

A cup of yellow tea and a branch with red berries.

台灣茶產業的創新與競爭力

主講者：王端鎧

中華民國全國商業總會 - 理事
台灣區茶輸出業同業公會 - 顧問
台北市茶商業同業公會 - 顧問
曉陽茶行貿易有限公司 - 總經理
茶罐兒有限公司 - 總經理

A cup of yellow tea with a branch of red berries.

老店轉型的挑戰

「百年老店」對消費者而言有正面及負面的兩種聯想，就正面意義而言，有「商品特色」、「品質穩定」、「價錢合理」等「品質保證」的**理性印象**，但同時也有「傳統」、「保守」、甚至「陳舊」等負面經營的**感性聯想**。老字號的經營者在創新經營的過程中，往往面臨著在開拓新商機的同時如何繼續保有老顧客認同的難題。



曉陽茶行史略

- | | | | |
|-------------|-----|--------|-------|
| ◆ 西元 1842 年 | 王擇臣 | 在彰化鹿港 | 緣創 |
| ◆ 西元 1886 年 | 王永圖 | 在福建安溪 | 設廠 |
| ◆ 西元 1920 年 | 王淑景 | 在廈門 | 開店 |
| ◆ 西元 1936 年 | 王清音 | 在香港 | 設立分公司 |
| ◆ 西元 1953 年 | 王慶年 | 在台北大稻埕 | 設廠 |
| ◆ 西元 2004 年 | 王端鎧 | 在台北長春路 | 開店 |



老店轉型的創新與堅持

無論在什麼地方，什麼時代，曉陽始終相信

「品質是持續百年的傳承」；

「創新是引領經營的理念」。

A cup of yellow tea with a branch of red berries.

引領新茶風尚

2004 嶢陽茶行以嶄新經營理念，融合了「東方品茗文化」與「西方時尚品味」重現精緻的新茶風尚，倡導「隨時隨地、輕鬆自在享受一杯好茶」的品茗新主張，並以時尚典雅、繽紛多彩的包裝，結合明亮精緻、豐富有趣的空間規劃，顛覆一般人對茶的舊思維，讓茶不再是「爺爺泡的茶」而是生活品味的一環。



1. 創建品牌從包裝做起

「杜邦定律」：63% 的消費者是根據商品的包裝和設計進行購買

「市場區隔」：包裝除了考慮它的功能性之外，也是一種市場定位

「包裝價值」：依據國際統計協會公式計算，好包裝可提高 15% ~ 18% 銷售額

。

1. 創建品牌從包裝做起

嶢陽熟成茶系列



- 嶢陽茶王 50 年招牌茶罐

1. 創建品牌從包裝做起

嶢陽熟成茶系列



- 嶢陽鐵觀音七十年四兩手工紙包

1. 創建品牌從包裝做起

嶢陽熟成茶系列



1. 創建品牌從包裝做起

茶罐兒系列



1. 創建品牌從包裝做起

茶缶兒系列



- 儷人禮盒

1. 創建品牌從包裝做起

茶缶兒系列



- 山采雅集禮盒

1. 創建品牌從包裝做起

茶罐兒系列



• 繽紛彩罐

1. 創建品牌從包裝做起

- 沏定神閒系列



1. 創建品牌從包裝做起

- 沏定神閒系列



1. 創建品牌從包裝做起

- 沏定神閒系列



1. 創建品牌從包裝做起

- 沏定神閒系列



2. 賣場空間的改變

- 曉陽茶行長春店



2. 賣場空間的改變

- 嶢陽茶行長春店



2. 賣場空間的改變

- 嶢陽茶行長春店



2. 賣場空間的改變

- 曉陽茶行長春店



2. 賣場空間的改變

- 嶢陽茶行長春店



2. 賣場空間的改變

- 曉陽茶行長春店



2. 賣場空間的改變

- 曉陽茶行新竹店



3. 品飲及行銷方式的變革

紫砂壺泡



金茶壺泡



3. 品飲及行銷方式的變革

- 四方壺



- 瓷芯杯



3. 品飲及行銷方式的變革



※ 好的茶具應 好看、好用、好喝

輕 鬆 品 茗 四 步 驟



1. 置茶
放入5公克烏龍茶。



2. 注水
將95°C熱水注入瓷芯杯約九分滿，蓋上杯蓋。



4. 品茶
將濾芯放置在翻轉後的杯蓋上，即可輕鬆享用地道的烏龍茶。



3. 浸泡
約浸泡3~4分鐘後，拿開杯蓋，將濾芯斜靠於杯緣，使茶湯瀝乾。

3. 品飲及行銷方式的變革

原片、充氮袋茶



A cup of yellow tea with a branch of red berries.

4. 產品多元創新的發展

1. 增加茶葉種類的項目。
2. 袋泡茶與速溶茶的推廣。
3. 加強茶食的開發。

茉莉繡球



玫瑰鐵觀音



梔子烏龍



冷泡茶





5. 注重環保與農殘問題



6. 融合文化產業







茶葉

曉陽選庄印章
百年來的堅持品質保證
曉陽茶行
CHIAO YANG TEA HOUSE • SINCE 1900

HERNAN SUAN

百年老店的競爭力與創新

