



亮點茶莊聯合品牌 UTEE 發表會活動大合照。

亮點茶莊品牌發表會 活動紀要



陳孝宇¹

摘要

臺灣茶世界知名，它以豐富多樣香氣滋味、高品質及安全安心著稱，背後除了蘊含傳統悠久茶文化外，新世代也不斷注入文創體驗，交織成為迷人的臺灣茶產業。為輔導茶產業朝六級化產業發展，提升產業附加價值，行政院農業委員會農糧署輔導中華民國農民團體幹部聯合訓練協會自 103 年起辦理「發展亮點茶莊計畫」，迄今 6 年來已選出 28 家最具特色之亮點茶莊，108 年 12 月 14 日舉辦「亮點茶莊品牌發表會」，正式發表聯合品牌名稱「UTEE」與統一包裝禮盒，期許以 UTEE 品牌作為臺灣茶連結世界的橋樑，持續強化國際知名度與市場競爭力。

Taiwan tea has been world-famous for its flavorful notes, high-quality and safety. The enchanting Taiwan Tea industry is formed with the deep-rooted, traditional tea culture and creative experiences from the new generation. In order to upgrade the tea industry into six level and enhance the added value, since 2014, the Agriculture and Food Agency Council of Agriculture, Executive Yuan has coached National Training Institute for Farmers' Organization to execute Light-Up-Taiwan-Cha Program. There have been 28 most unique tea houses selected over the past 6 years. On December 14, 2019 we hold the Brand Launch Party publish joint brand name UTEE and the unified gift packaging. The brand UTEE is expected to bridge between Taiwan Tea and the world, continuing expanding international reputation and improve market competency.

註 1：行政院農業委員會農糧署。

一、前言

臺灣茶世界知名，它以豐富多樣的香氣滋味、高品質及安全安心著稱，背後更蘊含著悠久的傳統茶文化，以及新世代不斷注入的文創體驗，交織成為迷人的臺灣茶產業。

我國茶產業一如其他農產業，多以小農經營形態為主，由於規模小、生產成本高，在面對全球經貿自由競爭下，備受產業升級壓力。為提升茶產業附加價值並延伸產業價值鏈，行政院農業委員會農糧署（簡稱農糧署）自 103 年起輔導中華民國農民團體幹部聯合訓練協會（簡稱農訓協會）推動「亮點茶莊計畫」，參考歐洲酒莊營運模式，輔導茶產業從一、二級生產、加工產業，結合發展三級行銷服務產業，進一步打造茶產業六級化服務，同時透過該計畫讓產業充分發揮體驗經濟，提升相關服務活動

品質，引客入鄉，並塑造出具文化風格特色之行銷模式。

亮點茶莊計畫於 108 年邁入第 6 年，迄今已從國內超過百家茶莊中，遴選出最具特色亮點之 28 家茶莊賦予「亮點茶莊」榮譽，本年度「亮點茶莊品牌發表會」於 12 月 14 日假玫瑰古蹟——蔡瑞月舞蹈研究社舉辦，由農糧署胡忠一署長蒞臨發表亮點茶莊聯合品牌名稱 UTEE 及共同包裝禮盒，同時期許 UTEE 品牌作為臺灣茶連結世界的橋樑，以強化臺茶國際知名度與市場競爭力。此外，本年度首次輔導辦理之「亮點茶莊創意遊程競賽」也在發表會進行頒獎表揚，並將前 3 名特色茶旅行路線推薦給國內外遊客前往體驗。

二、活動紀實

活動會場首先播放「亮點茶莊聯合品牌 UTEE 介紹影片」，將 28 家亮點茶莊特色亮點濃縮快速介紹外，並帶出亮點茶莊聯合品牌形象 LOGO。緊接著，



農糧署胡忠一署長（左 3）、陳啟榮主任秘書（左 1）、農訓協會王志文秘書長（右 1）參與手作體驗。

由農訓協會王志文秘書長開場，介紹來自國內外關心臺灣茶產業之貴賓，包括美國駐臺代表處、駐臺北烏蘭巴托（蒙古）貿易經濟代表處代表、駐臺北韓國代表部副代表、日本臺灣交流協會主任、日本笠間臺北辦事處處長、連鎖手搖飲業者、飯店業者、旅行業者、媒體業者、茶產區縣市政府代表、農民團體、公會及學校等，足見各界對該品牌之關注。

王志文秘書長說明，UTEE 為「United Tea Estates Enterprise」之縮寫，其設計理念係參考法國聯合酒莊概念，為推動某一地區葡萄酒莊之產品、服務與在地文化，增加競爭力所共同組成的聯盟。此外，UTEE 的 LOGO 設計形狀結合茶園形狀及每個人擁有獨一無二指紋進行設計，並將 U、T、E、E 等 4 個英文字母融入其中，充分展現亮點茶莊聯盟唯一與獨特性。

農糧署胡忠一署長於開場致詞表示，我國茶葉種植面積約 12,000 公頃，年產量約 14,000 公噸，雖然生產面積不大，但各茶區產製之茶品各具特色，去年出口量達 8,088 公噸，為臺灣賺進外匯 32 億餘元，可見臺灣茶葉世界知名，也深受消費者喜愛。亮點茶莊計畫所輔導的 28 家亮點茶莊是臺灣茶產業「頂級中的頂級」，以往各茶莊都是單打獨鬥、沒有共同品牌，面對全球化市場，行銷力量相較大國或大農產業不足，透過



UTEE 品牌形象 LOGO。

這個計畫將個別品牌集合提升成為國家品牌，以共同品牌 UTEE 聯合行銷全球，將形成更大的力量並創造更大收益，讓「臺灣農業」在國際閃耀。農糧署特別感謝農訓協會與茶莊經營輔導團隊委員們多年的辛勞，不遺餘力地推動亮點茶莊計畫，希望在各界幫忙協助下，持續為臺灣茶產業注入新能量。

亮點茶莊委員之一，也是福爾摩沙園藝集團總裁彭福全委員依多年來陪伴輔導經驗分享，亮點茶莊計畫已將農業生產力提升到企業力、品牌力，6 年來這些茶莊品牌已經成長蛻變，它蓄積了強大能量，今天終於如同蝴蝶一樣破繭而出，除飛向國際之外，他們為臺灣茶產業帶來的蝴蝶效應，也讓茶產業在美學、文創、質感與活力各方面明顯向上提升。

三、品牌發表會閃耀新星——UTEE 禮盒

為讓消費者能在一個禮盒中享受到臺灣各地特色好茶，吸引前往茶鄉

體驗，本年度集合 25 家亮點茶莊特色好茶，包括有：北部茶區白鶯茶、柚花烏龍茶、金萱紅茶、桃竹苗茶區梔子花烏龍茶、東方美人茶，中部茶區紅玉紅茶、臺灣山茶、高山烏龍茶，南部茶區阿里山烏龍茶、阿里山金萱，東部茶區蜜香紅茶及紅烏龍茶等，為因應時尚消費需求，以茶包方式組成精緻禮盒，推出 UTEE 聯合品牌禮盒，非常適合大眾送禮與自用等需求。

農糧署胡忠一署長及陳啟榮主任秘書於會場巡禮，逐一品嚐茶莊精心準備的茶席、茶點與名茶，並與茶莊主人話家常、談夢想及 DIY 體驗，署長稱許亮點茶莊提供優質產品、有感服務及五感體驗活動等附加遊憩價值，並透過故事行銷打造自我品牌，確實可增加消費者忠誠度。互動過程中署長及主任秘書與產業界有許多良性意見交流和溝通，讓我國茶服務產業朝正面且務實方向進步。

四、亮點茶莊創意遊程

近年來農業經濟活動開始強調體驗服務、文創經濟與品牌塑造，為輔導茶產業升級轉型，農糧署及農訓協會邀集田間生產、加工製造、國際行銷、休閒旅遊、社群媒體與人文藝術等不同面向專家學者，組成茶莊經營輔導團隊，透過辦理共識營及異業參訪學習，以及經營輔導團隊前往現地



蒐集 25 家特色好茶之 UTEE 精美禮盒。

診斷改善商品服務流程後，依茶莊經營運作區分為：「行銷茶區與莊園景觀」、「茶藝文化學習」、「茶區生態、歷史人文等深度旅遊」、「茶葉採製加工體驗」、「時尚及異業結合」等 5 大形態，遴選出當年度亮點茶莊，作為各茶區學習模仿標竿。

今年農訓協會首次辦理「亮點茶莊創意遊程競賽」，鼓勵歷屆亮點茶莊組隊合作，將不同茶區自然景觀、文化歷史、人文生活等特色結合茶服務，相互串聯形成具創意之遊程路線，以吸引更多國內外遊客前往，活絡產地經濟。

獲得競賽第 1 名的桃園竹峰茗茶、南投和菓森林紅茶莊園團隊，

規劃「Seek out your tea than light up your life」，讓遊客透過3天2夜旅程，走訪4大特色茶區，一次遍嚐包種茶、東方美人茶、特色烏龍茶及紅茶等，深度認識臺灣特色好茶並尋找屬於自己的茶品。

第2名由宜蘭星源茶園、祥語有機茶園、新竹峨眉茶莊、南投奇萊陽光茶園及旭美製茶所奪下，規劃「臺灣茶的三度旅遊」，從平原到高山，依不同緯度、高度與溫度體驗臺灣好茶，體驗人與茶、風土交會後的氤氳濃度。

第3名是南投澀水皇茶、日月潭東峰紅茶、嘉義小山霖茗、飲山郁茶館的「南得投入好山中」，結合視覺（茶山之美）、聽覺（導覽解說）、嗅覺（茶香滋味）、味覺（道地美食），以及觸覺（手作體驗），設計出南投與嘉義優質景點搭配茶旅行3天2夜行程，令人回味無窮。

未來，前揭茶旅行將推薦予旅行社或觀光局，讓更多對茶葉有興趣的民眾，可以體驗不一樣的臺灣茶區深度旅行。



農糧署胡忠一署長（中）與亮點茶莊創意遊程競賽第1名得獎者合影。



臺灣香日月潭紅茶廠紅茶系列產品。

五、亮點茶莊品牌 UTEE 未來展望與結語

品牌是企業的重要資產，擁有品牌可創造市場區隔性，並且好的品牌形象對於行銷推廣有事半功倍效果。我國茶葉在150年前以「福爾摩沙茶」（Formosa Tea）享譽全球，隨著產業變遷與結構改變，各式各樣的地方特色茶崛起，茶產業變得精彩萬

分。在推動亮點茶莊計畫後，茶葉經營者已跳脫農業生產層級，茶莊不再只是生產茶葉場所，它是茶園管理、製茶加工技術展現空間，也是將在地景觀、人文風俗、尊榮服務、文創體驗等完全融入，吸引遊客一而再、再而三前往的迷人場域。

UTEE 品牌集合歷屆 28 家亮點茶莊的名氣與實力，它能夠讓個別顧客透過該品牌感受到獨特體驗，並產

生對產品、服務、體驗及聯合品牌的認同，引導消費者主動參與，每位消費者所經歷的品茗及相關服務體驗，不再只是短暫片面的小確幸，而是一種更能感受生活、體會文化的深層幸福感。

UTEE 品牌在今年正式發表，2020 年起將透過異業合作，在機場、飯店、重要景點及國際展覽活動等場合，甚至藉由創意遊程等不同方式呈

現，它將是繼 Formosa Tea 之後，另一個代表著臺灣優質茶產業的重要代名詞，期許透過該品牌作為世界連結臺灣茶的橋樑，並協助臺灣茶推廣行銷至國際，璀璨臺灣茶產業。另再次邀請國人認識 UTEE、認識亮點茶莊，也請於假日休閒時拋開惱人塵囂進到茶鄉，用心體驗茶園到茶莊之全新臺灣茶文創服務體驗。



農糧署胡忠一署長（左 5）與亮點茶莊委員向英國媒體介紹 UTEE 並合影留念。



農糧署胡忠一署長（左 2）與亮點茶莊互動體驗茶香水。

