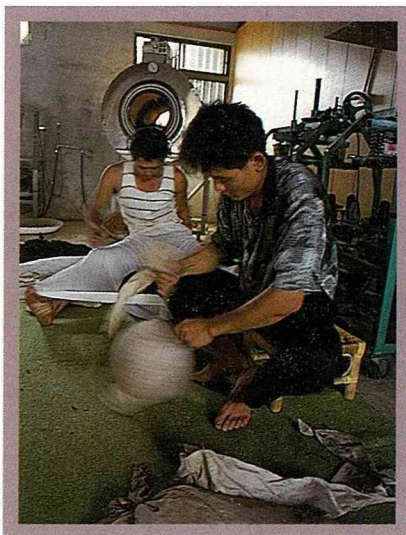


你在找什麼茶？

市場篇

目前台灣市場正進入茶飲料的戰國時代，根據統計，去年飲料整體銷售值約360億，其中碳酸飲料約為101~105億，比前年衰退了7~10%，而茶飲料總銷量達123億；到底茶有什麼魅力，使打遍天下無敵手的可口可樂和百事可樂遭到頓挫？欲知茶心事，請看本文詳分解。

台灣的製茶技術，舉世聞名，圖為製茶的過程。



這一兩年來在廣告業和流通業最熱門的話題，大概要屬飲料市場的茶話題。這種源自中國始於唐代的傳統飲料，不但演行傳播至歐、美、亞各洲，而且漸次形成不同的茶文化，其盛況與當年香料導致歷史波濤比起來，有異曲同工之妙。

■百事可樂不再冒泡

有關茶的資料與研究有如汗牛充棟，而且中國地大物博，茶種和製法也因氣候和文化環境而互異。今天不但中國產茶，南亞及印度也產茶，台灣的烏龍更是全世界聞名，在這麼多茶中，您到底喝什麼茶？您在找什麼茶？本系列想介紹各位讀者一些茶的基本知識以及茶市場中的生態狀況，尤其目前台灣市場正進入茶飲料的春秋戰國時代，其營業額十分驚人，到底茶有什麼魅力，使可口可樂和百事可樂在打遍天

下無敵手的情況下，受到頓挫，並且相關企業還傳出拆夥與虧損的風聲呢？

根據台灣區汽水公會和台灣區果蔬汁公會統計，去年飲料整體銷售值約360億，其中碳酸飲料銷售值約101~105億，比前年衰退了7~10%，其中受影響最嚴重的就是完全以碳酸飲料為主力的台灣可口可樂和百事可樂。茶飲料總銷量達123億，遠超過碳酸飲料，顯見國人對飲料口味的改變。

■且看烏龍獨領風騷

茶飲料市場銷售金額，由民國78年的14億元，一路攀升，79年達34億，80年為72億，81年為84億，去年則足足成長了33%，由此許多業者預計今年茶飲料市場仍前景看好，因此許多企業紛紛投入推出茶類產品以保江山，使飲料市場出現以茶為主的風雲

時代。更驚奇的是，去年茶飲料已取代碳酸飲料在市場的龍頭寶座，並且試圖向世界各國傳遞它的影響力。茶飲料市場中，烏龍茶仍穩居市場冠軍，其次才是綠茶。去年的茶飲料銷售中，烏龍茶和綠茶佔有其中的43.7%，光烏龍茶便有將近35%的佔有率，剩下的8.7%才是綠茶的天下，因此一般預估綠茶仍大有可為，促使有生產烏龍茶的廠商紛紛嘗試性的推出綠茶。去年綠茶的銷售額已達10億元，這個數字與國內外生產與進口的礦泉水消費總額剛好相近，由此可見國人嗜茶的情況。

國人嗜飲的情形，國外的廠商也有所聞，因此酒類、椰子水、機能飲料都相繼進口，造成百家爭鳴的情形。究竟360億的消費額有多大呢？我個人就一些數字做個比較。號稱有未來商業導向的多層次傳銷公司，國內約有



1600家左右，去年的總營業額約為330億，但光是飲料一項便遠超過這個行業的總值，因此是否會成為未來的趨勢，實在不便贅言。由此可知食品產業的驚人影響力，難怪味全、統一、金車等許多大企業仍然在市場上舉足輕重。

以上說的僅是茶的製成品消費情形，其他單純的茶葉消費更是林林總總，如茶葉枕、茶蔬、茶凍、茶油及大量的“純喫茶”愛好者，每年下來，國人光在茶的消費上實在非常驚人。光是本年的1~5月份，我國進口的茶葉便有3,789,601公斤，而出口的茶葉只有1,628,744公斤，可見進口茶葉遠比出口來得多，由此可知國內的茶葉消費能力。近來聽說國人遠赴大陸及越南種茶，然後回銷國內，然而茶的品質還是無

法和國內的相比擬，因此市場上的高級茶葉價格仍然居高不下，而且有連年攀升的趨勢，這也說明了國內喝茶人口的增加，與喝茶風氣的擴張。

本島產茶以凍頂烏龍最為有名，其次為文山包種，再其次才是新近興起的高山茶系列。烏龍茶在大陸稱為青茶，相傳茶樹被發現時，有九條黑蛇經常盤踞樹下而得名。本省的烏龍茶種是明



好的茶要採一心兩葉，亦即一芽兩葉。

清時期由大陸傳進來的，據說原茶樹便栽植於南投鹿谷的林姓茶農家中，而種植的地區便是凍頂山，因此凍頂烏龍的茶葉品質一直聲名不墜。林姓人家的傳人目前仍是鹿谷區的有名茶農，除了茶葉品質極佳之外，製茶技術也是一流的，經常獲得比賽的前幾名。但得風水地利之說，林姓族人只能從農而不能從政，先後曾有人出任地區行政長官，但都無法得享天年，往往死於任內，這在當地也是一種鄉野軼聞，只不知是否巧合？

■凍頂乎？凍腳乎？

凍頂烏龍的產區其實十分狹小，一般指麒麟潭一帶，也有指鳳凰、永隆地區，這些地點產的茶，一般稱為“凍頂”，是真正行家十分喜愛的烏龍茶，其他南

投縣境內如竹山、松柏坑……等地產的茶葉則稱“凍腳”，意即產於凍頂山和凍頂山下的不同。近年來國人喝茶風氣大開，真正的凍頂十分有限，因此有許多製茶者將“凍腳”或其他地區的茶菁送到凍頂來製作，然後以凍頂烏龍的名義銷售，一般消費大眾是很難分辨的，但行家在啜飲品之餘，往往可立刻分別，因此真正高檔的凍頂烏龍是量少價昂，但事實上到處都可買到凍頂烏龍，是否是產自凍頂，就得看個人的品茗功力了。

台灣在百年前就有烏龍茶銷往英國，嚴格說來，當時的烏龍茶便是一般所謂的紅水烏龍，其發酵程度較重，約有70%；今日的凍頂烏龍發酵程度只有40%左右，所以茶湯的顏色並不相同。以前發酵重，因此湯汁近紅色，性質上接近紅茶；今日發酵較輕，茶湯為金黃色，性質居紅茶與綠茶之間，香氣與喉韻發揮至極致，難怪深受國內外喜愛。

本省茶葉於民國67年以前多半外銷，後來受到茶葉滯銷的因素，因此成立茶業改良場而向國內推廣促銷。近年來國內生產的高級茶不但國人消費不夠，同時引進許多大陸名茶飲用，間接造成兩種不同的嗜茶族群。有些人嗜飲大陸茶，有人則嗜飲國產茶，各有所好，而且互有重疊。

■寶島茶價節節高

國內喝國產茶的習慣約可分成三個族群，一為烏龍茶的擁戴者，一為包種茶，再來才是高山茶。烏龍茶當然以凍頂烏龍為正宗，比賽茶除外，一般凍頂烏龍

的毛茶價格每斤便要1200~1500元，市場上茶商經檢枝烘製處理後，每斤的市價至少需1800~2200元左右。文山包種較高級的毛茶價格也要1000~1200元，當然市價也要1500~1800甚至2000元以上。近年來十分流行的高山茶，則因海拔高而且產量少，茶葉嫩且清香而廣為流行。每個茶區的毛茶價格皆不相同，當然品質也有優劣。早期梅山、瑞里的高山茶十分有名，現在則為其他茶區所取代，其毛茶每斤約1800~2200元，市場上都在2500元以上。杉林溪的毛茶一般需1900~2800元，阿里山樟樹湖的毛茶為1800~2200元。最近出產的新高山茶區則有太極峽谷和武陵農場的福壽長春茶，每斤毛茶價都在3600元左右，市場上的價格更是貴如黃金。即使茶葉價格如此高昂，但是國內仍有許多愛好者，而且真正好的茶往往供不應求。至於其他普通的機械採收茶葉，則因大量供應茶飲料的製造，價格不但沒有升高反而下跌，使市場上呈現兩極化的現象。國產高級茶除了喝茶人口與風氣的增加外，氣候因素也是助長之因，有時採收季節前雨量減少而使產量銳減，因此價格攀升；但來年產



沖泡後的烏龍茶外觀。

量增加卻不見價格跟著下跌，反而居高不下，尤其今年的茶葉價格比去年又漲了1.5成左右，顯示國內市場也進入了高茶價的時代。

■飲茶，你屬那一族？

今後飲茶族會更明顯的區分成兩個族群，一個是講求新鮮速效的茶飲料族群，以低消費且速食的方式繼續消費罐裝和瓶裝茶。另一個則是講求品味和質感的清飲雅族，不但在茶葉上講求口味和質感，在茶具和氣氛上亦講究精緻的功夫茶族，這使得茶飲文化呈現新潮和傳統的不同風格，但也帶入了不同的商業色彩。

在購買茶葉時，除了養成自己的品茗能力外，多比較多學習是不二法門。另外因應高價茶葉的時代，有少數不肖廠商利用拼堆和掉換的方式，欺騙消費者，新入手者不可不防。有時同一桶茶葉中，少部分是高級茶葉，當試飲時老板取高級茶，包裝時卻用次級茶，如果自己不內行，只能認虧上當了。拼堆則是將高級茶和次級茶混合，以求香氣和喉韻的綜合，然後以高價賣出，這些手法並不是不好，而是可謀得較高的利潤。另外還有加味茶和人工甘味的方式，手法很多，最好尋找一家殷實茶商購買，以免吃虧。

茶的學問實在很大，我個人雖嗜清飲卻難窺堂奧，但市場上眾說紛云而且有很多炒作的說法，難免影響視聽。個人雖然不見得深入，但願貢獻一二以饗讀者，有關茶的特性與茶的選擇，敬請期待下回分解。