行銷研究報告 -茶與音樂的饗宴

天仁茗茶與風潮音樂

指導教授:唐瓔璋 教授
學　生:第六組
楊欽舜 陳威臻 蔡瑞文 張泰為
廖明君 游珮琪 侯熙娉

報告大綱

- 文化是個好生意
- 茶與音樂
- 品牌異業合作－天仁 vs.風潮
- 創意合作案
- 結語

文化是個好生意

文化是甚麼

文化是代代累積沉澱的習慣和信念，滲透在生活的實踐中。

文化是一種 生活方式

過年發紅包

Trick or Treat

文化產業

文化產業的定義

「源自創意或文化累積，透過智慧財產的形式與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活提昇的行業」

產業範疇

文建會	視覺設計、音樂與表演藝術、工藝、展演設施(如博物館)
新聞局	電影、廣播電視、出版(含平面與唱片出版)
經濟部	工業設計、品牌時尚設計(服裝設計)、商業設計(廣告)、建築設計、數位休閒娛樂、創意生活。

文化產業發展現況

1. 2001年文化創意產業產值為4,400億元
2. 2004年文化創意產業產值為5,500億元

文化創意產業之國際比較

國　　家	產值占ＧＤＰ比重	就業人口比重
台　灣 (2004)	2.85	1.75
美　國 (2002)	5.98	4.02
英　國 (2003)	5.00	4.43
韓　國 (2003)	5.43	2.06
澳　洲 (2000)	3.30	3.80
紐西蘭 (2000)	1.70	3.50
香　港 (2001)	3.44	4.10

資料來源: 文建會

文化創意產品的價值因素

- 原創性：產品的新穎設計、結構或概念
- 價值感：表達程度具理解性及效果，能刺激消費者的視覺或情感
- 整體性：具備原創與價值

範例: 琉園(tittot)

- 原創性：領先性、稀有性、獨特性
- 價值感：文化性、時尚性、價值性、意義性
- 整體性

tittot
千禧龍 • 圓融

文化創意的實例說明

- 電影悲情城市造就九份的觀光

文化產業實例說明

以影視為代表的文化產業成為韓國經濟的重要支點。韓國影視在國內市場取得成功後，即著眼海外市場，推廣韓國文化，獲取經濟收益，並迅速打開了海外市場。

據統計，2004年韓國文化產品已經在世界市場上占到3.5%的份額，成為世界第五大文化產業強國。

據拍攝《大長今》的韓國文化放送電視臺介紹，他們出口影視劇作品時，不僅局限在一次性收益上，而是通過各種途徑，獲取二次甚至多次收益，逐步形成以影視劇為龍頭，包括旅遊、文化產業在內的一條“商業鏈”。

在《大長今》的示範效應下，今年到韓國的遊客人數增加了15%以上。

阿里山茶文化價值創意產品

創造力三要素		具體的表現
原創性	專業性	阿里山特有之高山茶
	獨特性	台灣的創作音樂
價值感	文化性	台灣的文化表現
	現代性	用新穎的包裝設計吸引年青的市場
	意義性	阿里山的視覺、味覺與聽覺的組合
整體感		透過產品表達對台灣的情感

茶與音樂

產業現況

天仁茗茶

- 2006年茶葉內銷市場約100億(不含茶飲料)
- 天仁市佔率10 %
- 2006年天仁業務營業比重

產品	比重%
茶葉	68.9%
茶具	2.09%
餐飲	20.14%
其他	8.87%
合計	100.00

風潮唱片

- 2006年實體唱片 市場約40億
- 風潮市佔率約5%
- 非主流音樂市場約6億
- 風潮市佔率約35%
- 自行製作的音樂佔業務比重約80%

天仁 vs. 風潮

天仁茗茶 華人茶王—李瑞河

- 1961年成立第一家天仁茗茶
- 眼看他高樓塌了
- 再見他起高樓
- 重登茶業霸主

風潮唱片與楊錦聰

- 找到生命中永不被擊敗的點
- 夢想的三輪車
- 櫻花雨

經營理念

天仁茗茶

- 天然
- 健康
- 人情味

風潮唱片

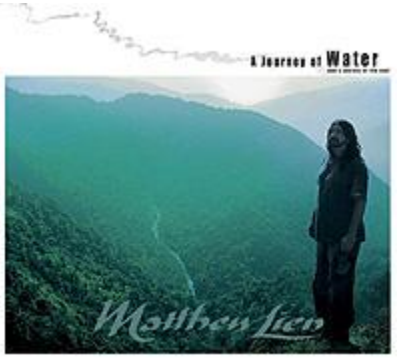
- 音樂榮耀我們的生命
- 不變的音樂堅持在風潮
- 風潮音樂，感動全世界

天仁茶世界

- 天仁茗茶
- 天仁喫茶趣
- 天福茗茶
- 天仁茶文化館
- 陸羽茶藝中心
- 財團法人天仁茶藝文化基金會
- 天福茶博物院
- 天福茶學院

發現台灣的聲音

- 聽見大自然
- 馬修連恩系列
- 台灣囝仔歌系列
- 台灣原住民音樂
- 客家音樂
- …



行銷據點與市場分析

天仁茗茶

海內外直營及加盟店共136家

全球加盟：紐約天仁；馬里蘭天仁；洛杉磯天仁；舊金山天仁；馬來西亞天仁；澳大利亞天仁；Uncle Lees Tea；名古屋天仁喫茶趣….共58家

大陸天福茗茶超過720家直營連鎖店

天仁購物網

風潮唱片

- 全省超過100個行銷據點
- 參予各種展覽的展銷活動
- 美國分公司
- 產品經銷馬來西亞、德國、澳洲….
- 網路試聽與銷售

品牌異業合作－天仁＋風潮

異業合作目標

1加1大於2

目的➔吸引及強化客戶忠誠➔利潤增加

品牌價值結合與形象提昇

強化臺灣茶品牌價值的國家代表性

音樂與生活的結合

創意文化產業

茶產業+音樂產業

銷售「美好體驗」

- 飲茶不只是飲茶。
- 可享受台灣茶香與音樂的「好所在」。
- 行銷「感覺」。
- 銷售好茶與音樂

文化觸動心靈，感動產生價值

↓

銷售體驗

目標客群的結合

一、國內客群：

(消費能力強+對新事物的接受度高+對生活品味的要求)

目標➔「喝茶族」與「自然音樂」愛好者

二、國外客群：觀光客、海外華人

產品選擇的第一步：就是這個味

- 台灣茶：阿里山高山茶
- 台灣樂：台灣的聲音、自然音樂、心靈音樂

↓

就是這個味

台灣味！！

創意合作案

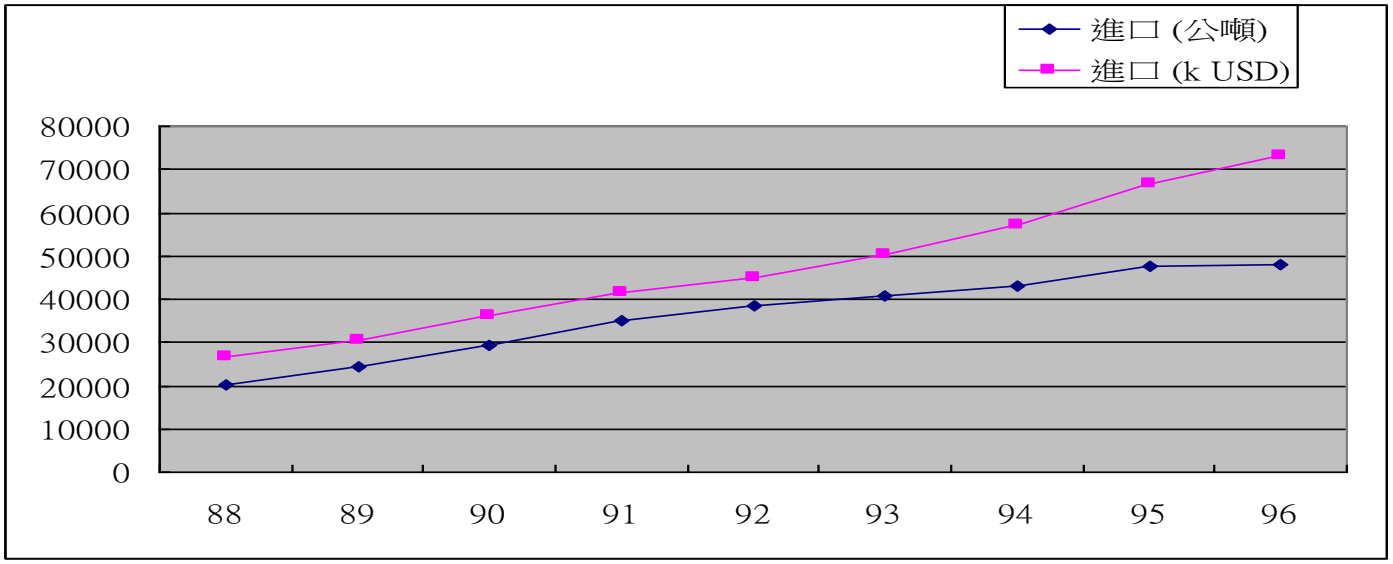
台灣茶

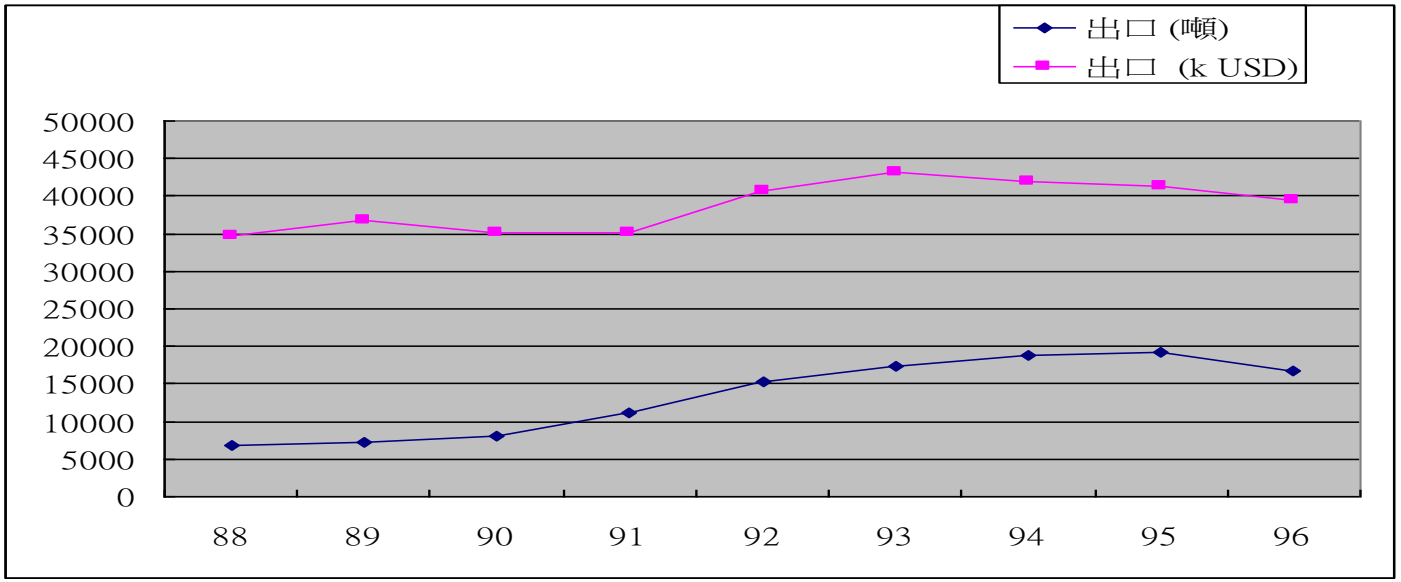
台灣是世界上最大的半發酵茶產區， 150 年前 Formosa Oolong Tea 即暢銷全世界，「椪風茶」還被英國女皇御賜「東方美人」的名號。

台灣各茶區的特色茶共有 40 多種，從北部的文山包種茶到最南端的屏東港口茶，每一種茶有其特殊的口感與茶香。台灣茶的種植與製作，堪稱世界一流。

台灣可產製綠茶、包種茶、烏龍茶和紅茶等…

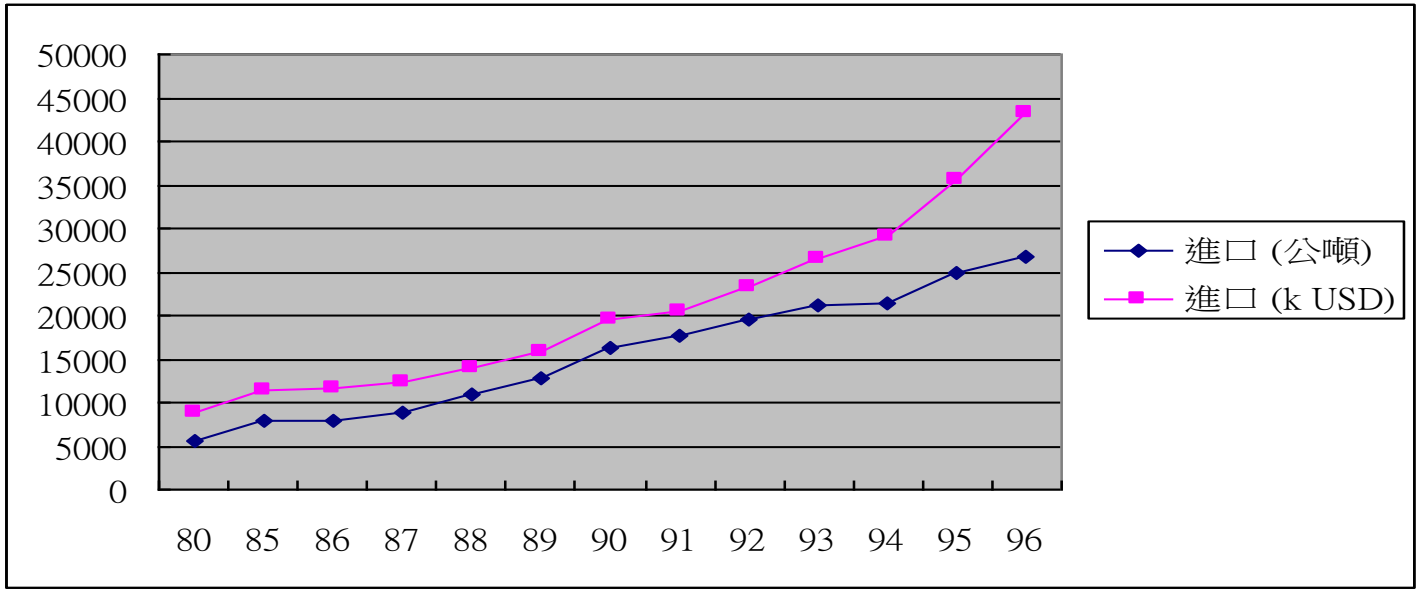
台灣茶葉及其製品進出口資料

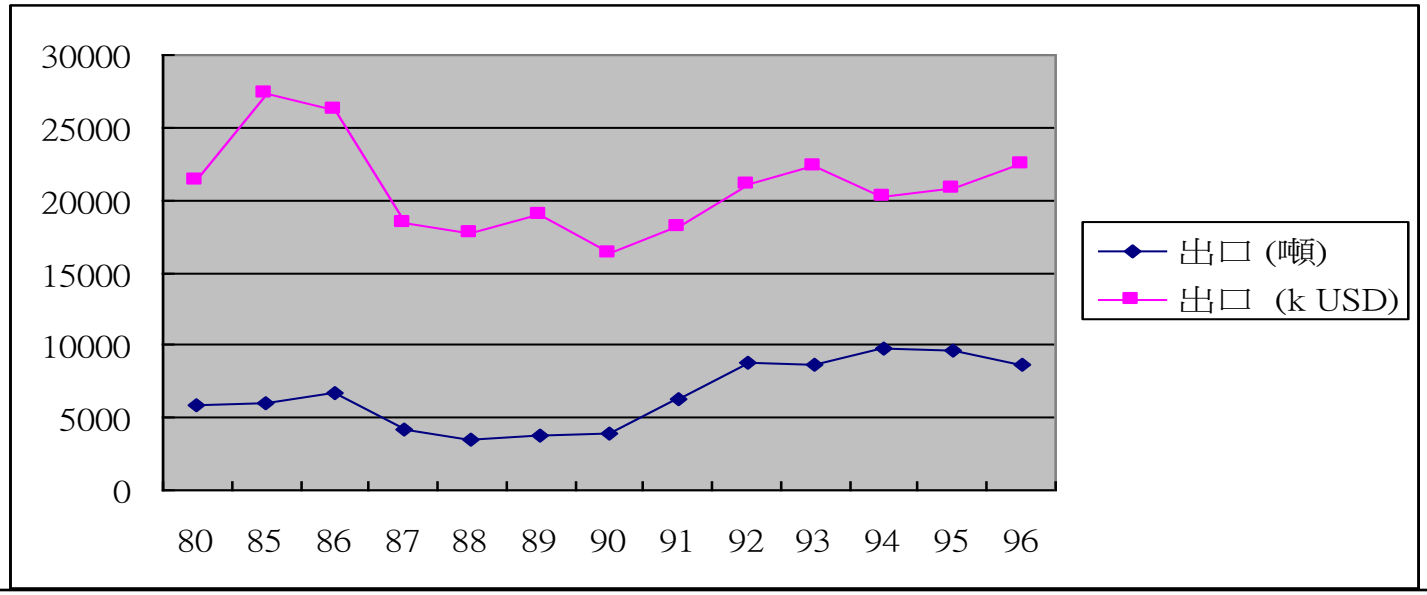




資料來源:
行政院農委會

台灣茶葉進出口資料

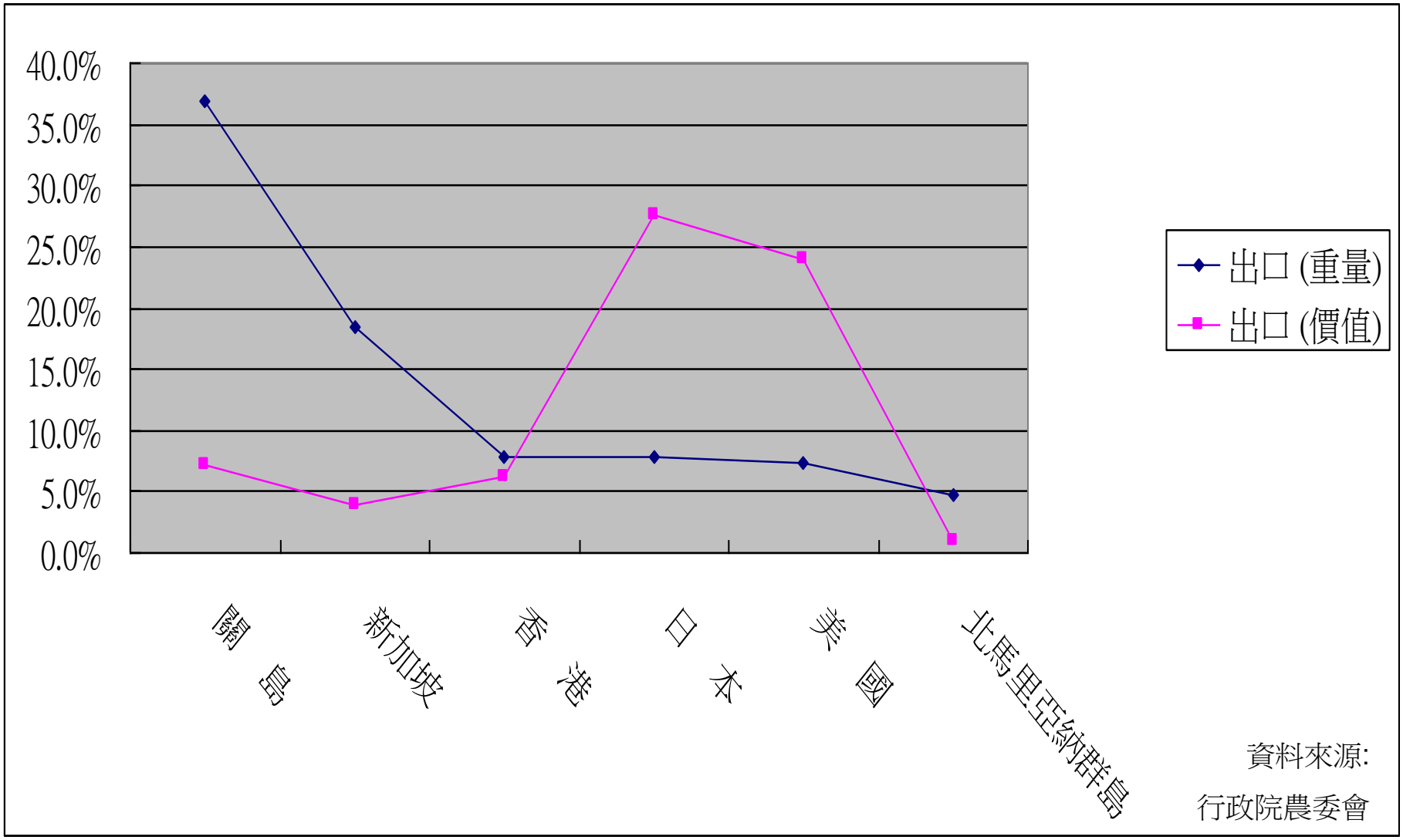




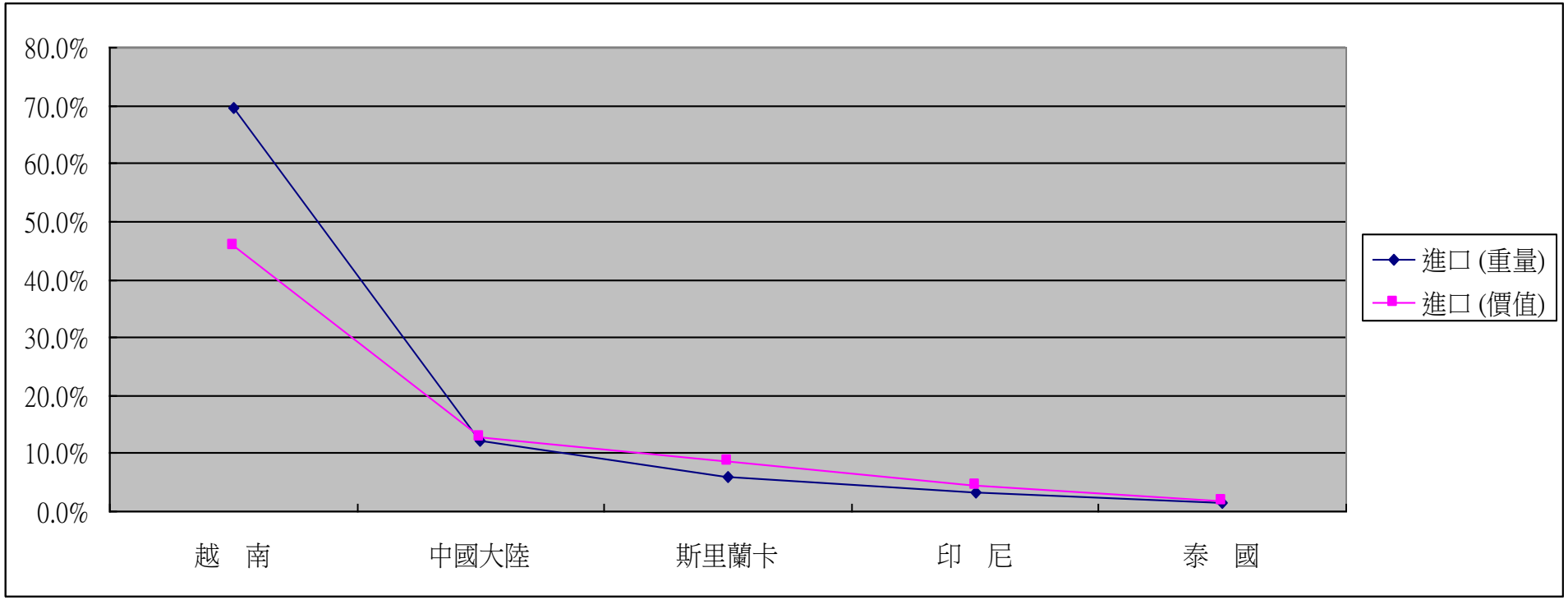
資料來源:

行政院農委會

台灣茶葉主要出口國家
(2006/11~2007/10)



台灣茶葉主要進口國家
(2006/11~2007/10)



	進口 (公噸)	進口 (k USD)	
越　南	18636	19814	以綠茶, 紅茶為主
中國大陸	3249	5560	以普洱茶為主
斯里蘭卡	1597	3791	以紅茶為主
印　尼	861	1941	以紅茶為主
泰　國	431	713	以部分發酵茶為主

資料來源:
行政院農委會

行銷提案

- 行銷目標－純淨 幸福 生活
  - 體驗
    - Lifestyle & Experience
    - 氣氛+茶具+茶葉+音樂+風景+生態
  - 組合式創意商品
    - 代表國家印象的文化禮品
    - 伴手一份禮 心意傳千里

傳播目標

Awareness -> Knowledge -> Linking -> Preference -> Conviction -> Purchase

知曉 -> 了解 -> 喜愛 -> 偏好 -> 信服 -> 購買

知曉 -> 了解 -> 喜愛: 把餅做大

- 文化產業的推廣
- 茶知識的傳遞
- 台灣特有茶文化推廣
- 紀錄片、旅遊景點節目、電影的播放

茶業發展推廣方向

- 穩定的品質與包裝
  - 鑑證制度與方法
    - 阿里山高山茶 vs. 阿里山種植生產的高山茶?
    - 重金屬, 農藥殘留?
- 茶葉市場的秩序
  - 批發 vs. 零售
  - 茶葉包裝與標示
  - 茶葉產地 vs. 茶葉通路
- 茶葉質量的提升
- 茶文化

新茶文化趨勢?

- 休閒, 輕鬆
  - 西方花果茶, 日本綠茶, 英式下午茶/紅茶
  - 茶葉星巴克, 新式茶主題茶館
- 傳統茶業市場的創新, 新式行銷
  - 網路, 宅配 …
- 文化觀光搭台, 經濟唱戲 – 茶文化與商業結合
  - 電視電影
- 以科技為現代茶文化的推手
  - 聲光音效, 現代電子設備
- 以市場需求為導向
  - 活動與產品,市場需要什麼, 就生產什麼
- 以民族文化為內涵
  - 仿古格局, 濃厚的傳統文化氣息, 民族音樂

什麼是好茶?

- 一般評茶項目大致可分為外觀(形狀、色澤) 、湯質(水色、香氣、滋味)及葉底等

- <u>識別:</u>
  - 標明茶葉原產地
  - 推動茶葉生產履歷
  - 建立茶葉標章制度

- <u>與行政院農委會, 農糧局合作, 杜絕仿冒茶</u>
  - 建立台灣茶樹品種的DNA圖譜資料庫
  - 建立台灣各茶產區茶葉的微量元素、兒茶素類含量等化學成分, 藉此判別原產地
  - 優良品牌信譽的製茶廠或茶農的公佈
  - 茶葉鑑定技術的研發

範例:以科技設計為推手

咖啡融入汽車美學，BMW操刀Starbucks Sirena咖啡機設計

範例:以文化設計為推手

法藍瓷再度以關懷鄉土之情為主題，推出「八色鳥系列」。八色鳥是亞洲瀕臨絕種的鳥類，而台灣地區的八色鳥數量居亞洲之冠，是台灣大自然最重要的寶藏之一。

法藍瓷與國立故宮博物院再度攜手合作，以瓷器重新詮釋故宮典藏名畫，推出法藍瓷故宮系列---「櫻桃嬉春」作品。

傳統再出發

偏好 -> 信服 -> 購買: 休閒放輕鬆

Lifestyle & Experience

- 目的:享受輕鬆喝茶聽音樂的愉悅

- 開設
  - 主題餐廳,茶館
  - 庭園景觀餐廳,茶館
  - 主題音樂會
  - 休閒觀光茶園

- 透過媒體以旅遊景點節目、電影電視介紹來增加知名度

範例: 文化與商業結合

桃園
大溪周邊遊老街、漫步古道、
登上攬勝亭賞大壩風光後，
到咖啡屋暫歇，最自在惬意！
TINA廚房
藝文展覽與咖啡曼妙結合
86

浪漫
庭園
創意健康美饌具口碑
英式庭園浪漫異國風
●桃園大溪
(03)387-7110
優惠
TINA廚房
原本為人文薈集的藝術家中心，經由巧手的女主人Tina改造，地中海藝術白樓掩映在蒼翠綠樹間，戶外陽光花園景致繽紛，打造一處品嚐英式優雅好去處。強調有機養生的料理，健康之餘美味不減，豐盛套餐更是教人大呼超值！
兩棟建築分別為用餐與午茶區，超值的套餐不僅加贈養生鍋煲及健康菜，所附飲料及甜點均為單點份量，用餐後可移駕到咖啡館享用悠閒的午茶時光。
DATA
檸檬香烤鮮花枝350元（前）／鮮香迷人。泰式椒麻雞350元（左後）／酥香夠味。橙果香烤燈煉雞肋排380元（右後）／水果入味口感清爽。以上均為套餐價。

文化的饗宴

茶的五境之美 - 茶葉　茶水　火候　茶具　環境

鄉情 友情 入性情

美酒千杯難成知己
清茶一盞可為益友

坐. 請坐. 請上坐　茶. 敬茶. 敬香茶 - 鄭板橋

喝茶也可以很輕鬆

茶具 - 齊白石

煮茶 - 齊白石

談茶事　　發現新鮮事

就是這個味

- 造國家專屬的情感，代表國家印象的文化禮品
  - 阿里山系列 - 高山茶 + 音樂 + 風景

- 活動概念
  - 可以帶回家的視覺, 味覺, 聽覺享受
  - 阿里山之旅
  - 阿里山仲夏夜音樂會
  - 茶的故事/品茗…

阿里山的故事

十九世紀末，日本的探查隊伍在阿里山發現檜木森林。於是此地的拓墾又進入另一個階段。**阿里山從日據時代起就已經是重要的旅遊風景區**。七〇年代，觀光旅遊更成為重要的資源。阿里山五奇等豐富而瑰麗的自然景觀，不僅是國人必遊的景點，也成為海內外知名的旅遊勝地。八〇年代，阿里山公路通車後，**阿里山更成為台灣最為熱門的旅遊路線**。2001 年，觀光局成立阿里山國家風景區，範圍涵蓋了過去的阿里山森林遊樂區，周遭瑞里、豐山、太和等漢人村落，以及鄒族的達邦、山美、茶山等部落，除了拓展阿里山自然風景和人文風物的內容，同時亦希望藉由更多旅遊景點的開發，讓國人看到阿里山更多元多樣的風貌

阿里山是台灣八大觀光旗艦之一

阿里山種植生產的高山茶

阿里山常見的茶文化之一

聊天、話家常

※阿里山國家風景區茶區

茶區	高度	茶種
龍美、隙頂地區	1200	烏龍、金萱
石棹地區	1200-1500	珠露、金萱
奮起湖地區	1200-1500	珠露、金萱
樂野地區	1400	珠露、金萱
太和、樟樹湖地區	1200	烏龍、金萱
光華地區	1000	烏龍、金萱
梅山、太平地區	1000	烏龍、金萱
瑞里地區	1200	龍珠
達邦、里佳地區	1200	烏龍
豐山地區	1000	烏龍
山美地區	1000	烏龍
茶山地區	1200	烏龍
來吉地區	1000	烏龍

概念

可以帶回家的視覺,味覺,聽覺饗宴

- 視覺(包裝)
  - 風景(明信片/照片/書籤/拼圖)
  - 景色映象/當地生活(DVD)
  - 旅遊書
- 味覺 (嗅覺)
  - 阿里山高山茶
  - 茶點
- 聽覺
  - 自然生態的聲音
  - 鄒族音樂
  - …

實際商品的結合

- 產品包裝/產品故事/紀念商品
  - 天仁: 開發茶產品
  - 風潮: 開發音樂
  - 新茶文化的故事

鄒族之歌 與 茶

PASU-TSOU阿里山鄒族之歌
The Music of the Aborigines on Taiwan Island Vol.6
The Songs of the Tsou Tribe
天仁茗茶
高山烏龍茶
High Mountain Oolong Tea
Net Wt.:75g(2.6oz)

阿里山風景明信片 與 音樂

櫻花雨 與 茶

阿里山
Ali Mountain Tea
高山茶
櫻花雨
The Dance of Cherry Blossoms
Music Gate

阿里山美景DVD 與 茶

“慢 品茶音樂集” 與 茶

台灣茗茶
阿里山茶
阿里山茶
The leaves are chosen from
Go Slow in Tea
慢 品 茶
慢拍

行銷通路規劃

- 體驗
  - 天仁茗茶博物館
  - 喫茶趣
  - 陸羽茶藝
  - 景觀茶坊/庭園式茶坊
  - 都市人的休閒茶館

- 產品販售
  - 天仁門市
  - 網路, 宅配
  - 飯店, 免稅店, 機場
  - 博物館
  - 國家劇院, 音樂廳

結語

文化是個好生意

賺錢是藝術
工作是藝術
好的生意是最好的藝術

Thank you for your time.