

賞鯨行業的現況與未來

王弘禹

B10202052, NTU Physics

December 30, 2022

Contents

1	現況	2
1.1	遊客的特性	2
1.2	宜蘭賞鯨的特性	3
1.3	國內外的賞鯨規範	4
2	未來	5
2.1	大方向	5
2.2	政府	5
2.2.1	效仿童玩節的成功措施	5
2.2.2	校外教學	5
2.2.3	法規方面	5
2.2.4	宣傳	6
2.3	業者	7
2.3.1	利用隨機性	7
2.3.2	保育經費	8
3	簡易總結	9

1 現況

資料來自:[1]、[2]、[3]以及Google trends，優先使用最新資料。

1.1 遊客的特性

以下5分代表很同意，1分代表很不同意。

1. 當地人的旅遊意願低落，花蓮、宜蘭僅分別佔5.6%、1.7%。主要來自六都佔了71%
2. 旅客裡有97%的人只參與過三次以內的賞鯨活動
3. 40歲以下的人佔84.7%
4. 動機最多為接近大自然(4.4分)、欣賞海上風光(4.35)，反而學習知識(3.9)、喜愛鯨豚(3.9)並非首要。
5. 是否看到鯨豚對重遊意願、推薦給親友的影響巨大，平均多了0.4分。
6. 沒看到鯨豚、暈船以及共賞船隻過多是遊客最在意前三名。
7. 教育程度為大專以上的人佔了賞鯨遊客的80%，但全台灣只有45%。(資料來自行政院民國107年)
8. 只有25%的人知道賞鯨標章，知道的人當中幾乎都願意花費較高的票價搭乘有賞鯨標章之船隻。
9. 有30%的遊客認同業者應追逐鯨豚提供遊客良好視野。
10. 民衆在賞鯨的願付價格多為600元以下(62%)，不過願意多付150、300元作為賞鯨保育金。

表 5-6 賞鯨衝擊減緩方案願付價值評估

屬性	業者船班管理:依當地船隻數排班出港	規範船隻靠近鯨豚 須急速距離	規範同群鯨豚 共賞船隻數	船隻操作規範:禁止 追逐、拆散鯨豚	願付價值 (WTP)
方案 A	 無規範 (無規範不列計算)	 150公尺 急速距離 150 公尺 57.1 NT/人/次	 規範共賞船隻 2 艘 156 NT/人/次	 增加操作規範 57 NT/人/次	271.8 NT/人
方案 B	 增加船班管理 38.9 NT/人/次	 50公尺 急速距離 50 公尺 62.8 NT/人/次	 規範 4 艘共賞船隻 (未達顯著不計算)	 增加操作規範 57 NT/人/次	159.5 NT/人
最嚴方案	 增加船班管理 38.9 NT/人/次	 150公尺 急速距離 150 公尺 57.1 NT/人/次	 規範共賞船隻 2 艘 156 NT/人/次	 增加操作規範 57 NT/人/次	310 NT/人

Figure 1: 來源:[2]

1.2 宜蘭賞鯨的特性

季節性

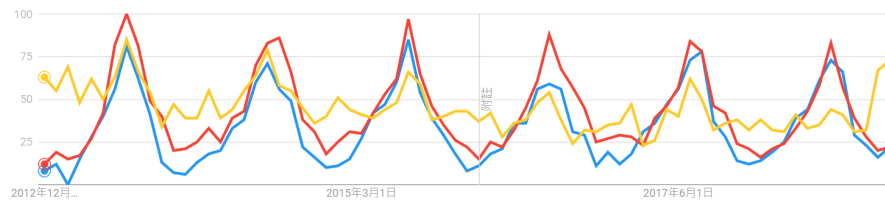


Figure 2: 藍線：賞鯨、紅線：烏石港、橘線：宜蘭旅遊。旅遊熱度集中在暑假，平時乏人問津。來源：Google trends, from 2012-2018

原因經查為:11月到隔年3月底因東北季風強烈而無法出航。

賞鯨的內容

1. 宜蘭發現鯨豚的機率只有約七成，海象不佳容易使乘客暈船。
2. 通常搭配龜山島的旅遊行程，花蓮則是會去看清水斷崖。
3. 解說與服務品質遜於花蓮。

1.3 國內外的賞鯨規範

臺灣的規範主要為這三個

1. 中華鯨豚協會賞鯨標章:賞鯨船隻22艘中只有8艘擁有賞鯨標章。
2. 各縣市的賞鯨自律公約:台灣有賞鯨活動之縣市宜蘭、花蓮、台東皆分別訂有賞鯨的自發性公約，但由於缺乏法律效力同時船上也缺乏監測設備，因此在實際約束賞鯨業者船隻行為的效果有限。
3. 娛樂漁業管理辦法:這是唯一具有法律效力的規範。其中多為行政作業及安全配套措施的規範，對於生態面向的規範則無。目前只針對鯨豚擱淺救援、違法捕獵、鯨豚交易有作規範。針對業者的船隻數控管、遊客數量都沒有規範。

各國規範則為

表 2-3 各國賞鯨規範

國家	船隻與鯨豚距離	共賞船隻數	觀察時間	許可證	法律效力/罰金
阿根廷	離 100 公尺前 船隻熄火,熄火 後最近 50 公尺	一群鯨魚只 能一艘船觀 看	-	需要	具法律效力有執 照業者吊銷執照 5 天,並罰 2000 美金
澳洲	離鯨魚最近距 離 100 公尺,海 豚最近距離 50 公尺	一群海豚或 鯨魚最多三 艘共賞	根據當地 調查情況 評估	需要	具法律效力
巴西	離鯨魚最近 50 公尺且需熄火	根據區域保 育單位規定	-	-	具法律效力
厄瓜多爾	離鯨魚最近距 離 100 公尺,海 豚最近距離 50 公尺	一群鯨魚最 多三艘共賞, 第四艘需距 400 公尺等待	25 分鐘	需要	具法律效力
紐西蘭	離鯨魚最近 50 公尺	一群鯨魚最 多三艘共賞	-	需要	具法律效力
noaa 北美 賞鯨規範	45 公尺 (50yards)	-	30 分鐘	-	最高十萬美元

本研究整理自：

Carlson, C. (2001). *A Review of Whale Watch Guidelines and Regulations Around the World: Version 2001*. International Whaling Commission. ISO 690

Figure 3: 來源:[2]

很明顯地，在法規方面，臺灣落後非常多。

2 未來

我將結合上述資料、自身在宜蘭的成長經驗給出宜蘭賞鯨業未來發展方向。

2.1 大方向

從遊客特性可以看出在地市場是尚未被開發，有相當多的在地人不會把賞鯨列為旅遊選項。我住在頭城十八年，我的經驗則是：學校從未講過賞鯨活動外、身邊的親朋好友也只有非常偶爾提起，即使提起也多為登龜山島的附屬品。對於宜蘭，不管是當地人還是外地人，通常都是提起礁溪泡溫泉。我花蓮的朋友亦然，生活中也是很少提到賞鯨。

賞鯨有幾個值得關注的特性，賞鯨季在暑假、有三成的機率看不到鯨豚且每次遇到的海豚群不同、可以順便登龜山島、繞龜山島。

我認為賞鯨應發展成當地人的休閒活動，針對在地的中老年人、學生族群推廣。提高地方認同、好好利用隨機性。

2.2 政府

2.2.1 效仿童玩節的成功措施

我的個人經驗是每年童玩節都會有非常多宜蘭人去(去年總人次為41萬)，討論度也相當高。除了本身好玩、表演好看外，只辦在暑假讓人有例行公事的記憶點、給予宜蘭人優惠的票價(擁宜蘭戶籍:100元，非宜蘭戶籍:300元)讓宜蘭人有歸屬感外、還覺得值回票價！

除此之外，童玩節會找宜蘭高中、國中小的學生擔任長達兩個月的「小記者」，我在國三的時候就參與過。該活動是要我們報導童玩節的大小事，如：採訪外國的表演者、紀錄表演內容、關心園區內的菸蒂問題等(題材相當自由)在這個活動中，我除了學會拍照、撰稿外，還認識到許多不同文化的人、增進對宜蘭的認同。

針對季節性，每年舉辦活動。如：遊客用拍照的方式記錄當年遇到多少隻鯨豚及其種類，每一張可以當作抽獎券，抽出大禮。

用給予宜蘭人優惠價提升地區認同感。學習「小記者」活動的成功處，增加類似的「鯨豚記錄員」活動，提供地方學子海洋教育。

2.2.2 校外教學

宜蘭人國小共同的回憶必去的綠色博覽會、傳統藝術中心，這兩個活動、景點都是因為具有教育意義而時常去。在我就讀竹安國小(位於宜蘭縣頭城鎮竹安里)的時候，課程會有蠻多部分在講龜山島、沙崙的文化意義。

總之，配合海洋教育、龜山島的文化意涵，頭城地區極適合將賞鯨納入校外教學的活動，不過可能要因容易暈船的特性，會更適合在國中進行。

2.2.3 法規方面

最重要的有兩點：仿效其他賞鯨大國的規定，賞鯨權由政府掌控，並收取規費、稅收。

宜蘭縣政府非常用力的推廣童玩節有個重要的原因是童玩節的舉辦，須由宜蘭縣政府自負盈虧，因此常常作為施政政績展現。若賞鯨是政府核准、間接舉辦的活動，民衆將會監督其品質好壞。

由先前資料可知，共賞船隻過多是賞鯨遊客在意的第三名，控管賞鯨業將會有效抑制這種情況發生。重提我先前在作業提過的務實管理措施：「在個體經濟學中提到，減少削價競爭、提升服務品質的其中一種方式是設定價格地板，即規定票價有下限，並且由政府掌控業者的成本。以商品作類比，政府是製造商品（賞鯨權），業者是經銷商（賣賞鯨服務）。由此一來，政府向所有業者收取相同的規費，達到成本統一化。又因價格有下限，業者若要在同行脫穎而出便須提升他的服務品質，無法使用價格優勢去搶客。」

結合我在本文提到的「效仿童玩節的成功措施」、「校外教學:海洋教育」以及「方便結合其他公部門推廣賞鯨生態旅遊（如：觀光局）」這都是政府掌控賞鯨權後可以方便執行的事務。除此之外，中央政府也應根據地方政府成效給予經費支援。最後，除了地方政府承辦的賞鯨活動受民衆監督外，需符合宜蘭縣自訂的賞鯨自律公約，以免自打嘴巴。

2.2.4 宣傳

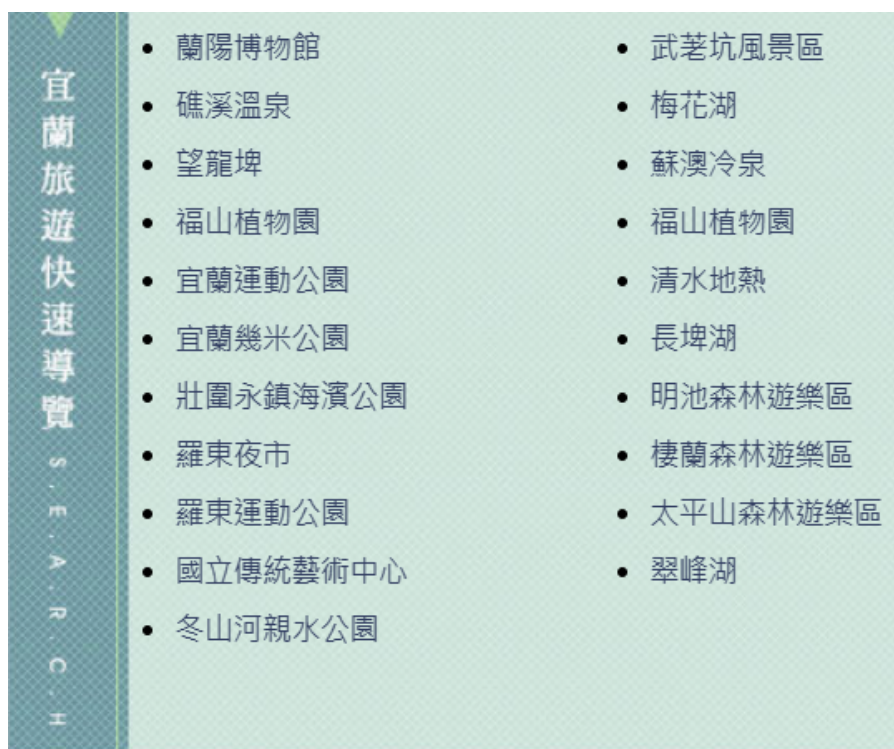


Figure 4: 宜蘭的旅遊網站很少見到關於賞鯨的事情

宜蘭縣一直都是觀光大縣，對於對外縣市的宣傳非常熟練，不過在賞鯨這方面不知道為什麼幾乎沒有看見過。根據[1] 有67%的人知道賞鯨是因為親朋好友、旅行社、報章雜誌，政府顯然在這方面下的功夫不夠。

但，我在這想討論對內宣傳的部分，因為現在的宜蘭縣民實在太少討論賞鯨了。近些年，宜蘭各鄉鎮會舉辦針對地方的微電影比賽，到處都有海報、我身邊的朋友也有所討論、參加。



Figure 5: 參賽作品許多有過千的觀看次數

有絕佳溼地、龜山島、外澳海灘及鯨豚出沒的宜蘭，很適合針對「水」舉辦微電影活動。

另外，目前四十歲以下的遊客佔了85%。這對宜蘭這個老人佔多的縣市不是個好現象。我認為可以配合長照政策，讓老人們出海看看鯨豚、透透氣。我的許多長輩們都會出海捕魚，我想對於頭城的老人們暈船不是什麼問題，主要都是沒有伴（根據我爸現在在長照機構、社區大學的觀察）根據[1]有55%的人是家庭旅遊，可見賞鯨活動能成為一般家庭聚會的選擇之一。為了可以讓老人舒適的賞鯨，還能因此精進賞鯨船的品質，提高坐船的舒適度，順帶降低讓許多遊客不滿的「暈船」

2.3 業者

2.3.1 利用隨機性

Pokémon與眾多抽卡遊戲的成功可以作為借鑑，推行像寶可夢圖鑑的收集冊(Fig. 6)、第一次遇到送與該鯨豚種相關的禮物(玩偶、貼紙等)。標註過往各種類鯨豚發現的機率，讓遊客期待，並且能用「期待遇到飛旋海豚」的快樂減低沒有遇到鯨豚的失落感。發現超級稀有的物種時，可以在港口處慶祝，如：敲鐘或掛照片在登船處。

增加趣味性外，同時預告著海洋的不可預知與神秘！此外，Pokémon還有個特性是地區會有專屬的寶可夢，宜蘭、花蓮、台東的賞鯨業可以一起聯合推出活動，彰顯地區的不同。

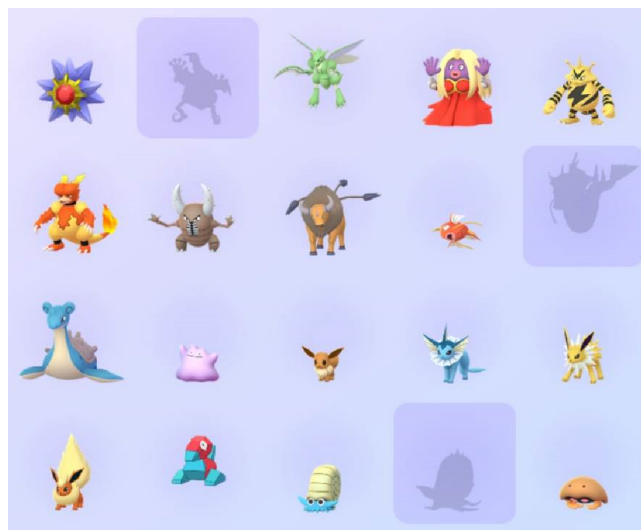


Figure 6: Pokémon go的遊戲畫面

2.3.2 保育經費

根據[2]，民衆除票價外是願意花錢資助海洋哺乳動物的保育計畫。美國的經驗是，賞鯨遊客願意支付高達15美元的額外費用來保護其從未到過的遙遠地區的灰鯨繁殖棲息地。

3 簡易總結

1. 當地人的旅遊意願低落，花蓮、宜蘭僅分別佔5.6%、1.7%，主要來自六都佔了71%。旅客僅有3%的人賞鯨超過三次。40歲以下的人佔84.7%。
 - (a) 仿效童玩節的成功模式，宜蘭人優惠價、讓學生擔任「鯨豚紀錄員」。
 - (b) 學校可以用賞鯨活動當作校外教學，進行海洋教育、本土特色課程。
 - (c) 舉辦微電影比賽、當作長照活動的選擇。
2. 無法律效力的規範，只有地方自律公約與民間的賞鯨標章
 - (a) 由地方政府掌控賞鯨權，其需要滿足自己的自律公約，除此之外，還需面對賞鯨標章的檢驗，人們通常對政府的道德要求更高。(若有經費從中央來，中央也可以藉此要求地方政府履行。)
3. 宜蘭發現鯨豚的機率只有約七成，海象不佳容易使乘客暈船。賞鯨行業受季節影響大。
 - (a) 用圖鑑收集、標註各鯨豚的出現機率，讓遊客化隨機性成趣味性。
 - (b) 暈船則只能盡量用升級設備避免，海洋就是如此廣闊卻不平靜。
 - (c) 舉辦每年辦一次的活動，讓季節性變成人人可以記得的特點。

References

- [1] 李雅鳳, “賞鯨遊客之旅由動機、解說服務滿意度、賞鯨活動忠誠度關係之研究,” 2005.
- [2] 鐘硯丞, “以遊客角度探討賞鯨衝擊減緩方案及鯨豚保育願付價值,” 2018.
- [3] 林家如, “以網路文字探勘探討生態旅遊意象、體驗價值與旅遊療育-以賞鯨為例,” 2022.