

玄奘大學
大眾傳播學系碩士班
碩士論文

從品蟹到品牌：

苗栗縣大閘蟹行銷傳播之研究

From Crab tasting to Branding:

The study on Marketing Communications of

Chinese mitten crab in Miaoli

研究生：陳素惠

指導教授：杜聖聰 博士

中華民國一〇二年八月

從品蟹到品牌： 苗栗大閘蟹行銷傳播之研究

學生：陳素惠

指導教授：杜聖聰 博士

玄奘大學大眾傳播學系碩士班碩士論文

中文摘要

本研究透過兩岸在中華絨螯蟹(*Eriocheir sinensis*) (俗稱大閘蟹)同一農業合作議題架構下，從品蟹到品牌的過程，從農戶自行養殖到政府專案輔導，究竟產生了那些具體成效。特別是由政府主導在推動大閘蟹養殖政策上，從生態養殖—建立品牌—行銷傳播的過程，帶給地方政府、養殖戶或地區觀光休閒業實質效益為何。

本研究透過深度訪談法與文獻分析法，針對苗栗縣主持大閘蟹產銷的主其事者進行耙梳，並試圖回答以下問題，包括：

- 一、中國大陸針對大閘蟹產銷經營已逾三十餘年，究竟是如何進行相關的產銷運作？
- 二、苗栗縣是如何透過兩岸農業合作，取得大閘蟹產銷的三年專利保障？其間，政府部門是如何進行養殖輔導？又遭遇何種困難？
- 三、苗栗縣是如何透過政府與民間協力，進行大閘蟹的品牌行銷？
- 四、苗栗縣大閘蟹的品牌行銷的願景及其限制為何？

根據本研究初步調查顯示，大閘蟹是兩岸農漁業合作諸多品項間，唯一由大陸輸入台灣的指標產物。在大陸技術指導與苗栗縣府規劃下，藉由民間合作社進行產銷規劃，成為苗栗行銷於外的重要觀光品牌。與此同時，民間合作社與苗栗縣農業局合作下，透過「說一個令人感動的養殖故事」，進行網路行銷與品牌經營，終於取得初步成績。惟相關成果受限於合作社經營不易，後續成效如何仍有待觀察。

關鍵字：大閘蟹、中華絨螯蟹(*Eriocheir sinensis*)、行銷傳播、農業合作

From Crab tasting to Branding:

The study on Marketing Communications of Chinese mitten crab in

Miaoli

Student : Chen.Su Chang

Advisors : Dr. Du.Sheng Tsung

Abstract

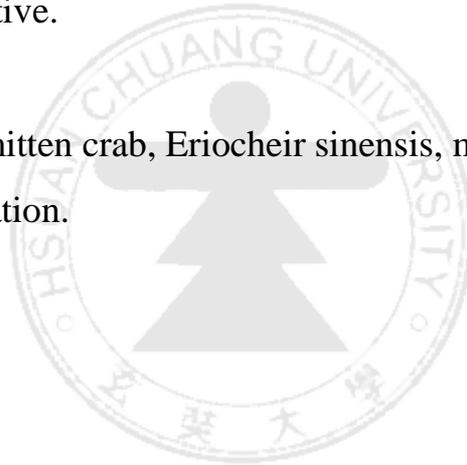
This study is under aquaculture collaborative framework on Chinese mitten crab (also Known as *Eriocheir sinensis*) between Taiwan and China. Discuss the concrete result from Crab tasting to branding via local aqua farming and government project. Moreover, this study especially focus on mitten crab farming policy promote by the government and discuss what essential benefits bring to the local government, aqua farmer and local tourism from aqua farming to branding and finally marketing communications.

This study utilizes in-depth interview and literature review; interview the principal investigator of Miaoli Chinese mitten crab marketing project and attempt to answer below question.

1. What is the production-marketing model of Chinese mitten crab in China and how it's running successfully over three decades?
2. How Miaoli County government acquired three years patent through aquaculture collaboration between Taiwan and China?
How government assisted local aqua farming and what difficult met?
3. How Miaoli County government proceed brand marketing of Chinese mitten crab through collaboration of government and cooperative.
4. What is the vision and constraint of brand marketing of Miaoli Chinese mitten crab project?

Based on the initial investigation, Chinese mitten crab is the only aquafarming product imported from China for all the aquaculture collaboration. Under the direction from aqua farmer in China and Miaoli County government, the government plan to become famous tourism branding in Miaoli by production–marketing planning in cooperative. At the same time, through “Telling a touching story in aquafarming” to promote internet marketing and branding leading by cooperative and agriculture department in Miaoli County government. The result is positive at early stage. But we still need to monitor the further performance regarding the operation constraint in cooperative.

Key word: Chinese mitten crab, *Eriocheir sinensis*, marketing, aquaculture collaboration.



誌 謝

在這炎熱的七月天，知了嘶嘶聲的陪伴下，每天除了上班、下班就是窩在冷氣房的電腦桌前，每晚總是熬夜到腦袋不清、體力不支才甘願上床睡覺，想想竟也好幾個月了。這一陣子，歷經寫論文時深怕無法如期完成的焦慮，口試時緊張的窘態，在這一刻彷彿有種如釋重負的輕鬆；不禁深深的吐了一口長氣，終於，要畢業了，就在我近50歲的人生旅途上深具意義，更深深悸動我的心。

回想兩年前，初踏入玄奘那時，懷著忐忑不安的心，心想修習碩士學位，以我的資質真的可以辦得到嗎？今天終於真的達成了！要感謝這一路走來很多人的協助、支持與鼓勵，才能順利完成學業。

首先要感謝我的指導教授-杜聖聰老師，他雖然很忙，但在他厚厚的眼鏡下，用很堅定的眼神告訴我，他相信我可以辦得到的，不斷的建立我的自信心，給我鼓勵與支持，悉心指導給予方向，不論是在論文题目的擬定、架構的建立、參考書目的建議等等，杜老師不厭其煩的一次又一次耐心的指導，終於完成我的論文，謹在此再一次的深深的感謝他，因為有他的指導才得以完成我認為不可能的任務，永誌難忘，謝謝您！。

另外承蒙張裕亮教授及段盛華教授於百忙之中仍用心審閱論文，在論文上給予的指正及惠賜寶貴意見與對我的肯定，不勝感激。還要感謝陳偉之院長及陳毓麒主任及許多老師在課業上的教導及學務上的協助；感謝研究所的同學，林樹文主席、黃盛和主席等，特別是要謝謝家渝，常常麻煩她幫我處理學務行政事務及讓我上課時可以搭便車而不致偷懶，還好有這些同學的互相支持與鼓勵，還有亞太技術學院的王麗慧老師，從二專、二技到唸研究所這六年的求學期間給予我

的鼓勵打氣及關懷，讓我有持續的動力，支持我完成碩士學業。

要感謝在撰寫這本論文曾經幫助過我的人，首先要感謝苗栗縣縣長劉政鴻先生，因為有他的努力與堅持的推動，苗栗縣新興的大閘蟹產業發展立下奠基，開創兩岸農業合作的先例。還有苗栗縣觀光協會理事長江德利先生、紋華、上海海洋大學教授、苗栗縣政府農業處主管、養殖業者等，感謝他們的訪談內容、提供的資料、數據，豐富了我論文的內涵。

最後要感謝我的家人、先生及三個可愛的孩子，在這段期間對我的包容與精神上的支持，尤其是更要感謝我先生對我論文的協助，還有我心愛的多多每晚的守候，感謝我身邊所有的好朋友，感謝你們一路上的陪伴，讓我有更大的勇氣，去追求我想完成的夢想，在此也同時分享我的喜悅給大家，也祝福大家健康、幸福、平安、喜樂！

素惠 于 2013 年 8 月

目次表

中文摘要.....	I
英文摘要.....	II
誌謝.....	IV
目次表.....	VI
表次.....	VIII
圖次.....	IX
第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機與目的.....	7
第二節 研究對象與範圍.....	10
第三節 研究架構與流程.....	13
第四節 研究方法.....	15
第二章 文獻回顧.....	20
第一節 行銷傳播.....	20
第二節 事件行銷.....	25
第三節 政府行銷與傳播.....	27
第三章 當大閘蟹遇見苗栗.....	31
第一節 大閘蟹在大陸的產銷現況.....	35
第二節 大閘蟹在台灣의產銷現況.....	45
第三節 當大閘蟹遇上苗栗.....	53

第四章 苗栗縣大閘蟹的行銷傳播	75
第一節 苗栗縣大閘蟹的政府傳播	77
第二節 苗栗縣大閘蟹的活動傳播	85
第三節 苗栗縣大閘蟹的發展限制	94
第五章 結論與建議	99
第一節 結論	99
第二節 建議	102
參考文獻.....	104
附錄.....	108



表 次

表1-1	苗栗縣養殖大閘蟹區域分佈情形（2012年度）.....11
表1-2	苗栗縣養殖大閘蟹區域分佈情形（2013年度）.....12
表1-3	深度訪談受訪表.....18
表4-1	苗栗縣大閘蟹運銷合作社保證價格收購標準（2012年）...97



圖 次

圖 1-1	2006 年中國大閘蟹出口國家、出口量與金額.....	2
圖 1-2	2003 至 2009 年自大陸進口其他活蟹類進口量與進口值.....	2
圖 1-3	2010 台灣地區大閘蟹養殖經營困難之處.....	6
圖 1-4	本研究流程圖.....	14
圖 3-1	大閘蟹成蟹特徵.....	36
圖 3-2	防偽標章.....	70



第一章 緒論

台灣的消費市場對大閘蟹的接受度高、需求量也大，依據「2006年中國水產品進出口貿易統計年鑑」資料中顯示（圖 1-1）：中國在2006年的出口量約為1,760噸，金額約為1,298萬美元，台灣在所有大閘蟹進口國中排名第三，進口值為123萬美元，佔中國大陸總出口量的13%，而前幾名出口地區依序為香港18噸、韓國651噸、台灣229噸及日本的141噸。

依據「財政部關稅署」統計資料庫顯示，由於在2006年以前大閘蟹並沒有專屬的進口號列，進口量數值全歸屬在「其他活蟹類」中，以至於無法得知確切的進口量，但是比對了2000年至2007年中國大陸進口「其他活蟹類」的進口量與進口值，發現了數值與「中國水產品進出口貿易統計年鑑」中所載的資料相符合（圖 1-1），其進口量增減的趨勢也與當時趨勢發展吻合，將此資料當作參考，得知近幾年中國大陸進口大閘蟹的產量與產值（圖 1-2）。

財政部關稅署資料記載：從2003年起政府正式開放大閘蟹進口，因為一上市就廣受消費者的青睞，隔年訂單爆增，進口量大幅攀升到將近800公噸，達到高峰；由於當時進口大閘蟹並未嚴格控管，所以從2003年起至2006年為大陸大閘蟹進口台灣的高峰期，2010年至2012年平均進口數量高達有24萬公噸，顯示大閘蟹在台灣是具有高接受度的特色美食。

但是由於在2005年年底在市場抽驗時，卻發現有少數的大閘蟹含有DDT，消費者信心下降，以致當年度進口量小幅下滑。但在2006年卻爆發了中國大陸進口的大閘蟹經檢驗出含有過量致癌的「硝基呋喃」後，同年又遭披露在港、澳均驗出了氯黴素、土黴素等禁藥，因而導致進口量整體大幅下滑（吳璧鍾，2011）。

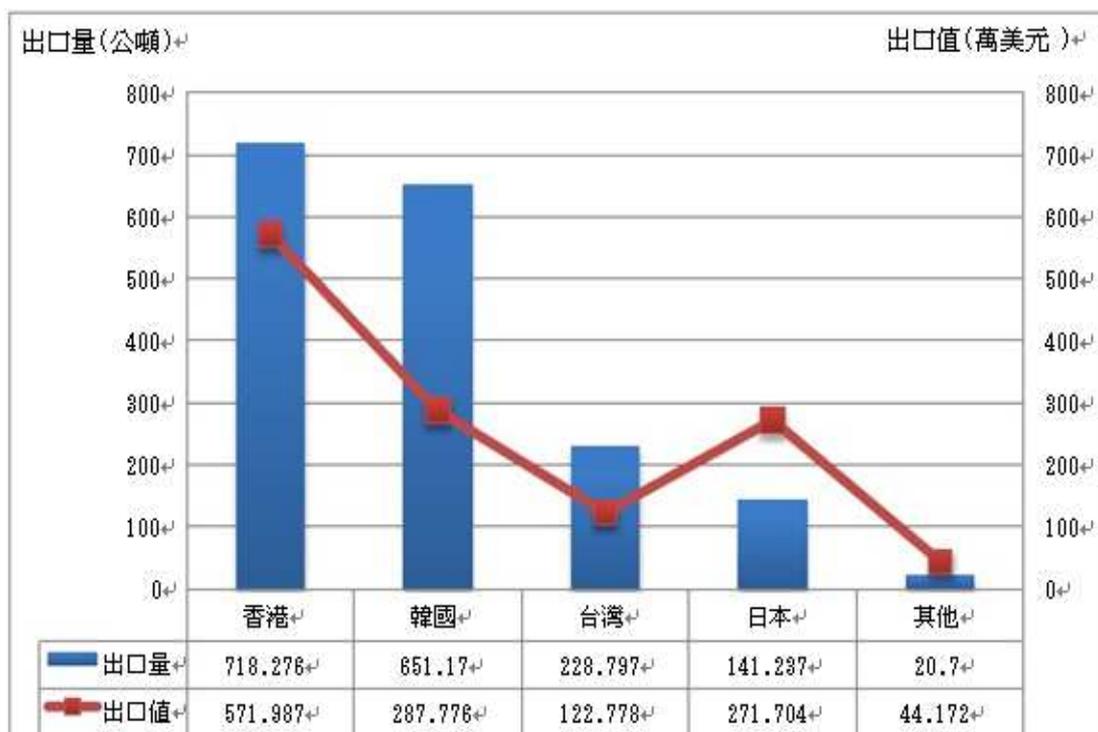


圖 1-1、2006 年中國大開蟹出口國家、出口量與金額

資料來源：中國水產品進出口貿易統計年鑑，上網時間：103.05.22

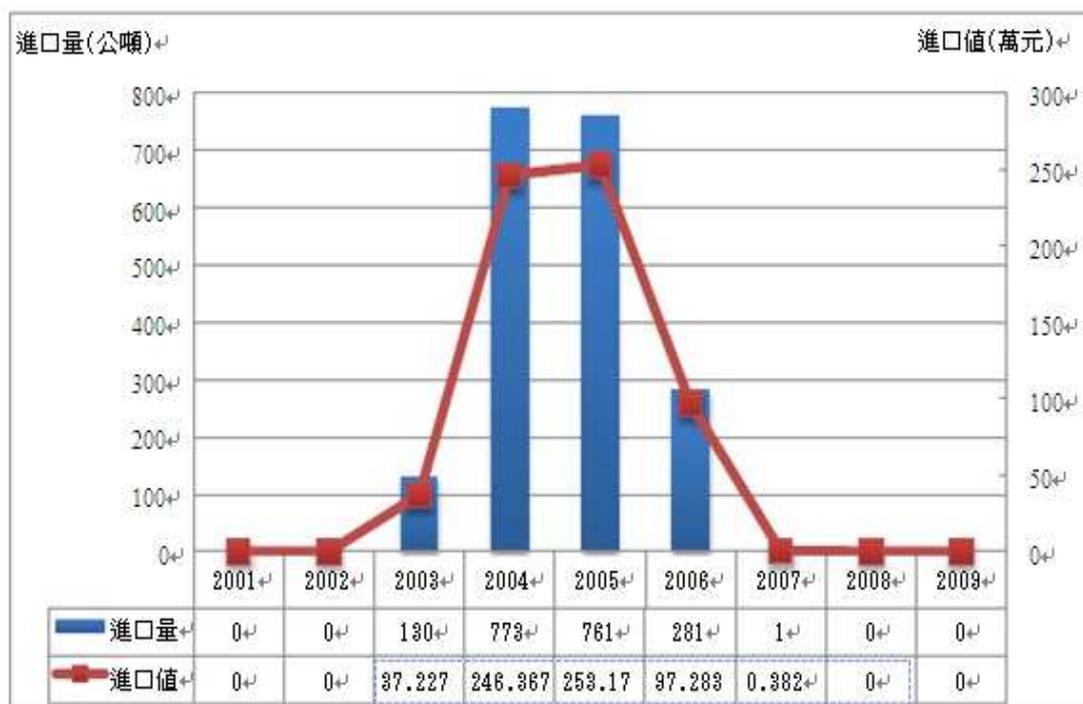


圖 1-2、2003 至 2009 年自中國大陸進口其他活蟹類進口量與進口值

資料來源：財政部關稅署全球資訊網，統計資料庫，上網時間：103.05.22

有鑑於此，行政院衛生署開始為加強大閘蟹食品安全問題，即訂定下列管控措施（侯勝茂，2007）：

- 1、每批進口之大閘蟹必須源自經中國大陸官方認證檢驗之機構（附錄一），出自42家合格大閘蟹養殖場（附錄二）。
- 2、每批產品需檢附由中國大陸出入境檢驗局出具之「動物衛生證書始得辦理進口報驗，且採「單批單證」方式辦理。
- 3、「動物檢驗證書」必須註明：
 - (1) 合格大閘蟹養殖場註冊證號。
 - (2) 16項動物用藥檢測結果，皆應為未檢出，且註明該項目最低檢出量，所有檢驗項目應符合我國之標準。
 - (3) 檢驗報告編號。
 - (4) 「符合衛生要求，適合人類使用」等之官方聲明。
- 4、進口大閘蟹須經逐批檢驗，符合各項規定後始得進口。
- 5、禁止旅客私自攜帶未經檢疫大閘蟹入境。
- 6、為加強管控進口大閘蟹，並與其他種類活蟹作區隔，增列：「中華絨螯蟹」進口號列；

(1) 中華絨螯蟹(大閘蟹)苗 03062410109

(2) 活中華絨螯蟹(大閘蟹) 03062429117

(3) 生鮮或冷藏中華絨螯蟹(大閘蟹) 03062429910

所以自2007年起台灣業者欲進口大閘蟹均須提供上述證明相關文件，但由於中國大陸始終未核發證明文件，再加上近年中國主要供應出口大閘蟹的產地陽澄湖、太湖等地因過度圍網養殖，而造成湖水優養化、藍藻大量繁生，加上養殖過程中病害防治時所投放的藥物，嚴重影響當地居民飲用水（楊維龍等，2003），中國政府下令進行湖

水整治工程，減少湖泊的圍網面積，因而產量銳減，供應外銷市場貨源則相當有限。

因為台灣國內於2007年起未有業者進口大閘蟹至台灣，但在市場需求的條件下，台灣養殖業者自2007年起便開始進口中國大陸大閘蟹的蟹苗，試著在台灣進行養殖並在產地銷售。

根據「財政部關稅署」統計資料顯示，在2006年以前台灣並沒有進口大閘蟹苗之記錄，但因2006年爆發了中國大陸進口的大閘蟹經檢驗出含有過量致癌的「硝基呋喃」後，也因此自2007年至2011年台灣未再自中國大陸進口大閘蟹之記錄。

另一方面，2007年行政院衛生署為加強大閘蟹食品安全問題，並將大閘蟹列入進口號列加進控管。同時因國內仍有市場需求，養殖戶於是自2007年開始引進蟹苗在台灣養殖，在該年台灣進口蟹苗量僅221公斤，第二年小幅成長至1,408公斤，但自2009年蟹苗的年進口量有快速明顯增加到6,681公斤，到2010年蟹苗進口量來到20,444公斤，蟹苗整體進口量與2007年相比，成長幅度將近達100倍。

但2011年起蟹苗進口量又開始減少至11,462公斤，2012年進口量持續減至10,180公斤，另外，2012年1月至3月份蟹苗進口量為9,924公斤，而2013年1至3月份同期進口量為8,695公斤，由此可觀察出養殖整體數量呈現下滑現象。另一方面，台灣自2012年起又開始進口大閘蟹，該年活大閘蟹進口數量達289,402公斤。從以上數據可觀察出其減少原因不是台灣活大閘蟹市場需求減少，而是養殖戶因大閘蟹育成率過低不敷成本降低放養量，以及大陸廉價之活蟹進口衝擊影響所至，也因而對台灣養殖戶造成不少影響，並減低養殖戶的養殖意願。(財政部關稅署全球資訊網，統計資料庫，上網時間：103.05.22)

值得觀察的是苗栗縣2011年開始與上海海洋大學簽訂大閘蟹養殖合作協議，並採取全方面輔導協助，2012年苗栗縣進口蟹苗約40萬隻，放養殖面積約14公頃，養殖戶44戶；到了2013年進口約70萬隻蟹

苗，放養殖面積達37公頃，養殖戶96戶，與2012年比較成長近倍，苗栗縣目前已是台灣養殖大閘蟹面積、數量最多的縣。

從以上數據，台灣整體養殖大閘蟹有下滑情形，但唯獨苗栗縣仍持續倍數成長。所以，本研究目的也將針對苗栗縣與上海海洋大學兩岸合作的大閘蟹養殖，其養殖數量、養殖面積均有大幅增加，後續對大閘蟹產業有何影響。

苗栗縣長劉政鴻在2005年上任後，積極發展觀光的企圖心及成果大家有目共睹，更發心『讓世界看見苗栗』的宏願，劉縣長洞悉大閘蟹可以結合苗栗縣的觀光發展，希望能發展成全台獨特的觀光特色產業，藉兩岸互訪的機緣下，透過兩岸協商機制下簽訂可取得優惠的蟹苗採購權、蟹苗檢疫的快速通關、提供上海海洋大學專業養殖技術、提供專用飼料配方，長期駐點苗栗縣輔導苗栗縣大閘蟹養殖戶等，是其他縣市或是企業都無法跟進的獨占條件，有了優質生產條件，至此便全力開始發展苗栗縣的大閘蟹養殖觀光產業¹。

苗栗縣政府於2011年10月份與上海海洋大學簽訂「中華絨螯蟹養殖科技合作協議」，開創了兩岸首次簽訂養殖大閘蟹技術輔導農業合作的先例，在兩岸政府農漁業諸多合作品項裡，大閘蟹是唯一由大陸輸入台灣的指標產物。

在大陸技術指導與苗栗縣府規劃下，藉由民間合作社進行產銷規劃，成為苗栗行銷於外的重要觀光品牌。苗栗縣政府與上海市政府聯手致力於確保苗栗大閘蟹為台灣第一領先品牌，創下兩岸農業成功合作首例。

因2011年苗栗縣政府取得兩岸合作技術交流協訂，上海海洋大學特別成立苗栗縣蟹苗育成中心，提供專屬苗栗縣健康安全的蟹苗，苗栗縣政府除了以成本價供應優質蟹苗及獨門配方飼料提供接受輔

¹ 專訪苗栗縣觀光協會理事長暨苗栗縣大閘蟹運銷合作社理事主席江德利。訪談時間：2013年4月19日

導的養殖業者之外，還提供上海海洋大學大閘蟹養殖技術團隊長期進駐台灣苗栗縣進行輔導，最終目的就是要培養出具有『產地履歷安全認證』，以及有『檢驗合格優質標章』的苗栗大閘蟹，提高苗栗縣大閘蟹事業產品的競爭優勢，增進產品附加價值，並促進苗栗大閘蟹事業永續經營²。

在兩岸的產官學合作下透過養殖經驗交流，提升自身養殖技術以改善生產效益；並藉由共同集貨銷售或品牌建立，以利於產銷市場通路的規劃與整合。在養殖面能得以進一步獲得資源，更希望能在整體的規劃與整合完善的產銷通路，期能提升產品價值產業發展³。

因為大閘蟹單價偏高，屬「奢侈品」，一般家庭與民眾限於經濟考量不太可能大量購買，往往都是抱著嘗鮮的心態購買個幾隻嚐嚐味道即止，所以養殖場，上千隻的大閘蟹如果只有靠著這些零散的客戶是無法銷售完畢的，但是批給販運商又因削價嚴重，養殖戶有時連成本的無法取回，所以目前養殖戶認為碰到最大的困境就是銷售通路的問題；再來就是育成率偏低與商品蟹的規格偏小致價格偏低的困難，另外，就是要面對走私大閘蟹來台傾銷的問題與養殖成本過高，這些都是影響養殖戶飼養意願的重要因素（吳璧鍾，2011）（圖1-3）。

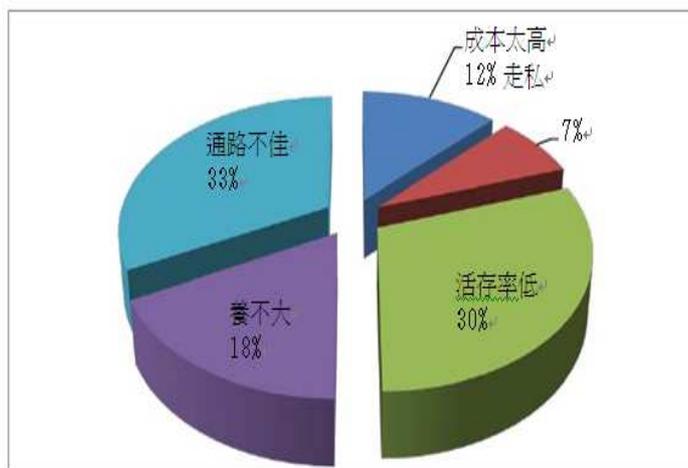


圖 1-3、2010 台灣地區大閘蟹養殖經營困難之處

資料來源：吳璧鍾 2011 研究整理

² 專訪苗栗縣政府農業處主管人員 B 先生。訪談時間：2013 年 3 月 23 日

³ 專訪苗栗縣政府農業處主管人員 B 先生。訪談時間：2013 年 3 月 23 日

第一節 研究動機與目的

近年來以舉辦節慶及以活動的方式來推展地方產業已成新的趨勢，由於文化觀光產業具有多元目標的綜合創意發展，不僅可擴大就業機會、整合各類型產業、增加地方政府稅收，亦可透過地方傳統產業與在地特色或新興產業的結合，吸引外來遊客以增加地方實質收益的成效，並可引導當地政府發展國民外交、敦睦國際友誼，提升國家形象等非實質面的效益。

隨著觀光文化快速發展，在經濟考量比重過高情形下，也形成觀光開發與環境保育的矛盾對立(李素馨，1996)，於是一種可以標榜將傳統型觀光的負面衝擊減到最低，培養在地住民與遊客的良性互動，維護自然資源及關懷社會的人文環境，並可以自身特色成為吸引目光、塑造新形象或能帶動其他建設與發展之催化劑的特殊節慶活動，已經成為當前世界各地注目與接受度高的觀光潮流。

若以台灣觀光休閒文化創業展業趨勢及現況而言，為因應地方經濟需求，並滿足國人對地方資源的特色與偏好，再加上地方首長、業者及人民團體的推動，以地方資源特色所建立的觀光發展形態已儼然成型(高俊雄，1996)。

更重要的是，台灣在加入世界貿易組織之後，原政府採取將降低關稅等的保護措施一一取消，使得原有的一級產業受到嚴重的衝擊，地方政府尤其是農漁業為主的縣份，更是首當其衝，這時來推動結合地方自然景觀、人文、產業的觀光節慶活動，便已成為發展觀光、帶動地方產業、縮短城鄉差距、提供更多的就業機會、活絡地方經濟的不二法門。

苗栗縣為傳統的農業縣份，近年來在部分地區開發工業區，雖成功招商並提昇就業率，進而帶動了地方的繁榮，但是部分鄉鎮居民仍是以農林漁牧為主業。有鑑於此，苗栗縣政府善用其優勢，積極發展精緻農業，以觀光文化為介面轉變為休閒產業，同時也是縮小城鄉差距、均衡地方發展、創造偏鄉地區居民就業機會的催化劑⁴。

而苗栗縣自2011年起開始積極輔導養殖大閘蟹，苗栗縣政府並將大閘蟹養殖列入旗艦計劃推動，其最大動機就是要帶動苗栗縣的觀光休閒發展，所以苗栗縣政府在第一年輔導養殖時就有規定接受輔導之養殖戶，其所生產之優質大閘蟹僅能在苗栗縣境販賣，並打出「品嚐優質大閘蟹請到苗栗」的宣傳，特別是在2012年國慶煙火在苗栗設置「品蟹館」，每日盛況空前的人潮來看，確實達到相當成功的效果，同時藉此也帶動了苗栗觀光產業的發展⁵。

苗栗縣推動傳統農業生產結合休閒觀光產業，在公部門與生產者及休閒業者的共同努力下近年來蓬勃發展，但是如何將大閘蟹養殖產業結合觀光產業共同行銷，在相關法令的規範與限制如何解決遭遇的困難，配合政府部門推動的政策與輔導，達成預期的目標與效益之探討，透過整體規劃與整合完善的產銷通路，提升產品價值，以增加養殖戶受益更是急須解決的問題，在活絡養殖經濟及提升經營型態的推動能有所助益。

⁴ 專訪苗栗縣政府農業處主管人員 B 先生。訪談時間：2013 年 3 月 23 日

⁵ 專訪苗栗縣觀光協會理事長暨苗栗縣大閘蟹運銷合作社理事主席江德利。訪談時間：2013 年 4 月 19 日

準此以降，本研究希望透過深度訪談法與文獻分析法，針對苗栗縣主持大閘蟹產銷的政府官員、養殖業者、輔導小組、觀光協會及運銷合作社等主其事者，並試圖回答以下四個問題，包括：

- 一、中國大陸針對大閘蟹產銷經營已逾三十餘年，究竟是如何進行相關的產銷運作？
- 二、苗栗縣是如何透過兩岸農業合作，取得大閘蟹產銷的三年專利保障？其間，政府部門是如何進行養殖輔導？又遭遇何種困難？
- 三、苗栗縣是如何透過政府與民間協力，進行大閘蟹的品牌行銷？
- 四、苗栗縣大閘蟹的品牌行銷的願景及其限制為何？

基於上述動機及問題，本研究將以苗栗縣大閘蟹養殖業者與觀光業者及公務部門、大陸輔導養殖團隊及運銷合作社為研究對象，並參考國內外相關文獻探討及訪談的質化分析，從苗栗縣如何引進大閘蟹養殖、政策制定過程、大閘蟹養殖產官學如何配合、建立品牌的過程、消費者對市場反應、如何透過行銷傳播帶動觀光旅遊及後續推動的限制及發展等等議題作為研究目的。

第二節 研究對象與範圍

一、研究時間範圍

本研究係從苗栗縣政府與上海海洋大學雙方自 2011 年 10 月起簽訂大閘蟹科技養殖協議開始，持續至 2013 年 5 月止作為研究時間範圍。

二、研究對象

苗栗縣政府積極推展養殖大閘蟹新興產業，並由上海海洋大學教授進駐輔導養殖技術、改善養殖環境、調配專用飼料，於 2012 年統計，養殖區域分布在頭屋、公館、獅潭、苑裡等 12 個鄉鎮地區的養殖戶約 44 戶，養殖面積約近 14 多公頃，共計投放約 40 多萬隻蟹苗，另於 2013 年統計，養殖區域分布在頭屋、公館、獅潭、苑裡等 12 個鄉鎮地區的養殖戶約 96 戶，養殖面積約 37 公頃，共計投放約 70 萬隻蟹苗，研究對象與範圍如附表 1-1、表 1-2：

表1-1、苗栗縣養殖大閘蟹區域分佈情形（2012年度）

鄉鎮別	養殖戶數	面積(公頃)	縣府蟹苗(隻)	自進蟹苗(隻)
苗栗市	2	0.75	3,850	12,000
銅鑼鄉	1	0.40	6,600	0
西湖鄉	1	0.18	2,200	0
獅潭鄉	5	1.60	42,700	0
頭屋鄉	5	1.94	55,550	0
大湖鄉	2	0.30	3,300	0
公館鄉	8	1.86	37,400	15,000
南庄鄉	2	0.50	13,200	0
三灣鄉	3	1.35	25,850	15,000
頭份鎮	2	0.80	16,500	0
造橋鄉	3	0.95	17,600	0
苑裡鎮	10	3.69	21,750	116,000
合計	44	14.32	246,500	158,000

資料來源：苗栗縣政府農業處資料統計，2012。

表1-2、苗栗縣養殖大閘蟹區域分佈情形（2013年度）

鄉鎮別	養殖戶數	面積(公頃)	縣府蟹苗(隻)	自進蟹苗(隻)
苗栗市	4	1.10	19,800	0
銅鑼鄉	10	3.45	67,650	0
西湖鄉	1	0.20	3,850	0
獅潭鄉	3	1.00	24,200	0
頭屋鄉	11	6.40	105,600	0
大湖鄉	2	0.50	14,850	0
公館鄉	14	3.97	79,750	0
南庄鄉	4	1.95	39,050	0
三灣鄉	11	5.00	100,650	0
頭份鎮	4	1.10	23,100	0
造橋鄉	5	2.05	29,700	0
苑裡鎮	18	7.24	125,400	0
竹南鎮	3	1.00	20,350	0
後龍鎮	1	0.20	4,400	0
三義鄉	2	1.10	25,300	0
卓蘭鎮	1	0.20	3850	0
通霄鎮	2	0.55	12100	0
合計	96	37.01	699,600	0

資料來源：苗栗縣政府農業處資料統計，2013。

第三節 研究架構與流程

一、研究架構

(一) 第一章 緒論

描述緣起、研究動機、研究目的、論文架構與研究流程。

(二) 第二章 文獻回顧

包括行銷傳播、事件行銷、政府傳播相關文獻資料探討。

(三) 第三章 當大閘蟹遇上苗栗

依序說明大陸、台灣、苗栗大閘蟹養殖產業發展的現況。

(四) 第四章 苗栗縣大閘蟹的行銷傳播

苗栗大閘蟹的政府傳播、活動傳播、發展限制。

(五) 第五章 結論與建議

針對如何提高苗栗縣大閘蟹事業產品的競爭優勢，增進產品附加價值，並促進苗栗大閘蟹事業永續經營。

二、研究流程

本研究確定研究主題及方向後，即開始蒐集國內外相關文獻、碩博士論文、期刊、報章、網路等相關文章報導，整合有關行銷傳播理論等書籍，以及其它相關等次級資料，以了解有關學者對國內有關大閘蟹養殖技術、行銷理念、建議。

在觀念架構建立後，進行初級資料的蒐集與彙整，以及訪談大綱設計-訪談與資料分析，將最後的結果與研究理論架構相印證。

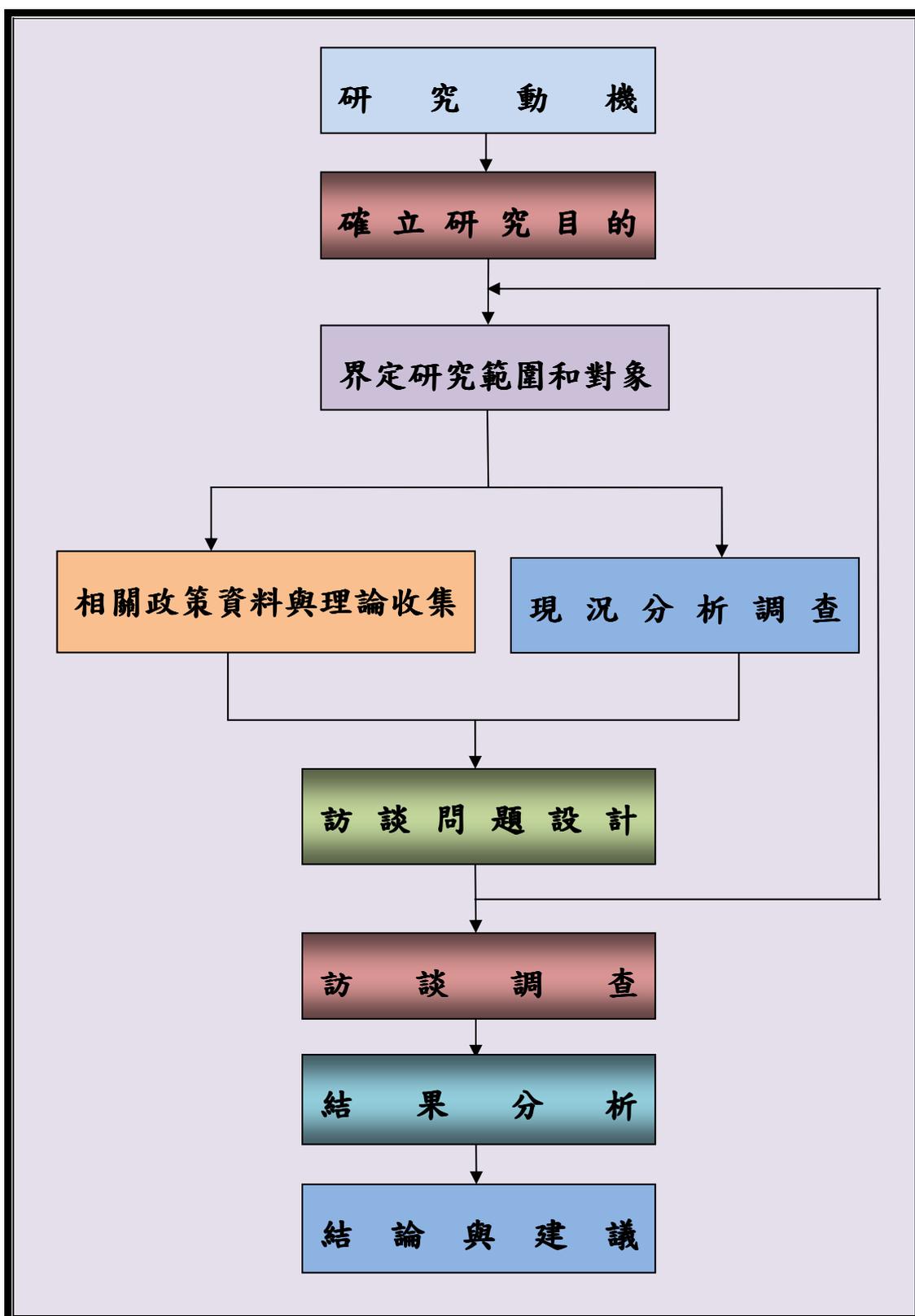


圖 1-4、本研究流程圖

資料來源：本研究整理

第四節 研究方法

一、文獻分析法：

文獻分析法 (documentary analysis/document Analysis) 包含內容分析法 (content analysis) 或資訊分析法 (informational analysis)，指的是從政府文獻或調查中所蒐集的資訊進行分析探討。

文獻資料的來源，可以是『政府部門的報告』、『工商業界的研究』、『文件記錄的資料庫』、『企業組織的資料』、『圖書館中的書籍』、『論文與期刊』、『報章與新聞』等等。

其分析步驟有四，即『閱覽與整理』(Reading and Organizing)、『描述』(Description)、『分類』(Classfying) 及『詮釋』(Interpretation)。

採取文獻分析法進行資料的分析時，必須先對文獻進行檢閱，不論是第一手或是次級資料，均應確定其可靠性和可信度(葉至誠，2000)。

而不同的文獻，對於研究會有不同的助益或侷限，例如：

(一) 正規記錄：

包括了官方資料和年報等，是文獻研究時最大宗的來源，其多半從正面、應然的角度立論存據；若觀察角度與概念適合，是一種質量俱備的資料形式；然而，正規文件亦可能誇大了應然面的成效，卻可能忽略、歪曲了某些有利益牴觸或自行判斷「不重要」的部分(鍾倫納，1992)。

(二) 專題報告：

是當決策者發現新問題，但現有資訊不足以供決策或計畫的參考依據時，便可能指派相關領域的專家學者提出特殊報告或建議；這類資訊是針對原有資料的闕漏做填補，其識見和論據均值得研究

者作為手邊的分析資料；但由於這類報告多由當局者贊助，或許無法與決策者的利害關係做明確的切割，故在進行這類資料的分析時，亦須特別注意（鍾倫納，1992）。

當符合研究主旨與可供解答的文獻蒐集、檢證完畢後，接下來便是重要的分析工作。文獻資料分析法的應用具有幾項特點，包括：其研究的事件與使用的資料是過去的紀錄與遺跡、是種間接而非直接的觀察、分析的結果可用以解釋現況、預測未來等（葉至誠，2000）。

引用文獻分析法是學術研究工作者常用的一種調查方法，其過程包括分析索引、摘要、或期刊等來探討某一目的或課題所使用或產生的文獻的特性。根據研究目的或課題，透過蒐集有關市場資訊、調查報告、產業動態等文獻資料，全面且正確的掌握所要研究問題的方法，所蒐集的內容要豐富且廣博，經分析歸納統整後再分析其起源、背景及其影響層面及其意義等。

二、訪談法：

訪談法是指由受訪者與訪問者就工作所需知能、工作職責、工作條件……等進行面對面溝通討論的一種方法，以廣泛的蒐集所需要的資料，又稱「質化訪談」。本研究採用深度研究法(in-depth interview)，是質化研究中經常採行的資料蒐集方法之一，主要是利用由訪問者來擬訂對話的大綱，針對受訪者口語交談，達到意見交換與建構，是一種單獨的、個人的互動方式，受訪者藉由訪談的過程與內容，發覺、分析出受訪者的動機、信念、態度、作法與看法等。此研究方法是一種訪談者與受訪者雙方面對面的社會互動過程，訪問資料正是社會互動的產物。（畢恆達，1996）

本研究採用訪談法，藉由養殖專家、養殖業者及銷售業者、政府輔導部門、休閒餐旅業者、消費者等相關人士之訪談，欲了解台

灣大閘蟹養殖行銷所面臨的問題與困境，透過訪談人士的專業建議及相關當事人的經驗敘說始能獲得解答。

訪談有如一種口頭問卷，訪問者以面對面的方式向受訪者提問，受訪者不需在問卷上填答案，而改口述的方式，直接回答訪問者的問題。訪談法與問卷調查之別，在於被訪者的答案沒有預先設定的形式，因此受訪者答覆的紀錄，常以逐字搞的方式寫下來，不像問卷般可採用選項回答，將資訊量化時也比較困難。訪談依受訪者回答內容所給予資訊與量的程度，可分為：

1. 調查訪談

常用於社會科學領域的研究，例如一般的市場調查，民意調查等多屬於量化的研究。

2. 深度訪談

(1) 何謂深度訪談

質性研究的深度訪談法，經由題目建構、一對一深度訪談、分析歸納，以便了解相關的影響與實質效果，並探討釐清相關問題。研究者將訪談過程視為交談事件，且強調訪問者與受訪者雙方共同進行意義建構的過程。因此，深度訪談並非訪問者去挖掘受訪者既有的想法與情感，而是透過雙方互動的過程，互相感染情緒，而思考出的意見。

(2) 深度訪談設計

深入訪談法根據訪談問題的開放程度，可以分為「結構式」「半結構式」、以及「無結構式」三種訪談。本研究採取「半結構式」訪談，以先行擬好「訪談大綱」和特定對象進行一對一深入訪談，且過程中無需完全依照訪談大綱的題目順序來完成訪問，可依據當時情境權宜性的更動訪題。(潘淑滿，2003)。

(3) 訪談對象選擇

為了能夠透過深度訪談研究，釐清苗栗縣大閘蟹養殖行銷的困境，尋求解決方法之意見及了解苗栗縣大閘蟹的品牌建立、競爭優勢、市場區隔等產業效益，本研究訪談了苗栗縣政府主管人員、大陸海洋大學養殖專家、苗栗縣政府專業輔導小組成員、苗栗縣觀光協會、養殖業者、休閒餐旅及溫泉飯店業者。

表1-3、深度訪談受訪表

代號	訪談對象	訪談時間	訪談地點
A	苗栗縣觀光協會理事長暨大閘蟹運銷合作社理事主席江德利	2013年4月19日 2013年4月23日	江德利理事長自宅、泰安觀止溫泉會館
B	苗栗縣政府農業處主管	2013年3月23日	苗栗縣政府
C	苗栗縣政府農業處主管	2013年2月23日	苗栗縣政府
D	苗栗縣政府養殖輔導團輔導人員	2013年3月10日	苗栗縣政府
E	苗栗縣政府養殖輔導團輔導人員	2013年4月10日	苗栗縣政府
F	苗栗縣大閘蟹養殖業者	2013年2月24日	三灣鄉大閘蟹養殖場
G	上海海洋大學養殖專家	2013年4月10日	三灣鄉大閘蟹養殖場
H	苗栗縣觀光飯店消費者	2012年10月10日	泰安觀止溫泉會館
I	苗栗縣觀光休閒業者	2013年4月23日	大湖鄉休閒農場

資料來源：本研究整理

(4) 深度訪談的效果

如此訪談方式可以讓研究執行者在一問一答間，能立刻就不清楚之處提出進一步的詢問，且在無其它人干擾的情境下，受訪者能不受中斷的狀況下抒發己見，有助於本研究釐清媒介產製的狀況。且訪談過程中，訪問者若能營造一個自然情境，並透過口語化的方式進行對話，讓受訪者處於一種被尊重和平等的關係中，受訪者便較能夠針對研究議題，充分表達自己的看法、意見和感受(潘淑滿，2003)。

本研究係採深度訪談方式進行，其對象有大閩蟹養殖業者、運銷合作社主席、觀光協會理事長、苗栗縣政府主管人員及大閩蟹輔導團隊等作為受訪對象，訪談者並就若干特殊議題來加以提問，希望能透過訪談得到一些重要因素，而能藉透析訪談真正內幕、真實意涵、衝擊影響及未來發展而有解決問題的方法。通常使用此法時，施測者會儘可能使用最少的提示與引導問題，而是鼓勵受訪者在一個沒有限制的環境裡，就主題自由的談論自己的意見，因此深入訪談法除可增加資料蒐集的多元性外，更能藉此瞭解受訪者對問題的想法與態度。

第二章 文獻回顧

第一節 行銷傳播

一、所謂行銷與傳播

(一)所謂行銷

行銷大師彼得·杜拉克(Peter Drucker)在 1973 年指出：「行銷的目的是要充分認識和了解顧客，俾使產品或服務能適合顧客」，在行銷概念下「企業要生產消費者所需要的，而非企業生產所能做的」現代民主政府在施政措施理念上是不是與彼得·杜拉克所述者相符？

而政府的目標是提供滿意服務給予利害關係人或團體，公共政策即他們所要行銷的產品，而這個與營利組織追求的目標是一致的，所以有學者主張公共組織也適用於行銷的概念，若將行銷的觀念導入公共政策規劃與執行的過程中，將有利於政策的執行（翁興利，2004）。

(二)所謂傳播

傳播的意義：自有人類以來，傳播活動便已發生，早期人類以原始的語言及簡單的符號相互傳遞訊息，表達意思。隨著文化的發展、技術的進步，人類創造語言文字等符號，以及利用各種傳播媒介從事傳播活動，以達傳播之目的。大眾傳播另一種效果便是累積作用，傳播對個人態度或行為的影響是漸進的，其效果是慢慢累積而來的（陳昭郎，1991）。

在商業廣告上，會出現經常用變化、重覆的方式，傳播相同的廣告商品內容，來說服或改變消費者的行為及選擇，而產生的傳播效果。我們常在大眾傳播媒體上接觸到相同的商品廣告時，起先可能並不在意這些商品，也並不會引起特別的注意，這樣的傳播訊息

我們會認為一開始沒有產生影響的作用，但是日子久了，此項消息不斷對我們產生了淺移默化的作用，慢慢的就植入到人們的淺意識裡，倘若在我們有一天需要此類商品的時候，就會不自覺的想起它，此時傳播效果便自然而然產生。大眾傳播效果之分析，為傳播學者努力的重要課題，也是一門艱辛的課題。

所謂「傳播」意指交換意念或訊息，以建立共同性，但是有時「傳播」並不見得一定得建立共同性，只能說有此意圖而已。因此，有些學者認為將「傳播」解釋為「訊息的傳遞」，比較妥當（蔡念中，張宏源，1996）。

綜合上述各學者理論及訪談內容可觀察及驗證，苗栗縣大閘蟹的產業行銷的傳播方式就是一開始就已將議題設定、方向經過思考及仔細設計規劃，有目的性、目標性的將大閘蟹的緣起、如何的展開兩岸的合作、包括優質的養殖的訊息，利用累積、普遍、一致的方式，用各種傳播媒介從事傳播活動，達傳播之目的。

（三）傳播的效果

傳播的定義可知傳播就是將訊息、思想或符號的傳遞過程，最終的目的就是取得傳播效果。傳播效果之意義：傳播之目的是在企圖改變受播者的意見、態度和行為，建立共識、分享訊息，或者在傳達消息，傳播的最終目的在獲取傳播的效果（陳昭郎，1991）。

事實上，傳播效果並非直接來自傳播內容，而是決定於受播者對傳播內容的解釋，因此，「傳播內容—解釋—效果」的觀念，主導著傳播過程的研究。

1. 傳播效果的累積作用：

大眾傳播另一種效果便是累積作用，傳播對個人態度或行為的影響是漸進的，其效果是慢慢累積而來的。在商業廣告上，經常以有變化的方式，重覆傳播相同的廣告內容，以期說服或改變消費者的行為，

而產生傳播的效果。我們經常在大眾傳播媒體上接觸相同的商品廣告，起先我們可能並不在意，這些商品並不引起我們特別的注意，也就是此種傳播訊息我們沒有產生影響作用，但日子一久，此項消息不斷對我們浸蝕，於是慢慢就跑到人們的腦海裡，當我們有一天需要此類物品時，便會想起它，傳播效果便自然產生。大眾傳播效果之分析，一直是傳播學者努力以赴的重要課題，而且也是艱辛的課題（陳昭郎，1991）。

2. 強有力效果模式：

如能夠在各種傳播計畫或傳播節目中依傳播原理仔細設計，大眾傳播則會有強有力的效果。這些原則包括間歇重覆播報訊息，針對目標對象，傳播節目的目的要非常準確，製作的訊息要與這些目的密切相關，而且也要注意傳播主題、訊息內容與傳播媒介間的互相結合的原理（陳昭郎，1991）。

研究大眾傳播強有力效果的學者不少，其中有一位西德的學者諾樂紐曼(Ellsabeth Noelle- Neumann, 1973)在其「回到強有力的大眾媒介觀念」(Return to the Concept of Powerful MassMedio)一文中認為大眾媒介對輿論的確具有強有力的效果。在她的研究中發現，大傳的累積性(camulation)、普遍性(ubiquity)、和一致性(consonance)三個特性，混合起來，對輿論產生強有力的影響（陳昭郎，1991）。

綜合上述各學者理論及訪談內容可觀察及驗證，苗栗縣大閘蟹的產業行銷的傳播方式就是一開始就已將議題設定、方向經過思考及仔細設計規劃，有目的性、目標性的將大閘蟹的緣起、如何的展開兩岸的合作、包括優質的養殖的訊息，利用累積、普遍、一致的方式，用各種傳播媒介從事傳播活動，達傳播之目的。

二、整合行銷傳播

整合行銷傳播強調行銷與傳播皆不可偏廢，以前所謂的「行銷策略」在現在等同於「傳播策略」。傳播注重的是溝通，發展策略的同時先以接觸管理為中心，在適當的時間，以適當的成本發送適當的訊息，經過適當的管道傳至適當的人手上。

(一) 整合行銷傳播的概念

「整合行銷傳播是從事行銷傳播計畫的概念，在確認傳播計畫確實有其附加價值。這個計畫應評估不同的傳播技能—例如廣告、直接行銷、促銷活動及公共關係—在策略思考中所扮演的角色，並透過天衣無縫的整合，提供清晰且一致的訊息，發揮最大的傳播效益。」(劉美琪，2001)，這個定義雖然強調廣告應該與其他訊息來源整合以達到最大的傳播效果，且必須提供一致的訊息，卻忽略了消費者（訊息接收者）在整個運動中所扮演的角色。

(二) 整合行銷傳播的定義

根據西北大學的Schultz教授與其他教授對於整合行銷傳播的定義為：「整合行銷傳播是將所有與產品或服務有關的訊息來源加以管理的過程，使顧客及潛在消費者接觸統合的資訊，並且產生購買的行為，並維持消費者忠誠度。」整合行銷的基礎是以消費者為導向，因此他主張4P的觀念應該被4C（消費者、滿足需求的成本、便利性與傳播）所取代。(Schultz, 1994)

西北大學麥迪遜學院就 IMC 提出了一個詳盡的定義：

「整合行銷傳播是發展並執行各種不同形式的說服性傳播計劃過程，以吸引消費者及潛在消費者；而整合行銷傳播的目標，則是希望直接或間接地影響傳播對象的行為。對於消費者及潛在消費者

透過產品與服務等方式所接觸到的各種品牌或是公司資源，整合行銷傳播都是其為可以傳遞傳播訊息的潛在管道，並將進一步運用消費者或潛在消費者都可以接納的所有傳播形式。簡而言之，整個整合行銷傳播的流程，始於消費者及潛在消費者，並據以反向操作，來決定或選擇說服性傳播計畫應朝何種形式或方法發展。」(Duncan & Moriarty, 1999)

綜上，整合行銷傳播係以環繞消費者為中心為主，本研究主題苗栗縣大閘蟹為例，不論從海峽兩岸農業合作簽訂、優質安全蟹苗進口、專用飼料配方、生態及技術養殖、品牌及產銷履歷標章之建立，其模式操作以消費者為主要整合行銷傳播的對象，並整合各種形式的管道，以接觸管理、訊息管理、關係建立與顧客關係管理等工具傳送訊息與評估結果，以達到行銷的目的。

第二節 事件行銷

事件行銷為公共關係的公關活動、特殊事件，以及整合行銷傳播的事件行銷。事件行銷將目標清楚設定，應用事件活動創造話題與消費者者參與，直接與目標受眾接觸，同時兼具傳播工具與媒介的功能。事件行銷操作必須以企業整體資源做戰略性以及前瞻性的規劃與執行，充分掌握社會與市場的脈動，結合適當的媒介並建立關係。

一、事件行銷的定義

為「品牌或組織針對目標受眾在特定時空、場域中，規劃特定議題並以活動方式呈現的媒體、公共關係及行銷工具，並亦為其他媒體之訊息來源」。事件行銷又稱為活動行銷，是整合本身的資源，透過具有企畫力和創意性的活動或事件，使成為大眾關心的話題或議題，藉此吸引媒體的報導與消費者的參與，進而達到提升企業形象，以及銷售商品的目的，事件行銷的對象，包含活動參與者、消費者、潛在消費者及其他目標受眾（王福闡，2011）。

二、事件行銷的目的

事件行銷成為消費者生活中特殊時刻以及與本身較相關的時刻的一部分，事件的涉入能增廣並加深贊助商與他們目標市場的關係。參與體驗能讓目標對象能對品牌或產品加深印象以及產生情感。歸納目的如下：

- （一）辨認特殊的目標市場或生活形態。
- （二）增加公司或產品名稱的意識。
- （三）創造成強化消費者對主要聯想的知覺。

三、事件行銷達到成功的重點

- (一)活動主題要符合社會趨勢，透過議題的推行將行銷活動結合在一起，必須觀察外在環境趨勢，使議題設定符合目標對象的興趣。
- (二)活動主題必須具有話題性，具有話題性的事件與創新具有新聞價值的議題，能夠引起媒體的注意，而延續曝光的效應。
- (三)參與人物本身對目標對象知名度與偏好度，能引起關注的效果。
- (四)由專業操作與整合：必須由專業人員來統籌企畫執行，達到專業分工並按照企畫流程進行，避免突發意外失控的可能（張永誠，1991）。

四、事件行銷的議題操作

利用事件的議題操作行銷，影響媒體是否對此議題有興趣，並願意將其當成消息來源，做為新聞的一部分。而目標受眾對此議題是否有興趣，以及是否能從其他媒體得知活動訊息，則視事件行銷的媒體效果來決定。製造的話題必須考慮具有足夠的話題力、創意和特色，能吸引媒體報導特點，且對目標對象有賣點。事件行銷議題著重在活動前的宣傳，以及活動的新聞報導。事件行銷議題操作依活動、目標受眾及媒體三種考量層面，每個層面均有其操作因素考量層面。

第三節 政府行銷與傳播

一、何謂政府行銷

行銷，一般人會以為是企業界才會發生的作為，公務機關只要「依法行政」，似乎不必在意政府行銷，真的如此嗎？未必盡然！現代民主國家，選舉已成常態，如何贏得選民的認同，支持政府施政措施，除了「依法行政」，為了化解施政阻力，增進施政成效，政府行銷勢必在行。政府行銷是為公益服務的推廣、促銷活動和措施，目的在促使人民對政策的了解、轉化為對施政的認同，進而獲取人民對政府的支持，從而達成施政成果(吳水木，2007)。

(一) 政府行銷的定義：

國內行政學者吳定對政府行銷所為定義：「政府機關及人員採取有效的行銷策略及方法，促使內部執行人員及外部服務對象，對研議中或已形成之公共政策產生共識或共鳴的動態性過程；其目的在增加政策執行的成功機率、提高國家競爭力、達成為公眾謀福利的目標。」(吳定，2003)

另外，學者黃榮護對政策行銷定義提出看法：「政府公關與行銷並非單純政令宣導、教育民眾或形象廣告，亦非僅是建構良好的人際網絡或交際應酬，而是一種講求方法的社會科學，同時需要身體力行。它的內涵除了在政策形成後，消極的運用行銷方法傳遞訊息，化解反彈聲浪，進而改變內外部顧客想法達到預期行為外；更應在政策疑定前，積極擔任邊界偵測角色，蒐集內、外部顧客的期待與願望，建立大眾參與公共事務的管道。」(黃榮護，2000)。

舉例來說，都市更新、科學園區開發、核電廠、垃圾焚化爐、電信基地台、電力變電所、瓦斯加壓站等嫌惡設施，對民眾而言都會「不要設置在我家旁邊」的堅持，但是如果能做好政府行銷，有效解除疑慮，快速累積施政成果，進而增進人民福祉。

(二) 政府行銷的目的：

「服務化」的政府需要人民配合現代政府是代議政治的「民主化政府」「專業化政府」「服務化政府」，唯其「民主化、專業化、服務化」，所以更需要「政府行銷」。政府行銷的理念可以藉助企業行銷概念而更明晰，但政府行銷非以「營利」為目標，或許應具「成本、效益」概念，但絕對不是以賺取利潤為目的。

「政府行銷」，與企業行銷的手段、策略、方法相同，但理念和目的不同，一般企業行銷，目的在4P，將適當的「產品」(Product)，透過適當的「促銷」(Promotion)，以適當的價格(Price)，達到適當的地方(Place)達到行銷的效果。行銷學大師菲利普·科特勒(Pailip Kotler)在1969年發表的「Broadening the Concept of Marketing」中認為：「行銷不僅是銷售『產品』的一種社會活動，非商業組織可以將行銷的對象由產品擴展成更廣泛的概念，例如：服務、想法、組織本身等；更可進一步將所謂消費者分為客戶、經費贊助者及一般社會大眾」。

其實，科特勒這一不侷限產品而擴及「服務、想法及組織本身」的行銷概念，已接近政府行銷的內涵，政府提供的「服務」，政府的施政「想法」，政府「組織本身」的形象，如果能透過行銷讓民眾了解、認同和支持，施政是不是達到事半功倍的效果。

二、何謂政府傳播

大眾傳播媒介與政治有著密切的連繫，特別體現在政治傳播中，媒介與政治呈現出一種相輔相成的互動關係。大眾傳播媒介具有政治社會化功能，是公民實現政治社會化功能的主要渠道，在促進政治發展方面有獨特作用。在政治傳播過程中，政府必定要對傳播進行政治上的控制，以鞏固自身的統治地位。大眾傳播媒介在建構良好的政府形象中也發揮著非常重要的作用（吳水木，2007）。

政府傳播是行政發展的直播室，政府傳播是傳播行為與政府行為的結合，是信息傳播與公共管理的交叉，更是社會治理與公共服務的擴展。政府傳播既是公共行政的核心職能之一，也由此奠基了社會公共信息的核心場域。政府傳播什麼？怎樣傳播？向誰傳播？傳播效果如何？傳播動力何在？發展趨勢如何？這些表象的背後，透射出的是政府行政文化、公共服務觀等核心價值問題。政府傳播作為一種行政過程或其延續、外化，以具象化的公共權力作為支撐，是實現社會控制、社會管管理的重要方式（高波，2008）。

（一）政府傳播的特質

作為一種工具和手段，大眾媒介的發展經歷了報紙、廣播、電視和網絡四個發展階段，每一個階段都對應著政治發展的不同階段人們對政治秩序的不同要求。大眾媒介既是社會大系統的一個子系統，自身又構成一個包羅萬象的大系統。這個大系統是開放的、發展的、其有效運行，依賴於它與社會系統之間的互動。大眾媒介的傳播內容，就是信息，這而些信息包羅萬象。

大眾媒介參與政治社會化的手段是多種多樣的，往往是多種媒體交織在一起，共同推進政治社會化，並使政治社會化進程呈現出不確定的特點。而且，大眾媒介參與政治社會化的過程是間接的，各種政治知識總是附載於社會和政治信息之內，而政治教化則寓於信息傳播過程之中。

（二）政府傳播的目的

具體地說，這些內容可分為新聞、意見、娛樂和廣告這四個部分，但在不同的民族、制度的國家裡，這些信息的具體表現是非常不一樣的，其中政治制度、法律規章和意識形態對其影響最大。在具體運用上，大眾媒介涉及多種不同的藝術和策略，既有政治性的，也有非政治性的。

從苗栗縣推動大閘蟹養殖結果來看，苗栗縣政府從「科、養、銷、遊」⁶四個面向，形塑苗栗縣優質大閘蟹的品牌認知，均依每個階段，有系統的透過電子、平面媒體向大眾傳播形塑此一優質的品牌，而此舉對養殖產業確實具有提昇之功效。由於政府社會化功能具有持久性的特點，其採取非強制性的交流式的傳播方式，更加契合人自身發展的特點，在客觀上順應了人內在的政治性。正因如此，政府透過大眾媒體的影響，就大閘蟹產業在苗栗而言，能對消費者產生深刻和長遠的影響，這也是政府傳播的所達到具體功效。



⁶ 所謂「科、養、銷、遊」就是科學技術、生態養殖、建立行銷管道、結合旅遊觀光產業四個面向（王武、楊志剛，上海海洋大學，2012）

第三章 當大閘蟹遇見苗栗

近年來，兩岸進行有史以來的密集交流，而此交流未來將持續進行中，這是大環境使然，並且有沛然莫於禦之之趨勢。2011年起，苗栗縣政府與上海市進行一連串的農業參訪交流，就在一次交流中，苗栗縣開啟了推展養殖大閘蟹的重要里程碑，筆者透過向苗栗縣觀光協會江德利理事長訪談⁷，對苗栗縣養殖大閘蟹的起源及如何開始做一個描述。

有一次縣長宴請來訪的上海副市長，在餐會中介紹苗栗縣是農業大縣，是個好山好水的地方，提起到泰安鄉有養鱒龍魚跟鱒魚，當下有位上海台辦的官員遂提起鱒龍魚跟鱒魚與大閘蟹養殖條件相仿，那也可以養大閘蟹啊！據我所悉之前國務院台辦副主任鄭立中來訪餐會時劉縣長就提到兩岸大閘蟹養殖的合作的可能性；談到秋天到上海陽澄湖吃大閘蟹，但如果台灣有養殖的話就不用千里迢迢到陽澄湖去吃，那該多好？

那時我還有提起我們的漁民每到冬至要出海去捕鰻魚苗，經常被海浪捲走，非常危險，鰻苗繁殖較不容易，然蟹在台灣則因污染問題愈來愈少，那蟹的除鹹水以外，淡水的蟹則要靠人工養殖，目前則是沒有蟹苗的來源也沒有這樣的養殖技術，那麼是不是可以評估台灣苗栗縣是否適合養殖大閘蟹？

⁷ 專訪苗栗縣觀光協會理事長暨苗栗縣大閘蟹運銷合作社理事主席江德利。訪談時間：2013年4月19日

其實就我們所知台灣在當時就已有好幾個縣市的農戶已經有在養殖大閘蟹，當然苗栗縣也有業者正進行養殖，但他們都是私下自行養殖並不願意曝光，不願意曝光的原因一則是因為養殖水質怕受破壞污染，另因養殖的育成率很低，雖然看似有這樣的市場，但是卻因育成率不足的情況下，大閘蟹養殖無法形成產業。

上海陽澄湖的大閘蟹養殖是中國最大的養殖區，具有專業技術，如果可以將大陸的蟹苗及技術提供並輔導苗栗縣來進行兩岸養殖的技術交流，應將可提高並解決蟹農戶有關養殖的困境，縣長當場即要求台辦協助這樣的合作機會，於是在以上這樣的機緣下促成了大閘蟹養殖在苗栗的序曲。

大陸官方回國後便非常積極的安排，約莫過不到一個月的時間，便與我方苗栗縣政府農業處連繫，希望能安排上海海洋大學等相關技術人員前來苗栗縣進行實地評估，在實地評估後確認苗栗縣的天然地理環境等是適合養殖大閘蟹，便邀請劉政鴻縣長前往上海參訪蟹苗培育中心、蟹養殖場及上海海洋大學等相關單位，並在此次參訪時簽訂了兩岸首次官方農業合作的先例，苗栗縣就此展開了大閘蟹養殖這個新興產業。

農業參訪交流後上海海洋大學派員來到苗栗實際考察養殖環境，經過評估，專家一致認為苗栗的確能夠養殖出優質的大閘蟹，兩岸養殖技術合作計畫隨即啟動。

2011年10月15日，苗栗縣政府農業處遠赴上海，由縣長劉政鴻與海洋大學校長潘迎捷，在上海西郊賓館，雙方共同簽訂「中華絨螯蟹養殖科技合作協議」，開創了兩岸首次簽訂養殖大閘蟹技術輔導合作的先例。該項合作協議經苗栗縣政府依兩岸人民關係條例規定函送行政院大陸委員會及行政院農業委員會，經二會於100年10月30日核定辦理，是屬於海峽兩岸符合現行法規規定之「農業合作」（苗栗縣政府全球資訊網苗栗大閘蟹專頁，上網時間：2013.01.25）。

2012年1月，上海海洋大學教授及養殖技術人員進駐苗栗縣，首批大閘蟹苗於2012年1月12日凌晨經由大陸官方上海出入境檢驗檢疫局檢疫通過，並分5批合計30萬隻蟹苗合法引進苗栗，上海海洋大學教授長駐苗栗，提供專業技術輔導，同時不定期辦理座談會與參訪交流活動，傳授成功經驗（苗栗縣政府全球資訊網縣府新聞網頁，上網時間：2013.01.25）。

2011年起，苗栗縣政府與上海市進行一連串的農業參訪交流，開啟了苗栗縣推展養殖大閘蟹的重要里程碑，農業參訪交流後上海海洋大學派員來到苗栗實際考察養殖環境，經過評估，專家一致認為苗栗的確能夠養殖出優質的大閘蟹，兩岸養殖技術合作計畫隨即啟動⁸。

2011年10月15日，苗栗縣政府農業處遠赴上海，由縣長劉政鴻與海洋大學校長潘迎捷，在上海西郊賓館，雙方共同簽訂「中華絨螯蟹養殖科技合作協議」，開創了兩岸首次簽訂養殖大閘蟹技術輔導合作的先例。該項合作協議經苗栗縣政府依兩岸人民關係條例規定函送行政院大陸委員會及行政院農業委員會，經二會於100年

⁸ 專訪苗栗縣政府農業處主管人員B先生。訪談時間：2013年3月23日

10月30日核定辦理，是屬於海峽兩岸符合現行法規規定之「農業合作」（苗栗縣政府全球資訊網縣府新聞網頁，上網時間：2013.01.25）。

2012年1月，上海海洋大學教授及養殖技術人員進駐苗栗縣，首批大閘蟹苗於101年1月12日凌晨經由大陸官方上海出入境檢驗檢疫局檢疫通過，並分5批合計30萬隻蟹苗合法引進苗栗，上海海洋大學教授長駐苗栗，提供專業技術輔導，同時不定期辦理座談會與參訪交流活動，傳授成功經驗（苗栗縣政府全球資訊網縣府新聞網頁，上網時間：2013.01.25）。

當大閘蟹遇到苗栗，造就許多成功創舉，由於苗栗縣政府全力輔導養殖戶，並透過各種激勵措施，在2012年苗栗縣確實養殖出活力、健康又營養美味的優質大閘蟹，成功推展在地特色農產，同時也部分滿足台灣大閘蟹市場需求，透過苗栗優質大閘蟹產地標章的安全認證，在地生產在地銷售的行銷策略，建立苗栗優質大閘蟹品牌，成為著名苗栗農特產品，本個案在兩岸農業合作尚屬創舉，其模式除可供其他縣市在推動大閘蟹養殖之參考，也可作為其他農業合作之借鏡⁹。

⁹ 專訪苗栗縣觀光協會理事長暨苗栗縣大閘蟹運銷合作社理事主席江德利。訪談時間：2013年4月19日

第一節 大閘蟹在大陸的產銷現況

一、大閘蟹在大陸的歷史背景及地理分佈情形

(一) 大閘蟹的歷史背景

大閘蟹早在夏禹治水時期，已有巴解¹⁰利用以火光誘蟹，成為天下第一食蟹人的傳說，但由於歷史跨大其真實性有待考究，自古以來長江流域就有食用大閘蟹的傳統，具有非常悠久的生產與消費歷史，據「清嘉錄」記載，早在唐朝時代，大閘蟹已被列為朝廷貢品（李偉中，2006）。

中華絨螯蟹幼時棲息於淡水湖泊河流，但在河口半淡鹹水域繁殖；新生幼蟹溯河進入淡水後，棲於江河、湖泊的岸邊；喜掘穴而居，或隱居在石礫、水草叢中。

成蟹特徵為身體近圓形、頭胸甲背面為草綠色或灰綠色，腹面灰白色；腹部平扁，雌體腹部呈卵圓形至圓形，雄體腹部呈狹長三角形；螯足用於取食和抗敵，其掌部內外緣密生絨毛，絨螯蟹因此而得名(圖 3-1)。屬雜食性動物，以水生植物、底棲動物、有機碎屑及動物屍體為食。

¹⁰ 人稱天下第一吃蟹人，相傳大禹治水時，為一名督工的小官。

「青背、白肚、金爪、黃毛」為其特徵。
青背（殼青、有光澤）



白肚（蟹腹部磁白色、有光亮）



金爪（爪子呈現黃金般的色澤）



黃毛（蟹爪佈滿黃毛鬚）



一、九月圓十月尖，農曆九月宜吃雌蟹(左圖)，黃多肉厚；十月宜吃雄蟹(右圖)，膏滿肉堅。



二、屁股肥厚表示蟹膏飽滿。



圖3-1、大閘蟹成蟹特徵

資料來源：苗栗縣政府全球資訊網苗栗大閘蟹專頁，上網時間：2013.01.2

關於大陸大閘蟹生產史無法詳盡考證，1949 年以後，大閘蟹從生產沿革上大致可分為三個階段：（水產市場，陽澄湖大閘蟹專刊 2010.8 月第 8 期）

1. 第一階段

20 世紀 60 年代以前，陽澄湖大閘蟹生產完全依賴生殖洄游，自然生長，自由捕撈，國家收購的形式來完成生產周期。每年的秋末冬初，成熟個體洄游到淺海中交配繁殖，卵於翌年 3-5 月孵化，蟹苗從海水中遷入淡水發育成幼蟹，逆長江而上，經長江支流進入陽澄湖生長育肥，由沿湖漁民用絲網、漁簍（迷魂陣）自由捕之。

年復一年，周而復始。該階段生產水平落後，產量低而不穩定，但河蟹規格比較大，一般單個在 4 兩以上。陽澄湖區漁業管理體系尚未真正形成，產品銷售渠道主要是國營水產供銷部內。

2. 第二階段

20 世紀 60 年代末至 90 年代初，由於水利工程建設，沿長江攔壩築閘，基本切斷了河蟹生殖洄游通道，蟹苗無法進入陽澄湖。與此同時，隨着科學技術的進步，人們採用人工移植的辦法，將長江撈取的大眼幼體或幼蟹，人為放流至陽澄湖，讓其在湖區自然生長，由沿湖漁民使用絲網漁簍進行捕撈。該階段湖區成立了蘇州市陽澄湖漁業生產管理委員會。

1985 年後實行了劃湖管理，由原蘇州市的吳縣和昆山縣負責管理，並對河蟹實行了禁捕期和捕撈許可證管理制度。由漁管會根據沿湖漁業村勞動力狀況，統一發放捕撈許可證。河蟹銷售由統一收購逐步走向市場經濟，陽澄湖大閘蟹逐步走出國門，但數量比較少。

3. 第三階段

20 世紀 90 年代初期至今，隨著河蟹人工繁殖得到了技術性突破，加上農村結構的調整，陽澄湖的圍網養殖得到空前發展。1992 年，現陽澄湖鎮的 16 戶農民率先在陽澄湖東湖開始進行圍網養蟹試驗，取得較好的效益。

從而引發了整個湖區的圍網養殖風潮，1996 年至 2001 年圍網養殖達到了頂峰，全湖區圍網養殖面積達到 1427 萬畝，2001 年 10 月恢復蘇州市統一管理制後，市政府對陽澄湖的圍網養殖進行了全面整治，目前已將圍網養殖面積縮至 32 萬畝，設置成了 20 個整齊劃一且規範的標準化養殖小區。

2002 年 9 月 18 日經蘇州市民政局和農林局批准成立蘇州市陽澄湖大閘蟹行業協會，並與蘇州市出入境檢驗檢疫局、江蘇省水環境檢測中心蘇州分中心合作，對耐水質、底質、投入品及產品進行全程監測。

(二) 中國大閘蟹地理分佈情形

中華絨螯蟹 (*Eriocheir sinensis*) 自然分佈於亞洲北部、朝鮮西部和中國，而中國境內分佈可分為長江水系、遼河水系、甌江水系這 3 個種群，其中以長江下游陽澄湖的大閘蟹最有名氣。大閘蟹是中國大陸一項重要的水產資源，主要分布於東部沿岸各省通海的河流與湖泊中 (吳璧鍾，2011)。

二、中國大陸大閘蟹生產概況

中華絨螯蟹 (*Eriocheir sinensis*)，屬節肢動物門、甲殼綱、絨螯蟹屬，俗稱河蟹、毛蟹、湖蟹、大閘蟹，為淡水蟹中經濟價值最高的物種。大閘蟹養殖在中國大陸相當興盛，有著非常悠久的發展歷史。其味道鮮美，營養豐富，屬高經濟洄游性甲殼類動物，中國大陸透過多年的經驗累積，產銷系統已相當完備，不管是養殖技術還是產業規模方面都已至到很高的水準，從選種、育苗、養成、銷售形成一條龍的產業鏈，包含技術面、經濟面、規範面均有一套完善的產銷流程。

大閘蟹養殖業已成為中國大陸發展最為迅速、最具特色、最具潛力的支柱產業。根據中國大陸 2009 年統計資料顯示，大陸大閘蟹養殖涉及卅個省(市、自治區)，面積達 66.7 萬公頃，產量 53 萬噸，產值人民幣約 280 億元，已成為中國大陸淡水漁業單品種產值最大的產業(王武、李應森，2011)。

中國大陸自 80 年代末期突破大閘蟹人工育苗技術的瓶頸之後，養殖面積及放養量不斷增加，產量也逐年的成長(陳蘭蓀，2009)。經過幾年發展，大閘蟹已成為長江下游地區，淡水養殖的第一產業，並形成了由選種、育苗、養成直至銷售的完整產業鏈。由於具有獨特風味及口感，使得大閘蟹名聲享譽國內外，不僅國內需求量大，國外訂單也逐年增加，每年有上千噸的出口量銷往海外市場，為中國大陸重點發展的出口水產品。

中華絨螯蟹(*Eriocheir sinensis* H)俗稱河蟹(以下簡稱河蟹)，是中國特有的名優水產品，主要分布在中國長江、遼河、甌江流域，河蟹是長江中下游等地區重要的養殖對象，河蟹養殖業也是中國漁業

生產中發展最為迅速、最具特色、最具潛力的支柱產業；隨著農村產業結構調整，河蟹對於調整農村產業結構，促進農民增收發揮了重要作用，經過三十餘年的發展，河蟹養殖業已基本形成河蟹育苗（工廠化育苗和土池育苗）、幼蟹規模化培育、成蟹養殖（池塘生態養殖、輪牧式網圍養殖、大水體增養殖）、產品加工、出口創匯等完整的產業鏈(周剛 周軍，2011)。

但由於技術基礎薄弱、技術積累有限、部分已有技術成熟度不夠、新技術普及率跟不上產業發展的步調等問題，河蟹養殖效益波動時間過大，各地河蟹養殖技術水平差異顯著，河蟹產業的可持續發展受到一定的影響。但河蟹養殖業已成為中國獨具特色的產業，有力地帶動了飼料、漁藥、餐飲、旅遊、貿易等相關產業的發展。

三、中國大陸大閘蟹銷售概況

由於中國近來人民生活水準的提高，以往價格昂貴的大閘蟹也開始出現在民眾的餐桌，其國內水產品市場對大閘蟹的需求不斷增加，我們以陽澄湖大閘蟹為例，中國水產門戶網報導指出：隨著陽澄湖大閘蟹知名度的提，假冒仿冒蟹也越發猖獗，記者電話連繫了陽澄湖大閘蟹原產地的知名老店巴城陽澄湖阿四蟹莊相關負責人表示：其實正宗的陽澄湖大閘蟹實際每年的產量僅 2200 噸左，很大一部分陽澄湖都是非正宗的（中國水產門戶網，上網時間：2013 年 4 月 20）。

在本章節中提到陽澄湖大閘蟹養殖，以圍網養殖政策，將養殖面積縮小至 32 萬畝，規範成標準化養殖小區，所以在產量上均受到一定的限制，其主要的銷售管道為：1.專賣店 2.超市 3.高檔酒店 4.電子商務平台，在蟹塘未開塘前即開始預售蟹券，蟹券則

以重量分級來區分使用標準，另也有以禮盒運送的銷售方式。

陽澄湖大閘蟹專用標識的使用標準¹¹：

- (一) 生產、銷售的陽澄湖大閘蟹符合國家標準《地理標誌產品 陽澄湖大閘蟹》(GB/T1 9 9 5 7—2 0 0 5)和國家品質監督檢驗檢疫總局公告(第71號)的規定。
- (二) 需提供真實有效的養殖憑證和管理資訊憑證(IC卡)。
- (三) 在指定交易監管場所完成交易資訊記錄並加施專用標識。

陽澄湖大閘蟹因知名度高市場價格連年走高，也就愈造成其市場管道混亂的問題，銷售市場混亂則容易在運輸及銷售過程中出現摻入假冒的陽澄湖大閘蟹，甚至為了仿冒便在蟹的身上塗抹洗蟹粉，以此「增白美容」變身成青背白肚的陽澄湖大閘蟹來欺騙消費者(中國水產門戶網，上網時間：2013年4月20)。

於是產地直銷則是確保品質最好的的模式，推出透過網路直銷及電話的訂購的方，杜絕銷售過程中被摻假、調包的疑慮，即線上購買線下直接運送的商務模式，真正能給予消費者真正品質保證的陽澄湖大閘蟹

四、中國大閘蟹產業發展特點與趨勢

大閘蟹是中國特有淡水經濟養殖品種，20世紀80年代以前基本以天然捕撈為主，80年代後期以增殖放流為主，90年代初隨著河蟹育苗技術的突破，河蟹的池塘和湖泊網圍養殖開始興起，並迅速發展，90年代中後期，池塘及網圍養殖技術基本成熟，形成蟹苗—蟹種—成蟹的產業鏈雛型(李偉中，2006)。

¹¹ 蘇蟹網，上網時間：2013年4月20

中國大陸經過多年的發展和進步，河蟹的養殖技術在各地不斷取得創新，並朝以下模式過渡(周剛、周軍，2011)。

(一) 養殖模式的多樣化

池塘養蟹、網圍養蟹等，因地制宜、形式多樣。

(二) 養殖技術的系列化

有一齡商品蟹養殖技術、二齡大規格商品蟹養殖技術、種草養殖技術、生態養蟹技術、健康養蟹技術等。河蟹養殖技術不斷得到充實完善。

(三) 苗種生產的規模化

土池露天自然育苗面積逐年擴大，塑料大棚溫室培育仔蟹、池塘培育蟹種形成體系，推動著河蟹養殖向著規模化、產業化方向發展。

目前中國河蟹產業正處在一個良好的發展時期，其特點是養殖範圍越來越廣，不但長江流域、沿海地區養殖，北方和內陸地區也在不斷引進發展；產業加快向重點適宜地區集結，成為當地優勢產業；產業升級步伐加快，從育苗、成蟹養殖到加工，從國內市場到國際市場，產業鏈逐步完善，附加值不斷提高。

近年來，隨著漁業結構調整不斷深入，河蟹作為中國特種水產養殖業的主要品種迅速掘起，養殖規模不斷擴大，養殖水平穩步提高。其產業經營機制不斷創新，融入了公司化、股份制等一些現代企業元素，呈現出良好的發展勢頭，河蟹業逐漸成為一些地區現代實業的主導產業。河蟹產業的快速發展，為小龍蝦、甲魚等現代高效養殖業發展提供了可借鑒的路徑選擇，而且為蔬菜等其他實業產業發展了有益的啟示(樊寶洪、周宏華、朱健，2010)。

五、中國大閘蟹產業發展存在問題

隨著生產規模的進一步擴大，養殖面積的逐步增加，在河蟹養殖過程中出現了種質資源污染、種質退化、環境惡化、養殖病害頻發、品質下降、養殖產業技術不穩定、優質蟹比例偏低等問題，嚴重影響了河蟹產的持續穩定發展（王武、李應森，2010）。

（一）種質資源退化污染

規模化的養蟹業需要大量優質高產的苗種，由於技術與市場價格的雙重作用，現在用於繁殖育苗的河蟹新本基本上都選自於本區域的養殖成蟹，不經嚴格淘汰，又沒有採取必要的技術措施和手段，造成長江水系河蟹特有的品質逐步退化，每年異地大量引購蟹苗、蟹種，又造成了河蟹種資源的污染。

（二）飼料營養缺乏系統研究

20世紀80年代以來，我國漁用飼料工業發展很快，對我國水產養殖業的高產、穩產起了重要作用。目前，河蟹飼料業雖然發展較快，也有了一定的生產和銷售規模，但提供蟹飼料生產企業基本是以重用飼料生產為主，缺少嚴格意義上的河蟹營養需求和配方研究。另外由於成本的原因，河蟹飼料價格較高，市場應用情況不理想，制約了河蟹飼料業的發展。

（三）病害基礎研究依然薄弱

近年來，河蟹每年傳病害發生造成的直接經濟損失超億元，為減少病害發生，江蘇等部分河蟹養殖發達地區依托國家“十一五”科技支撐項目，在河蟹示範區建立了預防為主的河蟹健康養殖技術體系，基本上控制了河蟹重大病害的大規模發生，但由於在河蟹病理和病原、快速診斷技術、防治藥物等相關基礎研究較薄弱、不系統和不同步，造成了目前河蟹病害時有發生的狀況。

(四)河蟹加工工藝落後

河蟹加工製品品種單一，尚未形成系列化，目前中國河蟹產品仍以鮮活銷售為主，深加工方面基本空白，沒有形成一個完整河蟹加工的產業體系，制約了河蟹產品的綜合利用和河蟹產業的均衡發展，極待引入相關技術，增加加工製品的種類，創新加工工藝，有效推動河蟹加工產業向系列化方向發展。

(五)質量安全監測有待加強

在質量安全監測方面，雖然已經加大了監測力度，但目前有些環節重視不夠，導致出口商屢次受阻，造成較大的經濟損失。2006年10月我國行政院衛生署在中國大陸輸台的陽澄湖大閘蟹中檢出致癌物「硝基呋喃」代謝物，此事件一經報導引起消費者對江蘇大閘蟹的恐慌，嚴重影響了中國大閘蟹的正常出口、銷售，損害了江蘇大閘蟹品牌形象（周剛 周軍，2011）。

第二節 大閘蟹在台灣的產銷現況

臺灣大閘蟹養殖源起，據行政院大陸委員會的專案研究報告中指出，大閘蟹在1993年時已引入約十萬尾在彰化飼養的紀錄，在當時評估為養殖簡單且利潤豐厚的可投資性物種(孫寧，1993)。有關當時引進後在彰化放養成果及後來為何無持續養殖，由於未有後續研究報告加上年代久遠已無從得知(吳璧鍾，2011)。

在2006年以前大閘蟹於財政部關稅署的統計資料庫內並沒有專屬的進口號列，因此將進口量全歸屬在「其他活蟹類」中，以至於無法得知確切的進口量。追溯大閘蟹最早出現在市面上販售的時間約在2001年左右，當時的來源大多靠走私進口。

台灣於2003年起正式開放大閘蟹進口；但2006年底中國大陸進口的大閘蟹經檢驗，含有超標的致癌物「硝基呋喃」，測得含量約1.1至2.5 ppb，當年9月測得含量更高達4.7 ppb，行政院衛生署隨即針對大閘蟹含違規動物用藥情形，採行加強管控措施，規定每批大閘蟹均需檢附檢驗報告，並符合我國食品衛生管理法，且禁止旅客攜帶入境，自2007年起，進口大閘蟹需檢附經國際認可實驗室所核發之檢驗合格證明文件始准進口(行政院衛生署，2007)。隨著大閘蟹進口檢驗門檻提高，進口商因此暫停中國大閘蟹成蟹進口。

有鑑於大閘蟹的廣大消費市場，我國養殖業者自2007年開始自行養殖，但由於國內育苗技術尚未成熟，我國養殖業者多從中國大陸引進大閘蟹蟹苗至台灣放養，經過幾年產業草創期，台灣大閘蟹養殖逐漸遍布全台，成為台灣新興養殖產業。

據「財政部關稅署」的統計資料，2007 年台灣進口蟹苗量僅 221 公斤，隔年小幅成長至 1,408 公斤，2009 年蟹苗的年進口量有快速增加到 6,681 公斤，到 2010 年蟹苗進口量來到 20,444 公斤，蟹苗整體進口量與 2007 年相比，成長幅度將近達 100 倍。但 2011 年起蟹苗進口量又開始減少至 11,462 公斤，2012 年進口量持續減至 10,180 公斤，整體減少數量甚鉅。但台灣自 2012 年起又開始進口大閘蟹，該年活大閘蟹進口數量達 289,402 公斤，此又顯示台灣仍有大閘蟹市場之需求。(財政部關稅署全球資訊網，上網時間：103.05.22)

根據「中國水產品進出口貿易統計年鑑」，2006年中國大陸大閘蟹出口量為1,760公噸，主要出口地區依序為香港718公噸、韓國651公噸、台灣229公噸、日本141公噸，總產值高達1,298萬美元。

台灣正式官方統計數據是從 2007 年起，開始進口蟹苗至台灣放養，生此之前並沒有發現有較大規模養殖大閘蟹的記錄，所以市場上所提供的大閘蟹多仰賴中國大陸進口。台灣與中國大陸飲食文化相近，台灣人對大閘蟹也具有很高的接受度，2006 年中國「水產品進出口統計年鑑」中，台灣佔中國大陸大閘蟹出口量的第三位，排名僅次於香港及韓國(吳璧鍾，2011)。

一、台灣大閘蟹生產概況

台灣目前的大閘蟹養殖，主要是以成蟹的養成為主，蟹苗的來源則由中國大陸方面進口，本研究訪談養殖業者表示：有部分業者放養的是台灣自行繁殖孵化的蟹苗，但數量極為少數，大多數養殖業者放養的蟹苗，還是由中國大陸進口。根據訪談的資料得知，台灣進口的蟹苗主要來自安徽與江蘇兩個省份¹²。

¹²專訪苗栗縣政府養殖輔導團輔導人員 E 先生。訪談時間：2013 年 4 月 10 日

台灣於 2003 年起正式開放大閘蟹進口，一上市即廣受消費者青睞，隔年進口量快速攀升並達到高峰；2006 年底檢驗出中國大陸進口自大閘蟹含有超標的致癌物『硝基呋喃』，隨即禁止入境旅客攜帶大閘蟹，加強查驗管制，進口商均需檢附由中國大陸檢疫局核發之「動物衛生證書」，且所有檢驗項目須符合我國之標準才得以申報。進口的大閘蟹也須逐批檢驗。為加強管控進口大閘蟹，並重與其他種類活蟹區隔，增列「中華絨螯蟹」進口號列，方便查驗控管。

由於檢驗門檻高，申請手續繁雜，加上近年主要供應出口大閘蟹的產地太湖、陽澄湖，因過度圍養，造成湖水優養化，藍藻大量繁生嚴重影響當地水質，中國大陸政府下令減少圍養面積以進行湖水整治工程；陽澄湖從原本的 11 萬畝縮減至今的 3 萬多畝，太湖更是從 20 萬畝縮減至 4 萬多畝（李偉中，2006；陳蘭蓀，2009），造成高品質大閘蟹產量銳減，大陸內部市場供不應求，業者出口的意願降低。

自 2007 年起，台灣即未曾接獲業者申請進口。自 2007 年起，中國大陸大閘蟹就不曾進口至台灣，少了供應來源，吃大閘蟹必須遠赴港澳或中國大陸才有機會品嚐，不然就要依靠非法貿易管道取得，不僅價格昂貴，安全衛生更是沒有保障。

大閘蟹無法進口，但市場還是具有一定的需求度，有業者看好這塊產業的商機與其發展潛力，自 2007 年開始，自行從中國大陸引進蟹苗至台灣放養；經過幾年的技術摸索後，大閘蟹養殖逐漸的在台灣落地生根，成為台灣的新興養殖產業。

二、台灣大閘蟹銷售概況

目前台灣所生產的大閘蟹主要消費市場以國內市場為主。大閘蟹屬於季節性商品，每年中秋節前後是商品蟹上市的時候，這時大閘蟹會將體內儲存的能量轉移至性腺發育使用，通常來說體型越大的大閘蟹，因自身養分充足，性腺發育越飽滿，蟹膏蟹黃也就越濃郁；到了農曆 11 月左右，離上市時間約兩個月以後為最後的銷售時間，商品蟹因無法交配，性腺即開始慢慢萎縮，這時大閘蟹的食用價值也就慢慢消失¹³。

大閘蟹的販售均以活體的形式進行交易，由於大閘蟹死後會產生具有毒素的組織胺，死亡時間越長，蟹體內累積的組織胺越多，即使，用高溫烹煮，組織胺也不易被破壞，若食用容易造成食物中毒危害人體健康(李偉中，2006)。

依據相關資料整理得知，目前台灣大閘蟹養殖戶的銷售管道有：

(一) 販運商收購

販運商會直接至池邊向養殖業者收購的交易方式，轉售給飯店、餐廳、連鎖超市等。但是通常販運商只願收購大蟹，再轉售給上述的店家。但因為販運商只收購大蟹，且收購時會將價格壓低至只有市場行情的一半以下，所以大部分養殖戶販售的意願較低。

(二) 網路直銷與現場販售

建立自己的部落格或養殖場的專屬網頁，或使用合購網、雅虎等拍賣網頁，利用網路行銷的力量，將養殖場所生產的大閘蟹推廣出去，消費者從網路得知訊息後，可直接從網路上下訂單，或以電話訂購；若條件許可之下可逕行自養殖場選蟹參觀，除了確保訂購

¹³ 專訪苗栗縣觀光協會理事長暨苗栗縣大閘蟹運銷合作社理事主席江德利。訪談時間：2013 年 4 月 19 日

大閘蟹健康無虞之外，部分養殖場還有提供現場烹調的服務，購買之後可直接在現場食用。

此種銷售模式對於生產與消費端彼此都有利，養殖戶的生產成本可直接反應於消費者，消費者也可減少在販運商轉手產生的價差，養殖戶因而增加收益，消費者也能以較便宜的價格買到大閘蟹。

但此種銷售模式建立在品牌與高知名度的前提之下，若沒有花大錢在行銷方面多加努力，或媒體的推波助瀾的幫助下，基本上是銷售無門的，所以通常大部分養殖戶都會採用此銷售模式，但真正成交的量其實並不大，可能佔所有產量的一小部份而已¹⁴。

（三）飯店餐廳與超商收購

因個體養殖戶的生產量有限，無法滿足餐飲業者在質與量上的需求，所以通常採用此種模式銷售的養殖戶都有加入生產聯盟，數十家養殖場合作集貨供應，以符合訂單所需要的品質與數量。

（四）其他

訪查所得的其他通路還有傳統市場、釣場、快炒店等，通常採用此銷售模式的產品通常為個體較小，品質較差的大閘蟹，養殖戶以便宜的售價批發給上述的幾種銷售管道，補貼成本，降低損失。

台灣大閘蟹的銷售形式可以重量或個體出售。2010年台灣大閘蟹產業受到颱風及聖嬰、反聖嬰等氣候異常的現象影響下，第一波東北季風來的較晚，冬季的氣溫也較往常高，大閘蟹性腺發育較慢，飽滿度不佳，造成整體產量的下滑，銷售金額也跟著上漲，平均每兩的價格約在120~150元左右（吳璧鍾2011），銷售的價格與體型成等比的成長，尤其是4兩以上的商品蟹，由於產量較稀少，價格方面更是水漲船高。

¹⁴ 專訪苗栗縣觀光協會理事長暨苗栗縣大閘蟹運銷合作社理事主席江德利。訪談時間：2013年4月19日

中國大陸與台灣氣候型態大不相同，養殖各項的環境條件也不相同，所以中國大陸所用的養殖模式移植到台灣以後不一定適用，由於台灣的大閘蟹養殖還處於探索階段，放苗的時間點與放養蟹苗的規格如何配合，才能使養殖業者以最少金錢與時間獲取的最大獲益，係未來需要努力的方向。

三、台灣大閘蟹發展限制

行政院農委會漁業署「101年度養殖水產品產業輔導-大閘蟹產業資訊彙整分析」研究分析指出，台灣養殖大閘蟹經營困難之處，其中多數業者認為台灣大閘蟹養殖活存率太低(40%)為主要因素，其次為銷售問題(21%)。其他(16%)方面包含，養殖池塘水質問題、缺乏技術輔導及政府開放進口大陸活大閘蟹進口，衝擊本土養殖產品市場等。(行政院農委會漁業署，2012)

(一) 養殖技術及質量的阻礙

台灣發展大閘蟹養殖僅數年的時間，由於大閘蟹養殖屬新興養殖一種，許多養殖業者在經營管理尚無法完全掌握，雖然中國大陸大閘蟹養殖歷史悠久，也有許多養殖技術文獻可供參考，但由於台灣的地理環境與中國大陸有極大的差異，所以大閘蟹移植台灣養殖可能會因為養殖條件的不同而需進行養殖經營管理上的修正¹⁵。

養殖目前所產生的情形有，蟹苗進口品質良莠不齊、放養密度過高導致成長趨緩，存活率偏低、養殖環境管理不穩定、幼蟹生長環境變異大、池塘水草密度過低、植物性餌料缺乏且隱蔽物不足，易發生殘食、動物性餌料投餵管理不當，池底老化嚴重、池塘結構不良，進排水系統不完善、大閘蟹局部挖洞逃脫，造成生態環境破

¹⁵上海海洋大學養殖專家書面建議，王武教授。建議時間：2012年4月25日

壞、池塘管理不當，導致爛肢病、黑鰓病及甲殼潰瘍病等疾病的發生，導致生產量降低、養殖週期長，屆中秋大閘蟹上市季節，台灣大閘蟹體型小，無法及時收成，而錯過最佳上市時機，銷售量及價格都有不利影響。(劉秉忠，2012)

苗栗縣養殖規模受限地形關係，多為 1-2 分地的小面積養殖，依地形及進水現況採取多池塘養殖，管理成本在與大面積養殖場相較之下，導致單位人事成本較高，就現階段苗栗縣大閘蟹普遍育成率尚屬偏低，因而使每公斤各項變動成本投入相對提高。(農委會漁業署 2012)

(二) 大閘蟹銷售管道受限

目前台灣所生產的大閘蟹主要以國內消費市場為主，大閘蟹屬於季節性商品，每年中秋節前後是商品蟹上市的時候，此時的大閘蟹會將體內儲存的能量轉移至性腺發育來使用，通常來說體型越大的大閘蟹，因自身養分充足，性腺發育越飽滿，蟹膏蟹黃也就越濃郁；到了農曆 11 月左右，離上市時間約兩個月後為最後的銷售時間，商品蟹因無法交配，性腺即開始慢慢萎縮，這時多大閘蟹的食用價值也就慢慢消失(吳璧鍾，2011)。

在大閘蟹運銷通路調查方面，根據台灣大閘蟹養殖業者提供資訊，大閘蟹運銷途徑大致可區分為：現場販售約 31%、販運商收購約 12%、網路直銷約 23%、飯店餐廳約 6%、批發市場及超商收購約 5%、產銷合作社約 16%、其他約 7% 等方式。運銷方式會根據生產區域的差別而有所不同，北部地區及中部地區因貼近消費市場，所以養殖業者以現場販售及網路直銷為主¹⁶。

¹⁶專訪南投養殖業者 F 先生。訪談時間：2013 年 4 月 10 日

(三) 生態環境的威脅

於保育人士所提出大閘蟹為外來物種，有形成氾濫成災而影響本地自然生態疑慮的問題，我們應就環境背景因素作分析。大陸大閘蟹都是在比較大的河流並有湖泊才能形成種群，如長江，黃海，甌江，遼河等。而苗栗縣目前三大溪流為中港溪、後龍溪與西湖溪，河川坡度大而且河川流量變化較大。夏季為豐水期，河水滾滾，冬季則是枯水期，河床乾枯，只剩涓涓細流，是一個標準的荒溪型河流，並不適合大閘蟹形成種群，另外苗栗的河口流域的水文也不見得適合大閘蟹繁殖¹⁷。

而歐洲大閘蟹泛濫的原因證明是經由客貨輪壓艙水由中國攜帶至歐洲與世界各地，剛好歐洲萊茵河等大河流域水文適合大閘蟹生存，歐洲人不吃大閘蟹，少了獵食者的制衡，所以大閘蟹才會在歐洲橫行(吳璧鍾，2011)。

台灣最早養殖大閘蟹區域就是台北，但在大漢溪與淡水河流域並無大閘蟹生存繁殖或危害當地生態的報告。苗栗縣的氣候溪流既不屬於溫帶、也不屬於大河流域，所以並無繁殖下一代的合適環境。

台灣溪流的特性讓在台灣生活的日本絨螯蟹外觀較中華絨螯蟹的軀幹扁身很多便於躲藏，步足短而有力便於在鵝卵石間爬行，習慣湖泊成長的中華絨螯蟹在台灣溪流的天然環境容易被掠食者或惡劣河流環境淘汰(劉秉忠，2012)。

從以上資料顯示「大閘蟹在台灣生長環境不利繁殖下一代」、「飲食習慣中西不同，在台灣有掠食者人類捕捉不易存活」、「大閘蟹價格不貶，養殖戶防逃措施嚴密」，等等因素顯示大閘蟹在台灣造成生態影響微乎其微。

¹⁷專訪苗栗縣政府養殖輔導團輔導人員 D 先生。訪談時間：2013 年 3 月 10 日

第三節 當大閘蟹遇上苗栗

苗栗縣政府 2011 年是在怎樣的一個機緣下引進中國大陸的大閘蟹到苗栗養殖？許多人都會覺得很好奇！最主要的關鍵人物就是苗栗縣劉縣長，因其本身就喜歡品嚐大閘蟹，同時在近年來台灣大閘蟹需求有日漸增加的趨勢，於是便有了如果能引進專業技術在苗栗縣養殖、結合觀光休閒業行銷苗栗產業，提昇農業產值的構想。

苗栗縣政府農業處主管人員¹⁸在回憶起兩岸合作的故事是怎麼開始的時候提到：

在 2011 年 7 月上海市沈曉明副市長及 2011 年 8 月大陸國台辦副主任鄭立中先生到苗栗縣進行參訪期間，劉政鴻縣長在兩位大陸領導來到苗栗參訪的機會，提出兩岸大閘蟹養殖的一個技術交流，希望大陸可以指派專家，協助苗栗縣大閘蟹養殖給予專業技術輔導，大陸領導當場允諾會將這個提議帶回去討論並評估可行性，中國大陸在大閘蟹養殖專業技術已有 30 多年經驗，技術純熟，中國的海洋大學在大閘蟹的養殖技術有相當專業的研究，於是乎就此展開了苗栗縣大閘蟹養殖與中國大陸產官學三方合作的新頁，將大陸養殖大閘蟹成功技術傳承台灣苗栗。

在當年度的 8 月起至 12 月底止，大陸即指派由上海海洋大學養殖專家及教授組成專案輔導小組團隊，到苗栗展開大閘蟹養殖進行實地勘查與環境等相關的評估。先期評估後認為苗栗縣有優良的水質：有溪水、冷泉水、地下水資源、表層水源、水質佳等，常年的氣候和水溫條件適合

¹⁸ 專訪苗栗縣政府農業處主管人員 C 先生。訪談時間：2013 年 2 月 23 日

大閘蟹養殖，且養殖戶態度積極，具有其先天的優厚養殖基礎條件，在專業團隊的輔導下對苗栗縣大閘蟹養殖技術之移轉深具信心。

同年 10 月 15 日劉縣長親自率領苗栗縣政府行政單位相關人員及養殖戶組團參訪上海市實地觀摩養殖場等場地並作技術交流，並與上海海洋大學簽訂了「中華絨螯蟹養殖科技合作協議」，其協議內容為提供苗栗縣大閘蟹蟹苗供給、育苗技術、營養飼料配方、病害防治、生態養殖技術、市場營銷、蟹文化及規模化生產等方面給予苗栗縣專業技術輔導，並由上海海洋大學組成輔導團隊，該校並指派二位（教授及研究員）長駐苗栗縣專業指導，起動兩岸技術交流、產官學合作，創兩岸農業合作首例，劉縣長同時亦將此重點正式列入本縣旗鑑計劃全力推動此業務¹⁹。

一、苗栗大閘蟹生產概況

苗栗縣的土地總面積有 1,820 平方公里，佔全國面積的 5.06%，苗栗縣位於台灣的北部，全縣共有 18 個鄉鎮市，以泰安鄉的 614 平方公里最大，佔了全縣的 33.76%，竹南鎮最小只有 37 平方公里，本縣山地和丘陵佔全縣面積的百分之八十以上，是著名的「山城」。地勢由東南向西北傾斜，河川縱橫穿梭，因此形成多采多姿的生態環境。（苗栗縣政府統計年報，2012）

苗栗縣是一典型的農業縣份，農戶數 39,674 戶，佔全縣總戶數 175,305 戶的 22.63%，農業人口計有 150,062 人，佔全縣總人口數 562,010 人的 26.7%。苗栗縣土地面積 182,031.49 公頃，耕地面積 33158.22 公頃，耕地指數 18.22%。土地使用分區上，都市計畫區內農業區約 2,464 公頃，非都市計畫區內，特定農業區

¹⁹專訪苗栗縣政府農業處主管人員 C 先生。訪談時間：2013 年 2 月 23 日

13,257 公頃，一般農業區 4,045 公頃。若就農畜漁產總值言，農產佔全縣總產值 70%、畜產佔 28%、漁產佔 2%。(苗栗縣政府統計年報，2012)

苗栗縣雖然是多山地形，氣候炎熱，但苗栗縣的水文地理特殊、生態環境多樣化，苗栗具有水質佳、溫度偏低的山泉水資源，水質純淨涵氧量高，水草生長量多，非常適合大閘蟹清水的養殖環境。

苗栗縣大閘蟹養殖區域，分布在公館、通霄、南庄、銅鑼、苑裡、苗市、頭屋、大湖、頭份、三灣、獅潭、大湖等 12 個鄉鎮。

2011 年為苗栗縣大閘蟹的養殖籌備年，然正式開始養殖是在 2012 年，前置作業期間則是請上海海洋大學養殖團隊，進行水質採樣及檢測，池深及底質等的養殖環境評估，農業處主管人員²⁰表示：

在苗栗縣 18 鄉鎮來說，在獅潭、頭份、南庄、頭屋、公館、苑裡、造橋、三灣、苗栗市等地區的原有養殖戶個別進行檢測及評估，經檢測評估後發現這些地區的水質乾淨、水源充沛，溫度也適合，有些鄉鎮的溫度雖然有差異有 2~3 度，但也符合 20 度至 30 度之間，不影響養殖，所以說除了在泰安及南庄部分海拔較高地區，因溫度太低的地區不適合養殖，另外在海線工業較發展的地區則因有工業區林立恐有污染的疑慮排除養殖外，苗栗縣進行大閘蟹養殖區域分布在縣內 12 個鄉鎮地區的養殖戶約 44 戶，養殖面積約近 15 公頃，共計投放約 40 多萬隻蟹苗。

²⁰專訪苗栗縣政府農業處主管人員 C 先生。訪談時間：2013 年 2 月 23 日

目前苗栗縣 102 年輔導的大閘蟹養殖戶達 96 戶，放養蟹苗數量約為 70 萬隻，總面積約達 37 公頃，主要分布區域以南庄鄉、三灣鄉、頭屋鄉、造橋鄉、銅鑼鄉、大湖鄉、公館鄉、苑裡鎮與苗栗市為主。

苗栗縣的農業使用土地區位大多屬山坡地保育區與特定農業區範圍內之農牧用地，故養殖大閘蟹土地大都位於上述土地範圍內，目前苗栗縣政府也在積極輔導養殖戶取得養殖登記證中，並配合中央農委會以活化閒置或休耕農地為政策方向積極推動，增加農民收入為主要目標²¹。

苗栗養殖大閘蟹水源大多屬於地面水為主，因苗栗縣擁有 5 座水庫，水資源豐沛，單一池塘面積約集中在 1-2 分地，平均水深約為 0.5 - 0.8 公尺，所以並無抽取地下水的行為²²。

二、苗栗大閘蟹推動具體措施

大閘蟹本身是非常嬌貴的水產物，養殖過程中常有許多意外造成大閘蟹死亡，許多養殖戶因不諳管理，育成率普遍不理想，相對而言常因不敷成本而放棄養殖，但台灣仍有大閘蟹市場需求。有鑑於此，苗栗縣政府縣長劉政鴻清楚瞭解大閘蟹養殖是非常值得推動的產業，並採取具體措施推動。

經訪問苗栗縣大閘蟹運銷合作理事長江德利表示專業輔導團隊技術指導非常重要，因這關係到後續的養殖意願²³：

²¹ 專訪苗栗縣政府農業處主管人員 B 先生。訪談時間：2013 年 3 月 23 日

²² 專訪苗栗縣政府農業處主管人員 C 先生。訪談時間：2013 年 2 月 23 日

²³ 專訪苗栗縣觀光協會理事長暨苗栗縣大閘蟹運銷合作社理事主席江德利。訪談時間：2013 年 4 月 19 日

有了上海海洋大學的專業團隊教授的進駐，可以解決在養殖的過程中有很多的氣候、水質的變化、傳染病免疫的問題，過去都是蟹農用以往的養殖經驗判斷，但發生了一夕之間整個塘所養的大閘蟹死光，蟹農都還不知道是什麼原因。

但是在大陸海洋大學教授輔導以科學方法來進行養殖，就可以讓整個技術在穩定中發展，讓養殖在有把握的範圍去發展；用過去憑經驗方法來養殖在一夕之間變天是時常有的事，比如說細菌感染，它會有徵兆，在這個徵兆出來時馬上以科學方法來檢驗出來後便對症下藥，這是在過去所無法克服的，過去好像看天吃飯一樣全憑運氣，但在專業技術教授指導讓養殖的過程中，都有教授的親臨指導，因為在每個環節的每個步驟的失誤都將影響大閘蟹養殖的成效。

苗栗縣政府在推動大閘蟹養殖計劃，在生產方面作了許多努力，從苗栗縣政府農業處大閘蟹輔導小組人員訪談得知有以下具體措施²⁴。

(一) 在養殖生產管理方面

1. 成立養殖專案輔導小組

由苗栗縣府籌組專案輔導小組，其成員為苗栗縣政府農業處遴選水產養殖系畢業碩士以上之專業人員三人；與上海海洋大學教授及助理研究員二人共同組成。

2. 建構完整養殖模式

上海海洋大學與苗栗縣政府輔導小組在去年一年來的努力，已規劃出適地適養的苗栗大閘蟹基礎養殖模式。

²⁴專訪苗栗縣政府養殖輔導團輔導人員 D 先生。訪談時間：2013 年 3 月 10 日

(1) 設置養殖記錄簿

在縣府輔導小組的輔導與要求下，每位養殖戶均設有標準之養殖紀錄簿，並要求每位養殖戶紀錄每天之養殖狀況。

(2) 防逃設施更加完善

防逃設施更加嚴護並較與去年更完備，目前養殖方式主要如圖，四周圍皆有防逃措施(橡膠防逃板或鋼板；高約 50-80 公分)，並有配置防鳥網，防止大閘蟹脫逃與鳥類啄食，在放養前輔導小組皆會先行會勘，要求務必做到滴水不露，原因有二：

- a. 為大閘蟹為高經濟水產品(每隻成蟹約在 400 元以上)，一但逃脫將會使養殖業者損失慘重。
- b. 是為降低生態保育人士對大閘蟹養殖的疑慮。

(3) 提高養成率及養大蟹目標

將養成活存率及養大蟹養優質蟹設定為主要目標，具體作法為蟹苗於 2013 年放養密度從 2012 年的 3300 隻/分地降至 1000-2000 隻/分地。另外要求養殖戶於底部設置增氧設備，馬力介於 1-2 馬力之間，主要在下半夜開啟防止大閘蟹缺氧導致死亡，以提高養成率。

(4) 健康安全及生態養殖

為達到生態養蟹，完全不用任何藥物，均要求全縣各養殖戶務必種植水草並在在蟹苗放苗前要求一定要種植完成，水草種類第一優先為苦草，再搭配其他水草如水蘊草、竹草或其他沉水性水草，水草面積約占池底面積的 60-70%，總氨氮要求在 0.5ppm 以下、亞硝酸要求在 0.1ppm 以下，白天溶氧需在 4ppm 以上、pH 值須在 7.5 以上，以維持最佳放養水質。

(5) 全程採用大閘蟹專用飼料

放養後，每分地須放養 120-150 公斤的石螺當作天然餌料，養殖過程需全程使用專用配方飼料，不得使用雜魚內臟等不新鮮的食

物，務必要求所生產的大閘蟹安全、衛生與品質穩定。

(6) 養殖小組與養殖戶交流及溝通

在養殖過程上海海洋大學與苗栗縣政府也會不定時到現場與養殖戶交流與溝通，並找出最適當地氣候水文的養殖方式。

(7) 舉辦產、官、學研究討會

經常舉辦研討會，除了上海大學教授與縣府漁業科人員之外並邀請國內水產專家，把最新最好的養殖技術、資訊與行銷技巧傳授給苗栗縣大閘蟹養殖戶，希望苗栗縣大閘蟹的品質日益進步，並早日建立苗栗優質大閘蟹的品牌。

2011年11月17日上午，苗栗縣政府在會議室召開了全縣大閘蟹養殖產業推動的說明會，大陸專家團王武教授、成永旭教授等並作了大閘蟹養殖技術方面的發言提到：

在養殖大閘蟹除了在養殖專業技術需支援外，大閘蟹苗開始進到池塘後，仍要克服許多環境上的天敵，以蟹自己本身而言，當一隻蟹苗自放入至池中放養到成蟹時，約要脫殼3~5次，每次脫殼時，在脫完殼時的軟體與尚未脫殼蟹的時間落差就是其中之一，沒脫殼的會去咬已脫殼的、有活動力的會去咬活動力差的，剛脫殼後如同產婦一樣身體是很虛弱且活動力、抵抗力差的，身體都是絨毛只有肉沒有殼保護，那未脫殼的只要用兩隻蟹去咬它，把它當食物或者不吃只是咬3~5次便會造成感染死亡。

因此這個技術跟養殖的密度每一分地放養的密度是關鍵，蟹農在沒有科學經驗時，通常每一分地放養的密度為1500隻但蟹農卻想放養3000隻，結果這樣的高密度卻造

成自己的殘殺愈高所以反而存活量愈低，這樣造成的殘殺不是在一夕之間，而是慢慢的陸續殘殺，約在一個半月會脫殼一次，每脫殼一次就會自相殘缺一次，存活的數量愈來愈少，等到 6~7 月時已脫殼三次了，這個時候的殘殺度愈高，也就是說你 1~7 月在成長的時候，該成長的時候緩慢，也就是說明了密度過高也會造成其成長速度緩慢以致體積太小，將來在銷售時會沒有價值，密度高時也會造成自相殘殺的機會愈高，將來在長成的隻數與重量都偏低，質跟量都下降，這就是沒有科學方法所造成的，這是第一個天敵。

(二)大陸提供技術協助方面：

苗栗縣養殖戶與上海海洋大學養殖團隊，在苗栗縣推廣大閘蟹生態科學養殖方法，在專業技術方面下列幾點為主要的輔導方向：

- 1.蟹苗直接由上海海洋大學的蟹苗基地提供，而非以往苗種來源不明，藥檢檢測的問題以及因長途運輸時間過長而致苗種存活率不高，據苗栗縣政府輔導人員表示²⁵：

在養殖的部份產生許多的困難，比如說蟹苗在克服了慎選健康的蟹苗、通過了層層的檢疫困難、縮短通過海關的時間確保蟹苗的存活率到放養進池塘後的餌料，有專業的飼料配方、二家飼料廠的 A、B 配方分別製成後再混合、簽訂保密條款及上海市在飼料配方享有三年的保障期、簽訂協議邀請大陸教授長期駐點進行專業輔導、以科學方法的生態養殖等等作為，都可看出苗栗縣政府積極、努力的

²⁵ 專訪苗栗縣政府農業處主管人員 C 先生。訪談時間：2013 年 2 月 23 日

來促成，為的就是要扶植這個新興產業並確保苗栗大閘蟹
這品牌在市場上的獨占的競爭優勢。

- 2.推廣水草種植，捨棄以往不以水草種植而放置蟹屋的養殖方式，如此除可以提高育成率外，更可以養成健康、優質的大閘蟹，苗栗縣政府農業處輔導人員如下表示²⁶：

大閘蟹養殖密度過高會造成其成長速度緩慢以致體積太小，將來在銷售時會沒有價值，密度高時也會造成自相殘殺的機會愈高，將來在長成的隻數與重量都偏低，質跟量都下降，這就是沒有科學方法所造成的，這是第一個天敵。

大閘蟹本身就是一種屬於雜食性的物種，在沒有餌料時他是靠池中種植水草的密度，降低自我殘殺及躲避天敵獵殺，也是提供蟹本身的食物來源及防止水中優氧化的作用，但是如果水草養的不好的時候，會造成隱藏度過低、殘殺度過高，相對的對陽光的曝曬，該涼的時候要有遮蔽，該熱的時候要有太陽，當陽光的曝曬不夠時，背殼部位會長青苔，青苔容易讓細菌寄居，所以感染菌高，所以日曬必須在半日照的範圍，但如果日照過強會導致水溫過高，日照不夠或水草太密，都不利大閘蟹生長，所以有很多的枝節、環環節節，都是蟹成長的要件，所以環境因素如果没有掌控好的話，生命便會遭受威脅，除了蟹本身的侵吞外，尚有其它的天敵，比如說夜鷺會來啄食、水蛇、老鼠。

²⁶ 專訪苗栗縣政府養殖輔導團輔導人員 D 先生。訪談時間：2013 年 3 月 10 日

- 3.在養殖的過程，全程配合產程使用專用配方飼料，輔以雜魚、螺類等天然餌料，從以下訪談得知如何調製飼料配方²⁷：

大閘蟹整個育成的過程中，每個階段是否能根據成長的需求，給予適當且足夠的營養，於是就請上海海洋大學的養殖團隊針對苗栗大閘蟹調製飼料配方，怕蟹農用以往經驗所用養殖的方法，餵食一些具有污染性的飼料來養殖，舉例來說大雜魚，在漁港漁民從流網捕撈的漁獲中，有一些不要的雜魚，這些雜魚漁民是不要的，通常這些大雜魚是要攪碎當飼料的，因沒有很好的冷凍冷藏設備，但在這樣的過程當中，會因此而腐敗。

雖然這對漁民來說不會有什麼影響，但在養殖大閘蟹時就會污染水質，或有些其重金屬之類的污染，很容易會造成蟹隻的集體死亡，所以就不希望養殖業者用這樣的傳統飼料來餵養大養蟹。

所以就特別請上海海洋大學養殖團隊請他們調配專屬配方，但又怕這樣的配方成份流出到外縣市去，而形成大家一樣訴求要件為同樣蟹苗從大陸通過海關等檢疫通過進口，而飼料成份也一樣從大陸海洋大學的養殖團隊所調配且通過成份安全檢驗合格，將來在品牌市場上將會有不同的競爭條件。

因此飼料配方從海洋大學秘密提供予苗栗縣政府，縣政府再將配方再交給國內評比過的二家優良的飼料大廠，

²⁷ 專訪苗栗縣政府養殖輔導團輔導人員 D 先生。訪談時間：2013 年 3 月 10 日

將飼料分成 A、B 配方交由這兩家分別製造，各別製成後回到了養殖廠後再依各養殖場各別需求將 A、B 配方飼料調配各區水質所適合的餌料，再則這 A、B 配方還可依各生長階段所需去做調整配方餌料，在幼苗時是要增強抵抗力與存活率，到了中苗時是要讓他發育成長快速，到了成熟時期則是要讓他膏滿肉質鮮美，在不同的時間給予不同的營養成份，這些就是在於強調我們苗栗縣的大閘蟹是採無藥養殖的方式。

4. 嚴格藥物管理，全程監測養殖池及週邊生態健康養殖，全程的生產紀錄的養殖方式，並將問題即刻解決，也唯有悉心照料才能養殖優質大閘蟹，苗栗縣政府輔導人員指出²⁸：

全程生產記錄養殖方式，可以隨時掌握養殖的問題，特別是大閘蟹約在中秋節前後，最後一次脫殼時，決定不再脫殼的時候便開始成熟，其實每一次的脫殼是要成長變大，而不再脫殼時就會開始讓肉質變硬膏質變多的階段，當在這轉換的階段時候，先蓄能量將體內的膏質蓄飽後，在天氣冷的時候會往水的流向下游在淡鹹水交界處繁殖，這個時候在被池塘包圍著，蟹在夜間會爬往岸邊，在岸邊的雜草中活動，如果農民因貪圖省事用藥劑噴灑除草好不容易長成的大閘蟹又會因污染而死亡。

但這些雜草如沒除，雜草叢生的話則會招致水蛇、老鼠躲藏進出，老鼠跟大閘蟹會打架，愈大隻的愈死的快，原因就是大隻的蟹在看到有異物侵犯時會豎起張開它的兩

²⁸ 專訪苗栗縣政府養殖輔導團輔導人員 D 先生。訪談時間：2013 年 3 月 10 日

隻螯，這時老鼠會趁機從蟹的臍部咬一口，不論它是不是要吃它，這樣咬傷後大閘蟹也活不了，這是在夜間以望遠鏡觀察看到這些天敵是如何攻擊大閘蟹。

至於水蛇的話，它則是利用大閘蟹在每一次脫殼的時期，因為這時大閘蟹脫殼後活動會浮居在淺水交界區，水蛇便會在這個時候去吃它，所以農民後來因應改善的方法就是在水塘中間設有一個安全島，比如說一個水塘約一分地在中間的位置建置安全島，安全島分為二個區域，一個是常態淹沒區另一區域則是水位拉高才會淹沒。

這樣的用意在於一邊養水草，一邊則不讓蟹苗進來，待水草達到一定密度之後水淹沒才讓蟹進去，因為，這個區域如果一樣常態開放給蟹進去活動的話，水草會來不及生長，而蟹的成長是半飼料半水草的餵餌飼養方式，如水草吃很快時來不及生長起來，表示飼料供給量不夠，會太餓，餓的時候就會自相殘食率會過高，而且水草沒辦法長密時避天敵的環境安全性則會下降。

另外包括水溫及水中酸鹼度的變化如果沒有調節得宜則會有很大的影響，所以在水的溫度的控制則是會利用水塘的水位高低來調節，當天熱的時候水位要上升，但上升後水中的溶氧量會偏低，所以池底就要打氧氣來增加溶氧量；但是天冷的時候則是要回到 40~60 公分的水位高度時要維持讓它有活動力，所以說養殖照顧的人要有責任感，要隨時注意天候及溫度、水質的種種變化，依變化的情形適時的調整各種的需求，將大閘蟹的生長環境維持在最佳

狀況，絕不能有一點的失誤，因為每個環節的錯失，造成的休克馬上就會造成死亡或整池集體的感染，一年中大閘蟹的養殖生長期 7~9 個月當中，只要有一天讓它餓到，它就會不長了或死亡。

包括將來生產了時後要撈到一個暫養池，如果用水不對的話，大閘蟹在淺水時有時會腳拉高，剩下用腳尖的部分在爬，這時如果水塘中所放的泥跟沙或者各方面的比率不恰當時，會把腳尖磨破引起破傷風那隻大閘蟹就會死亡，很多的細節都會造成養殖的蟹隻折損。

再舉例來說包括在生長期間從養殖池換到另一個環境養殖池時，細節沒注意到時都有很多的致命的因素在裡面，將造成的死亡是即刻的且死傷累累，如大閘蟹有疊羅漢的習性，只要你用的容器是有一個角度的，它們就會聚隻在那個角落，層層疊起想要爬出容器外，那壓在下面的就很容易就會死亡，所以大閘蟹為什麼養殖的育成率會這麼低的原因就在這裡。

5. 規範養殖技術環節，推行因地制宜的技術方案：

從苗栗縣大閘蟹運銷合作社理事主席江德利先生以下訪談得知²⁹，在大陸提供技術協助方面，首重安全、生態健康養殖，而這些措施與苗栗縣現有優質水源作結合，形成健康、美味的象徵，此對品牌的形塑有加值的效果。

²⁹ 專訪苗栗縣觀光協會理事長暨苗栗縣大閘蟹運銷合作社理事主席江德利。訪談時間：2013年4月19日

因此從剛敘述的從蟹苗從海關進口的檢疫、飼料的配方無抗生素及重金屬成份及無影響食品安全衛生的元素的排除，由政府機關去控管輔導、將來成品的時候去檢驗，有無藥物成份或有無毒物反應，因為還有水質與土壤的問題，所以在養殖的過程中需要去化驗這兩項的成份，適不適合養殖，才不致於會殘留在蟹身上。

把這些的過程變成了一個故事，那這個故事的內容變成是在銷售時成為消費者信賴的基礎，所以這麼來說我的目的就是要塑造品牌，從這個品牌要來奠定苗栗大閘蟹在市場上的地位，一旦有了這樣的基礎之後，再來推動這個產品時就可以經得起市場一定程度的價格論戰，比如說我們比人家要貴個 10% ~15% 的價格但我們還是會優先會賣得出去，但如果別人就算比我們要便宜 15% ~20% 他們可能會不掉而我們仍是可以銷售一空，這就會讓我們的蟹農有免於穀賤傷農的憂懼，這樣才能讓蟹農有信心不退縮的把大閘蟹養殖的工作做好而無後顧之憂，這樣才能鼓勵苗栗製造一個大閘蟹的新興產業，以上的目的就是在推動一個產業。

(三)在苗栗縣政府輔導獎勵方面

苗栗縣政府為推動大閘蟹產業計畫，推出許多獎勵方案，以鼓勵養殖戶投入大閘蟹養殖產業，因大閘蟹在台灣有其特殊性，其養殖產值極高，又可引起消費者的好奇，並帶動地方觀光旅遊的發展，苗栗縣觀光協會理事長表示³⁰：

³⁰ 專訪苗栗縣觀光協會理事長暨苗栗縣大閘蟹運銷合作社理事主席江德利。訪談時間：2013年4月19日

苗栗縣政府在操作大閘蟹民間與官方的努力與兩岸合作的故事，形成了故事的背景，在這樣故事的文化及技術二個面向的深蘊底質背景，可以去述敘關於品牌的元素。

因為品牌塑造成功之後與市場產生了差異性後，一個屬於苗栗縣大閘蟹品牌的價值，將以品牌的價值與外縣市大閘蟹或大陸大閘蟹以價格策略來做競爭。

所以苗栗大閘蟹要以價值與他們的價格來做不同的策略行銷，在價值的操作訴求上而言，以兩岸來談大陸的食品對台灣或港澳地區的消費者而言，對台灣的食品安全衛生的信賴度遠超過大陸，縱使大陸所生產的食品標示的再如何的優良，消費者仍然存疑，另對台灣其它縣市所生產的大閘蟹以過去的經驗，一般對其印象則是以餵養死豬死魚的方式會污染水質，大家對大閘蟹的觀念就是食品安全衛生的問題、細菌感染的問題，這些就是台灣與大陸普遍存在問題，我們必須要跳脫這樣的一個問題。有了品牌的保證，苗栗業者就會將一些相關產品套裝行程包裝一起，例如泡湯品蟹秋之旅，如此也會帶動觀光旅遊產業。

苗栗縣政府期望藉由大閘蟹品牌帶動觀光旅遊產業，而讓其他行業也都雨露均沾，「生產」與「銷售」結合希望能達到 1+1 大於 2 的效益，並帶動第三產業—觀光業發展，所以推出以下獎勵方案³¹：

1. 苗栗縣政府為發展大閘蟹產業，於 100 年 12 月 30 日公告該縣大閘蟹養殖獎勵原則，訂定以每公頃補助獎勵金 20 萬元補助予養殖戶。

³¹ 專訪苗栗縣政府農業處主管人員 C 先生。訪談時間：2013 年 3 月 23 日

- 2.為保障飼料的品質，上海海洋大學提供專用之大閘蟹專用飼料，由苗栗縣政府農業處人員親自拜訪廠商予最專業性評估，委託代工飼料廠與核心餌料，確保生產之飼料品質安全無虞，不定期檢驗 16 項藥物殘留及 4 種重金屬及營養成分分析。
- 3.為推廣本縣大閘蟹養殖及產業永續發展，辦理苗栗優質大閘蟹品牌 LOGO 設計徵選活動。
- 4.辦理全國性大閘蟹評鑑，透過產品的分級及品牌之塑造，以建立苗栗縣優質大閘蟹之品牌形象。

(四) 在行銷推動方面

行銷管道方面，苗栗縣政府將設立展售中心，並設置網路行銷，加強苗栗縣優質大閘蟹的形象廣告，加深大眾對苗栗優質大閘蟹的印象，要吃大閘蟹就要吃安全美味的苗栗縣優質大閘蟹，成為著名苗栗農特產品。本個案在兩岸農業合作尚屬創舉，其模式除可供其他縣市在推動大閘蟹養殖之參考，也可作為其它農業合作之借鏡，苗栗縣大閘蟹運銷合作社理事長江德利表示³²：

就在銷售的這部份來說，在這裡我先以一個我為什麼要來做這一件事情的前題說起及事後為何要以這樣來銷售，以我長年來從事商業經營的經驗來判斷，我們銷售在將來進入市場時所面對的殘酷事實，價格跟銷售量在整個產業中是兩個很重要的部份，對事情有一些看法之後，開始對自己有了一些想法然後有一些做法，在開始做了之後必須去揣摩順利或不順利的過程中會有那些阻礙，會有一些思考，在每一個階段要如何的來進行，來鋪順這條路及障礙

³² 專訪苗栗縣觀光協會理事長暨苗栗縣大閘蟹運銷合作社理事主席江德利。訪談時間：2013年4月19日

事先的排除，用意在這樣的思考中發想過程中要先說服自己想做這件事，為什麼要做這件事，那在這件事的過程中會有那些的困難及挫折，現在就要想清楚不能半途而廢，要先謀定而後動。

大陸的農場比我們還要多，成本又會比我們低，我們拿什麼跟他們競爭，而且台灣在外縣市也有許多的養殖大閘蟹的業者，那以後我們的養殖成功之後我們要如何與他們競爭及將如何來做市場的區隔，那在這些作為中，觀念上是要以這次銷完再說，做一次算一次，一樣一樣的看待，但是以長遠的眼光來看待這個產業是不是應該以塑造成苗栗的品牌，目的是要將來跟市場競爭時做區隔化。

(五)在產品標章方面

製作及認證「苗栗優質大閘蟹防偽扣環」，用以區隔非苗栗縣輔導養殖之安全產品，並有 QR 扣的設計，讓消費者能看到生產履歷，建立優質品牌形象。

建立品牌便於行銷，苗栗縣政府特別設計有防偽標章(圖 3-2)，為的就是防止不安全的大閘蟹，例如：走私的大陸蟹來充當苗栗優質大閘蟹。並舉辦上市記者會與評鑑比賽來加強台灣民眾對苗栗優質大閘蟹的認識。期間有國內電子及平面媒體等來專訪苗栗縣養殖之大閘蟹如：台視、中天電視、TVBS、東森電視、華視及民視等全國電視台，另外大陸中央電視台更派人專訪苗栗縣養殖大閘蟹。



圖 3-2、苗栗縣大閘蟹防偽標章

資料來源：苗栗縣政府大閘蟹專區網頁，上網時間：2013.01.25

三、苗栗大閘蟹發展及限制

(一)大閘蟹發展前景

目前苗栗縣有一萬公頃左右的休耕農地，任由荒廢長草又增加政府負擔(每公頃補助 4.5 萬元)實為可惜。所以需增加農業產值與農民收益才能真正活化休耕地，根據苗栗縣政府農業處主管表示：

目前依 2012 年養殖結果顯示大閘蟹平均活存率約為三成左右，大閘蟹養殖如果活存率達 3 成，以去年苗栗縣賣出價格計算，一分地的產值收益約 10 萬，就農漁牧業而言屬高報酬率的產業，所推動大閘蟹養殖計劃不但可以活化

農地，增加農民收入，再加上為品嚐大閘蟹賣點而進入苗栗觀光的人潮，又可活絡農村經濟，因此苗栗縣養殖大閘蟹可說是一舉數得產業。

另外，2013 年苗栗縣並推出稻蟹共生實施計畫，目前稻蟹共生的示範區是在頭屋鄉獅潭村外獅潭社區及苑裡鎮山柑里二地點，面積約 0.65 公頃，放養量分別約為 1000 隻及 3000 隻扣蟹，此場同時也是苗栗縣大閘蟹示範場，將結合休閒觀光，提升周邊農村再生的產值。

目前執行人員是苗栗縣大閘蟹養殖發展協會范理事長賢達與葉總幹事雲清與獅潭村村長黃淑娥三人共同執行，協會范理事長與葉總幹事養殖大閘蟹的歷史已有 5-6 年的經驗，2012 年經過縣府與上海海洋大學的輔導後，活存率已大幅提升至將近三成。

發展稻蟹共生是希望能活化休耕農地，提升稻田農地單位產值，降低農地的荒廢率與提升農村經濟，因屬第一年推動，其生產效益等問題須在收成完後才可有效估算，因為大閘蟹與稻共養在台灣是第一次，到底有多少效益，目前尚未了解，但生態問題，基本上不需要擔心，除了台灣環境不適合大閘蟹繁殖外，防逃設施與專養池一樣嚴謹，後續是否如同所述會仍有待觀察³³。

³³ 專訪苗栗縣政府農業處主管人員 C 先生。訪談時間：2013 年 2 月 23 日

(二)大閘蟹養殖限制

大閘蟹是非常嬌貴的水漁產品，在養殖的過程中，非常容易造成死亡而導致育成率不高的問題，苗栗縣大閘蟹養殖團隊如何掌握及克服及有何作為來解決問題，經透過向苗栗縣政府農業處主管人員訪談³⁴，在第一年面臨育成率困境的問題，有幾項：

1. 一開始蟹苗引進時，因經驗不足致蟹苗因溫度差異，回溫時間不夠及放蟹方法等因素致品質不佳。
2. 因經驗不足，放養密度過高，造成自我侵吞，造成養殖的品質受影響。
3. 環境影響的部份，水質來源不穩定，水質的優氧化管理不當影響生長，水草不夠植物性的餌料不足隱密性不足，投餌不當腐敗造成水質污染、池底老化。
4. 池塘結構不良造成進排水不良或漏水，管理不當造成傳染疾病的控管，以生態養殖的方式。
5. 在不投藥不用抗生素的生態養殖方式，以上的問題皆會影響育成產量，往年蟹農戶自行養殖的育成率約在一成左右，但今天透過養殖團隊的專業技術輔導後，將育成率平均提高至三成，蟹的質與量也都提升了，相信仍有空間可以將產值再次提升。
6. 第一年的實務操作，記錄、問題、評估、建議、改善，做為來年的參考，在對蟹農的教育、訓練、養殖的觀念、態度、方法上都能獲得很有效的進步。

(三)大閘蟹養殖困難的解決

大陸海洋大學給予苗栗縣的養殖技術的指導與在技術的傳承上，透過苗栗縣政府籌組專案輔導小組(成員3人；均為水產養殖系畢業

³⁴ 專訪苗栗縣政府農業處主管人員B先生。訪談時間：2013年3月23日

之專業人員與上海海洋大學教授 1 人組成)，在縣府輔導小組的輔導與要求下，每位養殖戶均設有標準之養殖紀錄簿，並要求每位養殖戶紀錄每天之養殖狀況。上海海洋大學教授王春博士，在 2012 年駐守累計將近有一年多的時間，王教授在這一年的時間，每天帶領著苗栗縣政府農業處的三位專業的養殖輔導人員，分區分戶的給予行政資輔導的主要工作內容³⁵：

1. 養殖環境評估

從逐戶的去勘查原有養殖場的週遭環境、水源的來源如何引水、池深、池底環境、動線的調整以及新養殖戶的環境評估，如何挖池、水源線路的排放、教導養殖等，大陸蟹苗的進口、檢測、品質的控管慎選蟹苗都是仰賴王春博士與上海海洋大學團隊。

2. 養大蟹優於大養蟹

包括蟹苗放養密度評估建議，建議應將放養密度降低，以往養殖的密度為一分地養 2500~3000 隻，經過一年養殖觀察後，新的年度則建議下修至 2000~2500 隻，讓蟹苗有更大的成長空間。

3. 水質不穩定的解決

水質不穩定的問題，苗栗養殖與大陸不同之處在於大陸是用湖泊大池箱網的方式來進行養殖，而苗栗受限地理環境的限制以池塘養殖，水的來源引用地下水仍算相對單純，但有更多部份則是引溝渠用水來養殖，會與農業用水共用的問題，上游如有農民農做時施灑農藥、殺蟲劑時，就會有影響水質品質的問題，針對這點王教授則採水源分流的作法以直接埋設管路從源頭直接取水，但評估後這些問題沒辦法克服時則不建議以該地區做為養殖區。

³⁵ 專訪苗栗縣政府養殖輔導團輔導人員 D 先生。訪談時間：2013 年 3 月 10 日

4.建立養殖紀錄、提供專業技術輔導

第一年開始養殖，關於以科學方式在對水質溫度及酸鹼度的控管等，養殖的管理上的問題，王博士帶領養殖的團隊輔導農戶來不斷的觀察記錄跟溝通修正養殖的方式，建立一套針對每個養殖戶各自適合的大閘蟹養殖模式，因為有一些原有的養殖戶對既有的養殖方式與習慣仍無法摒棄，且也持存疑觀望的態度，但在這一年裡苗栗的養殖團隊給予科學及專業技術上的輔導。

5.提供專用飼料配方

由上海海洋所提供的飼料配方，針對每個時期，給予不同的飼料配內做適當的調整，包括有蟹苗成長階段、成蟹養成階段及熟蟹育肥階段，以提供最適合之飼料。

上海海洋大學與苗栗縣政府輔導小組經過第一年輔導，大致規劃出苗栗大閘蟹養殖基礎模式，以行政資源及行政關懷輔導養殖戶，同時在技術上作傳承，以做為來年養殖的經驗法則。因為有了第一年的實務操作，記錄、問題、評估、建議、改善，做為來年的參考，在對蟹農的教育、訓練、養殖的觀念、態度、方法上都能獲得很有效的進步。

第四章 苗栗縣大閘蟹的行銷傳播

大閘蟹是一種單價頗高之高經濟農漁水產品，大閘蟹其原產地為中國大陸，在 2006 年以前台灣市場的大閘蟹均為大陸進口，而且需求是逐年不斷提高，但自大閘蟹遭檢驗出「硝基呋喃」後，行政院衛生署訂定嚴謹管控措施，凡進口輸台之大閘蟹均應符合輸入規定，而中國大陸自 2007 至 2011 年均未有核發證明書，以致這五年期間均未有大閘蟹自大陸輸台。

但台灣又有極大的消費市場，所以台灣養殖戶遂自行進口蟹苗開始養殖大閘蟹，但因蟹苗參差不齊、養殖技術不熟悉、疾病防治欠缺、政府未列入輔導、無專用飼料等等因素，以致育成率不到一成，同時產品品質也未能詳加把關，產生消費者疑慮，所以仍無法有效行銷傳播大閘蟹。

苗栗縣縣長劉政鴻有鑑於大閘蟹在台灣確有消費市場，苗栗縣政府透過與上海市一連串的農業參訪交流，開啟了苗栗推展養殖大閘蟹的重要里程碑，農業參訪交流後上海海洋大學派員來到苗栗實際考察養殖環境，經過評估，專家一致認為苗栗的確能夠養殖出優質的大閘蟹，兩岸養殖技術合作計畫隨即啟動。

在 2011 年 10 月 15 日，苗栗縣政府農業處遠赴上海，由縣長劉政鴻與海洋大學校長潘迎捷，在上海西郊賓館，雙方共同簽訂「中華絨螯蟹養殖科技合作協議」，開創了兩岸首次簽訂養殖大閘蟹技術輔導合作的先例。該項合作協議經苗栗縣政府依兩岸人民關係條例規定函送行政院大陸委員會及行政院農業委員會，經二會於 2011 年 10 月 30 日核定辦理，是屬於海峽兩岸符合現行法規規定之「農業合作」。

苗栗縣政府與上海海洋大學基於雙方「中華絨螯蟹養殖科技合作協議」之前提下，自 2012 年展開苗栗養殖大閘蟹之各項重大輔導措施，由於有兩岸協議作為基礎，苗栗大閘蟹在該年放養共約 40 萬隻蟹苗，平均育成率均有達到三成以上，養殖成果極其豐碩。

唯如何將安全、健康又營養美味的大閘蟹成功推展是關鍵問題。而苗栗縣政府農業處在縣長劉政鴻的率領之下，透過苗栗優質大閘蟹產地標章的安全認證，在地生產在地銷售的行銷策略，建立苗栗優質大閘蟹品牌，在第一年已獲得業界眾多關注及肯定，並成為著名苗栗新興之農漁特產品。

不論商品屬性，所有的商品都必須架構在市場與需求上，而行銷與通路的架構可以去開發及創造這些市場需求，而間接去影響商品生產的規劃與安排；同時通路商會運用行銷手法將這些市場與需求轉化成實際的消費，讓生產出來的商品有其存在的意義，更具其商業價值。

苗栗縣政府以自然生態養殖出安全、健康及營養美味的大閘蟹，其在操作上係透過品牌之建立，不斷利用新聞事件曝光，引起消費者的注意，例如進口優質蟹苗、優質安全專用飼料、兩岸合作協議之推動、產地履歷標章、優質大閘蟹評鑑、利用大型活動行銷、縣長親自擔任代言等等具體策略，在 2011 年起的推動深獲養殖戶的肯定與消費者的喜愛，就本研究資料整理發現苗栗大閘蟹的行銷傳播個案確有值得探討之價值。

第一節 苗栗縣大閘蟹的政府傳播

一、苗栗縣政府積極引進大閘蟹苗

苗栗縣具有好山、好水，農產品質都有極高水準。縣長劉政鴻掌握苗栗縣優勢，且體認到近年來台灣大閘蟹的需求日漸增加，如果能利用苗栗縣優質水源養殖大閘蟹，應該可以帶動觀光及增加農民收益。於是，劉政鴻向中國大陸提出構想，希望派員協助苗栗發展大閘蟹產業；同時，也引進大陸優質蟹苗及專業技術在苗栗縣養殖，並結合觀光休閒業行銷苗栗產業，以提升地方經濟產值。

基於上述考量，2011年8月大陸國台辦副主任鄭立中到苗栗縣參訪期間，劉政鴻縣長藉機提出兩岸大閘蟹養殖的技術交流合作，希望大陸可以指派專家，協助苗栗縣養殖大閘蟹，並給予專業技術輔導。鄭立中先生當場允諾，經評估可行性會回覆苗栗縣。

稍後，大陸隨即指派專人從9月起至12月底進駐苗栗。這些專案輔導小組團隊是由上海海洋大學養殖專家及教授所組成，並前往苗栗進行實地勘查與環境評估。據上海海洋大學專案輔導團隊先期評估後認為，苗栗縣有優良的水質：有溪水、冷泉水、地下水資源、表層水源及水質佳等優勢養殖條件，常年氣候和水溫條件，相當適合大閘蟹養殖。

在台灣方面，苗栗縣長劉政鴻於同年10月15日親自率領苗栗縣政府相關人員及養殖戶組團參訪上海市實地觀摩養殖場等場地並作技術交流，期間並由縣長劉政鴻與海洋大學校長潘迎捷，在上海西郊賓館，雙方共同簽訂《中華絨螯蟹養殖科技合作協議》，開創了兩岸首次

簽訂養殖大閘蟹技術輔導合作的先例³⁶。

該項合作協議經苗栗縣政府依兩岸人民關係條例函送行政院大陸委員會及行政院農業委員會，經兩岸兩會於100年10月30日核定辦理，是屬於海峽兩岸符合現行法規規定之「農業合作」。

雙方採取平等互惠之原則，協議合作期間以2012年起三年為限，重點為提供苗栗縣大閘蟹蟹苗供給、育苗技術、營養飼料配方、病害防治、生態養殖技術、市場營銷、蟹文化及規模化生產等方面給予苗栗縣專業技術輔導，並由上海海洋大學組成輔導團隊，該校並指派二位（教授及研究員）長駐苗栗縣專業指導，啟動兩岸技術交流、產官學合作，創兩岸農業合作首例。會後，劉政鴻縣長亦將此重點，正式列入苗栗縣旗鑑計劃，全力推動此業務³⁷。

2011年苗栗縣政府取得兩岸合作技術交流協訂，上海海洋大學特別成立蟹苗育成中心，提供苗栗縣健康安全的蟹苗，苗栗縣政府除了以成本價供應優質蟹苗及獨門配方飼料提供接受輔導的養殖業者之外，還提供上海海洋大學大閘蟹養殖技術團隊長駐台灣輔導，最終目的就是要培養出具有『產地履歷安全認證』，以及『檢驗合格優質標章』的苗栗大閘蟹，提高苗栗縣大閘蟹事業產品的競爭優勢，增進產品附加價值，並促進苗栗大閘蟹事業永續經營³⁸。

苗栗縣政府與上海市政府聯手致力於確保苗栗大閘蟹為台灣第一領先品牌，創下兩岸農業合作首例。

³⁶ 專訪苗栗縣政府農業處主管人員B先生。訪談時間：2013年3月23日

³⁷ 專訪苗栗縣政府農業處主管人員C先生。訪談時間：2013年2月23日

³⁸ 專訪苗栗縣政府養殖輔導團輔導人員D先生。訪談時間：2013年3月10日

二、大陸專家協助苗栗養殖大閘蟹的步驟

(一) 協助大閘蟹苗自大陸進口

以往台灣在養殖大閘蟹，大都以一般水產魚苗進口，或者也有採取私下管道方式進入台灣，而農委會漁業署當時尚未有專門以大閘蟹苗品項之進口管道，所以蟹苗除品質不佳及存活率不高外，另外因未經防疫檢驗之過程，對防疫也產生極大漏洞，但因台灣有其市場，所以養殖戶仍趨之若鶩³⁹。

有鑑於此，苗栗縣政府為解決以上困境，首先協調農委會漁業署將大閘蟹苗列合法進口品項，並將蟹苗大小放寬至三公分之尺寸，以取得合法進口之管道；而大陸方面也全面配合，首先經由中共國台辦會同有關單位專案核准同意，除慎選輸台蟹苗將蟹苗之大小尺寸控制在接近一樣之規格外，同時須經上海防疫檢驗局檢驗合格後始可輸出至苗栗，如此除了可確保品質並提昇存活率外，尤其對防疫方面更有正面之幫助。

(二) 提供大閘蟹專用飼料配方

以往蟹農在養殖之餌料上並沒有標準之選擇，都以自身養殖經驗或同業提供經驗作參考，往往在養殖過程中容易產生病變而影響存活率。另外於養殖時並無法精準控制飼料數量，常因為飼食餌料不足普遍性無法養成大蟹，或因為飼料過多造成水質污染因而造成養殖成效不佳。

有鑑於此，上海海洋大學專業輔導團隊提供大閘蟹專用飼料配方，由苗栗縣政府農業處尋求優質之飼料大廠合作，並挑選二家廠商簽訂保密條款，各自依配方製造一種飼料成分，並交由蟹農混合使用，並

³⁹ 專訪苗栗縣養殖業者 F 先生。訪談時間：2013 年 2 月 24 日

依大閘蟹成長階段提供三種飼料配方，以達到最佳養殖成效⁴⁰（苗栗縣政府全球資訊網苗栗大閘蟹專頁，上網時間：2013.01.25）。

（三）由上海海洋大學派駐專業團隊提供技術上之協助

中國大陸由大閘蟹最專業之上海海洋大學派遣教授及研究員至苗栗縣提供技術上之輔導，於 2012 年派遣三梯次共八人至苗栗，其輔導內容包括「蟹種投放後的池塘管理」、「大閘蟹生態養殖技術」、「大閘蟹生態環境及營養與飼料之管理」及「如何形塑蟹文化」等等養殖大閘蟹關鍵議題⁴¹（上海海洋大學，2012）。

三、苗栗縣政府推動大閘蟹養殖計劃⁴²

苗栗縣內原有大閘蟹養殖戶，多為零散小規模之農戶，政府為協助輔導養殖戶給予養殖生產技術、行銷、教育訓練、產銷資訊、協助軟硬體設施設置等，有關具體措施如下（苗栗縣政府全球資訊網苗栗大閘蟹專頁，上網時間：2013.01.25）：

（一）輔導成立大閘蟹養殖協會

由苗栗縣政府輔導從事養殖戶共同成立「苗栗縣大閘蟹養殖協會」，而該協會功能為提供養殖戶、苗栗縣政府及上海海洋大學輔導團隊之溝通平台，透過協會向上海統一購買蟹苗，另外也統一向國內飼料廠訂購專用飼料，並舉辦多場次座談會及研討會，會中邀請上海海洋大學教授講授養殖技術等課程，也邀請現有較成功之養殖戶現身說法，經過產官學各個領域之合作，尋求最佳養殖模式，以確保養殖之成功。

⁴⁰ 專訪苗栗縣政府養殖輔導團輔導人員 D 先生。訪談時間：2013 年 3 月 10 日

⁴¹ 專訪上海海洋大學養殖專家 G 先生。訪談時間：2013 年 4 月 10 日

⁴² 專訪苗栗縣政府農業處主管人員 B 先生。訪談時間：2013 年 3 月 23 日

(二) 訂定大閘蟹養殖獎勵措施

就輔導生產面向觀察，除已成立大閘蟹養殖協會外，另外在養殖技術輔導或養殖相關費用補助亦均有實質之協助。唯在銷售端方面，則必須要有健全之銷售管道，而在養殖能有實質收益時，才能確保政策之成功。

苗栗縣政府為擴大養殖面積，奠定苗栗縣大閘蟹在台灣的首要地位，訂定「苗栗縣大閘蟹養殖獎勵辦法」，藉以減少養殖戶之成本支出、增加收入，並提高養殖戶之養殖意願，進而促進苗栗縣大閘蟹之養殖規模及數量，其獎勵內容凡與養殖大閘蟹有關之費用，並檢証辦理申請，每公頃以實際支出最高補助 20 萬為限，獎勵期限自 2012 年起至 2014 年止共三年為限。

以往養殖戶係採自產自銷之方式銷售，除銷售管道不多、銷售金額亦不高，於是在大閘蟹養殖協會及苗栗縣政府共同推動下成立「苗栗縣大閘蟹運銷合作社」，合作社社員由飯店、餐廳業者及養殖戶組成，建立「大閘蟹養殖協會」及「大閘蟹運銷合作社」雙方產銷合作模式，由養殖協會會員與產銷合作社採品質控管及價格保證前提下，共同簽訂產銷合作契約。

在品質控管方面係由苗栗縣政府、大閘蟹養殖協會及運銷合作社三方共同訂定「苗栗縣大閘蟹產地標章防偽扣環發放原則」，作為採購大閘蟹之條件，以確保苗栗優質大閘蟹品牌形象。

(三) 確保苗栗優質大閘蟹的衛生與安全⁴³

1. 成立輔導小組

苗栗縣政府為確保苗栗大閘蟹的衛生與安全，成立養殖輔導小組定期到各養殖戶觀察大閘蟹養殖環境、水質監測及餵食與生長情況，並做成紀錄定期追蹤，嚴格要求各養殖戶務必全程及確實填寫養殖生產紀錄以供查驗。

2. 掌握水質優劣

編列預算添購水質檢驗分析儀，輔導小組定期查驗各養殖池內的水質做成紀錄，隨時掌控水質優劣情況並適時加以調整。

3. 調製專屬飼料

委託國內飼料大廠依據大陸上海海洋大學授權的飼料配方，製造苗栗優質大閘蟹專屬飼料，而且針對每個不同養殖的階段而有不同的營養配方，提供苗栗縣內大閘蟹養殖業者使用，並定期抽驗飼料品質，確保衛生安全無毒。

4. 排定教育訓練

排定各項專業輔導養殖課程，灌輸各養殖漁民正確的養殖觀念；建立苗栗優質大閘蟹『產地履歷安全認證』，以及『檢驗合格優質標章』的產地標章及機制；推動自然生態養殖模式，減少養殖廢水的排放及減少水資源的浪費，嚴格禁止使用藥物或赫爾蒙添加劑等，讓苗栗縣所生產的優質大閘蟹是在無毒的環境下成長與茁壯；並與國立屏東科技大學農水產品檢驗及驗證中心合作，對苗栗縣所生產的優質大閘蟹嚴格進行高達有 16 項藥物殘留的檢驗。

⁴³ 專訪苗栗縣政府農業處主管人員 B 先生。訪談時間：2013 年 3 月 23 日

(四) 舉辦苗栗縣內評鑑比賽

為提高苗栗優質大閘蟹市場品牌，促使苗栗縣各養殖業者飼養經驗及成果交流，建構苗栗優質大閘蟹之「科、養、銷、遊」(王武、楊志剛，2012)。產業合作的舞臺；以促進苗栗優質大閘蟹產業發展，提高本縣蟹農的經濟效益、社會效益和生態效益。

苗栗縣政府特別舉辦優質大閘蟹評鑑比賽，參加對象以該縣養殖之大閘蟹養殖戶及符合參賽資格者為限，有關參賽基本條件除養殖池應位於苗栗縣境內外，並應具有苗栗縣大閘蟹養殖發展協會會員、放養之大閘蟹蟹苗應為上海海洋大學崇明島大閘蟹種苗繁殖中心生產，且經由上海入境出境檢驗檢疫局檢驗合格之優質蟹苗、飼養過程應全程使用苗栗縣政府與上海海洋大學輔導配置之「大閘蟹專用飼料」及接受苗栗縣政府全程養殖技術輔導，並檢附本府核發之大閘蟹養殖紀錄簿，以供查核(苗栗縣政府全球資訊網苗栗大閘蟹專頁，上網時間：2013.01.25)。

(五) 參加中國第6屆王寶和盃大閘蟹評鑑競賽

「上海海洋大學第6屆蟹文化節暨王寶和盃全國河蟹大賽」11月4日在上海舉行，台灣與來自上海、江蘇、浙江、安徽、江西、湖北、重慶、河南、山東等9個省份55組參賽團隊中的參賽團隊角逐，榮獲「金蟹獎」，初試啼聲就拿下好成績。

上海海洋大學教授王武表示，這次的比賽採「盲評」機制，參賽蟹身上只會有編號，得獎結果出爐前不會有人知道哪隻蟹是來自哪一組參賽團隊，比賽過程一切公平、公開、公正。

王武說，除了蟹王、蟹后外，還有最佳口感獎、金蟹獎及優勝獎，評選分數須達 85 分以上才能得到金蟹獎，共有 19 組參賽團隊得獎，台灣就是其中一組，台灣團隊帶 70 隻大閘蟹到上海，最後再挑出 10 公、10 母參加比賽，第一次養殖、第一次比賽，就有這樣的好成績，相當不錯。

苗栗養殖大閘蟹的水質原本就不錯，加上河程短，用來養殖大閘蟹的水質都是最乾淨、清澈的，再搭配宜人的氣候、適當的溫度，好山好水養出來的優質大閘蟹。

苗栗縣政府也就藉著此次組團參加大閘蟹評鑑及參訪的機會，於 8 月 4 日晚間與上海海洋大學、台灣海洋大學共同在上海簽署「兩岸水產養殖研究與技術推廣交流合作協議」，同意共同建設「海峽兩岸中華絨螯蟹及鱒龍魚水產養殖研究與推廣中心」，緊接著簽署養殖協會簽署蟹苗採購協議，希望未來在水產養殖方面能夠繼續衝刺，不斷成長（苗栗縣政府全球資訊網苗栗大閘蟹專頁，上網時間：2013.01.25）。

第二節 苗栗縣大閘蟹的活動傳播

一、大閘蟹的合作社行銷

(一) 運銷合作社成立背景⁴⁴

大閘蟹是價值較昂貴的水產品，在養殖過程中投入許多人力、物力及財力，養殖戶這麼的辛苦育成卻往往不知如何包裝產品，造成農漁戶收益不佳。有鑑於此，苗栗縣政府與大閘蟹養殖協會共同輔導成立了「苗栗大閘蟹運銷合作社」作為行銷平台。

首先由苗栗縣觀光協會與苗栗縣大閘蟹養殖發展協會 101 年 6 月 18 日在簽訂產銷合作契約後，再由觀光協會籌設「苗栗縣大閘蟹運銷合作社」，經由「苗栗縣大閘蟹運銷合作社」建立完整的產銷體系，發展產品附加價值，營造亮點產業、拓展異業結盟合作。

希望苗栗大閘蟹與觀光結合，豐富苗栗觀光內容和產值，除提升大閘蟹的質與量，並加強行銷、宣傳，打響苗栗優質大閘蟹品牌，業者養殖的大閘蟹由苗栗縣大閘蟹運銷合作社收購、銷售，將能無後顧之憂的專業養殖，有統一的窗口與實體通路、網購業者、餐廳飯店乃至旅行業等業者洽談合作協議，藉由這樣的機制除了照顧到了蟹農並且可帶動相關產業的經濟產值。

(二) 運銷合作社銷售策略⁴⁵

苗栗縣觀光協會理事長同時也是大閘蟹運銷合作社理事主席江德利，他說：

我們非常清楚透過運銷合作社的運作，在行銷通路會有更多元管道推動，而銷售量也應該會更加提昇，運銷合作社在行銷所採取的策略，就是建立苗栗大閘蟹優質品牌形象。

⁴⁴ 專訪苗栗縣政府農業處主管人員 B 先生。訪談時間：2013 年 3 月 23 日

⁴⁵ 專訪苗栗縣觀光協會理事長暨苗栗縣大閘蟹運銷合作社理事主席江德利。訪談時間：2013 年 4 月 19 日

目前台灣的大閘蟹養殖剛開始進入激烈競爭階段，所以苗栗縣的大閘蟹的養殖，不管是在挑選蟹苗、縮短通關時程、專業的飼料配方的保密、優質化的區隔，目的都在於優化苗栗縣大閘蟹的質量。

因為苗栗縣將目標設定的很清楚，就是希望以價值去迎戰對方的價格，在安全無虞的基礎之上再導入兩岸共同協議的相關品牌，建構苗栗品牌一個永續發展的產業，是在這個戰略高度的情況之下，對每一個細節縝絲必較，細心的去經營。

銷售時面對大陸低價傾銷的準備，大陸的養殖面積及數量龐大，成本又低，要如何跟他們競爭，而且台灣在外縣市也有許多的養殖大閘蟹的業者，那以後苗栗養殖成功之後要如何與他們競爭及將如何來做市場的區隔？

以長遠的眼光來看塑造苗栗大閘蟹優質安全品牌，目的是要在行銷時跟市場競爭區隔化。因為品牌塑造成功與市場產生了差異性，以苗栗縣大閘蟹蟹農及官方的努力推動兩岸合作的故事，形成故事的背景，在這樣的故事文化及技術的深蘊的底質，去敘述關於品牌的元素，當品牌一旦形成就會產生了品牌的價值，一個屬於苗栗縣大閘蟹品牌的價值，要與以價格策略的外縣市的大閘蟹或大陸的大閘蟹來做競爭，所以苗栗的大閘蟹要以價值來與他們的價格來做不同的策略行銷⁴⁶。

台灣或港澳地區的消費者而言，台灣的食品安全衛生的信賴度應該是遠超過大陸，另外消費者對台灣其它縣市所生產的大閘蟹以過去的所記的印象則是以餵養死豬、死魚的方式，這樣的方式會污染水質，基於以上所述消費者對大閘蟹的最大的疑慮就是食品安全衛生的問題、細菌感染的問題，這些是台灣與大陸普遍存在問題。

⁴⁶ 專訪苗栗縣觀光協會理事長暨苗栗縣大閘蟹運銷合作社理事主席江德利。訪談時間：2013年4月19日

所以必須要跳脫消費者對大閘蟹這樣的印象框架，因此由蟹苗從海關進口的檢疫、飼料的配方無抗生素及重金屬成份及無影響食品安全衛生的元素的排除，由政府機關去控管輔導、將來在成品的時候去加強檢驗有無藥物成份或有無毒物反應，另外還有水質與土壤的問題，所以在養殖的過程中一開始便需要去化驗這兩項的成份，適不適合養殖，才不致於會殘留的問題，當把這些的過程變成了一個故事，那這個故事的內容變成是在銷售時成為消費者信賴的基礎⁴⁷。

所以這麼來說大閘蟹產業除了養殖技術的提升以外，在行銷的部份，首重就是要塑造一個優質的品牌，再從這個品牌去形象去奠定苗栗大閘蟹在市場上的地位，那以建立優質品牌形象為基礎，推動這個產業時就可以經得起市場一定程度的價格戰。

於是如果產品的價值高於價格，售價雖比人家要貴個 10% ~15% 的價格但我們仍是會優先賣出去，這才可讓我們的蟹農有免於穀賤傷農的憂懼，讓蟹農有信心把大閘蟹養殖的工作做好而無後顧之憂，這樣才能鼓勵苗栗製造一個大閘蟹的新興產業。

二、大閘蟹的網路行銷

(一)建構行銷網路

大閘蟹運銷合作社江德利理事主席表示：**在產銷的環節中必須要建構通路，通路有二個部份：一個是在媒體的形象上的形塑、一個則是實質的行銷的通路**，以第一年從無到有的情況會很辛苦，所以我以曾是媒體業者較熟悉的領域去補強操作，以我對媒體的經驗與瞭解來觀察，如果是基於朋友的立場只會礙於人情的關係來轉播報導也會僅限一次，但如果是我們用話題去營造出讓他對這個話題有興趣，從產

⁴⁷ 專訪苗栗縣政府農業處主管人員 B 先生。訪談時間：2013 年 3 月 23 日

品端到銷售端要如何讓媒體不斷的聚焦議題，把焦點放在苗栗縣大閘蟹是如何生產、過程如何、質與量為何，不斷的播放，深植消費者印象。

一開始使用平面媒體、衛星電視及廣泛的報紙、雜誌這些目的都是品牌行銷的範疇內，跟消費者的認知、認同苗栗大閘蟹優質品牌；運用媒體願意來報導是因為辦了活動吸引他們關注而前來報導，這樣的媒體操作方式來做行銷才有長久的效益，是因為媒體有報導的需求，而我們提供了媒體素材讓他們有議題可以報導，以這樣的方式才能持續延續下去。

在訪談中苗栗縣大閘蟹運銷合作社理事主席江德利提到：如何運作每個活動、事件作為話題及新聞效果累積作用，藉以達到行銷的目的。

有時對消費者傳遞訊息時一次說太多會無法消化，講太少會不夠明白，所以我們的方式如同切香腸、少量多餐、擠牙膏式手法，讓媒體將這個題材以階段性、持續性的報導，當然也是在吸引並讓他們關注到這個品牌、對這個商品產生好奇的心態⁴⁸。

當消費者知道了這些訊息後要讓他們能接觸的到，所以利用網路媒體尤其是網購通路平台，網購通路的效益是最快速的實體通路，它看起來很虛擬，但是容易轉成實體，比一般的實體店面更有效益，因為它可因應現代人的生活形態與生活步調，網路上便可下單訂購、可宅配，同時可告知消費者在那裡可以買得到、消費得到、可以吃得到，這就是前段所談的品牌的價值。

⁴⁸ 專訪苗栗縣觀光協會理事長暨苗栗縣大閘蟹運銷合作社理事主席江德利。訪談時間：2013年4月19日

所以價值的訴求一定要成為主題，大閘蟹形塑成為高級的食材，這代表主人的熱忱、重視所招待的貴賓，所標榜的就是與眾不同的尊貴與地位的象徵，以品牌的價值代表著身份地位，這是消費者的心理操作。

(二)執行網購通路:

網購宅配就是利用科技讓金流與物流結合垂直整合的銷售網，告訴消費者在那裡，舉例來說泰安觀止溫泉飯店以網購平台-GOMAJI，「夠麻吉」網在一個星期內銷售出 4000 隻的大閘蟹，就是以網購的行銷方式，以大閘蟹包裝成下午茶的套餐方式來販售，將產品以跨業結合的方式來銷售，泡湯加品蟹成為組合商品，商品組合後通路透過媒介中最低成本獲最高效益、最快速的方式將產品推出，利用媒體是在品牌的形塑，而以網購的方式則是將產品銷售出去，實體則是將消費者吸引至飯店實體消費⁴⁹。

品牌行銷就是媒體與通路的結合，以網購的方式做垂直整合式的包裝，把飯店的泡湯跟大閘蟹商品結合，因是同一個季節的產品，以兩者相加會 1+1 大於 2 的效果，把秋蟹跟泡湯包裝組合在一起成套裝行程，透過網購的方式售出商品。

以網購銷售採預約的方式，可以降低飯店在短期間消化大量密集的消費者，以一般的通路去銷售商品時，一定會有很多的客戶打來詢問，很多的相關問題要佔用工作人員很多的時間。

⁴⁹ 專訪苗栗縣觀光協會理事長暨苗栗縣大閘蟹運銷合作社理事主席江德利。訪談時間：2013 年 4 月 19 日

要銷售有期限性的商品時，時效的掌控是相當重要的，流量如無法負荷，屆時整個的工作流程會無法運作；所以以網購通路的方式，在網路的平台上就讓消費者想要知道的大閘蟹從生產養殖到銷售的故事，再介紹這家飯店在這個套裝的組合中所提供的服務項目內容，最後將金流導入讓消費者直接在網路便可完成消費、付款，甚至可以就把消費的日期預訂好將消費人潮錯開，可讓飯店安排好，讓大閘蟹產季很短的時間能消耗這麼大的客量，同時在服務的質與量可以維持。

三、大閘蟹的活動行銷⁵⁰

(一) 縣長領軍擔任最佳代言人：

劉縣長帶領苗栗縣觀光協會、苗栗大閘蟹養殖協會、苗栗大閘蟹運銷合作社，利用台北、台中及高雄大型旅展的機會，向全國旅遊業者及民眾行銷優質、健康又美味，是苗栗縣用心養殖的優質大閘蟹，成功推展在地特色農產，亦可滿足台灣大閘蟹市場需求。

苗栗縣政府農業處在縣長劉政鴻的率領之下，透過苗栗優質大閘蟹產地標章的安全認證，在地生產在地銷售的行銷策略，建立苗栗優質大閘蟹品牌，成為著名苗栗農漁特產品。

(二) 透過各類活動增加能見度

利用話題與活動來營造，在兩岸的互動的紀錄與資料影帶，比如兩岸大閘蟹的合作、到大陸考察或者上海海洋大學的教授駐點輔導、蟹苗的放養等等的這些過程留下紀錄變成元素，這些元素在配合辦理的各項活動中就可拿出作為訴求，以在 101 年國慶煙火暨國際藝術季活動期間，利用國慶煙火節是台灣的季節活動亮點，搭配大閘蟹秋季成熟成消費主題，把這些相同元素組合成來苗栗觀賞煙火可以品嚐到苗栗在地生產的大閘蟹。

⁵⁰ 專訪苗栗縣政府農業處主管人員 B 先生。訪談時間：2013 年 3 月 23 日

所以就在國慶煙火節的活動現場設立一個『品蟹館』，吸引國內外許多遊客至苗栗看煙火及表演時，並品嚐苗栗優質大閘蟹，在活動期間，數以百萬的觀光人潮，讓苗栗大閘蟹作了非常成功的廣告行銷。

在各種傳播計畫或傳播節目中依傳播原理仔細設計，大眾傳播則會有強有力的效果（陳昭郎，1991），由上述學者的理論基礎下也驗證了苗栗大閘蟹產業的傳播過程中也都循著這樣的模式在運作，間歇或重複同議題的訊息的傳播形成強有力的傳播效果模式，在訪談中苗栗縣觀光協會江德利理事長中提到：

從一開始在蟹產業的產製過程中的 SOP，堅持讓每一個細節跟過程都非常的細心與用心並留下紀錄，為的就是希望能在將來行銷時手法素材的豐富性，而最後到產製的成熟期辦理大閘蟹評鑑就是將之前過程中所堆疊的素材正式起動苗栗縣大閘蟹的行銷期，利用這些素材的操作，讓價值來提昇價格的競爭差異性而取得市場的獨占優勢。

在這個階段產品端到銷售端時要讓媒體不斷的聚焦議題在苗栗大閘蟹如何生產、過程如何、質與量為何，利用各場次的行銷記者會或搭配苗栗縣國際觀光局參加的旅展、國際煙火節的活動行銷記者會都會適時的將這些訊息成為焦點議題，爭取苗栗大閘蟹的品牌知名度與曝光率，建立優質品牌的形象價值。

所以在此研究中，從一開始的緣起，介紹到大閘蟹嬌貴難養、養殖的種種困難等等問題，也就是觀察到苗栗縣在為這個新興產業鋪陳行銷傳播的素材的豐富性。

(三) 透過品牌建立消費者信賴

為了取得消費者的信賴，特別設計了苗栗大閘蟹專屬的 QR 扣的蟹環，讓消費者利用手機的功能，即時的取得資訊，知道他們所購買掛有蟹環的大閘蟹是全台灣食品中第一個由政府背書，保證這是出自那個蟹農的養殖、衛生安全等相關的透明資訊連結，連結至縣政府的專屬的網頁公信力就相對的提高。

利用科技的結合方便讓消費者由縣政的相關資訊瞭解到這個產品的品質，以優良品質的架構下提昇產品的價值，利用各場次的行銷記者會或搭配苗栗縣國際觀光局參加的旅展、國際煙火節的活動行銷記者會都會適時的將這些訊息成為焦點議題，爭取苗栗大閘蟹的品牌知名度與曝光率，建立優質品牌的形象價值。

(四) 透過異業的策略聯盟結合

苗栗縣經營休閒農場多年的 D 先生談到苗栗大閘蟹產業發展帶動苗栗縣的觀光產業，讓觀光的產品更豐富、有更多元的選擇，讓觀光的產品能垂直水平的結合，帶動週邊的農產品等等的消費，所以成功的推動一個新興的產業後所帶動的週邊的產業發展是可預見的⁵¹。

D 先生說希望一個好的產業、一個好的品牌與通路，讓今年、明年、後年永遠一直永續發展，而不是今年銷售很好，但明年呢？希望追求的是持續性的、適當的擴產，讓產銷供需要質量並進。

在參與旅展展售時設立一個行銷大閘蟹的攤位，在這個攤位中介紹有關大閘蟹的養殖相關的過程以及一些消費者最關心的食品衛生安全的認證，最重要要搭配觀光業者來銷售套裝的組合，當然苗栗縣的特色農產品有很多，但是把泡湯加上大閘蟹把季節的產品加以組合，是以季節的元素來做組合而非以農產品的訴求來包裝，才会有嚐鮮的亮點，來滿足消費者嚐鮮的心態。

⁵¹ 專訪苗栗縣觀光休閒業者 I 先生。訪談時間：2013 年 4 月 23 日

以大閘蟹為主的垂直整合式的行銷的方式，用大閘蟹搭配在旅展時去做展售⁵²。

(五)舉辦評鑑及上市記者會

突顯兩岸的互動關係，在每一次的互動都收集相關的資料，所以在一開始對產製 SOP 的堅持，讓每一個細節跟過程都非常的細心與用心並留下紀錄，為的就是希望能在將來行銷時素材的豐富性。

最後到產製的成熟期辦理大閘蟹評鑑，將過程中所堆疊的素材，正式推動苗栗縣大閘蟹的行銷期，利用這些素材內容讓價值來提昇價格的競爭差異性，而取得市場的獨占優勢。

在行銷方面，苗栗縣政府舉辦上市記者會與評鑑比賽來加強台灣民眾對苗栗優質大閘蟹的認識。期間有國內電子及平面媒體等來專訪苗栗縣養殖之大閘蟹如：台視、中天電視、TVBS、東森電視、華視及民視等全國電視台，另外大陸中央電視台更派人專訪苗栗縣養殖大閘蟹，成功營造兩岸議題藉以吸引媒體注意。

⁵² 專訪苗栗縣觀光協會理事長暨苗栗縣大閘蟹運銷合作社理事主席江德利。訪談時間：2013年4月23日

第三節 苗栗縣大閘蟹的發展限制

據行政院農委會漁業署「101年度養殖水產品產業輔導-大閘蟹產業資訊彙整分析」報告得知，台灣養殖大閘蟹經營困難之處，其中多數業者認為台灣大閘蟹養殖活存率太低(40%)為主要因素，其次為銷售問題(21%)，其他(16%)方面：包含養殖池塘水質問題、缺乏技術輔導及政府開放進口大陸活大閘蟹進口，衝擊本土養殖產品市場等（行政院農委會漁業署，2012）。

一、大閘蟹養殖困難

大閘蟹為台灣新興的養殖水產物種，然而，台灣養殖大閘蟹業者大多數在養殖經驗及技術尚未完全成熟，對於大閘蟹基本的生長條件、環境需求、養殖技術與疾病防治等等仍在摸索階段（劉秉忠、莊文劼、李國誥，2012），以致養殖成效欠佳。

苗栗縣大閘蟹養殖業者F先生表示，在台灣養殖大閘蟹，常因進口的蟹苗品質參差不齊、長途運送過程緊迫的影響、放養密度過高、投餵過量、底質老化、水質酸鹼不穩定及防逃設施不完善等許多的困難，造成育成率不佳。

F先生接著表示，大閘蟹在養殖過程中，也常因為池塘管理不當，易引發疾病而發生集體死亡，導致產量降低；而在飼料的營養調配上，則因無法掌握蟹苗成長時給予的最佳成長飼料配方，造成成熟度不佳、個體小、生殖巢發育不夠飽滿等問題；至於因缺乏專業養殖科學養殖技術，無食品認證安全等條件，也是大閘蟹養殖產業發展無法突破的重要瓶頸⁵³。

⁵³ 專訪苗栗縣大閘蟹養殖業者F先生。訪談時間：2013年2月24日。

二、養殖技術及質量難以突破

台灣發展大閘蟹養殖僅數年時間，由於大閘蟹養殖屬新興養殖一種，許多養殖業者在經營管理尚無法完全掌握，雖然中國大閘蟹養殖歷史悠久，也有許多養殖技術文獻可供參考，但由於台灣的地理環境與中國大陸有極大的差異，所以大閘蟹移植台灣養殖可能會因為養殖條件的不同而需進行養殖經營管理上的修正⁵⁴。

養殖目前所產生的情形有，蟹苗進口品質良莠不齊、放養密度過高導致成長趨緩，存活率偏低、養殖環境管理不穩定、幼蟹生長環境變異大、池塘水草密度過低、植物性餌料缺乏且隱蔽物不足，易發生殘食、動物性餌料投餵管理不當，池底老化嚴重、池塘結構不良，進排水系統不完善、大閘蟹局部挖洞逃脫，造成生態環境破壞、池塘管理不當，導致爛肢病、黑鰓病及甲殼潰瘍病等疾病的發生，導致生產量降低、養殖週期長，屆中秋大閘蟹上市季節，台灣大閘蟹體型小，無法及時收成，而錯過最佳上市時機，銷售量及價格都有不利影響(劉秉忠，2012)。

苗栗縣養殖規模受限地形關係，多為 1-2 分地的小面積養殖，依地形及進水現況採取多池塘養殖，管理成本在與大面積養殖場相較之下，導致單位人事成本較高，就現階段苗栗縣大閘蟹普遍育成率尚屬偏低，因而使每公斤各項變動成本投入相對提高（農委會漁業署 2012）。

三、品牌形象塑造與市場疑慮

苗栗大閘蟹養殖方式強調生態安全無藥養殖，一系列輔導措施，透過兩岸大閘蟹養殖科技合作協議，苗栗縣政府農業處與上海海洋大

⁵⁴ 專訪上海海洋大學養殖專家 G 先生。訪談時間：2013 年 4 月 10 日

學共同成立養殖輔導小組，養殖過程中加強對產品進行藥檢，並對養殖戶教育無藥養殖之觀念，並推廣苗栗大閘蟹為無藥養殖宣傳，同時加強產銷履歷機制，建立產地標章，以推動苗栗大閘蟹優質品牌。

採用防偽蟹環方式設計，而透過蟹環之 QR code 或安全條碼，提供消費者查詢生產履歷，而當大閘蟹有「蟹的身分證」，代表安全、優質及美味的象徵的同時，那麼消費者對產品必然非常放心⁵⁵。

苗栗縣政府藉由政策輔導養殖優質大閘蟹，利用品牌形象塑造市場接受度，並透過行銷傳播建立消費者信心，尤其最近食品安全是國人熱列關切的議題。

苗栗縣大閘蟹推動採取品牌形象以作為市場區隔。而品牌建立是漫長而艱辛的，在過程中政府及養殖戶均須有高度共識，就第一年推動成效而言，從報章媒體之報導，顯示確已成功吸引國內消費者的關注，而未來成效仍有賴政府持續推動及養殖戶全力配合。

四、大閘蟹銷售管道

目前台灣所生產的大閘蟹主要以國內消費市場為主，大閘蟹屬於季節性商品，每年中秋節前後是商品蟹上市的時候，此時的大閘蟹會將體內儲存的能量轉移至性腺發育來使用，通常來說體型越大的大閘蟹，因自身養分充足，性腺發育越飽滿，蟹膏蟹黃也就越濃郁；到了農曆 11 月左右，離上市時間約兩個月後為最後的銷售時間，商品蟹因無法交配，性腺即開始慢慢萎縮，這時多大閘蟹的食用價值也就慢慢消失(吳璧鍾，2011)。

苗栗縣大閘蟹運銷通路調查方面，根據台灣大閘蟹養殖業者提供資訊，大閘蟹運銷途徑可區分為：現場販售約 31%、販運商收購約 12%、網路直銷約 23%、飯店餐廳約 6%、批發市場及超商收購約 5%、產銷

⁵⁵ 專訪苗栗縣觀光飯店消費者 H 小姐。訪談時間：2012 年 10 月 10 日

合作社約 16%、其他約 7% 等方式。運銷方式會根據生產區域的差別而有所不同，北部地區及中部地區因貼近消費市場，所以養殖業者以現場販售及網路直銷為主(吳璧鍾，2011)。

苗栗縣大閘蟹養殖產業，初期以運銷合作社統一收購為主，苗栗縣政府農業處表示，苗栗縣大閘蟹養殖協會與苗栗縣大閘蟹產銷合作社合作，對符合檢驗結果的苗栗縣大閘蟹進行收購，檢驗規定如下：

- (1)安全蟹苗，需經大陸官方檢驗合格。
- (2)專用飼料配方。
- (3)藥檢合格。
- (4)須達 100 公克以上(約 2.7 兩)。

養殖業者如符合以上規定，苗栗縣政府即可以保證價格收購。

保證收購由運銷合作社與養殖戶簽訂協議收購契約，只要符合收購標準之大閘蟹，由產銷合作社保證收購價收購。而其收購價訂定標準如下：

表 4-1、苗栗縣大閘蟹運銷合作社保證價格收購標準 (2012 年)

編號	重量	價格
1	三兩以下	每兩 40 元
2	三兩以上~四兩以下	每兩 80 元
3	四兩以上~五兩以下	每兩 90 元
4	五兩以上~六兩以下	每兩 110 元
5	六兩以上~七兩以下	每兩 130 元

資料來源：苗栗縣政府農業處資料統計，2012。

苗栗縣於 2012 年採用產銷合作社進行銷售，初期養殖戶及產銷合作社均依承諾簽訂統一收購契約書，唯雙方在交貨過程中產生大閘蟹何時熟成可上岸之認知差異？收購時商品品質如何認定？何時可將大閘蟹全部清塘收購？市場價格偏低不符收購成本等等因素，造成收購過程中有多戶養殖戶與運銷合作社解約情事。而大閘蟹養殖協會會員又另外成立銷售管道⁵⁶。

據苗栗縣政府農業處表示：2013 年因苗栗縣擴大養殖，放養蟹苗達 70 餘萬隻，比起 2012 年 40 餘萬增加近倍之放養量；如再上大陸開放進口、苗栗縣運銷合作社即將解散之困境等等因素。在銷售管道方面，勢必產生更大之挑戰，這亦是主政者在推動政策時，應預為因應準備之重要課題。

五、大閘蟹產業推動的延續發展

保持大閘蟹養殖健康穩定發展，仍賴各級政府全力支持，特別是大閘蟹產業中有關培育蟹苗、培育蟹種和成蟹養殖是三大關鍵技術。

大閘蟹養殖計畫是苗栗縣劉縣長重大旗艦計畫之一，在劉縣長大力推動下，與上海海洋大學簽訂養殖科技合作協定，並自 2012 年起為期三年之合作計畫，唯劉縣長任期將於 2014 年 12 月屆滿，未來繼任者是否仍延續該政策之推動、中央農政單位是否支持及學術研究單位是否就關鍵技術研發投入等等，也都將影響未來大閘蟹產業推動是否能延續發展⁵⁷。

⁵⁶ 專訪苗栗縣觀光協會理事長暨苗栗縣大閘蟹運銷合作社理事主席江德利。訪談時間：2013 年 4 月 19 日

⁵⁷ 專訪苗栗縣政府農業處主管人員 B 先生。訪談時間：2013 年 3 月 23 日

第五章 結論與建議

第一節 結論

苗栗縣政府取得兩岸合作技術交流協訂，在兩岸的產、官、學合作下透過養殖技術的經驗交流，提升自身養殖技術以改善生產效益；並藉由共同集貨銷售或優質品牌建立，以利於產銷市場通路的規劃與整合。在養殖技術方面能得以獲得資源，更能在大閘蟹產業有整體的規劃與整合完善的產銷通路，提升產品價值產業發展。

本研究係針對苗栗縣主管輔導大閘蟹產業的政府官員、輔導團隊與養殖戶、觀光協會及運銷合作社等主其事者，透過深度訪談與文獻資料分析，就前章節所述研究觀察及分析整理，說明本研究所發現之結論：

一、中國大陸的產銷運作的發展方向

- (一) 中國大陸經過多年的發展和進步，河蟹的養殖技術在各地不斷取得創新，並朝向養殖模式的多樣化、養殖技術的系列化及苗種生產規模化的方向發展。
- (二) 中國大陸由於市場需求和經濟效益的推動，大閘蟹養殖正在向大規格養殖技術模式過渡，由大養蟹變為養大蟹。在生產組織形式上正在由分散零星養殖向規模化集約養殖過渡，中國大部分生產區都已形成以河蟹品牌為龍頭的養殖聯合體，在質量控制上正在由常規養殖向無公害生態化養殖過渡。

二、苗栗縣透過兩岸農業合作得三年專利保障，進行養殖輔導

- (一) 苗栗縣政府透過兩岸農業合作，與大陸上海海洋大學共同簽訂「中華絨螯蟹養殖科技合作協議」，開創了兩岸首次簽訂養殖大

開蟹為期三年之技術輔導合作的先例，在台灣取得大開蟹產業關鍵地位。

- (二) 大陸提供技術協助方面，上海海洋大學特別成立蟹苗育成中心提供優質蟹苗、提供專用配方飼料及上海海洋大學大開蟹養殖技術團隊長駐苗栗輔導。
- (三) 苗栗縣政府在輔導大開蟹養殖計劃方面，其推動重點為成立輔導小組進行現場養殖技術指導、輔導獎勵措施每公頃補助新台幣 20 萬元、透過各類行銷傳播及產品標章建立等方面進行輔導。
- (四) 推動期間遭遇困難方面，初期部分養殖戶仍依以往習慣養殖，無法完全配合養殖輔導小組之技術指導、國內於 2012 年業者進口為數不少以低價傾銷的大陸大開蟹，以致整體價格下跌而造成合作社在保證價格收購、品質的認定上無法形成共識，造成養殖協會與運銷合作社採購合作契約產生變化，導致 2013 年銷售平台失去了合作社保價收購的保證，再加上中國大陸蟹苗品質穩定性不足、非都市土地使用管制受限等因素，於往後推動上仍須有所因應之道。

三、苗栗縣政府與民間協力，進行大開蟹的品牌行銷

- (一) 苗栗縣政府與民間協力進行品牌行銷，並透過苗栗縣觀光協會辦理北、中、南旅展一起行銷傳播、由大開蟹運銷合作社與縣內主要餐廳合作行銷推廣、於 2012 國慶煙火在苗栗期間在會場設置品蟹館、配合電視美食節目行銷等具體措施。
- (二) 苗栗縣政府係透過建立品牌達到行銷目的，不斷利用新聞事件曝光，引起消費者的注意，例如進口優質蟹苗、優質安全專用飼料、兩岸合作協議之推動、產地履歷標章、優質大開蟹評鑑、利用大型活動行銷、縣長親自擔任代言等等具體策略。

四、苗栗縣大閘蟹品牌行銷

- (一) 苗栗縣政府為了取得消費者的信賴，設計了苗栗大閘蟹專屬的QR扣的蟹環，利用科技的結合方便讓消費者瞭解到產品的品質，以優良品質的架構下建立品牌的形象，並提昇產品的價值。
- (二) 因市場銷售上，大閘蟹市場通路明顯較魚蝦、貝類市場小，所以在自創品牌並規劃與整合產銷通路上，較不易推動，如何提升產品價值，以增加養殖戶受益，是苗栗當前推動重要課題。

而 2013 年除延續去年各項輔導措施外，目前具體措施除利用防偽蟹環，以金色、銀色及綠色等三個等級建立產品區隔外，還有加強推廣種植水草，並舉辦種水草比賽，也因而促使各養殖池生機盎然，也顯示大閘蟹更安全、健康的生態養殖是正確模式。另外，利用休耕田試辦「稻蟹共生」養殖法，目前共生池裡稻子已漸成熟，如能試辦成功對農民收益應有所裨益。

苗栗縣政府首創與大陸簽訂合作協定，並成立產、官、學輔導小組專業輔導，大閘蟹養殖在 2013 年其他縣市均減少養殖，而苗栗縣仍逆勢成長，這也證明兩岸農業技術合作在苗栗縣達到相當的成效，其第一年成效，比以往不論是育成率或養成大蟹都有成長，但因兩岸合作協定為期僅三年，後續在養殖關鍵技術是否能自主提昇、品牌形象塑造是否成功、銷售管道是否暢通、是否造成生態環境的威脅、政策是否持續推動等等因素都將面臨嚴峻考驗。

第二節 建議

一、確實制定養殖及行銷制度並落實執行

- (一) 建構一套適合苗栗縣標準化的養殖模式，因應不同的水溫、水質、不同蟹池環境的管理手冊可供依循操作，每位養殖戶設有標準化的養殖紀錄簿每日詳實的紀錄養殖狀況，以作為輔導團隊輔導診斷的參考依據。
- (二) 確實要求養殖業者依照健康安全的生態養殖方法，使用通過檢驗合格安全標準的飼料，主管單位須確實嚴格執行把關，不定期抽驗是否有符合各項標準，採淘汰制度，不符規範的養殖戶將不予補助及購買蟹苗、飼料、研習、輔導等。
- (三) 售價由協會參考市場供需及外縣市售價訂定協議訂定之，會員間應遵守協議內容，以免造成價格紊亂、削價競爭等情事。

二、產銷班制度的建立

- (一) 在 2012 年苗栗縣大閘蟹銷售為苗栗縣大閘蟹運銷合作保證價格收購，養殖戶只需專心一致在養殖出優質大閘蟹的這個部份，但在 2013 年養殖戶則除了養殖外，因沒有了運銷合作社的合作模式，還要自行尋求銷售平台，建議可分區成立產銷班。
- (二) 以產銷班的模式，不論在養殖技術的交流以及在評鑑比賽時可增列以產銷班別的評鑑項目，以良性競爭來提升品質、縣府方便管理輔導，在行銷方面也可集中資源共同宣傳、廣告，創立共通銷售的平台。

三、嚴格把關蟹扣環的發放標準與品質控管

- (一) 蟹環的發放除了規範嚴格的發放標準外，更要明確分級，以避免定義不明。
- (二) 前幾章節不斷的提到品質對優質品牌的重要性，而蟹環的發放或標示查詢皆為苗栗縣政府官方網站，為的就是要詔公信力以取廣大消費群眾的認同。
- (三) 在執行蟹扣環的發放也一定是要由主管監督機關—苗栗縣政府嚴格執行，更要有機制防止過程中摻入假冒或有「洗澡蟹」⁵⁸的情形發生，以免損及苗栗優質大閘蟹的品牌形象。

四、公部門的支持力量與輔導方向

在一個新興產業草創初期，公部門的支持力量是很重要也是成功與否的關鍵，不論是在各階段的適法性、主管機關法規的規範內容等都有賴公務單位的配合、協調與輔導，同時也須知道這些草創的養殖戶的困難、需求：

- (一) 建立一個即時的溝通平台，由專人負責協調及協助解決困難。
- (二) 與大陸簽訂3年的專利保障協議，應在協議保障期間，將關鍵技術及育苗的技術編寫「苗栗縣大閘蟹生態養殖白皮書」，將此提供相關單位及業者以標準化管理養殖優質大閘蟹為杲規。
- (三) 應訂防颱預警及應變制度，輔導並監督防逃措施及建設是否完備，並注意產銷的平衡，避免價量失衡，以防棄養危害生態。
- (四) 全面輔導養殖戶，使用全科技水質環境品質監控系統，全程使用最新科技方法徹底執行生態養殖，建立真正安全衛生無毒優質大閘蟹產業。

⁵⁸ 所謂「洗澡蟹」(留學蟹、過水蟹)，指的是將非自己蟹池的蟹在蟹快成熟時，放養在自己的蟹池一段時間，冒充成符合安全衛生規範養殖的成蟹。

參考文獻

中文部分

101年度養殖水產品產業輔導工作（2012），國立台灣海洋大學，財

團法人台灣養殖漁業發展基金會，行政院農業委員會漁業署。

上海海洋大學與台灣苗栗縣大閘蟹養殖合作背景及發展（2012）。

水產市場（2010），陽澄湖大閘蟹專刊，2010年8月第8期 p6。

王武、李應森（2010），河蟹生態養殖，北京，中國農業出版社。

王武、楊志剛（2012），苗栗縣河蟹養殖產業，上海海洋大學。

王福閻（2011），整合行銷傳播策略與企劃。

中華民國財政部關稅總局（2012），統計資料庫查詢系統。

<http://www.customs.gov.tw/Statistic Web/News.aspx>

中國水產門戶網

<http://www.bbwwfish.com/>

戈賢平（2000），淡水養殖實用技術手冊，北京，中國農業出版社。

冉繁華、黃謝田、陳詩璋（2007），認識我國水產養殖漁業產履歷。

行政院衛生署（2012），食品藥物管理局。

<http://www.fda.gov.tw/TC/index..aspx>

李應森、王武、陳賢明、胡本龍（2010），漁業科技入戶河蟹養殖成果，科學養魚。

李素馨（1996），觀光新紀元-永續發展的選擇，戶外遊憩研究。

李偉中（2006），陽澄湖大閘蟹的經濟與文化價值探析，陽州大學烹飪學報。2006(3)。

李美華、孔祥明、林嘉娟、王婷玉譯，Earl Babbie（1998），The Practice of Social Research，社會科學研究方法，臺北：時英。

吳璧鍾 (2011)，台灣中華絨螯蟹養殖產業經濟分析，碩士論文，
國立台灣海洋大學水產養殖學系。

吳水木 (2007)，研習論壇精選，【第一輯】—單元三，政府行銷。

吳定 (2001)，公共政策辭典，五南。

林樂峰(2007)，河蟹生態養殖與標準化管理，北京：中國農業出版社。

周剛、周軍 (2011)，江蘇省淡水水產研究所 201117 中國水產，
2011 年第二期，我國河蟹產業現狀及可持續發展對展。

苗栗縣政府農業處

<http://www.miaoli.gov.tw/agriculture/t-security.php>

苗栗縣大閘蟹養殖協會

<http://blog.sina.com.tw/miaolicrab/>

苗栗縣大閘蟹運銷合作社

http://www.miaolicrab.org.tw/00_home/home.asp

苗栗縣觀光協會

<http://www.mtravel.org.tw/mlvision/>

侯勝茂 (2007)，嚴格檢驗大閘蟹，維護消費者飲食安全，藥物
食品安全週報。

洪淑宜 (1996)，整合行銷傳播在媒體行銷上的應用—以台北之
音為例。

畢恆達(1996)，孔祥明、林嘉娟、王婷玉譯(1998)，袁方編(2002)

高俊雄 (1996)，休閒概念面面觀，國立體育學院論叢，國立體
育學院論叢。

翁興利 (2004)，政策規劃與行銷，台北：華泰。

陳昭郎 (1991)，傳播社會學，黎明文化。

商業周刊第1297期

<http://www.businessweekly.com.tw/KWebArticle.aspx>

- 陳奕成 (2012)，花蓮縣大閘蟹養殖所面臨的挑戰及願景，花蓮縣動植物防疫所。
- 陳詩璋 (2011)，台灣漁業現況及水產品國際行銷策略，台灣漁業經濟發展協會。
- 陳慶華(2002)，整合行銷傳播的應用實証研究—以中華電信伍佰兆寬頻方案為例。
- 張永誠 (1991)，事件行銷100，遠流出版
- 黃振庭 (2011)，台灣海纜養殖生展競爭力分析，國立臺灣，海洋大學水產養殖學系。
- 黃榮護 (2000)，公共管理，台北：商鼎。
- 張文博、王武 (2006)，中華絨螯蟹親蟹選擇方法的探討，科學養魚。
- 董穎、周遵春、宋倫、閻有利 (2008)，中華絨螯蟹、日本絨螯蟹及其雜 F1 代群體的遺傳多樣性 AFLP 分析，水產科學。
- 劉秉忠、莊文劬、李國誥 (2012)，大閘蟹養殖，海大漁推，國立台灣海洋大學漁業推廣委員會。
- 楊維龍、張關海 (2003)，陽澄湖大閘蟹重現生機的技術措施，淡水漁業。
- 劉美琪(2001)，整合行銷傳播在國內廣告代理業的應用情形研究，國立政治大學-廣告學研究。
- 蔡念中、張宏源 (1996)，傳播媒介經營與管理，亞太出版社。
- 葉至誠 (2000)，社會科學概論，台北市：揚智文化。
- 遠見雜誌，第316期報導 (2012.10)
- http://www.gvm.com.tw/Boardcontent_20839.html
- 潘淑滿 (2003)，質性研究理論與應用。台北：心理。
- 鄭自隆(2008)，電視置入:型式、效果與倫理，台北：正中書局。
- 鍾倫納 (1992)，應用社會科學研究法，香港：商務。

樊寶洪、周宏華、朱健（2010），中國漁業經濟，2010年第5期
第28卷。

蘇蟹閣

[http://www.jinandazhaxie.com/About us/](http://www.jinandazhaxie.com/About_us/)

英文部分

Duncan, & Moriarty, S. E. 1998. “A communication_based
marketing model for managing relationships.” *Journal of
Marketing*, 62 (April) , pp.1-13.

Schultz D. E.(1994)、「Objectives Drive Tactics In IMC Approach,」
Marketing News (May 9) 、14-18

Peter Drucker (1973) . *Management: Tasks, Responsibilities,
Practices*. New York: Harper & Row.

附錄

附錄一、中國大陸符合國際認證檢驗機構 7 家

序號	認可編號	檢測機構名稱
1	L1425	中華人民共和國江蘇出入境檢驗檢疫局動植物中心
2	L2128	中華人民共和國安徽出入境檢驗檢疫局化學技術分中心
3	L1733	中華人民共和國湖南出入境檢驗檢疫局檢驗檢疫技術中心
4	L0354	中華人民共和國浙江出入境檢驗檢疫局檢驗檢疫技術中心 食品安全實驗室
5	L0993	中華人民共和國遼寧出入境檢驗檢疫局檢驗檢疫技術中心
6	L2278	中華人民共和國湖北出入境檢驗檢疫局檢驗檢疫技術中心
7	L1174	中華人民共和國江西出入境檢驗檢疫局檢驗檢疫綜合技術 中心

資料來源：行政院衛生署

附錄二、中國大陸認可之 42 家合格大閘蟹蟹養殖場

序號	監管局	註冊號	註冊場養殖名錄
1	江蘇局	3200/AC058	江蘇太湖水產有限公司
2		3200/AC053	蘇州陽澄湖蟹業務服務中心
3		3200/AC016	崑山市水產有限公司
4		3200/AC017	崑山市巴解陽澄湖大閘蟹有限公司
5		3200/AC018	崑山市巴路陽澄湖大閘蟹有限公司
6		3200/AC019	吳江萬頃太湖蟹養殖有限公司
7		3200/AC021	興化市紅青大閘蟹有限公司
8		3200/AC032	江蘇長蕩湖水資源綜合利用開發公司
9		3200/AC033	江蘇省瀟湖魚類良種場
10		3200/AC035	漂陽市長蕩湖水產良種科技有限公司
11		3200/AC037	常熟市金唐市水產品有限公司
12		3200/AC039	揚州高寶邵伯湖魚業增殖養殖試驗場
13		3200/AC047	泗洪恆瑞水產養殖有限公司
14		3200/AC048	泗洪縣緣康洪澤湖大閘蟹有限公司
15		3200/AC015	宿遷楠景水產食品有限公司
16	遼寧局	2100/AC001	盤山縣東方旭海水產養殖場
17		2100/AC002	盤錦每日集團有限公司水產養殖場
18		2100/AC004	盤錦大洋貿易有限公司河蟹養殖場
19	江西局	3600/AC001	九江縣吉祥特種水產養殖場
20		3600/AC012	江西尤鑫特種水產養殖有限公司
21	安徽局	3400/AC001	安徽省鵝程湖泊開發有限公司

22	安徽局	3400/AC002	明光市特種水產養殖有限公司
23		3400/AC006	安徽省盧江縣水產養殖場
24		3400/AC009	南通市兵凌水產品有限責任公司宣城市漪湖養殖場
25		3400/AC011	安徽霍邱龍迪水產開發有限公司
26		3400/AC012	當塗縣賢進漁業發展有限公司
27		3400/AC017	明光市遠洋水產品貿易有限公司
28		3400/AC018	安徽和縣江蟹特種水產養殖場
29		3400/AC019	當塗縣雙潭湖養殖有限公司
30		3400/AC020	五河縣淝豐水產養殖場
31		湖北局	4200/AC003
32	4200/AC006		洪湖市洪城水產養殖場
33	4200/AC007		武漢市江夏區南北嘴綜合開發總公司
34	4200/AC011		陽新縣國管海口漁場
35	4200/AC013		陽新縣湖漁海水產有限公司
36	4200/AC014		濱湖興富水產品養殖場
37	湖南局	4300/AC001	湖南和平水產有限公司
38		4300/AC002	湖南大通湖錦大特種水產有限公司
39		4300/AC003	湖南漢壽縣三建水產食品有限公司青山湖養殖場
40	浙江局	3300/AC013	臨海市楚升遠水產品有限公司溪口水庫養殖場
41		3300/AC031	合州市億鑫貿易有限公司井馬水庫養殖場
42	上海局	3100/AC001	上海海之興進出口貿易有限公司

資料來源：行政院衛生署。

附錄三、上海海洋大學與臺灣苗栗縣政府大閘蟹養殖科技合作大事記：(資料來源：苗栗縣政府農業處2011至2012止)

- 1.2011年7月國台辦副主任鄭立中訪問臺灣苗栗縣，在與縣長劉政鴻先生的交談中瞭解到苗栗縣大閘蟹養殖遭遇技術瓶頸問題，希望得到大陸方面的技術援助。副主任鄭立中回到大陸後，隨即牽線搭橋，上海市台辦即著手安排上海海洋大學與苗栗縣政府相關部門接觸。
- 2.2011年8月15日至23日，在上海市台辦周一鋒先生的陪同下，上海海洋大學派出以吳嘉敏教授為團長的五人大閘蟹養殖專家考察團到臺灣苗栗縣實地調查研究臺灣苗栗縣大閘蟹養殖現況。
在苗栗縣政府農業處的協助下，上海海洋大學養殖專家考察了苗栗大閘蟹養殖模式，並在苗栗縣政府會議室邀請了養殖戶代表參加，介紹大陸大閘蟹養殖的講座。會上，大陸專家就目前苗栗縣大閘蟹養殖普遍存在的問題發表了意見並提出了初步的解決辦法。
- 3.2011年8月24日至27日，上海海洋大學赴台灣苗栗大閘蟹養殖專家組完成考察報告，潘迎捷校長指示生命與水產學院組織各學科專家討論。專家們各抒己見，最後終成一致意見...臺灣苗栗地區可以養殖大閘蟹，而且能夠突破目前的技術瓶頸問題，養出規格大、質量優、具有苗栗地方特色的大閘蟹。
- 4、2011年8月28日，上海海洋大學呈送《臺灣地區大閘蟹養殖現狀》及《關於苗栗縣大閘蟹產業發展推動的意見及設想》的報告給上海市台辦及教育委員會。
- 5.2011年9月，上海市台辦就上海海洋大學技術支援臺灣苗栗縣大閘蟹養殖事宜與縣長劉政鴻先生溝通。雙方達成由上海海洋大學與臺灣苗栗縣政府牽手，共同推進苗栗縣大閘蟹養殖產業的發展。上海海洋大學積極籌備赴台技術援助苗栗縣大閘蟹養殖的事宜。

- 6、2011年10月15日上午，由縣長劉政鴻先生率領的苗栗縣政府參訪考察團一行四十餘人專程到上海海洋大學參觀訪問，並與上海海洋大學專家共商苗栗河蟹產業發展良策。上海市台辦副主任季平、校長潘迎捷、校黨委副書記吳嘉敏、而台辦交流交往處鄭凱處長等出席歡迎會，程裕東副校長主持歡迎會，下午，在校圖文102會議室，水產與生命學院院長李家樂教授主持了苗栗縣大閘蟹養殖研討會。會上，上海海洋大學資深專家王武教授、成永旭教授作了關於苗栗縣大閘蟹養殖技術方面的報告。晚上，在上海市西郊賓館，隆重舉行中華絨螯蟹(即大閘蟹)養殖科技合作協定簽約儀式，苗栗縣縣長劉政鴻、上海海洋大學校長潘迎捷代表雙方簽約，市委常委楊曉渡出席簽約儀式並親切會見了苗栗縣參訪團一行。上海市台辦主任李文輝、市教委主任薛明揚、市科委副書記陳龍、市農委副主任嚴勝雄、市台辦副主任季平、上海海洋大學黨委書記虞麗娟等出席簽約儀式。
- 7、2011年10月28日，縣長劉政鴻為了推展苗縣大閘蟹養殖新興產業，10月28日指示業處擬訂輔導養殖獎助辦法，計畫連續3年補助業者每年每的頃20萬元，同時由業者籌畫成立大閘蟹養殖協會，訂立完善銷制度，專賣苗栗縣內的餐廳、飯店，全國民眾想要吃大閘：只有到苗栗才吃得到，以結合觀光發展。
- 8、2011年11月，苗栗縣政府將大閘蟹養殖列入全縣35項旗艦發展計劃之一，並向行政院農委會專案申請從大陸輸入優質的大閘蟹種苗。
- 9、2011年11月2日-13日，苗栗縣政府派出林怡樓、陳信元先生專程到上海海洋大學培訓大閘蟹養殖技術。在一對一的“教授-學生”理論知識強化培訓後，林、陳兩位先生先後到上海市崇明縣、蘇州市蘇中區、宜興市等一線農地考察和調研了大陸大閘蟹養殖的典型模式。

- 10、2011年11月15日至22日，上海海洋大學再次派出以王武教授為團長的專家組到苗栗縣做進一步的調研和實地考察。11月17日上午，苗栗縣政府政府在會議室召開了全縣大閘蟹養殖產業推動的說明會，劉政鴻縣長主持會議並介紹了苗栗縣為鼓勵農戶養殖大閘蟹而推出的激勵政策，在產、製、貯、銷方面每公頃補助20萬元，另外，大陸專家團王武教授、成永旭教授等並作了大閘蟹養殖技術方面的主題發言。來自苗栗縣、臺北市、新竹市、桃園縣、屏東縣、宜蘭縣等地的養殖戶一百多人參加了會議。專家團回校後，在兩次考察的基礎上，成立了上海海洋大學大閘蟹養殖專家後援團，制定了相應的技術援助方案。
- 11、2012年12月16日，苗栗縣大閘蟹養殖發展協會正式成立，包括公館、通霄、苑裡、苗栗市、頭屋、頭份、三灣、獅潭、大湖、後龍等地區約計56位會員。
- 12、2012年1月1日，上海海洋大學派出大閘蟹養殖專家王春博士及研究生闕有清到臺灣苗栗長期駐點實地指導當地養殖戶養殖大閘蟹。1月10以前，指導示範戶及部分養殖戶完成池塘的清理整改、水草種植等準備工作，並在苗栗縣農業處、苗栗縣大閘蟹養殖發展協會的指導和幫助下，建立了苗栗縣大閘蟹養殖生產履歷完整記錄制度以及輔導團隊每天深入農戶現場指導工作制度。
- 13、2012年1月2日，苗栗縣政府農業處成立大閘蟹養殖技術專業輔導團，成員有大陸的王春教授、闕有清研究員，台灣苗栗由林怡樓、趙士龍、許紋華、彭輝閔等人組成，各成員全部是水產養殖專業背景。1月6日，農業處林澄清副處長主持召開了縣大閘蟹養殖發展協會第一次技術講座，苗栗縣養殖協會葉總幹事介紹苗栗縣大閘蟹養殖概況，王春博士主講相關技術問題。

- 14、2012年1月12日下午2時，通過上海市動植物檢驗檢疫局的檢驗，第一批2.4萬隻大閘蟹蟹苗從上海市崇明島經浦東機場到達臺北桃園機場，3時30分順利通過臺灣海關檢查驗貨，裝上到苗栗的貨車，17點30分，蟹苗到達苗栗縣獅潭鄉示範戶吳育德先生的養殖場。在一百多位養殖業者、技術人員、媒體記者等的見證下，苗栗縣長劉政鴻親自主持了放苗儀式。這是臺灣地區第一次通過正規管道從大陸進口的蟹苗。
- 15、2012年1月19日，第二批7.26萬隻蟹苗再次從上海空運到臺北，並在專業人員的輔導下分散到各示範戶和養殖戶。
- 16、2012年2月2日，農業處林澄清副處長帶領王春、闕有清、趙士龍、許紋華到台南、高雄等地考察飼料添加劑廠和飼料廠。
- 17、2012年2月6日至7日，在農業處、養殖協會理事古木添先生的見證下王春與屏東協益創料廠、祥圃實業有限公司簽定飼料生產相關的保密協定。
- 18、2012年2月8日，第三批蟹苗1.33萬隻到達苗栗，分散到二十位養殖戶。輔導團隊連續幾天到各養殖戶塘口察看苗種下塘後的情況。
- 19、2012年2月10日，林澄清副處長以及輔導團隊陪同行政院漁業署簡任技正陳建佑一行，現場考察苗栗縣大閘蟹養殖專案的實施情況及進展，王春教授作了詳細介紹。
- 20、2012年2月14日，輔導團在縣政府會議室召開了第二次大閘蟹養殖技術輔導講座。由農業處林澄清副處長主持，輔導團成員王春、闕有清、林怡樓、趙士龍、許紋華、彭輝閔先後從種苗下塘處理、水草種植、水質管理、投餌技術、飼料加工、疾病防控、養殖激勵政策等方面做了專題講解，會員們反應熱烈。

- 21、2012年2月17日，由縣府農業處召開大閘蟹養殖協會全體理監事會議。范陽添處長、賴典佑技正等主持會議，共商協會運營、飼料定價等部分。
- 22、2012年2月1日，國台辦副主任鄭立中-蒞苗參訪，由副縣長林久翔及農業處長范陽添陪同特地到公館南河村皇家大閘蟹養殖場視察大閘蟹生長情形。鄭立中看到第一批1月12日進口蟹苗，經過蛻殼後體型明顯長大許多，對於兩岸合作的成果表示肯定。
- 23、2012年2月24日，縣府委請專業廠商使用上海海洋大學專用配方，製造全國首批大閘蟹專用飼料，預計提升大閘蟹存活率及養殖戶的收益。飼料運抵縣府交由大閘蟹養殖協會會員領回。副縣長林久翔表示上海海洋大學授權研製養殖配方與廠商簽有保密協協議，目前只提供本縣的大閘蟹養殖業者使用，希望以專業技術輔導來提高大閘蟹的品質，讓全國民眾來苗粟享用美味的大閘蟹。
- 24、2012年4月25日，苗粟縣政府農業處24日邀請中國上海水產學院養殖系教授王武，以「蟹文化」為題向有意加入販售大閘蟹的業者展開演講，希望透過文化的深耕，幫助大閘蟹早日在地化，變成真的苗粟名產。
- 25、2012年6月15日，上海市教育委員會主任薛明揚今天由縣長劉政鴻、農業處長范陽添陪同參觀苗粟縣大閘蟹養殖成果，薛明揚表示，目前的大閘蟹都具備了「青背肚、金爪黃毛」的條件，養殖情況很好，他還直誇苗粟是山明水秀，大閘蟹也養得很漂亮。
- 26、2012年6月18日，苗粟縣大閘蟹養殖發展協會與觀光協會在縣長劉政鴻見證下，簽訂產銷合作契約，今年生產的全部大閘蟹由觀光協會收購，再由觀光協會籌設的運銷合作社賣給縣內餐廳、飯店、溫泉業者等，按照議定的等級與價格收購，以確保蟹農權益，2.9兩下每兩40元、3至3.9兩每兩80元、4至4.9兩每兩90元、5到5.9兩每兩110元、6兩以上每兩130元。

- 27、2012年6月至7月，為了打造苗栗優質大閘蟹品牌，快速擴展市場佔有率，由苗栗縣政府農業處所主辦的「苗栗優質大閘蟹品牌LOGO設計徵選活動」，於7月25日在縣府舉行頒獎典禮，由聽障人士朱建安以Q版漫畫造型與簡單易懂的設計理念，脫穎而出，獲得本次大賽首獎。
- 28、2012年8月17日，上海市副市長姜平率領上海海洋大學校長潘迎捷與大陸媒體30多人，前往頭屋范賢達大閘蟹養殖區參觀大閘蟹成長狀況。
- 29、2012年9月5日，陸委會副主委胡興華、漁業署長沙志一今天由立委陳超明、農業處長范陽添等人陪同，前往頭屋鄉獅潭村范賢達、象山村古木添經營的大閘蟹養殖場參觀，兩人都讚許苗栗生態養殖大閘蟹非常成功。
- 30、2012年9月20日，財團法人海峽交流基金會副董事長高孔廉參訪頭屋鄉大閘蟹養殖戶，深入了解大陸上海海洋大學輔導苗縣養殖大閘蟹產業情形，對優質的苗栗大閘蟹讚不絕口。認為兩岸農業合作的空間還很大，銷往大陸的農產品應進一步建立契作制度，讓產地放心耕作生產，維持穩定的供應量，市場方面不用擔心供不應求，才能放手行銷，奠定健全的產銷機制，對台灣的農業發展更具實質幫助。
- 31、2012年10月3日，形塑苗栗大閘蟹的優質形象，推出苗栗大閘蟹LOGO之後，再設計專屬的防偽扣環，來強化品牌識別。這個扣環具有防偽及各種品質保證的功能。防偽扣環，直徑約2公分，由聚丙烯PP材質製成，正面是防偽標章，背面則是可供掃描其生產履歷的QR Code。帶上這個蟹環的大閘蟹，除保證一定是大陸合法進口的蟹苗，也一定都是由苗栗縣政府技術輔導下，養殖而成的優質大蟹，此外，它還代表通過16項藥物殘留檢測，是安心美味的保證，更是苗栗縣政府用心輔育與大力推廣的成果與象徵。

- 32、2012年9月27日，引頸期盼的苗栗優質大閘蟹，今天正式上市推廣，縣長劉政鴻與上海海洋大學校長潘迎捷一起評鑑生態養殖成功的苗栗大閘蟹，將是苗栗引以為傲的美食資產。
- 33、2012年9月27日，縣府舉辦第一屆苗栗縣優質大閘蟹評鑑活動，今日上午在苗栗東北角餐廳登場。全縣共有30戶大閘蟹養殖戶參賽，現場根據「肥滿度」、「外觀」及「口味」三項指標進行層層評選，最後由公館鄉巫森桂獲得特等獎，三灣鄉的鍾東生養殖的大閘蟹獲得「蟹王」、「蟹后」雙項殊榮。
- 34、2012年10月23日，縣長劉政鴻感謝海海基金會董事長林中森、副秘書長馬紹章、綜合處處長梁玉珍等人與國內平面、電視媒體、香港衛視、美國之音、美國自由亞洲電台、新加坡聯合早報、新加坡海峽時報及新華社、中央人民廣播電台、中央電視台、福建日報、福建東南衛視、海峽都市報到苗栗參訪，並聽取簡報，希望透過此次參訪活動深入了解苗栗與上海海洋大學技術合作養殖大閘蟹，推展苗栗新興產業的情形，一同協助促銷苗栗具有特色的產業。
- 35、2012年11月5日，上海海洋大學第6屆蟹文化節暨王寶和盃全國河蟹大賽」11月4日在上海舉行，台灣與來自上海、江蘇、浙江、安徽、江西、湖北、重慶、河南、山東等9個省份的參賽團隊角逐，苗栗縣優質大閘蟹參加中國第6屆王寶和盃大閘蟹評鑑競賽，從55組參賽團隊中脫穎而出，勇奪金蟹獎，初試啼聲就拿下好成績。



有品牌保證專屬蟹扣環的苗栗縣生產優質大閘蟹。



國台辦副主任鄭立中與苗栗縣長劉政鴻於 101 年八月份餐敘。席間，劉政鴻提及希望引進大閘蟹至苗栗養殖。



2011年10月15日上午，苗栗縣政府與上海海洋大學於上海市西郊賓館簽訂養殖合作協議



大陸在上海崇明島設立蟹苗供台中心。



2012年1月12日，第一批大閘蟹蟹苗從上海市崇明島經浦東機場，通過臺灣海關檢查驗貨，到達苗栗縣養殖場。這是臺灣地區第一次通過正規管道從大陸進口的蟹苗。



2012年2月24日，由苗栗縣政府委請簽訂保密條款之專業廠商，使用上海海洋大學提供三年保障專用飼料配方，製造全國首批大閘蟹專用飼料。



2012年10月3日，設計專屬的防偽扣環，來強化品牌識別。這個扣環具有防偽及各種品質保證的功能。防偽扣環，直徑約2公分，由聚丙烯PP材質製成，正面是防偽標章，背面則是可供掃描其生產履歷的QR Code。



2012年9月27日，舉辦第一屆苗栗縣優質大閘蟹評鑑活動，根據「肥滿度」、「外觀」及「口味」三項指標進行層層評選，最後由公館鄉巫森桂獲得特等獎，三灣鄉的鍾東生養殖的大閘蟹獲得「蟹王」、「蟹后」雙項殊榮。



2012年11月4日在上海舉行「上海海洋大學第6屆蟹文化節暨王寶和盃全國河蟹大賽」，台灣與來自上海、江蘇、浙江、安徽、江西、湖北、重慶、河南、山東等9個省份55組參賽團隊中的參賽團隊角逐，榮獲「金蟹獎」，初試啼聲就拿下好成績。



2012年9月27日，苗栗優質大閘蟹正式上市推廣，縣長劉政鴻與上海海洋大學校長潘迎捷共同主持上市記者會。



2012年9月27日，上市記者會，苗栗縣大閘蟹運銷合作社理事主席江德利推介大閘蟹禮盒。



2012年國慶煙火在苗栗記者會及北、中、南大型旅展中行銷苗栗優質大閘蟹。



2012年國慶煙火在苗栗活動中，場區內設立的品蟹館



品蟹館創新的「立食區」。



品蟹館立食的人潮。

附錄四、本縣各養殖戶與上海展開合作的情況(資料來源:苗栗縣政府農業處)

上海海洋大學的養殖團隊在苗栗縣推廣大閘蟹的生態科學養殖方法，其專業技術要點是以下列幾點為主要輔導方向：

1. 大閘蟹蟹苗直接由上海海洋大學的蟹苗基地提供，而非以往苗種來源不明，藥檢檢測的問題以及因長途運輸時間過長而致苗種存活率不高。
2. 全面推廣水草種植，捨棄以往不以水草種植而放置蟹屋的養殖方式。
3. 在養殖的過程，全程配合產程使用專用配方飼料，輔以雜魚、螺類等天然餌料。不再像以前亂用飼料，單一投餵雜魚或內臟、玉米、果蔬等。
4. 嚴格藥物管理，全程監測養殖池及週邊生態健康養殖，全程的生產紀錄的養殖方式。
5. 規範養殖技術環節，推行因地制宜的技術方案。
6. 大閘蟹蟹苗直接由上海海洋大學的蟹苗基地提供，而非以往苗種來源不明，藥檢檢測的問題以及因長途運輸時間過長而致苗種存活率不高。
7. 全面推廣水草種植，捨棄以往不以水草種植而放置蟹屋的養殖方式。
8. 在養殖的過程，全程配合產程使用專用配方飼料，輔以雜魚、螺類等天然餌料。不再像以前亂用飼料，單一投餵雜魚或內臟、玉米、果蔬等。
9. 嚴格藥物管理，全程監測養殖池及週邊生態健康養殖，全程的生產紀錄的養殖方式。
10. 規範養殖技術環節，推行因地制宜的技術方案。

附錄五、苗栗縣大閘蟹創新做法：(資料來源:苗栗縣政府農業處)

(一) 全國唯一有養殖獎勵金補助：

苗栗縣政府於 100 年 12 月 30 日公告該縣大閘蟹養殖獎勵原則，訂定以每公頃補助獎金 20 萬元補助予養殖戶。

(二) 專用之大閘蟹專用飼料：

為保障飼料的品質，在委託代工飼料廠與核心餌料，由農業處人員親自拜訪廠商予最專業性評估，確保生產之飼料品質安全無虞，不定期檢驗 16 項藥物殘留及 4 種重金屬及營養成分分析。

(三) 大閘蟹品牌 LOGO 設計活動：

為推廣本縣大閘蟹養殖及產業永續發展，辦理苗栗優質大閘蟹品牌 LOGO 設計徵選活動。

(四) 製作及認證「苗栗優質大閘蟹防偽扣環」：

用以區隔非本縣輔導養殖之安全產品，並有 QR 扣的設計，讓消費者能看到生產履歷，建立優質品牌形象。

(五) 辦理全國性大閘蟹評鑑比賽：

「生產」與「銷售」結合，希望能達到 1+1 大於 2 的效益，並帶動第三產業-觀光業發展

附錄六、苗栗縣河蟹養殖產業化建設建議(王武，2012)

在這短短的一箇月中，得到了劉縣長、農業處領導的親切關懷和照顧，得到了漁業同行們、觀光協會的負責人的大力支持和幫助，得到了廣大養殖戶的熱情歡迎，在此一併表示衷心的感謝。

一、概況

我們對整個苗栗縣分佈在各鄉鎮的河蟹養殖戶進行了調查研究和學習，基本上是全覆蓋。通過近一個月的調研，感受頗多。

1. 發現了一些好苗子，他們都在認真地研究如何養大蟹的技術。
2. 發現苗栗可以養大蟹，最大的有 7 兩（262 克）以上。調查表明：凡是種草、養福壽螺的蟹塘，河蟹規格都較大。
3. 苗栗有暫養優質蟹的自然條件（低溫、流水、優質水質等）優勢明顯。
4. 苗栗的配套養殖設施測試手段、較先進（如自動開增氧機計時器，增氧設施、最高、最低溫度計等），值得大陸農漁民學習。
5. 看到了臺灣苗栗縣農漁民淳樸、熱情、熱心、勤勞的工作態度，特別是像葉雲清總幹事，他放棄自己的工作，始終陪我們下鄉調研，他是臺灣的活“雷鋒”他已成為我們心目中臺灣農漁民的典型代表。像苑裡丹堤的魏董，王府大飯店的余總，他們主動、積極地為發展苗栗縣的河蟹產業出謀劃策，深受感動。

二、建議

（一）在總體佈局方面：

1. 目前，苗栗的河蟹養殖產業，規模小而分散，市場競爭能力低，養殖風險較大，尚屬弱勢產業。在總體佈局方面，重點

扶持養殖大戶和龍頭企業，擴大養殖規模。做大、做強養蟹產業，以便在苗粟農業方面占一席之地。

2. 優質大規格大閘蟹的市場前景很好。但養殖戶不會經營，建議與下游產業——觀光旅遊產業合作，共同構建“科、養、銷、遊”一體化的《河蟹產業聯盟》。由下游產業負責選育肥點，將養殖戶養的大閘蟹全部購進，集中育肥，開展規模經營生產，企業化管理，社會化服務。以便養殖戶騰出池塘來，做好來年養殖池塘的改造，水草種植和福壽螺的培育等工作。
3. 建議政府出面，促成兩個協會的大協作，為組織《河蟹產業聯盟》。本著利益均沾，風險共擔，取長補短，互惠互利的精神，做好協調工作。

(二) 在池塘基本建設方面：

水淺，已成為苗粟養蟹池塘普遍存在的問題。今年冬天，商品蟹上市後，要號召養蟹戶加深養蟹塘。採用挖掘機，開回字形的深溝，成本並不高。只有加深蟹塘，做到有深有淺，才能防高溫，才能混養其它魚、蝦，提高綜合效益。

(三) 在優質蟹種的選用和放養時間方面

從苑裡河蟹目前河蟹生長情況看，一部分河蟹已發展到“大鬍子”階段，還有蛻一次殼，性腺就成熟了。除了當地水溫偏高外，早放養（1月初）是一個原因。

建議：

第一方案：養二茬。第一茬養河蟹，6月份上市，第二茬高溫季節養白對蝦。但一則商品蟹6月上市，市場能否接受，氣溫高，捕撈、運輸都有問題。二則，白對蝦養殖大家沒有試驗過，風險較大。

第二個方案：晚放種。今年10月，將商品蟹全部捕出暫養，改造池塘後，放水種草、養螺、做水色。要求到2月底做到“草豐螺滿水質好”，並混養好相關的魚類和蝦類，2月底至3月初放蟹種。

為此，苗栗大閘蟹協會要與“上海優質蟹種供台基地”在 10 月簽訂優質蟹種供貨合同，以確定優質蟹種標準、數量、供貨時間等。

(四) 在水環境方面

1. 建立不同水體的種草模式：

在山區、丘陵地區，沉水植物和浮葉植物的種類，覆蓋面積，栽種方法等。

在平原地區，沉水植物和浮葉植物的種類、覆蓋面積等。

2. 蟹種放養時，必須採用圍蟹種草技術。要求蟹種存小範圍中精養，便於控制水質，便於投餌、蛻殼觀察，便於大水體水草種植。

3. 建立“草、螺、蟹”共生的數學模型，求證養 1 斤蟹，需要配多少草+多少螺？剛開始可以粗一些，偏經驗方面，以後做到逐步精細。

(五) 在飼料方面

1. 河蟹專用配合飼料，不能全縣一刀切，只投一種飼料。最好要同時配備兩種專用配合飼料，這樣有回轉的餘地。如苑裡地區，水溫較高，粗蛋白低的飼料用得更多一些。山區水溫較低，蛋白高的飼料應用時間應長一些。

2. 苗栗蟹池面積小，如果河蟹攝食的餌料單一，就容易發生河蟹蛻殼不遂的情況。調研表明，凡是福壽螺、水草多的池塘，不易發生這種情況，查其原因，可能與配合飼料中缺乏蛻殼素有關。在大陸，河蟹配合飼料均添加蛻殼素（植物激素）。

解決辦法：

(1) 向有關方面提出，並檢測通過，從大陸購入蛻殼素。

(2) 蟹池中培育大量福壽螺。

3. 養蟹塘的福壽螺對河蟹的蛻殼、生長、培養大規格河蟹均有重要作用。我們擔心的是農藥殘留。建議對不同生長水體的福壽

螺採樣後，送有關檢測單位進行農藥殘留檢測，告訴農漁民，要作為螺種，必須要到哪些水體中採集福壽螺。

(六) 在蟹池放養方面

1. 明年的蟹種，放養密度要適當降下來，花3年時間，建立符合苗粟特點的蟹種最佳放養密度（或逐步向1000只/分的標準靠攏）。
2. 養蟹塘只放養蟹種，其生態系統結構單一，系統彈性差，缺乏互補作用。養殖風險大。由於苗種不容易解決，能否先易後難，動員各鄉鎮的養蟹戶，根據當地條件，有選擇地套養一些魚、蝦。特別是蝦類，希望每個蟹塘都要套養。再由協會統一組織一些魚類，送到各家的養蟹池邊放養。技術組要根據各鄉鎮所套養的魚、蝦進行統計，到收穫時，要統計生長規格、數量和重量，及時總結，加以推廣。

(七) 在組織管理方面

1. 苗粟大閘蟹協會要進一步完善大閘蟹行業協會的功能和職責。通過實施“五個優先、五個統一”，加強凝聚力，抱團打市場。

“五個優先”：優先供應優質苗種、優先提供養蟹技術、優先提供蟹病防治服務，優先提供產銷資訊，優先提供貸款資金；一一加強凝聚力。

“五個統一”：統一苗種、統一標準的養蟹技術、統一供銷管道、統一商標、統一價格。一一抱團打市場。

通過“五個優先、五個統一”，將分散的養殖戶組織起來。不僅提高了養殖技術，而且充分發揮各類水體的生產潛力，提高了經營管理水準，提高市場競爭力。
2. 示範戶的確定是動態的，要建立示範戶技術評估體系，採用激勵機制：先進的要表揚，後進的要淘汰。能否掛科技示範戶牌子。
3. 確定和培養生態養蟹的核心示範戶（條件：交通方便，距離縣城

近；接受新事物能力強，養殖狀況良好；能配合漁業科工作）。
供上級領導參觀、視察。

- 4.建議：專家組（輔導組）對今年上半年的工作做一個階段小結，總結半年來工作成績，指出存在問題和不足之處，明確下一階段改進辦法，為下半年戰高溫、防颱風做好準備。此報告以苗栗縣農業處和上海海洋大學專家組共同落孰。
- 5.建議：建立抗颱風、暴雨，抗暴發性蟹病的預警方案（預案），明確分工和責任。主動做好防颱、抗災準備工作。
- 6.建議由大閘蟹行業協會出面，編寫《苗栗縣河蟹生態養殖操作規範》，經協會會員討論，修改補充後試行。今年10月完成。
- 7.建議由大閘蟹行業協會出面，編寫《苗栗縣河蟹生態養殖明白紙》，經協會會員討論，修改補充後試行。今年10月完成。
- 8.建議由大閘蟹行業協會出面，研討出臺苗栗縣大閘蟹吉祥物和商標。

（八）在人才培養方面：

- 1.“眼界決定境界”。要對專業技術人員（特別別是輔導組的科技人員）和主要養殖戶組成學習參觀團，到大陸養蟹先進的太湖流域去參觀學習。回來每位專業技術人員要寫總結，寫心得體會和改進辦法。
- 2.要有一支基本的骨幹隊伍：要培養一批河蟹養殖方面的專家和技術工人。對好的技術苗子要進行重點培養。

上海海洋大學 王 武、楊志剛

2012年4月25日