

魚池鄉紅茶產業復興幕後推手— 洪西國先生

文/秘書室 林金池

圖/洪西國提供



洪西國先生

南投縣魚池鄉之紅茶在優越地理環境下孕育而成，產製之紅茶品質享譽中外，可與大陸祁門紅茶、錫蘭紅茶及印度大吉嶺紅茶相媲美。但六〇年代以後，受到國際低價紅茶競爭，產業優勢逐漸凋零，導致栽種面積大幅銳減。九二一大地震當年本場魚池分場選育的台茶十八號(紅玉)也正式命名推廣，在災後重建輔導過程，由茶農堅韌且充滿生命力的眼神中，透露出復興紅茶產業再創世界頂級紅茶的使命感。因此，本場魚池分場、

鄉公所及農會也積極投入紅茶產業輔導工作，並以推廣手採一心二葉台茶18號(紅玉)做為產業復興紮根奠基的重要推手。

震後紅茶產業輔導初期，各地援助及政府資源挹注湧現。民國94年，記得與來自苗栗銅鑼洪西國先生的初次結緣，是他所帶領的備事得行銷團隊在聽聞魚池鄉有意茶園復耕做為產業復甦重建主軸時，即熱切引薦「台新金控」以及旗下康迅數位(PayEasy)子公司林坤正總經理至魚池分場徹夜促膝長談，商討如何透過電子商務平

台將精緻高品質的魚池紅茶介紹給紅茶愛好者，提昇知名度。並定位以「尋找消逝的阿薩姆」認養活動，在品飲紅茶甘潤餘韻中，讓社會各界體會到茶農朋友的堅持與用心。

民國95年開始，洪先生更積極的向經濟部中小企業處爭取3年的輔導計畫，透過縝密規劃，針對茶農朋友需求進行課程輔導，期能改善產業體質，在各界支持下魚池鄉紅茶產業展開全面性的發展。該計畫針對茶農的經營狀況，聘請顧問或講師進行輔導，引進企業經營理念，強化組織運作能力；並依據各家茶農戶之特色及需求，改造空間與商品陳列設計，進行產品差異化分析，塑造品牌形象；另協助產品的包裝設計及建立識別系統，型塑更精緻的紅茶文化及商品特色。

為了讓魚池紅茶的特色，讓更多人知道，洪先生與輔導團隊也透過整合行銷進行各項宣傳工作。例如建立魚池紅茶及農戶網站介紹；製作中英文摺頁、型錄，鼓勵參與禮品展與旅展等大型活動；並策劃透過媒體報導及機上購物等曝光機會，為茶農戶擴展知名度，創造『尋找台灣紅茶』的旅遊話題，讓魚池紅茶在茶葉舞台逐漸綻放光芒。

因為透過產業輔導、品牌包裝及經營環境的改善，產生立竿見影效果，使魚池紅茶從放棄的產業蛻變為高知名度的本土地方特色產業，也為魚池茶農帶來莫大的收益與信心，重拾30年前的感動與驕傲。由於成果豐碩，一些茶農的第二代也願意由都市回歸農村投入茶園復耕及設備添購更新。因此，更多的紅茶品牌在魚池鄉孕育而出，處處可見紅茶莊園各以獨特包裝與賣點爭奇鬥艷，例如和菓森林、澀水皇茶、香茶巷40號、源香、盧園紅茶...等等。由於洪西國先生及備事得行銷團隊努力奉獻，也讓我們看到魚池紅茶產業永續發展新希望，相信深具地方特色的魚池紅茶不久的將來必能重返國際舞台，再度在世界飄香。



洪西國先生(前蹲者)、林坤正總經理(中立者)蒞臨本場魚池分場參訪情形



洪西國先生(中坐黑衣者)輔導和菓森林產銷座談情形