



## 前言

在臺灣新興的休閒消費市場中，觀賞魚產業是政府推廣精緻農漁產業中備受重視的明星產業，而「水族館」之經營是觀賞魚產業中最主要的行銷通路。水族館之經營型態以水族活體和周邊產品的銷售為主，水族館業者從大、中盤商、批發魚場或貿易商進貨後，以店面銷售方式的經營模式。

近年來，臺灣逐漸步入已開發國家之列，加上周休二日的工時環境，促使民眾對休閒生活日益注重，並呈現出多元化發展，也使得水族寵物的消費市場呈現逐年成長之趨勢。根據中華民國水族類商業同業公會統計資料顯示，臺灣觀賞水族活體的產值已從 2009 年的 8.3 億元成長到 2012 年的 12.1 億元，如加計其他周邊產業（飼料、魚缸、馬達、燈具等），整體產值從 2009 年的 21 億元成長至 2012 年的 42.1 億元。另外，依據財政部關務署的出口資料顯示，臺灣外銷觀賞魚的每公斤單價，由 98 年的 23.84 美元提升到了 101 年的 32.12 美元，呈現逐年成長之趨勢，顯示業者所繁養殖的觀賞魚品質不斷提升，成為外銷獲利的主要產品。

在高度都市化的生活型態下，居住環境普遍受到限制，飼養觀賞魚因較不受外在環境限制，成為大眾化的居家休閒生活項目之

劉宗誠、何源興

水產試驗所東部海洋生物研究中心

一。在全球寵物消費市場中，觀賞魚受歡迎程度僅次於犬貓等，顯示未來觀賞魚產業之商業活動將持續擴展，且仍有很大的成長空間。

## 臺灣水族產業發展沿革

臺灣觀賞魚產業從民國六、七十年代發展至今，早期使用鐵架式水族箱陳列觀賞魚販售（圖 1），目前則發展出水族箱內生態系平衡之飼養模式，並提供多樣化飼育物種供消費者選擇。早期業者從國外引進觀賞魚如七彩神仙、龍魚、孔雀魚、短鯛、小型燈科魚、海水觀賞魚等，到近期所流行的兩棲爬蟲類、觀賞蝦、小丑魚、軟體珊瑚、淡水魟魚及鼠魚等，各式各樣的水族生物均深受消費者的喜愛，並蔚為一股飼養風潮。



圖 1 傳統水族館業者以鐵架水族箱販賣觀賞魚

另一方面，水族箱內的飼育空間也由單純的生物飼養演變為模擬生物的生態環境，水族箱內布置了適合生物飼養的造景素材，呈現多樣化的景觀設計，例如有水草造景、海水軟體造景、兩棲生態系統和三度空間造景等多樣化生態展示，業者竭盡所能的提供消費者水族生物飼養相關設備、知識背景之經驗交流及專業的技術服務等，以取得消費者的信賴，顯示臺灣水族館經營型態已逐漸轉型為精緻專業店和大型量販店，業者已開始注重專業服務態度及培養自身的專業技能來迎合消費模式的轉變，並結合相關行業朝向複合式量販水族館的經營型態，引領現今休閒消費市場的趨勢。

民國八十年代全盛時期臺灣水族館推估約有 3,000 家以上，目前則有 1,000 多家的水族館店面、200 多家的觀賞魚養殖繁殖場及近百家的器材業者和批發漁場的產銷通路。為拓展市場消費，業者紛紛推出全系列的水族養殖器材和各種新品種觀賞魚，並舉辦大型國際展覽會以及參與國際性觀賞魚比賽，都獲得不錯的成績，在國際性展覽會上獲得高度的肯定與亮麗的業績，今後如何在這全球兩千五百億元的觀賞魚水族消費市場上獲得更好的營運成果是最重要的課題。

總括觀賞魚產業包含了繁殖漁場、進出口貿易商、大中盤商、批發漁場、水族器材商、水族館及個人工作室等多元且複雜的商業通路，以往學術單位對於此產業之研究與相關學術報導明顯不足，但馬英九總統上臺後，致力推動農業 12 項政策，其中有一項為建立「亞太水產種苗中心」，並指示發展觀賞魚類成為新的外銷主力產業，足見政府對觀

賞魚產業的重視。臺灣觀賞魚產業，必須隨著全球水族市場脈動，朝向精緻及多樣化的生產方式發展，在產官學研四方的通力合作下，建立團隊研究模式解決產業面臨問題，開拓臺灣觀賞魚產業在國際市場的知名度及競爭力，並建立觀賞魚產業行銷、通路、生產及研發等策略，循序漸進的推動觀賞魚產業的發展。

## 臺灣水族館經營型態

水族館經營型態可區分為傳統式和複合式。傳統式水族館的經營型態主要以水族行業為主要經營項目，包含各種水族生物、水族箱與相關水族設備器材之販售等，又可區分為傳統水族館、精緻專業水族館及水族量販店等不同的經營型態。複合式水族館則結合其他產業如貓、狗等寵物在同一賣場販賣，或是結合園藝、餐飲行業等從事多角化經營方式，藉以創造更多元的客源和利潤。

### 一、傳統水族館

早期臺灣水族館業者大多為夫妻共同經營，由於當時相關水族資訊流通不發達，高中及大學院校水族相關科系較少，業者大多憑藉本身的飼養經驗和管理技術教育消費者，消費者所獲得的水族生物飼養知識也因消費店家不同而有所差異。店面販售的水族活體與相關器材侷限於店家營業面積的範圍較小，所以消費者的商品選擇性較少。

### 二、精緻專業水族館

精緻專業水族館業者的對水族生物具有相當的專業知識，業者注重與消費者間之水族資訊、專業器材等相關經驗交流，甚至也

提供水族箱定期保養和魚病治療的到府服務，以專業服務吸引特定水族同好的消費者。水族館就其經營型態發展出水草生態造景、七彩神仙、龍魚（大型魚）、海水觀賞魚、兩棲爬蟲、金魚錦鯉及觀賞蝦類等專門店，其中不乏水族玩家因喜愛繁養殖水族生物而投入經營行列。

### 三、水族量販店

隨著消費市場的改變，水族館經營型態轉型為大型量販店和連鎖加盟店面的銷售方式，展示全系列及多樣化商品，滿足消費者一次購足的慾望，享受店家提供的優惠折扣（圖 2）。業者提供寬敞明亮的大面積展售空間及陳列數千項的水族活體和周邊器材，店面

經營注重營業面積整體的清潔度和消費者的滿意度，甚至將營業時間延長至 24 小時。

### 四、複合式水族量販店

日益注重休閒活動的民生經濟市場中，業者提供全方位複合式量販賣場以迎合現今民眾購物的消費趨勢；店面經營業者採取異業結盟的方式或是在經營方針中加入其他的經營項目以增加總體銷售成績。複合式量販店面的經營模式正符合了現今民眾的消費趨勢，業者提供了更多的商品項目來滿足消費者的購物需求，甚至不斷舉辦各種促銷活動刺激了大眾的購買慾望，讓水族產業的商業品項推廣至廣大的民生消費市場，提升水族產業在民生消費市場的能見度。



圖 2 水族量販店提供明亮整齊的購物空間和多樣化商品，並將水族器材分區陳列供民眾消費