

# 赴中國廣州第20屆中國國際寵物水族用品展覽會及花地灣水族寵物市場考察紀要

陳高松<sup>1</sup>、黃明雅<sup>2</sup>、陳家勇<sup>3</sup>、孫于璇<sup>4</sup>

<sup>1</sup>水產試驗所企劃資訊組、<sup>2</sup>行政院農業委員會科技處

<sup>3</sup>行政院農業委員會漁業署、<sup>4</sup>財團法人農業科技研究院

## 中國國際寵物水族用品展覽會介紹

中國國際寵物水族用品展覽會 (China International Pet Show, 以下簡稱 CIPS) 迄今已舉辦 20 屆，其規模發展已成為亞洲第一、世界第二，為國際寵物水族行業人士必造訪的貿易平台，匯集了相關產業的生產商及供應商，屬於企業對企業模式 (Business to Business) 的展覽會。根據大會提供資料，本年度共有 24 個國家及地區、1,221 家廠商參展，78 個國家的人士觀展，觀展人數在前兩天即突破 35,000 人次。

CIPS 的展區規劃：展館分為 6 個展區，總面積達 8 萬平方公尺，概為寵物類、水族類及綜合類等三類，以寵物類為主約 500 家、水族類約 300 場，其餘則為綜合類，惟攤位並未依類別區分。

展出內容：以貓狗用品產品為主，如貓狗食品、犬舍、貓窩、服裝、牽引帶、寵物玩具、保健護理用品、美容用品等，而水族類則有魚缸、飼料、周邊設備器材、藥品、水生植物等，另有部分鳥類、爬蟲及兩棲類

相關產品。另舉辦有觀賞魚大賽，包含龍魚、七彩神仙、淡水鯉、鬥魚、花羅漢、觀賞蝦、錦鯉、孔雀魚及水草造景的比賽。

## 考察記要

此次參觀 CIPS 可事先於其官網申請參觀，再憑藉大會核發的參觀證序號於展覽入口處兌換參觀證。倘若無事先申請，則需憑藉服務單位名片於現場申請參觀證，或直接購買參觀票卷後進入。筆者在初進入展場後即被其規模之大所震撼，CIPS 展覽所在位置為廣州中國進出口商品交易會展館 B 區，其展示面積規模約為臺灣觀賞魚展的 9 倍大，又 B 區僅是交易會展館的其中一區。

整體而言，CIPS 是以寵物為主要展出項目，水族相關廠商則大約佔總參展廠商之 30%，其中又以周邊器材的廠商為主，較少有以活體生物為主軸的企業。周邊器材的廠商大部分是來自於中國當地的製造商，不論淡、海水及大、小型魚缸等相關設備，均有相關廠商進行展示，可提供市場各項需求。此外，本次 CIPS 有許多廠商展出大型套缸

設備，其中又分兩大類型：一、為目前全球趨勢之智慧型魚缸，不論在觸控式面板設計及智慧型控制設備上，設計時尚美觀、精良並且專業，可提供各種不同類型之玩家（淡水、海水、爬蟲類等）使用，其精緻程度已可媲美現今各項智慧型家電；二、主要以中國當地廠商為主，結合各式家具風貌呈現，兼具功能性及觀賞性，更甚者融入華人傳統的風水堪輿學概念。但較於智慧型魚缸，後者之功能性仍有許多發展空間。除了水族缸照明、維生系統等相關相關硬體設備之外，亦有各類型人工造景物、飼料、濾材及水質添加劑等展示推廣。

淡水水族之主要展出物種為龍魚、龍鯉與秋翠等錦鯉；海水水族以各式珊瑚、海葵、雀鯛、刺尾鯛或蓋刺魚類等有較多的展示，較少小丑魚做為主要展示生物。這也顯示小丑魚的繁養殖，因技術門檻較低且取得較容易，在水族市場已不若以往熱門，惟少見、養殖條件嚴苛或繁殖不易的小丑魚種仍具有發展的潛力。筆者亦發現，在會場上有許多魚缸內人工造景物的展示廠商，包含各式水草、軟硬珊瑚、海葵、岩石或珊瑚礁等，且許多都是仿真製造，不像以往的人工造景物粗糙，可唯妙唯肖的模擬真實的生態景象。這也代表可能有越來越多消費者可選擇不使用水草、珊瑚或海葵等活體進行造景。對於海水觀賞魚的飼養者來說，可有效降低飼養的成本與門檻。另就自然資源保育來說，這些人工物的開發替代，也將有助於減輕自天然環境的採捕壓力。

除了企業廠商展示外，CIPS 展亦舉辦多項觀賞魚大賽：包括龍魚、七彩神仙、淡水

鯛、鬥魚、花羅漢、觀賞蝦、錦鯉、孔雀魚及水草造景等比賽，共有約 3,000 缸的觀賞魚角逐競賽，其整體比賽區規模約與臺灣觀賞魚博覽會相當，而該比賽區僅佔了整體 CIPS 的 1/9 展區，顯見 CIPS 整體規模之大。參觀比賽區的過程中，筆者亦發現大會對於這些比賽缸也有利用智慧化水質監控設備，妥善監控這些魚缸的狀況。

此行考察，筆者等人在國立臺灣海洋大學黃之暘副教授陪同下前往花地灣花鳥魚蟲批發水族市場參觀，該市場位於廣州市芳村區，其一期展區佔地面積 25,000 多平方米，主要分為水族器材區、寵物區、雀鳥區、園藝及木雕觀賞石區，約有 600 間商舖。二期展區佔地面積 27,000 多平方米，設有錦鯉區、海水生物區、鮮乾花區、工藝品區和家俱古玩精品收藏品區，約有 200 多間商舖，不僅是亞洲最大的水族市場，更已成為全球水族業中最大最齊全的匯聚中心。

在此次 CIPS 觀展及廣州花地灣水族寵物市場考察的過程發現，水族產業的喜好差異與風靡程度有其週期性，且往往會受到全球經濟脈動的影響，甚至有可能受到少數大型水族企業行銷策略或產地貨源供應的影響。另一方面，中國近年因經濟崛起，消費者喜好及市場偏向大器、壯觀之魚種，例如龍魚、淡水鯛、花羅漢等，其中較有趣之處是中國近來風行將龍鯉或秋翠等錦鯉利用大型魚缸飼養於家中。

在花地灣水族寵物市場中，淡水觀賞魚仍以金魚、燈魚、鱈魚、鯉魚、鬥魚及慈鯛等可人工繁殖的魚種為大宗，其餘有自澳洲、非洲或南美洲進口的棘甲鯀、油鯀、慈

鯛、短鯛、鼠魚或神仙等。其中可發現，錦鯉中的龍鯉目前在中國為相當熱門的魚種之一，且有很多的個體是由臺灣出口。海水觀賞魚方面，因可繁殖的種類及數量遠不及淡水觀賞魚，加上飼養的門檻及技術高於淡水觀賞魚，所以在花地灣市場裡頭海水觀賞魚的店家明顯的少於淡水觀賞魚店家。經洽店家表示，除了小丑魚外，仍以野生採捕為主要魚隻來源，包括雀鯛、刺尾鯛、蓋刺魚、鰕虎、塘鱧、花鱸、觀賞蝦、海葵及珊瑚等，加上這些魚種的市場供需仍不平衡，因此其人工繁殖技術開發仍具有很大的市場與潛力，也是本所須注意與開發的對象，尤其是以高單價蓋刺魚類。

黃之暘副教授表示，中國的水族產業雖然發展快速，但相關技術仍不及臺灣，尤其在海水觀賞水族方面，但未來勢必也是會追上臺灣腳步，值得臺灣的產學研單位關注，以因應我國海水觀賞水族產業的發展。

臺灣目前並沒有類似花地灣的水族市場，雖然在北部有民權東路水族街，在屏東有農科園區，但其規模與集客力均無法與之比擬。因此未來在推廣水族產業時，或許可考慮花地灣市場的例子，以內湖花市等具主題性的市集為樣本，打造專屬於觀賞水族的大型市集，以吸引更多國內外的業者。

考察過程中，亦拜訪此次在 CIPS 參展的臺灣廠商，如金發貿易有限公司、天空魚股份有限公司、元汕觀賞魚養殖場及菖蔥國際有限公司、海豐飼料、紳堡水族及一些在中國設廠許久的臺灣籍廠商業者。這些廠商對於參展 CIPS 的心得均表示，CIPS 展覽已有 20 屆的歷史，算是很有規模的展覽，每年

來此參展，雖說期望能拓展新的客戶或業務，但主要仍是希望可以透過這個展覽與既有的舊客戶維持聯繫，或是推銷自身公司開發的新產品，也可以透過這難得的機會與水族業的同行交流互換資訊。此外，諸多業者也表示，因為水族產業非民生必需，水族產業景氣與世界經濟情勢的震盪很有連動關係，也感嘆近年來的生意不好做，尤其臺灣位居中國隔壁，受到的衝擊更為明顯。

筆者亦發現 CIPS 展在一些小細節的處理上也值得讚許及借鏡。首先是該展覽的導覽手冊，由於已有 20 屆的歷史，加上參展的廠商眾多，所以大會在導覽手冊上的廠商列表前標註有不同符號，分別表示：參加 CIPS 展覽 18 次以上的廠商、初次展覽的廠商或是只承接國外貿易或國內交易的廠商，可協助觀展買家更快找到他們的標的；此外，CIPS 展在受理報名及報到時也應用了網路通訊軟體，以達到疏散入場人流的目標。

## 心得與建議

我國未來在推廣觀賞魚產業時應可事先針對目標市場的規模、物種偏好及貿易進出口等事宜進行調查，再據以輔導觀賞魚業者制訂不同的經營發展策略，且不宜過度投注於少數物種或少數地區，以分散產業風險。且應考慮欲發展的魚種是否已屬或將來可能列入 CITIES 管制魚種，抑或屬於完全仰賴野外採集或已可人工繁殖魚種，或是屬於長青性魚種（龍魚、錦鯉、金魚或七彩神仙等）或是短期風靡炒作魚種（大型攀鱸類魚種、銀板、七彩雷龍等鰐魚類），以及欲發展魚種

的生活史周期特性，均宜納入是否發展該魚種的考量要素。

市場上的魚種熱門與否往往受到產地供應多寡或是大盤商的行銷策略操作的影響，現今因為網路資訊流通的迅速性與便捷性，加上各種水族論壇或社群媒體的推波助瀾，使得水族市場的發展與變化更為“日新月異”，因此，如何快速發展出可為市場喜歡的觀賞魚種對相關產學研單位而言，為重要且困難的課題。

我國礙於土地及人力成本，導致發展觀賞水族成本偏高，難和鄰近國家進行商品價格的競爭，但若反向思考，我國可憑藉傑出的繁養殖技術基礎與絕佳的氣候條件，改發展高單價、高品質之水族品項，例如日本具生產證明的金魚即是一顯著且成功的參考案例，養殖者的名氣與經歷深深影響其金魚售價，雖然產量不多，但其品質與價格，絕非中國、泰國或我國產之金魚可相比擬。此外，可考慮發展市面上高單價或是瀕危物種之異地繁殖與產業化生產，例如泰國虎（細鱗擬松鯛）、亞馬遜河流域產之油鯇或吸甲鯇等。雖說臺灣原產有相當多漂亮的淡水魚類，但就觀賞水族產業現況而言，目前實難有可發展為高單價之物種。

最後，因 AQUARAMA 展覽自 2016 年起已移至中國進行，加上 CIPS 展覽，兩個亞洲的重點水族展覽都在中國舉行。儘管如此，筆者仍認為我國仍有辦理此類大型國際水族展覽的利基與機會。雖然目前我國所辦理之臺灣觀賞魚展偏向於企業對消費者模式 (Business to Customer)，雖然較少能吸引到國外買家或相關水族業者，但參觀人數能屢屢

突破 10 萬人，顯示更有機會將最新的成果展現在消費者面前，廣告行銷的能力也更加深切，進而透過消費者的喜好去影響水族市場的發展。筆者在此行 6 天的過程中，從機場到展場、飯店，再去花地灣水族市場的過程中，深刻感覺到相較於中國，臺灣的人民相對友善有禮、整體市容與發展建設也不下於廣州，國際與國內交通均稱便利（雖然航班較少），且是民主法治化程度較佳的社會。若以一個赴國外參展企業或觀展者的立場而言，筆者認為臺灣會較中國更具吸引力。此外，我國展覽產業的發展也相當進步，相關的各項軟、硬體發展也優於中國（除了規模可能無法比擬）。因此，政府未來可考慮規劃辦理國際性的水族展覽，惟須明確我國水族產業的特色，走出有別於 AQUARAMA 或 CIPS 展覽的路線，以吸引國外的參展業者及買家。在此過程中，也能引領其他相關產業與時俱進。

在國際的物流上，更是影響觀賞魚產業的重要一環，而我國的國際航空物流，就機場與航空公司的數量與航班規模而言，相較於其他鄰近國家，如香港、泰國或新加坡等仍屬劣勢，造成許多廠商業者以臺灣接單，在其他國家出口或轉單的方式進行經營，對於我國觀賞魚產業著實不利，如何增加國際航班的頻度、便利性及更快速、有彈性與效率的通關檢驗等，均是未來相關單位須共同努力之處。以新加坡的觀賞魚產業為借鏡，臺灣雖仍有許多待努力之處，筆者相信以前新加坡可以，未來臺灣在各方的合作努力下也將可以成為新的亞太水族發展中心。



CIPS 展現場



CIPS 展龍魚比賽



展覽工作人員針對比賽缸之生物及水質進行監控



國立臺灣海洋大學黃之陽副教授受邀於現場進行演講



錦鯉比賽，較特殊之處乃置於魚缸中進行評比，而非置於水盆中



鯉魚比賽的部分更採用水質自動監控系統，對於各魚缸狀況一目了然



臺灣館一隅



花地灣市場販售水草之攤位