

突顯自家好茶品牌與形象 臺灣茶導入新評鑑模式

1 黃宣翰

1 楊美珠

1 蘇宗振

一、前言

臺灣地處亞熱帶，四面環海，屬海洋型氣候，土壤土層深厚，質地疏鬆，且富含有機質，非常適合栽培茶樹，因此臺灣到處都有以茶知名的地方；更由於氣候環境、品種及製法不同，茶的種類多達數十種，從不發酵的綠茶、部分發酵的包種茶、烏龍茶，到全發酵的紅茶都有。然而也因茶類繁多，一般人對臺灣茶的品質特色為何，很難說個明白，對於購買精品茶葉也總會有些卻步。為此行政院農業委員會茶業改良場（簡稱茶改場）擬定一套臺灣茶分類分級系統（Taiwan-tea Assortment & Grading System, TAGs），結合溯源系統及農藥檢測，達到產地明確、產品安全及消費者安心的三贏局面；此系統並結合該場開發之臺灣特色茶風味輪，以風味輪勾勒出臺灣不同地區茶葉之特色並加以分類分級，同時補足茶葉分



全國產銷履歷茶分類分級TAGs評鑑打造臺灣茶新形象。



註1：行政院農業委員會茶業改良場。

級後之風味描述，讓消費者更容易瞭解到茶的風味特色，期能打造安全、國產、優質的臺灣茶新形象。

二、臺灣茶新評鑑模式——TAGs

TAGs建立的初衷是想透過茶葉產品資訊的完整揭露，來消弭消費者購買茶葉產品時心中的不確定性，建構出一個可供國內外愛茶人士深入瞭解臺茶並安心購買之系統，建全臺灣茶產業發展。為此TAGs包含了三大核心價值，同時也反應出消費者最重視的三個面向：

- (一) 安全：生產製造過程全部可追溯且藥檢合格，消費者可以安心飲用。
- (二) 國產：參加此系統之茶葉須通過有機、產銷履歷驗證或具有茶葉產地證明標章（任一種以上），確保為臺灣在地生產之產品。
- (三) 產品分類分級：由產官學專家所組成之評審團（圖1）進行評審，依據茶改場建置之茶葉風味輪來描述茶葉之風味，製作TAGs評鑑報告書（圖2），勾勒臺灣不同地區茶葉之特色並加以分類分級，讓消費者能更輕鬆體會瞭解並認同分類分級結果。

為試行新的茶葉評鑑制度，也讓堅持做產銷履歷的茶農能有一個舞臺可以展示其優良的茶葉產品，茶改場辦理了第一屆全國產銷履歷茶分類分



圖1. 產官學評審團。

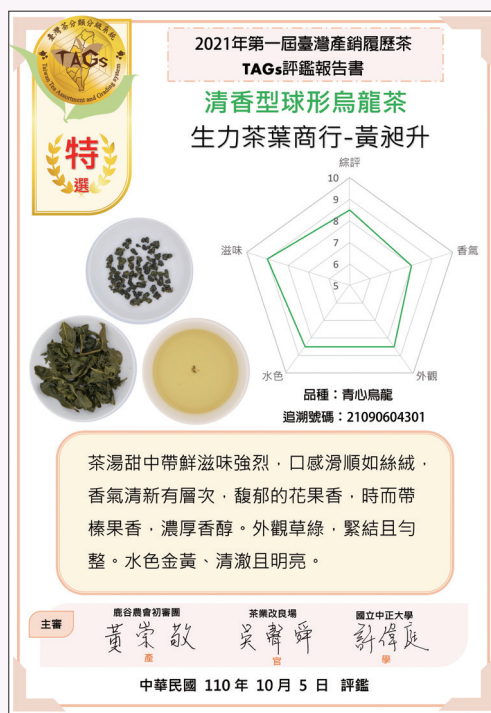


圖2. 評鑑報告書。

級TAGs評鑑，產官學評審團分別由鹿谷農會初審團黃崇敬先生、茶改場吳聲舜秘書、國立中正大學許偉庭教授擔任。評審團將品質分為三級，分別為特選、精選和優選，共評選出22件優質好茶。此外，有別於其他茶葉評鑑採統一包裝，TAGs評鑑獲獎者可使用自家包裝罐及禮盒（圖3），再加上防偽標籤識別，讓茶農可以打造自家品牌形象，而掃描防偽標籤上的QR Code，消費者可即時查找產銷履歷資訊與評鑑報告書，並依照自身的喜好與預算挑選出理想好茶。





圖3.獲選產品採用自家包裝。

三、後疫情時代，新型態的茶葉銷售符合市場需求

在以往消費者購買茶葉產品，一般都是到茶農或是茶行的門市據點試喝，直到喝到喜歡的茶葉才會購買，中間過程一來一往少說也需1~2個小時。然而隨著新冠肺炎疫情爆發，在社交距離及口罩禁令的限制下，絕大部分的人都會害怕在陌生人面前脫口罩飲食，這使得傳統茶葉銷售模式面臨嚴峻的挑戰。茶改場去年曾進行茶農經營管理問卷調查，結果顯示疫情對產品銷售額及經營利潤影響極大，超過7成有減少情形，經營成本則超過一半有增加情形，但增加幅度較低。各調查項目中以「銷售通路—店面零售」影響最大，有影響占92.6%，且影響非常嚴重，占44.4%，這也迫使銷售模式必然轉往虛擬通路。其次，傳統茶葉包裝大部分是公版，包裝之後大家都長得一模一樣，在沒有額外的資訊供消費者參考的情形下，難以在虛擬平臺上凸顯自家茶葉產品的品質與差異性。這也是茶改場想透過臺灣茶分類分級系統幫助茶農的地方，透過品質分級與

風味描述，讓消費者理解產品好在哪裡，也更強調個別茶農或茶行的獨特性及產品差異性，讓消費者喝好茶的同時，也與製茶師有更深一層的連結。

四、結語

為了推廣臺灣茶分類分級系統，茶改場目前正在構建TAGs風味平臺入口網站，網站上除了有TAGs制度的詳細介紹之外，也肩負了食農教育的功能，教導消費者如何從風味的角度切入選購臺灣好茶，透過風味平臺將茶葉知識普及化，讓消費者從認識臺灣茶開始進而喜愛臺灣茶。此外，經TAGs評鑑獲選的茶葉將會在TAGs風味平臺上露出，消費者可在平臺上直接連結各產品之有機或產銷履歷資訊，也可觀看產品的評鑑報告書按茶索味，並依照自身的喜好與預算進行選擇。

未來臺灣擬加入跨太平洋夥伴全面進步協定（CPTPP），茶葉市場全面開放，境外茶將大量叩關，屆時消費者只要認明茶葉包裝上的TAGs字樣，便可買到優質臺灣好茶。而茶改場將新的評鑑模式導入臺灣茶產業，也希望以此突破傳統茶葉比賽之窠臼，讓茶農更重視經營自家茶葉品牌，同時藉由產品風味資訊的揭露，建立買賣雙方溝通的橋樑，不再讓「不懂」或「害怕被騙」限制了臺灣特色茶的發展與普及。