

# 從 **產業**

## 鏈看台灣茶業願景

文/文山分場 蔡右任 圖/賴正南

台灣茶產業的發展從1865年海關有正式輸出紀錄算起，已有一百四十年的歷史，以產業歷史的眼光來看，這個產業應該屬於最傳統的傳統產業，以生產成本來評估產業屬性，因較偏重於勞力密集，仍是歸類在傳統產業之列，但茶卻是台灣最早結合農工商三位一體的農產品，最早走向工業化的農工產業，也是台灣最早輸出國際化的產業，生產供應國際間各地不同需求的茶類品項。1900年前後台灣茶商擄著樣品到東南亞、中國、歐美各國尋找茶商品買主，參加各項國際展覽與試飲會，成為台灣開創國際商機的鼻祖，類似過往台灣的中小企業一樣，主動出擊到國際間行銷台灣製造品。並且每當台灣茶業在品項興衰交替的時刻，總是能藉由研發各類新茶產品品項及轉移主要市場，謀求貿易新路徑，直至今日台灣茶產業仍不斷地在蛻變中，面臨國際市場競爭者的增加，國內市場銷售環境與生產環境的丕變，整個台灣茶產業所要面對的挑戰更形嚴峻。

由茶的生產端到產品銷售端來看整個產業鏈，生產過程屬於農業範疇，從業人員以從事栽培與製造的農民為主，但製成成茶後經過精緻併堆再加工的程序，透過品管的專業技術加值後，成為品質較均且大量的產品，就變成市場的一種流通商品，這個範疇從業者又以工商人員為主，過去這個產業垂直分工中的製造者、集貨再製者與販售者各司其職，成為一個供銷完整的產業鏈。但自80年代由外銷轉型以內銷為主的銷售型態後，整個市場銷售端環境產生極大的變遷，同時為了實際照顧扶持在地在鄉的農民，政策上一些輔導措施例如產銷班、一鄉一特產、休閒農業等的興起，加上周休二日實施後，這種茶業垂直分工樣態劃分就不再那麼清楚，生產者與販售者的角色分工擔綱會同時並存，消費者面對的有可能是生產者、販售者，也可能是具有多重身分的業者，讓原本分工上專門從事台灣茶葉國際行銷，以量價作為主要競爭主軸的業者備感困惑。



▲ 手採

農委會有鑑於發展台灣農業，提出「新世紀農業發展政策」作為願景，本文主要是以實務工作中觀察台灣茶業發展，因應台灣茶產業大環境的各種變遷與產業鏈中發展的趨勢，提出個人粗淺看法，作為台灣茶產業發展願景的參考。

## 一、追求市場導向利潤分享的分工鏈

茶菁經過製作加工過後，就是一種商品，再也不能單以農產品的觀點來看待，商品需要透過有效管控與行銷策略來創造價值，這個觀念應該普遍深植在茶農的腦海中，先建立商品的概念，生產時就應先想到茶商品在市場流通的路徑，是透過何種方式銷售，自己銷售還是要經由中間商來銷售，當自己銷售時應對主要市場與消費群定位有知悉，除生



▲ 茶藝文化活動

產一般大眾化口味的茶，學習不同等級小堆茶的併堆技術，獲取最大價差。並做好區隔市場及保有產品的獨特性，充分利用茶風味多變的產品特性，掌握現在消費者好奇心與個性化商品的消費趨勢，嘗試採用一般茶樹大量經濟栽培以外的眾多茶樹品種，生產特殊性風味的經典產品，滿足不同層次的消費者需求，建立與眾不同的品牌特殊區別性。

如果是供應中間商來做銷售，此時就要思索分工合作的對象與競價的能力，以台灣每戶耕作面積偏小的經營規模來看，勢必無法滿足中間商與銷售商對大量且品質穩定的茶商品需求，中間商與銷售商也必須向多家來源收購，增加中間收購的成本，自然會以降低收購價來增加競爭力。如果茶農戶能以集團生產、共同分級供應，或個別生產共同分級供應的方式，使品質與量較能符合中間商與銷售商對市場的需求，那生產者在買賣議價過程中也能較具競價空間，或採銷售最終價利潤分紅制，以利潤分享為基礎的合作才是產業永續發展的基石。

著眼於生產供應市場多樣化產品的需求，生產前積極尋求產品合作流通管道，深切認知並有意願去統合傳統個別生產的量能，關注市場的變化，隨時留意商機資

訊，學習商品的管銷能力成為一位現代的農業經營者，政府在農業各項訓練班加重有關商業經營的課程比例，讓農業生產者因農而商，因商而農，造就鄉鎮中農商企業環境即創造獲利來源，也可吸引留住年輕人接替農村老化勞力。

台灣茶葉大量低價行銷國際的時代已不符合現在的台灣農業生產環境，銷售商在國際市場要以量價為訴求來擴大大眾市場空間的機會不大，中間商與銷售商為追求企業利潤的穩定，可考慮與整合的集團供應人合作，將茶商品的規格與生產者溝通，達成農企合作契約，生產規格符合銷售市場需求的茶商品，讓利潤與風險透過契約彼此分擔。

將台灣優質的農產品推向國際消費市場，對開拓台灣形象與推展相關產品絕對是有很大的助益，透過台灣優質茶在國際間旗艦市場的開拓，發揮火車頭的作用帶動台灣茶的知名度與消費量，認知台灣是頂級部分發酵茶的故鄉，吸引國際人士因探訪茶而到台灣觀光。質優價高的頂級消費小眾市場商機，對台灣茶商而言是可能開拓的商機，例如日本高價紅茶、綠茶、米等在台灣市場的開發，都是相當好的例子，商業嗅覺靈敏的台灣茶銷售商可發揮過去不斷追求國際市場生存的韌性，看準國外高消費地區市場，以高質感的包裝設計，作有秩序的市場開拓。

為維持優質茶的旗艦品牌帶頭作用，考量台灣優質茶在國內外質與量的供需關聯性，政府有必要對產銷秩序與業者建立共識並做好管控機制，並每年配合觀光事業定期舉辦一次國際茶葉評賞嘉年華會，開發以目的式旅遊行程項目，介紹台灣茶產業、品牌形象與信譽度。

## 二、環境安全與產品衛生鏈導入

農業生產要以市場為導向，可能影響消費者購取食物商品的因素便需加以考量，在媒體不斷揭露食品安全性的問題下，例如狂牛病、黑心食品等問題，讓消費者經常要為如何食得安心而略顯惶恐，國內外都有相同的情事發生，因此也都積極建立如何讓消費者獲得食得安心的產品辨識系統，農委會關注這個與國民飲食安心切身有關的問題，也攸關到台灣農產品的競爭力，除加強農產品檢疫的工作，也正積極推動農產品產銷履歷紀錄制度的先導計畫，保障從田間到餐桌的安全制度，並逐年擴大實施品項種類，農委會與茶改場針對茶葉要符合這種消費需求趨勢，首先以最具國際競爭力的有機茶商品作為先導施作對象，期望透過政府、民間企業間的合作落實產銷履歷紀錄制度，讓該項產品更能獲得消費大眾的信賴感。

以實際輔導坪林茶葉產銷班吉園圃輔導班試辦運作產銷履歷紀錄制度案例作說明，以班為單位集合有參加意願的班員，針對茶菁原料生產過程施作紀錄，施用合法肥料種類與進行農藥檢測，茶葉採共同分級與統一併堆包裝，並建立管控流水

號，由茶改場、農會、產銷班共同分項進行認證。實務上在觀察產銷履歷紀錄制度導入的成功關鍵因素，從生產者的關注的角度來看，考量的是花費投入此制度，是否可增加茶產品的單價？抑或可提高商品的銷售量？還是可縮短銷貨期？等短期獲利問題。但從輔導者的角度最先看到是在銷售價與供貨量固定下，銷貨期有縮短的現象，因產品經過各項查核措施，在零售時消費者因教育程度的不同及資訊管道的差異，對產銷履歷紀錄制度認知了解程度，耗費購買的時間有些差異。

因此、此制度有賴政府透過媒體對消費者作預告式宣導，以增加各項預期加值作用，也需教育訓練茶農對產銷履歷紀錄制度的正確認知，加入此制度是對自身生產的茶葉產品，宣示負責該項產品的責任制度，讓生產者與消費者間藉由透明化安全衛生的生產過程作為消費溝通橋樑，建立彼此間的信賴感，更藉由產銷履歷紀錄類似文書認證的法律效力，保障安心消費。而以長期眼光來看，因應此種安全衛生消費需求，政府對農產品產銷履歷紀錄制度有必要完成立法制度，讓其具有法律文書的實際保障效力。在商言商，每一個製造商都應對其產品負完全責任，一旦發生個別農產品不安全情勢時，政府單位也可立即依據資料追蹤，作為農降低農產品與相關衍生商品的損害危機控管機制，並成立食品安全管理司職單位來確保落實此項制度，成為政府照顧國人健康政策主動作為的一環。

產銷履歷紀錄制度對茶葉直接零售時的效益是直接而明顯的，也可延伸至提升原料到製造過程的各項自我控管改善，要求產品生產時符合食品衛生基本條件，讓「製茶所」提升至製茶廠的要求規模。在強調產品符合安全衛生的同時，對生產茶菁原料的過程也應兼顧到環境安全的維護，如果產品生產過程中產品本身雖然符合安全衛生條件，但對環境造成累積性的損害，會影響部份消費者對該項產品的總體評價，這是從事茶業的相關人員應該關注的問題，也是政府與業者要共同謀求改善的願景工作，以維護產品形象。

若從銷售商的角度來看，現行供貨來源多是由小農小面積小量生產的農家供應茶菁或成茶，因為生產者在生產控管過程管理條件不一，每筆產銷履歷紀錄內容整合勢必較為複雜甚或難予整合，造成中間商與銷售商在集貨管理制度上需面對這項管控問題，因此影響到外銷台灣茶的作業，又在尋求對象時沒有一個可



對口的目標。因此就茶產品供應鏈而言，以整合的集團供應人或農（會）企合作的模式，設立標準化茶葉生產的控管流程，達成統一集團化的作業，減少管控的複雜性，需由政府、茶生產者、供應商、銷售商共同來努力。

### 三、重視生活消費文化市場

談產業願景不妨可從多種層次切入，有人說傳統產業也就是夕陽產業，台灣茶業如只是單純地就以經濟產業的觀點來看，那百年來的發展史有可能就會如同台灣一些農產業，例如糖業、鹽業等因經濟競爭因素而沒入歷史洪流中，最後納入歷史旅遊觀光業再加以運用。但如果經濟產業能有不斷累積厚實的生活文化產業作基礎，那歷久彌新可長可久是可預期的。生活文化的關鍵成因最主要是人，人因生活需求而衍生文化，人因生活需求而產生管理，台灣茶業在生活文化及管理層次需作更精緻的結合，經由生活文化而製造更多的需求，並懂得去管理需求的供需，就如同英國與德國並不出產茶，也可因生活需求產生紅茶的消費文化，又因消費文化發展出更多的產品需求，國際紅茶企業的管理人才因應而生，成為百年老字號。

綜觀今日消費文化、文化消費成為主流，茶產業如能不斷地由此切入加入新義，如健康訴求、新式複合的飲用方式、附屬多元化利用，複合文化的互補運用等，讓消費產品展延產業的生命。

以上是從茶產業鏈中產品市場流通的觀點論述個人的一些想法，單從農業技術的角度是無法涵蓋整個茶產業面，在面對今日講究團隊分工能力，整合互補發揮能量的時代，期望的是政府與茶人共同合作致力於茶產業物流通道，戮力於經營台灣茶，以互利、互存為基礎，創造與消費者多贏的局面，以延續台灣茶產業願景。



▲第二屆全國優質茶競賽頒獎