



國內貿易業者、供貨漁會及日本藏壽司在東京簽署採購備忘錄，開拓石斑魚新藍圖（右1為農委會陳添壽副主任委員）。

華寶蓓¹ 郭俊伶¹

豐足臺灣，農業展新局（下）

拓展石斑外銷

游向日本美國

臺灣四面環海，漁業不僅是我國農業中的重要產業，更帶動周邊儲藏、加工、運輸、銷售等相關行業的發展，民國35年臺灣漁業生產量僅1萬6,862公噸，但隨著臺灣漁業的發展，50年起出口量首次超過進口量，成為漁產品貿易出超國家。110年漁業生產量達97.6萬公噸，出口量68萬公噸，占年產量之70%，進口量則約51萬公噸。我國漁業主要以出口為導向，主要外銷產品包括鮪魚、鰹魚、魷魚、秋刀魚、石斑魚等，其中養殖的石斑魚主要外銷市場為中國大陸，近5年銷中占比約74%，若加計香港市場，約占99%。

註1：行政院農業委員會國際處。



中國大陸於111年6月13日宣布暫停我石斑魚進口，行政院農業委員會（簡稱農委會）迅速透過內銷、外銷、加工等多元管道，協助石斑魚產銷調節。其中外銷部分，藉由外銷獎勵及多元海外宣傳與市場拓銷活動，將以往石斑魚主要外銷市場，從中國大陸漸漸拓展到其他海外市場，如日本、美國、馬來西亞、以色列等國，使得111年6～12月石斑魚外銷到中國以外市場達2,810公噸，較前一年同期的258公噸成長989%，交出亮眼成績單。

尤其是日本，這個眾所周知漁產品豐富多元的國家，臺灣石斑魚順利「游」進迴轉壽司市場。我國貿易業者栗場國際公司、供貨團體高雄市興達港區漁會在111年11月30日與日本前三大迴轉壽司業者之一的藏壽司公司（くら寿司株式会社）於東京簽署採購備忘錄，將在112年採購臺灣冷凍石斑魚切片，並在日本各家連鎖門市推出臺灣石斑魚料理商品，包括握壽司及中西洋料理等，讓喜愛海鮮的日本消費者不用遠渡重洋，也能在日本品嚐來自臺灣的高檔美味石斑魚。

這要歸功於臺灣石斑魚透過專業化養殖，以及產業鏈分工、上市前政府抽檢，再搭配HACCP、ISO 22000等國際認證的加工處理，生產出符合日本「生食等級」需求的石斑魚切片，前後經過多次打樣及調整加工製成程序，才能讓優異的品質與

肉質深獲迴轉壽司業者青睞，更是臺灣石斑魚外銷的重大突破。

此外，農委會也特別在日本東京舉辦「臺灣農產品推廣午宴」，邀請多位日本國會議員以及商社代表，除了推廣臺灣石斑魚，更用鱸魚、鰻魚、培根、毛豆、鳳梨及鳳梨釋迦等多種臺灣農產食材製作各式可口料理及甜點。尤其餐廳主廚開發菜單時，農委會寄送多樣國產農漁畜食材到餐廳，當主廚試過多樣食材料理後，認為臺灣石斑魚的口感及風味非常適合當地人口味，因此特別開發西班牙風醋醃炸石斑、酥脆石斑佐蔥薑醬及唐揚石斑等三道法式石斑魚料理，甫上桌就以緊實彈牙的肉質，瞬間擄獲日本貴賓們的心。

除了亞洲市場，臺灣石斑魚也在美國亮麗現身，農委會於111年10月與駐美代表處合作，在雙橡園國慶酒會向800位賓客推出酥炸石斑魚，一



農委會陳添壽副主委（中）、國際處林家榮處長（左）及漁業署張致盛署長（右）推出石斑魚料理。

上桌立刻成為全場「嬌點」；同時也與中華民國對外貿易發展協會合作，在舊金山國慶酒會設置石斑魚攤位，展示食材及料理，並發送石斑魚折價券，只要在指定實體通路或電商購買臺灣石斑魚，就能立刻折抵5美元，大幅提高當地消費者嚐鮮與購買誘因。

農委會推廣石斑魚打鐵趁熱，111年10月底在美國西部知名餐廳舉辦「臺灣石斑魚推廣記者會」，特別邀請米其林星級餐廳法國主廚 Chef Claude Le Tohic 透過西式創意料理手法，展現臺灣石斑魚特有的鮮甜及Q彈口感。記者會中示範三道創意石斑魚料理，包括石斑魚佐朝鮮薊白酒醬、香煎黑椒石斑魚配嫩菠菜、椰汁咖哩石斑魚，呈現石斑魚適合各類烹調方式的特性。當天亦邀請多家通路商、進口商、團購社團、餐廳到場，讓貴賓在品嚐米其林主廚的精彩料理之外，也能藉此機會彼此交流，讓臺灣石斑魚透過各種渠道成功進入美國市場。

中國大陸宣布暫停我石斑魚進口，對業者而言，是危機也是轉機。農委會透過石斑魚外銷獎勵措施，輔導業者持續深耕香港、美國、紐西蘭、日本等既有市場，並開發韓國、加拿大、歐盟、中東等新興市場，降低對於單一市場的依賴及經濟風險。此外，農產品推廣，絕非單打獨鬥，農委會透過與外交部、外貿協會，以及加工、外銷業者、漁民的多元合



臺日簽署採購備忘錄，臺灣石斑魚將進入日本週轉壽司市場。



米其林星級餐廳主廚特別打造的石斑魚料理，讓不曾品嚐過的老外也大為驚豔。



臺灣石斑魚透過美國米其林主廚的創意料理手法，也能成為有別於國人印象的西式料理。

作，才能在111年6~12月外銷石斑魚到中國以外市場達2,810公噸。期望往後能藉由相關合作經驗，開拓石斑魚及其他水產品的外銷市場，進而提升我國漁產品的國際競爭力，讓更多國際消費者享用到MIT的優質農產品。