

發展品牌核心競爭力 讓台灣成爲世界烏龍茶中心

文圖／葉小慧

行政院農業委員會茶業改良場於今(92)年2月26日舉辦「茶葉行銷與茶藝文化研討會」，由林場長木連主持。主講人包括農委會中部辦公室蔡科長精強與許科長漢卿，天仁、天福集團李總裁瑞河，前茶業改良場邱場長再發，前茶業改良場場長、現天福茶博物院院長阮博士逸明，台灣區茶輸出業與台北市茶商公會王理事長端鎧，台灣區製茶公會徐理事長發政，中華茶藝聯合促進會陳理事長懷遠，以及茶學文化工作者的台大張教授宏庸。

各主講人針對各人的專精領域，對台灣茶業過去、現在及未來趨勢，均有精闢的看法，特別是在茶葉的品牌與行銷方面有相當深入的論述，所有主講人一致認為，「台灣烏龍茶」應建立強勢

而鮮明的品牌認同，發展品牌的核心競爭力，強調品質的精緻，使台灣茶葉成爲世界烏龍茶中心。對於大陸市場方面，大家都認為，不要害怕大陸茶的競爭，並希望儘速開放兩岸茶業的通路。

蔡科長指出，建立品牌可提供產品法律保障，有利於吸引有忠誠度的顧客，也有助於產品市場區隔和形象的建立，對賣方而言，也比較容易處理訂單和追蹤的問題。他強調，生產者爲主的概念是銷售，行銷則是消費者導向，要重視顧客的需求和滿意度。

徐理事長發政強調品質和整體行銷的概念，他表示，歐洲和日本許多廠商慕台灣茶葉美名，來台灣採購茶產品，卻看到部分茶農在馬路邊進行萎凋作業，在外銷茶產品中也曾發現石頭或其

→ 他小碎屑，破壞台灣精緻茶葉的整體形象。他認為，除了靠政府推展產業整體形象外，茶農和農會也應自力奮發，加強品質方面的控管，如安全用藥問題和製作過程的衛生問題等。應建立台茶品質保證的品牌形象，區隔出「台製茶」與「台式茶」的不同。

王理事長端鎧以「品牌行銷迎接加入WTO新發展」為題，說明新經濟時代的來臨，商品價值不再單純由重量價值決定，而是決定於其內含的知識價值及其他附加價值。以茶產業為例，茶葉生產的價值，除了原料、加工等實際成本外，更重要的是技術知識和品牌等無形的價值。其中，品牌是企業甚至產業能否成功的核心，創造品牌的魅力，就是創造商品的附加價值，同時也創造消費者對品牌的忠誠度。

他強調，業者要發展品牌的核心競爭力，就必須清楚確認自己的地位，了解自己所擁有的資源與長處，從自己最擅長的事做起，靠自己去找市場，發掘新的機會所在，認真且多元的經營自己的品牌。天仁、天福集團就是這樣的例子。

天仁集團在台灣開設60餘家茶葉直營連鎖店後，對美國、加拿大、日本、澳洲及東南亞地區的市場也非常注意，已開設直營連鎖及加盟店40餘家。天福集團在大陸則有長足的進展，已建立直營連鎖店300餘家，未來目標500至千家。到去年為止，天福集團相繼在中國大陸高速公路網內設置5個天福服務

區，並善用各特色產茶區的地理環境，設置觀光茶園、茶廠、茶食品廠及茶博物館等，形成世界規模最大的茶葉產、製、銷及文化旅遊一條龍的企業集團，以茶文化旅遊、宏揚茶文化、發展茶經濟，迎合經濟發展中的大陸市場需求。

被大陸雜誌「時代潮」封為「世界茶王」的李總裁瑞河，毫不吝嗇地分享關於他在台灣經營「天仁茗茶」，到在大陸經營「天福集團」的經驗，對與會者的問題是有問必答。他指出，在中國大陸投資要獲得成功，依他的經驗必須要有「四本」——「本尊、本錢、本行、本事」，即必須親自參與、資金充足、熟悉事業及具備專業能力。但他也強調，大陸市場有許多問題需要注意和解決，國內業者想進大陸市場，必須要組織化、企業化，絕不能跑單幫。

李總裁推崇台灣茶葉業者，具有世界觀及一流的茶葉精製技術。他認為，若能適時開放兩岸三通，開放大陸人士來台觀光，每年將有500萬人次，若平均每人購買1,000元，就有50億的台灣茶葉購買力；另一方面，以有規模有組織的型態到大陸推展台灣茶，也可搶佔13億的大陸市場；開放大陸茶葉進口，可使台灣茶葉業者有充分的茶葉原料，有利於拼配精製，外銷海內外。

阮逸明博士表示，17世紀以前，世界飲茶的主流是綠茶，18、19世紀時，紅茶藉著大英帝國的下午茶風潮推上國際舞台，目前烏龍茶的消費量占全球茶葉總消費比例雖僅約3%，但烏龍茶的



天仁集團李總裁瑞河分享他的茶葉行銷經驗

保健功效不亞於綠茶的事實，已獲得許多科學證實。先進國家如日本、美國、法國及俄羅斯等已逐漸形成烏龍茶風潮；至於中國大陸方面，雖仍以飲用綠茶為主，但烏龍茶風潮已逐漸推展至全大陸各地。

阮博士堅信「烏龍茶是21世紀的新寵」，若能適時掌握烏龍茶迷人的色、香、味，配合精緻的茶藝文化，將在大

陸造成烏龍茶風潮，並躍上國際舞台，與紅茶和綠茶三足鼎立。他強調，台灣烏龍茶的精緻、優質的香氣和滋味享譽全球，將台灣發展為世界烏龍茶中心，是台灣茶葉永續發展的重要途徑。

至於如何因應加入WTO及兩岸全面三通，阮博士則認為，台灣茶葉應建立茶葉資訊系統，掌控國內外最新產銷資訊，適時調整方向；全方位加

強茶葉質量及衛生安全檢驗；擴大培育青年茶葉技術人員，普遍提高茶葉技術人員素質；加強辦理茶藝文化活動，推展茶藝生活化，多運用媒體宣傳飲茶保健等相關資訊；配合週休二日，輔導設置觀光休閒茶園，吸引都會區消費者，親自體驗茶葉產製及茶藝文化，增加茶農收益。



魯冰花是很好的茶園綠肥作物，也適合休閒景觀