

當海平線遇上地平面： 遠洋漁業青年聯誼會 拜會屏東養青陳右穎

圖、文 / 漁業廣播電臺 許嘉仁



遠洋漁業青年聯誼會拜會陳右穎，交流捕撈與養殖經驗，探索臺灣漁業新價值。

114年11月24日在屏東東港健富造船廠，「光盛12號」CT6噸級鮪延繩釣漁船佇立在船臺上，船身掛滿漁旗，一艘新船即將加入臺灣遠洋船隊。

一艘新船的啟航，也是責任的起點

依照習俗，供桌上擺著麻糬、發糕、三牲、鳳梨等供品，吉時一到，船上撒下餅乾、糖果、麻糬與紅包，鞭炮聲響起，岸邊親友、廠商與附近居民紛紛舉起手邊工具接住從船上落下的祝福。

遠洋漁業青年聯誼會會長林涵宇在一旁觀禮，他說，新船下水對青年世代的意義，不只是多了一艘能出海作業的船而已：「每一次進水，都在提醒我們，遠洋漁業已經走進國際檢視的舞臺，船怎麼管理、人怎麼照顧、資源怎麼使用，都是這一代必須面對的責任。」

儀式結束後，新船入水，由拖船牽引靠泊碼頭，後續將安裝設備、整補物資、測試系統。一切就緒後，船東宴請親友、員工與船員，盼望未來在海上的每一次出港，都能平安、滿載而歸。

從船塢走向魚塢： 看見另一條漁業路徑

同一天午後，遠洋漁青從健富造船廠船塢轉往屏東枋寮，拜訪養殖青年陳右穎經營的「三魚直賣所」。九年前，他回到家鄉接手魚塢，從改善養殖環境做起，一步步推動所謂「六級化」在一級生產之外，加入加工、銷售與體驗，把傳統養殖漁村從原料供應端，往品牌經營者的位置推進。

走進店裡，可以看到以石斑、午仔魚等魚種延伸出的多樣產品，包括料理用的熟成魚貨、復熱即食產品、以魚鱗與魚皮研發的保養品與寵物食品等，這些商品背後的理念，是盡可能做到「全魚利用」，讓一尾養成超過3年的石斑，不再只有魚肉為人熟知。

陳右穎指出，臺灣養殖水產的加工潛力其實非常大「如果只把魚當作一塊塊切片賣掉，產地永遠被價格牽著走；但當不同部位都能找到對應的產品，風險就能分散。」

走進生產現場： 在魚塢理解風險與調適

陳右穎也帶領遠洋漁青前往魚塢現場，讓他們親自體驗餵食石斑，當鯖魚拋入水中，大型龍膽石斑迅速翻動水面，濺起水花。

陳右穎說明，他刻意降低養殖密度，讓魚有足夠空間移動，遇到高低溫或其他環境壓力時，疾病比較不會快速蔓延，這樣的做法雖然可能降低產量，卻是為了在極端氣候、病害風險升高的前提下，維持穩定的生產力。

對於長期在洋區作業的漁青來說，這些細節是一種全新的視角，林涵宇表示，遠洋漁業習慣從配額、油價、人力成本看產業，今天則是看到養殖端如何在池子裡管理風險，也意識到大家面對的是同一個環境，只是應對方式有所差異。



左 新船進水吉時到來，船首撒下麻糬與貢禮，祈願航程平安、漁獲滿載，也凝聚眾人祝福。
右上 遠洋漁青於東港健富造船廠船塢合影見證光盛12號進水。
右下 光盛12號鮪延繩釣漁船進水啟航，旗海飄揚，象徵新世代遠洋船隊啟程與責任同行。



上 遠洋漁青走進魚塢體驗餵食石斑，近距離理解養殖現場。
 左下 遠洋漁青於三魚直賣所踴躍提問，圍繞加工、內需與永續，現場交流熱絡。
 右下 遠洋漁青聯誼會林涵宇會長（左）致贈感謝狀予屏東養青陳右穎（右）。

遠洋與養殖青年交會：找到各自新座標

長期以來，我國遠洋漁獲以外銷為主，產品多在海外市場完成分級、加工與銷售；養殖水產品雖然也有外銷，但內需仍是主力，如何經營本地市場、與通路合作、向消費者溝通生產方式，成為養殖產業每天必須思考的課題。

近年在漁業署鼓勵下，遠洋產業開始探索國內市場的可能，三魚直賣所的經驗，讓遠洋漁青看到另一種模式，透過清楚標示、產地故事、加工創新與食魚教育，漁產品不再只是拍賣現場的一串數字，而能在消費者心中建立具體形象。

林涵宇強調，這次參訪的重要目的，就是希望讓遠洋產業多思考，臺灣的消費者，有沒有機會也成為支持船隊的一股力量？

遠洋與養殖本是兩種截然不同的產業環境，但透過交流，讓雙方有機會理解彼此的困境與創新。就如不同溫度的洋流交會，帶來豐沛的創意與市場想像，海平面捕撈遠洋船隊與地平線繁養的魚塢，不再遙不可及，而是能攜手為臺灣下一代的漁業，開展新契機。