

# 格局有多大，路就有多長 ——茶藝文化與茶產業相輔相成

文圖／葉小慧

由 行政院農業委員會及台北縣政府農業局指導、坪林鄉公所主辦、台灣農業經濟發展基金會執行的「台灣茶藝文化與茶外銷研討會」，於今(92)年4月7日在台北縣坪林鄉公所活動中心舉行。會中邀請專家、學者討論台灣的茶藝文化與茶葉產業的發展，主講人包括茶葉改良場文山分場蔡場長右任，清華大學蔡教授宏庸，天仁茗茶李董事長勝治，台北市茶商業同業公會吳常務理事芳洲，中華東方茶文化藝術學會王淑娟小姐，泡茶師聯誼會廖會長純瑜、坪林鄉民代表會陳主席明義以及坪林鄉行政室梁主任健治等人。

在茶葉外銷方面，蔡場長指出，自1865年開始，台茶都是以外銷為導向，直到1975年後逐漸轉變成內需型產業，並在1985年首度有茶葉進口。蔡場長從台茶發展史的演變，說明台茶在行銷問題上的老毛病——「看好又看壞」，亦即台茶缺乏一定的品質管理，當市場看好時，業者就一窩蜂地製造銷售，什麼茶都來了，品質參差不齊，使消費者失去



坪林鄉梁鄉長金生強調製作茶葉的每一個過程都要用心

信心（1923年美國因此頒布「劣茶進口禁令」），結果市場看壞，又回歸到基本。這樣的過程不斷重演，外銷台茶品質的不穩定是最重要的因素。

蔡場長說，消費者導向是重要的行銷關鍵，健康與安全是消費者最關注的焦點。他表示，我們應該體認，現代的農業已非單純的傳統農業，而是農業服務業，因此建議政府部門應考慮調整國民生產毛額(GNP)的計算基準，將綠色產值計入，也呼籲茶業者和茶農們，經營手法要變，未來以上、中、下游合作的團體行銷鏈模式，拓展外銷市場，台茶外銷才会有希望。



採茶舞也是茶文化中的一環

在茶藝文化方面，泡茶師聯會廖會長表示，茶是強烈文化導向的產業，推廣茶文化，也必然帶動茶葉銷售量的增加。她說，茶是具有最高經濟價值的農作物，透過各種文化活動的行銷，使開門七件事（柴、米、油、鹽、醬、醋、茶）中的茶，由農產品成爲最有價值的文化藝術品，成爲真正的精緻農產品。她指出，茶文化與茶產業間是相輔相成的。因此，唯有以不斷精進研發的茶藝文化來吸引年輕族群，進而喜愛茶，對茶文化有更深一層的認識與了解，才能進而帶動茶產業的發展，使飲茶人口不會斷層，茶文化不至於沒落消失。

中華東方茶文化藝術學會的王淑娟小姐說，文化與產業是生命共同體，如果說「文化」是精神，「產業」就是食糧，兩者缺一不可。文建會提倡的「文化觀光」，正是以文化創意爲本，創造產業經濟效益爲主的生存方式。王小姐又說，根據她的經驗，台灣有文化的一

面，可是外國遊客來，卻很難發覺台灣的文化，所以我們要把握住「地域、歷史、與自然共生」三個要領，留下真正值得人回味與欣賞的東西。

吳芳洲先生以自己經營茶業的經驗，提出他的看法。他認爲，經營茶業，切勿外行領導內行，除了眼光與信念外，也要敬業和專業，唯有專業運作與產業的

支持，加上團體式作戰，才有外銷遠景。就以在大陸參加展售活動來說，寧可把茶葉背回來或送人，也不能當場「跳樓大拍賣」，導致市場價格的破壞，進而演變成流血式的殺價競爭，因爲這種作法，對台灣茶業者或茶農都是百害而無一利的。

吳先生說，和日本茶業比較。台灣的茶品和茶種太多也太雜，有百家爭鳴的現象，日本也有100多種茶葉品種，但是78%都是同一種。他指出，混亂是我們自己造成的，唯有制度化、規則化，將內、外銷資源合理分配，建立主要外銷台茶的花色和規格，才能解決台茶的外銷問題。

在茶藝文化方面，吳先生認爲文化不必恥於言利，要勇於興利，而且茶藝文化應該更貼近人性，更融入生活，才是茶藝文化推廣的康莊大道。他最後說，「格局有多大，路就有多長」。