

以客為尊 · 好茶報知音 以質取勝 · 無畏進口茶

— 南投縣水里鄉茶葉產銷班第 1 班

文圖 | 徐清銘

對水里鄉茶葉產銷班第 1 班班長陳顯郎及其班員而言，經營茶葉事業，賣的不只是茶香、茶韻，情誼更是核心。即使製茶作業異常辛苦，但他們堅持為老顧客量身訂做茶品，回報不辭山路陡峻、只為找尋好茶的知遇。面對進口茶傾銷的危機，他們卻無所畏懼，不止因為該班茶品通過吉園圃標章及產銷履歷驗證的「雙保證」，更因為他們以客為尊的情義與信念。

國內茶葉消費依據生產茶區的海拔高低不同，價格往往差距懸殊，茶園處於中海拔的南投縣水里鄉茶葉產銷班第 1 班，產製的茶品具有高山茶的風韻，但「茶高價不高」，以平易近人的價位經營特定市場，吸引一群內行雅客長期訂購，產季一到、電話就到，茶農與茶客之間猶如共組好茶俱樂部，定期以茶會友。



遼闊的陳友蘭溪谷

氣候優越 · 益添韻味

水里鄉茶葉產銷班第 1 班的茶園主要分布於陳友蘭溪東側，屬玉山山系的西巒大山、治卯山衍伸的支陵山頭，海拔約 1,000 公尺上下，約莫是國內茶界一般定義「高山茶」高度的下限。

「高山出好茶」，是茶界普遍同意的

說法，但茶園高度多少才算「高山茶」則莫衷一是，有以海拔 800 公尺算起，也有以 1,400 公尺起算，大體而言，以海拔 1,000 公尺為分界點，最受認可。

雖然海拔高度是鑑別基準，但地形地勢、氣候特色依然是攸關茶菁品質的要項。水里鄉茶葉 1 班的茶園海拔不算高，但位居河谷高地，且氣候條件得天獨厚，茶葉先天富有「高山氣」，韻味絲毫不遜於海拔較高的茶區，該班行銷品牌「勝峰茗茶」，以高山茶為號，從未引來質疑。

物美價廉·顧客死忠

茶葉 1 班班長陳顯郎表示，該班茶園位處山腰，面向遼闊的陳友蘭溪，視野絕佳，可眺望玉山塔塔加鞍部，夜間則可遠眺台中都會的萬家燈火。由於地形開闊，風流動快、日照不缺，白天，雲氣沿著陳友蘭溪谷冉冉而上，雲霧豐沛，清晨採茶，陽光一露臉，露水迅速蒸發，頂多第一批茶菁還沾著些露水；而風力強，瘴癘之氣不易聚留，茶菁因而特別清香，各方面均契合生產好茶的天然必要條件。

該班歷來參與茶葉品質評鑑，成績輝煌，得獎無數，陳顯郎班長的山居客廳，獎狀牌匾掛滿整面牆。不過，雖然產製的茶葉品質一流，該班茶品並不走高價路線，行銷價位平易近人，以陳顯郎為例，上等好茶 1 斤約在 1,500 元上下，比起一般高山茶動輒 2,000 元以上、甚至 4、5,000 元，堪稱物美價廉。



水里鄉茶葉第 1 班通過產銷履歷認證



茶樹修剪蓄積元氣

茶葉是典型的分眾市場，高低價差距懸殊，走中等價位路線，陳顯郎自有其考量，他認為，消費者想喝好茶是必然心理，但有幸長期享受高價茶的終是少數，取適中價格，大眾喝得起，不但好賣，也易於經營長期購買的忠實顧客。

自產自製·在地行銷

台灣飲茶風氣鼎盛，各式茶品各有其客群，也各自發展出不同的消費文化，許多茶中同好習慣推派品茶好手到各茶區山頭找茶，一旦找到中意好茶即大批買下再分銷，帶有團購性質。這類客群多半是茶中行家，對於茶的品質有相當堅持，對價



茶葉評鑑，得獎無數

位評估也專精熟稔，茶品是否價如其值，評鑑毫不含糊，經營此類客群並不容易，但一旦被認可，往往也是最忠實的顧客。

陳顯郎班長位於上安村的茶園，1年約產出 2,000 斤茶葉成品，多年來自產自製自銷，且幾乎均係在地行銷或宅配到府，時間一到，自有內行的茶客不辭山路陡峻自行找上茶園，一買就是上百斤，且如候鳥般，年年如期報到。

陳顯郎得意地說，有位老顧客年年上山買茶，前後達十數年，曾有一年中斷，翌年又「回巢」，直說「還是你的茶喝來最『愜意』」；另有一位以電話訂購的老

顧客，喜愛春、冬茶，一喝十幾年，電話中熟得很，彼此卻素未謀面。

量身訂做·價格不變

能博得顧客十數年如一日的持續捧場可不容易，陳顯郎從 20 多年前開始種茶以來，即專注於經營老顧客，一切以客為尊，每位忠實顧客偏好的茶韻，或是喜厚重、或是喜輕柔，掌握得一清二楚，製茶手路均為量身訂做，烘焙時，即依

顧客消費需求量全盤計算分配，務使老顧客全年不缺好茶品賞。雖然天候變化無常，茶葉質地必有差異，仍力求將天然干擾因素減至最低，品質趨於一致，茶香、喉韻容有不同，老顧客入口仍然熟悉。

陳顯郎銷售的每一盒茶葉，內裝均打上認證編碼，每一期都有專屬批號，作用在於方便電話訂購時，確認茶葉風味特色，也有藉以了解顧客偏好的用意，觀照顧客可說無微不至。

以中等價位行銷，陳顯郎行之多年，價格極少波動，不論外頭市場起伏震盪多大，都不為所動，即便是年冬不佳、茶菁收成少，仍堅持原價不變，天候因素減產的損失，寧可咬牙自行吸收。陳顯郎認為，老顧客不辭千里上山買茶，是

對茶農完全的信任與肯定，何其難得，何況多年照顧，彼

此已建立老朋友般細水長

流的感情，茶菁收多收

少得看天臉色，年年

有變化，截長補短

即可，不需時時反應

在價格上。

管理用心，茶樹蒼鬱有緻

共同品牌·勝峰茗茶

早些時候，高山茶是市場搶手貨，陳顯郎製茶進行到揉捻階段時，茶販已雲集等著搶貨，即使開出的價格誘人，他仍堅持保留相當數量，以滿足老顧客需求為首要考量。

對陳顯郎而言，經營茶葉事業，賣的不只是茶香、茶韻，情誼更是核心。

水里鄉茶葉產銷 1 班成立於民國 79 年，目前有 26 名班員，茶園面積約 25 公頃，栽培品種以軟枝烏龍、金萱為主，由於氣溫適中，茶樹生長態勢穩定，春夏秋冬各季皆有相當數量產出。

該班茶品以「勝峰茗茶」為共同品牌，掛上品牌的茶葉採共同分級、共同烘焙一體作業，班員採收的茶葉，經日光萎凋、晾菁、走水、殺菁等初級程序，半成品送入班製茶廠，即進行分級，分級作業特地聘請茶葉改良場專家負責。陳顯郎班長說，自家班隊雖已培養通過認證的專業品茶師，評鑑功力毋庸置疑，但委請「局外人」進行專業評鑑，分級作業更具公信力。

多元發展·開發商品

分級完成，各班員送交的半成品合成一體，再由同一師傅進行最終的烘焙工作，擔綱上陣的烘培師傅，製茶手藝早經千錘百鍊，技術老練精熟，經過終端統一作業，茶成品雖出自不同茶園，品質、風味卻趨於一致。

除了主力的「勝峰茗茶」外，水里茶葉 1 班也致力多元化發展，開發系列周邊產品，如茶香沐浴皂、茶月餅、茶餅乾、茶蛋糕、茶饅頭等，提高茶葉附加價值，上市以來，頗受歡迎。

新中橫公路是國內熱門的旅遊路

線，茶園位置與信義鄉近在咫尺的茶葉 1 班，結合信義鄉聞名全國的梅文化觀光活動，以及在地上安村也十分興旺的梅產業，加上其它特色農產，規劃系列套裝旅遊行程，如茶與賞梅之旅、茶與桃感性之旅、水蜜桃之約、巨峰葡萄之旅、茶與梅風味餐等，活動內容均具吸引力。

製茶時程·分秒必爭

上安村是典型的農村，農業向來是經濟命脈，茶葉 1 班的班員多半自小就參與農事，山區平坦土地難得，不比平原地帶肥沃豐饒，靠農維生得加倍努力，養成山區農民勤奮的秉性，茶葉產製相當費工，田間工作已足夠累人，但該班班員除了管理茶園，多半還得操勞其它作物，如陳顯郎班長，茶園之外，還有 1 公頃多的甜柿園以及水蜜桃園需要照顧，一年到頭忙不完，難得閒暇。

雖然田間事務繁多，陳顯郎並不以為苦，對於主力

茶園面向溪谷日照充足，新葉茂盛



陳顯郎班長兼種水蜜桃



艷紅水蜜桃引人垂涎

作物茶葉品質的要求，絕不打折。中部茶產業發展成熟，「一心兩葉」手採茶作業，有專業採茶班代勞，不需費心，但製茶工作則得親自上陣。

茶菁自茶樹採下後，即刻進行複雜的生化變化，製茶每一時程若有耽誤，都會影響茶葉品質，從選菁、日光萎凋、室內萎凋、炒菁、揉捻、回軟、團揉、乾燥，直到大功告成，整整

2 天 48 小時的漫長過程，一刻不得放鬆，其間辛勞可想而知。陳顯郎說，製茶一旦啟動，沒有所謂休息時間，連吃飯也得等作業間隙，睡覺則是奢侈妄想，炒茶累到意志不支打瞌睡、雙手垂落被燙醒，可說是茶農共同的經驗。



茶園施放有機肥

無用心，茶葉品質騙不了人。對於部分貪圖輕鬆、早晚期茶菁同時作業、手路隨便的做法，他深不以為然。

40 多年的農耕生涯，陳顯郎種過杉木、香蕉、梅子、枇杷、水梨、鶯歌桃，幾乎遍歷台灣曾經風光的作物，他認為，茶葉是極具展望性的作物，「來喝茶喔」，在國內任一角落都可聽到這樣的招呼聲

，喝茶早已內化成為國人日常生活的一環，雖然面對進口茶傾銷，但他相信，只要顧好品質，國產好茶根本無畏競爭。

水里茶葉產銷第 1 班多年前即獲得吉園圃標章，今年進一步通過產銷履歷驗證，該班以積極作為迎向未來。🍵

顧好品質·無畏競爭

陳顯郎認為，製茶非常辛苦，但再辛苦也不能馬虎，一切仍得「照步來」，有

南投縣水里鄉茶葉產銷班第 1 班

班長陳顯郎：049-282-1011 · 0933-528-065
南投縣水里鄉上安村三廓巷 9-1 號