

南華大學管理學院文化創意事業管理學系

碩士論文

Department of Cultural & Creative Enterprise Management

College of Management

Nanhua University

Master Thesis

阿里山茶文化消費行為之研究

The Research on the Consumption Behavior of Tea Industry in

Alishan Hight Mountain Tea

賴麗秋

Li-Chiu Lai

指導教授：趙家民 博士

黃昱凱 博士

Advisor: Chia-Ming Chao, Ph.D.

Yu-Kai Huang, Ph.D.

中華民國 109 年 6 月

June 2020

南華大學  
文化創意事業管理學系  
碩士學位論文

阿里山茶文化消費行為之研究

The research on the consumption behavior of tea industry  
in Alishan Hight Mountain Tea

研究生：賴麗秋

經考試合格特此證明

口試委員：謝品鈞  
施能木  
趙宇乙

指導教授：趙宇乙  
黃呈凱

系主任(所長)：楊政郎

口試日期：中華民國 109 年 6 月 20 日

## 謝 誌

轉眼間研究所生涯即將邁入尾聲，心中滿滿不捨，感謝讓我有所蛻變的一切。此篇論文的完成承蒙許多人的支持以及鼓勵，讓我在曾經想要放棄卻又見到一絲曙光。

首先感謝我的指導教授 趙家民老師，在論文撰寫期間給予的教導與鼓勵，並且從中學習到對於研究的執著與態度。在論文口試期間，感謝口考委員施能木教授及謝昆霖教授，不辭辛勞，自台東遠道而來，給予寶貴的指導及建議，讓此篇碩士論文更臻於完善，在此表示深摯的謝忱。

在求學期間內，感謝所有在文創管理學系授課的教授們辛勤指導，更感謝黃昱凱教授一路的提攜與指導，楊聰仁教授給予非常正面的建議，指引明確方向。

在這段時間內，一起求學同學們，彼此的情誼是最值得回憶的歷程。感謝我們有一個熱心盡責的班代芋妍，時時叮嚀同學上課時間，注意事項，彷彿是大家的貼身小祕書。感謝玉萍、映儒、志弘、志誠、小嬋、美惠，有了你們，我的研究所求學生涯中，增添了豐富的色彩，感謝遇見你們，我會永遠珍惜這個緣分。

此外，最後感謝默默支持與關心我的家人，更要感謝一路支持我的另一半，每次我提出要去上課，他總是排除萬難，讓我無後顧之憂的下山上課，忙碌之餘總是為我加油打氣，我想我並沒有讓你們失望！在此分享這份喜悅給所有的人，我是幸福的，因為有你們！！

賴麗秋 謹誌於 2020.06

南華大學文化創意事業管理學系

## 中文摘要

茶一直是台灣的代表文化之一，而阿里山茶更是台灣頗負盛名的特產之一，隨著時代的變遷，傳統的茶產業銷售管道已無法滿足現代的市場需求，為了尋求未來更好的發展，地方政府與社區開創多元的茶文化活動，包括茶葉博覽會，採製茶和席體驗，透過茶文化活動的體驗，開闢更多市場，成功推廣茶產業，提昇茶產業的價值，進而與社區結合，昇提社區產業經濟。

本文透過訪談社區業者、參與茶文化活動的消費者與社區居民，瞭解舉辦茶文化活動的現況，藉由文獻回顧，瞭解茶文化與產業的脈絡及現況。研究範圍為阿里山茶之道之北道—梅山鄉，以質性研究的方式進行，針對有參與過阿里山茶文化活動的業者、消費者及社區居民進行訪談，再經由收集訪談資料，進行深度且全方位的研討。研究結果發現，參與過茶文化的消費者皆對政府所舉辦的茶文化活動，相當支持且滿意。大多數的消費者對於能夠親自體驗，顯示更大的興趣，更藉由當地的茶文化特色，使遊客感受到來自於當地完整且真實又獨特的體驗，讓茶文化活動為社區帶來更多的經濟效益。

**關鍵字：**阿里山茶、茶文化、消費行為

## 英文摘要

Tea has been regarded as one of the representing culture of Taiwan, and tea from the Ali Mount. area is also one of the prestigious local product. Generations changing, traditional ways of selling tea can no longer satisfy the needs of modern market. To find a better development in the future, local governments and communities cooperate to start multiple tea-related events, including Tea Expo, tea leaf-picking, tea arts experiencing activity. From these experiencing activity, we are hoping to pioneer a bigger market, promote tea-related industries, therefore increase the value of tea industry. Moreover, we are aiming to combine communities with tea industry in the hope of increasing the value of communities.

This research studied the current environment of tea industry through interviewing shop owners of the community, consumers and residents who had attended tea culture-related events before. Besides, this research also studied the history and current environment of tea cultural industry through throwing back to some documents. Located in the north part of Alishan, Meishan Township was where the study took place. The research was done by the method of qualitative research, aiming to shop owners, consumers and residents who had participated in tea cultural industry before. After collecting informations of interviews, the researcher would get down to a deep, all-perspective discussion. The results of the research showed that all of the consumers who had taken parts in the events supported and were satisfied with the events held by the government of Chaiyi County . Besides, most of the consumers showed more interests in having the chance to picking,making tea and taking parts in the tea arts experiencing activity. From local tea culture, most of the visitors felt the full, real, and unique experience, bringing more economical effects into the community. Tea-related events improve the overall economical environment of the community, it can also allow the community to have a sustainable development, and have the goal to grow with the tea industry.

Keywords: Alishan Hight Mountain Tea, Tea culture, Behavior of consumption

# 目 錄

謝誌.....	I
中文摘要.....	II
英文摘要.....	III
目錄.....	IV
圖目錄.....	VIII
表目錄.....	IX
<b>第一章 緒論</b> .....	1
1.1 研究背景與動機.....	1
1.1.1 研究背景.....	1
1.1.2 研究動機.....	4
1.2 研究目的.....	6
1.3 研究流程.....	8
1.4 研究範圍與對象.....	9
1.4.1 研究範圍.....	9
1.4.2 研究對象.....	9
<b>第二章 文獻探討</b> .....	11
2.1 社區.....	11

2.2	創新 .....	16
2.3	消費行為 .....	18
2.3.1	消費行為定義.....	18
2.3.2	消費行為相關研究.....	19
2.4	茶文化.....	20
2.4.1	茶與文化.....	20
2.4.2	茶與觀光 .....	22
2.5	體驗價值 .....	25
<b>第三章</b>	<b>研究設計與執行.....</b>	<b>29</b>
3.1	研究方法.....	29
3.1.1	次級資料分析法.....	29
3.1.2	訪談法.....	30
3.2	研究設計.....	31
3.2.1	訪談對象的選取.....	31
3.2.2	訪談大綱設計.....	35
3.3	研究執行.....	36
3.3.1	訪談執行過程 .....	36
3.3.2	訪談資料編碼說明 .....	37

<b>第四章</b>	<b>資料分析與結果</b> .....	<b>39</b>
4.1	業者訪談大綱.....	39
4.1.1	阿里山茶產業的現況與困境.....	39
4.1.2	阿里山茶文化推動情形.....	42
4.1.3	阿里山茶文化的創新作為.....	44
4.1.4	政府單位推動茶文化有何協助及影響.....	47
4.1.5	未來發展.....	49
4.2	社區居民訪談大綱.....	51
4.2.1	阿里山茶文化活動對社區效益.....	51
4.2.2	社區居民參與阿里山茶文化活動情形.....	54
4.3	消費者之訪談大綱.....	56
4.3.1	參與過阿里山茶文化活動情形.....	56
4.3.2	參與阿里山茶文化活動是否有消費行為.....	63
4.3.3	請問參加後的想法或建議?是否有重遊意願?.....	65
4.4	研究發現.....	71
<b>第五章</b>	<b>結論與建議</b> .....	<b>73</b>
5.1	研究結論.....	73
5.1.1	氣候變遷不可抗，茶園管理要加強，人員素質	



管控佳，茶業事業一路發.....	73
5.1.2 茶文化與茶觀光，齊力打造新境界，創新茶文化活動， 帶領文青一起動.....	74
5.1.3 體驗茶文化真是讚，更深刻了解阿里山，山路 蜿蜒小心開，入寶山來尋好康.....	75
5.1.4 茶文化活動吸引人潮和錢潮，社區業者和志工一起維護 社區環境，提昇社區產業經濟.....	76
5.2 研究建議.....	77
5.2.1 在政府單位政策規劃上之建議.....	77
5.2.2 在社區經營規劃上之建議.....	79
參考文獻.....	80
附錄一 相關人士訪談大綱.....	88
附錄二 訪談逐字稿.....	89
附錄三 阿里山茶文化活動簡介及活動照片.....	146

## 圖目錄

圖1.1 研究流程圖 .....	8
圖1.2 梅山鄉地圖 .....	9
圖4.3.1 消費者參與阿里山茶文化活動的消費行為 .....	65



## 表目錄

表2.1 社區的定義 .....	13
表2.2 創新行為之定義 .....	16
表2.3 體驗價值的定義 .....	27
表3.2.1 受訪業者資料表 .....	32
表3.2.2 受訪社區居民資料表 .....	34
表3.2.3 受訪消費者資料表 .....	35
表4.1.1 阿里山茶產業現況及困境 .....	40
表4.1.2 阿里山茶文化推動情形 .....	43
表4.1.3 阿里山茶文化的創新作為 .....	45
表4.1.4 政府單位推動茶文化有何協助及影響 .....	48
表4.1.5 未來發展 .....	50
表4.2.1 阿里山茶文化活動對社區效益 .....	52
表4.2.2 社區居民參與阿里山茶文化活動情形 .....	55
表4.3.1 消費者參與阿里山茶文化活動的情形 .....	58
表4.3.2 消費者參與過茶文化活動的想法、建議與重遊意願 ....	68

# 第一章 緒論

由於台灣的地理氣候及環境條件非常適合茶樹生長，因而能生產出優質茶葉，使得台灣成為世界知名的茶葉產區。其中第一節為研究背景與研究動機、第二節為研究目的、第三節為研究流程及第四節為研究範圍與對象，茲分述如下：

## 1.1 研究背景及動機

### 1.1.1 研究背景

台灣茶葉的起源，源自清嘉慶年間(1796 年至 1820 年)，柯朝氏自福建武夷山引入茶種，種植於節魚坑(今台北縣瑞芳地區)，相傳為台灣北部植茶之始。

清咸豐乙卯年(1855 年)，林鳳池氏自福建引入青心烏龍種茶苗，種植於凍頂山，相傳為凍頂烏龍茶之起源。

台茶發展之初，製茶種類只有台灣獨特之烏龍茶而已，至1873 年烏龍茶滯銷，茶商將茶葉運往對岸福州改製出售，後來於光緒七年(1881 年)，有吳福老者，來自福建之同安，在台北開設「源隆號」茶廠，經營製造包種茶，為台灣開導精製包種茶之先河。

日治時期台茶主要發展為：

1. 擴大茶園栽培面積，最盛時期達四萬六千餘公頃。
2. 推廣優良地方品種，包括青心烏龍、青心大有、大葉烏龍、硬枝紅心等四大名種。
3. 成立茶業試驗研究機構，並積極推展紅茶之產製。
4. 建立茶葉外銷檢驗制度。

1964 年至 1967 年間，政府除了輔導茶園更新機械及採摘技術以外，同時也研究碎型紅茶的製造技術，建立台灣碎型紅茶的國際市場，同時輔導東部花蓮及台東紅茶的開闢。

1968 年台灣省政府為了精簡機構，劃一事權，合併有關茶業技術研究單位，成立了台灣省茶業改良場。

1973 年全台粗製茶生產量達二萬八千餘公噸，外銷達二萬三千餘公噸，其中綠茶佔 78%，創台灣有史以來產銷最高記錄。

1974 年代，因世界發生能源危機，而且由於台幣升值，勞力缺乏，工資高漲，台茶逐漸喪失外銷競爭力，1986 年外銷量降為一萬公噸，不足總產量的 42%。

換言之，台灣茶葉已由以往的外銷為主，逐漸轉為內銷為重，產製外銷茶為主的大型製茶工廠已由早期的四百餘家，至今僅餘五十家，代之而起的是分散在全台各茶區的自產自製茶農，目前已超出八千家以上。

而台灣包種茶及烏龍茶的產製技術也在政府有關機構不斷應用新科技新技術輔導茶農改進產製技術提高茶葉品質，已逐漸演變而自成一格，其外觀及香味與大陸烏龍茶截然不同；各茶區亦依其產製環境之特性而發展出各種特色茶。

台灣茶產業具有地理環境與精緻生產技術之優勢，再加上台灣茶葉具有獨特風味，深獲好評，早期由於台灣傳統製茶業者的經營方式多採個體自營模式，首重自產自銷，忽略產業整合及經營規模的效益，讓許多擁有珍貴產業與技藝的茶業歷史文化的茶廠面臨競爭，為了提升國內茶葉品質及帶動國人飲茶之習慣，政府開始推動茶葉文化相關活動，也協助茶農在栽種茶樹品種的改良與製茶技術，政府首創茶葉比賽的競爭與茶葉的展售會，企圖讓茶農民在不斷的競爭下進而精進自己的烘焙技術與茶葉品質，而且能夠將茶葉品質等級的鑑定，以彌補缺乏具有政府統一標準化的製茶等級劃分，茶葉市場也逐漸受到消費者的肯定，在茶葉的產區也逐漸出現茶藝館消費型態，提供的不只是茶葉的販售，還有品茶的教學，再加上消費者逐漸重視茶葉的品質，使得國產茶品質的提升，另外政府也看見台灣茶園的優質環境與產業轉型，協助成立多處休閒觀光茶園，將茶的產業轉型為休閒農業，提高附加價值，增加地方的發展(行政院農業委員會，2006)。

臺灣茶產業發展二百餘年以來，種植面積最高達到四萬八千公頃，外銷量最盛曾達六萬五千公噸，但隨著土地與勞力成本上漲，我國茶市場已由外銷市場轉為滿足內需，惟因以生產精品的特色茶為主，故仍具國際外銷市場發展潛力之高競爭優勢，在全球茶市場佔有特殊重要地位。目前國內市場約有 85% 需仰賴進口，依據農委會臺灣農業統計年報及財政部關務署進出口貨物統計資料顯示，2017 年茶耕作面積為一萬一千七百公頃、產量為一萬三千四百公噸，2018 年進口量值約為三萬二千公噸與近八千萬美元、出口量值約為八千公噸與一億四百萬美元，進口每公斤約 2.5 美元、紅茶與綠茶合占佔 80%，出口每公斤約 12.8 美元、以部分發酵茶為主佔占 35%。

近三十年來已急速地轉成製造包種烏龍茶供應內需，外銷量減少到占總產量的 15% 至 20% 左右，外銷衰退的主要原因是因為台灣工業化迅速使人工之成本提高，導致紅茶與綠茶的生產成本過高，而無法與國際上相同產品競爭。由於國人平均的飲茶量，在近三十年來也大幅成長成長，由 1980 年的 0.34 公斤快速的增加到 2018 年的 1.62 公斤，使得國內對於茶葉內銷市場所需的高級部份發酵茶，例如包種茶、烏龍茶需求量迅速生長。更透過行政院農委會茶業改良場的輔導，各產茶區的茶農產製技術不斷提昇，使得台灣的包種茶與烏龍茶品質各具特色，各產茶區也依照茶葉產製環境特性，發展出各種特色茶品。

台灣茶發展至今已有兩百多年，與台灣的人文風俗有密不可分的關係。茶的用途不僅可作為飲品外，還可增加食品風味，更可作為藥用以達養生保健的功效。茶產業涵蓋範圍非常廣泛，除了茶園的栽培管理、茶菁採摘與製茶工藝外，亦包含茶葉品評、茶食製作、包裝與行銷、茶藝文化、泡茶時不可或缺的茶具、以及在茶園進行的觀光休閒活動和民眾教育等多種面向，非常適合發展需要創意和創新思維的微型創業。同時還可藉由茶道的修身養性，提升國人的文化和生活水準。

而阿里山高山茶從 1970 年代後期開始引進種植，搭配 1983 年阿里山公路開通開始，引進大量觀光人潮，種植面積與產植持續成長，目前種植區域涵蓋阿里山鄉、梅山鄉、竹崎鄉、番路鄉等海拔一千公尺到一千八百公尺間的大阿里山茶區，產茶區總面積高達二千三百公頃以上，產茶總面積僅次於南投縣，不過海拔一千

公尺以上茶園面積卻遠高於南投縣地區，為台灣一千公尺以上高山茶生產第一大縣。『阿里山高山茶』是 2003 年由縣府推動整合高山茶區，統一命名。而年產量一千九百公噸，產直達台幣二十億是山區最大宗的高經濟作物，更是嘉義縣旗艦產品主力。

### 1.1.2 研究動機

近年來飲料類型的觀光越來越盛行，除了國外的啤酒觀光、葡萄酒觀光等；國內也有汽水觀光、梅酒觀光，而台灣以茶為主題的觀光方式也逐年增加中(魏玉萍、鄭如婷，2011)。此類的觀光方式大多都結合體驗的元素，從 2001 年 1 月開始實施周休二日，有關茶產業的休閒活動更是蓬勃發展，許多茶產業地區的業者在政府與當地農會協助下，開始推動採茶、製茶及品茶等體驗，與觀光客一起體驗茶文化之樂趣。利用體驗模式推動觀光在各地快速發展中，被稱為服務經濟後的生活發展階段，再加上旅遊需求與型態日趨多元化，地方文化產業的發展也逐漸走向體驗型態的消費模式(郭品好，2004)。

依據台灣 2015 年行政院觀光局的資料顯示，吸引觀光客來台前三項因素為「風光景色」、「菜餚」與「購物」。在風光景色每百人就站 61 人次；菜餚部分每百人次有 32 人次；購物每百人次有 25 人次。從購物的品項中又發現，日本及大陸之觀光團體旅客以購買名產或特產的為最多；日本觀光團體第三高消費的產品為「茶葉」，占 9.99%(觀光局，2015)。因此「茶」在臺灣的觀光扮演著舉足輕重的角色，不僅是農產品更有豐富的文化歷史，茶可以被當成一種植物、農產品、飲食、飲食服務或是娛樂性質的活動(Jolliffe，2007)。茶葉販售的不只是一種商品，亦是將當地的文化及歷史賦予新的生命力，在銷售的同時更傳遞了茶葉由內而外散發的獨特氣息，將茶葉這項傳統產業的內涵結合體驗的方式，轉化成具有文化價值的觀光路線(張依文，2005)。

以台灣茶葉歷史中的角色為例，茶一直是台灣重要的經濟作物之一，但經過

多年的發展，茶葉已與各生產、製造及消費的區域形成高度的關聯性。無形之中融入當地的生活，在採茶季節時，日出我們就可以看到集群的採茶姑娘，而日落看著製茶工們奮力翻動茶葉，隨之而來的是穿透大街小巷的茶香味，而茶產業於各地發展並呈現經濟價值之外的文化多樣性。隨著時代變遷以及全球化的影響，雖然現代化的工業技術不斷改進，產能亦大幅提升，但是許多產茶大國也致力於茶產業的發展，台灣茶葉逐漸由外銷轉變為內銷，茶種植面積逐漸縮減，相對茶葉所能提供的經濟效益大幅降低，因此也對台灣茶產業帶來新的挑戰。同時，由於近年來國人越來越注重生活品質，以及各行各業的迅速發展，消費者不再滿足於實質物品的需求，更注重於消費的過程及感受，要突破與以往不同的銷售模式，才能夠打破被限縮的市場，除了發展多元化的周邊產品，開發新的消費模式，也是首重要素之一，早期台灣很多茶園與製茶廠主要致力於茶葉的生產，但為因應趨勢的改變，也逐漸走向觀光發展，利用原本擁有的資源、技術，發展出與茶葉生產相關的活動，以新的方式帶動茶葉觀光。由於茶園有整齊壯闊的景緻，再加上在生產型態上的轉變，政府與地方業者將茶業生產、茶葉科技、茶藝文化及茶道的各項體驗做結合，能夠讓國內外的觀光客更瞭解台灣茶文化的特色及台灣茶的品質，亦可解決台灣茶農經營之困境，開闢更多市場，增加其經濟效益(張德儀、陳敦基、顏曉玲，2011)。

台灣於1980年開始陸續設立觀光茶園，結合各項休閒活動一起舉辦，部分茶區辦理茶葉知性之旅、採茶與製茶研習，地方政府更是積極堆動台灣茶藝博覽會等相關活動，活動相對帶動地方觀光，因此許多業者紛紛開創茶文化深度旅遊之旅，內容包含許多茶文化相關體驗，如製茶體驗、採茶體驗等，一系列的茶鄉旅遊行程也引不少國內外的旅客(賴正南、蘇雅惠，2009)。

嘉縣文化觀光局舉辦了「品味阿里山茶、嘉義茶文化」的系列活動，將阿里山茶各方面的去努力，從美學、行銷、包裝、藝術、人文、古禮...等等各種角度，到台灣各地舉辦了各式各樣的推廣活動，如在新竹辦理與科技人對話茶講座、在台中辦理與藝術人文的對話茶講座、提升茶農茶人自身素養的茶學院、依古禮進行搭配阿里山茶元素、全台獨嘉、為全民祈福的阿里山茶季，接下來更有三場阿



里山意境的茶會，分別是在民雄日式招待所茶潤花香的茶會、圓潭瀑布的飛瀑曲水茶會、在隙頂的茶園山色茶會，這些精心設計的活動就是要讓阿里山茶文化更加的細緻、細膩、多元，並且創新不失傳統，達到倍數般成長與效果，使愛茶的朋友更加的愛他，沒接觸過茶的朋友會一頭栽進茶的這個領域。

而茶文化的觀光旅遊涵蓋內容廣泛，從茶園的觀賞、採茶、製茶到茶藝文化的交流，都值得被探討瞭解，而交通部觀光局也意識到茶文化的內涵，為了將台灣特有的茶文化推向國際，舉辦了台灣挑 TEA、茶業博覽會，以茶為主題的形式舉辦各類活動，也成功吸引四百多位國際遊客參與(觀光局，2010)。因此本研究欲透過訪談參與過阿里山茶文化活動的遊客，及瞭解是否藉由茶文化活動是否能提社區產業，為地方帶來經濟效益。

## 1.2 研究目的

阿里山高山茶是台灣聞名國際的茶葉品牌，因產量有限，總體經濟效益難以突破，應由產業、文化、觀光及環境的角度切入，發展高山茶鄉，產業及品牌效應，提升阿里山高山茶的產業價值，創造出嘉義的藍色產業。

阿里山茶道分為南、北道，南道鄉鎮包括：隙頂、龍頭(以上為番路鄉)、石棹(竹崎鄉)、樂野(阿里山鄉)、光華(竹崎鄉)、達邦(阿里山鄉)。北道鄉鎮包括：太平、碧湖、太興、瑞里、瑞峰、太和(以上皆為梅山鄉)、仁壽(竹崎鄉)，兩道鄉鎮深刻連結著阿里山茶的歷史記憶。而嘉義縣最大宗的高經濟作物，產區分布在這南、北道間，種植面積兩千三百公頃，其中以梅山鄉的一千零九公頃為最多，年產量高達一千六百七十四公噸，產值二十至二十五億元。

過去台灣茶以外銷為大宗，自 1980 年以後，由於各種環境的因素，如勞工缺乏，工資高漲，台茶逐漸失去外銷，目前以內銷為主，外銷為輔。阿里山茶品質好，市場供不應求，又因 WTO 協議，降低外國茶的進口關，以至於讓不肖業者有利可圖，擾亂了市場真正的價值。又隨著陸客來台旅遊人數大幅縮水，以及年金

改革上路後，台灣觀光產業無論人氣或買氣紛紛下滑！以阿里山國家風景區為例，受到陸客入園人數減少衝擊，大阿里山茶區的銷量估計減少約四成。

Swarbrooke (1995) 認為，茶葉與地方觀光有密不可分的關係，較常見的活動有茶葉展售會、博覽會等，這類型的活動大多為銷售茶業與推廣當地茶文化為主，因近幾年也越來越多人提倡深度旅遊，從 21 世紀觀光茶園的休閒活動開始(李瀟陽、黃任輝，2005)到現在各類茶相關體驗活動，都結合體驗的內容來吸引更多的消費者。體驗行銷的概念自 Schmitt (1999) 提出後，許多公司也意識到了消費者獨特消費經驗的重要性，消費者不再局限於追求消費品本身，令人難忘的回憶與經驗，更符合個人對消費者體驗的期待。台灣傳統製茶廠，面臨環境的競爭與產業結構的改變，早期發展的茶產業聚落，現在看去雖然一樣掛著製茶廠、茶坊的招牌，但來去的人潮已經不如以前，但也有茶產業的經營者，結合體驗的概念與創新的元素，讓觀光客透過現場活動的參與，如茶園參觀、採茶、製茶、品茶等，除了能加深對此次旅遊的印象，更能真正瞭解茶文化( Brown, Havitz, & Getz, 2007 ; Charters & Ali- Knight, 2002 )。

綜合以上，以符合生產優質安全茶產品及全產品生產履歷條件原則下，本研究的目的是有以下幾點：

1. 探討阿里山茶產業發展現況與困境。
2. 探究阿里山茶文化活動的推動，及其對消費者消費行為的影響。

### 1.3 研究流程

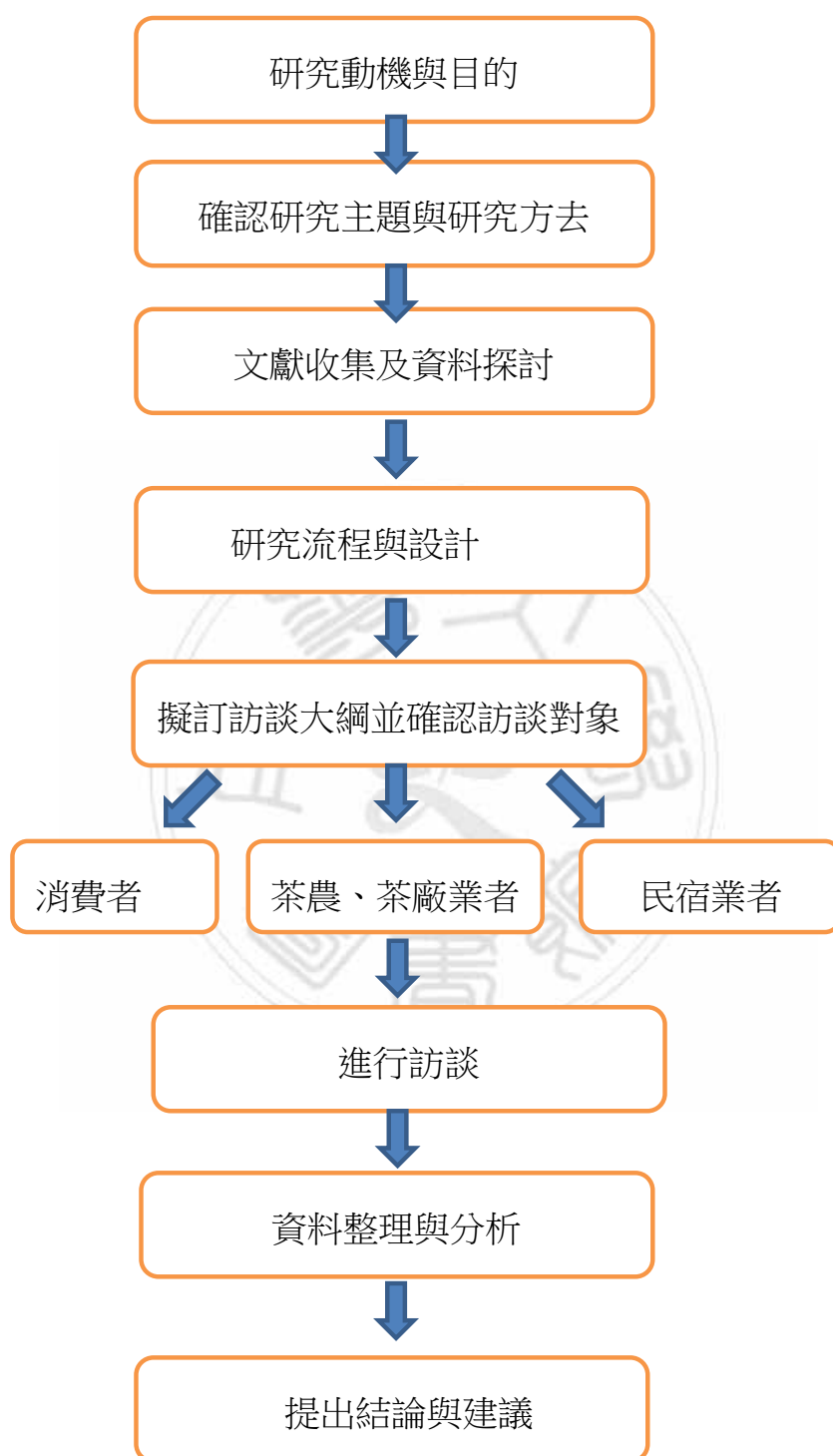


圖 1.1 研究流程圖

## 1.4 研究範圍與對象

### 1.4.1 研究範圍

本研究範圍僅就阿里山茶之道之北道，嘉義縣梅山鄉，東臨阿里山鄉，西臨民雄鄉，大林鄉，南與竹崎鄉，北隔清水溪，與雲林縣古坑鄰。

沿著 162 甲縣道跨越橫向狹長的梅山鄉，就能一路從海拔一百公尺蜿蜒攀升到一千公尺，沿途分別經過丘陵、淺山、深山的地形，路程中 3 6 彎 7 2 拐，是除了阿里山公路之外，進入阿里山的另一條路徑。

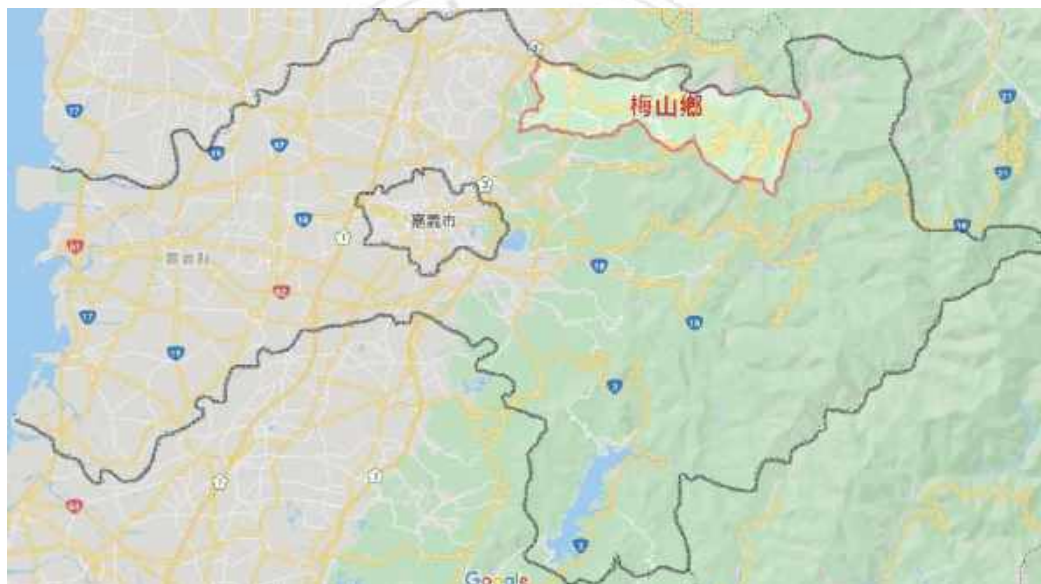


圖 1.2 梅山鄉地圖(資料來源:www.google.com.tw, google 地圖)

### 1.4.2 研究對象

本研究對為參與過阿里山茶文化活動之業者、社區居民及消費者，而這業者包括有當地茶農、茶廠業者及民宿業者等等。



## 第二章、文獻探討

本章基於第一章所確立的研究背景、動機及目的，執行蒐集與本研究相關的文獻資料，透過本章節來探討有助本研究之各項資料，完成文獻回顧與探討。

### 2.1 社區

以「人際關係的群組」(sets of relationships)來定義：社區(Community)，這種關係是以地理為基礎，人們互動的對象常是居住相近的人，通常都發生於一定的地域或以鄰近地區為範圍，包括工作、宗教、種族、政治、娛樂等活動所組成的群體，成員對社區應有歸屬感、認同感、社區中人與人之間有連繫與伙伴的關係。他們有著共同生活方式、信仰、背景、利益及功能的一群人，有共同點把他們聯繫起來，把他們與非成員分開提供給成員「集體身分」(collective identity)及歸屬感，社區亦代表了人際關係的理想：緊密的交往、互相照顧、關懷、合作、支持及依賴。

「社區」是指在特定的地理區域內的個體戶以至於個體戶形成群體，長期在共同的空間互動往來，彼此間有共同利害關係，而逐漸發展出對社區的認同與關懷、凝聚共識而創造群體規範，形成特有社會福利和價值體系。每一位成員均經由家庭，鄰近的朋友、社區融入更大的村落，故社區並無一定的地理範圍及疆，小可至鄰里，大至都會地區，為一種自然形成的範疇，不受行政區域劃分所限制。社區的脈絡由一群具有熱忱或具有實質影響力的人成立許多正式或非正式的功能團體，主要透過團體鼓勵區居民參與社區活，讓彼此有更多的良性互動、情感交流，以建構個人對社區團體的認同，漸漸形成對社區的認同感和歸屬感甚至於榮譽感。這些是構成社區的核心要素。(盧思岳，2005；吳怡萱，2009；簡素琴，2013)

徐震於 1998 年指出，社區的內涵可分為五個要素：

1. 居民：社區是由人所組成，要了解一個社區，必先了解其居民的組成。

2. 地區：社區的地理要素包括社區自然形勢、天然資源、公共設施、交通及建築等。
3. 共同的關係：過去對社區的共同關係著重於共同的文化背景，如利益、共同的問題及共同的目標等後天性的關係為重要因素。
4. 社區的組織：社區居民必然有代表其若干關係的社會組織，此種組織可能是正式的或非正式的，以解決共同問題，達成共同目標的管道。
5. 社區的意識：居住於某一社區的人對於這個社區有一種心理上的認同，亦即所謂同屬感。他認為這個地區是屬於他的，而他也是屬於社區的。

因此根據上述五大要素，行政院衛生福利部國民健康署於 2006 年提出的社區健康營造工作手冊中，可將社區定義為以下三點：

1. 社區包含一群人，居住在一地理區。
2. 社區指一群人進行持續性的社會互動。
3. 社區指該體體內關係的品質，社區成員由文化、價值、態度共同特性所結合在一起。

徐震(1998)、黃煌雄(2001)、盧思岳(2005)等均認為社區是居住某一地理區域，具有共同利益關係，社會互助及服務體系的一個人。這個群體住在相當鄰近的地域，生活上常有往來；具有若干共同的利益，需要彼此支援；具有若干共同服務，如交通、飲食、運動；面臨若干共同問題，如經濟的、衛生的；產生若干共同需要，必須的需求，而產生共同的社區意識。為奇這些共同目標，社區必須組織起來，互助合作，共同發展。

蔡宏進(2006)指出，社區的意義在於社區內居民有無社區感，那麼社區營造的首要目的，則是營造社區感，要讓陌生的居民靠著社區營造來建立認同，聯繫情感，彼此認識而且又對社區環境熟悉的一群人，可惜因為人力外流，鄰里間關係逐漸淡化，故營造目標為「將原有的社區感名喚回來」。因此文化部定義社區總體營造為「是一種社區經營、創造的運動」，運用各種方法將社區內的居民凝聚共識，

透過鼓勵居民的踴躍參與，共同規劃社區的未來願景，面對社區問題來提升社區居民自主能力。黃源協、蕭文高(2009)指出，社區營造是追求全面新社區發展的過程，其目的在於促進社區的永續發展，更期待能建構出一個可確保社區生活品質的永續社區，而永續社區可用三個面向(3Es)，來強調其「永續」的本質：經濟(economy)環境(environment)和平等(equality)或社會正義(social justice)，且這三個都是相互連結的。

社區有兩個以上的個體戶，在一定的地理環境之下所構築而成，而社區營造畢竟是由一群自動、自發性成員所組成，大家都是自願性且不支薪的，為的就是盡量改善社區，營造更美好的環境。但是在政府預算有限及社區籌募財源困難之下，社區自主發展仍有其困難及限制。國內的社區營造差異性極大，且城鄉社區落差更大，欲要求社區在會務、財務、組織等方面健全發展，實務上有其困難度。以其社區運作主體社區發展協會來說，運用「人民團體法」，但約束力不強。目前根據衛生福利部截至 2017 年統計資料顯示，各縣市成立的社區發展協會統計總計有 6,839 個，但社區運作良莠不齊，政府無法規範社區，一定要做什麼或不做什麼，因此我們很難離開社區，因為家庭就坐落在社區內，將社區視為具有共同利益團體是一種普遍的現象，社區應是落實服務和關懷通路、家庭和社區是連結的、具有情感和溝通的。基於這樣的基礎，發掘社區以及所處環境中優勢與支援，讓更多的社區發揮或儲藏更多的能力，是值得推展的議題。茲就學者們對社區定義整理如下表 2.1

表 2.1 社區的定義

作者(年代)	社區的定義
Warren (1978)	社區至少具有五種基本功能：包含 1. 經濟功能 2.教育功能 3.社會控制功能 4.政治功能以及 5.社會互助功能 Warren 亦指出任何社區都需要維持上



	述五種功能有效且正常運作，且社區組織是社區有效行上述不可缺少的運作機制。
陳其南(1995)	台灣的「社區」本是譯自英文的「community」將其翻譯成「生命同共體」並不局限於具體的空間或是建築上，泛指具有共同體意識的體，社區代表一種現代人集體生活方式，有共同「生活型態」和「生活價值觀」的居民，所形成的生活空間。
日本學者宮崎清(1995)	社區指的是家庭、地方、部落、村、町、市、縣、國家等，人類為了生存營造出來的生存空間，每個社區都存在著其社區特有特色的文化歷史，且繼承先人所遺累積至今的固有生活文化。
徐震(1998)	社區的定義為「社區是居住於某一地理區域，具有共同的關係，社會互動及服務體系的一個人群。」
盧思岳(2006)	社區有消極和積極的定義，消極的定義就是一群人彼此間有共同的利害關係，且居住生活在同一區域範圍內，積極的定義就是除了需有消極的定義外，再加上對社區有共識，並願意參與社區改造。
社區發展工作綱要(2014)	本綱要所稱社區，係指經鄉(鎮、市、區)社區發展主管機關劃定，供為依法設立社區發展協會，推動社區發展工作

	<p>組織與活動區域。</p> <p>社區發展性社區居民基於共同需要，循群自動與互助精神，政府行政資源、技術指導，有效運用各種資源，從事綜合建設，以改進社區居民生活品質。</p> <p>社區居民係指設戶籍並居住本社區之居民。</p>
文化部-台灣社區通(2018)	<p>一群人居住，生活在同一區域範圍內，彼此間有共同利害關係。</p>
吳宗錡(2018)	<p>居住在某一地區內，且擁有緊密關係結合的生活型態及成長背景，居民對居住社區的認同感及參與投入社區議題的熱忱，都是形成社區的重要條件。</p>

資料來源：本研究整理製表

綜合上述國內外學者文獻資料對社區之定義，係指一群人對共同生活空間有一致的認同及肯定，對於維繫其生活環境及治安有相同的共識，彼此在社區認知有某種程度，默契是生命共同體的關係，有彼此共同的利益、相互的命運及共同的願望，創造一個共存共榮的生活領域。換句話說，要真正形成一個社區，需具備有多項條件，首先居住在某一地區內，且擁有緊密關係結合的生活型態及成長背景，居民對居住社區的認同感及參與投入社區議題的熱忱，都是形成社區的重要條件。(吳宗錡，2018)

## 2.2 創新

Scott & Bruce(1994)定義創新行為是一個新的想法或答案可以被採用並且可以推廣；Kanter(1988)認為創新行為是一個複雜多層級的步驟，個人處不同時間、不同地點可以不同方式來表現步驟行為，第一，創新的人會找出問題，對問題點重新評估並以實際可行方案解決問題；第二，創新的人會找尋相關人士一起參與，以互助聯盟的方式支持創新理念；第三，把創新的理念付諸實際的推廣應用；Tan (1999) 創新能力的高低強度審核來自服務、產品、技術、工具的創新與改造能力，成果績效會跟創新能力的高低起浮不定； Bommer & Jalajas (1999) 指出個體面對風險時是否願意承擔、積極提出個人意見、帶動團隊、認真工作、以團隊為優先，不以私人因素影響團隊合作，這幾個面向衡量個人創新標準；Jansen (2000) 認為創新行為在企業運作上是服務人員的一個複雜行為表現。詹于箴 (2013) 認為員工參與的創意構思在企業得到發揮，實踐的過程是一種創新行為，並且會使組織業績成長；張竟漢 (2016) 創新行為的確會讓顧客感到滿意促使消費行為發生。如以個人創造知識經驗的改善，易影響企業組織與個體的價值；特徵性及思考性或透過個人行為來定義個人創新。黃致凱，(2014)以個人創造知識經驗的改善，易影響企業組織與個體的價值；特徵性及思考性或透過個人行為來定義個人創新。以下將上述學者對創新行為之定義，彙整如下表 2.2 創新行為之定義：

表 2.2 創新行為之定義

作者(年代)	創新行為之定義
Bommer & Jalajas(1999)	指出個人面對風險時是否願意承擔、積極提出個人意見、帶動團隊、認真工作、以團隊為優先，不以私人因素影響團隊合作，這幾個面向衡量個人創新標準。

Tan(1999)	創新能力的高低強度審核來自服務、產品、技術、工具的創新與改造能力，成果績效會跟創新能力的高低起浮不定。
Jansen(2000)	創新行為在企業運作上是服務人員的一個複雜行為表現。
Jason, Marjan & Arnold(2019)	創新行為在企業運作上是服務人員的一個複雜行為表現，分三個方向：1.構思、產生方案； 2.推廣方案； 3.實施方案。
詹于箴(2013)	員工參與的創意構思在企業得到發揮，實踐的過程是一種創新行為，並且會使組織業績成長
張竟漢(2016)	創新行為會讓顧客感到滿意促使消費行為發生
楊珮璿(2019)	創新行為由發想開始，製訂出方案後，後續的實施工作與積極推廣也很重要，它們把創新行為真正落實到實施。
黃致凱(2014)	如以個人創造知識經驗的改善，易影響企業組織與個體的價值；特徵性及思考性或透過個人行為來定義個人創新。

資料來源：本研究整理製表

創新，是將原來的生產要素重新組合，改變其產業功能，來滿足市場需求從而創造利潤」。新產品、新生產過程、開發新市場、新的商業模式、新的供應來源…等都可以解釋為創新的一種，而創造利潤也是創新的重要結果之一。

## 2.3 消費行為

### 2.3.1 消費行為定義

對於消費行為或消費者行為的定義，國內外許多學者以不同的角度，分別提出不同的定義與解釋。Engel, Blackwell, and Miniard (1990) 則將消費行為視為消費者直接投入獲取消費及支配產品與服務的行為，包括此行為前後的決策過程，並指出消費活動包含購買行動前、中、後的過程。而 Wilkie (1994) 將消費者行為定義為「當消費者為了滿足其需求與慾望，而進行產品與服務的選擇、採購、使用與處置，因而發生在內心、情緒以及實體上的活動。」Schiffman 和 Kanuk (2000) 認為消費者行為，是消費者為了滿足需求所表現出對於產品與服務的需求、購買、使用、評價、和處置等行為。

黃香瑜(1998) 將消費行為，或稱消費者行為，定義為「個人直接參與獲取及使用財貨或勞務的行為，包括引發決定這些行為的決策程序。」謝文雀(2001) 將消費者行為視為「人們進行取得、消費和處置產品與服務的活動。」王永銘(2004)，則認為「消費行為係對消費者獲取或使用財貨或勞務之中，所從事對問題的認知、訊息的蒐集、可行方案的評估、選擇及購買結果，所表現於外的活動」。張美玲(2004) 將狹義的消費者行為定義為「所有有關的購買與使用決策活動之過程」，而廣義的消費者行為則指「消費者對產品與服務所表現的搜尋、購買、使用及評價等行為」。

綜上所述，消費行為包含了消費動機、資訊蒐集、決策評估、執行動作及購買後的過程及反應等，也就是消費者為了滿足身體或心理的需求，在可供選擇的範圍內決定行動的程序，包含購買產品或勞務行動之前、中、後過程，表現於外的的行為或活動，以及在消費過程中所產生的決策歷程。

### 2.3.2 消費行為相關研究

Sheth, Newman 與 Gross (1991) 提出了消費價值理論以解釋消費者如何進行商品選擇，消費者的選擇行為會受到以下五個因素的影響：

1. 功能價值：消費者可以從商品的功能中感受到的效用，如：商品的品質、耐用程度與價格。
2. 社會價值：從消費者與群體成員的關聯中所感受到的效用。個人的消費行為會受到所屬群體成員的影響，社會價值觀會對消費者的選擇造成相當大的影響。
3. 情感價值：商品能夠引發消費者情感方面的感知效用，根據消費者對商品相關感受來衡量。
4. 認知價值：從商品可以提供消費者新知識或滿足消費者的好奇心。
5. 條件價值：在某種特定狀況或條件下消費者才能獲得的效用，這項價值通常在某些特殊情況下才能具備，例如：年節商品、婚禮商品等。

陳坤宏 (2005) 指出隨著社會風氣與消費型態轉變，消費者所進行的不僅是物質消費，同時也是象徵性符號的消費 (Symbolic Consumption)。消費者將消費性商品當成具有象徵性意義的物品，消費者對於商品符號意義的重視程度高於商品本身的基本功能。當消費者把商品是一種具有文化意義的符號性商品時，可能導致消費者的消費行為傾向於非理性。

## 2.4 茶文化

### 2.4.1 茶與文化

茶文化在中國具有最長久的歷史脈絡，早在一千兩百年前唐朝陸羽就開創茶的學術研究，著作「茶經」推動茶文化的發展，是中國茶葉生產與茶葉文化的歷史里程碑。中華民族喜愛飲茶，也深受傳統文化影響，家中大大小小總是在飯後齊聚一堂，泡一壺茶便可談天說地一番，泡壺佳茗滿室香，茶能為家庭帶來健康、祥和為社會帶來知禮明倫的風氣( 南投縣政府，2010 )。

台灣茶藝講求「清、靜、怡、真」，泡茶者須經過專業的泡茶訓練外，還須對茶藝有所瞭解，如茶葉的品種、產區、季節、色澤、發酵程度等要素，茶的種類大致上分為六大類型（綠茶、白茶、青茶、黃茶、紅茶、黑茶），再來講求的是泡茶的技巧純熟度，茶藝的手續共有十六道，從燒水開始的每個環節都是門學問，過程中的動作追求自然而樸實的美感，合乎禮儀與潔淨，即可達到真、善、美的境界(南投縣鹿谷鄉農會，2010)。

台灣茶藝文化的發展在 1975 年後，隨著政府舉辦各種茶類文化活動，從包種烏龍茶優良的評比到各項提升國人飲茶習慣的茶藝活動，各類的茶文化書籍、雜誌也陸續出版，推廣茶藝文化的民間組織相繼成立，使得茶文化產業的蓬勃發展。茶文化遍及世界各地，也隨著不同的地理環境，發展出各地獨特的品種與茶文化，如中國著名的龍井茶，利用當地的資源作為觀光發展，到杭州西湖的小村落可看到沿路的茶樹與茶坊，再加上獨特的建築風格，吸引不少遊客，茶文化從中國茶經被英國人翻譯，用於印度阿薩姆的教科書中，英國利用印度便宜的勞力大面積的種植茶樹，銷往歐洲國家，因此英國人開始流行喝下午茶，多以紅茶及果茶為多；隨後茶經傳入日本，日本也開始推廣茶道，並聘請印度和錫蘭茶師教導製茶，在生產技術與推廣都已經成熟下，日本人喝茶的比例也超越了發產茶文化較早的英國( 劉鐵虎、李芸玫，2010 )。

臺灣茶界基於對烏龍茶泡法的日漸鑽研，試圖建構更完整的泡茶設備，進而發展出獨有的茶器型制：供茶客視察與賞茶的「茶則（或稱茶荷）」、分茶用的「茶盅（又稱茶海、公道杯）」，皆為臺灣茶文化特有。1980 年代中期以後盛行的「雙杯品茗法」，更是臺灣茶藝獨創的品飲方式：以兩只一組聞香杯、品飲杯搭配，聞香杯體較高因此香氣餘留時間較長，可以更細微地分辨茶香；將茶分於聞香杯，再倒入品飲杯就口，也可以保持聞香杯潔淨，不受口唇氣味影響。

發展茶藝文化的核心與動機，其實就是發展茶產業，從農產端的種茶、製茶、賣茶，到成為文化商品的泡茶服務、品茶行為、供茶場所、使用器物，乃至茶與飲茶行為的藝術特性，茶藝館與主題性茶會更是茶的綜合表現形式。(童佳慧，2017) 茶藝館販賣茶葉、茶飲品、茶器、茶食，也提供場地空間以及與茶有關的知識和訊息，有形的具體商品和無形的氣氛都是其販賣的項目，經營者與消費者互相交流砥礪，共同進步（范增平，2004）。茶會自古有中國魏晉的曲水流觴、英國維多利亞女皇的宮廷下午茶、日本茶道的榻榻米茶會等，1990 年代後，自臺灣推及馬來西亞、中國大陸等地興起文化風格濃厚的「茶席式」茶會（蔡榮章，2013）。茶藝館的輸出和大型茶會的舉辦，吸收潮汕功夫茶傳統與部分日本茶道儀節，以烏龍茶為主體、融入臺灣茶人自成風格的創新，臺灣茶藝發展映照了經濟的變遷與社會認同的矛盾與活力，在世界舞台上嶄露頭角，引人取經（張靜紅，2016）。

徐永成(1998)提出茶文化除了象徵各地方的歷史文化，大致上可分為狹義及廣義兩部分，狹義的茶文化講的是茶藝、茶道、茶的禮儀及精神內涵；廣義的茶文化主要是茶的相關活動，包含物質文化及精神文化兩個層面，像是生活中常見茶的飲食、旅遊服務等。另外，也有人認為茶文化是對茶有興趣的人，在於生產與銷售兩部分的文化習俗及生活體驗，生產包含茶的採收、加工製作等；銷售說的是茶品的開發、各種銷售方式到茶類的比賽參與，從中瞭解茶文化在各地區所展現的歷史特色（顏財發、徐琳沁，2015）。

綜合上述，台灣茶藝是源自陸羽在一千二百多年前，「清、靜、怡、真」是其本質，茶藝中的每個流程都有其個中的學問。當然茶文化不單是是茶藝、茶道，茶的禮儀，更是所有包含茶的相關活動，包含物質文化和精神文化二個面向，例



如：像是生活中當見與茶相關的飲食，觀光、旅遊，當然這也涵括了茶園的管理、茶葉生產（採收及加工）及銷售（茶品開發、各種銷售及各式的茶類比賽）。

## 2.4.2 茶與觀光

觀光被定義為：「受到對茶葉的歷史、傳統與消費過去的興趣促發的觀光行為」，各地區的茶園，因為有著不同的地理環境及歷史背景，所以從中能產生不同的連結，從茶園的觀光、茶飲食、茶館等的體驗活動，都被遊客視為寶貴的經驗 ( Jolliffe, 2007 )。

觀光發展可以分為產品與市場兩種形式，利用這兩種形式來延伸除了茶葉本身以外的價值，根據 Han ( 2007 ) 茶觀光元素作歸納，共十四種項目，市場面：茶市場、茶銷售中心、茶產銷班或工作坊、茶紀念館、茶生態觀光茶貿易路線；產品面：茶製品、茶伴手禮、採茶活動、茶藝活動、茶節慶活動、技術交流活動、茶藝參觀。

近年觀光旅遊的型態也漸改變，文化建設委員會積極「輔導各地方文化館及社區，部分輔導點已具觀光潛力，國人旅遊需求與型態日趨多元化，以文化作為旅遊主題漸受各界重視，且辦理文化行旅活動，充分結合地方資源、文化內涵與產業特色，將精采的在地風情，透過推廣用心旅行的態度作為規劃核心，將具主題風格的地方文化館及社區融入旅遊內容，因此，茶文化的體驗也可藉由有形的觀光路線，透過走訪提供遊客近距離接觸地方文化之美」( 行政院文化建設委員會，2010 )。

觀光客參加茶文化觀光了解茶產業文化是其目的之一，將品茶視為文化的行為表現，即是將茶視為文化的一種產品( Han, 2007 )，臺灣的茶產業未來趨勢將是發展茶產業文化，藉由茶文化的推廣，帶動社會大眾對於臺灣茶產業的重視，使茶產業能夠藉此提升觀光品質與文化的傳承。再者，高忠誠度的顧客對於茶葉的品質、茶業文化及附加產品是感到興趣的 ( 劉瓊如，2009 )，目前已轉型觀光工

廠的企業，多半以文化館的型態呈現產業歷史背景，以製茶工廠為例，規劃並陳列歷史文化空間、茶葉製程，供遊憩體驗。台灣茶產業經過一系列的改變，茶產業遊外銷產業轉為內銷產業，政府為提升國內茶葉品質與帶動國人飲茶習慣，開始重視茶葉品質的提升，且導入新的技術生產技術，協助茶農在栽種茶樹品種的改良與製茶技術，政府首創茶葉比賽的競爭與茶葉的展售會，也是企圖讓茶農民在不斷的競爭下進而精進自己的烘焙技術與茶葉品質。因此茶產業逐漸與社會的生活型態連結更加緊密，開始出現茶藝館的消費模式，茶產業的各種經營型態也紛紛出現，提高國人對於茶文化的訴求。

產業技藝與歷史文化的製茶工廠正面臨競爭，茶產業保存的考驗是需要延續其產業文化，若能將茶文化之精神結合在地觀光，將代表臺灣在地生活與特色資源的品茗茶文化，透過觀光活動的創新價值，體驗經濟的重新塑造與包裝，傳統茶廠的業者改變原本的經營型態，從最原本經濟部輔導的觀光工廠創建(經濟部工業局，2009)，讓茶體驗相關活動的發展邁向新的里程，將觀光工廠的資源與在地文化做結合，再加上觀光局的助力，舉辦一系列茶體驗的旅遊活動，包含走訪茶園、體驗採茶、製茶、品茶的行程等，成功吸引國際旅客來臺參與茶葉的歷史與文化產業體驗(觀光局，2010)。類似於葡萄酒的體驗 Hall 與 Macionis (1998) 提出參與葡萄酒體驗的遊客，大多都是對葡萄酒感興趣的人，相對的購買葡萄酒的意願也會較高，Holbrook 與 Hirschman (1982) 提出消費者在購買產品時，不只是解決一項問題或是使用這項產品，更重要的是享受這項產品帶來的體驗。

在茶與文化觀光方面，張依文(2005)認為茶的產業不單只是販售茶，是透過茶產業的發展，將歷史與在地文化呈現給世界各地的遊客，換言之，是以體驗經濟與服務經濟的型態，將傳統產業轉變成文化路線的方式，以觀光行銷與各地區相做結合，在各地區文化之間形成一條文化的路線，以鼓勵觀光客體驗( Du Cros, 2001 ; Grainge, 2007 ; Kerstetter , Confer & Bricker, 1998 )。Rössler (1994) 就提出觀光文化線路的概念，只是大多數均運用在文化遺產上，如中國的絲綢之路等。

但在過去二十年來觀光路線在世界各地掀起一股潮流，更多是在已開發的國家如火如荼的進行著，現今也有越來越多的遊客，想要體驗更新更具有特色的旅

遊方式，同時這類的觀光提供了重要的傳播與發展機會( Meyer, 2004 )。針對有特定興趣的遊客而言，具有文化資產與地方特色的觀光地區，觀光路線是一項可以好好發揮的媒介，因為這類型的遊客願意花更久的時間與金錢去滿足他們的興趣，觀光路徑不只吸引國內遊客也開啟很多國際遊客市場，路徑的主題有著不同的功能，且能吸引具有各式各樣休閒動機的客群( Meyer, 2004 )。Jolliffe ( 2007 ) 提出，茶具有複雜的全球歷史，至今發展出許多以茶為焦點的觀光路線，同時可以結合茶園、博物館以及以茶或以茶為組成要素的特別事件 作為主題發展與延伸。將茶結合觀光景點，此類型的觀光景點則可將茶路的概念列入。

在許多觀光旅遊路線的例子中，可以看出很多路線都是季節性的，反映了農業循環和當地糧食生產的連結( Richards, 2002 )，因此 Hughes ( 1995 ) 指出一種關於自然與地區土地關係的概念，即氣候條件和這塊土地所生產食物的特色，是地理上的特色，可將其烹飪傳統演化成獨特資產，並成為區域特色。這種地方和美食的連結，已被應用在各國旅遊宣傳工作上。然而，茶文化觀光不只在台灣盛行，像是中國杭州龍井茶，結合了西湖周邊的景色，利用古色古香的建築，更能營造出茶道與茶藝之間的美感，也成功吸引許多遊客( 南國嘉木，2007 )。

李捷( 2014 )提出茶觀光是關於茶或茶文化為主體，透過各種活動及體驗的方式，將其文化內容積極的體現出來；也有人認為茶觀光是將茶葉文化資源與自然資源相互融合，所開發出來的旅遊形式(江毅、付火水，2014)；以茶為主題、茶葉生產為主軸，藉著各地區多樣化的自然環境與豐富的人文景觀，與茶葉的歷史文化及實際用途做結合，吸引觀光客前往參與，以休閒娛樂的體驗方式，讓觀光客從享受其中的樂趣，也是興起的旅遊型態(王應霞，2014)。

綜合上述，茶業在台灣的定位隨著時代不同而不斷在改變，從原來的農產品到外銷的經濟作物，又因為環境變遷轉成為內銷的主要產業，面對競爭的台灣茶業轉型及尋求可創造且傳遞新價值的發展方向，是來自外在及內部的環境劇烈改變，改變其原本應有的型態，並形成有別於世界其他國家的台灣茶觀光。

## 2.5 體驗價值

體驗的定義:「體驗是發生於某些刺激回應的個別事件,體驗包含了生活本質,通常是由事件的直接觀察或參與造成的。」換句話說,從消費者的角度,體驗不僅包含追求體驗的部分,體驗是由外在的刺激所誘發的消費行為,而這消費後產生的體驗記憶會一直存在,一般來說不會有兩個個體的體驗或感受會是完全相同的。Schmitt (1999) Pine 與 Gilmore (1999) 認為,體驗所創造出來的價值,是開啟經濟的一把鑰匙,經濟從最原始的初級產品,經過製造提供服務,企業必須創造一種讓顧客難以忘懷的經驗,企業提供的商品大多是看得見的;而這之間的服务是無形的,從無形的服務中給消費難以忘懷的體驗,對於消費者來說,商品與服務都是外在的,但是體驗是內在的,會在消費後留在消費者的心中,是經由活動、知識或情緒的參與所反映出來的,所有每個人的體驗感受都是獨一無二的,體驗是來自個人的心境與活動互動的過程,而體驗不單單只是件娛樂活動,是讓消費者所留下來的回憶與感受。

Schmitt (1999) 提出「體驗行銷」的概念,並將體驗行銷定義為:「基於個別顧客經由觀察或參與事件後,感受某些刺激而誘發動機產生思想認同或消費行為,增加產品價值。Hirschman 與 Holbrook (1982) 則進一步提出享樂性消費(Hedonic consumption)及體驗概念,著重於娛樂、藝術及休閒三方面。在消費體驗的研究發現,人們在消費時非理性的那一面,除了商品本身的功能外,消費者想追求的可能是幻想、感覺與趣味 (Holbrook, 2000)。

Zeithaml (1988) 認為價值是消費者在體驗過後,對於得到與付出之間的差異所做出的評論與決策,而 Holbrook 與 Schindler (1994) 認為體驗價值為一種交互相對的偏好經驗,偏好的部分指的是消費者在產品與服務的消費數量,同時想達成的目標與利益。學者將體驗價值分為三大構面:

1. 外在價值/內在價值: 外在價值指的是消費者看中產品本身的實用性而購買,舉例來說: 消費者參與茶體驗的活動,主要是為了品茶及瞭解相關

知識；內在價值指的是消費經驗所獲得的自我價值，如透過參與茶體驗活動來彰顯自己的社會經歷與地位。

2. 自我導向價值／他人導向價值：自我導向價值指的是消費者購買產品時是有利於本身價值，如參與茶文化體驗活動來增加自己對於茶的瞭解；他人導向指的是，因為周遭的親友等因素所產生的價值，如讓親友們知道自己參與茶文化體驗活動。
3. 主動價值／被動價值：主動價值指的是顧客對於產品與體驗是主動性的，如前往製茶廠或茶坊參與相關的茶文化體驗活動；被動價值指的是顧客對於產品與體驗是被動性的，如對於製茶師或泡茶師的技藝有所稱讚，表示敬佩之意。

因此，依據不同消費者的消費經驗，會創造出不同的服務價值。

Addis 與 Holbrook (2001) 將消費者的體驗分為主觀( Subjective )及客觀( Objective)、或是消費者與產品間的互動結果。主張每個消費過程都會經歷主觀及客觀的互動所產生，主觀表示顧客個人的狀態、想法或心態，如感覺、思想等，而主觀的想法會因為環境或者其他外在因素而改變；而產品特色或 是目的特色，指的是產品本身的外觀、顏色、價錢或是散發出的獨特感覺，這些則會因顧客本身的因素而有不同的主觀感受。主觀是顧客本身所產生的；客觀是因為產品的外在特徵而決定的。不管是主觀或是目的因素皆會影響顧客的體驗價值，也就是說一件消費事件的結果，是由主觀與客觀共同組成的結果。

鄭明松與王澤（2004）談到體驗價值即所謂顧客在消費後的體驗創造，像是星巴克及台灣誠品書店，近幾年都將重點放在顧客的體驗上，從環境、氣氛及整體的舒適度，都在創造一種新的體驗價值，改變原本顧客對咖啡店、書店既有的想法，進而帶動不一樣的消費型態，體驗價值也延續了顧客價值的理念，開創顧客的消費價值，也將是未來興新市場的趨勢。從過去的研究中，也發現到體驗價值不只讓消費者留下印象深刻，進而會正向影響滿意度，在吳嘉浚、張文榮、林美玲與吳福明(2016)探討休閒動機、體驗價值與參與滿意度之研究中，可看出體驗價值與滿意度有正向相關，因此可看出體驗價值影響著消費者的感受外更決定

消費者下次的消費行為。

綜合以上，本研究認為體驗價值是未來服務業的趨勢，經營者藉由提供消費者良好的消費體驗，可將產品與服務最佳化，和競爭者產生明顯的區隔，此外可將體驗感受當成一種商品，其產生而來的經濟價值應遠高於產品本身的價值，有好的體驗感，這些回憶會深深留在消費者心中，更可看出體驗價值能與消費者的滿意度呈現正面的影響，會呼朋引伴來體驗，形成一種正向的消費循環。茲就學者們對體驗價值的定義整理如下表 2.3 體驗價值的定義

表 2.3 體驗價值的定義

作者	年份	體驗價值
Hirschman 與 Holbrook	1982	提出享樂性消費與體驗的概念，注重娛樂、藝術、休閒。
Pine 與 Gilmore	1999	體驗創造出來的價值是無形的，是從消費過程中所帶給顧客的感受。
Zeithaml	1988	顧客在消費過後，對於付出與得到的差異感受。
Holbrook 與 Schindler	1994	體驗價值是顧客為達成目標或利益，所形成的交互相對的偏好經驗。
Schmitt	1999	體驗是受刺激後所反應的事件，通常會讓人記憶深
Holbrook	2000	顧客在消費時追求的是

		一種幻想、感覺與氣味。
Addis 與 Holbrook	2001	將顧客的體驗分為主觀與目的，每個消費過程都會經歷主觀與目的的互動而產生。
鄭明松、王世澤	2004	體驗價值是在顧客消費後的體驗創造。
吳嘉浚、張文榮、 林美玲與吳福明	2016	體驗價值與參與滿意度有正向相關
黃佳慧	2017	體驗價值是未來服務的趨勢，經營者藉由提供顧客好的消費體，可以將產品與服務差異化，及和競爭者產生明顯區隔

資料來源：本研究整理製表

## 第三章 研究設計與執行

### 3.1 研究方法

本研究以質性研究的方式進行，主要探討阿里山茶文化活動的推動，參與者消費行為的研究。質性研究是研究者使用一種或是多種的資料收，在持續進步及變動的主會現象中，針對所研究的社區產業現象，再經由收集資料設計訪談資料，再經由與被研究者的互動歷程及訪談資料，進行深度的且全方位的研討。(潘淑滿，2003；高淑清，2008)

本章節分三小節；第一節為研究方法「次級資料分析法」及「訪談法」的說明；第二節為研究設計的說明，包含訪談對象的篩選及訪談問題設計；第三節為研究執行的說明。

#### 3.1.1 次級資料分析法

次級資料在面對調查設計，資料蒐集的工作，將所蒐集且進一步整理過的資料再行重新分析的研究方式，雖然沒有參與此一項過程，但為了不同的研究目的，仍然採用此種資料進行分析。

進行研究所需要的資料，大致上分二類；一類為初級資料也就是原始資料，由研究者其所研究的目的直接在研究個案方面進行探勘、觀察、紀錄、採集、歸納、分類、剖析，直接蒐集得來的第一手資料；另一類為次級資料，也就是間接資料，研究者經由期刊、文章雜誌、書籍、學者研究或學術機關(機構)進行蒐集相關資料，這些資料都是具有歷史價，統整分類及歸納過，且不需要受測者再行回覆資料。(吳萬益，2005)

陳萬淇(1995)，研究資料來源有二類，一類是第一手資料(稱原始資料)是經



由直接觀察、記錄、分析而得之研究資料；一類是間接資料(稱為次級資料)，是為了研究目的蒐集相關資料，再行重新理，分析之研究資料，在使用次級資料時，仍需注意：

1. 使用之次級資料來源。
2. 資料蒐集之研究目的。
3. 次級資料之蒐集方法。
4. 依資料來源、研究目的、蒐集方法等條件判斷級資料之可信度。

次級資料分析的優點是方便、快速、容易、擴大了後設分析的可能性，在研究進行中，可以將過去進行過之相關主題的研究進行結合，用途無限，雖然次級資料分析的效度有所限制，在尋找關於社會群體問題的答案時，仍有無限的可能性。(林秀雲譯，2013)

本研究使用次級資料分析的研究方式進行相關文獻的蒐集及彙整分析，藉由蒐集相關的文獻資料，整理與研究目的的相關期刊、論文、簡報、學術報告之資料，仔細閱讀，細心比對，進行分析討論後，作為本研究立論之基礎，進行訪談，探討本研究之主題。

### 3.1.2 訪談法

訪談是指二個人以上的交談，其要件是至少有一位以上的訪談人，以及一位以上的受訪者。訪談人透過語言溝通來獲取受訪者的某些訊息，即如同對話一樣，在提話與回答的互動過程中，用來收集訪談人所需要的資訊。實際上，訪談是一種收集資訊的工具，如果能經由適當的控制與安排，訪談人就能夠探詢對方的想法，得到所想要的答案。

若欲進行訪談，首先須具備的要素是本身要能融入情境，但是又不能失去客觀性。至於訪談的實施流程，首先訪談者必須先調整自己的心態，其次則是訪談

者於訪談前的準備工夫、第三是預訪、第四是約訪、第五是訪談時要能 掌控現場氣氛、最後則是應能從事優質的寫作報導。

進行完訪談後，就必須開始整理逐字稿，此時必須一個字一個字的謄寫，除了刪除明顯的錯誤外，要忠於受訪者的原意。接下來，針對訪談稿的描述、解釋、建立理論等，可以採用紮根理論，主要的程序包括針對訪談逐字稿進行開放編碼，以產生概念化進一步歸納出類別，再根據屬性及面向再做發展，分化拆解出次類別，接著是主軸編碼，沿著屬性與面向上的直線以連結類別與次類別，接著是選擇編碼，以統整及精鍊理論，由一個核心概念組織起來，勾勒出理論架構，著手去精鍊理論、修剪多餘概念、補足未充分發展的類別等，接著是歷程編碼，進行整個編碼歷程的檢驗等，以發展出暫時性的理論。

## 3.2 研究設計

### 3.2.1 訪談對象的選取

本文在探討消費者參與了阿里山茶文化之茶鄉之旅的喜好度，以及透過這樣的活動是否能提昇社區產業，增加地方經濟效益，在社區涵蓋範圍限於阿里山茶之道之北道--嘉義縣梅山鄉瑞里社區，在樣本抽樣方面採立意取樣法，因此訪談對象包含了三個部份。第一部份是社區業者，包括有茶農、茶廠業者、民宿業者，第二部份是社區居民，第三部份是參與過阿里山茶文化活動的消費者。

### 本研究訪談對象詳細介紹

第一部份受訪業者資料如下表 3.2.1

表 3.2.1 受訪業者資料表

受訪者 編號	受訪者身份	訪談日期	訪談地 點	備註
A1	茶農	2019/12/01 2020/01/10	茶農家	受訪者是在瑞里村種茶的茶農，經營茶葉生意已經三十餘年，包含茶園管理、茶葉製作，銷售茶葉，都是一手包辦。參與了阿里山茶的全盛時期，也見證了阿里山茶的風光歷史。因受訪者 A1 有者茶葉相關的深厚經驗及參與，故邀請受訪者 A1 接受訪談，參與本項研究。
A2	茶廠及民宿業者	2019/12/10 2020/01/20	茶廠	受訪者是茶廠業者第二代，其父親是 1980 年代第一批參與種植茶葉的茶農，當時也同時經營茶廠直到現在。其父親過逝後，即接手茶業事業，直到西元 2014 年，更增加了民宿的經營，以其豐富的產製茶及銷售經驗，再加上後來的民宿經營，故邀請受訪者 A2 接受訪談，參與本項研究。
A3	茶行業者	2020/01/30 2020/02/20	茶行	受訪者是當地茶行業者，是茶行二代，第一代經營茶行已 50 幾年，近年第一代退休改由二代經

				營，所以經歷了阿里山茶的全盛時期到目前的現況，他們都相當有感，故邀請受訪者 A3 接受訪談，參與本項研究。
A4	茶藝師、茶農	2020/02/25 2020/03/01	茶農家	受訪者在茶藝方面相當專精，從事阿里山茶葉買賣二十餘年，近幾年兩岸的比賽茶競賽得到相當好的成績，故邀請受訪者 A4 接受訪談，參與本項研究。
A5	茶藝師、茶農	2020/02/27 2020/03/05	茶廠	受訪者 A5 是國小的茶藝老師，嫁到瑞里已二十餘年，曾指導學生參加全國茶藝競賽屢獲佳績，已連續三年指導學生參加南投小小泡茶師榮獲第一名和第二名，本身也茶農，家裡也有茶廠。承辦多次政府規畫在瑞里社區辦的特色茶會，很受好評。同時受訪者 A5 的先生曾經在民國 100 年時曾任社區理事長，故邀請受訪者 A5 接受訪談，參與本項研究。

資料來源：本研究資料整理

第二部份受訪社區居民資料如下表 3.2.2

表 3.2.2 受訪社區居民資料表

受訪者編號	受訪者身份	訪談日期	訪談地點	備註
B1	社區居民	2020/02/17 2020/02/27	受訪者的家	受訪者是當地社區居民，住在該地區已五十餘年，從村裡開始種茶，就進入到茶產業，更見證了社區漸漸轉型的過程，故邀請受訪者 C1 接受訪談，參與本項研究。
B2	社區清潔人員	2020/01/30 2020/02/15	受訪者的家	受訪者是當地社區聘僱人員，在遊客服務中心及當地社區發展中心和旅遊景點做清潔的工作，可以直接了解社區舉辦茶文化活動，在地方上的影響，故邀請受訪者 C2 接受訪談，參與本項研究。

資料來源：本研究資料整理

第三部份 受訪消費者料如下表 3.2.3

表 3.2.3 受訪消費者資料表

受訪者編號	性別	年齡	職業	教育程度	訪談日期
C1	男	45	商	專科	2019/10/17
C2	男	45	農	高中	2019/10/20
C3	男	48	工商	專科	2019/11/01
C4	男	38	商	大學	2019/12/01
C5	女	21	學生	大學	2019/12/10
C6	女	32	家管	專科	2020/03/08
C7	女	45	工商	專科	2020/03/10
C8	女	19	學生	高中	2020/03/12
C9	女	47	商	專科	2020/03/29
C10	女	45	家管	高中	2020/04/03

資料來源：本研究資料整理

### 3.2.2 訪談大綱設計

本研究確定研究主題後，研究者蒐集且大量閱讀相關之研究、期刊、電子新聞、平面報導及專書，進行整理和歸納並設計成訪談大綱，與指導教授討論訪談大綱之適切性、訪談對象的代表性，經不斷的討論及修正後，最終定稿。

本研究依據研究目的與受訪者之不同領域設計了不同的訪談大綱，在實際訪談時，受訪者依其能力或專長，對問題的了解程度及經驗來回答，若對問題不甚了解或涉及個人隱私部份，可以不必回答。

第一部份是針對茶農、茶廠及民宿業者的訪談大綱：

1. 請問目前阿里山茶產業的現況及困境？
2. 請問目前阿里山茶文化的推動情形？
3. 請問目前阿里山茶文化有何創新的作為？
4. 政府單位推動茶文化有何協助及影響？
5. 未來發展？

第二部份是社區居民之訪談大綱

1. 問阿里山茶文化活動對社區效益為何？(環境 經濟 交通 治安)
2. 請問社區居民參與阿里山茶文化活動情形如何？

第三部份是消費者之訪談大綱：

1. 請問可否描述參與過阿里山茶文化活動的情形如何？
2. 請問參與阿里山茶文化活動是否有消費行為？
3. 請問是否有重遊意願來訪？(動機 體驗、滿意度、阻礙 推薦 )

### 3.3 研究執行

以下是進行訪談的執行過程與訪談的編碼方式說明

#### 3.3.1 訪談執行過程

本研究採用半結構式訪談，在確定研究問題與目的後，訂立方針，依據訪談對象的屬性，擬定不同的訪談大綱，再依不同的訪談大綱內容進行面對面訪談，在訪談過程中，會機動性的依訪談狀況提出問題或調整問題的方向。

在訪談之前，研究者會以電話或通訊軟體方式聯繫受訪者，說明研究的主題、目的，並詢問其受訪的意願。經受訪者表達願意接受訪談後，研究者用通訊軟體

傳輸檔案方式，並告知欲訪談大綱予受訪者，並事先告知受訪者於訪談過程中，為了避免訪談對話內容之遺漏，是否願意接受訪談過程全程錄音，以增加訪談內容的正確性及準確，有利後續資料之整理，編碼，分析約定訪談。受訪者在了解訪談內容大綱後，與研究者約定訪談時間與地點。

訪談過程中，研究者擬定之訪談大綱呈現了訪談對話的主軸，也是本研究主要希望獲取之研究資料，依據訪談大綱的主軸鋪陳，一方面提醒受訪者訪談問題的內容，一方面提醒受訪者了解研究主題的核心，整理受訪者專業的經驗，調閱相關資料，便於呈現整合性之訪談表述。訪談實際進行時，研究者應考量依受訪者的工作方式、作息時間、生活背景的不同，視訪談實際情況進行調整訪談題目的順序，受訪者可依據本研究的訪談大綱決定是否詳細回答，若涉及隱私或私密領域的問題，可依受訪者之意願決定是否回答，同時，受訪者可提供與訪談內容相關之建議，並在舒適及沒有壓力的氛圍下，給予受訪者暢所欲言的自由空間，分享經驗、心得與感受。

訪談後，研究者仔細記錄每一次訪談的時間、日期、地點，並將訪談內容之錄音檔轉成文字，以逐字稿的式呈現，記錄完整的訪談內容。

### 3.3.2 訪談資料編碼說明

編碼方式的進行，是將訪談逐字稿以表格分二左和右二欄，左欄是原始訪談逐字稿，右欄則是整理訪談後的重點。

本研究訪談對象分為業者包含茶農、茶廠業者、茶行業者、民宿業者，以 A 做為編碼代號，分為以 A1，A2，A3，A4 代表。消費者以 B 做為編碼代號，分別以 A1~A10 代表，居民以 C 做為編碼代號，分別以 C1，C2 代表。

依訪談內容的各主軸及細目進資料編碼，以下列出各編碼內容之代號：



第一部份：業者之訪談大綱

- A1-1. 代表 1. 目前阿里山茶產業的現況及困境？
- A1-2. 代表 2. 請問目前阿里山茶文化的推動情形？
- A1-3. 代表 3. 請問目前阿里山茶文化有何創新的作為？
- A1-4. 代表 4. 政府單位推動茶文化有何協助及影響？
- A1-5. 代表 5. 未來發展？

第二位業者以 A2 代表，第三位以 A3 代表……以此類推。

第二部份：社區居民之訪談大綱

- B1-1. 代表 1. 問阿里山茶文化活動對社區效益為何(環境、經濟、交通、治安)
- B1-2. 代表 2. 請問社區居民參與阿里山茶文化活動情形如何？

第二位社區居民以 B2 代表。

第三部份：消費者之訪談大綱

- C1-1. 代表 1. 請問是否參與過阿里山茶文化活動?情形如何?
- C1-2. 代表 3. 請問參與阿里山茶文化活動是否有消費行為?
- C1-3. 代表 2. 請問是否有重遊意願來訪?(動機 體驗、滿意度、阻礙 推薦 )

第二位消費者以 C2 代表，第三位以 C3……以此類推。

在文中若有引用受訪者 A1 之訪談資料，談到關於業者的訪談，則以 A1-1、A1-2、A1-3、A1-4 來表示，若再分細目則以 A1-1-1、A1-1-2、A1-1-3 以此類推……

在文中若有引用受訪者 B1 之訪談資料，談到關於消費者的訪談，則以 B1-1-1、B1-1-2、B1-1-3 來表示，若再分細目則以 B1-1-1、B1-1-2、B1-1-3 以此類推……

在文中若有引用受訪者 C1 之訪談資料，談到關於社區居民的訪談，則以 C1-1、C1-2 來表示，若再分細目則以 C1-1-1、C1-1-2、C1-1-3 以此類推……。

## 第四章 資料分析與結果

### 4.1 業者訪談大綱

#### 4.1.1 阿里山茶產業的現況與困境

據受訪者 A1 認為農民真的是靠天吃飯的，現在的氣候異常，連帶影響茶葉的收成(A1-1-1)。氣候變遷。氣候巨變，一下乾旱好幾個月，一下連下幾天的豪大雨，這對茶樹來說，都是相當大的影響，相對影響茶葉的品質。(A1-1-2)。

有些茶農對茶葉沒有熱情，只把茶當生財器具，這是無法培育出好品質的高山茶，對茶沒有熱情，怎會想要提昇茶葉的品質？怎會想要和別人研究做出好茶？茶農在這當中，做不出好茶，更是不好賣，因為有成本壓力，茶葉成本都是現金，茶農不賣一些茶，資金週轉就有問題。所以他要降價求售，回一些本，這是一種惡性循環。他不肯在茶園花心思，然後又認為利潤沒有以前好，在管理上就隨隨便便，相對的茶園就不會產出好的茶。(A1-1-3)

現在茶葉的加工人員，不管是茶園管理或是茶廠的加工人員，素質不高，有管道進來茶廠工作的人，只想賺錢，只想把事情做完，不會想要把事情做得更好，這是觀念上的問題。以致茶農不能生產良好且高品質的高山茶。這是一個隱憂。(A1-1-4) 還有另一個重點是喝茶人口漸漸凋零(A1-1-5)。

年紀大的長輩也會因為身體因素，說現在較少喝茶，怕會影響睡眠。

#### (A1-1-6)

據受訪者 A2 表示，對於行銷技巧與管道，身為茶農的我們根本不懂，所以仰賴茶商收購，但相對的利潤被剝奪。(A2-1)

據受訪者 A3 認為，阿里山茶一直以來都頗具盛，也極受市場歡迎。由於產地名氣極高，使得阿里山茶很受消費者追捧，但卻也造成許多非阿里山本地的茶葉，

冒充為阿里山茶銷售，同時也不斷拉低售價，攪亂了市場價格(A3-1-1)。還有氣候變遷、自然環境不穩定。(A3-1-2)

據受訪者 A4 認為，傳統工藝漸漸消失~以前布球揉捻，是用腳的，後來用揉捻機取代。5 年前製茶產業有了重大的變化，進口擠壓機，人力減少了，製茶師父變輕鬆了，但很多買茶的客人都說茶味變了，變淡了，沒有以前的味道了(A4-1-1)。

近幾年外銷停滯，內銷又減量，整個經濟下滑，所以茶葉市場是下滑的，要如何才能突破境，可能還有一段路走。(A4-1-2)

據受訪者 A5 表示，目前我們家的茶都還是內銷，而且我們的客戶也都是中部的茶行，所以什麼陸客不來，對我們來說，影響不大，還是內需市場。(A5-1-1)

茶產業的困境，我覺得是採茶工的短缺，現在的年經人不喜歡風吹日曬，寧願吹吹冷氣，每個月領 22K。現在出門採茶的都是 6~70 歲，甚至 80 幾歲都有，還有另一大族群是外籍配偶，還有逃逸外勞。(A5-1-2)

表 4.1.1 阿里山茶產業現況與困境

類 別	摘 要
氣候	氣候異常，有時乾旱好幾個月，有時一連下了好幾天豪大雨，這對茶樹來說影響相當大。氣候變遷，影響茶葉產量與品質
茶廠從業人員	採茶工缺工，現在年經人不喜歡風吹日曬，寧願吹吹冷氣，每個月領 22K。現在出門採茶的都是 6~70 歲，甚至 80 幾歲都有，台灣採茶工漸漸凋零。 茶廠從業人員素質不高，只想賺錢，只想快快把事情做完，不會想把事情做

	<p>好，這是觀念上的問題，以致茶農不能把茶葉品質把關做到最好。</p> <p>傳統工藝漸漸消失，以前都是手工揉捻茶葉，現在都用豆腐機取代，製茶師父變輕鬆了，但客人也反應味道變了，變淡了。</p>
茶農	<p>茶農對茶葉沒有熱情，只把茶葉當生財工具，這是無法培育出好品質的高山茶。品質不好，就不好賣，就會影響茶葉的價格，價格不好，管理茶園的成本就低，這是惡性循環。</p> <p>喝茶人口漸漸凋零，現在喝茶買茶的客人都是 50 歲以上，年輕人都是喝咖啡多。年紀大的長輩也會因為身體因素，說現在較少喝茶，怕會影響睡眠。</p>
綜合分析看法	<p>綜合以上受訪者的看法；</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 氣候異常，自然環境不穩，導茶葉品質無法維持一定水準。</li> <li>2. 在人為條件下，茶農對茶沒有熱情，就不會想要提昇茶葉的品質。</li> <li>3. 茶園和茶廠的工作人員素質不高，沒有共同的目標，只想把茶做完，而不會想要把茶做好，以前傳統工藝布球揉捻，也被機器取代了。</li> <li>4. 還有採茶工的短缺，目前出現斷層，採茶工老的老，年輕人不願意</li> </ol>

	<p>從事採茶工作，這是相當大的隱憂。</p> <p>5. 茶農普遍認真從事生產，對於行銷並不熟悉，全仰賴批發商來收購，所以利潤有限。</p> <p>6. 因為阿里山茶名氣響亮，不肖商人冒充阿里山茶販賣，導致品質和價格非常混亂。</p> <p>7. 再加上喝茶的人口漸漸凋零，內銷減量，整個經濟下滑，所以茶葉市場是下滑的，要如何才能突破境，可能還有一段路走。</p>
--	---

資料來源：本研究資料整理

#### 4.1.2. 阿里山茶文化推動情形

據受訪者 A1 表示，政府單位都會定期在山上舉辦活動，例如阿里山四季茶會、紫藤花季、螢火蟲季，都會有茶會、茶席，會吸引來山上遊玩的人，有的人沒參加過茶席活動，就會特別的有興趣，而且報名也很踴躍，活動都相當成功。(A1-2)

據受訪者 A2 表示，目前都是透過政府單位及社區努力，利用媒體，網路，社群網路，將大阿里山茶文化讓遊客或消費者了解，會利用辦茶葉博覽會、茶會、採茶或製茶體驗營的活動，以生活化及淺顯易懂的方式，讓參與的民眾了解茶文化，讓生活茶文化，茶文化生活。(A2-2)

據受訪者 A3 表示，除了一般大眾認知的茶葉外，近年來更嘗試重不同面相來推廣，希望能讓茶葉能更進一步的生活化，運用到更廣泛的生活面。(A3-2)

據受訪者 A4 表示，農會和製茶工會每年固定有春茶比賽茶和冬茶比賽茶的競賽，這是茶農和茶商一起共襄盛舉，那大同技術學院的茶文化相關科系，也會舉辦茶會，縣政府觀光局也會有定期的茶會，茶鄉之旅的推廣，辦得相當不錯。(A4-2)

據受訪者 A5 表示，政府單位都有定期舉辦茶文化活動，例如阿里山四季茶旅，隙頂製茶趣...等等。而且每年都有增加遊客的現象，若把這樣的活動，變成規律的茶文化活動，必能吸引更多的遊客。(A5-2-1)

還有我們茶廠有時會舉辦採茶或製茶體驗，有客人預約，就會舉辦，大部份是夏季到秋季，客人上山避暑，我們就排手工揉紅茶的行程。(A5-2-2)

表 4.1.2 阿里山茶文化推動情形

單位	舉辦活動
政府單位	政府每年都會定期舉辦茶葉博覽會、四季茶會，若有地區的特色風景，就會舉辦紫藤花季茶會，螢火蟲茶會...等等
農會和製茶工會	每年春茶(5月)和冬茶(12月)時間，都會舉辦春冬茶競賽，會請專業的茶業改良場的老師來評審。
茶農和茶廠	不定期舉辦採製茶體驗，依客人預約的時間舉辦，大部份夏季~秋季。
綜合分析看法	綜合以上受訪者的看法； 1. 政府單位每年都會定期在山上舉辦茶文化活動，而且遊客反應相當熱烈，讓遊客或消費者，以生活化且淺顯易懂的方式來推廣茶文化，不管是利用茶葉博覽會，茶會，採茶或製茶體驗，舉辦比賽茶競賽。

	<p>2. 有時業者會舉辦採茶或製茶體驗，有客人預約，就會舉辦，大部份是夏季到秋季，客人上山避暑，我們就排手工揉紅茶的行程。</p> <p>3. 農會和製茶工會每年都會舉辦二次的比賽茶競賽。</p> <p>這些都是讓民眾了解生活茶文化，茶文化生活。</p>
--	--

資料來源：本研究資料整理

#### 4.1.3 阿里山茶文化的創新作為

據受訪者A1 表示，以政府單位來講，嘉義縣文化觀光局，陸陸續續舉辦了「品味阿里山茶、嘉義茶文化」的系列活動，將阿里山茶各方面的去努力，從美學、行銷、包裝、藝術、人文、古禮…等等各種角度，舉辦了各式各樣的推廣活動。(A1-3-1)

以茶農來說，將現有茶種加工成不同的茶類例如窈花茶，讓百年工藝再現。(A1-3-2)

行政院茶業改良場開發新茶種，讓我們茶農的產品多元，這也是有很大的幫助，像新品種迎香，給消費者有更多元的選擇，而不再只是烏龍茶，還有更多元的茶品。(A1-3-3)

據受訪者 A2 表示，政府單位會舉辦一些茶文化活動，透過當地的產業特色和旅遊景點，做結合，吸引人潮，製造商機。(A2-3)

據受訪者 A3 表示，與花季結合、與當地的景觀結合(如瀑布、茶園、日式建築物等)、與服飾結合。(A3-3)

據受訪者 A4 表示，現在有採製茶體驗，和茶席活動，大大提高茶農的能見度，

茶農靠休閒和觀光來帶動茶文化，推廣茶文化，增加茶產業經濟效益。(A4-3)

據受訪者 A5 表示，政府不定期舉辦茶旅達人的培訓，目前已辦到第五期的培訓。(A5-3-1)

招募具服務熱忱學員參與培訓課程，提昇茶藝美學涵養及生態導覽服務加值概念，宣導阿里山茶產業與茶藝文化、地理人文觀念、農業資源、生態保育之專業內容，透過地景茶會提供遊客品茗最真實甘醇、清香的「阿里山高山茶」，專業深度導覽提供遊客體驗優質茶旅遊及生態之美，期以「優質、深度、特色、多元」的核心價值創新旅遊服務，引領阿里山邁向觀光旅遊新紀元。(A5-3-2)

表 4.1.3 阿里山茶文化的創新作為

單位	舉辦活動
政府單位	<p>政府每年都會舉辦「品味阿里山茶、嘉義茶文化」的系列活動，從阿里山茶文化各方面的去努力，從美學、行銷、包裝、藝術、人文、古禮…等等各種角度，舉辦了各式的推廣活動。包含與當地花季、景觀或服飾做結合</p> <p>政府不定期舉辦茶旅達人的培訓，到 2020 年為止，已辦到第五期的培訓。招募具服務熱忱學員參與培訓課程，提昇茶藝美學涵養及生態導覽服務加值概念，宣導阿里山茶產業與茶藝文化、地理人文觀念、農業資源、生態保育之專業內容，透過地景茶會提供遊客品茗最真實甘醇、清香的「阿里山高山茶」，</p>



	<p>專業深度導覽提供遊客體驗優質茶旅遊及生態之美，期以「優質、深度、特色、多元」的核心價值創新旅遊服務，引領阿里山邁向觀光旅遊新紀元。</p> <p>行政院茶業改良場開發新茶種，讓我們茶農的產品多元，這也是有很大的幫助，像新品種迎香，給消費者有更多元的選擇，而不再只是烏龍茶，還有更多元的茶品。</p>
<p>茶農</p>	<p>將現有茶種加工成不同的茶類例如窠花茶，讓百年工藝再現</p>
<p>綜合分析看法</p>	<p>綜合上述受訪者的看法；</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 政府單位陸陸續續舉辦了不管是採製茶的體驗，茶會活動，或是結合當地的風景特色，季節特色或更與服飾結合，讓茶農也能靠觀光休閒活動來推廣茶文化，增加茶產業的經濟效益。更不定期舉辦茶旅達人的培訓，培訓具有茶藝美學涵養及生態導覽的人手，宣導阿里山茶產業與茶藝文化、地理人文觀念、農業資源、生態保育之專業內容，透過地景茶會提供遊客品茗最真實甘醇、清香的「阿里山高山茶」，專業深度導覽提供遊客體驗優質茶旅遊及生態之美。</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. 茶業改良場開發新茶種，讓我們茶農的產品多元，像新品種迎香，給消費者有更多元的選擇，而不再只是烏龍茶，還有更多元的茶品。</li> <li>3. 茶農更將現有茶種，加工成不同的茶類例如窰花茶，讓百年工藝再現。</li> </ol>
--	--

資料來源：本研究資料整理

#### 4.1.4 政府單位推動茶文化有何協助及影響

據受訪者 A1 表示，希望能多舉辦像這的推廣活動，推廣茶產業，促進地方經濟效益。(A1-4-1)

行政院茶業改良場開發新茶種，讓我們茶農的產品多元，這也是有很大的幫助，像新品種迎香，給消費者有更多元的選擇，而不再只是烏龍茶，還有更多元的茶品。(A1-4-2)

據受訪者 A2 表示，在嘉義縣政府文化觀光局和阿里山國家風景管理處的積極推動下，讓接觸茶文化的人更普及，也更能讓大眾了解茶文化的美好，更能興起帶動消費與觀光，這更是一種使命，一種傳承。(A2-4)

據受訪者 A3 表示，有政府的推動肯定較有益處，一方面可整合較多的資源，另一方面也能起到較大的關注度與民眾可信度。(A3-4)

據受訪者 A4 表示，政府單位推動茶文化不遺餘力，相對也提高了茶農的曝光度。我們不再只是在山上工作的農民，透過茶文化的推廣，可以將茶農的理念和想法和消費者做一個交流。直接面對消費者，可以知道消費者要的是什麼，或是有什麼建議。茶產業透過這樣的文化包裝，相信會吸引更多人進來茶的世界裡，茶不再只是熱水沖泡，倒出茶湯，而是有人文，有美學，有生活，有文化的。

(A4-4)

據受訪者 A5 表示，當然是正向的影響，一場茶文化活動需要多少的人力和物力，目前還是以政府單位的特色茶文化活動為主。(A5-4-1)

這當然是對社區是最好的宣傳，辦這樣的茶文化活動，吸引愛茶人士來參與，吸引遊客上山，有人潮就有錢潮，更會提昇社區產業的經濟活動。(A5-4-2)

表 4.1.4 政府單位推動茶文化有何協助及影響

單位	協助及影響
社區	推廣茶產業，促進地方經濟 在政府單位的積極推動下，讓接觸茶文化的人更普及，也能讓民眾了解茶文化的美好，更能興起帶動消費與觀光。 一方面可整合較多的資源，一方面能引起較大的關注度與民眾的可信度。 這是對社區最好的宣傳，辦這樣的茶文化活動，可吸引遊客上山，有人潮就有錢潮，更會提昇社區產業的經濟活動。
茶農	政府推動茶文化不遺餘力，相對也提高茶農的曝光度，茶農不再只是在山上工作的農民，而是透過茶文化的推廣，和消費者做一個很直接的交流。
綜合分析看法	綜合上述受訪者的看法； 1. 政府單位舉辦茶文化活動，可讓接觸這些活動的人，可更深入了解茶文化，進而更喜愛它，這是一種使命，一種傳承。

	<p>2. 政府單位可整合更多的資源，更能引起更大的關注，相對提高了茶農不是只農夫，更是一個專業的茶人，這是一種正向的能量，當每一位社區居民被提昇為茶人時，社區所散發出來的氣息更是美好。</p>
--	---

資料來源：本研究資料整理

#### 4.1.5 未來發展

據受訪者A1表示，要加強茶葉的品質控管，有好的品質才能拉住客人，也才能吸引客人。(A1-5-1)

沒有那麼多的零售市場的客戶，還是要依賴批發商來購買，整個利潤空間都被壓縮了，我會想要有自己的品牌。(A1-5-2)

畢竟現在年輕人還是以網路為主。若要增加年輕人的消費族群，一定要經營這個區塊，這也是我們努力的方向。(A1-5-3)

據受訪者A2表示，我個人認為茶文化活動的推廣，並未落實對於產業的實質幫助與回饋，目前還是處於煙火般的效應，還需要更多的努力才能對茶產業的發展方向定位，提昇競爭力及優勢。(A2-5)

據受訪者A3表示，阿里山不僅是茶葉重要的產區，也是觀光旅遊的重地。在整體阿里山茶文化健全的基礎上，可嘗試朝著規劃深度的茶文化之旅。(A3-5-1)

針對國人可規畫短期的3天行程，也能參考如法國葡萄酒莊深度旅遊(一~兩周的行程)，結合阿里山+日月潭(烏龍茶+紅茶)的整體規劃。(A3-5-2)

透過消費者自己親身體驗及感悟，會讓參與過的人有更深刻的連結。(A3-5-3)

可再思考挖掘在地的傳統文化、生活方式。譬如先前山上的取水方式以及灌溉渠道；電話未普及前，是否村民都匯聚於某間便利商店或廟宇前接聽電話等等。

從老人家的記憶中挖掘在地的文化與歷史，將此做為串起茶文化的連結。(A3-5-4)

據受訪者 A4 表示，其實目前茶產業的現況並不好，也只能保守方式來因應。  
(A4-5)

據受訪者 A5 表示，希望政府能多舉辦茶文化活動，與社區結合，由社區主導來規劃分流遊客。(A5-5)

表 4.1.5 未來發展

單位	未來發展
社區	<p>茶文化的推廣並未落實在產業上，還需要更多的努力才能對茶產業發展方向定位，提昇競爭力及優勢。</p> <p>阿里山不僅是茶葉重要產區，更是觀光旅遊的重地，在整體阿里山茶文化健全的基礎上，可嘗試朝著規劃深度的茶文化之旅。針對國人可規畫短期的 3 天行程，也能參考如法國葡萄酒莊深度旅遊(一~兩周的行程)，結合阿里山+日月潭(烏龍茶+紅茶)的整體規劃。</p> <p>可思考挖掘在地文化與歷史，將此做為串起茶文化的連結。</p> <p>希望政府能多舉辦茶文化活動，與社區結合，由社區來主導規劃分流遊客</p>
茶農和茶廠	<p>要加強茶葉的品質控管，有好的品質才能拉住客人，也才能吸引客人。</p> <p>還是要依賴批發商來購買，整個利潤空間都被壓縮了，我會想要有自己的品</p>

	<p>牌。</p> <p>現在年輕人還是以網路為主。若要增加年輕人的消費族群，一定要經營這個區塊，這也是我們努力的方向。</p>
綜合分析看法	<p>綜合上述受訪者的看法；</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 有受訪者認為，茶文化並未落實在產業推廣，要有更多的努力才能看得到茶產業發展的定位，要多多舉辦深度的茶文化活動，挖掘更多的在地文化與歷史，讓參與茶文化活動的人，有更深刻的連結，更能與社區做結合，資源更能整合，更能有效的運用在地資源。</li> <li>2. 最終不管是社區居民或是茶農還是要發展自己的品牌，利用在地的，安全的，有文化的，來推廣自己的產業。</li> </ol>

資料來源：本研究資料整理

## 4.2 社區居民之訪談大綱

### 4.2.1 阿里山茶文化活動對社區效益

據受訪者 B1 表示，我覺得在山上舉辦茶文化活動，可吸引外地人進到瑞里社區，更吸引對茶有興趣的消費者或遊客，上山體驗，這樣對整個社區都有提昇的

作用。(B1-1-1)

茶文化活動吸引很多人潮，進而政府願意把社區建設的更有人文氣息，營造出很好的喝茶氛圍，讓消費者一進入社區有茶鄉的感受。(B1-1-2)

人潮一多，相對山上的茶產業或是民宿和餐廳業者，也跟著活絡起來。(B1-1-3)

來旅遊的人一多，交通擁塞在所難免，我們這裡的派出所都會在不能路邊停車的路段放三角錐，大大改善了堵車的問題，而我們山上的居民也會禮讓遊客，所以有時車多，我們當地的居民也能體諒。(B1-1-4)

我認為台灣人普遍安居樂業，人民素質都高，並沒有治安的問題。(B1-1-5)

據受訪者 B2 表示，環境的話，人潮愈多的話，他就會對地方的環境造成一個困擾。(B2-1-1)

大部分的客人是很棒的，會遵守一些規則，記得把垃圾留在垃圾筒，有一小部分的客人會覺得有時候隨手丟一丟，就對環保方面造成一個很大的困擾。(B2-1-2)  
有消費到的一些業者，他就是有收入，有部份的村民，是沒有參與到的，就會覺得沒有幫助，但整體來說，也是有給地方帶來產業活化的情形，算是良好的一面。(B2-1-3)

我們山上最主要是村道，沒有像都市這樣有設紅綠燈，車子要會車的時候也是算比較窄，但是遊客的話，大部分都是很遵守交通規則規則，(B2-1-4)

遇到假日，社區志工會協助警察，出來幫忙指揮交通。所以也不會太亂。(B2-1-5)

表 4.2.1 阿里山茶文化活動對社區效益

項目	效益
環境	大部分的客人是很棒的，會遵守一些規則，記得把垃圾留在垃圾筒，有一小部分的客人會覺得有時候隨手丟一丟，就對環保方面造成一個很大的困擾。 茶文化活動吸引很多人潮，進而政府願

	<p>意把社區建設的更有人文氣息，營造出很好的喝茶氛圍，讓消費者一進入社區有茶鄉的感受。</p>
經濟	<p>在山上舉辦茶文化活動，可吸引外地人進到瑞里社區，更吸引對茶有興趣的消費者或遊客，這樣對整個社區都有提昇的作用。</p> <p>人潮一多，相對山上的茶產業或是民宿和餐廳業者，也跟著活絡起來。</p>
交通	<p>來旅遊的人一多，交通擁塞在所難免，我們這裡的派出所都會在不能路邊停車的路段放三角錐，大大改善了堵車的問題，而我們山上的居民也會禮讓遊客，所以有時車多，我們當地的居民也能體諒。</p> <p>遇到假日，社區志工會協助警察，出來幫忙指揮交通。所以也不會太亂。</p>
治安	<p>台灣人普遍安居樂業生活水平高，人民素質也都高，並沒有治安的問題。</p>
綜合分析看法	<p>綜合上述受訪者的看法，不管是交通，治安和經濟，都有正向的幫助，包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 社區居民會成之志工隊，在假日人潮或車潮眾多時，會自主的來管理壅塞的路段，盡量不讓遊客影響社區居民的生活。</li> <li>2. 而治安方面，受訪者認為，台灣民眾人民素質並偏高，並沒有影響治</li> </ol>



	<p>安的不良行為。</p> <p>3. 社區經濟產業來說，普遍都有提昇的效果。</p> <p>4. 環境方面，遇到假日遊客多時，有少許不遵守維護環整潔的人，垃圾不丟垃圾桶，造成環境髒亂，以致於假日時，打掃環境必須更費心。</p>
--	---

資料來源：本研究資料整理

#### 4.2.2 社區居民參與阿里山茶文化活動情形

據受訪者 B1 表示，居民普遍參與度都很高，因為是整個社區的活動，大部份的人有空就會去幫忙。(B1-2-1)

若是社區有辦茶文化活動，像是我就會邀親朋好友來逗熱鬧，有來參與的人，都很滿意活動的安排，對我們來說，既可以讓親朋好友出門玩得開心，也可以活絡地方經濟，真是一舉數得。(B1-2-2)

據受訪者 B2 表示，村民就是自己那一方面比較有才能就把自己那一方面秀出來，參與度都幾乎過半以上。有一些村民都會把一些農產品擺在活動的場地，一方面參與這個活動的熱鬧，一方面又可以推銷自己的農產品，讓這個活動能夠圓滿。(B2-2-1)

外來的人對我們社區有一個不同的感觀，覺得來到這個瑞里社區，覺得社區的個人都是很棒的人，人情味是很道地的，而且每個人都是臉上充滿微笑的，給觀光客一個很好的印象。(B2-2-2)

表 4.2.2 社區居民參與阿里山茶文化活動情形

<p>參與情形</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 居民普遍參與度都很高，因為是整個社區的活動，大部份的人有空就會去幫忙。</li> <li>2. 若是社區有辦茶文化活動，像是我就會邀親朋好友來逗熱鬧，有來參與的人，都很滿意活動的安排，對我們來說，既可以讓親朋好友出門玩得開心，也可以活絡地方經濟，真是一舉數得。</li> <li>3. 村民就是自己那一方面比較有才能就把自己那一方面秀出來，參與度都幾乎過半以上。有一些村民都會把一些農產品擺在活動的場地，一方面參與這個活動的熱鬧，一方面又可以推銷自己的農產品，讓這個活動能夠圓滿。</li> </ol>
<p>綜合分析看法</p>	<p>綜合上述受訪者的看法；</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 社區居民的參與度都相當高，還有更可以把自的農特產品拿來銷售，對居民來說，也是增加一個銷售管道。</li> <li>2. 社區若有舉辦茶文化活動，居民也會邀請住在外地的親朋好友來參加，也是讓社區居民可以活絡自己的親友圈，增加人際關係。</li> </ol>

資料來源：本研究資料整理

## 4.3 消費者之訪談大綱

### 4.3.1 參與過阿里山茶文化活動情形

據受訪者 C1 表示，扶輪社的朋友邀約，到山上找朋友說要舉辦手工揉製紅茶的體驗。(C1-1)

據受訪者 C2 表示，我曾經用天然葉片在紙扇上做拓印，加上創意手繪，做出專屬且獨一無二，自己的手作扇子。還有用茶的天然手抄紙課程，利用泡完的茶來創作茶紙。還有將採集到葉片、花朵，藉由顏料印染在作品上或是做成書籤。(C2-1)

據受訪者 C3 表示，在綠色隧道那邊所呈現的那種，在竹林底下，在那邊喝茶聊天，這是一個非常棒的感覺，一個風格。也是瑞里那邊的一個獨特風格。(C3-1-1)

民國 102 年的時候，有一場全國性的社區工作評鑑活動，那個場次是在梅山鄉公所樓上所舉辦，當時場地佈置的一個茶席風格讓很多委員印象非常深刻，那一場是地面都鋪滿了綠油油的茶葉，青翠的茶葉葉片，重點是空氣中還瀰漫著茶菁的香氣，這樣的佈置就非常的有風格。(C3-1-2)

據受訪者 C4 表示，曾參與過阿里山的製茶體驗活動，整個行程為兩天一夜。(C4-1-1)

對於整個製茶過程的要求，不僅要能短時間、集中精力的勞動工作，還得於這兩天的時間內，都能專注於每個製茶工序，絲毫不得疏失。(C4-1-2)

據受訪者 C5 表示，從梅山比賽茶的展售會到近年來開始舉辦的南投茶業博會，還有小時候社區或是學校舉辦的茶會，基本上人生經驗裡充滿了茶活動。(C5-1-1) 嘉義博茶會當作例子，算是近幾年大型而且宣傳度也最好的茶活動，活動場地裡面排滿了許多攤販，是來自嘉義各地的茶商或是茶人，大家齊聚一地互相交流，不管是不是曾經接觸過茶，都可以在這裡接收到很多關於茶的知識或文化，而且

內容跟種類也是不勝枚舉，在活動舉辦的期間內，也會有許多政府舉辦的茶活動或是茶會，供茶人進行切磋交流。(C5-1-2)

據受訪者 C6 表示，今年嘉義縣文化觀光局企劃了一個很特別的活動，我馬上就預訂了民宿，在 3/7 準備在山上好好渡過美好的假期，這個活動就是在週六下午參加了紫藤花下咖啡席，結束後，接著就專車接駁到瑞里最高點享用晚餐，這個晚餐是當地的特色便當，不是一般的普通便當，真是太開心了，吃完晚餐，接著是星空下的茶席，我們看著星空，喝著一杯清香又甘醇的高山茶，這真是人生一大享受。(C6-1)

據受訪者 C7 表示，我是參加一日遊的紫藤花下茶席的活動，今年來的真是時候，花開得很不錯，所以在紫藤花下喝茶，真是人生一大享受，不僅是口裡喝著清香甘甜的高山茶，眼裡可以欣賞著美麗的紫藤花。(C 7-1)

據受訪者 C8 表示，配合瑞里最近興起的紫藤花季舉辦的茶席活動，雖然我已經不記得主辦單位是誰了，不過他們在瑞里的綠色隧道沿路兩旁、竹林間都擺了茶席，對於我這種第一次參加茶席活動的人來說非常新鮮！(C8-1-1)

據受訪者 C9 表示，參加扶輪社舉辦的阿里山茶文化活動，主辦帶領著我們從採茶活動及採茶的工具一一詳細的介紹，一心二葉該如何挑選，採下來的綠油油的茶葉經過揉搓，一步驟一步驟的帶領著我們這些門外漢，我們邊揉著茶葉一邊開心著話家常，體驗著辛苦的茶農們製茶真的不簡單……(C9-1)

據受訪者 C10 表示，我們被安排坐在星空茶席裡，五人一個茶席，還真的第一次在星空下喝著阿里山茶，閒話家常，從沒有過的體驗，但是天空不作美，下了幾滴雨，於是就移到室內舉辦，但大家的熱情不減。整個喝茶的氛圍像是在自家涼享喝茶時，分外自在(C10-1)

表 4.3.1 消費者參與阿里山茶文化活動的情形

體驗活動	活動情形
手工揉製紅茶	<p>只安排一日遊，所以老闆在前一天就把茶葉採好了，等我們上來做紅茶。以一個家庭為單位，大家領了 5 斤茶菁後，有的坐，有的站，全部在竹筴籬上手揉分到的茶菁，在揉茶的過程中，茶廠老闆也講解了製作紅茶的過程，哇，來茶廠才知道，我們喝的茶，都是由好多人合力完成的，有採茶工，故和製茶的師傅，好多人才能完成，真是不簡單。</p> <p>而這揉茶的過程要持續 2 小時，難怪要以一個家庭為單位，大家可以輪流，手揉酸了，換下一個，這樣才能完成整個手揉紅茶，不然一個肯定無法完成，哈哈….</p> <p>揉了 2 個小時後，要渥堆靜置發酵，老闆說大概還要再 2 個半小時，才能發酵完成，在等待靜置發酵時，由老闆帶我們去景點走走，我們去了綠色隧道，野薑花溪步道，回來後就在茶廠吃中餐，經過 2 個半小時發酵完成，就用焙茶機，把紅茶焙乾，在焙茶機裡，老闆用號碼把每一組做記號，不至於混淆，大約也是烘焙了 2 個小時。從每一組的紅</p>

	<p>茶裡，拿了 3 公克出來泡，完全以比賽茶的規格來沖泡，看哪一組的紅茶最好喝，請老闆從 7 組裡選出第一、二、二名，第一名的由老闆送了小禮物。雖然不是人人有獎，但老闆給了我們比得獎還高興的獎品，就是每一組自己的手作紅茶，太有紀念性了，我們這群朋友相約十年後，要來開箱喝紅茶，一定很有趣，很熱鬧。</p>
<p>拓印及手抄茶紙</p>	<p>用天然葉片在紙扇上做拓印，加上創意手繪，做出專屬且獨一無二，自己的手作扇子。還有用茶的天然手抄紙課程，利用泡完的茶來創作茶紙。還有將採集到葉片、花朵，藉由顏料印染在作品上或是做成書籤。</p>
<p>茶席活動</p>	<p>觀光局企劃了一個很特別的活，我馬就預訂了民宿，在 3/7 準備在山上好好渡過美好的假期，這個活動就是在週六下午參加了紫藤花下咖啡席，結束後，接著就專車接駁到瑞里最高點享用晚餐，這個晚餐是當地的特色便當，不是一般的普通便當，真是太開心了，吃完晚餐，接著是星空下的茶席，我們看著星空，喝著一杯清香又甘醇的高山茶，這真是人生一大享受~~當然這些活動都要預約的，還好我們在出發時，做了一點功課，預約了這樣一個活動，享受</p>

	<p>了一個另人難忘而且輕鬆愉快的假日。我是參加一日遊的紫藤花下茶席的活動，今年來的真是時候，花開得很不錯，所以在紫藤花下喝茶，真是人生一大享受，不僅是口裡喝著清香甘甜的高山茶，眼裡可以欣賞著美麗的紫藤花。在綠色隧道那邊所呈現的那種，在竹林底下，在那邊喝茶聊天，這是一個非常棒的感覺，一個風格。也是瑞里那邊的一個獨特風格。</p> <p>2013 年的時候，有一場全國性的社區工作評鑑活動，那個場次是在梅山鄉公所樓上所舉辦，當時場地佈置的一個茶席風格讓很多委員印象非常深刻，那一場是地面都鋪滿了綠油油的茶葉，青翠的茶葉葉片，重點是空氣中還瀰漫著茶菁的香氣，這樣的佈置就非常的有風格。</p>
<p>製高山茶體驗</p>	<p>阿里山的製茶體驗活動，整個行程為兩天一夜。整個製茶體驗從日光萎凋、室內萎凋、靜置攪拌等工序開始。水分飽滿的鮮葉從茶樹上採摘下來後，隨著陽光的照射、時間的推移，葉片內的水分也逐步蒸發消散，在製茶師傅的指導，每隔一段時間便須將茶菁翻動、重新鋪排，讓所謂的”走水”流程能夠順利，同時也喚醒茶菁內的香氣分子進行交</p>

	<p>互作用，以期能產生更宜人、舒適的茶香。</p> <p>在茶菁的發酵狀態達到一定程度時，便開始進行炒菁，以終止茶菁繼續發酵，至此階段茶樣的品質已經大致定型了。而接下來的揉捻、團揉、乾燥等工序，雖然並非決定茶葉品質好壞的主要因素，但卻是影響茶葉最終銷售時賣像好壞的主因。</p> <p>因此，對於整個製茶過程的要求，不僅要能短時間、集中精力的勞動工作，還得於這兩天的時間內，都能專注於每個製茶工序，絲毫不得疏失。</p>
<p>茶葉博覽會</p>	<p>梅山比賽茶的展售會到近年來開始舉辦的嘉義博茶會，還有小時候社區或是學校舉辦的茶會，基本上人生經驗裡充滿了茶活動。舉去年參加的嘉義博茶會當作例子，算是近幾年大型而且宣傳度也最好的茶活動，活動場地裡面排滿了許多攤販，是來自嘉義各地的茶商或是茶人，大家齊聚一地互相交流，不管是不是曾經接觸過茶，都可以在這裡接收到很多關於茶的知識或文化，而且內容跟種類也是不勝枚舉，在活動舉辦的期間內，也會有許多政府舉辦的茶活動或是茶會，供茶人進行切磋交流。整個活動體驗起來輕鬆有趣，見識到其他城市</p>



	<p>的茶文化跟知識,而且整個會場參觀的人潮也很多,整體而言是一個很成功的活動。</p>
<p>綜合分析看法</p>	<p>綜合上述受訪者的看法；</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 關於茶席體驗，第一次參與的消費者，對這樣的活動充滿新鮮感，在這樣的氣氛下，都覺得氛圍很棒，會想再參加這樣的活動。對於第二次以上參加的消費者則是對茶席氛圍念念不忘，會問什麼什麼時候會再有這樣的活動,想預約下次再參加。</li> <li>2. 製茶體驗，通常消費者會很認真的聽講解製茶過程，中間會提出問題，互動非常好，讓消費者可以很直接了解如何做出茶，用什麼基本原理，甚至可以直接教學，教學消費者如何分辨茶的好壞的基本原則，對他們來說受益良多。</li> <li>3. 還有消費者參與了拓印，加上創意手繪，做出專屬且獨一無二，自己的手作扇子。還有用茶的天然手抄紙課程，利用泡完的茶來創作茶紙。還有將採集到葉片、花朵，藉由顏料印染在作品上或是做成書籤。這也是值得開發的新創意。</li> </ol>

資料來源：本研究資料整理

#### 4.3.2 參與阿里山茶文化活動是否有消費行為

據受訪者 C1 表示，我們參加這樣的製茶行程，就有付費了，而且我朋友這裡的茶很好喝，下次會再回購，重點是這裡的茶葉都是自己管理，自己製作和自己賣，所以肯定是安全的，對消費者來說也是一種保障。(C1-2)

據受訪者 C2 表示，有阿，我們中午在山上用餐。(C2-2)

據受訪者 C3 表示，我去參加一個活動，我大致上都還是會買，鐵定會買，感覺上好像會入寶山空手而回的感覺。(C3-2-1)

我覺得有一些消費者，他們有一些口味上不一樣，和茶的價位上考量，也是一個重要部分。(C3-2-2)

消費者從無到有，包括整個採茶，做茶，到成品，整個一條龍的概念。現在很多人都是信賴度不夠的，如果你親眼看到親手去體驗到了，相信買的人一定會更多。(C3-2-3)

據受訪者 B4 表示，參與製茶體驗主要的消費行為在於參與體驗的費用。其中包含了購買茶菁、製茶廠的場地、製茶師傅的出席費、住宿及伙食。而整個體驗結束後，尚且能將自己製作的茶葉帶回家作為紀念，整體而言還是較值得的。(C4-2-1)

茶區農閒時，確實是可以作為一項主要推展的活動，不僅是在推廣茶葉文化、培養潛在客群、教育消費者，也可為農閒的期間，作為增進茶區的一項經濟活動。(C4-2-2)

據受訪者 C5 表示，茶文化的活動官方，像是政府或是鄉公所，都會推出紀念性茶杯或是茶具，這些都具有紀念或是保存價值，而且價格通常都不會太高，甚至有時候是免費贈送的。(C5-2-1)

舉辦茶文化活動時，通常是各路茶人或是茶商能夠交流買賣的時間和地點，有穩定且正常的消費行為，我認為都有助於茶的推廣或是行銷，這些都能幫助茶

文化的保存和延續。(C5-2-2)

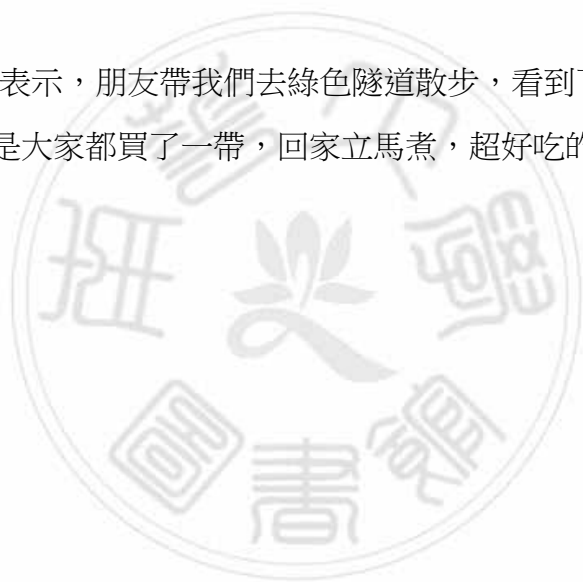
據受訪者 C6 表示，茶席裡不能有商業行為，於是我私底下偷偷請泡茶師賣我 2 罐紅茶，我想我可以喝好一陣子了。更希望我在茶席裡喝紅茶的感受，能延續到我家裡。(C6-2)

據受訪者 C7 表示，有，有買高山茶，我還有去綠色隧道走走，那裡是一整個孟宗竹林所構成的綠色隧道，看到那裡有農民在挖冬筍，就買了一些。(C7-2)

據受訪者 C8 表示，吃中餐，這樣應該算有消費吧!!(C8-2)

據受訪者 C9 表示，此次茶文化活動為社團所舉辦的，社團應該有繳活動費用，但我個人並沒有消費行為，但是學習到更多的知識比消費所得到的多的更多。(C9-2)

據受訪者 C10 表示，朋友帶我們去綠色隧道散步，看到了當地農民現挖的冬筍，超新鮮的，於是大家都買了一帶，回家立馬煮，超好吃的!!(C10-2)



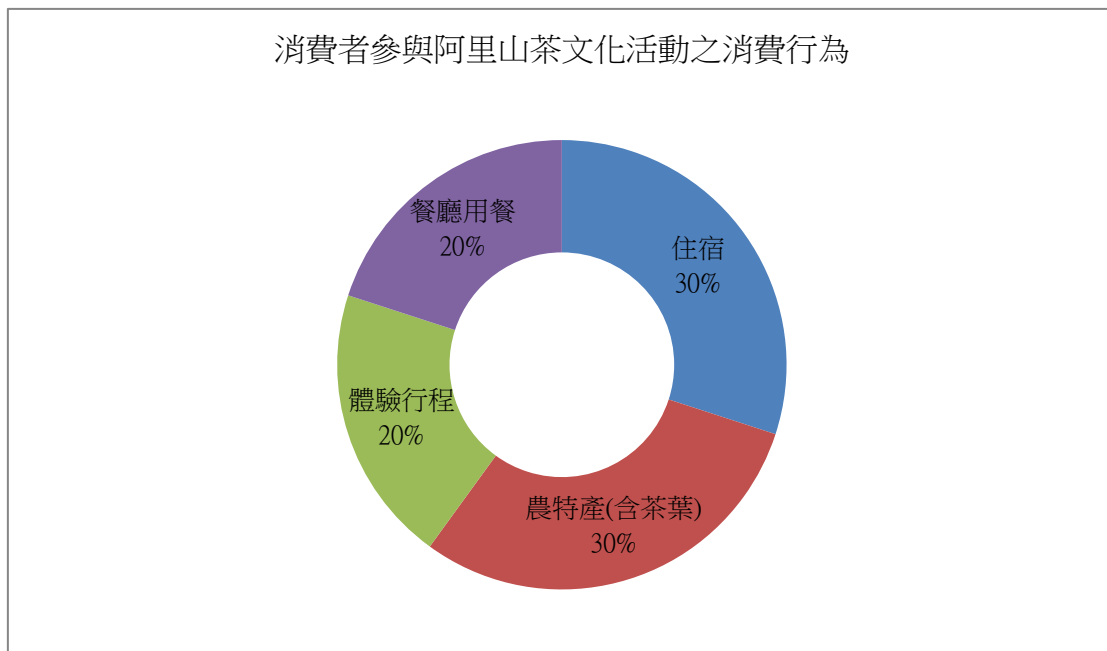


圖 4.3.1 消費者參與阿里山茶文化活動的消費行為

綜合上述受訪者的看法，當消費者參加了親自參加不管是製茶或是茶席體驗，都有滿滿的收獲，也都有了基本的消費，不管是茶或是其他農特產品。那二日遊的客人更有住宿的消費及用餐，所以來到山上的客人，多多少少都有一些消費行為。

#### 4.3.3 請問參加後的想法或建議?是否有重遊意願?

據受訪者 C1 表示，讓我們大人和小孩對茶有了更深一層的認識，包括紅茶的製作過程，什麼是發酵，如何依發酵程度來判斷是紅茶、綠茶和烏龍茶，這些都是要有專業的講解人員來解說，才是最詳細的，謝謝辛苦的茶廠老闆。下次我會再選擇參加二天一夜的製茶體驗行程，包括採茶體驗，順便在山上住一晚，享受山居生活。(C1-3)

據受訪者 C2 表示，我覺得要多多安排寓教於樂的體驗活動，做中學是有效率

的學習，也可以改善坐在教室裡單一旦單向的學習，更可以落實產業推廣教育。(C2-3-1)

藉由體驗活動讓學童了解烏龍茶製茶的過程？瑞里地區產的茶有哪些品項？名稱由來？還有哪些好玩？使旅客認識瑞里地區自然景觀、人文歷史與瑞里製茶文化。藉著茶師的帶領走訪茶製場及茶園，透過自然體驗與觀察，可以由生活中各種感官獲得，運用視五感覺、聽覺、觸覺、味覺、嗅覺學習在大自然中的實際經驗，並從「看」、「聽」、「學」、「做」、「用」五個過程中快樂學習(C2-3-2)

交通安不安全也是我們考慮要不要上山的原因之一。山上氣候，時常會有超大的午後雷陣雨等因素是造成產業發展阻礙原因之一(C2-3-3)

據受訪者 C3 表示，可能是路途比較遙遠一點，也是一個問題所在。(C3-3-1)

如果是台灣茶的茶葉製作過程，我覺得還是以臺灣自己的特色的展現會比較好，如果結合在地的風景文化特色也不錯。(C3-3-2)

據受訪者 C4 表示，有意願重遊，也很建議此類的活動能持續推行，這對於推廣茶葉的文化是非常有益的。透過親身體驗、實際接觸，民眾對於茶才會有更進一步的認識，更深一層的了解。(C4-3-1)

讓民眾能透過實際的體驗與製作，了解何謂不同程度的發酵，以及每種茶類其在製作上的關注點為何？了解台灣茶葉、阿里山茶葉的特色，對於整體茶文化的推廣肯定有極大的幫助的。(C4-3-2)

據受訪者 C5 表示，茶文化相關活動基本上都是寓教於樂的體驗，不像教科書一樣死板，更著重在實際參訪及親自體驗。(C5-3-1)

茶文化其實在現在的時代越來越沒落，會喝茶的年齡層基本上是在中年以上，如果沒有家庭或是成長背景的因素，很會有青少年甚至是壯年人口飲用(C5-3-2)

茶是值得保存的台灣文化，像是嘉義博茶或是南投茶博這種類似的活動，我都會重遊並推薦參加，畢竟要保存一個文化都需要大家的共同參與和努力，才能讓他延續並發揮其價值。(C5-3-3)

我曾經去過南投竹山的遊山茶坊，覺得對那裡感覺很好，是一個對茶有很好展示的觀光工廠，我們當時和一群人交換學生，有來自巴西、墨西哥、泰國、波

蘭、美國等，遊山茶坊的導覽員以全英文的方式講解，講解台灣各大特色茶區，烏龍茶的製作方法，介紹的很詳細，且很完整，讓我印象深刻。我覺得南投是產茶區，和嘉義一樣，但嘉義卻沒有一間像這樣的茶觀光工廠，尤其阿里山是世界聞名的觀光聖地，每年有那麼多的外國觀光客，卻沒有這樣的地方，可以好好介紹阿里山茶，真是非常可惜。希望假以時日，嘉義能有一間像這樣的觀光工廠，來好好介紹阿里山茶。(C5-3-4)

據受訪者 C6 表示，當然有~現在的人，放了假，都往戶外跑，尤其現在又是新冠肺炎防疫期間，大家家裡待久了，一到假日，大多不願留在室內，而想往戶外跑，所以往山上是最好的選擇，享受大自然的負離子和芬多精。(C6-3-1)

因為瑞里社區是關於茶的觀光產業居多，所以每次社區有辦活動，為了招待來賓，通常都會大人和小孩一起準備茶席，一起接待來賓，我想那應該很溫馨。(C6-2-2)

我想我會強力推薦我的親朋好友來瑞里玩，因為這裡好山，好水，好好玩，活動多元，能讓遊客好好體驗在地的茶文化。(C6-3-3)

據受訪者 C7 表示，這樣的結合在地的觀光產業，更是提振地方經濟的主要活動。我想這應該是對地方產業有很大的幫助。(C7-3-1)

但是這也會帶來大量的車潮和人潮，社區如何去紓解這些人潮和車潮也是個大問題。我覺得要解決太多的車潮應該規劃停車場，例如假日借用瑞里國小空地或其他空地，來規劃成停車場，然後結合腳踏車或利用接駁車。我認為這些都是發展光觀應該留意的部份。(C7-3-2)

據受訪者 C8 表示，茶文化其實跟我們以前看到的都不一樣！裡面其實包羅萬象，涵蓋了很大範圍的內容：從茶葉的歷史、生長環境、製作過程……到茶產業、因為這個產業所延伸出的文化、生活方式……(C8-3-1)

我覺得阿里山的茶文化應該要被系統性的整理起來，就像很多地方……就拿林內的紫斑蝶季為例好了，那裡就有一個地方把與紫斑蝶相關的訊息、知識都整理在一起，對於我們這種第一次造訪的遊客是很有幫助的。(C8-3-2)

如果阿里山的茶文化活動可以參考其他著名的觀光景點，遊客就可以透過像是閱讀「懶人包」的方式，在短時間內接收到與茶相關的「精華知識」。(C8-3-3)

據受訪者 C9 表示，個人的想法是中國人有品茗的習慣，我們可以常常舉辦類似的活動，讓孩子們學習到更多有關茶文化的知識。(C9-3-1)

在我孩子國小時，嘉義縣政府和嘉義長庚醫院也曾合辦過茶文化體驗活動，當時在隙頂舉辦，孩子回來時也曾興奮的與我分享，但縣府只有辦過一次，有點可惜，其實若能每年舉辦這完整的活動，我們將踴躍的參加。(C9-3-2)

據受訪者 C10 表示，這是難能可貴的經驗，參加了星空下茶席，這是非常好的活動，不僅只是泡茶，可將茶延伸，將茶發揮淋漓盡致，尤其是瑞里山上滿山遍谷的茶園，一望無際，讓人耳心放鬆，忘掉煩憂(C10-3)

表 4.3.2 消費者參與過茶文化活動的想法、建議與重遊意願

想法	建議	重遊意願
<p>我們大人和小孩對茶有了更深一層的認識，包括紅茶的製作過程，什麼是發酵，如何依發酵程度來判斷是紅茶、綠茶和烏龍茶，這些都是要有專業的講解人員來解說，才是最詳細的。</p> <p>要多多安排寓教於樂的體驗活動，做中學是有效率的學習，也可以改善坐在教室裡單一旦單向的學習，更可以落實產業推廣教育。</p> <p>了解台灣茶葉、阿里山茶葉的特色，對於整體茶文化的推廣肯定</p>	<p>交通安不安全也是我們考慮要不要上山的原因之一。山上氣候，時常會有超大的午後雷陣雨等因素是造成產業發展阻礙原因之一。</p> <p>路途比較遙遠一點，也是一個問題所在。</p> <p>如果是台灣茶的茶葉製作過程，我覺得還是以臺灣自己的特色的展現會比較好，如果結合在地的風景文化特色也不錯。</p> <p>建議此類的活動能持續推行，這對於推廣茶葉的文化是非常有益的。</p> <p>透過親身體驗、實際接觸，民眾對</p>	<p>受訪者皆有重遊意願</p>

<p>有極大的幫助的。</p> <p>茶文化相關活動基本上都是寓教於樂的體驗，不像教科書一樣死板，更著重在實際參訪及親自體驗。</p> <p>茶是值得保存的台灣文化，像是嘉義博茶或是南投茶博這種類似的活動，我都會重遊並推薦參加，畢竟要保存一個文化都需要大家的共同參與和努力，才能讓他延續並發揮其價值。</p> <p>我想我會強力推薦我的親朋好友來瑞里玩，因為這裡好山，好水，好好玩，活動多元，能讓遊客好好體驗在地的茶文化。</p> <p>這樣的結合在地的觀光產業，更是提振地方經濟的主要活動。我想這應該是對地方產業有很大的幫助。</p> <p>茶文化其實跟我們以前看到的都不一樣！裡面其實包羅萬象，涵蓋了很大範圍的內容：從茶葉的歷史、生長環境、製作過程……到茶產業、因為這個產業所延伸出的文化、生活方式。</p> <p>中國人有品茗的習慣，我們可以常常舉辦類似的活動，讓孩子們</p>	<p>於茶才會有更進一步的認識，更深一層的了解。</p> <p>大量的車潮和人潮，社區如何去紓解這些人潮和車潮也是個大問題。我覺得阿里山的茶文化應該要被系統性的整理起來，參考其他著名的觀光景點，遊客就可以透過像是閱讀「懶人包」的方式，在短時間內接收到與茶相關的「精華知識」。對於我們這種第一次造訪的遊客是很有幫助的。</p> <p>我曾經去過南投竹山的遊山茶坊，覺得對那裡感覺很好，是一個對茶有很好展示的觀光工廠，我們當時和一群人交換學生，有來自巴西、墨西哥、泰國、波蘭、美國等，遊山茶坊的導覽員以全英文的方式講解，講解台灣各大特色茶區，烏龍茶的製作方法，介紹的很詳細，且很完整，讓我印象深刻。我覺得南投是產茶區，和嘉義一樣，但嘉義卻沒有一間像這樣的茶觀光工廠，尤其阿里山是世界聞名的觀光聖地，每年有那麼多的外國觀光客，卻沒有這樣的地方，可以好好介紹阿里山茶，真是非常可惜。希望假以時日，嘉義能有一間像這樣的觀</p>	
--	---	--



<p>學習到更多有關茶文化的知識。這是難能可貴的經驗，參加了星空下茶席，這是非常好的活動，不僅只是泡茶，可將茶延伸，將茶發揮淋漓盡致，尤其是瑞里山上滿山遍谷的茶園，一望無際，讓人耳心放鬆，忘掉煩憂</p>	<p>光工廠，來好好介紹阿里山茶。</p> <p>若每年舉辦這完整的活動，我們將踴躍的參加。</p>	
<p>綜合分析看法</p>	<p>綜合上述受訪者的看法；</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 大部份的消費者對於茶有了更深一層的認識，大都對這樣的茶文化活動非常滿意，受訪者也說從茶葉的歷史、生長環境、製作過程……到茶產業、因為這個產業所延伸出的文化、生活方式…，都有了更深入的了解。</li> <li>2. 也建議常常舉辦這樣的茶文化活動，讓年輕族群能學習到更多的茶文化知識建議此類的活動能持續推行，這對於推廣茶葉的文化是非常有益的。透過親身體驗、實際接觸，民眾對於茶才会有更進一步的認識，更深一層的了解。也有消費者建議茶文化應該要被系統性的整理起來，對於我們這種第一次造訪的遊客是很有幫助的。</li> <li>3. 更建議能設立茶觀光工廠，尤其像阿里山這樣的國際景點，卻沒有茶觀光工廠來好好介紹阿里山茶。</li> <li>4. 但也有消費者說交通也是必須考量的一大因素，因為山區路途遙遠，大部份的遊客</li> </ol>	

	會選擇自行開車上山，這時就會有交通擁塞的問題，還有一點，就是天氣狀況。山上天氣有時下起臨時的雷陣雨，就會有安全性的問題
--	---

資料來源：本研究資料整理

#### 4.4 研究發現

在天然條件下，氣候異常，導茶葉品質無法維持一定水準。在人為條件下，茶農對茶沒有熱情，就不會想要提昇茶葉的品質，再加上茶園和茶廠的工作人員素質不高，沒有共同的目標，只想把茶做完，而不會想要把茶做好，傳統工藝布球揉捻，也漸漸被機器取代了，還有採茶工的短缺，這是都是相當大的隱憂。

茶農普遍認真從事生產，對於行銷並不熟悉，全仰賴批發商來收購，所以利潤有限，加上因為阿里山茶名氣響亮，不肖商人冒充阿里山茶販賣，導致品質和價格非常混亂，再加上喝茶的人口漸漸凋零，內銷減量，整個經濟下滑，所以茶葉市場是下滑的，要如何才能突破境，可能還有一段路走。

在政府單位的推動下，每年都會定期在山上舉辦茶文化活動，而且遊客反應相當熱烈，讓遊客或消費者，以生活化且淺顯易懂的方式來推廣茶文化，不管是利用茶葉博覽會，茶會，採茶或製茶體驗，舉辦比賽茶競賽。有時業者會根據客人預約，舉辦採茶或製茶體驗。

在社區方面，不管是交通，治安和經濟，都有正向的幫助，包括社區居民會成之志工隊，在假日人潮或車潮眾多時，會自主的來管理壅塞的路段，盡量不讓遊客影響社區居民的生活。而治安方面，台灣民眾人民素質並偏高，並沒有影響治安的不良行為。社區經濟產業來說，普遍都有提昇的效果。對於環境方面，遇到假日遊客多時，有少許不遵守維護環整潔的人，垃圾不丟垃圾桶，造成環境髒亂，以致於假日時，打掃人員必須更費心。舉辦茶文化活動時，社區居民的參與

度都相當高，還有更可以把自的農特產品拿來銷售，對居民來說，也是增加一個銷售管道，居民也會邀請住在外地的親朋好友來參加，也是讓社區居民可以活絡自己的親友圈，增加人際關係。

針對消費者來說，參與茶文化活動，例如製茶體驗、茶席體驗、參加茶葉博覽會、手抄茶紙..等活動，皆有消費行為，包括用餐、住宿、購買農特產品和體驗行程。大部份的消費者對於茶有了更深一層的認識，都對這樣的茶文化活動非常滿意，受訪者也說從茶葉的歷史、生長環境、製作過程……到茶產業、因為這個產業所延伸出的文化、生活方式…，都有了更深入的了解。也建議常常舉辦這樣的茶文化活動，讓年輕族群能學習到更多的茶文化知識建議此類的活動能持續推行，這對於推廣茶葉的文化是非常有益的。透過親身體驗、實際接觸，民眾對於茶才會有更進一步的認識，更深一層的了解。也有消費者建議茶文化應該要被系統性的整理起來，對於我們這種第一次造訪的遊客是很有幫助的，也建議能設立茶觀光工廠，尤其像阿里山這樣的國際景點，卻沒有茶觀光工廠來好好介紹阿里山茶。

但也有消費者說交通也是必須考量的一大因素，因為山區路途遙遠，大部份的遊客會選擇自行開車上山，這時就會有交通擁塞的問題，還有一點，就是天氣狀況。山上天氣有時下起臨時的雷陣雨，就會有安全性的問題。

## 第五章 結論與建議

本章節主要呈第四章資料析結果，以探討阿里山茶產業的現況及困境，以及探究阿里山茶文化活動的推動對消費者消費行為的影響。本研究經以訪談法，次級資料分析法，文獻分析法並結合訪談分析後，歸納出研究結論與建議。

### 5.1 研究結論

在台灣，「茶」的角色，相當多元，經幾十年的發展，茶不再只是茶，而是融入在地日常生活中，舉凡茶的生產、製作、行銷及消費與當地生活密不可分，因而於各地發展呈現經濟價值以外的文化多樣性。

本研究探討阿里山茶產業的現況及阿里山茶文化活動的舉辦，在梅山鄉當地的社區，是否能提昇社區產業及經濟，以三個面向來探討，包括業者（民宿、茶廠及茶行的業者）、社區居民以及參與過茶文化活動的消費者。

#### 5.1.1 氣候變遷不可抗，茶園管理要加強，人員素質管控佳，茶業事業一路發

農民向來靠天吃飯，風調雨順的天氣，當然就是豐收年，若遇風災，也得無奈。所以氣候變遷是不可抗力之因素。但是茶農能夠掌握的就是將茶葉品質把關好，不管是茶園管理，茶葉製作，都得要層層做好品質的控管。

有些茶農對茶沒有熱情，只是把茶當生財器具，這怎能培育出好的高山茶，也不會研究做好茶，導致茶葉滯銷，甚至降價求售，因為有成本壓力，所以產生了惡性循環，以致於茶的品質和價格，每況愈下。再加上茶葉的加工人員，不管是茶園管理人員或是茶廠的工作人員，素質都不高，只想賺錢。這是茶業的隱憂，沒

有好的人才來做茶園或茶廠的工作，怎能產出好的茶。還有傳統工藝漸漸消失，以前茶葉布球揉捻是人工的，現在全部都被擠壓機取代。很多買茶的客人都說茶變淡了，目前的茶產業還在適應這機器，或許某一天茶產業也能讓機器與人工完美的結合，共創美好。

品質控管好，再來就是增加銷售的管道。其實對茶農來說市場行銷也是最困難的部份，更是最需要學習的部份。政府舉辦茶文化活動，則是會增加茶農的曝光度，茶產業不只是把茶做好，而是能透過茶文化活動，推廣茶產業。由茶農來推廣茶產業，更具說服力，大大提高了茶農的能見度，茶農也能靠觀光休閒活動來推廣茶文化，增加茶產業的經濟效益。

茶廠業者，則是要提高的是相關從業人員的素質，和採茶缺工的問題，若能把茶廠從業人員的素質提高，讓製茶師傅不再認為這只是一份糊口飯吃的薪水，對茶產業有認同感和榮譽感，進而共同把茶產業做到最好。把茶廠的工作環境維護好，不再是雜亂的環境，現在農委會也有在推製茶廠星級認證，茶廠好好配合政府輔導的措施，肯定可以讓消費者安心，讓來茶廠參觀或是參與製茶體驗的消費者，能看見茶廠的用心經營。致於缺工問題則是台灣環境普遍遇到的困難，要如何解決這個問題，則是要看政府對移工是否有解禁，這個問題，在幾年前曾經討論過，但後來卻沒了下文。現在的台灣的產業還是屬於勞力密集的階段，各個產業多多少少還是而要移工來幫忙，所以這也是各產業要面對的問題。

## 5.1.2 茶文化與茶觀光，齊力打造新境界，創新茶文化活動，帶領文青一起動

政府定期都會舉辦茶文化活動，包括茶葉博覽會，比賽茶競賽，製茶體驗、茶席體驗，茶會活動…等等，辦得相當成功，吸引不少愛茶人士參與。在山上舉辦茶文化活動，透過當地的產業特色和旅遊景點，做結合，吸引人潮，製造商機。

更不定期舉辦茶旅達人的培訓，提昇茶藝美學涵養及生態導覽服務增值概念，

宣導阿里山茶產業與茶藝文化、地理人文觀念、農業資源、生態保育之專業內容，透過地景茶會提供遊客品茗最真實甘醇、清香的「阿里山高山茶」，專業深度導覽提供遊客體驗優質茶旅遊及生態之美，期以「優質、深度、特色、多元」的核心價值創新旅遊服務，引領阿里山邁向觀光旅遊新紀元。

觀光局和阿里山國家風景管理處的積極推動下，讓接觸茶文化的人更普及，也更能讓大眾了解茶文化的美好，更能興起帶動消費與觀光，有政府的推動，一方面可整合較多的資源，另一方面也能起到較大的關注度與民眾可信度。茶產業透過這樣的文化包裝，相信會吸引更多人進來茶的世界裡，茶不再只是熱水沖泡，倒出茶湯，而是有人文，有美學，有生活，有文化的。辦這樣的茶文化活動，吸引愛茶人士來參與，吸引遊客上山，有人潮就有錢潮，更會提昇社區產業的經濟活動。阿里山茶文化的活動，要落實在產業的推廣，尤其阿里山不僅是茶葉重要產地，更是觀光旅遊的重地，可嘗試朝著規劃深度的茶文化之旅，讓消費者自己親身體驗及感悟，會讓參與過的人有更深刻的連結。

目前有茶農開發新產品，讓阿里山茶不只是高山茶，而是加了鮮花窰製的花茶，讓百年工藝再現，茶業改良場也開發新品種的茶樹一迎香，推廣給茶農試種，試種結果良好，讓購買茶的民眾有更多元的選擇。可以開發新的旅遊規劃，以手作的方式，手作茶紙、拓印手作扇子和茶書籤，充滿文青風，這樣更會吸引更多年輕族群進入茶的世界。

### 5.1.3 體驗茶文化真是讚，更深刻了解阿里山，山路蜿蜒小心開

#### ，入寶山來尋好康

不管是參加採製茶體驗和茶席體驗和茶葉博覽會，參與的消費者，對這樣的活動充滿新鮮感，而且都覺得氛圍很棒，會想再次參加這樣的活動。消費者會很認真的聽講解製茶過程，可以很直接了解如何做出茶，用什麼基本原理，甚至可以直接教學，教消費者如何分辨茶的好壞。像這樣安排寓教於樂的體驗活動，做

中學是有效率的學習，也可以改善坐在教室裡單一且單向的學習，更可以落實產業推廣教育。運用視五感覺、聽覺、觸覺、味覺、嗅覺學習在大自然中的實際經驗，並從「看」、「聽」、「學」、「做」、「用」五個過程中快樂學習。民眾能透過實際的體驗與製作，了解何謂不同程度的發酵，以及每種茶類其在製作上的關注點為何？了解台灣茶葉、阿里山茶葉的特色，對於整體茶文化的推廣肯定有極大的幫助的。還有另一個考量的因素是交通的問題。必竟一趟山路要一個多鐘頭，對於不常開山路的人，也是一種壓力，又加上夏天山區時常有午後雷陣雨，安全性也是消費者考量的因素。

大部份的消費者參與了茶文化活動後，對於茶有了更深一層的認識，大都對這樣的茶文化活動非常滿意，也都有了更深入的了解。透過親身體驗、實際接觸，民眾對於茶才會有更進一步的認識，更深一層的了解。也在參與了阿里山茶文化活動後，有了消費行為，不管是住宿，餐廳用餐，購買農特產品…等等。

#### **5.1.4 茶文化活動吸引人潮和錢潮，社區業者和志工一起維護社區環境，提昇社區產業經濟**

在山上舉辦茶文化活動，可吸引外地人進到瑞里社區，更吸引對茶有興趣的消費者或遊客，上山體驗，這樣對整個社區都有提昇的作用。人一多，山上的茶產業或是民宿和餐廳業者，也跟著活絡起來。但旅遊的人一多了，交通擁塞在所難免，社區也會成立志工隊，協助警察維護交通和治安。人潮愈多，就會對地方的環境造成一個困擾，就是有少部份的遊客沒遵守守護環境的規則，造成環境髒亂。

社區居民參與阿里山茶文化活動情形相當踴躍，因為這是提昇社區經濟產業的活動，有的居民會把自己的農特產品，拿來活動場合賣，對他們來說，也是另一個銷售管道。

## 5.2 研究建議

茶業生產方面受到氣候變遷加劇、農業人力老化與缺乏以及環境永續生產等挑戰，所以生產與供應鏈成本也隨之日益增加。因此未來如何在以符合農業安全友善、循環永續的目標下，應用省工機械化與智慧化操作，以掌握氣候與環境狀況，並能預測產期產量及提高效率，另並加強副產物與多元產品的開發，以創造附加及增加價值，同時強化臺灣茶產業的國際競爭力，以期支持建構年輕化、高產值、高競爭力且穩定立足於全球的綠金產業，為臺灣茶產業之永續發展持續努力，係當前重要的茶產業重要課題。

台灣在茶產業的發展，不管是茶園管理，茶葉生產與製造，都達到一定的水準，但現今傳統產業的發展，不僅需要靠創新和無形的元素幫助其發展，更因為如此，台灣的茶產業極具開發的潛力，將茶文化活動結合體驗的元素，也是近期政府推動的茶文化活動之一。經過本研究對於茶文化活動的消費行為，歸納出以下幾點建議：

### 5.2.1 在政府單位政策規劃上之建議

1. 希望縣府更落實推動阿里山茶產地標章，目前的產地標章茶農業者均可申請，由茶區所在地的公所為接受申請單位，經過書面及實質審查，縣府核定後，向縣農會付費取得產地證明標章黏貼於茶包裝上，讓消費者購買時認定包裝上之產地證明標章，可以買到道道地地的真正「阿里山高山茶」。但很多消費者並不知道有這個認識標章，表示效果仍須要評估。由於產地名氣極高，使得阿里山茶很受消費者追捧，但卻也造成許多非阿里山本地的茶葉，冒充為阿里山茶銷售，同時也不斷拉低售價，攪亂了市場價格。不僅讓消費市場混亂，真假阿里山茶充斥於市場上，讓消費者難以辨識，同時也讓價格有很大的落差，使得實際的阿里山茶在銷售時有很大的壓力。解決之道，除



仰賴政府公權力機構加強查緝走私茶，並嚴懲不肖圖利茶商業者，主管機關更需對產地證明標章之核發，採取更加嚴謹之作業，如果由公部門如縣政府或鄉公所來執行，使產地證明標章更具公信力。讓消費者買的放心，喝的放心。

2. 針對本研究分析後發現，茶農及茶廠業者目前所遇到的困境是缺工和茶廠作業人員素質不高，而目前行政院農委會茶業改良場推行的丙級製茶師並不普及，丙級製茶技術士為從事茶葉製造、加工、品管、貯藏等有關的知識與技能檢定，目前還是屬推廣的階段，建議若是可以確實執行，應可以改善人員素質不高的情形。關於採茶缺工的問題，在 2018 年曾討論開放外籍移工來台採茶，以解決台灣目前缺採茶工的問題，目前仍未定案。希望能盡速開放採茶移工，解決缺工問題。
3. 政府單位多開設學習電子商務及行銷課程，讓業者可以多方學習，包括學習電商平台、網路商店、如何增加自己產品的曝光，現代人消費都是透過網路居多，若可增加另一個網路通路，可增加一個行銷的管道。
4. 交通方面，經本研究發現，遊客上山還是以自行開車占多數，一旦大部份遊客都開車上山後，就衍生出交通壅塞的問題，建議政府單位可以增設更多的大眾交通工具，可以讓遊客搭大眾交通工具上山，亦或者可以在假日增加公車的班次，鼓勵消費者可以搭車上山，以解決交通不便的問題。更可以增設一條更吸引人的交通路線，就是搭阿里山小火車到水社寮車站，再由瑞里社區的接駁車，接到瑞里，這可以吸引很多沒搭過阿里山小火車的遊客，不需要上阿里山森林遊樂區才能搭小火車，可以到瑞里就行。
5. 雖然嘉義縣也是台灣主要產茶區之一，又阿里山更是國際知名觀光景點，但卻沒有無具有規模的茶業觀光工廠來好好介紹阿里山茶，若能在嘉義縣設

立茶業觀光工廠，就地利之便，上阿里山觀光之遊客，可先到茶業觀光工廠參觀，對茶產業勢必有不同的體驗，更能吸引相當多的遊客，對茶推廣有相當大的助力。

### 5.2.2 在社區經營規劃上之建議

政府單位在社區舉辦的茶文化活動，是否能引起更大的迴響，產生更大的經濟效益，要靠全體居民來共同支持與參與。而不只靠政府單位的主導承辦茶文化活動和資金挹注。社區要與政府單位聯盟，提昇在地產業，開創永續經營。



## 參考文獻

### 一、參考書籍

1. 文崇一、楊國樞 (2000)，訪問調查法。社會及行為科學研究法下冊。台北：東華。
2. 王文科 (2001)，教育研究法。台北：五南出版社。
3. 台灣製茶工業五十年的發展(2004)，台灣區製茶工業同業公會出版。
4. 吳芝儀、廖梅花 (2002)，質性研究入門。台北：濤石文化出版社。
5. 吳萬益 (2005)，企業研究方法，台北，華泰書局。
6. 李瀋陽、黃任輝 (2005)，略談觀光茶園創新模式 中國茶葉。
7. 林意玲 (2003)，新聞深度採訪報導。基督教論壇報社內訓練。
8. 林秀雲譯 (2013)，社會科學研究方法，台北，雙葉書廊有限公司。
9. 南國嘉木(2007)。 西子湖畔茶飄香龍井茶。 中國: 中國市場。
10. 高淑清 (2008)，質性研究的18堂課—首航初探之旅，高雄，麗文文化。
11. 徐震 (1998)，社區與社區發展，正中書局。
12. 陳萬淇 (1995)，個案研究法，台北，華泰書局。
13. 陳其南 (1998)，文化產業與原住民部落振興，原住民文化與觀光休閒發展研討會，台中：中華民國戶外遊憩學會。
14. 陳坤宏(2005)，消費文化理論(二版)，台北，揚智文化事業股份有限公司。
15. 梅山鄉誌 (2010) 嘉義縣梅山鄉公所。
16. 黃朗文 (1999)，標準化的調查訪問。台北：國立編譯館。
17. 黃瑞琴 (1999)，質性研究。台北：心理出版社。
18. 黃煌雄(2001)，社區總體營總體檢調查報告書，台北 遠流出版社。
19. 黃協源/蕭文高 (2010)，社區工作，空中大學社會科學系教科書。
20. 黃銘惇譯 (2000)，社會科學研究法—社會關係研究取向，台北，桂冠。
21. 葉至誠、葉立誠 (1999)，研究方法與論文寫作。商鼎文化出版社。
22. 潘淑滿 (2003)，質性研究：理論與應用，台北。

23. 鄭瑞隆 (2002), 質的研究方法。符號互動論及其在教育研究上的應用。
24. 蔡宏進 (2006), 社區總體營造之理念與實務, 行政院勞委會職訓局。
25. 蔡榮章(2013), 現代茶道思想, 台北, 台灣商務出版社。
26. 謝文雀(編譯)(2001), 「 R. D. Blackwell, P. W. Miniard, & J. F. Engel 著, 消費者行為(第二版)。台北: 華泰
27. 交通部觀光局(2010)。樂活之旅。檢索日期: 2016年11月
28. 網址: [www.taiwan.net.tw/](http://www.taiwan.net.tw/)
29. 行政院文化建設委員會(2010)。2010 出版年鑑。檢索日期: 2016年11月。取自
30. 網址[http:// kmweb. coa. gov. tw/ subject / lp. asp? ct Node= 1663 & Ct Unit= 370 & Base DSD= 7 & mp= 86](http://kmweb.coa.gov.tw/subject/lp.asp?ctNode=1663&CtUnit=370&BaseDSD=7&mp=86)
31. 經濟部工業局(2003)。工廠自在遊。檢索日期: 2016年12月。取自網
32. 址: [http:// www. taiwanplace 21 . org/ index. htm](http://www.taiwanplace21.org/index.htm)
33. 經濟部工業局(2009)。觀光工廠自在遊－經濟部工業局地方群聚產業輔導計畫。檢索日期: 2016年12月。
34. 取自網址: [http:// proj. moeaidb. go v. tw/ cluster/ ta iwanplace 21 /](http://proj.moeaidb.gov.tw/cluster/taiwanplace21/)

## 二、 期刊、雜誌、新聞文獻、網路文章

1. 中時電子報2018/10/01
2. 王應霞(2014), 廣東茶文化旅遊產品整合開發研究－基於區域旅遊發展理論視角, 韶關學院學報。
3. 台灣當代觀光(2018), 第 1 卷第 1 期, 第 1-20 頁
4. 生活科技教育月刊 (2004), 三十七卷 第四期
5. 江毅、付火水(2014), 景德鎮浮梁茶文化旅遊產業的開發對策研究, 商業經濟。
6. 吳嘉浚、張文榮、林美玲、吳福明(2016), 休閒動機、體驗價值與參與滿意度之研究－以新北市土城國民運動中心為例。運動研究
7. 范增平(2008), 再談文化創意振興茶產業展, 茶訊。

8. 張德義、陳敦基與顏曉玲 (2011)，應用DEMATEL法探討臺灣製茶工廠發展觀光工廠之核心能力與影響指標 戶外遊憩研究。
9. 張靜紅(2016)，台灣人類學刊 14卷1期。
10. 劉鐵虎、李芸玫(譯)(2010)，讀茶：全球飲休文化與實用知識，台北市，閱讀地球文化出版。
11. 劉瓊如( 2009 )，觀光地區消費地理特性研究- 以手工藝品選擇準則及對目的地忠誠度分析為例，華岡地理學報。
12. 鄭明松、王世澤( 2004 )，創造體驗與體驗價值的時代，貿易雜誌。
13. 盧思岳 (2005)，社區總體營造概論，台灣社造聯盟。
14. 賴正南、蘇雅惠(2009)，台灣休閒茶業發展之思維，台灣農學會報。
15. 顏財發、徐琳沁(2015)，茶文化旅遊印象量表之發展，管理實務與理論研究。
16. 魏玉萍、鄭如婷 (2011) 茶觀光動機與紀念品店屬性重視度之關係 運動與遊憩研究。

### 三、 學位論文

1. 王永銘(2004)，國小學童金錢態度、消費行為與電視廣告態度之相關研究，國立屏東師範學院教育研究所碩士論文。
2. 吳宗錡 (2018)，太平雲梯對地方社區產業發展之研究，南華大學文化創意事業管理碩士論文。
3. 吳昱陵 (2018)，我炫耀，所以我存在?大學生炫耀性消費行為之探討，南華大學碩士論文
4. 林瑞隆 (2015)，茶業產銷現況模式與展望，明道大學企業高階理學系碩士論文。
5. 林玟君 (2017)，探討台灣茶文化從業人員職業能力分析研究--以茶藝師為例，嘉南藥理大學碩士論文。
6. 吳怡萱 (2009)，鄉村高齡者參與社區總體營造經驗之觀點轉化歷程研究，國立中正大學成人及繼續教育所碩士論文。

7. 黃佳慧 (2017), 茶文化觀光之體驗價值, 雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文
8. 黃郁芳 (2018), 臺灣茶文化探索暨茶器運用於茶席擺考—茶器與其詩意的棲居, 台師大碩士論文。
9. 黃中元 (2011), 茶文化產業創新策略之研究：以天福集團為例。國立中央大學客家研究碩士在職專班碩士論文。
10. 黃致凱 (2004), 組織創新氣候知覺, 個人創新行為, 自我效能知覺與問題解決型態關係之研究, 國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文。
11. 黃香瑜(1998), 基隆市國中學生飲料消費行為研究, 國立台灣師範大學家政教育研究所碩士論文。
12. 張依文 (2005), 體驗經濟下的文化創意生活產業—以天仁喫茶趣的創意產業升級為例, 臺灣大學國家鄉展研究所學位論文。
13. 張竟漢(2016), 服務品質、服務創新、服務價值與顧客滿意度對顧客忠誠關係之研究—致穩人文商旅為例, 崑山科技大學企業管理研究所/商業及管理學門/企業管理學類碩士論文。
14. 張美玲(2004), 台北市國中學生對西式速食的消費者知識, 態度與行為研究, 台灣師範大學類發展與家庭研究所碩士論文。
15. 郭品妤 (2004), 地方文化產業行銷機制之研究—以消費者心理向度探討, 朝陽科大建築及都市設計研究所碩士論文。
16. 童家慧 (2018), 專業能力、創新行為與服務品質之關係--以美髮業為例, 碩士論文南華大學。
17. 詹于箴(2013), 內在動機與創新行為之關係—知覺組織創新氣候為中介, 國立高雄應用科技大學人力資源發展所碩士論文。
18. 楊書榮 (2015), 南華咖啡業市場行銷研究碩士論文, 南華大學碩士論文。
19. 楊珮璿(2019), 知覺價值、創新行為對關係品質之影響—以芳香療法美學產業為例, 南華大學管理學院企業管理學系管理科學所碩士論文。

20. 簡素琴(2013), 地方文化與產業對社區觀光發展之研究—以南投縣仁愛鄉親愛村為例, 南華大學文化創意事業管理系碩士論文。
21. 戴羽禎 (2016), 台灣茶文化之儀式—以月映盃為例, 南華大學文化創意事業管理學系碩士論文。

#### 四、 網路資料

1. 文化部台灣社區通：<https://communitytaiwan.moc.gov.tw/>
2. 交通部觀光局：<https://www.taiwan.net.tw/>
3. 行政院農委會：<https://www.coa.gov.tw/>
4. 行政院農委會茶葉改良場：<https://www.tres.gov.tw/>
5. 阿里山國家風景管理區行政資訊網  
<https://admin.taiwan.net.tw/ali-nsa/BusinessInfoAli/AchievementAli/Achievement02Ali/Achievement02Ali.htm>
6. 嘉義縣政府：<https://www.cyhg.gov.tw/>
7. 嘉義縣文化觀光局：<https://www.tbocc.gov.tw/Administrative/>

#### 五、 英文文獻

1. Addis, M., & Holbrook, M. B. (2001) .On the conceptual link between mass customisation and experiential consumption: An explosion of subjectivity. Journal of Consumer Behaviour , (1) , 50-66.
2. Brown , G. P. , Havits , M. E. , & Getz, D. (2007). Relationship between wine involvement and wine – related travel. Journal of Travel & Tourism Marketing , 21(1) , 31-46.
3. Bommer, M., & Jaiajas, D. S. (1999), The threat of organizational downsizing on the innovative Propensity of R & D Professionals. R & D Management, Vol.29, p.27-34.
4. Charters , S., & Ali – Knight, J. (2002). Who is the wine tourist? Tourism Management , 23(3) , 311-319.
5. Du Cros, H. (2001). A new model to assist in planning for sustainable cultural

- heritage tourism. International Journal of Tourism Research , 3(2) , 165-170.
6. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1990). Consumer Behavior. Orlando: The Dryden Press.
  7. Grainge, P. (2007) . Brand hollywood: Selling entertainment in a global media age. New York: Routledge.
  8. Han, L. K. (2007) . Tea traditions in Taiwan and Yunnan. In J .Lee (Ed.), Tea and tourism: Tourists, traditions and transformations(p. 53-68) .Oxford, England: Channel View Publications.
  9. Hall, C. M., & Macionis, N. (1998). Wine tourism in Australia and New Zealand. : Review, Establishment and Prospects. International Journal of Wine Marketing , 9(2) , 5-31.
  10. Hirschman, E. C. & Holbrook, M. B. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. Journal of Consumer Research , 9(2) , 132-140.
  11. Hughes, G. (1995). Food, tourism and Scottish heritage. In D.Leslie (Ed.), Tourism and leisure: Towards the millennium (p.109-120). Eastbourne LSA Publications.
  12. Holbrook, M. B. (2000). The millennial consumer in the texts of our times: Experience and entertainment. Journal of Macromarketing , 20(2) , 178-192.
  13. Holbrook, M. B., & Schindler, R. M. (1994). Age, sex, and attitude toward the past as predictors of consumers' aesthetic tastes for cultural products. Journal of Marketing Research , 9(2) , 412-422.
  14. Jolliffe,L.(Ed.). (2007) Tea and tourism: traditions and transformations (Vol.11). United Kingdom:Channel View Publications.
  15. Jansen O. (2000), Job demands, Perceptions of effort-reward Fairness and innovative work behavior. Journal of Occupational and Organizational Psychology, Vol.73, p.287-302.



16. Jason C. Gawke, Marjan J. Gorgievski and Arnold B. Bakker (2019), Measuring intrapreneurship at the individual level: Development and validation of the employee intrapreneurship scale (EIS), European Management Journal, 10.1016/j.emj.
17. Kerstetter, D., Confer, J ., & Bricker, K. (1998) . Industrial heritage attractions: Types and tourists. Journal of Travel & Tourism Marketing , 7(2) , 91-104.
18. Kanter, R.M. (1988), When thousand Flowers bloom: structural, collective, and social conditions for innovation in organization, Research in Organizational Behavior, Vol.10, pp.169-211.
19. Meyer, D. (2004). Tourism routes and getaways: Key issues for the development of tourism routes and gateways and their potential for pro - poor tourism.
20. Pine, B. J. , & Gilmore, J . H. (1999). The experience economy: Work is theatre & every business a stage. Brighton. Harvard Business Press.
21. Rössler, M. (1994). Itineraries and canals for the World Heritage list, In ICOMOS and Ministry of Culture, Spain (Eds), Routes as a part of our culture heritage (p.59-70), Meeting of Experts, ICOMOS and Ministry of Culture, Madrid.
22. Richards, G. (2002). Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption Tourism an dgastronomy (p. 2 - 20). New York: Routledge.
23. Sheth, J. N., Newman, B. I. & Gross, B. L.(1991), Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values, Journal of Business Research, Vol.22, (p.159-170).
24. Schiffman, L. G., & Kanuk L. L. (2000). Consumer Behavior (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
25. Swarbrooke, J. (1995). Tourism and leisure education in the United Kingdom. European Tourism and Leisure Education: Trends and Prospects , 11(2) , 165-203 , New York: Routledge.
26. Schmitt , B. (1999) Experiential marketing . Journal of Marketing , 15(1-3) , 53-67.

27. Scott, S.G., & Bruce, R.A.(1994), Determinants of innovative behavior: A Path model of individual innovation in the workplace. Academy of management Journal, Vol.37, pp.580-607.
28. Tan,S. J. (1999), Strategies For Reducing consumers Risk Aversion in Internet Shopping, Journal of Consumer Marketing, Vol.16, No.2, p.163-180.
29. Wilkie, William L.(1994), Consumer Behavior, 3rd ed., New York: John Wiley& Sons, Inc.
30. Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means - end model and synthesis of evidence. Journal of Marketing , 52(3) , 2-22.



## 附錄一：相關人士訪談大綱

### 第一部份：業者之訪談大綱

1. 請問目前阿里山茶產業的現況與困境？
2. 請問目前阿里山茶文化的推動情形？
3. 請問目前阿里山茶文化有何創新的作為？
4. 政府單位推動茶文化有何協助及影響？
5. 未來發展？

### 第二部份：社區居民之訪談大綱

1. 問阿里山茶文化活動對社區效益為何(環境、經濟、交通、治安)
2. 請問社區居民參與阿里山茶文化活動情形如何？

### 第三部份：消費者之訪談大綱

1. 請問可否描述參與過阿里山茶文化活動情形？
2. 請問參與阿里山茶文化活動是否有消費行為？
3. 請問是否有重遊意願來訪?(動機、體驗、滿意度、阻礙 推薦 )

### 基本資料

姓別：

年齡：

職業：

居住地：

教育程度：

## 附錄二：訪談逐字稿

訪談編號：A1

訪談對象：茶農

訪談時間：2019/12/01，2020/01/10

訪談地點：茶農的家

訪談方式：深入訪談並紙筆紀錄輔以錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p><b>第一部份：業者之訪談大綱</b></p> <p>1. 請問目前阿里山茶產業的現況與困境？</p> <p><u>農民真的是靠天吃飯的，現在的氣候異常，連帶影響茶葉的收成，以前依我目前管理的茶園面積，以春茶為例，每次的春茶大約可收成 2000 台斤左右，現在大約在 1300 台斤左右，茶農付出一樣的心血，一樣的管理成本，收入卻減少那麼多。有時為了提昇產量和品質，要花更多的心血和管理成本，也不一定能達到以前的品質和產量，只能認為是氣候變遷。</u></p> <p><u>氣候巨變，一下乾旱好幾個月，一下連下幾天的豪大雨，這對茶樹來說，都是相當大的影響，相對影響茶葉的品質。</u></p> <p>還有我認為<u>有些茶農對茶葉沒</u></p>	<p>農民真的是靠天吃飯的，現在的氣候異常，連帶影響茶葉的收成(A1-1-1)</p> <p>氣候變遷。氣候巨變，一下乾旱好幾個月，一下連下幾天的豪大雨，這對茶樹來說，都是相當大的影響，相對影響茶葉的品質。</p> <p>(A1-1-2)</p> <p>有些茶農對茶葉沒有熱情，只把茶當生財器具，這是無法培育出好品質的高山茶對茶沒有熱情，怎會想要提昇茶葉的</p>

有熱情，只把茶當生財器具，這是無法培育出好品質的高山茶。對茶沒有熱情，怎會想要提昇茶葉的品質？怎會想要和別人研究做出好茶？茶農在這當中，做不出好茶，更是不好賣，因為有成本壓力，茶葉成本都是現金，茶農不賣一些茶，資金週轉就有問題。所以他要降價求售，回一些本，這是一種惡性循環。他不肯在茶園花心思，然後又認為利潤沒有以前好，在管理上就隨隨便便，相對的茶園就不會產出好的茶。

還有一點，現在茶葉的加工人員，不管是茶園管理或是茶廠的加工人員，素質不高，現在茶葉相關工作人員的薪資比外面的基本工資時薪，高太多了，所以有管道進來茶廠工作的人，只想賺錢，只想把事情做完，不會想要把事情做得更好，這是觀念上的問題。以致茶農不能生產良好且高品質的高山茶。這是一個隱憂。

喝茶人口漸漸凋零，像我們有時會去台北希望廣場展售，主動來試茶的年輕人不多，大部份還是中壯年，

品質？怎會想要和別人研究做出好茶？茶農在這當中，做不出好茶，更是不好賣，因為有成本壓力，茶葉成本都是現金，茶農不賣一些茶，資金週轉就有問題。所以他要降價求售，回一些本，這是一種惡性循環。他不肯在茶園花心思，然後又認為利潤沒有以前好，在管理上就隨隨便便，相對的茶園就不會產出好的茶。(A1-1-3)

現在茶葉的加工人員，不管是茶園管理或是茶廠的加工人員，素質不高，有管道進來茶廠工作的人，只想賺錢，只想把事情做完，不會想要把事情做得更好，這是觀念上的問題。以致茶農不能生產良好且高品質的高山茶。這是一個隱憂。(A1-1-4)

喝茶人口漸漸凋零。(A1-1-5)

年紀大的長輩也會因為身體因素，說現在較少喝茶，怕會影響睡眠。

(A1-1-6)

<p>大概在 50 歲以上的人居多，若年輕人來買茶，通常是送禮需求，喝的不多，我認為年輕人應該喝咖啡比較多，比較方便吧，便利商店到處有，所以茶葉的市場漸漸被咖啡取代。有時年紀大的長輩也會因為身體因素，說現在較少喝茶，怕會影響睡眠。</p>	
<p>2. 請問目前阿里山茶文化的推動情形？</p> <p><u>政府單位都會定期在山上舉辦活動，例如阿里山四季茶會、紫藤花季、螢火蟲季，都會有茶會、茶席，會吸引來山上遊玩的人，有的人沒參加過茶席活動，就會特別的有興趣，而且報名也很踴躍，活動都相當成功，政府和民間茶葉相關團體都有辦一些，交流活動，例如茶藝茶詩詞研習</u></p>	<p>政府單位都會定期在山上舉辦活動，例如阿里山四季茶會、紫藤花季、螢火蟲季，都會有茶會、茶席，會吸引來山上遊玩的人，有的人沒參加過茶席活動，就會特別的有興趣，而且報名也很踴躍，活動都相當成功(A1-2)</p>
<p>3. 請問目前阿里山茶文化有何創新的作為？</p> <p><u>以政府單位來講，嘉義縣文化觀光局，陸陸續續舉辦了「品味阿里山茶、嘉義茶文化」的系列活動，將阿里山茶各方面的去努力，從美學、行銷、包裝、藝術、人文、古禮…等等</u></p>	<p>以政府單位來講，嘉義縣文化觀光局，陸陸續續舉辦了「品味阿里山茶、嘉義茶文化」的系列活動，將阿里山茶各方面的去努力，從美學、行銷、包裝、藝術、人文、古禮…等等各種角度，舉辦了各式各樣的推廣活動(A1-3-1)</p>

<p><u>各種角度，舉辦了各式各樣的推廣活動，像是阿里山意境的茶會，在民雄日式招待所茶潤花香的茶會、在瑞里圓潭瀑布的飛瀑曲水茶會、在隙頂的茶園山色茶會，這些精心設計的活動就是要讓愛茶的朋友更加的喜愛茶，沒接觸過茶的朋友會一頭栽進茶的這個領域。</u></p> <p><u>以茶農來說，將現有茶種加工成不同的茶類例如窈花茶，讓百年工藝再現。</u></p> <p><u>還有另一點，行政院茶業改良場開發新茶種，讓我們茶農的產品多元，這也是有很大的幫助，像新品種迎香，給消費者有更多元的選擇，而不再只是烏龍茶，還有更多元的茶品。</u></p> <p>4. 政府單位推動茶文化有何協助及影響?</p> <p><u>當然協助和影響都很大，當政府要舉辦一系列的活動，要有相當的廣告行銷的預算來執行。才能發揮最高的效益，一般我們百姓不太可能做得到，所以希望能多舉辦像這的推廣活動，推廣茶產業，促進地方經濟效益。</u></p>	<p>以茶農來說，將現有茶種加工成不同的茶類例如窈花茶，讓百年工藝再現。(A1-3-2)</p> <p>行政院茶業改良場開發新茶種，讓我們茶農的產品多元，這也是有很大的幫助，像新品種迎香，給消費者有更多元的選擇，而不再只是烏龍茶，還有更多元的茶品。(A1-3-3)</p> <p>希望能多舉辦像這的推廣活動，推廣茶產業，促進地方經濟效益。(A1-4)</p>
---	---

5. 未來發展?

更要加強茶葉的品質控管，有好的品質才能拉住客人，也才能吸引客人。我想現在茶農都很辛苦，但因為沒有那麼多的零售市場的客戶，還是要依賴批發商來購買，整個利潤空間都被壓縮了，所以若是有機會，我會想要有自己的品牌，我相信以我們在地茶農的品質保證，應該可以有自己的一小小片天地。慢慢的以自己的品牌來經營，不管是店面還是電子商務，經營自己的客戶，那是最實在的。畢竟現在年輕人還是以網路為主。若要增加年輕人的消費族群，一定要經營這個區塊，這也是我們努力的方向。但擁有自己的品牌沒那麼容易，整體茶葉包裝設計，包含真空袋，茶葉禮盒，提袋，網站設計，這一整個花費下來很可觀的，但是我認為慢慢來，先從小部份著手，像是真空袋，四兩紙盒和提袋，目前只做到這樣，未來還希望能有自己的禮盒包裝和網站，慢慢朝著自己的品牌努力前進。

要加強茶葉的品質控管，有好的品質才能拉住客人，也才能吸引客人。(A1-5-1)

沒有那麼多的零售市場的客戶，還是要依賴批發商來購買，整個利潤空間都被壓縮了，我會想要有自己的品牌。

(A1-5-2)

畢竟現在年輕人還是以網路為主。若要增加年輕人的消費族群，一定要經營這個區塊，這也是我們努力的方向。

(A1-5-3)



訪談編號：A2

訪談對象：茶廠及民宿業者

訪談時間：2019/12/10 ，2020/01/20

訪談地點：茶廠

訪談方式：深入訪談並紙筆紀錄輔以錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>第一部份：業者之訪談大綱</p> <p>1. 請問目前阿里山茶產業的現況與困境？</p> <p>目前阿里山的茶農都是小農，每一季認真的從事生產，但茶葉零售市場的量，還不足以消耗每一季生產的茶葉數量，所以大部份都還是以批發為主，相對的利潤空間就有限，所以如何賣自己的茶是很大的學問，又我們忙自己的產業，根本分身乏術。</p> <p><u>對於行銷技巧與管道，身為茶農的我們根本不懂，所以仰賴茶商收購，但相對的利潤被剝奪。</u></p> <p>2. 請問目前阿里山茶文化的推動情形？</p> <p><u>目前都是透過政府單位及社區努力，利用媒體，網路，社群網路，將大阿里山茶文化讓遊客或消費者了解，會利用辦茶葉博覽會、茶會、</u></p>	<p>對於行銷技巧與管道，身為茶農的我們根本不懂，所以仰賴茶商收購，但相對的利潤被剝奪。(A2-1)</p> <p>目前都是透過政府單位及社區努力，利用媒體，網路，社群網路，將大阿里山茶文化讓遊客或消費者了解，會利用辦</p>

<p><u>採茶或製茶體驗營的活動，以生活化及淺顯易懂的方式，讓參與的民眾了解茶文化，讓生活茶文化，茶文化生活。</u></p>	<p>茶葉博覽會、茶會、採茶或製茶體驗營的活動，以生活化及淺顯易懂的方式，讓參與的民眾了解茶文化，讓生活茶文化，茶文化生活。(A2-2)</p>
<p>3. 請問目前阿里山茶文化有何創新的作為?</p> <p><u>政府單位會舉辦一些茶文化活動，透過當地的產業特色和旅遊景點，做結合，吸引人潮，製造商機。</u>例如今年辦的紫藤花季活動，就很成功也很特別，特別辦了住宿的遊客體驗活動，包含了教學烘焙咖啡豆，手沖咖啡豆，特色晚餐便當和星空下茶席，參加過的客人都讚不絕口，且連續一個月吸引了很多來瑞里的人潮。</p>	<p>政府單位會舉辦一些茶文化活動，透過當地的產業特色和旅遊景點，做結合，吸引人潮，製造商機。(A2-3)</p>
<p>4. 政府單位推動茶文化有何協助及影響?</p> <p><u>在嘉義縣政府文化觀光局和阿里山國家風景管理處的積極推動下，讓接觸茶文化的人更普及，也更能讓大眾了解茶文化的美好，更能興起帶動消費與觀光，這更是一種使命，一種傳承。</u>讓茶區更有特色，社區的茶人及小小泡茶師有機會透過茶席活動來推廣產業，更能</p>	<p>在嘉義縣政府文化觀光局和阿里山國家風景管理處的積極推動下，讓接觸茶文化的人更普及，也更能讓大眾了解茶文化的美好，更能興起帶動消費與觀光，這更是一種使命，一種傳承(A2-4)</p>

提昇自身的茶知識，茶人和小小泡茶師透過這樣的茶文化活動，觀念及視野都能大大的提昇。

5. 未來發展?

我個人認為茶文化活動的推廣，並未落實對於產業的實質幫助與回饋，目前還是處於煙火般的效應，還需要更多的努力才能對茶產業的發展方向定位，提昇競爭力及優勢。

我個人認為茶文化活動的推廣，並未落實對於產業的實質幫助與回饋，目前還是處於煙火般的效應，還需要更多的努力才能對茶產業的發展方向定位，提昇競爭力及優勢。(A2-5)

訪談編號：A3

訪談對象：茶行業者

訪談時間：2020/01/30，2020/02/20

訪談地點：茶行

訪談方式：深入訪談並紙筆紀錄輔以錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>第一部份：業者之訪談大綱</p> <p>1. 請問目前阿里山茶產業的現況與困境？</p> <p><u>阿里山茶一直以來都頗具盛名，也極受市場歡迎。由於產地名氣極高，使得阿里山茶很受消費者追捧，但卻也造成許多非阿里山本地的茶葉，冒充為阿里山茶銷售，同時也不斷拉低售價，攪亂了市場價格。不僅讓消費市場混亂，真假阿里山茶充斥於市場上，讓消費者難以辨識，同時也讓價格有很大的落差，使得實際的阿里山茶在銷售時有很大的價格壓力。</u></p> <p>目前所遇的困境是<u>氣候變遷、自然環境不穩定</u>。近年來，氣溫、雨量的不穩定，對於茶樹的生長期有較大的影響，不僅影響了產量，也對茶葉的採摘、生產及製作有很大的影響。</p>	<p>阿里山茶一直以來都頗具盛，也極受市場歡迎。由於產地名氣極高，使得阿里山茶很受消費者追捧，但卻也造成許多非阿里山本地的茶葉，冒充為阿里山茶銷售，同時也不斷拉低售價，攪亂了市場價格(A3-1-1)</p> <p>氣候變遷、自然環境不穩定。(A3-1-2)</p>

<p>2. 請問目前阿里山茶文化的推動情形？</p> <p>阿里山與茶葉的關聯可謂密不可分。不論是當地業者、農會、政府單位等，對於推廣阿里山茶產業可說是不遺餘力，<u>除了一般大眾認知的茶葉外，近年來更嘗試重不同面相來推廣，希望能讓茶葉能更進一步的生活化，運用到更廣泛的生活面。</u>舉凡透過茶藝的沖泡讓人靜心、讓人與人之間有更深層的交流；藉由茶席的擺設，引人進一步思考空間布置，提升個人的生活品味；也進一步更推動採茶製茶體驗，茶葉旅遊等。</p>	<p>除了一般大眾認知的茶葉外，近年來更嘗試重不同面相來推廣，希望能讓茶葉能更進一步的生活化，運用到更廣泛的生活面。(A3-2)</p>
<p>3. 請問目前阿里山茶文化有何創新的作為？</p> <p><u>從與花季結合、與當地的景觀結合(如瀑布、茶園、日式建築物等)、與服飾結合。</u>也於 2019 年推行「冬遊阿里山茶之道」，推出茶旅文藝、茶旅產業、茶旅生態與茶旅好旅遊四大系列，讓民眾能從不同角度遊歷阿里山的自然生態及茶葉文化。</p>	<p>花季結合、與當地的景觀結合(如瀑布、茶園、日式建築物等)、與服飾結合。(A3-3)</p>
<p>4. 政府單位推動茶文化有何協助及</p>	

<p>影響?</p> <p><u>有政府的推動肯定較有益</u></p> <p>處，一方面可整合較多的資源，另一方面也能引起較大的關注度與民眾可信度。若只是由業者方面來推行，容易使民眾感覺過多的商業化。由政府主動推行、整合，不僅能減輕業者的負擔及風險，也能獲得較有效的回饋反響。</p>	<p>有政府的推動肯定較有益處，一方面可整合較多的資源，另一方面也能引起較大的關注度與民眾可信度。(A3-4)</p>
<p>5. 未來發展?</p> <p><u>阿里山不僅是茶葉重要的產區，也是觀光旅遊的重地。在整體阿里山茶文化健全的基礎上，可嘗試朝著規劃深度的茶文化之旅。針對國人可規畫短期的3天行程，也能參考如法國葡萄酒莊深度旅遊(一~兩周的行程)，結合阿里山+日月潭(烏龍茶+紅茶)的整體規劃。</u></p> <p>台灣的茶葉既然在國際上享譽盛名，相信許多外國人也僅是知道台灣茶好，但實際好在哪裡?如何的好法?都不慎清楚，甚至很多台灣人自己也都一知半解。<u>透過消費者自己親身體驗及感悟，會讓參與過的人有更深刻的連結。</u>然而，對於茶葉品嘗及辨識也是需要一定的</p>	<p>阿里山不僅是茶葉重要的產區，也是觀光旅遊的重地。在整體阿里山茶文化健全的基礎上，可嘗試朝著規劃深度的茶文化之旅。(A3-5-1)</p> <p>針對國人可規畫短期的3天行程，也能參考如法國葡萄酒莊深度旅遊(一~兩周的行程)，結合阿里山+日月潭(烏龍茶+紅茶)的整體規劃。(A3-5-2)</p> <p>透過消費者自己親身體驗及感悟，會讓參與過的人有更深刻的連結。(A3-5-3)</p>

基礎，因此，如何將這些知識以淺顯易懂的語言或方法傳達給參與者，讓其在參與過程中能有所收穫，這便以達到文化推廣的第一步了。

可再思考挖掘在地的傳統文化、生活方式。譬如先前山上的取水方式以及灌溉渠道；電話未普及前，是否村民都匯聚於某間便利商店或廟宇前接聽電話等等。從老人家的記憶中挖掘在地的文化與歷史，將此做為串起茶文化的連結。

可再思考挖掘在地的傳統文化、生活方式。譬如先前山上的取水方式以及灌溉渠道；電話未普及前，是否村民都匯聚於某間便利商店或廟宇前接聽電話等等。從老人家的記憶中挖掘在地的文化與歷史，將此做為串起茶文化的連結。

(A3-5-4)

訪談編號：A4

訪談對象：茶藝師、茶農

訪談時間：2020/02/25，2020/03/01

訪談地點：茶農的家

訪談方式：深入訪談並紙筆紀錄輔以錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>第一部份：業者之訪談大綱</p> <p>1. 請問目前阿里山茶產業的現況與困境？</p> <p><u>傳統工藝漸漸消失~以前布球揉捻，是用腳的，後來用揉捻機取代。5年前製茶產業有了重大的變化，進口擠壓機，人力減少了，製茶師父變輕鬆了，但很多買茶的客人都說茶味變了，變淡了，沒有以前的味道了。雖然茶業改良場的老師一直跟茶農上課，教茶農做發酵程度重一點，但是客人都不接受茶湯顏色重一點的，只要輕發酵，再加上豆腐機的製作過程，茶葉的發酵只會愈輕，那跟進口茶又有何差別？</u></p> <p><u>近幾年外銷停滯，內銷又減量，整個經濟下滑，所以茶葉市場是下滑的，要如何才能突破境，可能還有一段路走。</u></p>	<p>傳統工藝漸漸消失~以前布球揉捻，是用腳的，後來用揉捻機取代。5年前製茶產業有了重大的變化，進口擠壓機，人力減少了，製茶師父變輕鬆了，但很多買茶的客人都說茶味變了，變淡了，沒有以前的味道了(A4-1-1)</p> <p>近幾年外銷停滯，內銷又減量，整個經濟下滑，所以茶葉市場是下滑的，要如何才能突破境，可能還有一段路走。(A4-1-2)</p>



<p>2. 請問目前阿里山茶文化的推動情形？</p> <p><u>農會和製茶工會每年固定有春茶比賽茶和冬茶比賽茶的競賽，這是茶農和茶商一起共襄盛舉，那大同技術學院的茶文化相關科系，也會舉辦茶會，縣政府觀光局也會有定期的茶會，茶鄉之旅的推廣，辦得相當不錯。</u></p>	<p>農會和製茶工會每年固定有春茶比賽茶和冬茶比賽茶的競賽，這是茶農和茶商一起共襄盛舉，那大同技術學院的茶文化相關科系，也會舉辦茶會，縣政府觀光局也會有定期的茶會，茶鄉之旅的推廣，辦得相當不錯。(A4-2)</p>
<p>3. 請問目前阿里山茶文化有何創新的作為？</p> <p><u>以前的茶農，都只是在山上工作，茶葉生產期間，才會去客戶那裡試茶，<u>現在有採製茶體驗，和茶席活動，大大提高茶農的能見度，茶農靠休閒和觀光來帶動茶文化，推廣茶文化，增加茶產業經濟效益。</u></u></p>	<p>現在有採製茶體驗，和茶席活動，大大提高茶農的能見度，茶農靠休閒和觀光來帶動茶文化，推廣茶文化，增加茶產業經濟效益(A4-3)</p>
<p>4. 政府單位推動茶文化有何協助及影響？</p> <p><u>政府單位推動茶文化不遺餘力，相對也提高了茶農的曝光度。我們不再只是在山上工作的農民，透過茶文化的推廣，可以將茶農的理念和想法和消費者做一個</u></p>	<p>政府單位推動茶文化不遺餘力，相對也提高了茶農的曝光度。我們不再只是在山上工作的農民，透過茶文化的推廣，可以將茶農的理念和想法和消費者做一個交流。直接面對消費者，可以知道消費者要的是什麼，或是有什麼建議。</p>

<p><u>交流。直接面對消費者，可以知道消費者要的是什麼，或是有什麼建議。茶產業透過這樣的文化包裝，相信會吸引更多人進來茶的世界裡，茶不再只是熱水沖泡，倒出茶湯，而是有人文，有美學，有生活，有文化的。</u></p>	<p>茶產業透過這樣的文化包裝，相信會吸引更多人進來茶的世界裡，茶不再只是熱水沖泡，倒出茶湯，而是有人文，有美學，有生活，有文化的。(A4-4)</p>
<p>5. 未來發展?  <u>其實目前茶產業的現況並不好，也只能保守方式來因應，因為怕家裡囤積太多貨，會壓到成本，以致於資金運用上，容易週轉不靈。所以大環境差，就要以保守的方式來因應。</u></p>	<p>其實目前茶產業的現況並不好，也只能保守方式來因應(A4-5)</p>

訪談編號：A5

訪談對象：茶藝老師、茶農

訪談時間：2020/02/27，2020/03/05

訪談地點：茶廠

訪談方式：深入訪談並紙筆紀錄輔以錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>第一部份：業者之訪談大綱</p> <p>1. 請問目前阿里山茶產業的現況與困境？</p> <p><u>目前我們家的茶都還是內銷，而且我們的客戶也都是中部的茶行，所以什麼陸客不來，對我們來說，影響不大，還是內需市場。</u></p> <p><u>對於茶產業的困境，我覺得是採茶工的短缺，現在的年輕人不喜歡風吹日曬，寧願吹吹冷氣，每個月領 22K。現在出門採茶的都是 6~70 歲，甚至 80 幾歲都有，還有另一大族群是外籍配偶，還有<u>逃逸外勞</u>。台灣人採茶還算規矩，那些外配和逃逸外勞，完全不按照規矩，採個一心五、六葉算普通，還有更誇張的，每天不賺個 4、5 千不開心。採茶工遇斷層，年輕人不願意採茶，若這些採茶的長輩愈來愈少，真不知道，我們阿里山手採高山茶的未來哪裡??</u></p>	<p>目前我們家的茶都還是內銷，而且我們的客戶也都是中部的茶行，所以什麼陸客不來，對我們來說，影響不大，還是內需市場。(A5-1-1)</p> <p>茶產業的困境，我覺得是採茶工的短缺，現在的年輕人不喜歡風吹日曬，寧願吹吹冷氣，每個月領 22K。現在出門採茶的都是 6~70 歲，甚至 80 幾歲都有，還有另一大族群是外籍配偶，還有逃逸外勞。(A5-1-2)</p>

<p>2. 請問目前阿里山茶文化的推動情形？</p> <p><u>目前政府單位都有定期舉辦茶文化活動，例如阿里山四季茶旅，隙頂製茶趣…等等。而且每年都有增加遊客的現象，若把這樣的活動，變成規律的茶文化活動，必能吸引更多的遊客。</u></p> <p><u>還有我們茶廠有時會舉辦採茶或製茶體驗，有客人預約，就會舉辦，大部份是夏季到秋季，客人上山避暑，我們就排手工揉紅茶的行程，讓客人揉完紅茶，乾燥後就可以帶回家。</u></p> <p>3. 請問目前阿里山茶文化有何創新的作為？</p> <p><u>政府不定期舉辦茶旅達人的培訓，目前已辦到第五期的培訓，每個梯次招募 35 人，招募具服務熱忱學員參與培訓課程，提昇茶藝美學涵養及生態導覽服務增值概念，宣導阿里山茶產業與茶藝文化、地理人文觀念、農業資源、生態保育之專業內容，透過地景茶會提供遊客品茗最真實甘醇、清香的「阿里山</u></p>	<p>政府單位都有定期舉辦茶文化活動，例如阿里山四季茶旅，隙頂製茶趣…等等。而且每年都有增加遊客的現象，若把這樣的活動，變成規律的茶文化活動，必能吸引更多的遊客。</p> <p>(A5-2-1)</p> <p>還有我們茶廠有時會舉辦採茶或製茶體驗，有客人預約，就會舉辦，大部份是夏季到秋季，客人上山避暑，我們就排手工揉紅茶的行程。(A5-2-2)</p> <p>政府不定期舉辦茶旅達人的培訓，目前已辦到第五期的培訓。(A5-3-1)</p> <p>招募具服務熱忱學員參與培訓課程，提昇茶藝美學涵養及生態導覽服務增值概念，宣導阿里山茶產業與茶藝文化、地理人文觀念、農業資源、生態保育之專業內容，透過地景茶會提供遊客品茗最真實甘醇、清香的「阿里山高山茶」，專業深度導覽提供遊客體</p>
--	---

<p><u>高山茶</u>」，<u>專業深度導覽提供遊客體驗優質茶旅遊及生態之美</u>，期以「<u>優質、深度、特色、多元</u>」的<u>核心價值創新旅遊服務</u>，引領阿里山邁向<u>觀光旅遊新紀元</u>。</p>	<p>驗優質茶旅遊及生態之美，期以「<u>優質、深度、特色、多元</u>」的<u>核心價值創新旅遊服務</u>，引領阿里山邁向<u>觀光旅遊新紀元</u>。(A5-3-2)</p>
<p>4. 政府單位推動茶文化有何協助及影響?</p> <p><u>當然是正向的影響</u>，一場<u>茶文化活動需要多少的人力和物力</u>，目前還是以<u>政府單位的特色茶文化活動為主</u>。不管是<u>規劃還是宣傳</u>，仍然是以<u>政府單位的活動最完整</u>。<u>這當然是對社區是最好的宣傳</u>，辦這樣的<u>茶文化活動</u>，吸引<u>愛茶人士來參與</u>，吸引<u>遊客上山</u>，有人潮就有<u>錢潮</u>，更會提昇<u>社區產業的經濟活動</u>。</p>	<p>當然是正向的影響，一場<u>茶文化活動需要多少的人力和物力</u>，目前還是以<u>政府單位的特色茶文化活動為主</u>。(A5-4-1)</p>
<p>5. 未來發展?</p> <p><u>希望政府能多舉辦茶文化活動</u>，<u>與社區結合</u>，由<u>社區主導來規劃分流遊客</u>，因為政府資源目前還是<u>分配不平均</u>，透過<u>社區來分流遊客</u>是最直接且最有效率的。</p>	<p>這當然是對社區是最好的宣傳，辦這樣的<u>茶文化活動</u>，吸引<u>愛茶人士來參與</u>，吸引<u>遊客上山</u>，有人潮就有<u>錢潮</u>，更會提昇<u>社區產業的經濟活動</u>。(A5-4-2)</p> <p>希望政府能多舉辦茶文化活動，<u>與社區結合</u>，由<u>社區主導來規劃分流遊客</u> (A5-5)</p>

訪談編號：B1

訪談對象：社區居民

訪談時間：2019/10/30

訪談地點：居民的家

訪談方式：深入訪談並紙筆紀錄輔以錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>第二部份：社區居民之訪談大綱</p> <p>1. 請問阿里山茶文化活動對社區效益為何?(環境、經濟、交通、治安)</p> <p><u>我覺得在山上舉辦茶文化活動，可吸引外地人進到瑞里社區，更吸引對茶有興趣的消費者或遊客，上山體驗，這樣對整個社區都有提昇的作用。也因為茶文化活動吸引很多人潮，進而政府願意把社區建設的更有人文氣息，營造出很好的喝茶氛圍，讓消費者一進入社區有茶鄉的感受。</u></p> <p>現在我們社區在不同季節有不同的觀光活動，三月紫藤花季，四~六月喝春茶賞螢火蟲……等等，吸引不同人潮上山旅遊。<u>人潮一多，相對山上的茶產業或是民宿和餐廳業者，也跟著活絡起來，人一多，整個山上的金流就旺盛，這對山上的產業都是有正向的加分作用。來旅遊的人一多，交通擁塞在所難</u></p>	<p>我覺得在山上舉辦茶文化活動，可吸引外地人進到瑞里社區，更吸引對茶有興趣的消費者或遊客，上山體驗，這樣對整個社區都有提昇的作用。(B1-1-1)</p> <p>茶文化活動吸引很多人潮，進而政府願意把社區建設的更有人文氣息，營造出很好的喝茶氛圍，讓消費者一進入社區有茶鄉的感受。(B1-1-2)</p> <p>人潮一多，相對山上的茶產業或是民宿和餐廳業者，也跟著活絡起來。(B1-1-3)</p> <p>來旅遊的人一多，交通擁塞在所難免，</p>

<p><u>免，我們這裡的派出所都會在不能路邊停車的路段放三角錐，大大改善了堵車的問題，而我們山上的居民也會禮讓遊客，所以有時車多，我們當地的居民也能體諒。</u></p> <p>關於治安的問題，目前還沒有聽說有任何問題，<u>我認為台灣人普遍安居樂業，人民素質都高，並沒有治安的問題。</u></p> <p>所以整個來說，社區舉辦茶文化的觀光活動，對整個社區是加分的，不管是環境、交通，尤其是對經濟更是有幫助的，所以社區居民也很願意配合政府單位舉辦觀光活動。</p> <p>2. 社區居民參與阿里山茶文化活動情形如何?</p> <p><u>居民普遍參與度都很高，因為是整個社區的活動，大部份的人有空就會去幫忙，包括志工維持交通秩序或是搬運活動所需要的桌椅，或是開接駁車載客人去活動場地，或是場地佈置，我們若是知道何時辦活動，主辦的人就提早安排人員去幫忙。</u></p>	<p>我們這裡的派出所都會在不能路邊停車的路段放三角錐，大大改善了堵車的問題，而我們山上的居民也會禮讓遊客，所以有時車多，我們當地的居民也能體諒。(B1-1-4)</p> <p>我認為台灣人普遍安居樂業，人民素質都高，並沒有治安的問題。(B1-1-5)</p> <p>居民普遍參與度都很高，因為是整個社區的活動，大部份的人有空就會去幫忙。(B1-2-1)</p>
--	---

還有另一點，若是社區有辦茶文化活動，像是我就會邀親朋好友來逗熱鬧，有來參與的人，都很滿意活動的安排，對我們來說，既可以讓親朋好友出門玩得開心，也可以活絡地方經濟，真是一舉數得。

若是社區有辦茶文化活動，像是我就會邀親朋好友來逗熱鬧，有來參與的人，都很滿意活動的安排，對我們來說，既可以讓親朋好友出門玩得開心，也可以活絡地方經濟，真是一舉數得。(B1-2-2)





訪談編號：B2

訪談對象：社區居民

訪談時間：2019/11/5

訪談地點：居民的家

訪談方式：深入訪談並紙筆紀錄輔以錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>第二部份：社區居民之訪談大綱</p> <p>1. 請問阿里山茶文化活動對社區效益為何(環境、經濟、交通、治安)</p> <p><u>環境的話，人潮愈多的話，他就會對地方的環境造成一個困擾。</u></p> <p>人越多帶了一些垃圾啊，但是一些他們吃的用的都相對的提升。客人越多的話，對社區造成一個比較負面的環境的影響。比如說，<u>大部分的客人是很棒的，會遵守一些規則，記得把垃圾留在垃圾筒，有一小部分的客人會覺得有時候隨手丟一丟，就對環保方面造成一個很大的困擾。</u>對於清潔人員，必須更費心去打掃公共環境。還有社區、整體環境，都有一個比較不雅觀的負面情緒出來。</p> <p>以經濟方面來說，人潮就是錢潮，越多人來的地方，就會讓地方繁榮，一個地方的繁榮，最主要的來源也是一些觀光客帶來錢潮，各</p>	<p>環境的話，人潮愈多的話，他就會對地方的環境造成一個困擾。(B2-1-1)</p> <p>大部分的客人是很棒的，會遵守一些規則，記得把垃圾留在垃圾筒，有一小部分的客人會覺得有時候隨手丟一丟，就對環保方面造成一個很大的困擾。(B2-1-2)</p>

方面的提昇，也是靠觀光客、觀光客越多，人越多，消費越多，也是促進當地產業的活化，當然有好的一面也有不好的一面，不好的原因，有消費到的一些業者，他就是有收入，有部份的村民，是沒有參與到的，就會覺沒有幫助，但整體來說，也是有給地方帶來產業活化的情形，算是良好的一面。

以交通方面來講，我們山上最主要是村道，沒有像都市這樣有設紅綠燈、車子要會車的時候也是算比較窄，但是遊客的話，大部分都是很遵守交通規則規則，他碰到有車則或是路比較窄的時候，禮讓或速度減慢一點。而且我們大部分會壅塞的地方都有設志工服務的點，若遇到假日，社區志工會協助警察，出來幫忙指揮交通。所以也不會太亂，像有廟那邊有紫藤活動，因為人和車太多，有一點堵塞，還好警察及時去幫忙處理，疏通路段，很快就解決。

治安方面，警察對於人潮多的時候，也會特別留意，幾乎不會出現一些什麼財物遺失的問題，大部分的村民他自己都有顧好自己的財

有消費到的一些業者，他就是有收入，有部份的村民，是沒有參與到的，就會覺沒有幫助，但整體來說，也是有給地方帶來產業活化的情形，算是良好的一面。(B2-1-3)

我們山上最主要是村道，沒有像都市這樣有設紅綠燈，車子要會車的時候也是算比較窄，但是遊客的話，大部分都是很遵守交通規則規則。(B2-1-4)

遇到假日，社區志工會協助警察，出來幫忙指揮交通。所以也不會太亂。(B2-1-5)

<p>產，而且外來客都有遵守規矩，可以說，現在已經是生活水平都有提升，比較不會做一些違法的事情。</p> <p>2. 請問社區居民參與阿里山茶文化活動情形如何？</p> <p>社區居民對阿里山茶文化活動相當熱烈，像村幹部，他們把這個消息向村民公布。<u>村民就是自己那一方面比較有才能就把自己那一方面秀出來，參與度都幾乎過半以上。有一些村民都會把一些農產品擺在活動的場地，一方面參與這個活動的熱鬧，一方面又可以推銷自己的農產品，讓這個活動能夠圓滿。</u>最主要活動的時候，志工也是非常幫忙，村長、村幹事、理事長，他們都會邀約，參與度是會過半以上，最主要就是要讓這個活動能夠圓滿，然後要外來的人對我們社區有一個不同的感觀，覺得來到<u>這個這個瑞里社區，覺得社區的個人都是很棒的人，人情味是很 很道地的，而且每個人都是臉上充滿微笑的，給觀光客一個很好的印象，讓外地來的人，有賓至如歸的感覺。哇!來到這個真的不只是花香、茶香，連人情味也是香的。這個是</u></p>	<p>村民就是自己那一方面比較有才能就把自己那一方面秀出來，參與度都幾乎過半以上。有一些村民都會把一些農產品擺在活動的場地，一方面參與這個活動的熱鬧，一方面又可以推銷自己的農產品，讓這個活動能夠圓滿。(B2-2-1)</p> <p>外來的人對我們社區有一個不同的感觀，覺得來到這個這個瑞里社區，覺得社區的個人都是很棒的人，人情味是很 很道地的，而且每個人都是臉上充滿微笑的，給觀光客一個很好的印象。(B2-2-2)</p>
--	---

給村莊樹立一個很好的形象。



訪談編號：C1

訪談對象：消費者

訪談時間：2019/10/17

訪談地點：消費者家

訪談方式：深入訪談並紙筆紀錄輔以錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>第三部份：消費者之訪談大綱</p> <p>1. 請問可否描述參與過阿里山茶文化活動的情形如何?</p> <p>今年的暑假，我們扶輪社的朋友邀約，到山上找朋友說要舉辦手工揉製紅茶的體驗，好不容易，大家就喬了一天，就安排上山了。什麼難喬?要大家都能參加，而且有茶葉可以做沒那麼簡單咧~</p> <p>因為我們只安排一日遊，所以老闆在前一天就把茶葉採好了，等我們上來做紅茶。一到茶廠，先把我們分組，以一個家庭為單位，大家領了5斤茶菁後，有的坐，有的站，全部在竹筋藤上手揉分到的茶菁，在揉茶的過程中，茶廠老闆也講解了製作紅茶的過程，哇，來茶廠才知道，我們喝的茶，都是由好多人合力完成的，有採茶工，和製茶的師傅，好多人才能完成，真是不簡單。</p>	<p>扶輪社的朋友邀約，到山上找朋友說要舉辦手工揉製紅茶的體驗(C1-1)</p>

而這揉茶的過程要持續 2 小時，難怪要以一個家庭為單位，大家可以輪流，手揉酸了，換下一個，這樣才能完成整個手揉紅茶，不然一個肯定無法完成，哈哈….

揉了 2 個小時後，要渥堆靜置發酵，老闆說大概還要再 2 個半小時，才能發酵完成，在等待靜置發酵時，由老闆帶我們去景點走走，我們去了綠色隧道，野薑花溪步道，回來後就在茶廠吃中餐，經過 2 個半小時發酵完成，就用焙茶機，把紅茶焙乾，在焙茶機裡，老闆用號碼把每一組做記號，不至於混淆，大約也是烘焙了 2 個小時。從每一組的紅茶裡，拿了 3 公克出來泡，完全以比賽茶的規格來沖泡，看哪一組的紅茶最好喝，請老闆從 7 組裡選出第一、二、二名，第一名的由老闆送了小禮物。雖然不是人人有獎，但老闆給了我們比得獎還高興的獎品，就是每一組自己的手作紅茶，太有紀念性了，我們這群朋友相約十年後，要來開箱喝紅茶，一定很有趣，很熱鬧。

2. 請問參與阿里山茶文化活動是否有消費行為?

有啊，我們參加這樣的製茶行程，就有付費了，而且我朋友這裡的茶很好喝，下次會再回購，重點是這裡的茶葉都是自己管理，自己製作和自己賣，所以肯定是安全的，對消費者來說也是一種保障。

3. 請問參加茶文化活動後的想法或建議?是否有重遊意願?

這是一個非常有意義的活動，讓我們大人和小孩對茶有了更深一層的認識，包括紅茶的製作過程，什麼是發酵，如何依發酵程度來判斷是紅茶、綠茶和烏龍茶，這些都是要有專業的講解人員來解說，才是最詳細的，謝謝辛苦的茶廠老闆。

下次我會再選擇參加二天一夜的製茶體驗行程，包括採茶體驗，順便在山上住一晚，享受山居生活。而且會找一群朋友再參加，畢竟茶是我們悠久的文化之一，而且現在的年輕人習慣了手搖飲料的便利性和咖啡的普及性，能夠好好坐下喝一杯茶，愈來愈少了，更希望藉由這樣茶文化的推廣活動，能讓下一輩的年輕朋友們對茶文化能有更深的了解。

我們參加這樣的製茶行程，就有付費了，而且我朋友這裡的茶很好喝，下次會再回購，重點是這裡的茶葉都是自己管理，自己製作和自己賣，所以肯定是安全的，對消費者來說也是一種保障。  
(C1-2)

讓我們大人和小孩對茶有了更深一層的認識，包括紅茶的製作過程，什麼是發酵，如何依發酵程度來判斷是紅茶、綠茶和烏龍茶，這些都是要有專業的講解人員來解說，才是最詳細的，謝謝辛苦的茶廠老闆。下次我會再選擇參加二天一夜的製茶體驗行程，包括採茶體驗，順便在山上住一晚，享受山居生活(C1-3)

基本資料

姓別：男

年齡：45 歲

職業：商

居住地：嘉義

教育程度：大專





訪談編號：C2

訪談對象：消費者

訪談時間：2019/10/20

訪談地點：消費者家

訪談方式：深入訪談並紙筆紀錄輔以錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>第三部份：消費者之訪談大綱</p> <p>1. 請問可否描述參與過阿里山茶文化活動的情形如何?</p> <p><u>我做過的活動體驗是：我曾經用天然葉片在紙扇上做拓印，加上創意手繪，做出專屬且獨一無二，自己的手作扇子。還有用茶的天然手抄紙課程，利用泡完的茶來創作茶紙。還有將採集到葉片、花朵，藉由顏料印染在作品上或是做成書籤。</u></p> <p>2. 請問參與阿里山茶文化活動是否有消費行為?</p> <p><u>有阿，我們中午在山上用餐，</u>這樣算不算呢?哈哈 我們一家人中午在餐廳訂了一桌，超好吃，享用了當地特色菜，而且又不貴，大家都稱讚~~</p> <p>3. 請問參加茶文化活動後的想法或</p>	<p>我曾經用天然葉片在紙扇上做拓印，加上創意手繪，做出專屬且獨一無二，自己的手作扇子。還有用茶的天然手抄紙課程，利用泡完的茶來創作茶紙。還有將採集到葉片、花朵，藉由顏料印染在作品上或是做成書籤。(C2-1)</p> <p>有阿，我們中午在山上用餐(C2-2)</p>

<p>建議?是否有重遊意願?</p> <p><u>我覺得要多多安排寓教於樂的體驗活動，做中學是有效率的學習，也可以改善坐在教室裡單一旦單向的學習，更可以落實產業推廣教育。可以規劃以戶外 1 日遊的方式進行，藉由體驗活動讓學童了解烏龍 茶製茶的過程？瑞里地區產的茶有哪些品項？名稱由來？還有哪些好玩？使旅客認識瑞里地區自然景觀、人文歷史與瑞里製茶文化。藉著茶師的帶領走訪茶製場及茶園，透過自然體驗與觀察，可以由生活中各種感官獲得，運用視五感覺、聽覺、觸覺、味覺、嗅覺學習在大自然中的實際經驗，並從「看」、「聽」、「學」、「做」、「用」五個過程中快樂學習。我會再重遊，但也要氣候各方面都是安全的，近幾年風災水災的，已經造成很多災害，例如土石流，道路坍方等等…所以交通安不安全也是我們考慮要不要上山的原因之一。山上氣候，時常會有超大的午後雷陣雨等因素是造成產業發展阻礙原因之一</u></p>	<p>覺得要多多安排寓教於樂的體驗活動，做中學是有效率的學習，也可以改善坐在教室裡單一旦單向的學習，更可以落實產業推廣教育(C2-3-1)</p> <p>藉由體驗活動讓學童了解烏龍 茶製茶的過程？瑞里地區產的茶有哪些品項？名稱由來？還有哪些好玩？使旅客認識瑞里地區自然景觀、人文歷史與瑞里製茶文化。藉著茶師的帶領走訪茶製場及茶園，透過自然體驗與觀察，可以由生活中各種感官獲得，運用視五感覺、聽覺、觸覺、味覺、嗅覺學習在大自然中的實際經驗，並從「看」、「聽」、「學」、「做」、「用」五個過程中快樂學習(C2-3-2)</p> <p>交通安不安全也是我們考慮要不要上山的原因之一。山上氣候，時常會有超大的午後雷陣雨等因素是造成產業發展阻礙原因之一(C2-3-3)</p>
---	---

基本資料

姓別：男

年齡：45 歲

職業：農

居住地：嘉義

教育程度：高中



訪談編號：C3

訪談對象：消費者

訪談時間：2019/11/01

訪談地點：消費者家

訪談方式：深入訪談並紙筆紀錄輔以錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>第三部份：消費者之訪談大綱</p> <p>1. 請問可否描述參與過阿里山茶文化活動的情形如何?</p> <p>參與過阿里山茶文化的一個活動情形，大致上就是有去過梅山的瑞里，他們那邊都會辦一些茶席的活動文化。我覺得這是非常有特色的在地風格，那印象最深刻的就是在綠色隧道，<u>在綠色隧道那邊所呈現的那種，在竹林底下，在那邊喝茶聊天，這是一個非常棒的感覺，一個風格。也是瑞里那邊的一個獨特風格</u>，阿里山的茶文化說，實在的在嘉義縣算是非常有名氣、在大陸也都是大家都朗朗上口的”阿里山~阿里山~ “這次是一個非常棒的一個文化體驗。</p> <p>其中我也參與過有一場印象非常深刻的就是 <u>2103 年的時候，有一場全國性的社區工作評鑑活動，那個場次是在梅山鄉公所樓上所舉</u></p>	<p>在綠色隧道那邊所呈現的那種，在竹林底下，在那邊喝茶聊天，這是一個非常棒的感覺，一個風格。也是瑞里那邊的一個獨特風格(C3-1-1)</p> <p>2013 年的時候，有一場全國性的社區工作評鑑活動，那個場次是在梅山鄉公所</p>

辦，當時場地佈置的一個茶席風格讓很多委員印象非常深刻，那一場是地面都鋪滿了綠油油的茶葉，青翠的茶葉葉片，重點是空氣中還瀰漫著茶菁的香氣，這樣的佈置就非常的有風格，而且泡起來茶，非常的順口、好喝，茶席老師和小朋友，說實在真的呈現出了一個阿里山茶文化特色。

2. 請問參與阿里山茶文化活動是否有消費行為?

說實在的，因為我本身也是很喜歡喝茶，所以喝茶的文化我是挺熱衷的，我去參加一個活動，我大致上都還是會買，鐵定會買，感覺上好像會入寶山空手而回的感覺。這東西也是希望既然很多遊客想要上山，體驗這種茶文化的部分，我覺得有一些消費者，他們有一些口味上不一樣，和茶的價位上考量，也是一個重要部分。如果我們把這樣東西做的實在的話，不管是價位或品質上都能給消費者很好的選擇，若消費者都有感受得到，這信任度是夠的。而顧客們更加的喜愛。消費者行為可以再加上的就是體驗，不管是採茶和製茶或是茶席

樓上所舉辦，當時場地佈置的一個茶席風格讓很多委員印象非常深刻，那一場是地面都鋪滿了綠油油的茶葉，青翠的茶葉葉片，重點是空氣中還瀰漫著茶菁的香氣，這樣的佈置就非常的有風格 (C3-1-2)

我去參加一個活動，我大致上都還是會買，鐵定會買，感覺上好像會入寶山空手而回的感覺(C3-2-1)

我覺得有一些消費者，他們有一些口味上不一樣，和茶的價位上考量，也是一個重要部分(C3-2-2)

<p>體驗，也是更加分。<u>消費者從無到有，包括整個採茶，做茶，到成品，整個一條龍的概念。現在很多人都是信賴度不夠的，如果你親眼看到親手去體驗到了，相信買的人一定會更多</u>，這是我的一個小小的感覺。</p> <p>3. 請問參加茶文化活動後的想法或建議?是否有重遊意願?</p> <p>當然會有重遊的意願，如果是一個活動的想法，說實在的整個阿里山茶文化的過程~~我剛剛提到的是，以我們梅山瑞里為例，<u>可能是路途比較遙遠一點，也是一個問題所在</u>，目前感覺上山區路況最近改善非常多，這個是一個不錯的作為，第二個可能是我們要如何去推廣台灣獨特的茶文化的特色，這個也是一個過程，我知道有一些會被仿效日本茶文化的部份，但是我是覺得說，<u>如果是台灣茶的茶葉製作過程，我覺得還是以臺灣自己的特色的展現會比較好，如果結合在地的風景文化特色也不錯。</u></p> <p>梅山瑞里的部分，紫藤真的是這是他們的特色，在當地地方的特色紫藤花下泡茶是非常棒，就如第</p>	<p>消費者從無到有，包括整個採茶，做茶，到成品，整個一條龍的概念。現在很多人都是信賴度不夠的，如果你親眼看到親手去體驗到了，相信買的人一定會更多(C3-2-3)</p> <p>可能是路途比較遙遠一點，也是一個問題所在。(C3-3-1)</p> <p>如果是台灣茶的茶葉製作過程，我覺得還是以臺灣自己的特色的展現會比較好，如果結合在地的風景文化特色也不錯。(C3-3-2)</p>
--	--

一題就是我講到的，在綠色隧道的竹林裡泡茶，這樣都是非常不錯的不錯。所以這種當地的特色，我們應該要把努力的標榜出來，都是台灣阿里山茶文化的特色。

基本資料

性別：男

年齡：48 歲

職業：工商

居住地：嘉義

教育程度：專科



訪談編號：C4

訪談對象：消費者

訪談時間：2019/12/01

訪談地點：消費者家

訪談方式：深入訪談並紙筆紀錄輔以錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>第三部份：消費者之訪談大綱</p> <p>1. 請問可否描述參與過阿里山茶文化活動的情形如何?</p> <p>    <u>曾參與過阿里山的製茶體驗活動</u>，整個行程為兩天一夜。整個製茶體驗從日光萎凋、室內萎凋、靜置攪拌等工序開始。水分飽滿的鮮葉從茶樹上採摘下來後，隨著陽光的照射、時間的推移，葉片內的水分也逐步蒸發消散，在製茶師傅的指導，每隔一段時間便須將茶菁翻動、重新鋪排，讓所謂的“走水”流程能夠順利，同時也喚醒茶菁內的香氣分子進行交互作用，以期能產生更宜人、舒適的茶香。</p> <p>    在茶菁的發酵狀態達到一定程度時，便開始進行炒菁，以終止茶菁繼續發酵，至此階段茶樣的品質已經大致定型了。而接下來的揉捻、團揉、乾燥等工序，</p> <p>    雖然並非決定茶葉品質好壞的主</p>	<p>曾參與過阿里山的製茶體驗活動，整個行程為兩天一夜。(C4-1-1)</p>



<p>要因素，但卻是影響茶葉最終銷售時賣像好壞的主因。因此，<u>對於整個製茶過程的要求，不僅要能短時間、集中精力的勞動工作，還得於這兩天的時間內，都能專注於每個製茶工序，絲毫不得疏失。</u></p> <p>2. 請問參與阿里山茶文化活動是否有消費行為?</p> <p><u>上一次參與製茶體驗主要的消費行為在於參與體驗的費用。其中包含了購買茶菁、製茶廠的場地、製茶師傅的出席費、住宿及伙食。而整個體驗結束後，尚且能將自己製作的茶葉帶回家作為紀念，整體而言還是較值得的。</u></p> <p><u>平心而論，這類的製茶體驗活動，需要較多的前置作業、人力的配合以及茶區茶廠的協助。這在茶區農閒時，確實是可以作為一項主要推展的活動，不僅是在推廣茶葉文化、培養潛在客群、教育消費者，也可為農閒的期間，作為增進茶區的一項經濟活動。</u></p> <p>3. 請問參加茶文化活動後的想法或建議?是否有重遊意願?</p>	<p>對於整個製茶過程的要求，不僅要能短時間、集中精力的勞動工作，還得於這兩天的時間內，都能專注於每個製茶工序，絲毫不得疏失。(C4-1-2)</p> <p>參與製茶體驗主要的消費行為在於參與體驗的費用。其中包含了購買茶菁、製茶廠的場地、製茶師傅的出席費、住宿及伙食。而整個體驗結束後，尚且能將自己製作的茶葉帶回家作為紀念，整體而言還是較值得的(C4-2-1)</p> <p>茶區農閒時，確實是可以作為一項主要推展的活動，不僅是在推廣茶葉文化、培養潛在客群、教育消費者，也可為農閒的期間，作為增進茶區的一項經濟活動。(C4-2-2)</p>
---	--

<p><u>有意願重遊，也很建議此類的活動能持續推行，這對於推廣茶葉的文化是非常有益的。透過親身體驗、實際接觸，民眾對於茶才會有更進一步的認識，更深一層的了解。</u></p> <p>但建議這類的活動可以考量同時將綠茶、烏龍茶、紅茶等三種不同發酵程度的茶類一同推行。雖說台灣的茶文化已算是較為盛行了，但是一般民眾對於茶葉種類的認知、區分都還是處於一知半解的狀態，感覺好像懂，但又說不出所以然。要讓民眾能較正確的區分不同的茶類，可能都有不小的難度了，<u>讓民眾能透過實際的體驗與製作，了解何謂不同程度的發酵，以及每種茶類其在製作上的關注點為何?了解台灣茶葉、阿里山茶葉的特色，對於整體茶文化的推廣肯定有極大的幫助的。</u></p> <p>4. 基本資料</p> <p>姓別：男</p> <p>年齡：38 歲</p> <p>職業：商</p> <p>居住地：南投</p> <p>教育程度：大學</p>	<p>有意願重遊，也很建議此類的活動能持續推行，這對於推廣茶葉的文化是非常有益的。透過親身體驗、實際接觸，民眾對於茶才會有更進一步的認識，更深一層的了解。(C4-3-1)</p> <p>讓民眾能透過實際的體驗與製作，了解何謂不同程度的發酵，以及每種茶類其在製作上的關注點為何?了解台灣茶葉、阿里山茶葉的特色，對於整體茶文化的推廣肯定有極大的幫助的。(C4-3-2)</p>
---	--

訪談編號：C5

訪談對象：消費者

訪談時間：2019/12/10

訪談地點：消費者家

訪談方式：深入訪談並紙筆紀錄輔以錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>第三部份：消費者之訪談大綱</p> <p>1. 請問可否描述參與過阿里山茶文化活動的情形如何?</p> <p>因為家裡和社區產業的關係，從小到大參加過各式各樣的茶文化活動，從<u>梅山比賽茶的展售會到近年來開始舉辦的嘉義博茶會</u>，還有<u>小時候社區或是學校舉辦的茶會</u>，基本上人生經驗裡充滿了茶活動。<u>舉去年參加的嘉義博茶會當作例子</u>，算是近幾年大型而且宣傳度也最好的茶活動，活動場地裡面排滿了許多攤販，是來自嘉義各地的茶商或是茶人，大家齊聚一地互相交流，不管是不是曾經接觸過茶，都可以在這裡接收到很多關於茶的知識或文化，而且內容跟種類也是不勝枚舉，在活動舉辦的期間內，也會有許多政府舉辦的茶活動或是茶會，供茶人進行切磋交流。整個活動體驗起來輕鬆有趣，見識到其他</p>	<p>從梅山比賽茶的展售會到近年來開始舉辦的南投茶業博會，還有小時候社區或是學校舉辦的茶會，基本上人生經驗裡充滿了茶活動。(C5-1-1)</p> <p>嘉義博茶會當作例子，算是近幾年大型而且宣傳度也最好的茶活動，活動場地裡面排滿了許多攤販，是來自嘉義各地的茶商或是茶人，大家齊聚一地互相交流，不管是不是曾經接觸過茶，都可以在這裡接收到很多關於茶的知識或文化，而且內容跟種類也是不勝枚舉，在活動舉辦的期間內，也會有許多政府舉辦的茶活動或是茶會，供茶人進行切磋交流。(C5-1-2)</p>

<p>城市的茶文化跟知識，而且整個會場參觀的人潮也很多，整體而言是一個很成功的活動。</p> <p>2. 請問參與阿里山茶文化活動是否有消費行為?</p> <p>因為家裡產業的關係，我的父母親在茶文化活動中多多少少都會消費，畢竟對於茶農或茶商說，茶葉的買賣是最基本的事情，有的時候，<u>舉辦茶文化的活動官方，像是政府或是鄉公所，都會推出紀念性茶杯或是茶具，這些都具有紀念或是保存價值，而且價格通常都不會太高，甚至有時候是免費贈送的。</u>舉辦茶文化活動時，<u>通常是各路茶人或是茶商能夠交流買賣的時間和地點，有穩定且正常的消費行為，我認為都有助於茶的推廣或是行銷，這些都能幫助茶文化的保存和延續。</u></p> <p>3. 請問參加茶文化活動後的想法或建議?是否有重遊意願?</p> <p><u>茶文化相關活動基本上都是寓教於樂的體驗，不像教科書一樣死板，更著重在實際參訪及親自體</u></p>	<p>茶文化的活動官方，像是政府或是鄉公所，都會推出紀念性茶杯或是茶具，這些都具有紀念或是保存價值，而且價格通常都不會太高，甚至有時候是免費贈送的(C5-2-1)</p> <p>舉辦茶文化活動時，通常是各路茶人或是茶商能夠交流買賣的時間和地點，有穩定且正常的消費行為，我認為都有助於茶的推廣或是行銷，這些都能幫助茶文化的保存和延續。(C5-2-2)</p> <p>茶文化相關活動基本上都是寓教於樂的體驗，不像教科書一樣死板，更著重在實際參訪及親自體驗。(C5-3-1)</p>
--	--

驗。茶文化其實在現在的時代越來越沒落，會喝茶的年齡層基本上是在中年以上，如果沒有家庭或是成長背景的因素，很會有青少年甚至是壯年人口飲用，茶是台灣傳統文化的一部分，從荷蘭佔領台灣時期，台灣茶就已經在出口國外了，因此我認為茶是值得保存的台灣文化，像是嘉義博茶或是南投茶博這種類似的活動，我都會重遊並推薦參加，畢竟要保存一個文化都需要大家的共同參與和努力，才能讓他延續並發揮其價值。

還有我想提一點，我曾經去過南投竹山的遊山茶坊，覺得對那裡感覺很好，是一個對茶有很好展示的觀光工廠，我們當時和一群人交換學生，有來自巴西、墨西哥、泰國、波蘭、美國等，遊山茶坊的導覽員以全英文的方式講解，講解台灣各大特色茶區，烏龍茶的製作方法，介紹的很詳細，且很完整，讓我印象深刻。我覺得南投是產茶區，和嘉義一樣，但嘉義卻沒有一間像這樣的茶觀光工廠，尤其阿里山是世界聞名的觀光聖地，每年有那麼多的外國觀光客，卻沒有這樣

茶文化其實在現在的時代越來越沒落，會喝茶的年齡層基本上是在中年以上，如果沒有家庭或是成長背景的因素，很會有青少年甚至是壯年人口飲用

(C5-3-2)

茶是值得保存的台灣文化，像是嘉義博茶或是南投茶博這種類似的活動，我都會重遊並推薦參加，畢竟要保存一個文化都需要大家的共同參與和努力，才能讓他延續並發揮其價值。(C5-3-3)

我曾經去過南投竹山的遊山茶坊，覺得對那裡感覺很好，是一個對茶有很好展示的觀光工廠，我們當時和一群人交換學生，有來自巴西、墨西哥、泰國、波蘭、美國等，遊山茶坊的導覽員以全英文的方式講解，講解台灣各大特色茶區，烏龍茶的製作方法，介紹的很詳細，且很完整，讓我印象深刻。我覺得南投是產茶區，和嘉義一樣，但嘉義卻沒有一間像這樣的茶觀光工廠，尤其阿里山是世界聞名的觀光聖地，每年有那麼多的外國觀光客，卻沒有這樣的地方，可

的地方，可以好好介紹阿里山茶，真是非常可惜。希望假以時日，嘉義能有一間像這樣的觀光工廠，來好好介紹阿里山茶。

以好好介紹阿里山茶，真是非常可惜。希望假以時日，嘉義能有一間像這樣的觀光工廠，來好好介紹阿里山茶。

(C5-3-4)

基本資料

姓別：女

年齡：21 歲

職業：學生

居住地：嘉義

教育程度：大學



訪談編號：C6

訪談對象：消費者

訪談時間：2020/03/08

訪談地點：民宿

訪談方式：深入訪談並紙筆紀錄輔以錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>第三部份：消費者之訪談大綱</p> <p>1. 請問可否描述參與過阿里山茶文化活動的情形如何?</p> <p>有阿！記得去年的3月，在臉書上看到朋友分享的訊息，看到瑞里種了很多紫藤花，而且聽說是全台灣種植密度最高的村莊，想說紫藤花不是日本才有嗎？，怎麼在嘉義山上就有了，馬上和家人討論後，立馬就安排了一日遊的行程，馬上機票錢就省了下來，哈哈…。雖然花況不佳，但是山上空氣好，風景美。</p> <p>於是在今年就特別留意了紫藤花的消息，上網去查了嘉義縣文化觀光局的旅遊訊息，知道了今年的紫藤花季在 2/28~4/12，於是就安排了瑞里二日遊，順便在山上住了一個晚上，享受/下山上悠閒的生活。</p> <p><u>今年嘉義縣文化觀光局企劃了一個很特別的活動，我馬上就預訂了民宿，在 3/7 準備在山上好好渡過</u></p>	<p>今年嘉義縣文化觀光局企劃了一個很特別的活動，我馬上就預訂了民宿，在 3/7 準備在山上好好渡過美好的假期，這個活動就是在週六下午參加了紫藤花下咖啡席，結束後，接著就專車接駁到瑞里最高點享用晚餐，這個晚餐是當地的特色便當，不是一般的普通便當，真是太開心了，吃完晚餐，接著是星空下的茶席，我們看著星空，喝著一杯清香又甘醇的高山茶，這真是人生一大享受。</p> <p>(C6-1)</p>

美好的假期，這個活動就是在週六下午參加了紫藤花下咖啡席，結束後，接著就專車接駁到瑞里最高點享用晚餐，這個晚餐是當地的特色便當，不是一般的普通便當，真是太開心了，吃完晚餐，接著是星空下的茶席，我們看著星空，喝著一杯清香又甘醇的高山茶，這真是人生一大享受~~當然這些活動都要預約的，還好我們在出發時，做了一點功課，預約了這樣一個活動，享受了一個另人難忘而且輕鬆愉快的假日。

2. 請問參與阿里山茶文化活動是否有消費行為?

有的，我安排了二日遊，基本上吃住都在瑞里了，哈哈……在茶席裡，我喝了二款茶，紅茶和烏龍茶，我對紅茶的喜愛度高，這裡的紅茶又香又好喝，更是不澀，但是茶席裡不能有商業行為，於是我私底下偷偷請泡茶師賣我 2 罐紅茶，我想我可以喝好一陣子了。更希望我在茶席裡喝紅茶的感受，能延續到我家裡。

3. 請問參加茶文化活動後的想法或建議?是否有重遊意願?

茶席裡不能有商業行為，於是我私底下偷偷請泡茶師賣我 2 罐紅茶，我想我可以喝好一陣子了。更希望我在茶席裡喝紅茶的感受，能延續到我家裡。(C6-2)



當然有~現在的人，放了假，都往戶外跑，尤其現在又是新冠肺炎防疫期間，大家家裡待久了，一到假日，大多不願留在室內，而想往戶外跑，所以往山上是最好的選擇，享受大自然的負離子和芬多精。

還有阿，我在參加星空下的茶席時，那個司茶人，是指茶席泡茶的人，特別讓我體驗了當司茶人的感覺，也教了我如何操作，如何泡茶，還蠻有趣的，我也突然變得超有氣質的，平時都喝我家人泡的茶，還沒有這樣喝自己泡的茶。

透過這次的活動，我和茶有了更近的距離，原來喝茶也是這麼講究的，從熱水開始，到茶桌上的擺設，甚至整個茶席的流程，每個步驟都是門學問。在星空下的茶席間，也有幾位是高中國中生，有男孩有女孩，每個孩子泡茶流暢，應對得體，對於喝茶的來賓所提的問題，都能對答如流，實在不簡單。我和泡茶師閒聊時，問她說，為什麼這些孩子每個都能從容泡茶，應對如流，她說，瑞里孩子的國小從低年級就開始上茶藝課，泡茶從小扎根，讓他們養成茶與生活密不可分

當然有~現在的人，放了假，都往戶外跑，尤其現在又是新冠肺炎防疫期間，大家家裡待久了，一到假日，大多不願留在室內，而想往戶外跑，所以往山上是最好的選擇，享受大自然的負離子和芬多精。(C6-3-1)

<p>分。而且瑞里國小的孩子們參加了好多年的南投全國小小泡茶師競賽，連續好幾次都得到全國第一名，每次參加都屢屢獲獎，真得太厲害了。</p> <p><u>因為瑞里社區是關於茶的觀光產業居多，所以每次社區有辦活動，為了招待來賓，通常都會大人和小孩一起準備茶席，一起接待來賓，我想那應該很溫馨。</u>小朋友能在茶席上待 30 分鐘到 1 個小時，實在不容易，這真的可以訓練小朋友的穩定度，專注力，而且不容易的是，要把茶泡好喝，這是最重要的。我都想把我的孩子送來瑞里讀書了，哈哈……<u>我想我會強力推薦我的親朋好友來瑞里玩，因為這裡好山，好水，好好玩，活動多元，能讓遊客好好體驗在地的茶文化。</u>而且明年的這個時候，我更會排除萬難，再來個瑞里二日遊。</p> <p>基本資料  姓別：女  年齡：32 歲  職業：軍公教  居住地：台南  教育程度：專科</p>	<p>因為瑞里社區是關於茶的觀光產業居多，所以每次社區有辦活動，為了招待來賓，通常都會大人和小孩一起準備茶席，一起接待來賓，我想那應該很溫馨 (C6-3-2)</p> <p>我想我會強力推薦我的親朋好友來瑞里玩，因為這裡好山，好水，好好玩，活動多元，能讓遊客好好體驗在地的茶文化。(C6-3-3)</p>
---	--

訪談編號：C7

訪談對象：消費者

訪談時間：2020/03/10

訪談地點：消費者家

訪談方式：深入訪談並紙筆紀錄輔以錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>第三部份：消費者之訪談大綱</p> <p>1. 請問可否描述參與過阿里山茶文化活動的情形如何?</p> <p>我之前參加過紫藤下喝茶的活動，感覺很好，於是今年我特別注意了嘉義縣文化觀光局在網路上的活動，今年一樣有紫藤花季一系列的活動，而且辦得很多元。<u>我是參加一日遊的紫藤花下茶席的活動，今年來的真是時候，花開得很不錯，所以在紫藤花下喝茶，真是人生一大享受，不僅是口裡喝著清香甘甜的高山茶，眼裡可以欣賞著美麗的紫藤花，如夢似幻，另人賞心悅目。我自己平時就對茶道藝術很有興趣，當然不會錯過這樣的藝術饗宴。</u></p> <p>2. 請問參與阿里山茶文化活動是否有消費行為?</p> <p><u>有，有買高山茶，我還有去綠色隧道走走，那裡是一整個孟宗竹林所構成的綠色隧道，看到那裡有農民在挖冬筍，就</u></p>	<p>我是參加一日遊的紫藤花下茶席的活動，今年來的真是時候，花開得很不錯，所以在紫藤花下喝茶，真是人生一大享受，不僅是口裡喝著清香甘甜的高山茶，眼裡可以欣賞著美麗的紫藤花(C7-1)</p> <p>有，有買高山茶，我還有去綠色隧道走走，那裡是一整個孟宗竹林所構成的綠色隧道，看到那裡有農民在挖冬筍，就買了一些(C7-2)</p>

<p><u>挖冬筍，就買了一些，現挖的冬筍煮起來就是好吃，所以下次我還會再來，可以喝好茶，賞美麗的花，還可以買新鮮的山產。</u></p> <p>3. 請問參加茶文化活動後的想法或建議?是否有重遊意願?</p> <p>會，我必會重遊，而且會推薦給大家。<u>這樣的結合在地的觀光產業，更是提振地方經濟的主要活動。我想這應該是對地方產業有很大的幫助。</u>促進在地觀光產業發展，就是增加在地人的收入，這是居民願意留在鄉下的主要因素。<u>但是這也會帶來大量的車潮和人潮，社區如何去紓解這些人潮和車潮也是個大問題。我覺得要解決太多的車潮應該規劃停車場，例如假日借用瑞里國小空地或其他空地，來規劃成停車場，然後結合腳踏車或利用接駁車。我認為這些都是發展光觀應該留意的部份。</u></p> <p>基本資料          性別：女          年齡：45 歲          職業：工商          居住地：台中          教育程度：專科</p>	<p>這樣的結合在地的觀光產業，更是提振地方經濟的主要活動。我想這應該是對地方產業有很大的幫助(C7-3-1)</p> <p>但是這也會帶來大量的車潮和人潮，社區如何去紓解這些人潮和車潮也是個大問題。我覺得要解決太多的車潮應該規劃停車場，例如假日借用瑞里國小空地或其他空地，來規劃成停車場，然後結合腳踏車或利用接駁車。我認為這些都是發展光觀應該留意的部份。(C7-3-2)</p>
---	--

訪談編號：C8

訪談對象：消費者

訪談時間：2020/03/12

訪談地點：消費者家

訪談方式：深入訪談並紙筆紀錄輔以錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>第三部份：消費者之訪談大綱</p> <p>1. 請問可否描述參與過阿里山茶文化活動的情形如何?</p> <p>那次的活動好像是為了<u>配合瑞里最近興起的紫藤花季舉辦的茶席活動</u>，雖然我已經不記得主辦單位是誰了，不過他們在瑞里的<u>綠色隧道沿路兩旁、竹林間都擺了茶席</u>，對於我這種第一次參加茶席活動的人來說非常新鮮！竹林內的環境很清幽，讓人有種放鬆的感覺。在竹林內欣賞眼前的綠意盎然，慢慢的品著手中的好茶，<u>這樣的茶文化體驗讓我對瑞里留下了非常好的印象！</u>再有機會或相關的活動的話<u>我一定會參加！</u></p> <p>2. 請問參與阿里山茶文化活動是否有消費行為?</p> <p>沒有欸，因為我還是學生，沒有能力負擔那個價格，對學生來說還是太貴了哈哈哈哈哈！不過我們在</p>	<p>配合瑞里最近興起的紫藤花季舉辦的茶席活動，雖然我已經不記得主辦單位是誰了，不過他們在瑞里的綠色隧道沿路兩旁、竹林間都擺了茶席，對於我這種第一次參加茶席活動的人來說非常新鮮！(C8-1-1)</p> <p>這樣的茶文化體驗讓我對瑞里留下了非常好的印象！再有機會或相關的活動的話我一定會參加！(C8-1-2)</p> <p>吃中餐，這樣應該算有消費吧!!(C8-2)</p>

<p>那裡有<u>吃中餐</u>，這樣應該算有消費吧!!</p> <p>3. 請問參加茶文化活動後的想法或建議?是否有重遊意願?</p> <p>如果有機會可以再去一次的話我一定會來!<u>茶文化其實跟我們以前看到的都不一樣!裡面其實包羅萬象，涵蓋了很大範圍的內容：從茶葉的歷史、生長環境、製作過程……到茶產業、因為這個產業所延伸出的文化、生活方式……等等，都讓我覺得非常新奇!</u></p> <p>不過其實可以的話，<u>我覺得阿里山的茶文化應該要被系統性的整理起來，就像很多地方……就拿林內的紫斑蝶季為例好了，那裡就有一個地方把與紫斑蝶相關的訊息、知識都整理在一起，對於我們這種第一次造訪的遊客是很有幫助的。如果阿里山的茶文化活動可以參考其他著名的觀光景點，遊客就可以透過像是閱讀「懶人包」的方式去在短時間內接收到與茶相關的「精華知識」</u></p>	<p>茶文化其實跟我們以前看到的都不一樣!裡面其實包羅萬象，涵蓋了很大範圍的內容：從茶葉的歷史、生長環境、製作過程……到茶產業、因為這個產業所延伸出的文化、生活方式……(C8-3-1)</p> <p>我覺得阿里山的茶文化應該要被系統性的整理起來，就像很多地方……就拿林內的紫斑蝶季為例好了，那裡就有一個地方把與紫斑蝶相關的訊息、知識都整理在一起，對於我們這種第一次造訪的遊客是很有幫助的。(C8-3-2)</p> <p>如果阿里山的茶文化活動可以參考其他著名的觀光景點，遊客就可以透過像是閱讀「懶人包」的方式去在短時間內接收到與茶相關的「精華知識」(C8-3-3)</p>
--	--

基本資料

姓別：女

年齡：19 歲

職業：學生

居住地：嘉義

教育程度：高中



訪談編號：C9

訪談對象：消費者

訪談時間：2020/03/29

訪談地點：消費者家

訪談方式：深入訪談並紙筆紀錄輔以錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>第三部份：消費者之訪談大綱</p> <p>1. 請問可否描述參與過阿里山茶文化活動的情形如何?</p> <p>2018/7/21 <u>參加扶輪社舉辦的阿里山茶文化活動，主辦帶領著我們從採茶活動及採茶的工具一一詳細的介紹，一心二葉該如何挑選，採下來的綠油油的茶葉經過揉搓，一步驟一步驟的帶領著我們這些門外漢，我們邊揉著茶葉一邊開心著話家常，體驗著辛苦的茶農們製茶真的不簡單……</u></p> <p>搓揉過的茶葉，還需經過發酵、烘焙才能製成我們平時在喝的紅茶、高山烏龍等各式各樣的茶葉，每種茶葉的發酵烘焙的時間各有不同，需要經過專業的製茶師才能製造出一等一的好茶。</p> <p>在製造出我們一手用心的紅茶後，主辦人還精心的將我們各組所製造出來的茶葉進行比賽，比照平</p>	<p>參加扶輪社舉辦的阿里山茶文化活動，主辦帶領著我們從採茶活動及採茶的工具一一詳細的介紹，一心二葉該如何挑選，採下來的綠油油的茶葉經過揉搓，一步驟一步驟的帶領著我們這些門外漢，我們邊揉著茶葉一邊開心著話家常，體驗著辛苦的茶農們製茶真的不簡單……(C9-1)</p>



時各家茶農的競賽方式一樣，請專業的品茶師評比出製作第一名的茶友，真的是完整的體驗，原來不是只有製茶，如何泡出一杯好茶，所有的所有每個環節都很重要，這次體驗真的讓我永生難忘。

2. 請問參與阿里山茶文化活動是否有消費行為?

此次茶文化活動為社團所舉辦的，社團應該有繳活動費用，但我個人並沒有消費行為，但是學習到更多的知識比消費所得到的多的更多。

3. 請問參加茶文化活動後的想法或建議?是否有重遊意願?

經過此次的體驗，我個人的想法是中國人有品茗的習慣，我們可以常常舉辦類似的活動，讓孩子們學習到更多有關茶文化的知識。

在我孩子國小時，嘉義縣政府和嘉義長庚醫院也曾合辦過茶文化體驗活動，當時在隙頂舉辦，孩子回來時也曾興奮的與我分享，但縣府只有辦過一次，有點可惜，其實若能每年舉辦這完整的活動，我們將踴躍的參加。

此次茶文化活動為社團所舉辦的，社團應該有繳活動費用，但我個人並沒有消費行為，但是學習到更多的知識比消費所得到的多的更多。(C9-2)

我個人的想法是中國人有品茗的習慣，我們可以常常舉辦類似的活動，讓孩子們學習到更多有關茶文化的知識。(C9-3-1)

在我孩子國小時，嘉義縣政府和嘉義長庚醫院也曾合辦過茶文化體驗活動，當時在隙頂舉辦，孩子回來時也曾興奮的與我分享，但縣府只有辦過一次，有點可惜，其實若能每年舉辦這完整的活動，我們將踴躍的參加。(C9-3-2)

基本資料

姓別：女

年齡：47 歲

職業：工商

居住地：嘉義

教育程度：專科



訪談編號：C10

訪談對象：消費者

訪談時間：2020/04/03

訪談地點：民宿

訪談方式：深入訪談並紙筆紀錄輔以錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>第三部份：消費者之訪談大綱</p> <p>1. 請問可否描述參與過阿里山茶文化活動的情形如何?</p> <p>    剛好在清明連假時安排到瑞里二日遊，而民宿老闆告知，有茶席活動，還有晚餐特色便當，一個人收費\$300，對於平時有在喝茶的我們，二話不說就報名了，我們一行人報名了 16 位，當天下午四點就集合了先是在青葉山莊體驗了咖啡席，教我們如何烘焙咖啡，磨咖啡豆，及沖泡咖啡。五點半時專車接駁到瑞里制高點，享用特色便當，看著夕陽，享用著特色便當，真是太享受了，接著重頭戲就來了。<u>我們被安排坐在星空茶席裡，五人一個茶席，還真的第一次在星空下喝著阿里山茶，閒話家常，從沒有過的體驗，但是天空不作美，下了幾滴雨，於是就移到室內舉辦，但大家的熱情不減。整個喝茶的氛圍像</u></p>	<p>我們被安排坐在星空茶席裡，五人一個茶席，還真的第一次在星空下喝著阿里山茶，閒話家常，從沒有過的體驗，但是天空不作美，下了幾滴雨，於是就移到室內舉辦，但大家的熱情不減。整個喝茶的氛圍像是在自家涼享喝茶時，分外自在(C10-1)</p>

<p>是在自家涼亭喝茶時，分外自在。</p> <p>2. 請問參與阿里山茶文化活動是否有消費行為?</p> <p><u>朋友帶我們去綠色隧道散步，看到了當地農民現挖的冬筍，超新鮮的，於是大家都買了一帶，回家立馬煮，超好吃的，來這裡又美景，又有好茶，更有新鮮的冬筍，太愛這裡了。</u></p> <p>3. 請問參加茶文化活動後的想法或建議?是否有重遊意願?</p> <p><u>這是難能可貴的經驗，參加了<u>星空下茶席</u>，這是非常好的活動，不僅只是泡茶，可將茶延伸，將茶發揮淋漓盡致，尤其是瑞里山上滿山遍谷的茶園，一望無際，讓人身心放鬆，忘掉煩憂。這是我第三次來瑞里了，也約了其他朋友來，下次還會再來，會再來第四次，第五次……還會更多次。</u></p> <p>基本資料</p> <p>性別：女</p> <p>年齡：45 歲</p> <p>職業：家管</p> <p>居住地：雲林縣</p> <p>教育程度：高中</p>	<p>朋友帶我們去綠色隧道散步，看到了當地農民現挖的冬筍，超新鮮的，於是大家都買了一帶，回家立馬煮，超好吃的 (C10-2)</p> <p>這是難能可貴的經驗，參加了星空下茶席，這是非常好的活動，不僅只是泡茶，可將茶延伸，將茶發揮淋漓盡致，尤其是瑞里山上滿山遍谷的茶園，一望無際，讓人身心放鬆，忘掉煩憂(C10-3)</p>
---	--

## 附錄三：阿里山茶文化活動簡介及活動照片

阿里山工藝，成就台灣茶的獨特風味。

如何發現阿里山茶？除了茶行、茶館，不妨來一趟茶鄉之旅，有茶園導覽，製茶、評茶，茶席的體驗，品茗茶香，再結合茶區附近景點旅遊，親近茶山，享受生活的美好。嘉義縣文化觀光局不定期舉辦了各式推廣山區產業的觀光活動，阿里山四季茶會、4~6月的與螢共舞、3~4月的紫藤花祭，採製茶體驗，竹林茶席等等。都是以茶文化為主體，來推廣茶產業。以下就來介紹各種阿里山茶文化的茶鄉之旅。

### 與螢共舞

最後異動時間：2016-10-11 發布單位：企劃科



「銀燭秋光冷畫屏，輕羅小扇撲流螢；天階夜色涼如水，坐看牛郎織女星。」唐朝詩人杜牧的《秋夕》，或許是很多人自小琅琅上口的詩句，但說到親自體驗過這樣如詩如畫的情境，那就很難得了。螢火蟲對生長環境的生態條件十分敏感，城

市中的鋼筋水泥、光污染、噪音污染，都會使螢火蟲無法生存，而現代都市人也因此幾乎失去了在黑暗中遇見這小小火金姑的機會。但在自然保育度極高的阿里山上，卻維持著螢火蟲絕佳的生存空間，想要與螢共舞嗎？來阿里山就對了。

每年四月開始到六月底，是阿里山區觀賞螢火蟲最好的季節。阿里山風景區管理處在民國 93 年間曾委託臺灣特有生物研究中心做了一年調查，發現在阿里山區活動的螢火蟲種類多達 23 種，約佔全台三分之一。其實阿里山上一年四季都有螢火蟲，而在四～六月間較為活躍的螢火蟲種類，則包括有黑翅螢、梭德氏脈翅螢、紋螢、紅胸黑翅螢、大端黑螢等，入夏時，則有端黑螢、三節熠螢、突胸窗螢、台灣窗螢的加入，忙著尋找另一半。阿里山的螢火蟲中，以黑翅螢為數量最大的種群，在最顛峰時期可見到上千隻黑翅螢，堪稱阿里山風景區賞螢的最佳主角。黑翅螢主要生長於海拔 1500 米以下山區，發黃綠色光，發生期集中於 3 至 6 月間，喜歡聚集在較為空曠的草地上或河床兩岸，在沒有光害處，可欣賞到黑翅螢壯麗的發光奇景，是臺灣螢火蟲中數量最多，也最具觀賞價值的種類。

每天最佳賞螢的時間，約在傍晚五點至晚間八點，但最好避開月圓的夜晚及連續大雨的時期，因這會影響螢火蟲的螢光及飛舞。另外，賞螢時最好穿著長袖上衣、長褲、防滑運動鞋或登山鞋，如果要涉水或到竹林、草叢密佈的地區賞螢，最好有熟悉地緣的人帶領，並穿上長筒雨靴，以防蛇類侵襲。而手電筒則最好在燈罩處，貼上一層玻璃紙，以免影響螢光。

與螢共舞的系列活動，配合這賞螢季節，於嘉義縣的瑞里、瑞峰、太和、豐山、來吉、光華、茶山等社區，推出多條賞螢路線。賞螢路線包括茶山：屯阿巴娜自然生態區，奮起湖：火車站往土地公沿線，太和：花石溪生態保護區，瑞里：若蘭山莊、瑞里國小、野薑花溪步道、三華生態民宿，光華村：驛馬溪農場，豐山：村落至觀景台沿線，里佳：親水步道等等，其中又以瑞里、茶山、太和、奮起湖較為著名。

「2020 瑞里紫藤花季」 浪漫來襲~2020 最羅曼蒂克打卡點在這「里」！

發布時間：2020-03-11 最後異動時間：2020-03-11 發布單位：企劃科



浪漫來襲！「2020 瑞里紫藤花季」自即日起至 4 月 12 日燦爛綻放，今年於瑞里源興宮前廣場，以 1：10 的比例打造「拈花舞杯」裝置藝術地標，融合紫藤花唯美與在地茶文化意象，紫藤花瀑搭配巨大茶瓷杯，緩緩流瀉，從高處垂墜而下的紫色花海，浪漫爆棚，邀請全台民眾來瑞里賞花，記得與 2020 最浪漫地標打卡，當個最羅曼蒂克的網美！

瑞里紫藤花季自 2014 年首次辦理至今已邁入第七年，首次辦理時邀請日本女星大久保麻梨子代言，今年是 2020 年，嘉義縣文化觀光局以愛情浪漫為主軸，首度於瑞里源興宮前廣場打造紫藤裝置藝術，設計理念係將在地茶文化與紫藤巧妙聯結，以盛裝溫暖茶湯的經典茶瓷杯結合紫藤花瀑設計，呈現隨風垂墜的浪漫感受，整體作品近 3 公尺高相當壯觀，白天在耀眼陽光照射與背後的山嵐景致呼應下，夢幻的紫色造景相當適合民眾拍照，隨手一拍人人都是網美，夜晚的紫藤更

顯夢幻魅力，每天夜晚 6 點起點燈直到晚間 10 點熄燈，暖橘微光藏於紫藤花下，猶如螢火蟲與紫藤花共舞，閃閃發亮的紫藤花，浪漫唯美爆棚，想一睹紫藤絕美，即日起至 4 月 12 日就來嘉。

想和「拈花舞杯」合張美照，拍照姿勢建議可站立於紫藤花瀑前拍攝，以距離創造空間感，讓紫藤花瀑盈滿身旁，或是坐上前方石檔，腳側邊擺放，營造網美視角，同時搭配手勢做出捧茶杯動作，讓影像氛圍更加活潑俏皮；白天與紫藤花瀑裝置藝術拍照，陽光本身燦爛光源自杯中投射而出，紫藤花閃耀絢麗之美，而夜晚的紫藤裝置藝術微黃燈光與一旁之小公主咖啡店家本身暖色光源，遊客可拍出朦朧的浪漫氛圍。來嘉賞紫藤花瀑裝置藝術，白天夜晚都好拍。

瑞里為嘉義縣知名茶鄉，其豐厚茶文化孕育不少民宿、餐廳業者的茶職人，遊客來瑞里，除了賞花賞景亦可品嚐醇厚茶湯。縣長翁章梁推薦全國民眾來訪 166 縣道，四季皆有不同魅力，亦是今年縣府力推的觀光軸線，本(3)月重頭戲為瑞里紫藤花季，民眾來瑞里可沿 166 縣道往圓潭自然生態園區、162 甲往太平雲梯，沿線共 23 個唯美賞花點、還有獨「嘉」浪漫地標「拈花舞杯」裝置藝術，另有花季限定好禮與體驗活動，歡迎全台民眾把握花季回「嘉」賞紫藤住一晚，品嚐在地茶餐、高山茶與咖啡，春季賞花就來嘉義瑞里，健康防疫享浪漫。詳細活動資訊請上嘉義縣文化觀光局(<https://www.tbocc.gov.tw/>)及官方臉書粉絲專頁「慢遊嘉義」(<https://reurl.cc/nVnyWn>)查詢。



## 業者自辦採製茶體驗

採預約制，請事先與茶廠主人洽談

【體驗內容】1.採茶體驗；2.製茶體驗；3.品評自己的紅茶。

【體驗時間】上午 09：00~12：00；下午 14：00~17：00

【聯絡店家】陳先生 0912-129-438

【人數】5 人以上即可開團，至多 30 人。

【交通】可推薦 20 人座中型巴士或自行開車上山。

【餐食】費用不含交通、餐食，另可推薦餐廳合菜或便當(素食者，請告知:>)

活動流程如下：

1 採茶體驗：備妥採茶工具準一起採茶趣



.2.採茶體驗：解說如何摘採一心二葉



3.製茶體驗：基本的製茶步驟解說-看似簡單其實不容易哦，開始教導如何製作自己的紅茶，看手就知道誰最認真~~





3 品評自己的紅茶：製作完成後由茶廠統一烘焙，並採用國際統一標準沖泡方式鑑定品質 並選出第一名，贈送小禮物





嘉義縣文化觀光局每年都會舉辦茶會----阿里山四季茶旅-冬季茶會



# A-LI SHAN 冬季古厝茶會

Historic House Tea Ceremony

Tea Festival in Four Seasons

## 2020/1/4 (六) sat. 10:00-16:00

梅山鄉太平、龍眼  
Meishan Township Taiping, Longyan

# 2019 WINTER



主辦單位：阿里山國家風景區管理處

協辦單位：台灣茶業公會

協辦單位：大甲區公所

協辦單位：龍眼鄉公所



圖例：主要交通動線、步行動線、廁所、茶席數、推廣服務、茶席時間、茶會場間連動動線(步行)

開幕式		地點	節氣	茶席數	場次	入席時間	茶會時間
時間	舞台區	高家古厝	立冬	3	第一場	10:00-10:10	10:10-11:00
	竹樂演奏	食堂古厝	小雪	3	第二場	11:10-11:20	11:20-12:10
	長官致詞	風貌古厝	大雪	3	第三場	12:40-12:50	12:50-13:40
	雙杯展演	文創古厝	冬至	3	第四場	13:50-14:00	14:00-14:50
	貴賓合影	文學古厝	小寒	2	第五場	15:00-15:10	15:10-16:00
		龍眼古厝	大寒	4	(第一場僅限於龍眼林茶源古厝)		




冬


廣告

阿里山國家風景區擁有豐富自然景觀資源、傳統人文風貌及生態資源等，阿里山

高山茶聲名遠播國際。

交通部觀光局阿里山國家風景區管理處近年積極辦理「阿里山四季茶旅」活動，藉著茶旅達人訓練以及茶文化相關活動來推展大阿里山地區之茶旅體驗遊程；並由與社區共同採參與方式連結在地自然、人文、生活元素建構茶旅體驗環境氛圍，將旅遊動線串連產地到茶點、旅宿、茶藝體驗、茶文創多元發展，強化茶旅體驗環境結合阿里山四季自然生態景觀、四季節氣變化、在地特色活動等辦理茶旅體驗活動，提供國內外人士體驗多元、精緻及深度茶之旅行程。



## 製茶體驗

### 茶香手作 揉茶品茗 外國學生初體驗

來自帛琉、馬來西亞、越南及愛爾蘭共和國等四個國家 16 位學生，7 月 22 日在瑞里村由當地茶業「建生製茶廠」黃愛惠老師帶領外籍學生，一同探訪全台知名度最高的大阿里山北道茶區，親身體驗一日茶農、親手揉製茶葉，品嚐終年雲霧繚繞下孕育而生的高山茶湯，在茶鄉茶香中感受梅山的驕傲。【PeoPo 公民新聞記者莊民堂梅山鄉報導】



嘉義縣文化觀光局為促進山城與國際的交流，邀約嘉義縣內的國立嘉義大學與國立中正大學外籍生共 16 人一同探訪茶的故鄉梅山，到梅山找茶趣結合茶與手作，以體驗茶農日常及茶藝文化為主軸，邀請來自帛琉、馬來西亞、越南及愛爾蘭共和國等，參加「梅山找茶趣外籍生尬茶農瑞里團」，學習摘茶與揉茶的藝術及知識，揉茶時，外籍生第一次見到台灣茶園，喝到道地的台灣茶，蘄露興奮的神情，在學習製茶過中，從茶園到製茶體驗了新境界的人生哲學。





7月22日參與的外籍學生感受揉茶體驗後，再由高級泡茶師黃愛惠講解茶的產製與品茗文化，學生們相互品嚐每個人的茶湯，宛如茶競賽的評審般一一點出茶湯的優缺點，將一日所學在現場體現，並表示對於嘉義梅山茶旅之驚艷，未來也想帶自己國內的親友再度造訪梅山茶鄉。





嘉義縣文化觀光局表示：為強化嘉義特色旅遊於國外市場之能見度，特別規劃本次的國際學生交流體驗找茶團，除了讓外國朋友親身體驗茶農文化之外，亦透過體驗後之口碑行銷，為梅山茶鄉打造國際級茶旅景點的意象。



梅山找茶趣將於8月至9月開始，於梅山鄉、番路鄉與阿里山鄉，結合在地業者推出茶的觀光體驗，前300位報名體驗者還可享用藍帶主廚聯名開發的茶季限定茶點，民眾可以報名參加各業者精心推出的體驗行程，上梅山悠遊茶園、體驗茶

的手作 DIY 與品茗茶香！



## 茶席體驗

竹林裡的茶席饗宴



竹林風采，感受阿里山高山茶清香，悠然自得在芬多精中，就來嘉義瑞里綠色隧道！

今年阿里山管理處延續去年秋季浪漫綠色隧道品茗之後，年初陸續在竹林內增添了七席固定式的桌椅，十分融合在大自然裡，除了茶席使用之外，也能便於旅人散步休憩使用。

這裡的綠色隧道是由一大片竹林組成的，整條步道都是寬又平坦的水泥路，沿途有孟宗竹、桂竹、柳杉林外，還有高聳林立的鳳凰木和豐富的植物生態；走著走著還能看到景觀遼闊，群山、茶園梯田皆歷歷在目。

坐在竹林深處，擁有固定式茶席悠閒品茗，讓茶藝師與旅人遊客們，更舒適了；在阿里山管理處的協助之下，這樣的茶席風味獨具，又能吸引經過的遊客或是旅人特別預約來這裡坐下品茗。

茶是一種生活態度，來到這裡只需要慢節奏！

嚐一口茶，調整生活步調，每一席都是美的享受，在微風吹拂、竹林深處，怡然自在、三五好友暢談歡笑，都是遠離塵世喧囂的好舒壓姿態。

瑞里綠色隧道深處，在一方天地之中，一隅寧靜，帶著敞開的心，感受竹林茶席高雅情調，享受舒爽氛圍與情境。

原則上只要五個人就能成一桌茶席，參與者都能喝到兩種阿里山茶款，旅人們也能自行攜帶輕食餅乾類，配茶喝，來跟茶藝師喝茶聊天。