



## 台灣茶農再進化 茶業的轉型

記者 何雨潮 報導

2020/05/24

台灣的茶葉從清治時期以來就聞名於世，更一度佔據了台灣出口總值的一半。但從1970年開始，台灣經濟快速成長，國民的薪資調漲，勞力成本因而上升。台灣茶葉失去原本擁有的外銷競爭力，從外銷市場漸漸轉變為滿足內需市場。在2002年加入世界貿易組織（World Trade Organization）後，進口茶量大增，更是增加了台灣茶銷售的挑戰。茶農如何轉型去迎擊，是茶葉新世代的重要課題。

### 手搖飲開啟商用茶之路

過去十年以來，政府在茶產業致力推廣精品茶，同時也是茶農所努力的目標。台灣茶農精心製作的精緻茶品，如南投魚池鄉的台茶系列，以及木柵鐵觀音茶等，在國際極具有競爭力。不過隨著手搖杯飲料店的盛行，改變了年輕人茶飲的消費形式，商用茶的需求快速增加。

根據經濟部統計，台灣飲料店一年的營業額接近1000億元，且每年都在持續成長，可見台灣人對手搖飲料的需求量之大。不過台灣本土的茶葉卻因勞力、土地成本較高，導致價格昂貴而缺乏競爭力，因此有些飲料店選擇使用價格較低廉的進口茶葉，或以混用進口茶葉的方式來壓低成本。如此龐大的市場，使開發平價商用茶成為一個可行的轉型目標。於是政府自2019年開始推動「茶產業3.0」，將目標新增商用茶，朝著精品茶與商用茶兩個方向進行推廣。

台灣原本就有生產商用茶的茶商，但因數量不多，仍須依賴進口才能滿足國內需求。而屏東內埔的老埤農場使用了新式灌溉，以及機械式採收系統，利用科技解決勞力成本較高的問題，並提高商用茶產量，成為大量生產及降低國內商用茶成本的先鋒。但是大量購入機械及智慧化科技需要大量的資金，並非所有茶葉業者都適用此轉型方式，如此過高的門檻讓轉型為商用茶的業者較少。

### 失真的烏龍茶

台灣茶農除了要面對進口茶葉的競爭，茶葉的味道在出口銷售也發生了一些改變。原本台式烏龍茶的發酵度約在20度至40度之間，但現在卻減至10度以下，產生「過度綠茶化」的現象。因為台灣茶葉大多銷售至中國，而中國人偏好綠茶的

工「迴及綠茶化」的玩家，因為口為茶葉大多銷往中國，而中國人偏好綠茶的風味，銷售到中國前，茶葉會屢經調整，茶商會要求茶農製作烏龍茶時減輕發酵。經過多次出口銷售後，口味慢慢被調整成符合中國需求的模樣。竹山的傑出青年製茶師王宥鈞說到：「台式烏龍茶製作手法逐漸失真。」

王宥鈞表示，茶農通常比較不會銷售，不管是滋味或是價位，都任由茶商帶著走。過去茶農依賴茶商銷售，因此口味以及價格受到茶商的直接影響，茶農的利益也往往被剝削。這使越來越多茶農紛紛採用自產自銷的模式，來踏出茶業轉型的第一步。



台式烏龍茶將面臨失真。（圖片來源 / 王宥鈞）

## 茶產業融合文化再升級

許多茶農除了著手提升台灣茶葉的品質，同時也結合在地文化，舉辦了多項農村生活體驗活動，為茶添加教育以及娛樂的附加價值。像是在宜蘭冬山鄉經營六十多年的老茶廠「花間茶語」，不只開放導覽教學，也讓民眾能體驗課程，透過人們親手製茶，來更了解台灣的茶產業。同時茶農也將台灣特色花卉融入茶中，製作出柚花、桂花、梔子花等有花香味的茶，展現出了茶的多元性，讓民眾看到茶的更多樣貌。

茶農除了開發休閒農業，自產自銷也是最常見的轉型方式。現今的茶葉業者，從種茶、製茶、到銷售一手包辦。這樣的方式能讓茶農能夠自主控制利潤，較不受到市場價格波動的影響導致收入不穩定。近年來盛行的小農市集，茶農可以直接將產品送到消費者手中，透過直接對話來瞭解市場需求，還能避免被中盤商剝削利潤，也讓產品更加新鮮、健康。



小農市集讓茶農增加自產自銷的通路。(圖片來源 / 臉書)

## 步上茶業新世代

台灣茶農在各方面作出了努力，用自己的力量讓台灣的茶再次重返榮耀。今年新型冠狀病毒 ( COVID-19 ) 在全球蔓延，台灣的有效防疫受到多個國家認同，為了感謝世界看到台灣，包含製茶師王宥鈞在內的十四位茶農，共同製作了一款「台灣抗疫禮盒」，寄給為世界努力防疫的人員，盼能透過台灣的好茶傳遞敬意並引起重視。

你喜歡喝茶嗎？面對許多競爭及挑戰，台灣茶農持續不懈的努力，讓我們仍能喝上一杯台灣好茶。隨著時代的轉變，人們的消費形式產生了改變。不論是講究的沏一壺茶，又或是隨手買的手搖茶飲，型態雖有所不同，但都包含在台灣茶文化中。有機會不如買包台灣的本土茶葉，細心品味這片土地與台灣茶農辛苦努力的成果。

關鍵字：台灣茶、茶農、茶業轉型、自產自銷、商用茶

縮圖來源：Pixabay

國立交通大學機構典藏系統版權所有 Produced by IR@NCTU



記者 何雨潮



編輯 詹庭瑄