，因為未來若要是鼓勵漁民透過契作的方式走下去的話，那台江魚獲的標售價格便有定錨效益，會做為未來契作的參考準則，比較期望的是可以找到認同台江理念的社會企業，因為台江的魚貨數量也不多，可以少量販售即可。另外用成本論來討論的話，一般一口魚塢的成本約在 20 萬左右，一位漁民聽常可以照顧 3~5 口魚塢，這種情形下，一口魚塢通常需要有 40 萬的收入，扣掉成本的 20 萬後，一年若有三口魚塢，還能有約 60 萬的收入，當然這不是絕對，因為如果是僅要求漁民 1/10 的土地恢復傳統養殖，那成本的計算方式就不是如此。

#### 訪談 4

6/9(二)10:00~12:00 台南市七股區十份里正王府

訪談對象：十份村 黃巖國村長

訪談者：

台江國家公園 黃光瀛課長、施佩君技士

國立成功大學 文創育成與研發中心 張彥頡經理、殷婉茹助理

訪談課題：

1. 目前於東魚塢內的養殖產業情形為何？
2. 此區的產業鏈結構以及養殖所遭遇

訪談內容：

在台南市安南區十份村地區約有 1/3 的人口從事養殖漁業，其中約有 80% 的養殖都以文蛤或蝦子配虱目魚混養的方式來操作，若簡單以水坪的深度來判斷，淺水坪多以草蝦配虱目魚，或是文蛤配虱目魚來飼養；深水坪多以白蝦配虱目魚來飼養，由於虱目魚在市場的價格並不漂亮，每斤 40 元的市場價格，無法與成本打平，所以虱目魚大多扮演工作魚的角色，一甲個池子內，約僅有 500 隻的虱目魚，透過每年 2~3 月放下虱目魚苗後，接著分階段放養蝦苗或文蛤，這是一個互利共生的生態循環，虱目魚透過吃藻類為生，其所產生的廢棄物，正好變成蝦子以及文蛤的食物來源，此外，在文蛤殼上所產生的青苔，又能再次變成虱目魚的食物，產生互利共生的循環。目前三股村的養殖沒有固定契作企業，大多是利用中盤商來販售，此區比較少人在養石斑，主要是以文蛤為主，但文蛤與虱目魚的混養產業，卻因為市場飽和，銷量不佳，有時中盤上會等著漁民賣不出去的窘境來低價收購魚貨，對漁民非常傷害，另外每年政府所做的僅有放煙火式的觀光行銷，對於當地的經濟並沒有太大的幫助，十份村的村長期望有更長期的合作模式，可以建立良好的地方與政府關係。

文蛤與虱目魚的養殖循環主要是從 2 月放 500~800 虱目魚苗後，便開始是養文蛤，每年的中秋前會開始打撈，主要的便是趕上中秋節的熱銷，但不會全部一次撈起，部分會留到冬季，12 月左右會進行二撈來迎接過年的檔期，而 10 月底左右便會把虱目魚全部打撈起來，以避免過多的虱目魚養分會把文蛤淹死，這些收穫的虱目魚並不是收入的主要來源，大多僅販賣僅附近部分的餐廳與攤販，相較之下，文蛤的販售才是漁民的主要收入來源。

利用市場價格與成本來評估十份村的養殖漁業來說，虱目魚的市場價格約一斤 40 塊，500 隻虱目魚約能收穫 2 萬元，文蛤一斤 38 塊左右，一年總可收穫 1 萬多斤，約 50 萬的收入，故總體而言，十份村每甲的魚塭扣掉養殖成本的 20 萬左右，每年約可獲利 40 萬左右。



## 訪談 5

6/24 10:00~11:00

訪談對象：國立成功大學 高如妃老師(了解虱目魚女王案例)

訪談人：國立成功大學張彥頡經理

記錄：國立成功大學 工設所 簡佳儀

訪談課題：

1. 如何在現有市場塑造明顯市場區隔的黑琵牌品牌？
2. 以虱目魚女王為例，他們的產業鏈結構是如何形成的？
3. 虱目魚女王品牌如何形塑成功？

訪談內容：

高老師說虱目魚女王的故事與台江虱目魚故事並不存在競爭關係，第一、台江要賣的是「知識」而非罐頭本身，第二、台江販售產品不是為了營利，而是未來傳達一個概念或價值，因此出發點是非常不同的。而就「文化產業而言」，品牌應該是要共同營造多樣化的選擇，而不是競爭，因為消費者不只買物值部分，而是要買品味，因此，雖然在某些程度上仍存在者競爭，卻也需要合作共創文化價值。另一方面，台江與虱目魚女王的罐頭應該都是外包給同一個生產公司(日寶)，因此在味道上大同小異，所以這兩個品牌的差異化應該著重於欲傳達的故事、文化及價值上。而台江更被賦予教育及生態保育的責任，因此也需架構更大的遠景。

高老師建議台江的虱目魚故事必須更國際化，也就是要說給世界聽，因為黑面琵鷺是大家共同保育的候鳥，而台灣是主要棲息地因此相當重要，然而，罐頭只是其中一個小元素。

訪談分析：

對於台江而言，傳達生態保育等價值是主要目的，然而，與漁民追求的「利益最大化」是相衝突的。從生產端來說，若漁民要轉為淺坪養殖虱目魚並每年休耕三個月，台江必須確保他們收入不變；就企業端而言，要如何說服企業以市場三倍的價格收購黑琵牌虱目魚呢；而消費者真的願意為這生態故事買單嗎？因此我們需強調產品所提供的有形及無形的「價值」而非「價格」。有形部分除了罐頭及虱目魚料理外還有哪些可能？無形的價值可以是服務及企業聲譽。

## 訪談 6

6/18 10:00~12:00

訪談對象：漁民

訪談人：

台江國家公園 施佩君技士

國立成功大學 李怡璇經理、張彥頡經理

記錄：國立成功大學 工設所 簡佳儀

訪談課題：

漁民談個人背景→漁民談沿海養殖漁業現況→漁民對於台江合作案的看法

### 1. 漁民個人養殖經驗？

陳先生擁有約占地一甲的淺坪漁塢，此漁塢為祖先傳承下來的且規模偏小，目前為業餘養殖。每年約放 500 尾虱目魚苗作為工作魚，並於農曆三月及八月各放入上萬尾白蝦苗(每年 25 萬尾)，以滿足中秋節及過年消費者對白蝦的需求，而冬天為漁塢的休耕季。陳先生說一般淺坪養殖的主要獲利來源為白蝦或文蛤，虱目魚僅作為輔助以提升水中含氧量。

他提到相對於深坪漁塢，淺坪養殖的虱目魚外觀較細長，且肉質較具彈性，而在每年打撈的季節，他都會以每尾 20 元的價錢請人處理並將虱目魚真空包裝以方便儲存或贈送。

### 2. 在地漁民經營養殖漁業的現況？

目前企業或中盤商都以收購深坪飼養的虱目魚為主，而淺坪飼養的虱目魚因為量少，販售價格無法壓低且市場售價不高，因此對漁民及企業來說皆不符合成本。陳先生說他一斤重的虱目魚，成本就要 40 元，由於是工作魚，成長緩慢來不及供應市場。以淺坪而言，一批為 10 萬尾，而五尺深坪能放 40~60 萬尾。而整理一頃漁塢平均需花費 4~6 萬、水電 5~6 萬、而若養白蝦須使用的水車費用另計。

### 3. 漁民對於台江合作案的個人觀點及回饋？

陳先生提到因為他已退休，未來幾年會從業餘淺坪養殖轉為深坪養殖以作為主要生計。他覺得獲利是漁民最主要目的，若要鼓勵更多淺坪養殖，保證虱目魚的收購價格是相當重要的。



## 訪談 7

6/29 15:00~16:30

訪談對象：小餐桌(創意料理) 老闆阿之

訪談人：國立成功大學張彥頡經理

記錄：國立成功大學 工設所 簡佳儀

訪談課題：

- A. 小餐桌與黑琵牌合作的可能性？
- B. 虱目魚可以如何發揮於創意料理或伴手禮上？

訪談內容：

阿之是土生土長的台南人，他常選擇用台南在地食材製作創意料理，因為以「地食 x 西餐」作為出發點是相當有趣的是個很有趣的出發點。而談到以虱目魚為主的西餐料理，他通常使用魚肚及魚柳這兩部分。他做過的虱目魚創意料理有虱目魚濃湯，是將煎好的虱目魚放在濃湯上，他也曾做過以虱目魚為內餡的泡芙。此外，阿之也喜歡藉由食材傳達在地文化，然而，由於不是每餐都會使用到虱目魚，因此需求量並不大，每年僅約 100 隻。價格方面，一般從市場購得的虱目魚肚一片約 200g，售價 70 元，魚柳則 50 元/斤。

針對虱目魚加工品或伴手禮部分，阿之提供了四個想法：

- A. 炸虱目魚丸：將虱目魚混合蔬菜及豬肉，可抽真空販售，或餐廳烹煮。
- B. 虱目魚泡芙：一盒六個裝並含一包虱目魚醬料，但泡芙一般只能放 7 天，因此保鮮部分須考量。
- C. 鹹餅乾：單片包裝，外包裝印製虱目魚的文化及生態故事。
- D. 虱目魚鹹派：可能鹹派內含小卡，並需微波 9 分鐘。

活動部分可搭配「餐桌計畫」，請顧客享受現場烹煮的虱目魚，並在一旁販售虱目魚鹹餅乾作為伴手禮。不過阿之也提到一般開發創意料理單項價錢為 10,000 元，但由於餐廳規模不大，若要大量製作則須找合適的食品代工廠商，例如 A 廠商製作泡芙外殼、B 廠商製作虱目魚醬料、而 C 廠商作整合包裝。而阿之也正在籌備經營民宿及另一家餐點店，並覺得未來有很多合作的可能性。

結論：

小餐桌老闆對於虱目魚創意料理的合作是有意願的，且認同推廣虱目魚及黑面琵鷺等生態理念。他提供一些創意料理的想法是相當有趣的，不過若要大量生產販售，需另找合適的代工廠。而儘管小餐桌無法吃下大量虱目魚，但是在「文化及生態意義等故事」的傳遞方面相對於大企業，較能完整且細膩的呈現。



## 訪談 8

出席者：紀旻廷、吳建築師、吳比娜、張彥頡

時間：10/22 14:00~17:00

以生態養殖法進行虱目魚養殖的此種產業僅能透過經驗來傳承養殖的技術。SabaFish 府城館的第一批虱目魚罐頭就是吳建築師使用生態手法養殖的，他曾經嘗試不讓虱目魚吃太飽、以綠藻作為飼料、淺坪養殖，甚至是打水嚇魚，使虱目魚排便。但第一次養殖過後，吳建築師體認到現今投入虱目魚養殖產業相當困難，虱目魚需透過盤商的關係才能進到工廠進行罐頭加工，連漁獲的檢驗也需支付費用。養殖過程的花費大於所得，財務無法平衡提高生態養殖(包含淺坪養殖)的進入門檻。在 50 年前，淺坪養殖的虱目魚一斤可賣 70 塊錢，現今只剩下 30~40 塊錢。

因此建議文創育成中心進行黑琵牌行銷前，必須先了解現實的狀況：養殖產業環境不佳，生產端越趨於弱勢，買賣皆須透過盤商完成，使價金相當低。此外，吳建築師認為魚類相較於其它產業難有真正的區別性。對現有課題有所了解後，才能透過行銷解決根本問題，使淺坪養殖永續發展。

關於台江的城鄉永續發展，吳建築師認為以前沒有一個公部門來帶動、探討此區的議題，例如：漁獲價格低、社區人口外移、當地主要為老年與幼年人口。而台江國家公園的使命為生態保育及生態復育，因此它也是最有資格與最應該推動生態養殖的公家單位。除透過敘述故事的方式塑造品牌外，也必須以科學的角度來探討並證明生態養殖的潛力與優點，故漁業也需要引入人才，帶入技術來進行這場革命。

在溼地法頒布後，漁民無法理解為何自己多年來所擁有的魚塢是溼地，推廣淺坪養殖的過程也難以說服此種養殖法可以獲得更高的價值，故吳建築師認為台江國家公園應檢討黑琵牌的五項標準，納入漁民生計重新思考。避免產生一類使民間不敢投入生態養殖的政府政策。此類的具負效果之政策使人卻步，不願意回來從事虱目魚養殖，做什麼都沒有用。

## 訪談 9

6/1 16:00~18:00

訪談對象：東東集團 李日東董事長

訪談人：

台南企業文化藝術基金會 葉重利執行長

成大文創育成與研發中心 劉舜仁執行長、張彥頡經理、李怡璇經理

訪談課題：

- A. 東東集團的虱目魚故事為何？
- B. 是否有機會收購台江的漁獲，扮演社會企業的角色？

訪談內容：

東東餐飲集團的李日東董事長從小就是在安平地區的魚塢長大，家裡也飼養過虱目魚，故其從小就對虱目魚有一份非常深厚的情感，因此在東東旗下的 20 多個餐飲品牌裡，幾乎都可以看的到虱目魚料理的身影，最近也剛買了一艘船，就是為了要發展成海上的虱目魚料理，故李日東非常認同台江保育黑面琵鷺的立場，希望能扮演社會企業的角色，透過收購虱目魚貨一方面確保漁民的收入，一方面可以提升企業的社會形象，一舉多得。但他也期望漁村的故事或是虱目魚的故事得以為人知道，約在 7 月中左右會安排所有的執行團隊同仁到他從小長大的漁村參訪，並且有可能與漁民討論相關可能的合作內容。



## 訪談 10

6/24 11:30~12:00

訪談對象：東東集團 李董

訪談人：國立成功大學張彥頡經理

記錄：國立成功大學 工設所 簡佳儀

訪談課題：

- A. 市面上虱目魚的收購價格及黑琵牌之定價？
- B. 虱目魚銷售通路？

訪談內容：

李董覺得每年 15,000 尾虱目魚的數量不算太多，因此可以收購。他提到虱目魚價格在冬天為 40~60/斤，夏天則可降至 30/斤。而就虱目魚大小而言，一斤二兩最佳，但一斤也可接受。以虱目魚處理成本來說，打撈時，通常以一尾 20~25 元收購，並須花費約 20~30 元請人拔刺處理。李董說魚肚是虱目魚最有價值的部分，一般一斤以上虱目魚的魚肚為 150g，市場價格為 40 元，此外，罐頭市場價格為 80 元。而他願意以 30~40 元價格收購台江虱目魚，但是仍要針對數量及虱目魚大小進行評估。

李董說將虱目魚賣至國外是可行的，他有位友人每年虱目魚收成季，會將虱目魚收購並整條急速冷凍，並有通路直接送至美國超市販售。儘管虱目魚需求在美國不算高，卻也是個商機。

訪談分析：

訪談後，李董除了能收購今年台江所產的虱目魚外，也協助處理去年滯銷的虱目魚產品，因此，須詢問台江魚丸、魚罐及魚肚的價格及數量。李董規劃於高鐵站寄賣，且願意直接買斷。

### 附件三 虱目魚獲標售建議

#### (四) 虱目魚獲標售建議

虱目魚的標售方式可分為價格與價值兩大部分，過去的漁獲標售在市場上，均是列出市場底標，再透過喊價的方式，提出最高價者得標。但因考量到台江國家公園的虱目魚獲重點是在生態保育的傳遞，而非魚貨的價格獲利，所以台江虱目魚的「價值」即便的方常重要，目前計畫團隊透過許多次次級資料回顧以及深度訪談，找尋許多可能的潛在社會企業，共同討論「價值」與「價格」的標售關係，計畫團隊建議可以採用浮動式的訂價關係，提供給微型至大型社會企業，只要認同台江的理念，可以利用浮動的標售方式，推廣黑琵牌虱目魚獲，以下針對「價格」、「價格」作深度的討論。

#### (一) 價格規則

虱目魚在市場上的價格受魚的大小及飼養方式影響價差很大，一般在價格的訂定上，可以考量成本加成定價法(供應)以及市場行情定價法(需求)，以平衡未來社會企業與漁民契作時，供應以及需求端的平衡關係。在成本定價法上，根據執行團隊訪談台江國家公園以及漁民兩端的綜合意見後，一口(一甲)鹹水式淺坪養殖 5000 條虱目魚的成本(含水電、飼料、照顧工等)約在 20 萬左右，也就是一條中小型虱目魚(約 1 斤)價格在 40 元上下，才能與市場打平。另一部分考量到市場行情價的部分，根據 101 年到 104 年農委會公開的虱目魚市場價格，大型魚每台斤約均落在 48~54 元之間，另外參考台南虱目魚養殖協會與中國合作契作，同樣為價格，中型魚每台斤約在 41~45 元之間，且 41 元為漁民的底線，並在參照同為有機養殖之 SaWa Fish 每台斤 40~50 元之間。參考以上的數據我們不難發現，鹹水淺坪式養殖在成本加成定價法以及市場行情定價法上的最低可加售價格，中型魚每台斤約在 40~41 元左右，但因黑琵牌在養殖上的環境要求以及草本飼料等更嚴苛的生態標準下，應可將市場價格定在每台斤 45 元左右，可能會比較符合成本與市場行情等。

## (二) 價值規則

價值規則就是在標案計畫書中常見的 KPI 制定，但過去的標書設計中，均會制訂必達成性的 KPI 以及加分的自訂性 KPI，但今年在漁獲標售上可能會有大小規模差距極大的社會企業同時來作標售，對於不同的社會企業，若有同等的衡量標準，可能會有失公平性，故可讓 KPI 分群類別，搶標廠商可根據自我的條件與可支援性活動列舉 KPI，其虱目魚標售的 KPI 參考分類可分為以下項目：

KPI 目標	KPI 項目	KPI 規範	可能價值
網路曝光	部落客文章撰寫	以人氣 1 萬以上的部落客	低
	社群分享	以人氣 1 萬以上的社群	中
	追蹤訂閱人數	追蹤訂閱人數 100 人	低
	設立粉絲專業與推廣	100 位以上粉絲加入	低
通路曝光	實體通路商品上架		中
	網路通路商品上架		低
	通路宣傳活動		中
媒體曝光	廣告影片製作與宣傳	全國性以上之 30 秒以上廣告	極高
	節目專訪與製作	全國性以上之電視節目	極高
	平面媒體露出	全國性以上之平面媒體	中
	專書與期刊露出	全國性以上之書籍或刊物	極高
活動曝光	記者會	地區性以上之記者會	極高
	公益活動	地區性以上之公益活動	極高
	工作坊與研討會	地區性以上之工作坊與研討會	高
服務創新	全新網站設計		高
	行動裝置與 APP 開發		高
	文化產業跨業跨界合作	結合虱目魚相關文化藝術之展演活動計之	極高
	料理創新	每項不同於傳統的料理計之	中
契作收購	契作漁民漁獲	可保障價格且契作 3 年以上	極高
社區服務	社區發展資金贊助	贊助 10 萬元以上計之	高
	社區發展活動舉辦	地區型以上之社區活動	高
	其他社區相關照護投入	照護人數達 10 人以上計之	高

## 附件五 相關行銷通路業者分析與合作評估

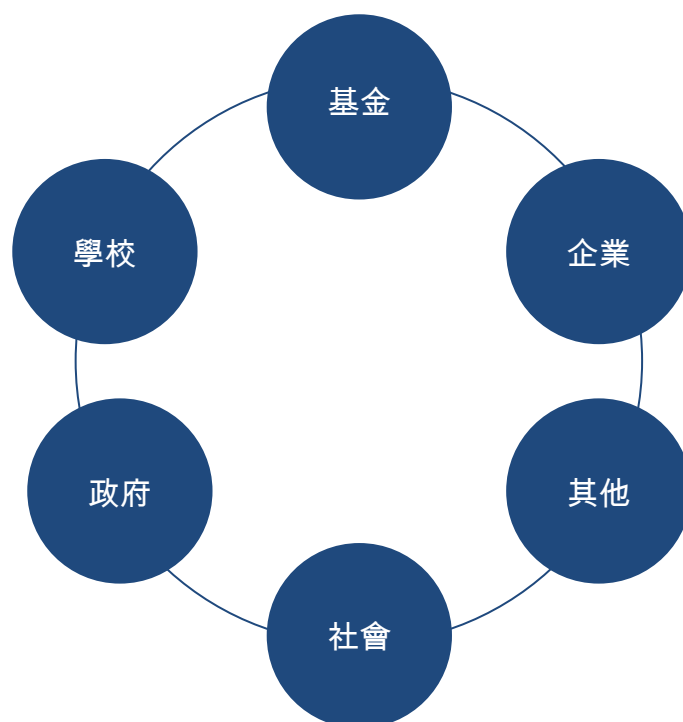
### 一 服務活動

服務活動的社會企業找尋上，若是當地的漁二代或青年返鄉創業會比較容易操作，因為漁村從 1 級產業進入 3 級產業的消費模式上，容易讓當地居民產生反彈與汙染，故外來團體在操作上有一定的難度，但因台江地區內的漁二代幾乎微乎其微，故執行團隊先借重水水台南環教聯盟，在巴克禮公園推動環境教育的成功模式，未來結合 10 月台江所舉辦的黑琵季相關活動，擴大舉辦，發展漁村的節慶觀光。

#### (一) 水水臺南 CSR 行動聯盟

##### 1. 組織現況

近年來台灣大型企業持續推動 CSR(Corporate Social Responsibility, 企業社會責任)理念，反思在企業從社會中取用許多資源下，如何開始反饋社會及環境。該聯盟組織於 2013 年因巴克禮紀念公園的二期擴建計劃，由台南企業文化藝術基金會執行長所招集，集結台南在地企業、熱愛台南，並希望能借由企業資源對台南環境及社會做出貢獻的企業一起組成聯盟，目前已串聯臺南各界資源，不僅僅有企業聯盟，亦與臺南各方學校單位以及政府部門合作所組織成，共同為了盡到企業對社會責任此共同目標所成立的环境聯盟。該聯盟之組成如下：





- A. 基金會：台南企業文化藝術基金會
- B. 企業：台南企業、可威科技、維悅酒店、台糖長榮酒店、高青開發、川勤精工、青鋼企業、牛頭牌運動鞋、崇德學苑、佳佳西旅店等 14 家。
- C. 學校：有 20 所小學、8 所高中、14 所大學。
- D. 政府：工務局、環保局、都發局、文化局、觀光局、交通局。
- E. 社會：志工聯盟、東門教會等。
- F. 其他：台南市社區大學、環境保護聯盟、荒野保護協會、白屋、土溝優雅農夫、台南市野鳥學會。

目前該聯盟認養「台南巴克禮公園」作為企業永續對社會及環境做出貢獻的實踐場域，以落實長期的企業社會責任並提升企業形象。在巴克禮公園的生態環境維護上用心，並進而導入環境教育的意涵。「水水台南」命名由來：上善若水，水利萬物而不爭，「水」台語又有美麗的意思，因此取名為「水水台南 CSR 行動聯盟」，不只是一個組織的成立，更是一個水水台南新運動的開始。實踐企業回饋社會的責任，透過合作與企業專業的奉獻，期能共盡心力讓台南成為文創都市、美學之城。

除「水水台南」該聯盟外，本計畫協同主持人葉重利執行長長期投注在企業的社會責任事務，與台南許多企業合作共同推動 CSR 的實際工作，目前尚有多方企業資源及連結都將可進一步成為計畫投入的支持單位。

## 2. 企業活動提案

在本計畫的提案報工作內容中提到「黑琵牌」的品牌需透過長期的社會企業發展模式來推動，需環繞在「生態產業、產業觀光、生態觀光」的黃金三角推動模式，而在短期（本年度即可操作）的時程下，我們將透過大型的行銷活動來吸引大眾對於本品牌的價值，吸引民眾及企業、民間團體對於本議題的認同並共同投入。

在操作活動的層面來看，就以彰顯傳統養殖文化的美好為活動目標，透過各界資源共同參與的方式，來減低該活動的官方色彩，擴大其活動推廣效益，讓活動漸漸發展成民間自主發起活動，讓民眾及企業更有參與感。

在文化層面上，亞洲目前僅有菲律賓擁有以虱目魚文化為主的大型嘉年華活動，每年都會在菲律賓的 Dagupan City，該城市為全菲律賓最重要產虱目魚的一大沿海產地，而該活動亦是吸引全國前往當地參與的盛事之一，發展出了除了以虱目魚為產品的產業外，亦帶動當地的產業觀光及當地的經濟發展。

有鑒於此，黑面琵鷺本來即為國際關注的絕種鳥類，而每年選擇來台渡冬這樣的模式，本應被好好的宣揚與重視，而其背後的环境動態地景實為重要的國際歷史及故事，也需透過活動或節慶的設計，慢慢發展成一個重要的國際事件。

A. 活動主題：「黑琵遊樂園開張！-迎接黑面琵鷺來玩耍」

B. 活動目的：透過「水水台南」聯盟、台南企業文化藝術基金會等企業的能量，結合台南各方資源，共同推動建構「黑琵樂園」的共同目標，活動訴求企業投入支持漁民契作、漁民漸進式加入友善環境的養殖模式，並進而得到「黑琵牌」品牌認證，官方則加強保育及研究黑面琵鷺相關的工作，達到企業、漁民與政府的三方串聯與合作。

C. 活動內容：

活動將結合環境藝術、在地飲食文化及表演藝術等，以漁村生活文化為本，透過創意再現的形式，邀請漁民、官方及企業共同參與。

- 漁村宴席：現撈啊！台南虱目魚早宴客

大家熟知的台南特殊飲食文化其中的一大特點就在於在地人的早餐飲食，台南人一早喜愛吃鹹粥、魚湯、牛肉湯作為早點，而市場上大量的虱目魚需求已經成為在台南生活中不可或缺的美食之一。而喜好吃虱目魚池剩下的小魚小蝦藻

類的黑面琵鷺，正好與台南人的生活習慣不謀而合，深深互相影響著。

活動將宴席拉至漁村中，從打撈虱目魚漁獲開始，到當場現煮現料理，搭配在地藝術表演來呈現黑面琵鷺舞蹈，讓台南虱目魚文化體驗提升到環境的意涵。同時讓企業家們及人民在魚塭邊享用鮮美的魚料理外，同時也感受漁村的海岸之美，點醒世人感恩大地之心，思考環境友善之重要。

表 活動細節安排 (暫定)

活動安排	活動內容	參與企業、單位
拜天祭神儀式	在所有活動前於鹿耳門天后宮先行拜天祭神來儀式來感恩大地	鹿耳門天后宮、白屋
打撈魚獲	安排賓客身著工作服，體驗打撈虱目魚。	漁民、台江
運送新鮮魚獲	騎乘電動摩托車運送現撈魚獲至料理區	宏佳騰機車
現場烹煮、創意料理教學	現場直接將打撈魚獲烹調現煮，並作創意虱目魚料理教學。	東東餐飲主廚、小餐桌主廚
魚塭宴席	於魚塭邊辦桌，體驗漁村風光及感懷大地。	東東集團、白屋
市長、天下雜誌等單位頒發年度認養企業感謝狀	由官方、重要的雜誌報社來頒發加入認同友善養殖模式之企業	官方(台江、臺南市政府)、天下雜誌
環境及知識導覽劇場	透過劇場表演形式來帶領活動與會者對動態地景的認識	台江、漁民導覽、白屋
動畫播放	傳統養殖漁業與黑面琵鷺關係之介紹	
黑面琵鷺舞蹈表演	展現在地劇團以在地文化為題的藝術表演	雞屎藤民俗舞蹈團
黑面琵鷺詩歌欣賞	用餐過程並邀請黑面琵鷺愛好者分享在地黑面琵鷺詩歌朗讀及欣賞	新岑國小校長張志郎、台南市野鳥學會
虱目魚伴手禮	虱目魚膠原蛋白手帕/圍巾	和明紡織

本活動將作為每年黑面琵鷺來台渡冬前的迎接黑琵的最大型活動，持續驗收每年黑面琵鷺每年來台的狀況，漸漸邀約更多企業參與，並引起大眾對於友善養殖之虱目魚能有認同的概念。

#### D. 活動效益：

本活動將邀請各界企業支持參與，以大企業帶小企業，互相引響帶動企業投入本計畫的，進而提升企業形象，對於公部門而言亦可以漸漸達到友善養殖虱目魚的目標，並輔導育成出一具備社會企業的漁業產銷模式。

活動將亦應力請中央部會首長對這具國際高度生態議題的行動參與，來支持與感謝企業投入，當然包含在地官方臺南市政府市長來感謝在地企業的行動支持，並替出台灣生態環境維護的生態鏈做出一個案例模式。活動並結合「天下雜誌」的獨家採訪報導，來實質增加企業在實際付出的過程無形中提升的企業形象，得以廣為人知。

## (二) SaWaIi fish

### 1. 企業現況

SaWaIi 一位大學畢業的女生，因為家就住在台南北門附近，從小就吃虱目魚長大，為了更了解台南地區的虱目魚產業，開始拜訪當地的虱目魚工廠，非常注意虱目魚肉的厚度、魚肚油脂，想要推廣真正好吃的虱目魚獲，為了要想一個跟產品有關的品牌名稱，於是取名為「SaWaIi 莎哇魚」。並在網站中主推淺坪式養殖的虱目魚貨，有兩大原因：

為什麼 SaWaIi 的價格比較高？

台南養殖的虱目魚，因為淺到大腿或腰部的魚塢，與少量養殖魚數，讓虱目魚有充分的活動空間，而養殖方式一班分為淺坪式養殖和深坪式養殖，近年因為成本及產量的關係，前者漸為後者所取代。那就是為什麼維持淺坪式養殖的台南市北門地區所產區的虱目魚較格偏高的原因。

為什麼淺坪式養殖比較麻煩？

淺坪式養殖屬於傳統式的養殖方式，虱目魚不耐低溫，水溫 10 度以下，即對虱目魚造成傷害，8 度以下則會至於死亡。而空間、食物、跟放養的虱目魚量，是淺坪式養殖最大的優點，充分讓虱目魚有空間活動，吃的食物也以事先培養在底部的藻類跟先放置的米糠為主，不使用人工飼料去餵養，但是到了冬天，位廠成成魚的虱目魚會被趕到越冬溝，這時除了要度過嚴寒外，還要注意水質惡變，魚體受傷，病害等，都會導致虱目魚死亡，所以增加了虱目魚飼養的風險。

## SaWaIi 虱目魚價格

魚肚	價格
無刺虱目魚肚(140g~160g)	135
無刺虱目魚肚(160g~180g)	145
無刺虱目魚肚(180g~200g)	160
無刺虱目魚肚(200g~220g)	170
無刺虱目魚肚(250g~300g)	230
無刺整尾虱目魚(一斤以上)	330
特製品(安心真空包)	價格
蒲燒無刺虱目魚肚(200g)	250
虱目魚鬆(200g/罐)	220
魚丸(一斤)	150
魚腸(一斤)	100
魚柳(半斤)	100
魚皮(半斤)	100
魚脰(300g)	330

## 2. 合作提案

未來協助開發從安南區的十份村至北門區的漁村觀光串聯與虱目魚貨販售

## 二 網路通路

在漁獲的網路通路上，目前北部有好好先生，南部有快樂鱻兩大新興社會企業，都是主打健康、無毒與新鮮的漁獲。其兩個平台的介紹如下：

### (一) 快樂鱻(HAPPY FRESH)

#### 1. 企業現況

米家藝文事業有限公司是由一群畢業於國立臺南藝術大學的文化藝術工作者所組成，秉持著對土地的熱愛、環境的維護、和舊有文化的傳承，特別創立了「米家藝文事業有限公司」(以下簡稱米家藝文)，容納並培育更多大學學生一起加入土地關懷的行列。因為長期與社區農民的接觸及日趨重視的食安問題，米家藝文在進行社區營造以來，一直秉持著健康飲食及愛護土地的生活態度，提倡拒絕農藥和化學調味料。

自 2010 年起，米家藝文便積極、努力與大崎村的農民進行溝通，透過學生與農民的合作，以產地直銷的方式協助農民嘗試種植無農藥柳丁。也因為大崎無農藥柳丁農民介紹，進而認識了堅持自然生態水產養殖的小杜哥，並與小杜哥一同致力於無毒產業發展。

因為無農藥、有機農作物，一路下來接觸了很多親切善良愛護土地的農漁民，透過認識、了解漸漸發現台灣雖然食安意識高漲，但臺灣購買無毒農漁產品的人卻不在多數，米家藝文因此結合小杜哥於 2014 年籌劃建立快樂鱻平台，供安全無毒農漁產品販售，讓堅持愛護土地的農漁民們努力能有所回饋，也使更多人吃得安心。

#### 2. 合作提案

台江魚貨在快樂鱻的網路平台販售(<http://www.happyfresh.com.tw/>)



## (二) 好好鮮生

### 1. 企業理念

創辦人的爸爸做了 30 年的海產生意，他總是細心地將新鮮的現撈仔處理乾淨，刮鱗刀刮不到的邊角，他總是細心地一片一片剝除魚鱗。爸爸說：「給客人吃的魚，一定要仔細去除魚鱗，辛苦一點沒關係，這才是待人接物的道理啦！」他的手難免被尖利的魚鱗、魚鱗刮傷，但他一句怨言也沒有。這就是老一輩對品質的堅持以及用心帶給產品「溫度」。台灣近年來的食安問題，嚴重打擊食品產業，創辦人覺得自家新鮮安全的魚貨值得讓更多人吃到。一次因緣際會下，一群有理想的七、八年級生結合起來，希望發揮各自所長，將這種堅守傳統品質的精神傳承。我們以創辦人的爸爸，堅守專業、細心服務的好好先生的形象，創立了「好好鮮生 Mr. Good」品牌。我們用照顧家人的心，用心款待每一位客人。這是創辦人爸爸（30 年水產經驗專家）和好好鮮生 Mr. Good 的一天：

- A. 具有 30 年水產經驗的創辦人爸爸，凌晨 3 點到漁港嚴格篩選當日優質本港漁獲。我們嚴選刺少、新鮮、適合家庭烹煮、無浸泡藥水的安心海產。
- B. 親自試吃每批進口海鮮產品，確保鮮度與品質。看爸爸的表情，馬上就可以知道到底新不新鮮！
- C. 我們將當日現撈仔去鱗去鰓去內臟後，真空袋包裝，讓海鮮不佔冰箱空間，且乾淨無腥味。
- D. 為了保存海鮮最活跳跳的滋味，《全台首創當日現撈仔未經冷凍直送到家》(限北北基，北北基以外縣市會急速冷凍鎖鮮)。
- E. 饕客們打開驚喜海鮮箱，享用當日現撈神秘魚的美味

### 2. 合作提案

討論台江虱目魚貨在此平台上架的可能性(<http://mrgood.com.tw/>)





### 三 實體通路

執行團隊已與東東集團、大億麗緻、小餐桌以及嚼嚼生活美學研究室討論此議題，可能成完未來的合作夥伴。其相關企業簡介如下：

#### ➔大型企業合作

##### (一) 東東集團

##### 1. 企業發展脈絡：

民國 80 年	於夏林路 133 號開了第一家「東東粵菜小館」。
民國 93 年	7 月 29 日於民生路與臨安路口( 富立世紀 D.C )開了一家台南市唯一頂級魚翅餐廳「東饌魚翅餐廳」，現場以新巴洛克復古風裝潢呈現，再為『東東餐飲企業』寫下精彩的一頁。
民國 95 年	6 月於台南市永華路上成立「Toka 東加和漢創作料理」，特聘請“國際美食金牌得主 林君輝師傅”來擔任主廚一職，以精緻餐點、創意料理為定位，結合中、日式料理，顛覆人們對吃到飽的刻板印象。
民國 99 年	7 月在地服務 20 年頭的『東東粵菜餐廳』重新設計改裝用餐環境，整棟建築物呈現出中國傳統風味，空間更加明亮、寬敞、舒適，成為府城鄉親團體聚餐、家庭聚會、喜慶宴會的好所在。 12 月東東餐飲企業董事長李日東先生，為了宣揚「正宗台南料理」，讓更多造訪台南的人們了解府城美食文化，嘔心瀝血催生了『府城食府』餐廳，坐落於台南市華平路 158 號(東東宴會式場旁)。「府城食府」特別匯集府城道地的美食及文化特色，每一道料理都蘊含了台南府城獨有的人文風情及色彩。 【府城擔仔麵】充分展現府城在地飲食文化的特色，受到全國民眾及國際旅客喜愛與肯定，榮獲 2011 年府城十大伴手禮--傳統美食類。
民國 100 年	1 月為提供到訪府城的人們更多在地伴手禮，陸續使用在地食材開發『成功餅禮盒』、『什麼魚禮盒』，每一口都吃的出東東的用心與台南味。

	<p>5 月『東東宴會式場』東瀛宴會廳重新裝潢。現代極致奢華風搭配挑高無樑柱空間，絢麗升降舞臺、華麗水晶燈飾與 300 吋超大投影帷幕極具耀眼之風采，雅緻水晶燈光照映之下，營造出獨一無二婚宴氣氛。</p> <p>9 月位於台南市議會 2 樓開設『東岸咖啡館』，各式美食餐點、濃醇現磨咖啡，讓您品嚐幸福的味蕾。</p> <p>10 月進駐南科台積電員工餐廳，提供給台積電員工多元、精緻的料理。</p> <p>11 月【東東安平蝦捲】、【東東什麼魚禮盒】充分展現府城在地食材及飲食文化的特色，受到全國民眾及國際旅客喜愛與肯定，榮獲 2012 年府城十大伴手禮--傳統美食類及伴手禮類入圍。</p>
--	--

東東團下，跟魚相關的餐廳與伴手禮：

- 東饌魚翅餐廳 <http://fish.dondom.com.tw/store.html>



「東饌魚翅」稟持遵循古法的魚翅湯頭是抓住顧客"味與胃"的重要關鍵，再與純手工水發魚翅融合激發出魚翅的精粹，

味道倍見馥美，金黃色澤惹人垂涎，實為帝王級之享受。

尊爵珍饈套餐 / 御品海鮮套餐，680 元即能品味享受

\* 享受頂級魚翅料理，午、晚餐時段 680 元起。 \* 工商團聚、佳賓宴請，10 人享用之魚翅桌席 7,000 元起。

\* 5,880 元牡丹魚翅套餐，可同時品嚐魚翅、鮑魚、龍蝦、紐西蘭無骨牛等 頂級極品料理，尊榮饗宴、值得品味！

## ● 東東粵菜餐廳



粵菜發揚地是廣州，兩千多年來，廣州是嶺南政治經濟文化的中心，秦、漢、東吳、東晉、南朝和唐、宋、元、明、清各代 都有一批又一批的中原人落籍嶺南；盧循和黃巢，又先後帶領華東的農民軍到過廣州，這都使嶺南和嶺北的飲食習慣得到一次 又一次的交流，使粵菜吸收了中原和華東菜的成份。廣東的潮州，很多是閩越的移民，善於做海菜；客家人又帶來了中原人的 飲食習慣和做菜本領，這兩個支系，逐漸變成粵菜的組成部份。廣州又是中國最古老的海港和海外通商地，最少已有兩千多年 的歷史，許多朝代都有不少外國人定居廣州，這又使廣東移植了不少外國蔬果，使粵菜吸收了外國菜，尤其是東南亞菜的一些成份。

俗語說「生在蘇州、穿在杭州、吃在廣州、死在柳州」。廣東位於中國大陸的最南端，其省會廣州是中國最早對外開放的港口 長久以來，因為貿易活動繁盛，各種稀奇的材料比較容易從海外進來，再加上廣東人長久以來與西方菜式頗有接觸，所以能不斷地取決西式料理的優點並加以改良，所以年年有進步。

粵菜的烹調方法不論煎、烤、炒、蒸、煮，都以手法細膩著稱，而所使用的食器更在中國各省菜式中以精緻而聞名。另外，特色上 大量運用海鮮的廣州菜，十分講究菜色的鮮美口感，強調料理的鮮脆。烹調上，料理風格多變，手法也多樣化，其中以炸、蒸、烤、焗 最為常見，這些烹調手法看似難度不高，但火候的掌握卻十分不容易。也因此粵菜豐富多彩、琳瑯滿目，具有南國風味，在國內外 久負盛名，素有「吃在廣州」之譽。

● 府城食府



● 頂鮮 101 美食



● 東東餐飲企業網路商場



<http://shop.dondom.com.tw/index.php>



## 2. 合作提案

期望合作東東集團旗下的餐飲品牌

- 頂鮮 101(創新虱目魚饗宴)



價虱目魚的高級餐飲饗宴。

位於全台最高、世界第二高的 101 指標建築裡的餐廳，頂鮮 101 象徵的不只是頂級佳肴，更象徵著企業追求崇高的品質與創新，未來期望黑琵牌虱目魚可以轉化成道道創新獨一無二的特色餐點，打破傳統平

- 東饌魚翅餐廳(風韻虱目魚文化)



東饌魚翅餐廳為台南地區高級宴會餐廳之一，提供許多新鮮與頂級的料理食材，未來期望結合虱目魚文學與劇場，定時限量的文化劇場與虱目魚餐點的交鋒，打造成為台灣文化餐廳的新亮點。

- 府城食府(道地虱目魚家常菜)



府城食府強調正宗台南料理，道道家常菜深深傳達台灣小吃的精神，而虱目魚更是台南家家戶戶不可或缺的餐桌常客，透過在地友善養殖的虱目魚，更提點了在地食材在地料理，安心健康的新主張。

## 合作內容

### ● 店鋪行銷方面

- 主廚上菜：設定為限時限量的季節特色料理，透過主廚精心設計的數道虱目魚料理，區隔傳統虱目魚的烹飪手法，打造煥然一新的吃虱目魚文化。
- 文化劇場：結合吃虱目魚保育黑面琵鷺的概念，在特定的活動裡，結合黑面琵鷺的舞蹈，再加上漁村特有的數魚歌以及傳統音樂，打造結合動態舞台劇與餐飲的五官刺激饗宴，讓吃的文化繚繞於雙耳及眼前，提升虱目魚的文化意涵與生態意義，能成為台灣具指標性的在地文化與料理完美結合的餐飲企業。

### ● 活動行銷方面

- 漁村餐桌計畫：結合環境教育、漁村體驗以及餐桌美食的概念，在 11 月虱目魚打撈的季節，推動漁村餐桌計畫，結合東東集團優秀的餐飲服務團隊，讓社區民眾與大眾消費者，一同到台江的魚塢內，共同打撈虱目魚，並當場結合料理與美食饗宴，體驗獨特的漁村用餐氛圍。

### ● 媒體行銷方面

- 天下雜誌專欄報導：天下雜誌長年不斷追求卓越的素材報導，希冀能透過評論社會議題，改變大眾認知、企業方針以及政府治理等等，是具有絕對影響力的媒體平台，本計畫預計與天下雜誌合作，期望透過專題報導國際級友善養殖保育黑面琵鷺的計畫，提及地方企業共同推動環境保育的行動與轉化成文化餐飲的理想，進而影響社會各界更朝向與環境更好的目標前進。
- 企業形象的網路行銷：中心未來所有的媒體行銷以及公關操作，希冀邀請東東一同參與，網透網路報導文章以及動畫影片的散布，強化企業共同參與共創新漁村的理念。

### 3. 預期效益

#### A. 企業形象面

##### (a) 優質社會形象曝光率，獲得大眾的掌聲

東東集團與台江合作推動友善養殖及保護黑面琵鷺的相關活動訊息與動畫，會透過各大媒體、台江、成大等管道露出，加深東東集團對於環境保育的社會形象，有助於增加社會大眾對於東東餐飲的信賴與消費意願。

##### (b) 雜誌專欄露出，成為企業的標竿

本次計畫預計與天下雜誌合作，期望在推動企業社會責任的同時，可以透過媒體專欄的採訪與環境故事的宣揚，讓東東集團的社會形象可影響更多的企業，願意主動推動友善環境的保育工作。

##### (c) 內政部頒布感謝狀，建立良好的政商關係

透過公開的記者會，內政府公開表揚，感謝企業用心投入社會公益與環境保育。

#### B. 餐點服務面

##### (a) 成為台灣亮點虱目魚料理餐廳

東東集團未來可成為台灣虱目魚料理的龍頭地位，透過優質的餐飲服務團隊，提高虱目魚的經濟價值與料理獨特性。

##### (b) 結合文化藝術的餐飲饗宴

透過特殊的服務設計，結合表演藝術與文化詩歌，展現虱目魚獨特的文化地位。每月定時定期的餐飲饗宴，結合黑面琵鷺舞蹈，給予消費者煥然一新、刺激五官的美食盛會，演變成台南在地非吃不可的特色餐廳。

##### (c) 深根台南在地美食

台南自古便是物產豐饒、資源豐碩的餐飲大城，透過採用在地食材，一方面支持在地產業發展，另一方面縮短食物旅程，強調最新鮮的食材來源。

##### (d) 環境友善與健康魚獲保證

黑琵牌淺坪養殖的虱目魚，無過度的混養、投入化學藥物以及對環境友善的三項原則下，結合台南大學的生物檢驗認證機制，確保黑琵牌虱目魚獲的安全無毒。

## (二) 大億麗緻

### 1. 企業分析

#### 創立沿革

台灣觀光產業在 90 年代急速起飛，因應來台旅客增加，國內許多企業體相繼轉投資旅館服務業。不少企業界人士考量到飯店經營是一門高深且專業的知識與技術，遂紛紛討教成功經營亞都大飯店的總裁嚴長壽先生，希望借重亞都麗緻大飯店的成功經營經驗，創造旅館服務營運佳績。因此「麗緻管理顧問股份有限公司」於西元 1991 年 6 月成立，統籌提供精緻的旅館服務與專業管理，期望提升台灣旅館服務品質，達到與國際接軌、聯合推廣行銷的目標，進而創造更好的營運成績。

#### 經營宗旨

- 專業化：經營管理團隊成員均出自國內外知名旅館，饒富各類經驗
- 優質化：提供優質且全面化之服務，堅守榮譽重於利益，深信服務創造利潤
- 平實化：經營作風謹慎而不古板
- 國際化：協助家族成員與國際接軌

多年來，麗緻管理顧問公司秉持專業化、優質化、平實化及國際化的經營特色持續努力，輔導管理多家飯店聯合組成「麗緻旅館系統」，以旗下兩個品牌「麗緻 Landis」與「亞緻 Hotel ONE」接軌國際，聯合推廣行銷，提升在地旅遊文化，創造營運佳績。其中代表經典品味的麗緻 Landis，分佈於台灣各主要城市，涵蓋各式商務飯店、溫泉飯店及渡假飯店等；而時尚新穎的亞緻 Hotel ONE，將同樣的服務理念延續至更多元化、具現代感的樣貌，寫下台灣自創飯店品牌的第一頁。



## 2. 企業現況

行銷活動現況	餐廳服務現況
<p>多為促銷住房相關活動，亦有與各類企業合作。</p>	<p>目前該飯店有台式、歐式、點心等各種類型料理餐飲服務。</p>
	
景點旅遊服務現況	客房特色現況
<p>目前旅遊規劃服務不甚完整，相較其它同等級飯店而言，較為缺乏規劃。</p>	<p>因為飯店年齡較其它五星飯店高，客房相較為舊，但仍有一定五星水準。</p>
	
<p><b>總體評估建議：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>餐飲優勢：</b>相較於其他三家飯店，大億麗緻酒店在餐飲服務上有相對優勢，若加入在地食材“虱目魚”於餐飲中，除了能使菜單更豐富外，也能與台南在地文化結合。</li> <li>● <b>企業形象：</b>推廣大億麗致企業社會責任印象，透過公益活動來增加人們對企業的知名度、好感度，增加品牌競爭力。</li> <li>● <b>景點資訊：</b>可提供與虱目魚相關的體驗行程，推出具差異化的景點資訊。</li> </ul>	

### 財團法人吳金茂紀念文教基金會

「吳金茂文教基金會」，是由台南大億企業集團出資五千萬元，紀念其父親吳金茂所成立的基金會，以生態保育、改善國內交通安全與協助清寒學生升學為主旨。該會於民國 87 年 10 月成立，為大億企業集團旗下之相關基金會，主要從事之公益事項：

- A. 獎助家境清寒大學生助學金
- B. 幫助偏遠地區教育及公益活動
- C. 交通安全教育宣導
- D. 生態保護教育宣導

由於吳金茂先生本身即為台南七股的鹽工，而黑面琵鷺每年來台渡冬棲息的地方亦為吳家的故鄉，因此大億麗緻董事長吳俊億先生為回饋故鄉，且感念父親想要親身觀賞黑面琵鷺的遺願，特別成立以父親為名的基金會來推廣及保育相關工作。該基金會也曾經捐助拍攝「台灣的黑面舞者 k k 黑面琵鷺」生態保育錄影帶，以及其它相關工作。

### 3. 合作提案

由於大億麗緻的在地性且該企業亦有成立保育黑面琵鷺相關的基金會，在合作提案上可以分為飯店經營項目幾類別來規劃：

表 與大億麗緻合作可能提案

客房服務	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 虱目魚罐頭</li> <li>● 黑面琵鷺等生態故事便利貼</li> <li>● 虱目魚特色餐點 Menu</li> </ul>	<p>在客房中提供與虱目魚及黑面琵鷺相關產品故事，讓遊客感受到大億麗緻酒店與台江國家公園為保育臺南在地生態的努力。</p> <p>虱目魚罐頭是大億與台江送給房客的禮物，而黑面琵鷺便利貼也傳達大億董事長對於黑面琵鷺保育的投入，同時虱目魚特色餐點讓房客除了享用美味新鮮的佳餚外，也能在地生態產生連結。</p>
網站架設	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 虱目魚 x 黑面琵鷺專頁(社會企業)</li> </ul>	<p>台江所提供的“虱目魚”不僅僅是食材，更富涵濃厚的生態意義，若能將此故事傳達於官網上，將有助於提升社會企業的形象。</p>
通路設置	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 虱目魚相關產品寄賣於新光三越櫃上</li> </ul>	<p>大億麗緻在新光三越已設櫃，是吸引中高消費者的通路，因此考慮是否台江的虱目魚相關產品能寄賣於櫃上。</p>
餐飲服務	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 自助餐 Buffet / 中餐廳 / 鐵板燒 / 日本料理</li> </ul>	<p>自助餐 Buffet：現煮，小屏幕介紹台江保育虱目魚及黑面琵鷺的背景故事。</p> <p>中餐廳：在地特色菜單，服務員介紹虱目魚餐點，玻璃 QR code(動畫片)，季節套餐(10 月虱目魚節?)</p> <p>鐵板燒：廚師烹調的同時，也與客人聊聊大億麗緻推出虱目魚餐點的故事</p> <p>日本料理：不同文化食材的結合(e.g. 韓式炒年糕 x 虱目魚丸)</p>
專案活動	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 客房專案活動</li> <li>● 虱目魚體驗行程(捕撈虱目魚，廚師現場烹煮)</li> </ul>	<p>大億麗緻可以於特定月份(十月)提供在地體驗方案。</p> <p>虱目魚主題館除了可以加入旅遊行程外，也成功的將虱目魚與韓國年糕結合，創造趣味的異國料理，也吸引許多人來嘗鮮。</p>

### (三) 虱目魚府城館

#### 1. 企業背景

虱目魚府城館係由盧靖穎董事長由家庭主婦身份，因為熱愛家鄉的虱目魚料理，轉而開始利用網路上線商店開闢自己的品牌，品牌的主軸以文創概念文主軸，不斷持續擴充虱目魚相關產品與衍生性周邊商品，透過與活動的結合創造在地虱目魚品牌經驗，在府城館的理念中，虱目魚不同於其他高價的魚類，是一種平民的魚、親民的魚，因而被稱為南台灣的家魚。其企業的發展於 2004 年開此成立「府城館美食事業股份有限公司」，開發虱目魚相關產品時的兩大課題便是 1.虱目魚去刺以及 2.拓展虱目魚創意料理。在此理念之下，其透過虱目魚鱗所萃取出來的膠原蛋白發展相關美容保養品，並成立美觀品牌-SabaQueen，快速形塑虱目魚女王的形象。虱目魚主題館以結合圖書館與虱目餐飲的概念店，主要是以分享的方式達到傳承文化、教育給所有的消費者。

#### 2. 合作內容

虱目魚府城館已建立起一個完整且具有高度故事性的虱目魚主題館，且具有龐大事業體的虱目魚女王對魚虱目魚的收購以及處理能力非常強大，若有機會與台江的黑琵牌合作，可同時達到傳達台江保育黑面琵鷺的立場與兼具漁民魚貨收購的理想。但困難處也在於已形成的事業體，提虱目魚來源與理念不完全與台江吻合，合作的高度也不低；另外在已形成的產業鏈中形成另一個黑琵牌副品牌經營模式一是可以討論的方向。



## 附件四 活動行銷文案

### 一 虱藏美味@林百貨

文 / 吳瑀芳

台灣的 10 月，暖秋漸漸轉涼，北方的候鳥也紛紛來到南國過冬，形成特殊且珍貴的自然生態。

這天台江國家公園和成大育成中心團隊來到了林百貨，大夥兒卸下隨身包便開始忙著煮麵線，待水開、麵軟熟、撈起，一盤又一盤的白碟早已排好隊等著，然後「啍！」的一聲，撲鼻而來的是今天的主角 - 黑琵牌虱目魚罐頭。

茄紅的醬汁煨著一塊塊切成掌心大的虱目魚肉塊，就大咧咧地躺在晶瑩的麵線上盡情發散牠的香氣，多誘人！現場的好朋友們也忍不住食指大動，直讚嘆「哪有罐頭會給這麼大塊的肉而且還這麼青啦！」

黑面琵鷺是世界瀕臨絕種的鳥種，總數量不超過 3000 隻，而台江地區是目前全世界最多黑面琵鷺棲息過冬的地方，每年大約會有 1000 多隻來訪。台南一直以來都是這群嬌客的過冬首選之地，但近年來人們想賺更多錢，將魚塭越挖越深，希望能養殖更多魚，於是當 10 月來臨，黑面琵鷺飛來，牠們發現水都變太深了，加上腳沒有蹼無法划水，因此造成黑面琵鷺來台數量逐年減少。

於是台江國家公園以行動主張「友善養殖」，希望這些深水魚池能重新回到原來淺水魚塭的狀態，讓這群台灣的鳥朋友每年來到時可以好好的度個假、吃吃魚塭收成後剩下的小魚小蝦，形成人、土地和自然生態共生的多贏。

黑琵牌虱目魚罐頭便是這樣主張的第一發聲，不但利用淺溼養殖，更沒有灑放肥料及農藥，採粗放制讓魚兒自在悠游，而虱目魚當天打撈後便直接送到工廠進行高溫高壓的清潔烹煮，因此不用操煩肉塊中會有魚刺、更不必擔心罐頭的新鮮度，可以放心 happy 的食用並且讓我們一年一會的黑面琵鷺們也能 happy 的在台南好好過個冬。

## 二 【府城在地好黑琵】

圖/吳瑀芳，文/吳瑀芳

### - Dish 1<sup>st</sup> 黑琵牌虱目魚罐頭

厚度兩公分，大概是一半巴掌的大小，鮮紅參著暗紅的醬料裹著肉塊，用刀叉切下一小塊，番茄香氣散出，放入口中，虱目魚的鮮味慢慢滲出，一口咬下，紮實的肉塊便散開成絲，然後竄入喉腔的是魚肉的清甜帶點茄酸，滋味甚好。

由臺江國家公園所推動的「黑琵牌虱目魚罐頭」經過認證的安心食品，當天打撈、當天就送至罐頭加工廠高溫高壓清潔製作，而搭配使用的鹽地番茄也是臺南在地耕種的，無多餘的香料調味，打開罐頭就吃得到的臺南海味，新鮮、簡單，不僅是絕佳的府城伴手禮，在小小的罐頭內更蘊含著對自然生態的一份心意。

機械化大量生產的時代，連食物也得接受這樣的標準量產，於是漁民將虱目魚魚塢原先的淺坪深挖且不休池，於是當冬季到，經過長途旅程好不容易來到臺南的黑面琵鷺發現沒有一個魚塢可以好好避冬，太深的池也讓只有小小的蹼、不會游泳的嬌客們無立身之處，因此已經瀕臨絕種的牠們更顯弱勢。為此，臺江國家公園鼓勵漁民重新利用淺坪養殖，且倡導「人用半年、鳥用半年」，透過半年養殖虱目魚、半年推展黑面琵鷺的生態觀光導覽，達到和自然共生的永續經營。「黑琵牌」便是融合了安心食品和生態永續的結晶，希望消費者可以用行動支持這樣愛護自然、大地的理念，造就安心的食品、也讓漁民有信心打造一個給侯鳥安全過冬的 happy 樂園。





## 附件五 市面流通之虱目魚相關產品

### 一 虱目魚鬆

產品照片	產品名稱	產品價格	產品容量	產品保存期限	產品廠商
	【府城館】精選手工虱目魚_鬆封罐小(150g/罐)	建議售價 \$180 網路價 \$150	150 公克 ±10 / 罐	1 年(係指未開封·且正常保存條件下)	府城館生物科技事業有限公司
	府城館 精選手工虱目魚鬆(250g/罐)-密封罐裝(4 入/組)	原價： 1,150 元 網路現金價： 1,099 元 (含稅免運費)	250 公克 ±10 / 罐	1 年(係指未開封·且正常保存條件下)	府城館生物科技事業有限公司
	【府城館】精選手工虱目魚鬆_精緻密封罐(250g/罐)	建議售價 \$280 網路價 \$250	250 公克 ±10 / 罐	1 年(係指未開封·且正常保存條件下)	府城館生物科技事業有限公司
	府城館】精選手工虱目魚鬆_禮盒組(2 罐/組)	市價 680 元 促銷價 599 元	250 公克 ±10 / 罐 x 2 罐(禮盒組)	1 年(係指未開封·且正常保存條件下)	府城館生物科技事業有限公司
	【府城館】精選手工虱目魚鬆_禮盒組(2 盒組)	市價 1,280 元 促銷價 1,080 元	250 公克 ±10 / 罐 x 2 罐(禮盒組)	1 年(係指未開封·且正常保存條件下)	府城館生物科技事業有限公司

	<p>【府城館】精 選手工虱目 魚鬆_補充包 (300g/包)</p>	<p>建議售價 \$300 網 路價 \$250</p>	<p>300 公克 ±10 / 包 _補充包</p>	<p>1 年(係指未 開封·且正常 保存條件下)</p>	<p>府城館生 物科技事 業有限公 司</p>
	<p>虱目魚鬆 (160g/罐 )- 戀戀蚵仔寮</p>	<p>售價： 150</p>	<p>160 公克</p>	<p>1 年</p>	<p>戀戀蚵仔 寮</p>
	<p>【虱目魚達 人】虱目魚鬆 (120g/包,共 兩包)</p>	<p>特價: 449 建 議售價： 599</p>	<p>120 公克</p>	<p>半年</p>	<p>洽通實業 股份有限 公司</p>
	<p>【梓官區漁 會】漁婦家餡 -虱目魚鬆 160g</p>	<p>特惠價: 165</p>	<p>160 公 克</p>	<p>1 年</p>	<p>梓官區漁 會</p>



## 二 虱目魚丸

產品照片	產品名稱	產品價格	產品容量	產品保存期限	產品廠商
	【府城館】虱目魚魚丸 (250g*2份/盒)	建議售價\$180 網路價\$150	250公克 *2份/盒	1年(係指未開封，且正常保存條件下)	府城館生物科技事業有限公司
	【府城館】虱目魚魚皮丸 (250g*2包/盒)	建議售價\$350 網路價\$150	250公克 *2份/盒	1年(係指未開封，且正常保存條件下)	府城館生物科技事業有限公司
	【府城館】虱目魚綜合丸 (2盒組)	建議售價\$440 網路價\$300	250公克 *2份	1年(係指未開封，且正常保存條件下)	府城館生物科技事業有限公司
	台南手工虱目魚丸	售價: 52元起	300g +-10% /約13-15顆/包	冷凍 3 個月	
	慶豐虱目魚丸 240g	售價: 59元	240公克	製造日期起保存期限一年	慶豐食品廠

	<p>【海鮮主義】 純正布袋虱 目魚丸 (600g/包)</p>	<p>售價: 78 元</p>	<p>600g /包</p>	<p>製造日期起 保存期限一 年</p>	<p>崇文冷 凍食品 股份有 限公司</p>
	<p>【梓官區漁 會】古早味虱 目魚丸 600g</p>	<p>廠商建 議價 \$150 特惠價 \$ 100</p>	<p>600 公克</p>	<p>1 年</p>	<p>梓官區 漁會</p>
	<p>【豐天鮮物】 台南七股虱 目魚丸 4 包 組(600g/包)</p>	<p>市價： 1,290 元 東森 價：990 元 美食限 定價： 872 元</p>	<p>600g +-5% /包</p>	<p>-18°C冷凍 保存 1 年</p>	<p>豐天鮮 物商行</p>
	<p>【鮮魚屋】特 級虱目魚丸 (600g)*6 包</p>	<p>建議售 價 \$1200 網路價 850</p>	<p>600g ±5% /包</p>	<p>6 個月</p>	<p>福祺食 品股份 有限公 司</p>
	<p>得福 台南漁 權會 虱目魚 丸 8 包 (600g/包)</p>	<p>建議售 價 \$1,190 特價: \$1,080</p>	<p>600g ± 10%/ 包</p>	<p>冷凍一年。</p>	<p>得福有 限公司</p>

### 三 虱目魚肚

產品照片	產品名稱	產品價格	產品容量	產品保存期限	產品廠商
	【府城館】生鮮去刺虱目魚魚肚(3入組)	建議售價\$360 網路價\$360	150公克±10%*3片/組(單片真空包裝)	1年(係指未開封·且正常保存條件下)	府城館生物科技事業有限公司
	【府城館】生鮮去刺虱目魚魚肚(5入組)	建議售價\$580 網路價\$580	150公克±10%*5片/組(單片真空包裝)	1年(係指未開封·且正常保存條件下)	府城館生物科技事業有限公司
	【鮮到家】台南無刺虱目魚肚(120g±10%/片)	特價：NTD69	120g±10%/片	12個月	高雄市前鎮區漁港北三路14號(高雄漁港內)
	【屏榮坊】樹子去刺虱目魚肚100g/片	89元	100g/片	-18℃ 冷凍保存1年	福諾企業有限公司



	<p>《上野物產》 台南無刺虱目魚肚 (140g±10%/片; 單片真空包裝)</p>	<p>促銷價: 110 元</p>	<p>140g± 10%/片; 單片真空包裝</p>	<p>置於零下18度C保存1年</p>	<p>長欣有限公司</p>
	<p>【黑橋牌】嚴選蒲燒虱目魚肚</p>	<p>售價： \$110</p>	<p>150g / 包</p>	<p>冷凍-18度C以下。保存一年</p>	<p>黑橋牌</p>
	<p>草本虱目魚肚</p>	<p>175 元</p>	<p>4-5 兩</p>	<p>冷凍一年</p>	<p>台江生技股份有限公司</p>
	<p>台南嚴選冷凍虱目魚肚3包 (320g±5%/包)</p>	<p>特惠價 319 元</p>	<p>320g± 5%/包</p>	<p>請將商品儲存於溫度-18度C以下之冷凍冰櫃中，避免影響食用品質</p>	<p>吉安大超級市場股份有限公司</p>

 <p>台南無刺虱目魚</p>	<p>台南無刺虱目魚肚</p>	<p>470 元</p>	<p>約 150-180/包**5 入</p>	<p>(冷凍)180 天</p>	<p>優鱸魚場</p>
	<p>【府城館】去刺虱目魚肚粥_量販箱(60份入)</p>	<p>建議售價 \$5160 網路價 \$4700</p>	<p>10 公克± 5%*5 份 / 盒 x12 盒_量販箱(單份真空包裝)</p>	<p>1 年(係指未開封·且正常保存條件下)</p>	<p>府城館生物科技事業有限公司</p>

#### 四 虱目魚罐頭

產品照片	產品名稱	產品價格	產品容量	產品保存期限	產品廠商
	【SabaFish】 鮮活魚罐頭 (單罐)	建議售價 \$125 元	215 公克 /罐 x 1 罐	3 年	府城館 生物科技事業 有限公司
	【SabaFish】 鮮活魚罐頭_ 小禮盒組(3 入 組)	建議售價 \$375 元	215 公克 /罐 x 3 罐	3 年	府城館 生物科技事業 有限公司
	【SabaFish】 鮮活魚罐頭_ 大禮盒組(6 入 組)	建議售價 \$750 元	215 公克 /罐 x 6 罐	3 年	府城館 生物科技事業 有限公司
	同榮虱目魚	市價 47 元	230g		同榮實 業股份 有限公司

<p><b>台南日寶虱目魚罐頭</b></p> 	<p>台南日寶 - 虱目魚罐頭禮盒(6罐/盒)</p>	<p>建議售價 \$430 元</p>	<p>內容量：215公克；固形量：165公克</p>	<p>3 年</p>	<p>日寶食品工業股份有限公司</p>
	<p>日寶虱目魚罐頭</p>	<p>650 元</p>	<p>215g*12罐</p>	<p>3 年</p>	<p>日寶食品工業股份有限公司</p>
	<p>日寶-虱目魚 (215g/罐)</p>	<p>建議售價: \$80 網路 價\$75</p>	<p>內容量：215公克；固形量：165公克</p>	<p>3 年</p>	<p>日寶食品工業股份有限公司</p>

## 附件六 商品販售合約書

### 委託銷售宣導品(虱目魚罐頭(及禮盒))合約書

台江國家公園管理處(以下簡稱甲方)委託 (以下簡稱乙方),  
銷售台江國家公園管理處宣導品(虱目魚罐頭(及禮盒)),雙方同意訂立  
條款如下:

- 一、 甲方提供宣導品(虱目魚罐頭(及禮盒))委託乙方展售;乙方提供專區場地展示並出售甲方提供之宣導品(虱目魚罐頭(及禮盒))。
- 二、 甲方統籌規劃宣導品促銷業務,乙方應配合甲方辦理相關促銷事項。
- 三、 乙方向甲方提取宣導品或甲方通知乙方前往提取宣導品時,應填具委託銷售清單壹式貳份,由甲乙二方各執壹份;另須自備運輸工具向甲方提取。
- 四、 乙方非經甲方同意,不得變更宣導品之定價。甲方所提供之宣導品如改變出版方式或調整定價時,應於交付乙方展售前或同時,於委託銷售清單內註明。
- 五、 宣導品如有印刷模糊不清、包裝損壞及其他瑕疵時,由甲方確認後同意調換;至因不可抗力致污損破舊、毀損滅失者,經證明屬實後,由甲方確認後同意調換或據實核銷。
- 六、 乙方對甲方所提供之宣導品應盡善良管理人之責任,甲方得不定期查驗。
- 七、 乙方應依宣導品每份定價之百分之 60,按實售數量每半年結付出版機關款項乙次,其餘定價之百分之 40 作為委託乙方銷售之報酬。上開結算時間為每年 6 月底及 12 月底,並應於 2 個月內結付完竣。如有逾期,除有特殊原因經甲方書面同意外,每逾 2 日,乙方應繳須結付款項之千分之 1 之罰金,逾 30 日者,甲方得終止合約並請求損害賠償。
- 八、 乙方結付銷售品款項時,應造具銷售清冊壹式貳份,由甲乙二方各執壹份。
- 九、 乙方銷售宣導品應報繳之營業稅、所得稅等相關費用,由乙方負擔。
- 十、 甲乙雙方應依誠信原則履行本合約,如有違約,他方得終止合約,並請求損害賠償。
- 十一、 本合約有效期間自民國 104 年○○月○○日起至○○年○○月○○日止。到期如有一方不予續約,應於合約期滿前 1 個月通知他方。如雙方均有意續約,得在原約上加簽,以延長契約期限貳年,本合約可連續加簽延期兩次,至第陸年期滿後另訂新約。
- 十二、 甲乙雙方同意本約所生之糾紛,以臺灣臺南地方法院為第一審管轄法院。
- 十三、 本合約正本壹式貳份,由甲、乙雙方各執壹份,副本貳份由甲方存用壹



份，乙方存用壹份。

十四、 甲方依據乙方印前需求數量重製暢銷性宣導品並如數供貨時，乙方應自收貨日起算第二個結帳期前結清帳款，非經甲方同意不得退貨。

十五、 為確保本契約之履行，乙方於簽約時繳交新台幣 作為履約保證金，契約屆滿時無息退還。

十六、 乙方除配合甲方規劃之政策性推廣活動外，並可主動辦理相關推廣活動，甲方得依所提計畫同意部分予以協助。

### 立約人

甲 方：台江國家公園管理處

代表人：張維銓

地 址：70841 臺南市安平區城平路二號

乙 方：

代表人：

地 址：

中 華 民 國 年 月 日

## 黑琵牌友善食材合作契約書

立契約書人

甲方：台江國家公園管理處 (以下簡稱甲方)

乙方： (以下簡稱乙方)

雙方就買賣事宜達成協議，訂立本契約以作為共同信守依據，內容如下：

- 一、 契約期間：本契約自即日起生效至 105 年 12 月 31 日止。
- 二、 供應品項：虱目魚冷凍魚肚、虱目魚冷凍魚丸。
- 三、 進貨價格：魚肚不分級，以單片 100 元計價。魚丸 1 斤 180 元。
- 四、 出貨方式：甲方可每週提供食材一次，每次訂購需滿 2000 元以上。到貨日 3 天前訂貨，則無需運費，3 天內訂貨則由乙方自行負擔運費。
- 五、 於契約訂定期間乙方販賣相關虱目魚餐點應全面採用甲方提供之虱目魚食材，直至甲方無該項食材可提供，甲方應於無該食材提供前 2 週前通知乙方，以利因應。若乙方在非特殊原因下，使用非甲方所提供之虱目魚相關產品，甲方有權利終止合作契約。
- 六、 乙方每月 5 日結付甲方款項乙次，甲方將全數款項解繳公庫，如有逾期，除有特殊原因經甲方書面同意外，不得拖延款項。
- 七、 甲方售於乙方的食材，如遇非人為瑕疵，乙方可退還甲方更換。
- 八、 甲乙雙方同意本約所生之糾紛或有任何誹損「黑琵牌」之品牌形象，以臺灣臺南地方法院為第一審管轄法院。
- 九、 本契約內容如有未盡事宜，得經甲、乙雙方之同意後使得增訂。
- 十、 本契約正本壹式貳份，由甲、乙雙方各執壹份，副本貳份由甲方存用壹份，乙方存用壹份。
- 十一、 乙方應適時協助推廣「黑琵牌」產品理念，並可協助甲方規劃之政策性推廣活動；若乙方主動辦理相關推廣活動，甲方得依所提計畫同意部分予以協助。
- 十二、 甲方提供雙方互惠機制，在合約期間內，甲方若有任何「黑琵牌」推廣活動，均會將乙方列入合作單位，協助行銷曝光與媒體露出。

## 附件七 新聞媒體露出

### 黑琵牌虱目魚 進駐友善餐廳

中華日報

記者林雪娟 / 台南報導

2015-10-29



食倉音樂餐廳和台江國家公園管理處合作力推有機虱目魚產品，這是首度有餐廳願意使用國家公園產品。(記者林雪娟攝) 台江國家公園管理處推廣黑面琵鷺保育，和成大文創育成與研發中心、食倉音樂餐廳合作，前晚舉辦虱目魚產品分享會，將一般民眾認知的低價虱目魚產品，

做成高檔的西餐食材；食倉也是第一家願意使用台江國家公園產品的餐廳，希望產官合作，為黑面琵鷺保育盡心力。

台江國家公園管理處從民國一百年起，將廢棄魚塭恢復成適合黑面琵鷺覓食的鹹水淺坪養殖，保障黑面琵鷺食物來源，穩定來台過冬的黑琵鷺數量，養殖區的虱目魚還製成「黑琵牌」等漁產品，希望將銷售利潤回饋漁民，鼓勵漁民多使用「淺坪養殖」生產方式，也兼顧濕地保育工作。

台江國家公園管理處表示，每年九月底開始，黑琵來台過冬，數量占全球一半，為提供黑琵友善的覓食與棲息空間，也希望鼓勵漁民，管理處「下海」賣虱目魚罐頭，但因屬有機，加上產量少，價位偏高，銷售不佳。

「食倉」認同管理處保育理念，允諾未來餐廳使用的虱目魚皆為管理處授權認證，這也是首度有民間餐廳願意使用；前晚餐廳特地舉辦分享會，邀請台南在地企業和民眾一起認購，並邀請樂團演唱〈數魚歌〉。使用的食材也都屬於小農有機商品，除以料理手法，製作成西餐料理，並希望共推友善土地、友善養殖理念。

## 台江虱目魚塢 兼顧保育黑琵與生產

2015-10-30 11:39 聯合晚報 記者黃宣翰／即時報導

台江國家公園管理處將廢棄魚塢恢復成鹹水淺坪魚塢，適合黑面琵鷺覓食，也養殖虱目魚，製成「黑琵牌」魚產品，兼顧保育與生產理念，獲台南市食倉鮮切牛排餐廳認同，採購虱目魚產品，11月中旬推出以虱目魚丸料理成燉飯美食，供民眾品嚐。

台江國家公園管理處為推廣黑面琵鷺保育工作，經成大文創育成與研發中心媒合，由食倉鮮切牛排餐廳推出「魚目虱卷佐嘻丸燉飯」等美食。

5年前，台管處為營造黑面琵鷺的友善棲地，與台南大學合作，將廢棄魚塢恢復成適合黑面琵鷺覓食的鹹水淺坪養殖，保障黑琵食物來源，穩定來台過冬黑面琵鷺數量，養殖區虱目魚製成黑琵牌罐頭魚產品，鼓勵漁民淺坪養殖生產方式，兼顧濕地保育工作。

食倉鮮切牛排餐廳主廚陳韋志說，餐廳認同黑琵牌保育理念，餐廳在菜色上以西式餐點料理手法，開發魚目虱卷佐嘻丸燉飯，打破一般中式料理煎煮的運用，搭配友善土地的鮮蔬、甜品，呈現不同層次的口感。



## 攏系為了保黑琵 虱目魚做鹹派

2015 年 10 月 06 日 04:09

中國時報

黃文博 / 台南報導



為推廣虱目魚，管理處選定台南地區 4 間設有餐飲科的高中職校，邀請知名創意料理餐廳業者王俊之（右三）指導學生烹調虱目魚，5 日來到長榮女中，教做虱目魚鹹派。（黃文博攝）

台江國家公園管理處執行「營造友善黑面琵鷺棲地計畫」，並委託台南大學進行傳統淺坪虱目魚養殖的示範工程，為增加漁民收入，管理處請來創意料理業者進入長榮女中，教導餐飲科學生烹調虱目魚創意料理。

台江國家公園管理處保育研究課技士施佩君表示，七股沿海地區漁民早年皆以淺坪魚塭引海水養殖虱目魚，在陽光照射下，魚塭裏自然生成各種藻類供養虱目魚，無需另外以飼料餵養，但虱目魚怕冷，在寒冬來臨之前，漁民便會收成，讓魚塭休養生息，此時的魚塭便成了黑面琵鷺等候鳥最佳的覓食棲息地。

但在 2010 年，保育人士發現當年來度冬的黑面琵鷺數量減少，調查後發現，因當時虱目魚價格低廉，漁民將魚塭鑿深改養石斑等魚種，造成黑面琵鷺因踩不到底無法覓食而轉移陣地，因此台江國家公園隨即展開保育計畫。

為推廣虱目魚，管理處選定台南地區 4 間設有餐飲科的高中職校，邀請知名創意料理餐廳業者王俊之指導學生烹調虱目魚，5 日來到長榮女中，教做虱目魚鹹派。

長女餐飲科擁有中餐證照的三年級菁英學生都參加這場活動，校長蔡玉敏也到場參觀，學生在廚師的指導下，殺魚、挑刺、烹煮、烘烤，一道以在地食材料理而成的西式餐點「虱目魚鹹派」香噴噴出爐，令人食指大動。

（中國時報）

## 淺坪養殖 營造黑琵友善棲地

2014 年 09 月 27 日 18:53

中央社

台江國家公園管理處為營造黑面琵鷺友善棲地，引進社會企業概念，推動魚塭鹹水淺坪養殖，保障黑面琵鷺食物來源，養殖區的虱目魚還製成罐頭出售。

今天前往視察的內政部長陳威仁表示，劃定為國家公園之後，會限制當地農漁民從事部分生產，但保育工作不做，以後會後悔。

他說，國家公園引進社會企業力量，藉由社會企業商業營運模式爭取最大經營效益，利潤可直接回饋民眾與國家公園，希望這樣的模式以後逐步推廣到其他國家公園。

陳威仁也構思，金門國家公園部分設施可以委外管理，做為戰鬥營，讓民眾體驗軍中生活。

黑面琵鷺每年 9 月底會開始南遷到南台灣沿海地區度冬，數量占全球一半以上，去年來台過冬的黑面琵鷺計 1624 隻。

台江國家公園管理處自民國 100 年起與台南大學合作，在七股西校區內進行多樣性棲地營造計畫，將校區內廢棄魚塭恢復傳統鹹水淺坪養殖模式，做為對黑面琵鷺友善的棲地。

為鼓勵當地漁民恢復這類型魚塭，繼續提供黑面琵鷺度冬所需的覓食棲地及魚源，台江國家公園管理處將實驗產出的虱目魚製成罐頭，以「黑琵牌」命名，推廣「來自對黑面琵鷺友善魚塭」的產品，傳達人與自然和諧共存的保育理念。

台江國家公園管理處說，鹹水淺坪養殖模式讓來台過冬的黑面琵鷺數量從 100 年的 834 隻，快速回升至 102 年的 1624 隻。1030927

(中央社)

## 光華餐旅群社區餐會 學習創意兼顧

2015 年 11 月 16 日 17:35



光華高中餐旅群把虱目魚烹調為「鹽酥派」，成為每一場社區餐會的一道可口的前菜。(黃文博攝)

光華高中餐旅群三年級學生連續三個禮拜辦理三場社區餐會，「333」成為光華高中餐旅群社區餐會的標誌，簡單而言，就是指學生入學這三年會辦理一次社區餐會，每次至少辦理三場，而且都是三年級的學生。

今年發揮「從食材到餐桌」的理念，並結合台江國家公園與業界教師小餐桌老闆協同教學，讓學生有了不一樣的想法與創意。因此，學生先認識台南虱目魚與友善養殖的意義，了解淺坪養殖與深坪養殖的差異。最後把學到的虱目魚烹調為「鹽酥派」成為每一場社區餐會的一道可口的前菜，讓參與餐會的來賓都讚不絕口，成就了這場從食材到餐桌的社區餐會

社區餐會是展現光華餐旅群學生綜合性能力的一種學習歷程，也是除了重視考證照之外，讓學生有內外場和整體規劃的實際操作，以降低學用落差。此次學生將在地食材變身為一道道色香味俱全的美味料理，大夥兒通力合作，從一大早開始忙了，內場備料，外場布置，每個人各司其職，希望能把最好的表現出來，讓每個來的客人都能夠有個難忘的夜晚。

(中時即時)



## 長榮女中虱目魚創意料理 上菜

中國時報

2015 年 10 月 05 日 16:36



台江國家公園正在執行「營造友善黑面琵鷺棲地計畫」，並委託台南大學進行傳統淺坪虱目魚養殖的示範工程，為增加漁民收入，更請來創意料理業者進入長榮女中，教導餐飲科學生烹調虱目魚創意料理。

台江國家公園保育研究課技士施佩

君表示，台南七股沿海地區，漁民早年皆以淺坪漁塭引海水養殖虱目魚，在陽光照射下，漁塭裏自然生成各種藻類供養虱目魚，無需另外以飼料餵養，但虱目魚怕冷，在寒冬來臨之前，漁民便會收成，讓漁塭休養生息，此時的漁塭便成了黑面琵鷺等候鳥最佳的覓食棲息地。

但在民國 99 年，保育人士發現當年來台南渡冬的黑面琵鷺，數量減少，調查後發現，是因為當時虱目魚價格低廉，多數漁民將漁塭鑿深改養石斑等其他魚種，造成黑面琵鷺因踩不到底無法覓食而轉移陣地，因此台江國家公園隨即展開保育計畫。

為了推廣虱目魚，台江選定台南地區 4 間設有餐飲科的高中職校，並邀請台南知名創意料理餐廳業者王俊之指導學生烹調虱目魚，5 日來到長榮女中，教學生做虱目魚鹹派。

教學現場，長女餐飲科擁有中餐證照的三年級菁英學生，都參加這場活動，校長蔡玉敏也到場參觀，學生們在廚師的指導下，殺魚、挑刺、烹煮、烘烤，不一會兒的功夫，一道以在地食材料理而成的西式餐點「虱目魚鹹派」香噴噴出爐，搭配中式虱目魚丸湯，堪稱中西合璧的美食饗宴。

(中時即時)