

私房茶・覓亮點

亮點茶莊與飯店通路媒合活動紀要

陳孝宇¹

/ Partnership Between Tea Sellers and Hotels /



亮點茶莊與飯店通路記者會啟動儀式。

摘要

行政院農業委員會農糧署於本(110)年4月15日舉辦「亮點茶莊與飯店通路媒合記者會」，安排近年輔導茶產業六級化有成之亮點茶莊與16家知名飯店及餐飲茶館等業者進行互動交流，在茶品、茶點心或茶文創體驗上建立異業合作關係。此外，活動期間旅客於飯店迎賓、餐飲、住宿、推廣專區或體驗活動中，可品嚐到一杯安全、優質的亮點茶莊臺灣好茶，並經由飯店推薦前往各地茶鄉，用五感體驗亮點茶莊獨一無二且精緻的茶文創服務。

The Agriculture and Food Agency under the Council of Agriculture hosted an event on April 15, 2021, to introduce efforts at promoting business partnerships between 16 reputable hotels and restaurants and the tea sellers that have upgraded themselves to be shining examples in their industry with the support of the agency in recent years. It was aimed to foster business relationships in such areas as tea products, tea refreshments or tea-related cultural activities.

During the period of promotion various quality teas provided by the chosen tea sellers are offered to hotel guests on such occasions as receptions and meals. The hotels will also recommend visits to tea-producing localities for further exposure to tea-related experiences.

| 註1：行政院農業委員會農糧署。

一、前言

一場無預警的疫情擾亂了世界秩序，重創全球各項經濟活動與觀光旅遊等產業，我國茶產業也不例外。茶葉為我國出口旗艦農產品，主要出口國為中國大陸、美國、日本、菲律賓等國，多為本次受疫情影響嚴重國家，加上世界各國疫情尚未趨緩，致商用茶原料及精品茶消費量減少；根據財政部關務署統計，前（108）年我國茶葉出口量值為10,304公噸、38.6億元，去（109）年出口量值大幅下降至8,019公噸、29.5億元，出口量值均減少約22%以上。

為減輕疫情對茶葉出口減少影響、提振國內市場買氣，行政院農業委員會農糧署（簡稱農糧署）推動茶

產業振興方案，除協助茶廠更新改善產銷機具設備提升茶品品質外，亦結合百貨、飯店、超市及電商等多元通路，辦理展售活動及設置專櫃，以促進臺茶消費。

本次「亮點茶莊與飯店通路媒合活動」即為茶產業振興方案重點工作，於本（110）年4月15日假臺中市全國大飯店舉辦記者會，由農糧署胡忠一署長蒞臨主持，現場邀請16家知名飯店業者、中彰區觀光聯盟、臺中市樂活觀光產業聯盟協會及餐飲茶館等，與近年輔導茶產業六級化有成之亮點茶莊進行交流互動，期能在茶品、茶點心或茶文創體驗上建立異業合作關係。此外，活動期間旅客於飯店迎賓、餐飲、住宿、推廣專區或體驗活動中，能夠品嚐到一杯安全、優



媒合記者會長官來賓與亮點茶莊大合照。



媒合記者會長官來賓與飯店通路大合照。

質的亮點茶莊臺灣好茶，並經飯店推薦前往茶鄉用五感體驗獨一無二的茶文創服務。

二、活動紀實

本媒合活動由農糧署輔導臺中市東勢區農會辦理，開場由該會劉進業理事長介紹參與貴賓，包括交通部觀光局參山國家風景區管理處曹忠猷處長、中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林副董事長、中華民國農訓協會王志明秘書長、有春茶館陳沛瀝董事長、華航臺中分公司謝志源總經理，以及飯店業者、旅行業者、媒體業者、茶產區縣市政府代表等，活動參與者眾多，足見各業者對亮點茶莊品牌有高度興趣。

東勢區農會劉進業理事長說明，該會近年來與飯店業者推廣農村採果旅遊成果良好，本次以茶葉為新元素進行媒合，希望藉由飯店品嚐過亮點茶莊的臺灣特色好茶後，選擇合適茶

品帶入，同時，農會也搭著此次茶葉推廣列車，推廣柑橘、梨子等在地截切水果，讓旅客不用遠至山區就能在飯店中品嚐到好茶及水果的甜美滋味。

農糧署胡忠一署長於開場致詞表示，我國茶葉種植面積 12,264 公頃、產量 14,501 公噸，各茶區產製之茶葉各具特色，為我國重要出口農產品。108 年茶葉出口量為 10,304 公噸，嗣後因疫情各國採取封城與嚴格邊境人員管制下，對茶葉消費減少，致我國 109 年出口量減少 22%，產生不小的銷售壓力。為減輕疫情對茶產業影響，農糧署輔導提升茶葉生產品質、改善包裝設計及拓展多元通路等，將外銷轉為內銷，以提高消費量。同時，由於國內疫情管控得宜，國內旅遊成為熱門選項，歡迎消費者於假日休閒時選擇前往全國 33 家亮點茶莊，並入住 16 家知名品牌飯店，一起住飯店、玩茶莊、品文化。

農糧署胡忠一署長（右2）、農糧署中區分署姚士源分署長（右1）與亮點茶莊及飯店代表合影。



中華民國農訓協會王志文秘書長，也是亮點茶莊輔導委員之一緊接說明，亮點茶莊計畫師法歐洲酒莊概念，將一、二級農業生產與自然景觀、特色產品、創意服務與在地文化等三級服務業整合起來，發展成為六級化產業。目前全國已遴選出33家亮點茶莊，並於108年組成共同品牌UTEE (United Tea Estates Enterprise)，以團隊方式面對國內外市場進行行銷。本次亮點茶莊與飯店通路媒合會，已可見這些年臺灣農業變得不一樣，利用多元平臺管道，貼近消費者生活，讓農業不只是滿足人類溫飽的最低需求，而是能夠療癒身心的綠色產業。



亮點茶莊向飯店業者介紹說明特色遊程。



亮點茶莊特選好茶。

全國大飯店設置亮點茶莊
UTEE禮盒推廣專區。



中彰區域觀光聯盟召集人柴俊林，也是全國大飯店副董事長說明，農業觀光是旅遊觀光基礎要素之一，茶產業更是與觀光產業密不可分；本次媒合會活動提供飯店業者找尋符合各自客群所需茶品及茶點心外，並讓飯店業者認識不一樣的臺灣茶文化，提供豐富且有趣的茶莊體驗行程讓遊客前往產地旅遊。

三、「私房茶·覓亮點」從一杯好茶 追溯到茶園小旅行

本次參與媒合會計有：大毅老爺行旅、日光溫泉、日初雲來、中科大飯店、中南海國際集團、沃田旅店、台中港酒店、全國大飯店、余舍行旅、成旅晶贊飯店、來來商旅、芭蕾城市渡假旅店、有春茶館、福爾摩沙草悟道酒店、綠宿行旅及麗寶福容大飯店等16家飯店業者（按名稱筆畫排序），為搭起亮點茶莊與飯店合作橋樑，亮點茶莊提供UTEE茶包，交由各家飯店以不同巧思設計推廣方式，例如作為迎賓奉茶茶品、餐廳用茶、住宿小禮，抑或由飯店設計茶Bar、市集



農糧署胡忠一署長（左3）、劉進業理事長（右3）及中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林副董事長（左2）於媒合會打卡牆合影。

及推廣專區等；此外，飯店亦邀請茶職人辦理農業小學堂活動，直接與旅客互動，教導認識臺灣特色茶文化（詳細活動請至亮點茶莊官網<http://utee.tw/>查詢瞭解）。

媒合會安排 16 家亮點茶莊將各自特色好茶、DIY 體驗活動與行程等帶到現場，介紹給全部參與者；現場有來自桃園的「竹峰茗茶」帶來梔子花烏龍茶及搗茶體驗、南投日月潭茶區的「和菓森林紅茶莊園」、「日月潭東峰紅茶莊園」、「台灣香日月潭紅茶廠」、「吉臣製茶廠」、「井古茶堂」等 5 家，分別展示各式紅茶茶品、紅茶點心、茶葉蛋及揉茶製茶體驗等；南投「1914 三心茶莊」、「旭美製茶所」、「奇萊陽光茶園」、「泉發茶莊」則推廣在地金萱、青心烏龍等烏龍茶系好茶，並教導如何運用茶葉風味輪品評茶葉，以及介紹各自製茶廠體驗活動（如茶廠瑜珈、古式製茶、製作個人專屬風味茶包等）；嘉義茶區的「小山霖茗」、「FKUO 山芙蓉茶業」、「飲山郁茶館」、「出水製茶所」等 4 家則以山中花草等素材呈現阿里山自然之美外，並將原民文化帶來，

令人耳目一新；此外，東部地區宜蘭「星源茶園」與花蓮「嘉茗茶園」也精心準備各式茶點心與在地好茶（柚花烏龍、蜜香紅茶等），以及創意十足的搖綠茶冰等體驗活動。

農糧署胡忠一署長及與會貴賓於會場巡禮時，逐攤品嚐茶莊精心準備的茶席、茶點，並鼓勵亮點茶莊持續提供優質產品及有感服務，創造茶產業附加遊憩價值；另期勉亮點茶莊與飯店業者跨界合作，讓茶產業與觀光產業完美結合，提供國人不一樣的套裝旅遊體驗，愜心之餘又能振興產業。

四、醞釀亮點茶莊新形態商業模式

在疫情影響下，新形態商業模式開始在許多品牌中發酵醞釀，為輔導茶產業升級轉型，目前亮點茶莊也必須「提升核心能力」、「品牌塑造升級」、「發展創意體驗經濟」、「結合異業影響力」及「精準數位服務」等 5 大面向進行改變，說明如下：

（一）提升核心能力部分，由於茶葉生產為茶莊本業，應持續提升

產品品質、改變包裝設計及落實安心安全溯源等，將基本功做好才能確保產業永續。

- (二) 品牌塑造升級部分，茶莊原本僅著眼於個人品牌，定位上較為局限，為面向國際及更廣大市場，必須重新思考品牌定位，並以共同品牌創造更大收益。
- (三) 發展創意體驗經濟部分，由於茶莊體驗活動重複性高，必須發展獨特體驗服務，讓體驗活動推陳出新、吸引消費者不斷到訪。
- (四) 結合異業影響力部分，複合式商業經營模式已成為市場趨勢，與異業合作更為常見，亮點茶莊可以發揮巧思與觀光、汽車、時尚等產業合作，以聯名方式相互拉抬。
- (五) 精準數位服務部分，相較於傳統行銷方式，除投入資源於電子媒體外，更應積極經營個人媒體（如FB、IG、YouTube、Podcast、直播、社群等），且以具個性化、持續性、互動性等方式，精準地將茶莊品牌理

念、產品與服務等，跟消費者溝通。

綜上，今年仍受疫情影響使得外在環境動盪，但亮點茶莊必須把握機會進行改變，讓自身與品牌繼續向前。

五、結語

放眼鄰近國家日本所提倡「產業觀光」，即是以觀光方式公開各種產業給一般民眾參觀，以達到企業形象宣傳、產品推廣、活絡地方經濟、增進國人知識及振興產業等效果。我國茶產業歷史悠久，所累積知識、技術及文化豐富多元，是一個值得國人深入認識的產業。

在推動亮點茶莊計畫後，茶葉經營者已跳脫農業生產層級，讓茶莊製茶廠不再只是生產茶葉場所，而是能將在地景觀、製茶體驗、人文風俗、文創服務等完全融入的迷人場域。今年透過與飯店業者合作，以多樣化方式提供國人認識國產好茶與臺茶文化，誠摯邀請您親自來體驗一次美好的茶旅行。

