

聞著咖啡香去旅行 臺灣精品咖啡六級化加值推廣

Efforts to Promote Taiwan's Premier Coffee • - - - - 黃祥華¹ 陳榮俊¹ 彭心燕¹ - - - -



臺灣從海拔200~1,500公尺都有咖啡種植痕跡。

摘要

農業部農村發展及水土保持署（簡稱農村水保署）南投分署企劃監製的咖啡微電影《第一杯咖啡》成功行銷日本，娓娓道來臺灣咖啡的過去、現在與未來，並於日本境內咖啡廳販售臺灣精品咖啡豆，逐步在日本飄散精品咖啡香；2022年推出「第一杯咖啡」禮盒，在多個通路管道限量銷售，讓精品咖啡進入都會民眾生活。農村水保署亦同步推動六級化產業的輔導，精進咖啡莊園與在地社區的深度體驗、以咖啡為主題的桌遊，期盼以旅行體驗方式進入產地，能更深刻地感受臺灣精品咖啡魅力。

The Agency of Rural Development and Soil and Water Conservation under the Ministry of Agriculture launched a microfilm called "The First Cup of Coffee" in Japan in September 2021. It presented the history of coffee in Taiwan, and at the same time Taiwan's coffee beans were sold in a number of coffee shops. The agency started in 2022 to market "The First Cup of Coffee" gift boxes through various outlets to make them popular. It also started to assist in developing the Sixth Industrialization to promote premier coffee in local communities and travels to coffee-producing areas.

| 註1：農業部農村發展及水土保持署南投分署。

一、前言

臺灣位於北緯 23.5 度，海拔 200~1,500 公尺左右山林環境都適合咖啡生長，是全球少見從種豆、採收、後製處理、烘焙到包裝、行銷到規畫體驗服務一條龍運作的咖啡產業國家，透過消費需求快速回饋給生產種植及後製處理改進，咖啡品質才能在短時間進步，近幾年誕生 6 位世界冠軍，含括從烘豆、杯測到沖煮，在國際排名與知名度大幅提升。

農業部農村發展及水土保持署（簡稱農村水保署）更以「咖啡產業六級化」、「咖啡電影」、「咖啡莊園改造」三大主軸來推廣臺灣咖啡，2021 年首部企劃監製的咖啡微電影《第一杯咖啡》成功行銷日本，娓娓道來臺灣咖啡的過去、現在與未來，並於日本境內 60 家咖啡廳販售臺灣精品咖啡豆，參與東京「臺灣咖啡季」推廣，逐步在日本飄散精品咖啡香；2022 年推出「第一杯咖啡」禮盒，在蔦屋書店、家樂福賣場與線上購物網限量銷售，透過多元推廣的方式傳達臺灣咖啡的魅力，讓精品咖啡進入都會民眾生活，成為日常首選。推動六級化產業的輔導，精進咖啡莊園與在地社區

的深度體驗、以咖啡為主題的桌遊，期盼以旅行體驗方式進入產地，認識臺灣精品咖啡產業。

二、來自山林的滋味，彰投雲嘉各有特色

北緯 23.5 度是咖啡最適合生長的氣候與環境，臺灣中部五縣市——彰化、南投、雲林、嘉義縣（市）都位於其軸帶上，近年來咖啡產量和品質直線上揚，在臺灣可以「從低海拔喝到高海拔」，一次品嚐所有特色的咖啡風味。

嘉義阿里山地區具有地理環境優勢，專攻精品級咖啡；南投地區產量大，賣點是酒鬼風味，咖啡有種與威士忌醱酵相近的味道為最大特色；彰化地區八卦山海拔約 200 公尺，走低海拔咖啡路線，延伸低碳環保議題咖啡渣廢棄物利用；而雲林古坑地區，從中海拔華山到近期崛起的高海拔的大草嶺地區都有生產者，與發展成熟的休閒旅遊業者，主打咖啡莊園體驗，多面向地發展咖啡六級化，也勾勒出臺灣咖啡多樣風貌。

三、第一杯咖啡進軍日本，看好咖啡在國際發展潛力

微電影發想初衷：「我們正在推廣臺灣咖啡曾經經歷興盛、沒落又重新再起的咖啡產業，然而第一杯的定





義，有太多可能性，每個人可以自由演繹自由發想第一杯的專屬風味」，隨著電影鏡頭走遍雲林古坑綠色隧道、日式建築老屋咖啡館、嵩岳咖啡莊園三合院及嘉義鄒築園咖啡田等場景，會發現臺灣壯觀的咖啡產業鏈，與咖啡農民的工作與生活日常，進而提升民眾對於產業的認同感。

臺灣因生產成本高、國產豆拍賣價格不斷攀升，要促進產銷正循環，因此，我們的策略是從國外紅回國內，讓臺灣咖啡邁向國際拍賣市場，在日本打出知名度，於東京、北海道、沖繩等地共60間咖啡廳播映微電影，店內販售精品豆，外銷日本的咖啡豆的價差，是日本咖啡廳其他咖啡的5~10倍之高，但經過2年的推廣，至今都有業者持續回購，外籍遊

客也多次自行與莊園預約拜訪一窺產地現況，瞭解咖啡生長環境與體驗，深入認識臺灣咖啡。

為持續接軌國際，於今（2023）年7月下旬於日本代代木公園參與Taiwan Festa，推廣手沖精品咖啡與農村好物，9~11月期間串聯臺灣莊園、日本咖啡廳辦理杯測與品嚐會，探索咖啡風味輪風味，今年度咖啡外交挑戰美國，是行銷國際市場的第二站，於5月28日（美國時間）在紐約時代廣場的紐約臺灣巡禮文化藝術節（Passport to Taiwan Festival）進行咖啡宣傳與推廣，國外民眾對於一條龍的服務感到驚奇，藉由一杯臺灣精品咖啡間接推動國際外交，也證明臺灣咖啡已具有生豆品質精良的優勢，除一級產業精進外，我們在六級產業



外籍遊客主動預約拜訪咖啡莊園。



臺灣精品咖啡初登場紐約臺灣巡禮文化藝術節。



第一杯咖啡禮盒，精選 12 家 CQI 分數超過 83 分以上咖啡莊園。



咖啡風味輪藉由專業職人帶領咖啡研磨、沖煮、品嚐的過程，學習運用嗅覺、味覺發現不同風味。

的輔導也同步推動，以期提升產業聚落及臺灣農業精品價值。

四、第一杯咖啡禮盒探索臺灣咖啡風味輪，桌遊傳遞產地理念

第一杯咖啡禮盒精選 12 家 CQI (Coffee Quality Institute，國際咖啡質量研究所) 認證 83 分以上的咖啡莊園規劃禮盒需求，呈現來自雲林、南投及嘉義精品咖啡，其風味純淨、果香、酒香、花香等特色風味，12 家咖啡莊園都有專屬設計風格，展現莊園獨有特色風格，也代表公部門與民間咖啡產業鏈推動的心血與努力，真正落實臺灣好咖意義。

為展現臺灣咖啡的專屬風味，2022 年開發咖啡風味輪體驗，由職人帶領，DIY 咖啡研磨、沖煮、品嚐的過程，學習運用嗅覺、味覺猜猜看，喝到的風味是巧克力、花香亦或果香？體驗包也搭配推薦的咖啡莊園的體驗遊程，民眾可以挑選喜愛的莊園，在最適合的季節預約走訪體驗。

有感於食農教育的落實，應是吸引人流回到產地參與式學習，由農村水保署、雲林縣政府與華南社區共同

開發的「WHAT'S COFFEE 你什麼咖？」桌遊，巧妙將咖啡與遊戲元素融合，以咖啡產業鏈為骨幹，桌遊設計涵蓋咖啡農、烘豆師等角色扮演與各環節專業知識，希望觸及更廣闊年齡層的咖啡愛好者。

五、咖啡莊園與特色店家改造，力推在地產業與 16 條莊園秘境之旅

農村旅遊看見產業與文化價值，而透過遴選咖啡莊園特色店家進行改造，投入在地藝術家、青年專長合作營造 15 處亮點咖啡莊園，先將硬體設備建置完成，增強培訓能力，更有基礎去迎接國內外遊客；於 2022 年推出「聞著咖啡香去旅行」在地莊園 16 條的主題遊程，並依咖啡莊園屬性與專業分類為樂遊咖啡旅、秘境咖啡旅、私房咖啡旅及職人咖啡旅 4 項分類。

樂遊咖啡旅為全齡友善歡樂體驗路線，推薦玩地方體驗，到南投糯米橋咖啡工坊體驗獨創的小品真柏 DIY，漫步百年歷史糯米橋；到雲林華山休閒農業區品嚐在地六寶餐，走訪文學、咖啡步道，參訪土石流教學園區，並體驗沖煮咖啡；更可到嘉義



1 | 2



1. WHAT'S COFFEE 你什麼咖桌遊。
2. 聞著咖啡香去旅行，與在地結合多項特色體驗遊程，並搭配臺灣農村美景及在地風味料理，感受臺灣精品咖啡魅力。

樂野優遊吧斯瑪翡咖啡莊園，是臺灣第一個獲得國際雨林認證的莊園，園區內除了有咖啡、茶席體驗，還有精彩的鄒族舞蹈可觀賞。

推薦適合打卡拍照的秘境咖啡旅，嘉義中埔檜木老宅變身森林咖啡屋的一品咖啡莊園，不時有桂花香、落羽松景觀，環境清幽、生態豐富，探訪老宅咖啡香；南投魚池花音咖啡莊園，由當地茶席的美感與文化、咖啡產業與在地脈絡，創造出新穎的品飲模式，莊園結合森林療癒之體驗模式進行林間咖啡品嚐體驗；嘉義太平雲景夕照絕美莊園的琥珀社咖啡莊園品咖啡欣賞雲海日落與露營體驗。

在地達人帶路私房咖啡旅，適合喜愛戶外運動者，到南投國姓百勝村咖啡莊園與九二高山向陽咖啡，體驗客庄農遊趣與完整的咖啡生產、加工、休閒體驗場域；嘉義瑞里紫色山城——青葉山莊，欣賞季節限定紫藤花盛開美景、紫藤花下品嚐咖啡與特色風味餐點及走訪竹海隧道，深入在地欣賞自然美景。

職人咖啡旅的高山精品咖啡香，到嵩岳咖啡莊園、鄒築園、卓武山咖啡農場尋覓咖啡職人，適合喜愛深度

體驗的民眾進行咖啡採收、加工後製處理、杯測之學習交流，以深度學習角度認識咖啡。經典遊程路線網羅雲林古坑、南投國姓和嘉義阿里山的咖啡秘境，每一條路線皆展現臺灣不同海拔高度的咖啡風味，並搭配臺灣農村美景及在地風味料理，皆更深刻地感受臺灣精品咖啡魅力。

六、攜手農政單位及國內企業密切合作，創造黑金經濟

公部門的跨域合作持續進行，與農業部茶業改良場設立咖啡果小蠹防治專區、舉辦咖啡大使培訓課程、完成咖啡種原鑑定等作業，提供咖啡生產技術的專業提升；於後端行銷方面，與家樂福企業攜手合作推動食際行動創造農村黑金，在影響力概念店及量販店販售第一杯咖啡禮盒及南投雲林嘉義精品咖啡，同步也將推出線上購物平台，首次集結彰投雲嘉縣市的莊園咖啡產品，讓都會區域民眾容易購買臺灣精品咖啡，也提供低海拔到高海拔的需求選擇，增加民眾對臺灣咖啡的認知及連結到產地的體驗旅遊資訊，同時減少食物里程與碳足

跡，創造對土地的認同及生態永續理念。持續參與2023臺灣國際咖啡展之企劃，讓來自山林的滋味給更多人所認識，自然會對臺灣咖啡產區的差異有想法及產生好奇，這也是農村水保署致力推廣臺灣咖啡的熱忱與初衷。

七、結語

農民致力生產好的咖啡，農村水保署夥同農政單位與民間咖啡組織協力辦理生豆評鑑、烘焙或沖煮競賽、

咖啡市集、咖啡展覽、莊園體驗旅遊等方式行銷精品咖啡，在咖啡農與消費者之間建立順暢的產銷橋梁，「民安居為本，農樂業為先」為農村水保署南投分署貫徹的使命，提供國人安全的居住環境及推動農村社區多元產業活化與加值，農村再生政策與日俱進，農村輔導的腳步也要持續向前，期待在農政單位、咖啡莊園及農民的共同努力之下，臺灣咖啡產業持續於國際舞台發光發熱，創造精品咖啡嶄新的格局。



攜手家樂福企業創造咖啡黑金經濟。

