

文圖／林立宏 協助製作／行政院農委會農糧署

啜飲貴妃茶·醉臥美人懷

# 鹿谷茶葉產銷第5班 再創「鹿谷凍頂烏龍茶」新機

走過「921」的天搖地動，張富欽體認到大自然所造成的「危機」，卻也是重新整頓茶業經營的「轉機」。多項創新技術與策略聯盟行銷模式，為凍頂茶再現新風貌，讓原本已逐漸被茶農及市場淘汰的夏季「俗仔茶」，再現生機。

**南**投縣鹿谷茶葉產銷第5班班長張富欽，生長於鹿谷鄉鳳凰村的茶葉世家，從嘉義農專畢業後，大部分同學選擇到農會或農業改良場就業，但他卻放棄這些工作機會，而選擇回到自己的故鄉，留在家鄉的茶葉園中，結合學識和經驗，發揮烏龍茶傳統香韻，並自創品牌。

## 「俗仔茶」再現生機

為了推廣拓展「貴妃茶」的通路，張富欽以公司入股方式，與同好組成鹿谷鄉特用作物（茶葉）產銷班第5班，建立「頂貴妃」及「貴妃美人」共同品牌，另將烏龍茶以自有、已註冊的「富源茶園」品牌，行銷全台茶葉市場。張富欽為推廣「貴妃茶」產業，與平面、電子傳播媒體配合，報導介



張富欽班長以古法製茶提升茶葉品質（張富欽/提供）



凍頂烏龍茶採摘情形（張富欽/提供）

紹貴妃茶，增加貴妃茶曝光率、知名度與顧客群。遵循傳統凍頂茶製法，保持萎凋夠、發酵足，具果香及韻味的傳統凍頂茶，恢復「鹿谷凍頂烏龍茶」名聲。

在「921」大地震後，鹿谷鄉的茶農們，正忙著重建家園，疏於照顧茶園，任其荒蕪。張富欽採用有機栽培的自然農法，絕不使用速成的化學肥料，在多數茶農將未照顧的夏季茶葉便宜販售時，他體認到天災地變所造成的「危機」，卻也是重新整頓茶業經營的「轉機」。

在春夏交接時，張富欽與一群同好發現經由「小綠葉蟬」蟲害吸食的幼嫩茶芽，經手工攪拌控制發酵，以重發酵老凍頂製茶的古法製茶，使茶葉產生獨特的香味，製作而成的茶葉，有股迥異於一般的特殊風味，俗稱為「涎仔茶」。因茶葉外觀白





凍頂烏龍茶採收後進行日光萎凋（張富欽/提供）



鹿谷鄉特用作物產銷班第5班班長張富欽

毫顯露，茶湯如琥珀般透亮，口感醇厚，聞起來有荔枝香氣，喝起來又有蜜糖香及熟果香，葉底翠綠鑲紅邊，如貴妃般雍容華貴，因而命名為「貴妃茶」，亦即北部習稱的「東方美人茶」或「膨風茶」。

目前全世界僅台灣有產製「貴妃茶」。在張富欽和班員的積極推廣和研發下，使用抽真空、脫氧劑的低溫冷藏技術，以延長茶葉的新鮮度，改進茶菁發酵技術，為凍頂茶再創新風貌，讓原本已逐漸被茶農及市場淘汰的夏季「俗仔茶」，再現生機。

## 研發冷泡茶提升競爭力

張富欽經營約1.8公頃的茶園，年生產茶葉約2,160台斤，於91年擔任貴妃茶茶葉產銷班班長，主要產製凍頂烏龍茶，積極推廣貴妃茶。為增加貴妃茶菁的產量，張富欽應用張氏施肥法，於5月以前，施用含氮量高的有機肥，誘

使小葉綠蟬吸食茶菁，增加貴妃茶的茶菁產量，同時研發凍頂茶茶菁發酵技術及低溫烘焙法，率先使用貴妃茶加紅茶，使用英國原裝進口茶袋專用濾紙，研發「貴妃紅玉冷泡茶」立體茶包，配合冷泡法開發夏季茶飲市場，只需1小時即可飲用，有別於傳統需要4小時，提升飲茶速度4倍，有效縮短冷泡時間，增加產品的競爭力。

民國89年，研發產製凍頂貴妃茶成功，為提升品質，製成團粒狀茶菁，除品質優於條狀膨風茶外，特點是重滋味、重喉韻、具蜜香味，價格比舊式膨風茶提高3倍，由500元提升到1,500元。同時，為增加茶菁產量，以契作承租茶園方式，提高茶園的面積，90年以凍頂式淺剪枝技術，於夏季產期調節，在採收後1個月施行淺剪枝，茶菁產量由每分地80台斤，提高到100台斤，更有效降低炭疽病發生，控制茶葉產量，提高茶葉品質。

張富欽92年開發超低溫冷藏法，以零下5°C~10°C儲存，配合抽真空、脫氧劑及冷凍設備，可保持茶葉新鮮度6個月以上，以確保茶葉的產量與品質。為延緩茶樹的樹勢老化，恢復茶樹蓬勃生機，張富欽率先在茶園內，施用新型生物性有機質液肥（木黴菌）及大自然有機肥，除可提高生產茶菁的品質，同時使用生物防治法，利用害蟲趨光性，採用黃色粘板，降低害蟲危害，減少農藥使用量。

## 與連鎖茶館策略聯盟

在茶葉產製創新與發明生產方面，張富欽



富源茶園的貴妃茶園





結合鹿谷鄉農會辦理休閒茶藝教室

開發環控設施萎凋法，利用75%遮光網，使日照由1萬2千呎燭光，降低到3千呎燭光，避免茶菁日光萎凋過度，提升茶葉品質。持續研發凍頂茶茶菁發酵技術，以25%發酵程度輕攪拌，長時間靜置3小時（比一般多1小時），以利茶菁菁味及水分均衡走水，增加茶葉甘醇度。為提高炭焙茶的品質，以重萎凋、重焙火，提高炭焙香氣與售價。此外，他以傳統式凍頂茶烘焙製茶作法，於91年參加鹿谷鄉農會辦理的冬茶評比，獲得頭等貳獎及頭等獎，93年榮獲頭等獎，日本東京電視台專程來台採訪報導。

在茶葉行銷方面，張富欽配合農政單位舉辦生活茶藝課程（產品解說技巧、服務顧客情緒管理等），以提升班員行銷產品的能力。創新本產銷班的產品包裝設計，以及小包裝精緻可再利用方式，提高產品附加價值。開辦製茶體驗（以服務品質及知性教育為主）活動，擴展直銷通路，爭取更多客戶群。在中華電信與旅遊專刊，介紹貴妃茶，開創產品通路，提升品牌知名度。採策略聯盟方式，與全台17家連鎖店春水堂茶館合作，拓展貴妃茶市場銷路，而獨創4兩茶葉禮盒（以多元的品味，讓消費者自行搭配），以自創品牌「富源茶園」的產品，深獲消費者喜愛。

張富欽經營茶業的最終目標，在於擴大茶園經營面積，提升自家茶園優質茶菁的生產量，推



以「頂貴妃」品牌行銷市場

動與徹底執行貴妃茶分級包裝制度，提高茶葉的品質，增加經濟收益。建立農企業共同經營行銷體系，以提升農業的競爭力，開創茶葉品牌行銷，建構產銷班共同品牌行銷方式，以「頂貴妃」、「貴妃美人」來行銷市場，利用媒體與網路的行銷通路。此外，為重振鹿谷鄉凍頂烏龍茶之美譽，提供茶藝館式的品茗空間及高品質的茶葉，結合新聞媒體與鹿谷鄉農會農村旅遊部，辦理休閒茶藝教室、製茶體驗，發展茶葉休閒農業的農村旅遊，以開拓農業旅遊行銷市場。 [圖]

張富欽班長 南投縣鹿谷鄉內湖村興產路78-6號  
(049)275-3516 0935-568952