



鮑國際市場需求現況

黃貴民

國立高雄海洋技術學院水產養殖系

關鍵字：鮑魚、國際市場

1996 年全世界鮑產量包括天然捕撈與人工養殖之產量 11,700 噸，1997 年捕獲量達 20,516 噸左右後逐年下降，1998 年的 16,250 噸，1999 年捕獲量 16,832 噸，2000 年全世界捕獲量 15,823 噸左右（FAO），其中主要生產國為澳洲（5,508 噸）、臺灣（2,500 噸）、日本（2,146 噸）、智利（1,273 噸）、紐西蘭（1,265 噸）、祕魯（1,250 噸），近幾年值得重視之中國大陸，其中 2002 年單養殖產量就超過 6,000 噸。

主要銷售 15 個國家之中，在亞洲傳統市場中的需求量約佔 15,000 噸，全世界單就供應亞洲地區就無法滿足，估計總額約在 150 萬美金。鮑在中國大陸、日本與美國的上市體型規格約 61 ~ 90mm，而臺灣主要上市規格約為 50 ~ 60mm，日本市場在外銷的國家中所占比例相當高。從 1980 年起，國際鮑市場每年需求逐漸增加，其中以亞洲地區成長最快。在自然資源逐漸減少情形下，致使天然採捕鮑產量減少 15%，但是相對價格提高近 12%，自 2002 年主要養鮑國如中國大陸、臺灣、南非等地，成鮑大量死亡，加上鮑苗供應量減產情況下，致使成鮑國際交易市場價格有持續上揚情形。2002 年主要養殖生產國受病毒感染，產量無法滿足市場需求量，相對價格提高近 18%。

一、市場狀況

以往外銷的國家中，很難進入日本市場，因為必須經過拍賣過程，時間延長造成死傷比例相當高，且要求較大型體個體在 14 ~ 15 粒/斤（約為 70 ~ 80mm），縱使銷售價格高，造成以往銷售日本的業者在利潤不佳的情形下，則必須尋找新的代理對象，改變銷售方式。國內以往銷售至日本的型態，則是經沖繩島蓄養一些時間，再銷售至日本主要消費市場；此外，日本消費型態隨經濟蕭條亦有所改變，若以臺灣鮑外銷給日本速食或便當業者，以每臺斤 25 ~ 30 粒（約為 50 ~ 60mm）售價相當適宜，應可以重新打開市場。世界主要的生產地區與消費地區如表 1 所示，其中，生產國家中並不一定是消費國，生產國家也是消費國家如日本、韓國、中國大陸與臺灣。

目前臺灣鮑（九孔）主要的外銷市場在東南亞一帶，以中國大陸與香港為大宗，其次日本及新加坡為主，其他地區由於本身亦產鮑或臺灣鮑，故活臺灣鮑的外銷市場顯然不大，其另外一原因是，臺灣的活臺灣鮑價格常常高過香港與新加坡，因此在供需尚未達平衡的現階段，外銷當然不必要；然而，像臺灣已樹立有規模的養殖場，技術與經驗應可再加倍地大大發展，但日本、墨西哥等將過多的鮑製成罐頭進行外銷，市場亦很可觀，總言之，臺灣鮑的外銷事業才剛剛興起，仍有大發展潛力，與其他經銷鮑類之發展潛力應是一樣的。

鮑銷售市場分散於極多的國際市場，鮑養殖產業迅速地成長，主要原因是因鮑一直是高品質的水產品來源。然而在世界各主要的鮑養殖國際市場上，有關於鮑行銷市場資訊，仍然很少。從1980年開始，漸漸地把鮑產品商業化行銷，鮑養殖產品市場為中國大陸、美國、日本、香港、東南亞地區和加拿大。

有些鮑養殖場或貿易公司開始以商業方式未行銷養殖鮑。市場拓展的成功，可提供一個穩定的供給與高品質的鮑，並符合特定市場需求標準。美國多家養殖場與貿易商成

表1. 鮑主要生產方式及市場

產地 Product form	體型 Size	市場 Market region	使用型態 Product use	消費地 Customers
Live quality (Ezo quality) 活鮑	100-110g	日本、中國	Sushi, Sashimi	Hotel, resorts, restaurants
Live premium (Tokobushi quality) 臺灣鮑	85-100g	美國、香港、 中國	Grilled, Steamed	Distributors, restaurants
Live petite (Fukotokobushi quality)	75-85g	美國、香港、 中國	Traditional Asian cuisine	Specialty seafood distributors
Premium fillet (fresh/frozen) 魚片	85-100g	美國、法國	Traditional US restaurant cuisine	Restaurants, specialty seafood distributors, retail sales
Retail sales Petite fillet (fresh/frozen) 處理成鮑魚片	75g	美國、法國	Us restaurants and traditional European cuisine	Restaurants, institutional food service, retail sales
Processed Whole foot (Canned) 罐頭製品	65-95g	中國、香港、 東南亞		Asian restaurants, institutional food service, supermarkets, retail sales

功將養殖的鮑，分別進入加拿大、日本、香港及紐西蘭市場。透過行銷的努力，已經有很好開發產品養殖概念，集約養殖的優勢可以大量生產，為了增加收益，在這些地區之內的產品，特別去研究適合特定的高利潤市場商機。

透過國際市場特性以及文化傳統了解，可以讓水產養殖者識別市場規格，生產符合市場需要的產品標準，以及決定產品的品質。水產養殖真正的成功，在於供給管道完全打入農產品的傳統市場。

鮑產業要完成這目標，首先要突破供給管道，將市場打入中國、日本和美國等地，主要的消費地區所建立的產品標準，才能得以進入世界消費的水準。因為生產技術與最後的產品品質是息息相關的，因此，這對我們未來發展流程應是有所幫助的。

對於新的產品名稱，使用混合的產品名字未識別，特定的鮑產品或者市場，在國際市場上可能會讓人困惑。世界主要鮑生產型式及市場消費情形，有很多例子顯示，這些產品將伴隨著區域性產品，而熟悉的名字則伴隨著特定的種類，例如綠鮑、紅鮑、黑鮑、皺紋盤鮑（*Haliotis discus hannai*）和臺灣鮑（*H. diversicolor supertexta*）的產品。

鮑的主要生產市場，大多被製成罐頭的產品消費（其方便性與保存性），例如中國大陸，對這些地區品牌名字要比鮑種名字未的重要些。主要的罐頭食品工廠在墨西哥、澳大利亞、南非和紐西蘭，其銷售市場在華人市場如中國和東南亞。在這些市場，價格與品質標準是以品牌名稱所識別，而這些罐頭食品工廠也接受並銷售鮑種的混合。例如：在 CalMex 是一個傳統的墨西哥產品，在 1970 年代期間支配了中國市場，這品質的鮑種來源是綠鮑（*H. fulgens*）；然而，由於墨西哥鮑魚養殖場僅一處，靠天然捕撈年產量仍不多，在墨西哥的罐頭食品工廠品質普遍地用自然採捕之綠鮑（*H. fulgens*）、紅鮑（*H. rufescens*）和黑鮑（*H. carcaroidii*）作為加工原料來源。

紐西蘭和澳洲的鮑業者同時也進行加工處理，大部分是他們所捕獲的鮑用來製成罐頭。從這些地區生產的產品，一般而言都標示著優越的品種，這些品牌名字本身較傾向於產品大小、質感與肉顏色，而非鮑種。

除了傳統產品的影響和標準外，鮑市場在近年來有很大的轉變，這些轉變主要來自於很多傳統市場供給的差異性。特別是在傳統市場，已經造成魚種和傳統的產品名字之間重疊，以及產品本身的差異所影響；因此，使得大量的鮑經由「黑市」進入市場，這非法產品經常以傳統的大小規格捕獲，並且取代產品名稱來行銷。

二、鮑魚主要消費國家

鮑主要的消費國家為日本和中國（包含東南亞），消費超過世界總捕獲量 16,000 公噸的 80%。在美國、墨西哥、歐洲和韓國這些區域的市場也很好。在這些地區的傳統漁業，已經開始對鮑區域性不同形式產生需求，並在許多地區有很多鮑產品的出現，以下就影響鮑養殖市場的主要消費國家與鮑產品略述之。

1. 日本

日本是活鮑、新鮮與冷凍鮑的最大世界消費國家。這些產品消費形式，在國際市場上被認為是最具商業契機。從 1980 ~ 1990 年，日本每年的消費量由 12,000 噸，減少到 1992 年的 6,000 噸，2000 年產量 2,146 噸，日本是鮑的最大的消費國。因此，日本的消費者優先了解鮑的市場，當地的漁業歷史上，將鮑當作重要的養殖資源，並且相當的重視。由於傳統文化與消費者品嚐的提升，需由其外觀與口味以及質感決定鮑產品的價值。日本本地有八種鮑種，最多的是黑鮑、皺紋盤鮑（*H. discus hannai*）。健康、活的日本大型鮑極具高度需求的，而且價格較高。日本市場養殖臺灣鮑也很多，臺灣鮑是日本進口最多的鮑種，因為與皺紋盤鮑兩相比較，其價格為其 1/2。

臺灣鮑在日本行銷的價格為每公斤 US\$25，因其外觀和口味趕得上日本大型鮑，所以日本業者把臺灣鮑的價格提高，以穩定大型鮑市場。日本市場所提供的產品利益，使其有機會與鮑在高利潤市場上來競爭，例如渡假旅館、快餐、日本料理店。那裡提供了備受歡迎單一規格，及較低成本的活產品。

2. 中國大陸

中國大陸（含香港）是鮑極大的消費國家，其消費型態完全是罐頭製品，但在日本和美國地區，罐頭裝的鮑是不被考慮的產品。罐頭製品在中國社會有著傳統的地位，通常在喜慶宴會及大型聚會上享用，也被當作尊貴的禮物。在中國強烈的傳統環境因素，使得鮑消費顯然形成一個強大的市場，品質上的差異，主要來自於產品品牌與製造國家。中國大陸罐頭裝的鮑主要都由香港進口的，而價格與供給量統計並無法清楚地來估計。

中國對鮑的開發利用已有千年歷史，長久以來視為珍品，過去一直在只捕不養的狀態，自天然資源捕獲的捕撈量不及 10 噸。直至 1958 年遼寧省海洋水產研究所開始嘗試育苗箱，進行人工孵化工作。1970 年中國大陸中科院海洋研究所、廣東省水產研究所、福建省海洋研究所才著手進行鮑人工繁養殖的試驗工作，成功後，分區將技術推廣至民間養殖業者。1974 年中國大陸中科院海洋研究所在福建省東山縣，進行皺紋盤鮑人工繁

繁殖的試驗工作，成功將鮑人工繁殖技術南移；1980年，大陸漁政單位將鮑人工育苗及繁殖技術列為研究與推廣重點，大量人力、物力的投入。在1989年代時臺灣養鮑方式與技術傳入，將鮑人工養殖技術邁向工廠化養鮑技術，此時再加上臺商雄厚資金與技術轉移，加入養殖投資的行列。預估2005年，鮑年產量應可超過8,000噸，但無法滿足中國國內市場需求，仍須自國外進口補充。

鮑養殖成為目前在大陸養殖業中為成長最快速、獲利最佳的養殖產業。在近十年中，養鮑專業區遍及了遼寧省、山東省、福建省、廣東省，及目前起步較晚的海南省，均有傲人的成長速度。養殖方式也多樣化，立體多層次養殖、沉箱養殖、潮間帶養殖、延繩釣網養殖等方式，養殖規模不斷擴大，並朝集約化養殖生產規模。

3. 美國

在美國，鮑具有傳統性的市場，加州早在1970年代已是漁業繁盛的時代。加州市場一般的傳統都把鮑除殼切片、搗嫩經油炸後當成鮑排。在加州當地，鮑的產量非常豐富，且是價格便宜的區域性產品，但由於過漁現象導致產業萎縮，使供給量減少，又因市場需求增加，使得價格上升。傳統美國市場對於鮑產品行銷價格仍相當高，尤其在中高級餐廳中消費。早在1980年代，消費市場以7.5公分體型大小的紅鮑（*H. rufescens*）加以處理後，成為鮑菲力產品，在美國市場行銷上都選擇餐廳，因為它是餐廳裡流行的一道佳餚。

亞洲成為鮑主要行銷的市場，尤其在首都的區域範圍內，對此類產品具有強烈的需求，美國已經激起對亞洲樣式的鮑產品需求，主要是為日本新鮮鮑肉用的生魚片。近年來，鮑養殖逐漸地開發，活躍整個市場。因此成長中的產業，藉由區域性專門的水產品分配者行銷，而獲得不少的利益。

4. 墨西哥

曾經風行一時的墨西哥製「車輪牌」鮑，盛產於北美洲西海岸的加州和墨西哥的加利福尼亞灣（Baja California），此兩地海岸盛產七種鮑，體大而味美，最大的可達30公分長，而「車輪牌」鮑的盛產則與嗜食鮑的海獺有關。1830年由於海獺毛皮的需求，在大量捕獲「經濟動物」下，使得加州海岸的鮑無形中被解放，有機會大量繁殖（一隻雌鮑每年可以產1,000萬粒卵）。十九世紀中葉，正是唐人大舉移民到加州築鐵路、開金礦，剛開始唐人是起居於內陸地帶，幾年下來漸漸地開始移居海岸地帶，出海採鮑，把採來的鮑洗淨、曬乾，然後運往華人市場出售獲取高利，經營鮑業的華人因過度採捕被趕出加州，而南下到墨西哥的加利福尼亞灣另起爐灶，大舉採集鮑並將其曬乾及

出口。

此時，墨國政府也對出口的乾鮑加以課重稅，有生意眼光的華人，把採來的鮮鮑運過墨國國境，在邊界的聖地牙哥加工，以逃避繳重稅；因此，墨國政府再制定新法，禁止鮮鮑出口。據了解，被運過境的墨國鮮鮑於由1923年的1,500噸，到1929年急劇增加到達3,400噸，2002年產量降至1,500噸左右（最高5,000噸）。由於墨國法律規定，使罐裝鮑業在加利福尼亞灣產生，這也說明了為什麼大家喜歡吃由墨國製造的「車輪牌」鮑，而非美國製的原因。在南非，鮑殼的長度可分為三級，殼長75mm以上之鮑肉40mg，殼長70～75mm鮑肉30～40g，殼長50～60mm鮑肉20～30g。

5. 東南亞

在香港、臺灣、新加坡、泰國、韓國和其他亞洲的首都居民，存有活鮑有利益的市場商機；其中，以香港特區為最大的市場，也是最易建立的市場區域。在中國大陸與香港，有許多不同形式的鮑產品，東南亞也相當的多，每年輸出中國約在800～1,200噸左右，重新分配大多是輸往香港及其他亞洲國家。當輸往亞洲的量增加，這些市場區域將變成一個更重要的市場因素。中國與東南亞的組合，顯著地主宰鮑產品市場的地位，兩者同時也決定未來鮑產品生產的需求。

6. 歐洲

歐洲雖然非主要養殖鮑或捕撈鮑的市場，但對疣鮑 *H. tuberculata* 而言，卻是傳統漁業區域性之需求地區。市場集中在法國，需求遍及英國與歐洲其他地區。歐洲的鮑品種較小（100g），適合作為養殖生產，但因養殖成本開發費用較貴，所以養殖業者投入意願並不高，未來地區市場的擴充具有最大的吸引力。

7. 南非

國內進口南非鮑已有相當時間，唯市場需求量不大。

南非主要養殖鮑或捕撈鮑以對間鮑 *H. mida* 為主，市場集中在亞洲，但也有歐洲等其他地區的市場。鮑殼的長度可分為三級，殼長75mm以上之鮑肉40g，60～75mm殼長鮑肉30～40g，殼長50～60mm之間鮑肉20～30g。

8. 臺灣

在海關的統計資料中，臺灣近幾年鮑魚（編註：不含九孔）出口量由表2中可看出，自1997年的108噸左右，產值643萬元，到1997年時達最高近184噸，產值1,682萬元，爾後逐年下降，2001年減少出口量剩85噸，產值剩580萬元左右，由出口狀況可以了解臺灣鮑之產量有逐年萎縮，但平均單價由1998年的每公斤43.2元，增加至67.7

元。

臺灣近幾年的出口量由表2可以看出，自1996年的1,134噸左右，產值4.2億元，到1997年954噸，產值3.6億元，有下降的趨勢，1998年的1,026噸，產值5億元，爾後逐年下降，2001年750噸，產值6.6億元，由進口狀況可以了解國外鮑魚有逐年萎縮的情況，但平均單價自1996年每公斤377.2元，增加至899.9元。

漁業署的統計資料中，1996年的出口量7噸，產值177萬元，急增至1997年31噸，產值195萬元，下降至1998年1噸，產值43萬元，爾後有上升的趨勢，2000年11噸，產值195萬元，雖然產量有增加的情況，但平均單價自1996年的每公斤242.8元，下降至2000年的每公斤162.8元。

由表3中可以看出，1996年的進口量1134噸，產值4.2億元，爾後逐年下降，至

表2.臺灣近六年鮑魚出口情形(1996~2001)

單位：公斤/千元

年份	海 關			漁業署		
	產量	產值	平均單價	產量	產值	平均單價
1996	108,655	6,430	59.2	7,270	1,765	242.8
1997	184,931	16,822	91.0	31,021	9,875	318.3
1998	103,758	4,480	43.2	1,679	428	254.9
1999	91,664	5,390	58.8	6,263	1,957	312.5
2000	89,558	4,670	52.1	11,949	1,945	162.8
2001	85,662	5,803	67.7	17,306	3,332	192.5

※漁業署資料不包含調製或保藏鮑魚菇罐頭

※編註：本表鮑魚統計不含九孔。

表3.臺灣近六年鮑魚進口情形(1996~2001)

年份	海 關			漁業署		
	產量	產值	平均單價	產量	產值	平均單價
1996	1,134,179	427,770	377.2	1,134,179	427,779	377.2
1997	954,967	361,936	379.0	1,046,865	398,724	380.9
1998	1,026,650	508,723	495.5	1,009,357	508,439	503.7
1999	856,057	551,648	644.4	842,617	551,566	654.6
2000	832,152	623,438	749.2	829,152	620,896	748.8
2001	750,985	668,321	889.9	749,985	666,887	889.2

※漁業署資料不包含調製或保藏鮑魚菇罐頭

表 4. 歷年臺灣鮑產量、養殖面積與價格一覽表

西元	產量 (公噸)	養殖面積(公頃)			土地生產力 (公噸/公頃)	成鮑價格 (元/台斤)	種苗價格 (元/粒)
		合計	海上	陸上			
1978	173	5.00	5.00	0.00	28.80	800-1,000	9.0-11
1979	158	6.00	6.00	0.00	19.67	800-900	10.0-11
1980	181	8.00	8.00	0.00	16.25	700-850	5.0-7.3
1981	498	15.00	15.00	0.00	30.07	650-750	5.0-6.5
1982	241	7.00	7.00	0.00	24.29	675-770	4.5-5.5
1983	221	7.00	7.00	0.00	22.43	665-700	3.0-4.8
1984	246	7.00	7.00	0.00	20.57	675	3.0-4.5
1985	316	8.00	7.00	1.00	31.63	613	2.5-4.5
1986	534	37.00	7.00	30.00	13.57	456	2.5-4.0
1987	1,102	38.70	8.00	30.70	27.70	566	1.5-3.5
1988	1,204	45.21	9.00	36.21	25.59	535	1.0-3.3
1989	1,034	64.86	14.90	49.96	12.84	450	1.0-3.0
1990	1,144	81.59	15.60	66.99	10.83	270-350	2.5-3.0
1991	1,324	104.41	9.30	95.11	11.20	250-380	2.3-2.8
1992	1,370	147.34	37.30	110.04	8.14	380-415	2.5-2.4
1993	1,065	114.38	6.30	108.08	7.18	420-490	2.8-2.4
1994	1,063	132.36	32.5	99.86	6.26	450	2.5-3.1
1995	1,596	152.84	34.7	118.14	9.13	530	2.5-3.4
1996	1,822	143.33	36.08	107.15	11.30	320-500	1.5-2.4
1997	2,213	123.55	29.66	90.75	12.71	280-380	1.5-2.0
1998	2,314	138.09	132.85	5.24	16.76	330	0.9-1.5
1999	1,802	119.43	111.28	8.15	15.09	280-380	1.5-2.0
2000	2,500	102.92	87.70	15.22	24.29	330	0.9-1.5
2001	2,497	102.21	86.41	15.80	24.43	230-250	0.9-1.0
2002	1,800					320-360	2.5-3.0
2003	1,500					380-400	3.5-4.0

註：2002 年及 2003 年產量為預估値

2000年829噸，產值6.2億元，但平均單價自1996年每公斤377.2元有逐年增加趨勢，2000年每公斤748.8元，有此可看出自然資源過度採捕造成數量減產，國民所得的提高且對水產品需求殷切。價格逐年追高情形下，對於水產養殖更為重要。

臺灣鮑養殖可說是高土地生產力的水產品，由於種苗的供應不虞匱乏，增加養殖產量增加，成鮑價格反應市場供需的情況下，價格亦節節滑落，1977年每臺斤937元，到1989年則降到450元，1991年以後每臺斤回升至750元；1992～1997年以後，每臺斤價格則跌至380～500元間，價格則維持穩定的狀況。

臺灣鮑養殖自人工繁殖技術成功以來，成長速度甚速。表4為1978～2003年間臺灣地區鮑產量及養殖面積的情形，其中，產量部分與實際仍有相當大的差距。

三、結論

針對存在問題進行檢討，並提出改進對策：

總而言之，臺灣鮑魚的外銷事業才剛剛起步，仍然有無限的發展潛力，值得有興趣從事鮑魚養殖的人士或產業投入生產的行列。以臺灣現有的養鮑技術與優越的地理條件，將原有的本地鮑種部分兼養大型鮑種與熱帶品種鮑，如此多角化的養殖，確信鮑養殖將更具競爭力，發展鮑產業會是唯一能與國際水產品競爭的種類，並能永續經營產品。

**啟任養蝦：基因工程、免疫學、繁殖學、病理、生化、生物科技組
合一套低成本高密度分散式工廠化養蝦廠技術擴展計畫。**

啟任白蝦長治一廠2002年花費200萬臺幣建設，運轉後，40天生產3噸大白蝦。現欲在台灣北、中、南部設立技術合作種子養蝦廠，再由各種子廠擴展全臺灣三十廠為目標，並共設活蝦自動包裝及3.5噸小冷凍車，聘用業務員及司機各一名。每日運送活蝦至消費市場，以高品質、低成本來滿足消費者。

學習養蝦 15M³套裝設備，每M³水年產42公斤，造價新臺幣壹佰萬（租借）

啟任企業股份有限公司 盧耀欽 電話 0937-389298

原书缺页