



# 逢甲大學學生報告 ePaper

## 臺灣佳葉龍茶出口至香港

## Taiwan GABA Tea Exported to Hong Kong

作者：陳姿穎、陳亭諭、魏郁蓁、翁夙緹

系級：國貿四甲

學號：D1039966、D1040394、D1040067、D1039922

開課老師：楊明憲 老師

課程名稱：國際貿易經營管理

開課系所：國際貿易與經營管理學系

開課學年：113 學年度 第1學期

### 中文摘要

佳葉龍茶具備獨特的香氣與口感，極具出口潛力，尤其在茶文化深厚的香港市場。香港作為亞洲國際貿易樞紐，進口關稅低且消費者對高端健康茶飲需求日益增加，使得佳葉龍茶的健康屬性與高品質特性成為吸引力。然而，香港市場競爭激烈，有傳統品牌、現代品牌、以及國際高端品牌如共同瓜分市場。

此外，咖啡、奶茶等替代品的普及也增加挑戰。我們將針對中高端消費群體，結合台灣茶文化與健康價值進行品牌塑造，並利用香港的電子商務平台及節慶活動推出禮盒，提升品牌曝光度。進一步拓展至香港市場，提升佳葉龍茶的品牌影響力。

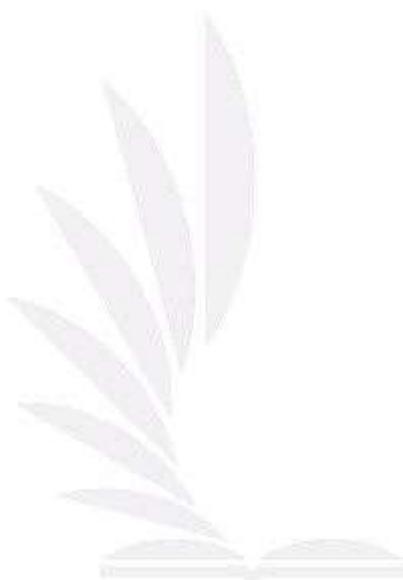
**關鍵字：佳葉龍茶、香港、台灣、茶葉外銷**



## **Abstract**

Gaba tea boasts a unique aroma and taste, making it highly promising for export, particularly in the Hong Kong market, where tea culture runs deep. As Asia's international trade hub, Hong Kong offers low import tariffs and a growing demand for premium health teas, aligning perfectly with the health benefits and high-quality attributes of Gaba tea. However, the market is highly competitive, divided among traditional brands, modern brands, and international premium brands. Additionally, the popularity of alternatives such as coffee and milk tea poses challenges.

We plan to target mid-to-high-end consumers, combining Taiwan's tea culture with the health benefits of Gaba tea to shape the brand identity. By leveraging Hong Kong's e-commerce platforms and festive events to launch gift sets, we aim to enhance brand visibility. This strategy will help expand into the Hong Kong market and strengthen the brand influence of Gaba tea.



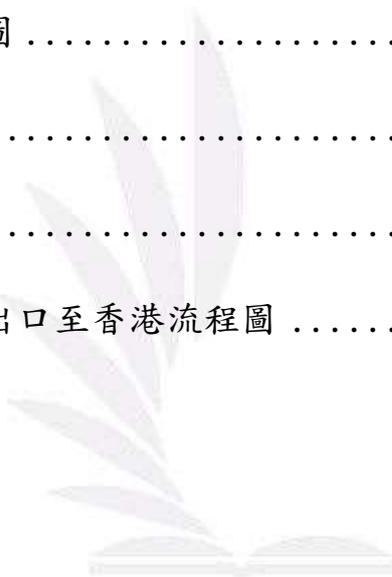
**Keyword : GABA Tea, Hong Kong, Taiwan, and Tea Export**

## 目 次

圖目錄.....	4
表目錄.....	5
第一章 專題簡介.....	6
第一節 背景與動機.....	6
第二節 研究目的.....	7
第二章 茶葉的歷史與文化背景.....	8
第一節 台灣茶葉起源.....	8
第二節 台灣茶葉文化.....	9
第三節 全球主要茶葉生產國概況.....	9
第四節 台灣茶類介紹.....	10
第五節 台灣特色茶.....	12
第六節 佳葉龍茶（GABA 茶）介紹.....	14
第三章 台灣茶葉產業概況及困境(內部分析).....	14
第一節 全球茶葉外銷現況.....	14
第二節 台灣茶葉外銷現況.....	15
第三節 台灣茶業統計數據分析.....	16
第四節 產業鏈分析.....	19
第五節 產業困境.....	19
第四章 台灣茶葉市場分析.....	20
第一節 PESTC 分析.....	20
第二節 六力分析(產業面).....	23
第三節 市場分析.....	25
第四節 STP.....	28
第五節 行銷策略(4P).....	29
第五章 出口流程.....	32
第六章 結論與建議.....	35

## 圖目錄

圖 2.1 茶葉加工製成 .....	12
圖 3.1 未發酵茶貿易出口價值折線圖 .....	17
圖 3.2 全發酵或部分發酵茶貿易出口價值折線圖 .....	18
圖 3.3 1980 年代之後，內銷為主時期茶葉產業鏈 .....	19
圖 4.1 香港地區人口分佈圖 .....	22
圖 4.2 佳葉龍茶產品圖 .....	30
圖 4.3 網站設計圖 .....	31
圖 5.1 審查流程圖 .....	32
圖 5.2 臺灣佳葉龍茶出口至香港流程圖 .....	33



## 表目錄

表 一.1 2023-09 月份 台灣出口茶葉統計 (公斤).....	7
表 一.2 2024-09 月份 台灣出口茶葉統計 (公斤).....	7
表 二.1 六大茶類分類 .....	11
表 三.1 未發酵茶貿易出口價值 .....	16
表 三.2 全發酵或部分發酵茶貿易出口價值.....	18
表 四.1 香港電商平台比較 .....	30



## 第一章 專題簡介

### 第一節 背景與動機

台灣地形狹長且地勢多樣，尤其以中部地區陡峭的丘陵與山地為主，這些地形與氣候條件構成了得天獨厚的茶葉種植環境。丘陵與山地的高海拔不僅提供了適宜的溫濕度，還有利於空氣流通與光照分布，促進茶葉的香氣與品質。再加上中部地區酸性土壤的特性和良好的排水性能，這些因素共同為台灣茶葉的種植奠定了優越的基礎，使台灣茶葉在國際市場上享有盛譽。

茶樹為常綠木本植物，適應力甚強，除過於乾旱或土壤條件不適合外，幾乎在很多地方都可以生長。不過欲使茶樹生長茂盛、產量高、品質佳且能從事經濟栽培，仍須對環境有所選擇，因為茶樹的生長發育與茶葉品質的好壞，與環境條件的關係十分密切。

以下就氣候、土壤及地形因子三部份進行說明：

- 氣候因子：

茶樹在生長發育過程中，不同品種對水分、光照、溫度等氣候因子均有一定的要求，尤其栽培上為了生產高產優質的製茶原料，更需要有良好的氣候條件加以配合。

- 土壤因子：

不同的土壤有其不同的特性條件，因此在種茶前因依據茶樹生物習性，妥善選擇適宜的茶園土壤，其選擇指標必須於土壤的物理性；化學性和生物性去了解。

- 地形因子：

台灣現有種茶區域的地形是非常複雜的，從山坡地、丘陵台地、平地、緩坡、陡坡都有茶園的分布，但大多在丘陵台地和山坡地。茶園地形的選擇須考慮緯度、海拔、坡度和坡向四大因素，因為直接影響茶園的微氣候和土壤狀況，與茶園的耕作、規劃和栽植方式等。

且台灣出口的茶葉以高品質及其茶葉之濃厚香氣在國際市場上讚譽有佳，下表為台灣茶葉在 2023 年與 2024 年之出口狀況。可以見得，台灣出口至各國之茶葉以美國、菲律賓及香港為大宗，其中美國、菲律賓之茶貨交易皆以綠茶、紅茶為重，反而是香港以烏龍茶及包種茶為其進口之最。

表 0.1 2023-09 月份 台灣出口茶葉統計 (公斤)

	綠茶	普爾	烏龍	其他紅茶	合計
美國	63254	141	48856	52300	164551
菲律賓	41876	0	2178	56780	100834
香港	18186	852	18197	13468	50703

表 0.2 2024-09 月份 台灣出口茶葉統計 (公斤)

	綠茶	普爾	烏龍	其他紅茶	合計
美國	56711	86	15804	69232	141833
菲律賓	11114	0	3306	52922	67342
香港	12485	852	13269	12998	39604

台灣茶葉以其高品質與深厚的文化底蘊在國際市場上享有盛譽，而佳葉龍茶作為其中的一款特色產品，以其天然、健康的功能性特徵，逐漸受到消費者的關注。佳葉龍茶以其舒緩焦慮與助眠的功效，特別適合現代人在快節奏生活中的健康需求。

香港作為一個國際化大都會，其繁忙的工作環境與高生活壓力，使得當地居民對健康產品的需求日益增加。根據相關調查，香港消費者對具有舒壓效果的天然健康食品表現出極高的興趣，特別是針對壓力管理與睡眠問題的解決方案。

佳葉龍茶在這樣的背景下，具備進軍香港市場的潛力。本專題希望通過分析香港市場的需求與競爭環境，探索將佳葉龍茶成功引入香港市場的可行策略，從而拓展品牌影響力並推動台灣茶葉文化的國際化。

## 第二節 研究目的

此專題的研究目的為探討台灣茶葉產業的發展現況及面臨的挑戰，並分析市場環境及行銷策略，期望為台灣茶葉產業提供具體的發展建議。透過回顧茶葉的歷史與文化，了解台灣茶葉文化的形成與發展，並結合全球主要茶葉生產國的現況，進一步探討台灣茶葉的市場地位。本專題將聚焦於台灣茶葉產業的內部結構與現存困境，進行產業鏈分析及市場分析。藉由 PESTC 分析、六力分析、STP 和 4P 行銷策略等工具，評估台灣茶葉產業的市場競爭力。

我們選擇行銷佳葉龍茶到香港，希望透過分析香港市場及制定行銷方案，讓台灣優質的茶葉有更多的外銷機會。

## 第二章 茶葉的歷史與文化背景

### 第一節 台灣茶葉起源

茶類於唐宋時期是中國茶葉發展的重要階段，在此期間得到了大力的推廣和發展。在唐朝時期（618-907年），茶葉的生產和消費達到了巔峰，被視為貴族和文人雅士的飲品，用來款待賓客或在文人雅士的詩詞酒宴中品嚐，還可作為貨幣和禮物使用。在宋朝時期（960-1279年），茶葉的品質和種類得到了改進，茶道也開始漸漸流行，提高茶葉的普及程度，成為了中國茶葉文化的重要組成部分。在明朝時期（1368-1644年），中國茶葉經歷了一段蕭條的時期，但在清朝時期茶葉產業得到了進一步的發展，茶葉也成為了中國對外貿易的重要產品之一，出口量大幅增加，茶葉也傳播到了歐洲和其他地區。同時，在此期間，茶葉的種類和品質也逐漸豐富和多樣化，中國茶葉的聲譽逐漸擴大到國際舞台。

日本的茶道是一種嚴謹的藝術形式，通過茶葉的泡製和儀式化的表演來表達禪宗哲學，透過茶葉的泡製和儀式化的表演來表達禪宗哲學。日本的茶道強調和諧、敬重、審美和精神的平衡，體現了日本文化的深度和優美。

在英國，茶葉也有著悠久的歷史，成為了一種重要的社交活動，下午茶也成為了英國文化的一部分，下午茶被視為一種傳統、禮儀和享受的體驗，人們在茶輕食和甜點的陪伴下，享受社交、閒聊和放鬆的時光。在現代，茶葉已經成為了全球最受歡迎的飲料之一，不僅是一種飲料，還有著豐富的健康益處。茶葉含有抗氧化劑和其他營養素，有助於減少心臟病、中風和其他健康問題的風險。茶葉不僅是一種飲品，更是一種文化和藝術。在中國，茶葉文化有著悠久的歷史和深遠的影響。茶道是一種特殊的藝術形式，以泡茶和品茶為主要內容，它講求的是一種和諧、優雅、禮儀和靈性。茶道的興起和發展，也反映了中國文化和思想的特點和價值。茶藝作為一種藝術形式，它包含著藝術特點和文化價值，它可以表達出人們對生命和自然的敬重和感恩之情，也可以促進人們的身心健康和社交關係。

1974年，日本農林水產茶葉試驗所的津志田先生在研究延長綠茶茶菁鮮度的過程中，發現充氮條件下，茶葉內的 $\gamma$ -氨基丁酸（GABA）含量增加了8-10倍；麩胺酸在無氧環境中轉化為GABA，成為佳葉龍茶製作的關鍵技術佳葉龍茶的製作方法不同於傳統工藝，利用多次厭氧發酵技術，達到商品化標準，每100克茶乾含150毫克GABA，通過改良製程，解決了早期佳葉龍茶帶有微酸及不適口味的問題，使其口感順口更適合飲用。

在日本，佳葉龍茶因口感順滑又稱「順口茶」，因促進腦部放鬆且不會令人犯困，又被稱為「打氣茶」。日本科學家大森正司及其團隊研究證實，長期飲用佳葉龍茶至少3個月，可有效降低並穩定血壓，且為天然產品，無需擔心西藥

的副作用。佳葉龍茶含有高濃度的茶胺酸與胺丁基酸，具有鎮定效果，可中和咖啡因的刺激作用，使腦部神經放鬆，緩解壓力又不影響睡眠或精神狀態。

## 第二節 台灣茶葉文化

茶葉最初是從中國大陸傳入台灣，主要來自福建和廣東地區。這些茶葉在台灣的山區種植，逐漸適應當地的氣候和土壤。在台灣獨特的環境中，茶葉開始展現出其獨特的風味和特徵。台灣茶的發展歷史可以追溯到 17 世紀，當時鴉片貿易興起，大量進口鴉片導致大紅袍茶樹的種植減少，而台灣則成為重要的茶葉生產地。這一轉變為台灣茶業的發展創造了良機。

隨著時間的推移，台灣的茶葉產地慢慢擴大，各地也開始發展出不同的茶葉品種和工藝製品。高山茶、烏龍茶和包種茶等品種開始受到重視，成為台灣茶文化的重要組成部分。台灣茶的進步不僅源自自然環境的變化，還是人類智慧和文化的結晶。不同時期的栽培技術和製作工藝不斷改進，使得台灣茶葉呈現出多樣的風味和口感。

在清朝，茶葉種植經歷了重大的改革，政府鼓勵茶葉的種植和交易，並推出政策以提升茶葉品質，讓台灣茶葉在國際上聲譽大增。在日治時期，日本政府大力發展台灣的茶業，引進新的茶樹品種和製茶技術，提升了茶葉質量並促進銷售，茶葉出口大幅增加。1903 年，台灣茶業改良場在台北成立，推動茶葉種植技術的改進，研發適應當地氣候的茶樹品種，提升了茶葉的產量和品質。烏龍茶作為台灣的代表性茶葉之一，在茶葉的製作和品質方面有著獨特的特點，於 19 世紀初出現，隨著對其品質和口感的認識提升，逐漸受到廣泛喜愛，成為台灣茶業的重要產品。台灣的高山茶在 20 世紀中葉興起，因其種植在海拔 800 米以上的高地，長時間的日夜溫差使得茶葉生長緩慢，含有豐富的氨基酸和香氣，形成獨特風味。

台灣茶文化的一大特點是與文學藝術的緊密結合。多年來，許多詩人、書法家、畫家和禪師都將茶視為創作靈感的源泉，茶藝與文學藝術的互動形成了獨特的地方傳統、創造力與美學。這些歷史事件對台灣茶文化的演變和發展扮演重要角色，深刻影響了現代台灣茶文化的形成。若能熟悉這些演變歷史，就能更了解台灣茶的價值及其在當地文化中的重要地位。

## 第三節 全球主要茶葉生產國概況

中國是全球最大的茶葉生產國，年產量達到 270 萬噸。雲南地區作為茶葉的發源地之一，以出產優質的綠茶、烏龍茶、白茶、普洱茶、黃茶及茉莉花茶而聞名。隨著茶葉產量的穩步增加，中國的茶葉出口也逐年提升，統計顯示，全球約 80% 的綠茶出口來自中國。

印度是全球第二大茶葉生產國，年產量達到 138 萬噸。茶被譽為「民族飲料」，彰顯其在印度的重要地位。茶葉的大規模生產始於英國殖民時期，當時東印度公司充分開發了如今享譽世界的阿薩姆茶，並成立了阿薩姆茶葉公司。印度最著名的茶葉產區包括阿薩姆和大吉嶺。

肯亞是全球第三大茶葉生產國，年產量達 37.75 萬噸，茶葉是其最重要的經濟作物之一。儘管肯亞的大型種植園不多，但為了在全球市場中保持競爭力，肯亞致力於茶葉的創新研發。得益於赤道附近的地理位置，肯亞擁有適宜的自然條件：距海較近、雨量充沛、高海拔、常年光照充足、氣候溫暖且年溫差小，再加上豐富的河湖資源和肥沃的火山土壤，這些因素共同成就了肯亞紅茶的優異品質與獨特香氣。

而斯里蘭卡是全球第四大茶葉生產國，年產量達 32 萬噸，以其七大紅茶產區而聞名，包括坎地、烏瓦和汀普拉等。茶葉在斯里蘭卡不僅是一種作物，更是經濟的重要支柱，眾多國際知名茶商在此擁有茶園，茶葉生產已成為該島國最大的產業之一。

越南是全球第五大茶葉生產國，年產量約 26 萬噸，其茶文化歷史悠久。然而，越戰期間土地污染對茶業發展造成了不利影響，使越南茶在國際市場上的接受度不高。在台灣，來自越南的茶葉通常價格偏低，部分品牌甚至混入越南茶以降低成本，造成品質問題。除此之外，越南茶的負面形象還受到農藥殘留和戰爭遺留的戴奧辛污染的影響，進一步限制了其國際聲譽的提升。

## 第四節 台灣茶類介紹

茶葉因為生產加工程序及製成後茶葉品質特性差異，主要分成兩大系統：  
（一）依照茶葉製程加工中茶葉發酵氧化程度區分，可分成：不發酵、部分發酵、全發酵  
（二）依照茶葉成品外觀色澤及湯色可分成：綠茶、白茶、黃茶、青茶、紅茶及黑茶

（一）茶葉在加工過程中經過攪拌與揉捻，導致葉片組織被破壞，進而使氧氣與茶多酚結合，產生氧化反應。根據製作方式的不同，茶葉的發酵程度也有所區分，可以分為不發酵茶、部分發酵茶以及全發酵茶。

### 1. 不發酵茶：

不發酵茶的製作過程不涉及發酵，常見的例子是綠茶。製作時，茶葉經過高溫殺菁處理，以破壞其中的酵素活性，抑制氧化反應的發生。因此，不發酵茶的葉片保持原本的狀態，未進行氧化。

### 2. 部分發酵茶：

部分發酵茶的氧化程度介於不發酵茶和全發酵茶之間。其發酵過程是根據製茶的環境條件和茶菁(剛採下的新鮮茶葉)品質來控制氧化的程度，茶葉會經過一定程度的發酵但未完全氧化。這類茶的發酵程度通常從輕度到中度不等，像凍頂烏龍茶的發酵程度約為 25~30%，鐵觀音約為 40%，而東方美人茶則發酵約 50~60%。因此，部分發酵茶涵蓋範圍較廣，種類豐富。

3. 全發酵茶：

全發酵茶指的是完全經過氧化的茶葉，紅茶就是其中的代表。製作全發酵茶時，茶葉在失去部分水分後，通過揉捻破壞茶葉的細胞結構，讓酵素釋出，並與茶葉中的多酚類物質進行充分的氧化反應。由於發酵過程完全進行，茶葉的氧化程度達到最高。

(二) 依照茶葉的製程及氧化程度的不同，又可以分成六大茶類：綠茶、白茶、黃茶、青茶、紅茶及黑茶

表 0.3 六大茶類分類

六大茶類	發酵程度	特色	台灣茶代表
綠茶	不發酵	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 主要產地：新北市三峽區</li> <li>2. 顏色鮮綠、營養成分豐富、茶湯翠綠、低咖啡因含量</li> </ol>	三峽碧螺春綠茶、三峽龍井茶
白茶	微發酵	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 中低海拔茶區</li> <li>2. 味道自然清新，帶有花香和果香</li> <li>3. 抗氧化，促進消化，提高免疫力，可降火祛暑</li> </ol>	台灣白茶
黃茶	輕發酵	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 風味：淡淡的甜玉米、穀物香</li> </ol>	台灣目前無大規模生產黃茶
青茶	半發酵	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 也就是烏龍茶，為最常見茶款</li> <li>2. 主要產地：南投縣，其次為嘉義縣、新北市及台中市</li> <li>3. 緩解焦慮、提神，提高身體代謝速度，兒茶素延緩腦部退化</li> </ol>	凍頂烏龍、鐵觀音、包種茶、阿里山烏龍、梨山烏龍、東方美人(白毫烏龍)

紅茶	全發酵	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 主要產地：南投魚池鄉（日月潭紅茶）、花蓮、新北市（蜜香紅茶）</li> <li>2. 香氣豐富，口感醇厚，持久的回甘，清新花果香，多樣性</li> </ol>	台茶 18 號（紅玉紅茶）、台茶 21 號（紅韻紅茶）、台茶 12 號（金萱紅茶）、台茶 8 號（台灣阿薩姆）、蜜香紅茶
黑茶	後發酵	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 透過是否經過人工加工發酵程序，分成生普洱茶及熟普洱茶</li> <li>2. 解油膩、改善血脂，肝脂穩定作用</li> <li>3. 普洱茶生茶會有清香味，熟茶則帶有其獨特的陳香</li> </ol>	普洱茶

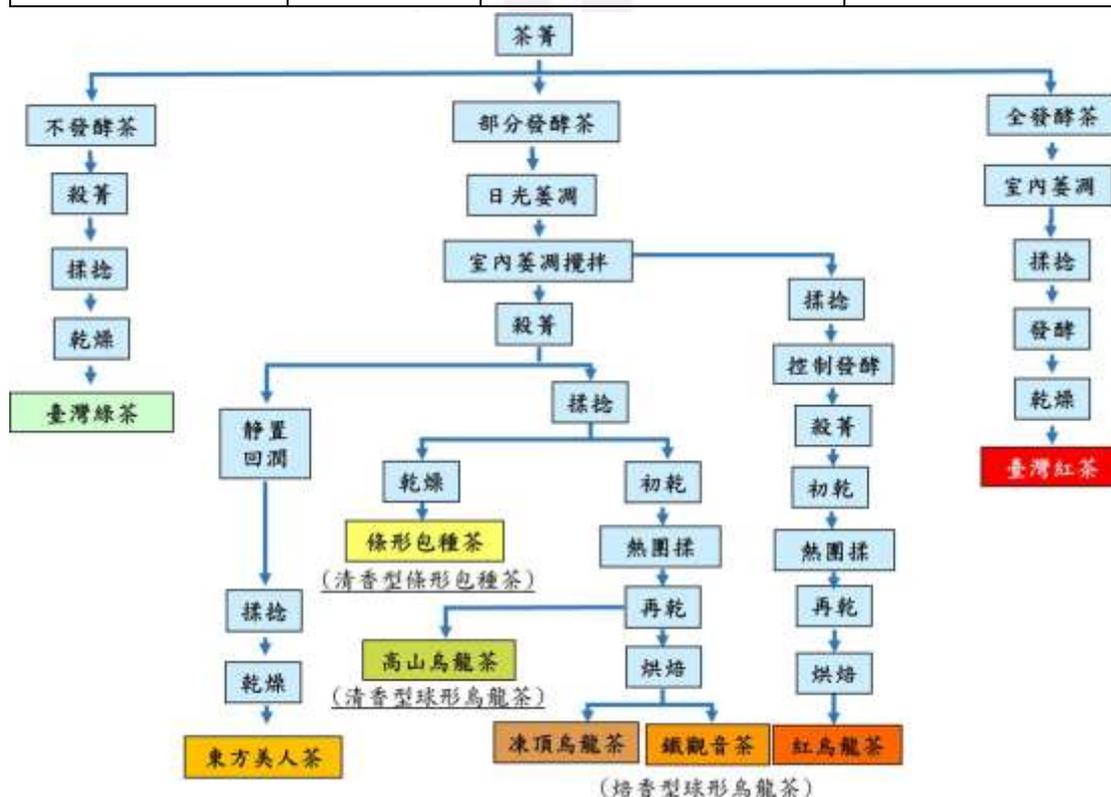


圖 2.1 茶葉加工製成

資料來源：農業部茶及飲料作物改良場

## 第五節 台灣特色茶

### 1. 三峽碧螺春

新北市三峽區是目前台灣最主要碧螺春綠茶產區，有全台最嫩採摘技術，三峽的氣候溫和多雨，雲霧環繞，土質良好，提供茶樹理想的生長條件，「碧」指外觀碧綠清澈、翠綠，「螺」指茶芽外型細緊捲曲似螺旋形，「春」春冬兩季是製作上品碧螺春的最佳季節，使用青心柑仔的茶樹作為代表性風味品種，有色艷、香濃、味醇、形美四絕之美，可說是台灣綠茶的特級品，熱泡時擁有豆香型態的新鮮清香，冷泡則有牧草般的新鮮芬芳氣味，茶湯帶清雅的香氣，入口後清新宜人且鮮爽回甘，因為是為發酵茶，是六大茶類中最能保留兒茶素的茶類，因此抗氧化能力高，也能幫助降低血壓，預防心血管疾病，降低體內醣類、脂肪類的吸收。

### 2. 東方美人茶

又被稱作膨風茶，因為茶葉外觀白毫明顯，也被成為白毫烏龍，台灣有三大東方美人茶產區，桃園市、新竹縣、苗栗縣，新北市坪林、石碇，以及南投鹿谷，東方美人茶發酵程度可以說是烏龍茶中最高的，沖泡後的茶湯呈現琥珀色，再加上茶葉經由小綠葉蟬叮咬後，製成的茶菁帶有特殊花果蜜香，採摘時間在農曆芒種至大暑間，端午節前後十天，午時茶最為優質，東方美人茶富含豐富抗氧化劑，能減緩皮膚老化速度，同時能促進膠原蛋白生成，讓肌膚保持緊緻，且茶中成分有助於促進細胞新陳代謝以及有些草本植具有提高免疫力特性。

### 3. 凍頂烏龍茶

台灣的主要產地在南投縣鹿谷鄉，從產區地名轉變為商品名稱，是一款經典的高山茶，主要以青心烏龍當作原料製作的烏龍茶，因具有烘焙製成，故隸屬於焙香型球形烏龍茶，凍頂烏龍茶特徵是喉韻醇厚、耐泡且持久濃郁的回甘，發酵較輕低的茶湯色澤呈明亮的橙黃色，具有豐富的茶多酚、茶純等活性成分，具有提神醒腦、助消化、抗氧化等多種功效。

### 4. 日月潭紅茶

日月潭紅茶其實是泛指該茶區所產的紅茶通稱，包含「紅玉紅茶」、「阿薩姆紅茶」、「紅韻紅茶」、「原生山茶紅茶」四項紅茶，夏秋兩季為紅茶的最佳產季，不同品種所產製的紅茶香氣各具特色，但皆以清純濃郁為佳，滋味純和、濃強鮮爽，紅玉紅茶及阿薩姆紅茶屬於大葉種茶樹紅茶，在整體茶感與滋味上，因為大葉種茶葉內含的茶多酚等物質含量較高，製成的紅茶茶質濃、茶體較為雄渾，小葉茶種（蜜香紅茶、高山紅茶）則顯得甜潤，茶質適中，茶體較為細緻。

### 5. 文山包種茶

文山包種茶為輕度發酵的茶類，因此不僅香氣清爽且帶有淡淡花香，若再搭配輕烘焙，則可將原有的花香味轉做稻穀香氣，產區分佈於新北市坪林、石碇、深坑、平溪、汐止、新店及三峽，台北市南港及木柵，文山包種茶入口滋味為圓滑甘醇，香氣以具新鮮的清香為上品，是特別注重香氣品質的一種茶類，香

氣越濃郁品質越高。

## 6. 佳葉龍茶 (GABA 茶)

佳葉龍茶可抑制中樞神經過度興奮，對腦部具有安定作用，有助於降低失眠，放鬆心情，舒緩中樞神經的亢奮狀態，同時兼具機能性成分與回甘滋味，冷沖、熱泡皆宜，屬於咖啡因含量極低的茶，適合生活壓力大的族群飲用。

## 第六節 佳葉龍茶 (GABA 茶) 介紹

佳葉龍茶因其富含  $\gamma$ -胺基丁酸 (GABA) 而得名。GABA 是一種天然存在於多種食物中的物質，如紅麴、發芽米、桑葉等，而佳葉龍茶的 GABA 含量為最高。GABA 在人體中雖然濃度低，但扮演著重要的神經訊號傳遞抑制物質的角色，具有鎮定放鬆、助眠、改善消化系統和降血壓的功效，因此佳葉龍茶也被視為一種功能性茶飲。

佳葉龍茶的由來可追溯至 1984 年，日本沖志田博士在研究茶葉保存方法時，無意間使用氮氣隔絕氧氣，結果使茶葉中的 GABA 含量大幅增加，每 100 克茶葉中的 GABA 含量超過 150 毫克，遠高於一般綠茶和烏龍茶中的含量。這一發現使得這類茶葉得名 GABA tea。

從化學角度來看，佳葉龍茶的製作過程中，氮氣環境促使茶葉內的蛋白質分解成麩胺酸，進一步轉化為 GABA。在氧氣缺乏的條件下，GABA-T 酵素無法作用，導致 GABA 累積，使茶葉富含這種對健康有益的成分。傳統佳葉龍茶的製作工藝相對繁複，需要長時間的厭氧充氮過程。然而，隨著台灣茶葉改良場對製程的研究改進，這一過程變得更為高效。改良後的技術包括微波和紅外線照射、添加麩胺酸鈉溶液浸漬，以及多重發酵法，這些方法有效提升了茶葉中的 GABA 含量。

佳葉龍茶的沖泡方式簡單多樣，可以用功夫茶小茶壺泡，也可以用馬克杯，甚至可冷泡飲用。例如，使用小茶壺時，每次放 2 克茶葉，用 200 毫升滾水沖泡，第一泡浸泡 50 秒，第二泡 40 秒，之後依次遞增浸泡時間，茶葉可沖泡 3 到 5 次。這種茶飲溫潤甜順，不僅口感宜人，還能幫助放鬆身心，提升生活品質。

## 第三章 台灣茶葉產業概況及困境(內部分析)

### 第一節 全球茶葉外銷現況

全球茶葉外銷主要由幾個關鍵生產國主導，這些國家的茶葉出口量和出口價值對全球市場有著深遠的影響。以下是目前全球茶葉外銷的幾個主要趨勢與狀況：

茶葉消費市場：

### 亞洲市場

- 中國：中國是全球最大的茶葉消費國之一，茶葉消費不僅是日常習慣，也與文化、禮儀密切相關。中國市場主要消費綠茶、烏龍茶和紅茶，並且隨著健康意識的增強，功能性茶（如普洱茶、花茶）的需求增加。
- 日本：日本市場偏好綠茶，尤其是抹茶和煎茶。日本的茶道文化對高品質茶葉有著極高的要求，消費者對有機茶葉和健康茶飲的需求也在逐漸增長。
- 印度：印度是全球最大的紅茶生產國之一，自己也是茶葉的主要消費市場，尤其是奶茶和馬薩拉茶。印度的茶葉消費量龐大，且大多數為內需。

### 歐洲市場

- 英國：英國的茶葉消費以紅茶為主，尤其是袋泡茶。傳統的英式下午茶文化使得英國成為全球茶葉消費大國。雖然紅茶占據主導地位，但綠茶和花草茶等健康茶類也逐漸受到歡迎。
- 俄羅斯：俄羅斯是另一個茶葉消費大國，主要消費紅茶。俄羅斯的茶文化深受歐洲和中亞的影響，俄式濃茶（常與糖或果醬搭配飲用）是當地的傳統飲品之一。
- 德國：德國的茶葉市場偏好花草茶、果茶和綠茶。隨著健康意識的增強，消費者越來越關注有機茶和功能性茶。

### 北美市場

- 美國：美國的茶葉消費量相對較小，但近年來茶葉市場正在快速增長。袋泡茶是美國市場的主要消費品類，此外功能性茶（如減肥茶、草本茶、排毒茶）也廣受歡迎。隨著健康飲食趨勢的推動，綠茶和有機茶在美國市場的需求不斷上升。
- 加拿大：加拿大的茶葉市場與美國類似，紅茶和冰茶廣受歡迎，但對花草茶和健康茶的需求也有所增加。

### 全球茶葉出口趨勢：

- 需求增長：全球對茶葉的需求逐年增加，尤其是在發展中市場和健康意識增強的消費者中。消費者對不同種類的茶葉（如有機茶、功能性茶類）的需求也有所上升。
- 價格波動：全球茶葉價格受氣候變化、供應鏈中斷及地緣政治影響波動較大。乾旱、洪水等氣候變化可能對主要產茶國的茶葉產量產生重大影響，進而影響全球茶葉價格。
- 中國與印度的主導地位：這兩個國家在全球茶葉出口中占有舉足輕重的地位，但出口增長的主要推動因素是對中高端茶葉的需求，特別是在健康市場和精品茶市場的擴展。

## 第二節 台灣茶葉外銷現況

台灣茶葉外銷現況反映了其在國際市場中的獨特地位，儘管台灣茶葉的總產量相對較小，但憑藉高品質及獨特的風味，台灣茶在全球市場具有較高的競爭力。以下是台灣茶葉外銷的主要特徵和趨勢：

**出口品種以高品質茶葉為主：**

- 台灣茶葉的外銷以高山茶、烏龍茶和東方美人茶等高品質茶葉為主。台灣茶因其優良的栽培技術、特殊的地理條件和製茶工藝而享譽國際，特別是台灣的高山烏龍茶，廣受全球茶葉愛好者的歡迎。
- 與大量出口的低價茶葉相比，台灣茶走的是精品路線，通常以高價位出口，目標客群是高端茶葉市場。

**主要出口市場：**

- 中國：中國是台灣茶葉的主要出口市場之一，特別是烏龍茶。台灣的烏龍茶在中國市場上受到追捧，且價格較為穩定。
- 日本：日本市場對台灣茶葉，尤其是烏龍茶的需求穩定增長。由於日本對高品質茶葉有高度要求，台灣茶的細緻製法符合日本消費者的口味。
- 美國：美國市場對台灣高品質茶葉（如有機茶和烏龍茶）的需求也在逐步上升，特別是在茶藝文化盛行和健康飲食趨勢增長的背景下。
- 香港：香港作為國際茶葉貿易的樞紐，也是台灣茶葉重要的出口市場之一。台灣茶在香港的茶藝圈中頗受推崇，特別是東方美人茶和台灣烏龍茶。

**外銷面臨的挑戰：**

- 國際競爭壓力：台灣茶葉面臨來自中國、印度和斯里蘭卡等茶葉大國的激烈競爭，特別是中國的烏龍茶具有價格上的優勢，這對台灣的中低端茶葉出口構成挑戰。
- 市場認知度：儘管台灣茶葉品質優良，但在全球市場上，除了中國、日本等特定市場外，台灣茶的品牌知名度仍然較低，這限制了其在國際市場上的擴展。

### 第三節 台灣茶業統計數據分析

單位：出口貿易價值(美元)

表 0.4 未發酵茶貿易出口價值

	中國大陸	香港	日本	美國
103 年	2,703,089	1,655,999	363,785	3,757,363
104 年	5,226,758	1,627,175	140,702	4,077,455
105 年	3,412,735	1,738,552	209,134	5,062,513
106 年	7,104,825	2,210,333	243,635	6,481,770
107 年	10,129,275	2,691,181	430,815	7,144,414
108 年	10,938,308	2,466,583	1,239,515	7,866,102

109 年	10,326,190	2,268,374	881,415	6,487,242
110 年	1,009,879	2,693,394	620,629	11,518,613
111 年	585,584	2,272,692	757,369	10,193,037
112 年	813,348	1,967,257	654,755	10,291,719
113 年	833,370	1,240,123	540,810	6,492,769

資料來源：農業部統計資料

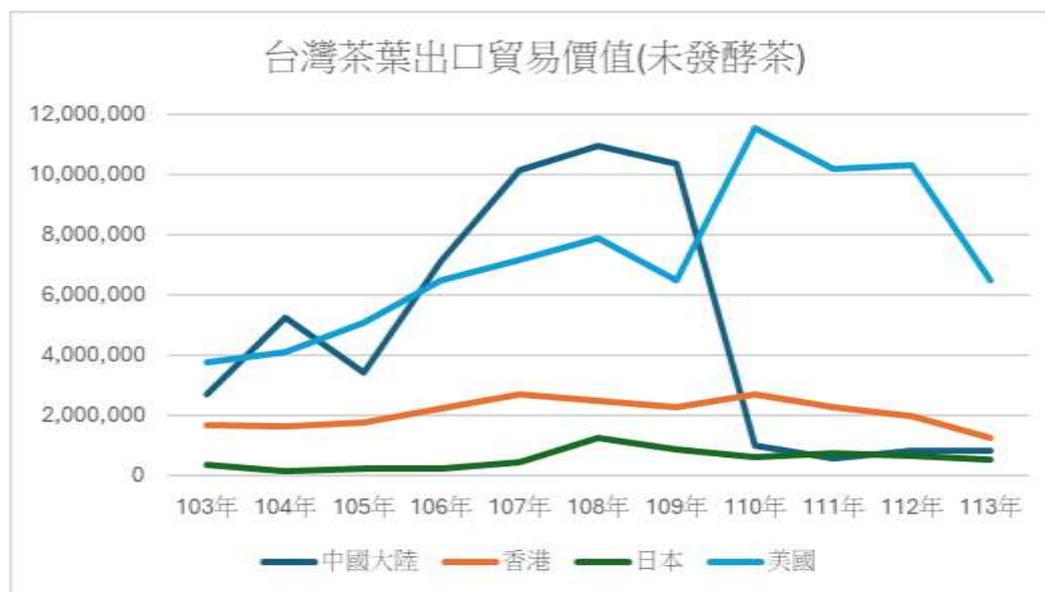


圖 3.2 未發酵茶貿易出口價值折線圖

台灣未發酵茶葉出口貿易價值，未發酵茶主要為綠茶，以美國為出口主要大宗

表 0.5 全發酵或部分發酵茶貿易出口價值

	中國大陸	香港	日本	美國
103 年	10,054,370	2,036,793	4,396,368	4,051,161
104 年	16,816,212	2,487,184	2,940,793	4,429,711
105 年	24,084,486	2,243,799	3,450,002	4,982,631
106 年	38,497,797	3,057,449	3,782,207	6,001,938
107 年	42,333,463	4,482,735	5,180,497	7,169,151
108 年	36,659,617	3,944,976	8,845,729	9,122,525
109 年	28,824,387	4,469,106	5,339,467	8,756,669
110 年	30,085,976	5,636,875	5,448,182	13,750,282
111 年	19,549,469	5,234,360	6,782,466	12,654,181
112 年	21,885,896	5,019,437	6,688,193	12,350,868
113 年	7,788,228	3,229,795	4,204,390	9,091,474

資料來源：農業部統計資料

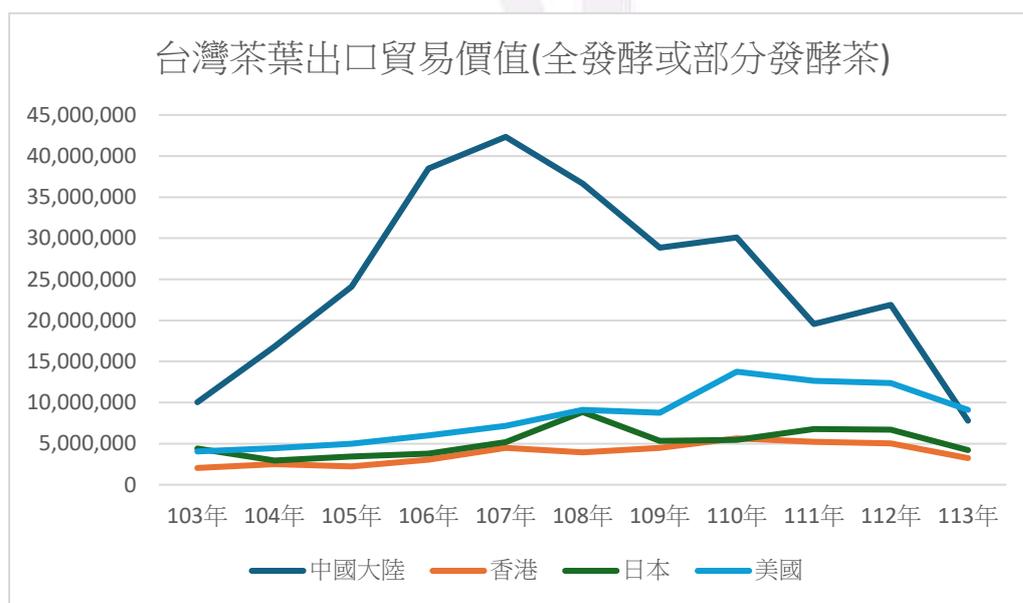


圖 3.3 全發酵或部分發酵茶貿易出口價值折線圖

台灣全發酵或部分發酵茶葉出口貿易價值，全發酵茶為紅茶，部分發酵茶包含烏龍茶、白毫烏龍、青茶、白茶、黃茶等，以中國為出口主要大宗。

## 第四節 產業鏈分析

茶供應鏈相當廣泛，核心產業包含茶園管理、茶初製工廠、茶精緻加工廠、茶包裝廠、茶銷售，茶農、製茶廠、茶商三大產業緊密關聯，茶農提供新鮮茶葉給製茶廠，合適的製茶技術生產高品質茶葉，加上茶商的行銷方法，來展現出茶的價值。

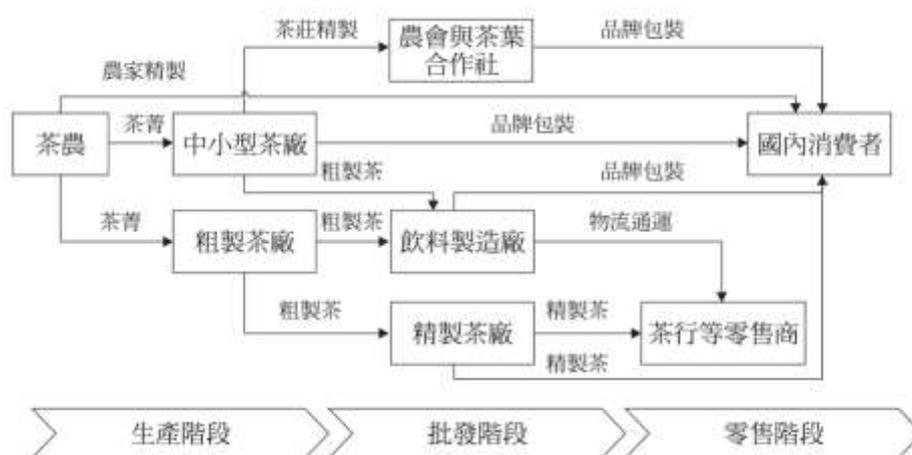


圖 3.4 1980 年代之後，內銷為主時期茶葉產業鏈

資料來源：北商學報第 37 期 臺灣茶葉產業結構與經營模式的轉變

## 第五節 產業困境

### 1. 國際市場競爭加劇

- **價格競爭**：台灣茶葉的品質高，但成本也較高，尤其是與中國、印度、斯里蘭卡等主要茶葉出口國相比，台灣茶葉的價格通常較高，在國際市場上可能缺乏價格競爭力。
- **品牌認知度不足**：雖然台灣茶葉以高品質著稱，但在國際市場上，品牌的知名度仍有提升空間。國外消費者對於台灣茶葉的認識不如其他國家的茶葉品牌，如斯里蘭卡的錫蘭紅茶及英國的唐寧茶。

### 2. 勞動力短缺與老齡化

- **人力資源問題**：台灣茶葉產業面臨嚴重的勞動力短缺問題。許多茶農年齡偏大，年輕人對農業工作的興趣不足，導致接班困難。此外，手工採摘茶葉是一個勞動密集型工作，隨著勞動力成本上升，茶葉的生產成本也提高。

### 3. 內銷市場需求下降

- **消費結構變化：**台灣內部的茶葉消費市場面臨著需求變化。年輕一代對傳統茶文化的興趣減少，更多人轉向咖啡、手搖等現代飲品，導致茶葉內銷市場逐漸萎縮。
- **替代性產品增多：**茶飲市場上出現了越來越多替代產品，如手搖飲料、健康飲品，這些產品對傳統茶葉造成了市場壓力。

### 4. 氣候變遷的影響

- **極端天氣：**氣候變遷導致極端天氣事件增加，如颱風、乾旱或暴雨，這對茶葉的生長環境產生負面影響，導致產量和品質波動。

### 5. 市場出口瓶頸

- **貿易壁壘：**台灣茶葉外銷面臨某些國家的貿易壁壘和檢疫標準限制，出口手續複雜，加上各國檢疫規範不同，給茶葉外銷增加了難度。
- **通路不暢：**外銷通路的發展仍不夠完善，特別是在開拓新興市場的過程中，缺乏有力的市場推廣和穩定的通路。

### 6. 農業轉型與創新不足

- **智慧農業推動緩慢：**台灣茶葉產業對智慧農業技術的應用還不夠廣泛，例如自動化採摘、病蟲害監控等新技術的應用滲透率較低，導致生產效率較低。
- **創新產品開發不足：**雖然台灣茶葉品質優良，但在產品多樣化和創新上仍有不足，尤其是在面對國際市場時，缺乏具吸引力的創新產品。

## 第四章 台灣茶葉市場分析

### 第一節 PESTC 分析

#### 政治方面(P)

1. 香港作為中國的特別行政區，擁有相對獨立的法律和貿易政策。然而，自 2019 年起，香港的政治局勢持續不穩，大規模的抗議和社會動盪，增加了外國企業對香港投資的顧慮。
2. 儘管存在政治不穩定，香港在全球貿易和金融中心仍有重要的地位。進口及出口貨物均毋須繳付任何關稅，也無任何關稅配額或附加稅。香港的低稅率和自由貿易的環境吸引了大量外資進入，對於出口商來說，香港是進入亞洲市場的一個重要門戶。

### 經濟方面(E)

1. 香港擁有健全的金融體系，是世界上最重要的金融中心之一。該地區以自由市場經濟為主，低稅政策和資本自由流動使外國企業很容易在香港進行投資和設立辦事處。
2. 2024 年第二季，香港經濟增長放緩，GDP 增長 3.3%。商品出口穩定，但私人消費有所下降。整年經濟增長預計為 2.5%至 3.5%，通膨預期下降 1.3%至 1.9%。就業市場表現穩定，失業率低，但零售業將面臨消費模式變化和港幣強勢的挑戰。

### 社會方面(S)

1. 香港的出生率長期處於低位，2022 年的平均生育率降至每對夫妻 0.9 個孩子，創下歷史新低。2023 年，香港每千人出生數僅為 4.4。香港的人口老化問題日益嚴重，預計到 2030 年代末，65 歲及以上的長者將佔總人口的三分之一。反映出人口老齡化和年輕人推遲生育的問題。經濟壓力、高房價、育兒成本等因素使得許多人選擇延後或不生小孩。這將導致香港人口增長速度減緩，為香港社會和經濟帶來長期挑戰。
2. 香港人口接近 750 萬人，其中四分之一集中在三個主要地區：沙田、觀塘和元朗。沙田人口數 68.9 萬為香港人口最多的地區，佔總人口的 9%以上；觀塘則有 66.9 萬人，排名第二；元朗以 65.8 萬人位列第三。與此同時，灣仔區是全港人口最少的地區，只有 15.8 萬人，反映出香港人口集中在特定地區。

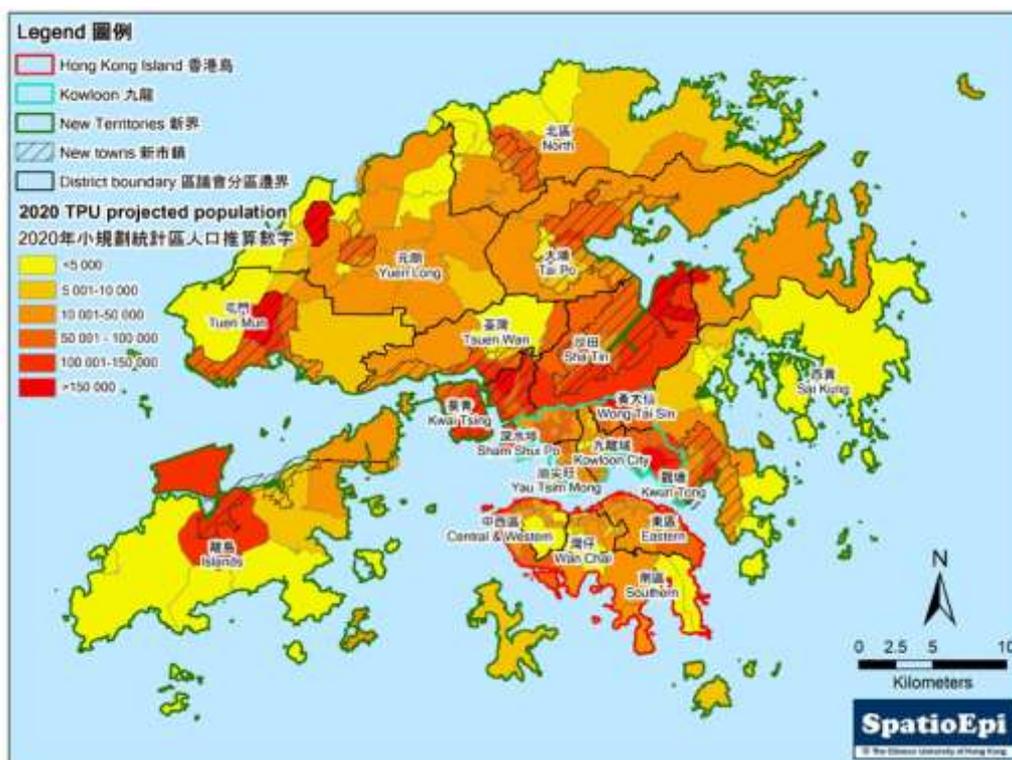


圖 4.1 香港地區人口分佈圖

3. 香港的壓力指數近年來居於全球前列。根據 2022 年《全球職場報告》，香港在東亞地區的工作壓力指數最高，約有 53% 的受訪者表示每天感受到壓力。相比之下，中國為 50%，而台灣和日本則分別為 33% 和 43%。而在疫情期間，這種壓力也進一步加劇，影響了整體心理健康，特別是年輕人和中年人的精神狀況。

工作與財務問題是壓力的主要來源，香港 18 至 34 歲的年輕族群無法管理壓力的比例尤其高，達到 26%。許多雇員反映，雇主的給予的壓力管理支援非常有限，只有 13% 的受訪者認為現有的支援是足夠。

#### 科技方面(T)

1. 香港擁有先進的 ICT 基礎設施和強大的互聯網連接能力，物流管理變得更加高效，進口商可以利用智能物流系統實時追蹤貨物。
2. 香港的電子商務環境十分成熟，許多進口商利用網絡平台進行銷售和推廣。這不僅提高了商品的可見度，也方便了買家與供應商之間的聯繫。

#### 文化方面(C)

香港是一個多元文化的城市，受到中西文化的深刻影響。這種文化的多樣性反映在語言、飲食、藝術和節慶等各個方面。

1. 香港的官方語言是廣東話和英語。廣東話是當地最常用的口語，英語則在商業和教育中占據重要地位。雙語環境促成了文化的交融，影響了香港人的交流和生活方式。

2. 香港以其豐富的飲食文化著稱，從傳統的港式點心到現代的國際美食應有盡有。飲茶文化在香港尤為盛行，是社交和家庭聚會的一個重要部分。隨著國際化的發展，越來越多的外國餐廳進入香港，也讓香港的飲食文化更加多元化。
3. 香港在藝術方面也相當活躍，像是電影、音樂和視覺藝術等領域。香港電影在亞洲乃甚至全球都有很大的影響力。
4. 香港的節慶活動多樣且豐富，包括傳統的農曆新年、端午節、中秋節等，還有西方的聖誕節和萬聖節等。

## 第二節 六力分析(產業面)

### 現有廠商間的競爭 (Rivalry Among Existing Competitors)

「茶人」和「大師茶莊」為傳統茶葉品牌，通常提供經典的中國茶，例如龍井、大紅袍和普洱茶，這些品牌在香港擁有悠久的歷史和忠實的顧客群體。

「茶多美」和「喜茶」為現代茶飲品牌，隨著茶飲市場的變化，新興品牌專注於創新和時尚的茶飲，這些品牌結合了茶與奶茶、果茶等元素，吸引年輕的消費者。

「TWG Tea」和「Harney & Sons」等國際品牌在香港也有市場，提供各種高端茶葉產品，注重產品的包裝和品牌形象。

雖然不是直接的茶葉競爭者，但咖啡店和果汁等其他飲料也對茶的市場造成一定的威脅，消費者有更多選擇。茶的競爭者也有多種類型的品牌和商家。

**現有廠商間的競爭：高**

### 新進入者威脅 (Threat of New Entrants)

進入門檻相對較低，特別是在電子商務平台上，新的茶葉品牌容易進入市場。新進入者可能帶來創新和不同的營銷策略，增加競爭。

**新進入者威脅：高**

## 替代品威脅 (Threat of Substitute Products)

- 咖啡：隨著咖啡文化在香港的迅速發展，咖啡成為了強勁的替代品。許多年輕人和上班族轉向咖啡作為他們日常的提神飲品，精品咖啡店的擴展進一步提升了咖啡的受歡迎程度。
- 奶茶與珍珠奶茶：香港本地的奶茶文化，例如「絲襪奶茶」和台式珍珠奶茶的流行，使得這些飲品成為茶葉的替代品。這些飲品混合了茶和牛奶、糖漿，非常受年輕消費者喜愛。
- 功能性飲品與健康飲料：隨著健康意識的抬頭，許多消費者開始選擇功能性飲品，例如：如維生素水、能量飲料，和天然果汁作為健康替代品。這些產品強調其健康功效和低糖、低卡路里的特點，吸引了注重健康的消費者。
- 瓶裝水與其他即飲飲品：瓶裝水和其他即飲飲品，如冰茶、綠茶等，這些產品便於攜帶，並且廣泛分布於超市和便利店，增加了替代性。

替代品威脅：高

## 供應商議價能力 (Bargaining Power of Suppliers)

台灣以高山茶聞名，尤其是台灣烏龍茶、東方美人茶等優質品種在國際市場上享有盛名。這些茶葉以其獨特的風味和高品質深受消費者青睞。因此，在這些高端市場中，台灣茶供應商的議價能力較高，尤其是在高山茶這類產品中。國際市場對高品質和稀有茶葉的需求使得供應商能在定價上擁有更多的主動權。

儘管台灣茶葉具有獨特的品質，但在全球茶葉市場上，它仍面臨來自中國、印度、斯里蘭卡等主要茶葉生產國的競爭。這些國家提供大量價格較低的茶葉，尤其是在非高端茶葉市場中，台灣茶的競爭力會有所削弱。因此，在低價市場中，台灣茶供應商的議價能力相對較低。

供應商議價能力：中等

## 購買者議價能力 (Bargaining Power of Buyers)

香港是亞洲的國際貿易樞紐，進口茶葉來源豐富，包括來自中國、印度、斯里蘭卡等地的茶葉，使得買家能夠擁有多種選擇進行價格談判。在高端茶葉市場，如台灣的高山茶和東方美人茶，買家的議價能力相對較弱，因為這類產品獨特且替代品少。但在中低端市場，供應商之間的競爭壓力增大，買家可以

從其他來源選擇替代品，增強議價能力。

**購買者議價能力：中等到高**

### **互補品 (Complementor)**

- 茶具：高品質的茶具，如茶壺、茶杯和茶盤，特別是陶瓷、玻璃或紫砂壺等，能夠提升茶葉的沖泡和品味體驗。對於注重茶文化的消費者來說，好的茶具是享受茶葉過程中不可或缺的一部分。
- 甜點和點心：餅乾、蛋糕、月餅等，通常與茶一起搭配使用，增加飲茶的愉悅感。茶文化發達的國家，如中國和日本，往往會有特定的點心與不同種類的茶搭配。
- 蜂蜜和糖：有些飲茶者會在茶中加入天然甜味劑，如蜂蜜、冰糖或紅糖，這些產品能夠提升茶的口感，特別是對於比較苦澀的茶葉如綠茶和紅茶。
- 牛奶和奶油：在香港、台灣、印度和英國等地，牛奶或奶油常與紅茶、奶茶混合飲用，如港式奶茶、印度拉茶等，這些乳製品都被認為是茶葉的重要互補品。
- 檸檬和草本調味品：一些茶葉，特別是紅茶和綠茶，常常會搭配檸檬片、薄荷葉等調味品，為茶飲增添清新的風味，這些調味品也成為了茶葉的常見互補品。

**互補品：多**

## **第三節 市場分析**

### **• 市場背景**

香港為全球最具競爭力的國際金融中心之一，市場環境高度發展，消費者具有強勁的購買力和國際化視野。香港人口密度高，約 750 萬人口，人口密度高，城市發展集中，消費需求旺盛。此外，香港擁有高度開放的經濟環境，是全球重要的貿易和金融樞紐，實行自由經濟政策，吸引大量外國企業和品牌進入市場，導致競爭激烈。作為一個高度數字化的社會，香港的網路滲透率極高，電子商務迅速發展，消費者適應線上購物和電子支付的便利性。

### **• 市場特色**

**國際化程度高：**

香港消費者接觸來自全球的商品，對國際品牌和產品有著高度認知。消費者對於進口商品有較高接受度，尤其是來自日本、歐美的產品備受歡迎。

**品牌忠誠度強：**

香港消費者相對而言更具品牌忠誠度，尤其對於高端品牌有強烈的認可。在選擇產品時，消費者對品牌的信賴度和口碑較為看重。

奢侈品和高端商品消費市場發達：

香港作為亞洲奢侈品消費的重要城市，本地和來自中國大陸的消費者對奢侈品有著強烈需求。珠寶、手錶、高端時裝等商品擁有穩定的消費群體。

中產階級壯大：

隨著香港中產階級的壯大，這類消費群體開始追求更高品質的生活方式和產品，如健康食品、有機產品、環保商品等越來越受歡迎。

- 消費者購買習慣

注重品質與品牌：

香港消費者願意為優質品牌支付更高的金額，對產品的品質要求較高，特別是食品、健康產品和化妝品等類別，安全和效果是關鍵考量因素。

網絡購物興起：

隨著網路的普及，線上購物已成為主流，尤其是年輕一代和中產階級群體。他們經常使用淘寶、京東、亞馬遜等平台購買國際商品，並熱衷於跨境電商的購物模式。

比較與評價文化：

消費者購買商品前，會進行廣泛的價格和產品功能比較，並參考網上評論和評分，這些評價對其購買決策有重要影響。

快速生活節奏下的便捷消費：香港是一個快節奏的城市，消費者喜愛便捷且高效的購物方式，如超商即購即走、即時配送的外賣服務，以及自助購物系統。

- 顧客消費模式

高端消費模式：

香港消費者，尤其是中產和高收入人群，對高端商品和服務有強烈需求。他們願意為奢侈品牌、名牌服飾、名錶等付出高額費用，這也讓奢侈品在香港市場擁有穩固的地位。

電子支付：

隨著手機支付普及，香港消費者普遍使用支付寶、微信支付以及本地的八達通卡等支付工具。無現金支付變得越來越普遍，尤其是年輕一代，他們偏好使用手機和應用程式進行消費。

注重生活品質與健康：

消費者對健康食品、健身服務及相關產品的需求持續增長。隨著健康意識的提升，越來越多的人選擇購買有機食品、健康補品和健康服務。

旅遊和跨境消費：

香港消費者喜愛旅遊，特別是前往日本、韓國和中國大陸進行購物和消費。跨境消費的便捷性和低稅率讓他們能夠以較低的價格購買到國際商品。



## 第四節 STP

### (一) S 市場區隔

地理統計	地區	都市
		鄉村
人口統計	年齡	18 歲以下
		18~34 歲
		35~54 歲
		55~65 歲
		65 歲以上
人口統計	收入	中高收入
		中低收入
心理統計	價值觀	追求健康生活方式
		健康意識低落
	生活方式	工作繁忙、壓力大
		無工作壓力
	消費動機	緩解壓力、改善睡眠品質

## (二) T 選擇目標市場

根據調查資料顯示，香港 18~34 歲的年輕族群壓力最大：另外，香港在全球工作壓力指數中為東亞地區排名第一，有 53% 的上班族感受到壓力。根據上述市場區隔分析後，我們將目標市場定位在香港地區 18~34 歲，收入為中高收入，工作壓大、追求健康的生活方式，並且希望能夠緩解壓力及改善睡眠品質的年輕上班族。

## (三) P 市場定位

根據資料分析，我們將佳葉龍茶定位為促進健康和舒緩壓力的功能性飲品，主要針對那些注重身心健康、尋求壓力紓解的消費者，如白領階層、健康生活追求者、學生。

定位特色：

壓力管理：強調 佳葉龍茶的天然抗壓和放鬆效果，適合需要紓壓的消費者日常飲用，特別是在現代快節奏的生活中。

健康養生：突顯 佳葉龍茶富含的伽馬氨基丁酸( $\gamma$ -氨基丁酸)有助於改善睡眠、降低焦慮，適合關注健康養生的人士。

## 第五節 行銷策略(4P)

### 1) 產品 (Product) — 松輝茶園有機佳葉龍茶

佳葉龍茶具有多重健康功效，能有效降低並穩定血壓，並含有高濃度的茶胺酸與胺丁基酸，展現出顯著的鎮定效果。這些成分可中和咖啡因的刺激作用，幫助腦部神經放鬆，舒緩中樞神經的亢奮狀態，減輕壓力又不影響睡眠或精神狀態，非常適合有失眠困擾或承受過大壓力的消費者，讓他們在忙碌生活中也能感受到放鬆和平靜。



圖 4.2 佳葉龍茶產品圖

2) 價格 (Price)售價設定一盒(10包)100 港幣

參考香港的茶葉電商網站上的售價，制定出適合松輝茶園有機佳葉龍茶的售價。

3) 通路 (Place)上架至松輝茶園網站、淘寶、Amazon、HKTV mall

表 0.1 香港電商平台比較

香港電商平台比較			
平台名稱	主要特性	市場定位	其他特色
旋轉拍賣	社群化電商平台，強二手、限量、個人或小型商家商品上架與交易	商家商品	社交化電商，強調用戶互動，利用社群力量提高商品曝光度，30 秒內即可上架商品，適合個人賣家和小型商家
淘寶	大型綜合性購物平台，商品種類繁多，特別是中低價位商品	廣泛覆蓋亞太地區	適合大眾市場，擁有強大的個性化推薦與搜尋功能
Amazon	國際化電商巨頭，強商品種類繁多，特別是高調品牌銷售	階層品牌與進口商品	高階市場和國際市場，強大的物流系統與全球銷售網絡

Price.com	香港第一比價平台，手機、電腦、3C 產品、家電等 23 萬件商品資訊	對價格敏感型消費者	讓消費者比較各大電商平台的價格，提供最低價選擇
HKTVMall	本地化電商平台，聚服飾配件、食品、美容健康、生活家品、電子產品、母嬰用品	專注於香港本地市場	以 O2O 線上線下整合模式，強調本地配送與超市布置，提升消費者購物體驗

#### 4) 推廣 (Promotion)

- 網路策略

松輝茶園目前僅透過 FB 專頁、宜蘭縣農會網站及其他平台進行銷售，尚未擁有獨立的品牌網站。為便於國內外消費者深入了解其產品與品牌，規劃設計一個專屬的松輝茶園官方網站，以提升品牌形象和擴大市場影響力。



圖 4.3 網站設計圖

- 社群媒體

在社群媒體上 (Instagram) 建立一個茶園帳號，可以有效地推廣自家販售的茶葉種類。透過精美的圖片和吸引人的文案，展示茶葉的獨特風味和來源，吸引潛在客戶的關注。此外，投放茶園品牌的廣告至社群媒體中，能進一步提升品牌知名度，並與茶葉愛好者互動，增強顧客的忠誠度。定期分享茶文化、茶葉沖泡技巧以及客戶評價，不僅能提高參與度，還能打造品牌形象，讓更多人了解和喜愛茶產品。

- 促銷策略

顧客註冊成為會員後，即可獲得一張 20 港幣的電子折價券，讓顧客在下次購買時享受折扣優惠。此外，會員還可享受專屬促銷活動、提前獲得新品上市消息，並參加定期舉辦的茶葉品鑑會。這不僅能讓顧客品嚐到松輝茶園的優質茶葉，還能深入了解茶文化。

## 第五章 出口流程

茶葉出口至香港適用 C1 免審免驗

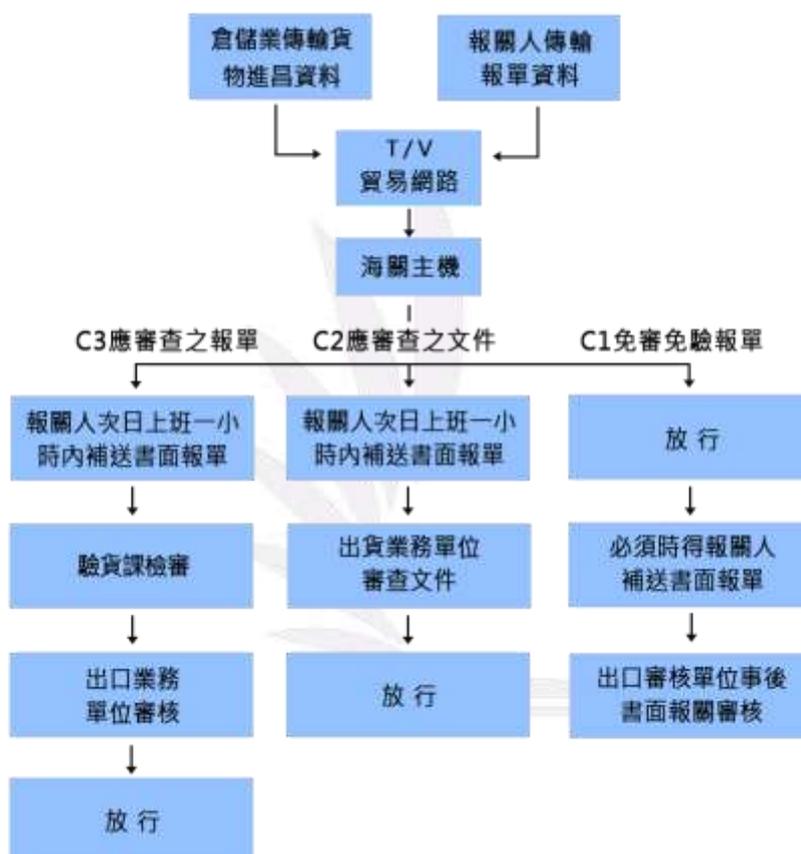


圖 5.4 審查流程圖

## 臺灣佳葉龍茶出口至香港流程圖

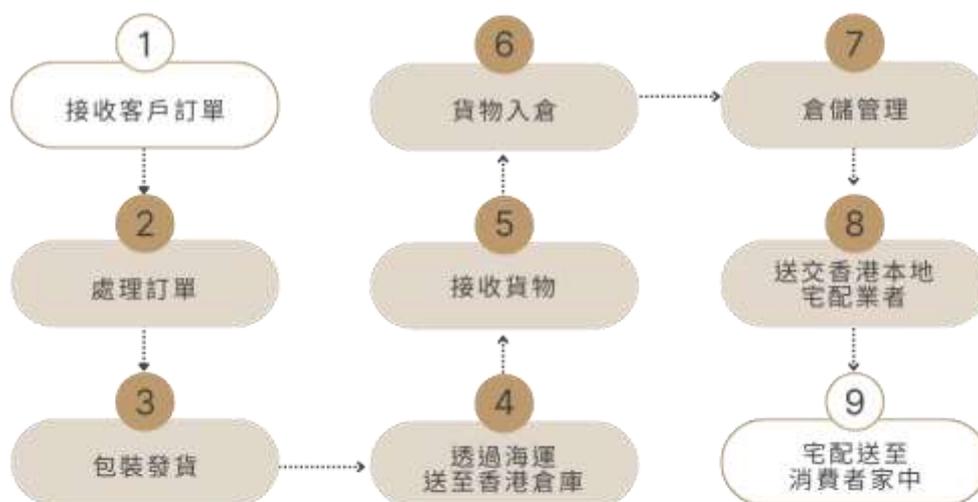


圖 5.5 臺灣佳葉龍茶出口至香港流程圖

1. 接收客戶訂單：接收來自香港客戶的訂單，包含產品類型、數量和配送地址
2. 處理訂單：確認訂單詳情，檢查庫存並核實茶葉種類和數量，以便為客戶提供精準的服務。
3. 包裝發貨：對茶葉進行品質檢測，確保符合國際食品標準，若需進行進一步認證，如有機認證，可一起處理。再來包裝茶葉，使用符合出口標準的包材，如防潮、避光，並貼上雙語標籤。
4. 安排物流與出口報關：與物流商協調出貨方式，我們選擇 YUMTHE 公司海運將產品從台灣運送到香港倉庫。同時準備報關文件，如商業發票、裝箱單等，並與報關行合作辦理出口手續。
5. 香港清關與貨物接收：貨物抵達香港後，辦理清關手續，包括提交必要的文件和支付稅費。
6. 貨物入倉：清關完成後，將貨物送入香港本地倉庫進行存儲。
7. 倉儲管理：在香港倉庫中管理茶葉存放，確保茶葉品質在存儲期間得到良好控制，以便快速調配進行配送。
8. 本地分銷與配送：將貨物交給香港的本地配送公司，根據客戶地址進行

最終配送。

9. 宅配送至消費者手中：配送公司負責將茶葉送到消費者家中，完成整個供應鏈流程。

松輝茶園在出口茶葉到香港的流程中，首先會接收來自香港客戶的訂單，確認產品的類型、數量和配送地址。隨後，會進行訂單處理，確認訂單數量，確保庫存充足，以提供準確的服務。

茶葉的品質非常重要，因此在正式發貨前，會進行品質檢測，確保產品符合國際食品安全標準。如果需要進一步的認證，如有機認證，也會在此階段一併處理。

確認品質後，松輝茶園會將茶葉包裝，使用防潮、避光的包材，並在包裝上貼上雙語標籤，方便國際客戶辨識。接著，公司會與物流商協調出貨方式，選擇透過 YUMTHE 公司的海運服務，將包裝好的茶葉從台灣運至香港的倉庫。同時會準備出口報關所需的文件，包括商業發票和裝箱單，並與報關行合作辦理報關手續，以確保出口流程的順利進行。

當貨物抵達香港後，會經過清關程序、支付稅費。清關完成後，貨物將被送入香港的本地倉庫，進行倉儲管理，以保持茶葉的品質和存放穩定性。為了確保配送的效率，松輝茶園會在香港本地建立倉儲管理系統，根據訂單需求進行快速調配。

接下來，YUMTHE 公司會將貨物交給香港本地的配送公司，由他們負責根據客戶的地址進行最終配送。茶葉就能安全且準時地送達消費者家中。

整個流程確保了從訂單接收、產品準備、物流運輸、倉儲管理到本地配送的每個環節都無縫銜接，保證了茶葉的品質和服務的可靠性。

#### YUMTHE 運送服務

自台灣運送往香港訂單運費 HK\$200 以下：香港快遞 HK\$35；HK\$200 或以上：免運費。

## 第六章 結論與建議

此專題深入探討台灣茶葉的悠久歷史、全球茶葉市場的現狀，以及台灣茶葉產業當前所面臨的諸多挑戰。透過分析全球市場趨勢和台灣茶葉出口的瓶頸，研究將重點放在如何運用有效的行銷策略來提升松輝茶園的市場競爭力。本專題提出了多種策略建議，包括優化產品包裝設計以提升消費者的視覺體驗，建立松輝茶園的官方網站，使品牌形象更加專業，並將目標市場推廣至香港，進一步擴大品牌影響力。

香港作為一個快節奏的都市，其消費者生活壓力大，工作繁忙，因此選擇了具有放鬆身心、緩解壓力功效的松輝佳葉龍茶作為主打產品。佳葉龍茶不僅具有幫助睡眠的功效，還能提供繁忙都市人片刻的寧靜和放鬆體驗。我們期望通過這款茶葉，讓香港的消費者在緊湊的生活步調中，享受到一杯溫暖而舒緩的好茶，達到身心靈平衡。此外，為提高品牌的曝光度和知名度，松輝茶園將積極運用社群媒體進行行銷，在 Instagram 上發布品牌、產品特色和消費者心得，以加深消費者對品牌的認識。通過電商平台（如淘寶、Amazon、HKTV mall）以及自建官網，我們將提供便捷的購買管道，讓香港的消費者可以隨時輕鬆購買佳葉龍茶。

本專題還分析了茶葉的進出口流程，為外銷佳葉龍茶奠定了穩定的基礎。這些策略相輔相成，預計將有效提升松輝茶園佳葉龍茶進入香港市場的可行性，為品牌的長遠發展開拓新的商機。此專題的最終目標是將松輝茶園打造為具備國際競爭力的品牌，不僅傳承台灣茶葉文化，也讓更多海外消費者體驗到台灣茶的獨特魅力，希望從香港開始推廣，若成效良好，再進一步推廣至全球茶葉市場，將台灣高品質茶葉發揚光大。

## 參考文獻

農業部茶及飲料作物改良場. (2007, September 18). 台灣農業茶葉主題館-茶樹與環境. 農業知識入口網.

<https://kmweb.moa.gov.tw/subject/subject.php?id=7154>

台灣區製茶工業同業公會. (2023, August). 茶葉統計數據資料. 台灣名茶.

[http://www.taiwantea.org.tw/?page\\_id=3055](http://www.taiwantea.org.tw/?page_id=3055)

農業部. (n. d.). 農業統計資料查詢. 農業統計資料查詢.

<https://reurl.cc/G5dzbx>

Skyc. (2022, December 10). 為現代人舒壓著想的 Herbal GABA Tea 是甚麼茶? 天育文創工作室. <https://reurl.cc/qngylg>

湯家鴻. (n. d.). 台灣茶歷史脈絡. 講茶學院. <https://reurl.cc/r3gp10>

Teamo 紅茶手札. (n. d.). 世界十大茶葉生產國家! TeAmo 紅茶手札.

<https://reurl.cc/b3XMkX>

天下第一好茶. (n. d.). 探索台灣茶文化歷史的重要性. 天下第一好茶.

<https://reurl.cc/Q590jZ>

天下第一好茶. (n. d.). 台灣白茶：茶中的珍貴寶石. 天下第一好茶.

<https://www.bestteal.com/pages/%E5%8F%B0%E7%81%A3%E7%99%BD%E8%8C%B6%E7%BC%9A%E8%8C%B6%E4%B8%AD%E7%9A%84%E7%8F%8D%E8%B2%B4%E5%AF%B6%E7%9F%B3>

[3](#)

天下第一好茶. (n. d.). 膨風茶-東方美人茶：提升健康美肌的秘密武器. 天下第一好茶. <https://www.bestteal.com/pages/%E8%86%A8%E9%A2%A8%E8%8C%B6%E6%9D%B1%E6%96%B9%E7%BE%8E%E4%BA%BA%E8%8C%B6%E6%8F%90%E5%8D%87%E5%81%A5%E5%BA%B7%E7%BE%8E%E8%82%8C%E7%9A%84%E7%A7%98%E5%AF%86%E6%AD%A6%E5%99%A8>

蔡憲宗, & 邱喬嵩. (n. d.). 臺灣特色茶分類及加工製程簡介. 農業部茶及飲料作物改良場. <https://www.tbrc.gov.tw/ws.php?id=4748>

京盛宇. (2020, December 21). 台灣茶常見種類：帶你了解六大茶系. 京盛宇. [https://www.jsy-tea.com/blog/posts/tea-type?srsltid=AfmB0or4ywV-GoorX4Fb9\\_82eLNH\\_gEA6pXezIaSq5VA3704XH1pvvyS](https://www.jsy-tea.com/blog/posts/tea-type?srsltid=AfmB0or4ywV-GoorX4Fb9_82eLNH_gEA6pXezIaSq5VA3704XH1pvvyS)

The china current. (n.d.). 認識香港的政治體制 香港在「一國兩制」下的高度自治權. THE CHINA CURRENT. <https://chinacurrent.com/education/article/2022/08/23932.html>

香港特別行政區政府. (n.d.). 香港經濟狀況. 香港特別行政區政府. <https://www.hkeconomy.gov.hk/tc/situation/development/index.htm>  
香港特別行政區政府政府統計處. (n.d.). 香港生育趨勢. 香港特別行政區政府政府統計處. <https://www.censtatd.gov.hk/tc/EIndexbySubject.html?scode=160&pcode=FA100090>

華思齊. (n.d.). 香港之最人口篇 | 十八區人口最多是？哪區最高收入？最多  
人未婚？. 當代中國. <https://www.ourchinastory.com/zh/6695>

Health concept editorial. (n.d.). 【環球調查】調查：香港健康活力指數  
墊底 逾8成受訪者壓力過大 96%港人感過勞. Health Concept. <https://healthconcept.io/%E5%81%A5%E5%BA%B7%E8%B3%87%E8%A8%8A/%E9%A6%99%E6%B8%AF%E5%81%A5%E5%BA%B7%E6%B4%BB%E5%8A%9B%E6%8C%87%E6%95%B8%E5%A2%8A%E5%BA%95>

朱德軒. (2024, October 10). 香港創新及科技業概況. HKDC 香港貿發局. <https://research.hktdc.com/tc/article/MzEzOTIwMDIy>

林貢欽. (2010, September 28). 香港观察：香港的文化特质. BBC News 中文. [https://www.bbc.com/zhongwen/trad/indepth/2010/09/100928\\_hkreview\\_culture\\_by\\_lingongqin](https://www.bbc.com/zhongwen/trad/indepth/2010/09/100928_hkreview_culture_by_lingongqin)