

農糧產業新南向市場業界拓銷計畫  
百二歲茶食新南向市場拓銷推動計畫



百二歲國際開發有限公司

Pah  
Ji  
Hue

南投縣名間鄉

松柏嶺茶區

八卦山脈最南區

海拔200~400

公尺





The Chinese character "PAH" means "one hundred".  
It also symbolizes "satisfaction".  
The basic spirit of Pah Ji Hue Branding is to focus on one thing  
and to provide the best experience for tea lovers.

百二歲品牌秉持「吃健康，吃百二」  
的宗旨，來自上一代做食物的良善初  
衷，以純粹自然為料理的種子；無害添  
加為健康的根本；善的信念作為施予的  
肥料是企業始終不變的堅持

將臺灣歷史文化與自然人文記憶轉化成茶產品的新衣，讓茶文化有新的生活創意，同時背負著茶農用心厚工的堅定使命，賦予家鄉的茶葉新生命，產品開發秉持著以茶為本發展出結合在地文化生活特色之伴手禮，讓臺灣的茶穿上臺灣文化的新衣，以健康天然無毒的理念，讓茶有了多元創新的新風貌。讓不同的國籍、不同的年齡層，與各種不同的茶有新的邂逅。



# 目 錄

01

計畫目標與架構

02

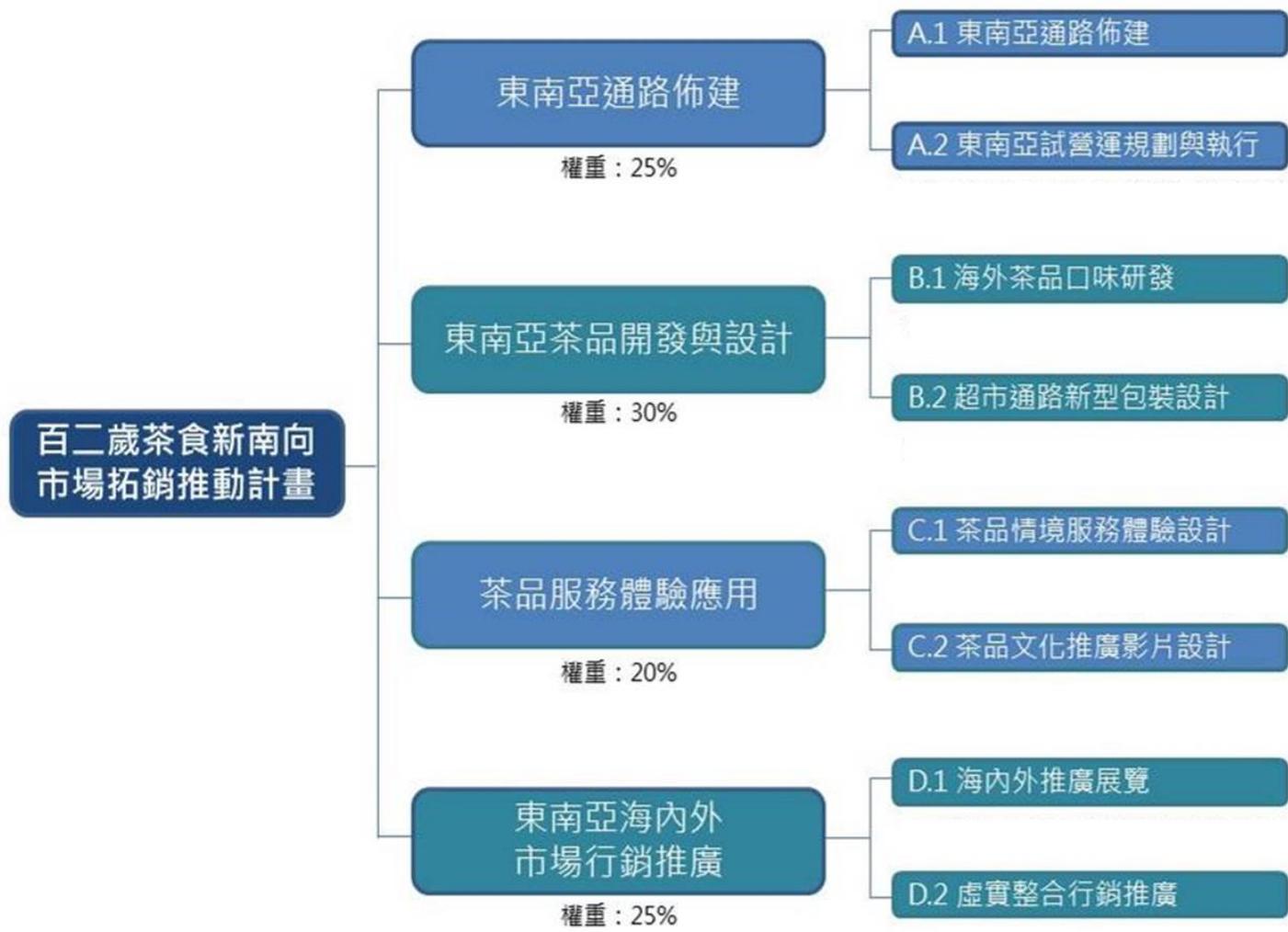
重要工作與實施方法

03

結論與建議



# 01 計畫目標與架構



利用過去的食品加工經驗進行自主研發，並以東南亞市場為標的，針對茶品不同特性結合市場需求開發新品項茶食產品 - 耳掛式茶包與新口味茶餅，透過海外通路推廣試營運及參加國內外大型展售會於市場通路曝光，並於東南亞實體與網路媒體宣傳推廣，以強化行銷效益。

## 02 重要工作與實施方法 - A. 東南亞通路佈建



### 推動目的

- ◆ 透過多元通路接觸，增加產品通路選擇上的可能性。
- ◆ 增加百二歲茶品及茶餅產品能夠有最大量、最合適的管道曝光與上架管道。
- ◆ 將臺灣道地茶品品牌形象與產品形成相輔相成的網絡，以達到最好銷售與推廣綜效。

### 執行作法

- ◆ 盤點通路市場與競爭優勢。
- ◆ 增加百二歲茶品及茶餅產品能夠有最大量、最合適的管道曝光與上架管道。
- ◆ 將臺灣道地茶品品牌形象與產品形成相輔相成的網絡，以達到最好銷售與推廣綜效。

### 推動現況

#### ◆ 泰國：

與合作超商(GINGWAN TEA Thailand)提案，上架新式掛耳茶包及奶茶餅，並已簽具合作意願書。

#### ◆ 新加坡：

鎖定合作超市(HAO MART) 接洽上架計畫主打之掛耳茶、奶茶餅這兩支產品。

#### ◆ 菲律賓：

108年於馬尼拉展售會試賣，試銷品幾乎完售，也取得當地客戶回饋茶餅銷售甚於茶糖，故109年修正研發產品為茶餅。

菲律賓實體門店位於阿亞拉購物中心 ( Ayala Malls Manila Bay ) 三樓。。目前菲律賓據點拓展方式以經銷商協助通路上架。上架品項以掛耳茶包、奶茶餅乾為主。

## 02 重要工作與實施方法 - A. 東南亞通路佈建



新加坡HAO MARK



菲律賓Ayala Malls Manila Bay



泰國Whizdom 101



### 推動目的

- ◆ 設定新加坡、菲律賓與泰國，調整與研發新口味。
- ◆ 因應東南亞市場，將「英語」作為包裝及設計之優先改善順序。
- ◆ 依照「當地市場屬性」決定包裝排版文字閱讀順序、包裝色彩用色風格，視覺上也需依國家屬性的不同重新設計。



### 執行作法

- ◆ 進行當地市場競爭對手品項調查，了解當地的消費市場和喜好支撐度，確實掌握在地口感。
- ◆ 以百二歲擅長的調配技術進行適地化口味設計研發，並結合台灣飲食風潮及觀光名勝等特色，調整成更適合東南亞的口味並成為既有產品線的延伸。

## 02 重要工作與實施方法 - B.東南亞茶品開發與設計



### 冰沁掛耳茶式茶包

以台灣文化為主與自然保育為主軸，強調百二歲產品的自然無添加訴求。



- ✓ 蜜香紅茶因茶湯顏色偏紅，故以紅色系為包裝設計。
- ✓ 水鹿因被毛顏色偏紅棕，故取其相對應色為包裝主角。



- ✓ 四季茉莉茶因帶有茉莉香氣，走較為清香路線，故搭配清爽的亮藍色系。
- ✓ 運用台灣黑熊作為包裝主角呈現其反差萌效果。



- ✓ 橙香青茶之茶湯外觀顏色偏橘黃，且茶湯帶有香橙風味。
- ✓ 搭配與石虎同色系的黃橙配色，相互輝映。

## 新口味茶餅

以百二歲一貫的調性 - 白色為基底，添加台灣景觀特色的代表圖案如野柳女王頭、日月潭纜車、平溪天燈等，作為新南向茶餅系列的初代包裝，更能強化百二歲品牌的簡單純粹。



- ✓ 嚴選台灣蔗糖透過加熱，讓糖融化慢慢產生焦糖風味，與紅茶結合可以更襯托茶香，讓焦糖奶茶餅風味更顯獨特。



- ✓ 台灣為珍珠奶茶發源地，以黑糖為基底搭配以低溫研磨的台灣紅茶粉做成黑糖奶茶餅口味，嚼一口茶香在嘴裡慢慢散發開來。



- ✓ 台灣為珍珠奶茶發源地，以文火烘焙的台灣烏龍茶，熟香型茶味在奶味中更顯突出，再以低溫研磨的方式融入餅中讓風味更顯層次。

## 02 重要工作與實施方法 - C.茶品服務體驗應用

### 推動目的

- ◆ 以南投茶品多元創新產品推動為主軸發展、延伸，經由其市場產品、口味、包裝設計，導入臺灣茶文化情境服務體驗創新設計。
- ◆ 以體驗設計與情境模擬風格展現為核心計畫，形成同業操作差異化體驗，進而帶動目標市場客群。

### 執行作法

- ◆ 建立服務體驗流程。
- ◆ 針對服務對象目標族群特性提出服務構想。
- ◆ 服務產品內容創新概念發展，界定服務產品內容所需資源規劃。
- ◆ 邀集顧客或利害關係人進行服務模擬演練。



Warm the cup

#### Step1 | 溫杯

準備一只350cc杯具，並倒入些許沸水於杯具內，靜待10秒後，輕輕搖晃環繞後倒出，杯具的溫度，能促使茶香與滋味更為綻放。



Use the drip bag tea

#### Step2 | 掛耳

依折線撕下後，將濾紙雙片的耳吊張開夾於杯具上，並輕輕拍打杯具側面，確保茶粉均勻散佈，藉由溫杯後，杯具內的熱氣，能使茶



Bloom

#### Step3 | 悶蒸

使用細口壺，將少量85-90°C熱水，均勻地淋濕茶葉，讓茶粉得以充分悶蒸，並靜待片刻，等待其為茶發揮香味、滋味而做準備。



Pour water

#### Step4 | 手沖

充分悶蒸後，便可開始以細口壺傾注熱水，手沖時重心會在掌心，平穩地來回畫圓，緩慢淋於茶粉中，直到所需的水量。



Standing

#### Step5 | 靜置

等待熱水流漏杯具中後，將使用過的掛耳茶包移除，最後，可以輕輕搖晃杯具使茶湯更融合。



Tasting

#### Step6 | 品味

品嚐之前，可先聞香，享受茶香撲鼻，再一飲入口，品味山嵐茶韻，溫度與味皆可依個人喜好運用熱水量調整濃淡度。

# 02 重要工作與實施方法 - C.茶品服務體驗應用



融合東方傳統線條與北歐圓潤之型態，保留泡茶之「器」的形式，讓泡茶變的簡單

## 設計發想

- ✓ 異材質結合
- ✓ 銷售模式考量
- ✓ 功能搭配導向
- ✓ 展場體驗樂趣

### 玻光茶器

#### 一件4器



#### 沖泡方法



### 二式茶器



#### 濾掛式



#### 浸泡式



#### 一件11器



可濾掛可浸泡，瓶身採用百二歲企業識別之特徵，瓶座取用滴漏茶水產生漣漪之意，瓶蓋拉環取用山形特徵為特色

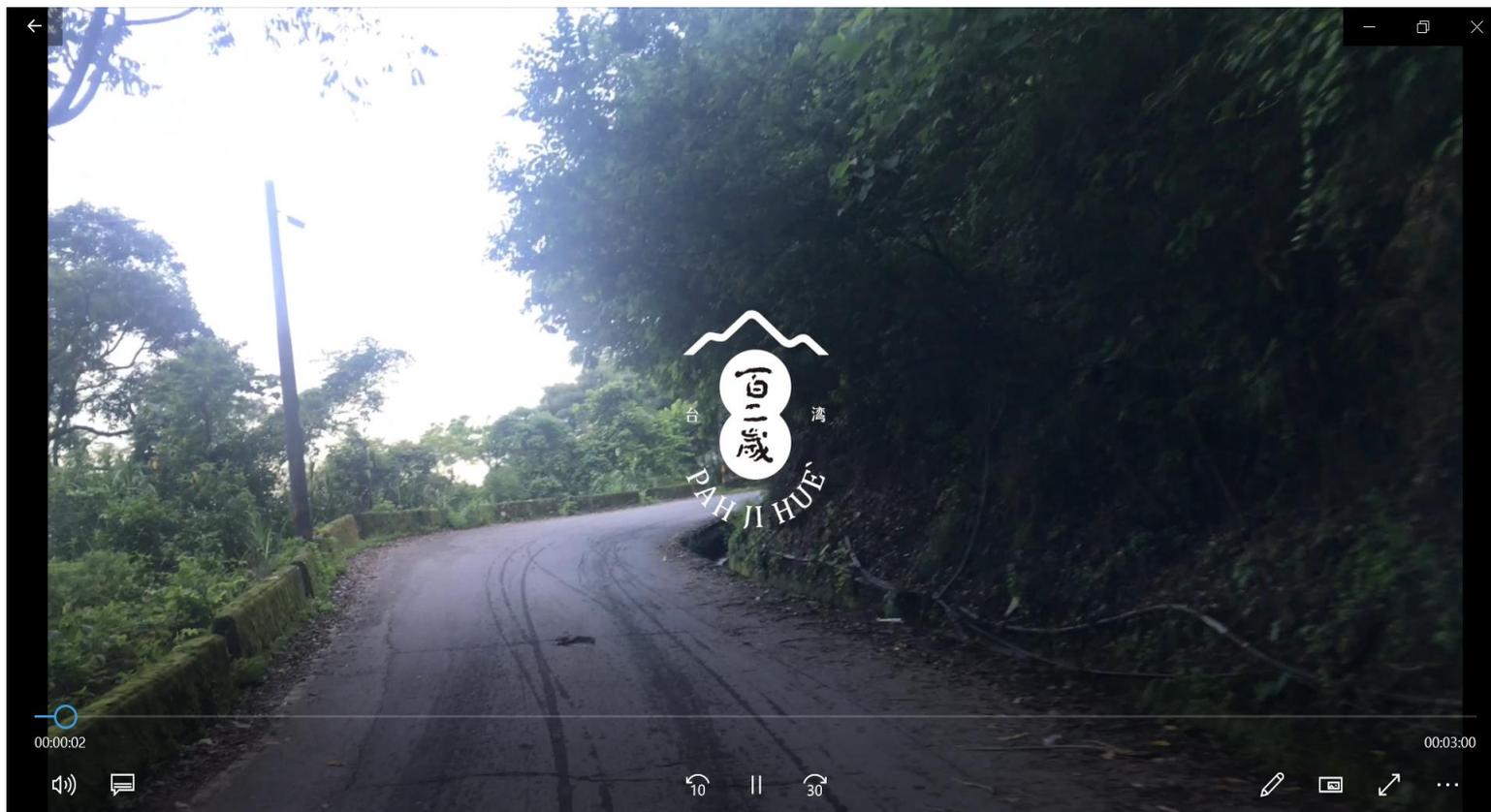


## 02 重要工作與實施方法 - C.茶品服務體驗應用



### 茶文化推廣影片

主軸放在品牌形象的塑造而非產品的推廣，此次遠赴南投紅香部落，拍攝高山烏龍茶的製程，透過真實的畫面紀錄，強調百二歲產品的在地性與地方情感的連結，以及茶人辛勤的農事生活，親手將每片茶葉採摘獻給正在品嘗的每一個人。



## 02 重要工作與實施方法 - D.東南亞海內外市場行銷推廣

### 推動目的

- ◆ 透過參展建立品牌形象，拓展新市場及企業版圖。
- ◆ 測試消費者對產品的觀感或顧客關係管理等，強化與現有消費者之間的關係
- ◆ 利用展覽過程進行市場情報蒐集，也能同時開發潛在客戶與強化媒體曝光率。

### 執行作法

- ◆ 規劃參加海外及海內推廣展售各一場次。
- ◆ 鎖定不同性質之展覽會提供不同品項與服務體驗。
- ◆ 展場設計將朝向互動體驗及參與感並透過場域優化陳設及動線設計等方式營造品牌氛圍。

### 海外展售

考量市場拓銷性，內部將重新評估東南亞茶點心開發品項，並採集更多東南亞市場的消費者需求以及與零售通路取得銷售品項及消費模式的建議，以及台灣點心食品業者洽談經驗交流與溝通，再行擬定產品開發方案，以及相關產品設計風格方向，方能在有限的資源中取得最大的銷售效益。

- ✓ 參展地點：菲律賓馬尼拉灣 阿亞拉購物中心 (Ayala Malls Manila Bay)
- ✓ 展覽說明：臺灣地方特色產業展，連同近20家OTOP業者的特色產品，從11月13日到11月17日臺灣在地特色優質好物推向國際市場
- ✓ 參展時程：108年11月13日(三)-108年11月17日(日)
- ✓ 消費模式：現場以現金支付為主，普遍喜歡嘗鮮口味，對於試吃試喝相當踴躍。
- ✓ 實際成效：五天展售日共計銷售金額約210,000菲幣，折合125,000台幣。



## 02 重要工作與實施方法 - D.東南亞海內外市場行銷推廣

**國內展售** | 運用體驗服務手法，展售期間累積許多曝光及詢問，也成功吸引年輕族群對於手沖茶的興趣，預期未來能夠增加年輕族群的客層。

- ✓ 參展地點：台北華山1914文創園區
- ✓ 參展時程：109年5月15日（五）- 109年6月18日（四）
- ✓ 活動內容：百二歲受邀參加TOAST & KINTO 咖啡觀茶室手沖茶教室展售。由百二歲總經理李振嶺親自運用Dripdrop，以符合現代生活型態的方式示範手沖茶，帶領大家從LOUTS的小壺泡茶法、WAVER單人杯、LT急須茶、UNITEA花草茶到SCENE冷泡茶，分別練習，沖出潤唇甘口縷縷茶香。

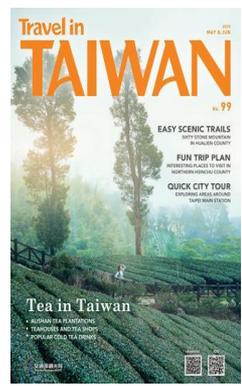


# 02

## 重要工作與實施方法 - D. 東南亞海內外市場行銷推廣

刊登外語平面雜誌作為媒體行銷之主要方向，主要宣傳通路在各  
 海外媒體雜誌報紙實體通路刊登 國際機場、車站旅客服務中心、航空公司機上刊物、五星級飯店、  
 觀光景點、海外辦事處及旅展等國際場合推廣。

### 《Travel in Taiwan》英文雙月刊



《Travel in Taiwan》刊物採雙月刊制，  
 且每年另出版一本國際旅展專刊，供當年度於國際旅展時於攤位現場進行推廣發放。

# PAH JI HUE' Drip Tea Bags

Eastern tea prepared with a Western style drip brewing method to taste the authentic flavor of Taiwanese tea. There are six flavors of drip tea:

1. Taiwan White Tea
2. Alishan Jin Xuan Tea
3. Sun Moon Lake Black Tea
4. Dong Ding Oolong Tea
5. Honey Black Tea
6. Winter Oolong Tea

We are fourth-generation tea farmers who inherited the diligence, dedication, and firm sense of mission of our forebears and have developed gifts that combine tea and local cultural and life characteristics, dressing tea in new clothes inspired by Taiwanese culture. Following the idea of healthy, natural, and toxin free, we have given tea a new look to let people of different nationalities and ages have new encounters with different teas.

PAH JI HUE' (meaning "120 years old") is an expectation and is also a blessing: "If it isn't the best, we don't want it." We aim to adhere to our original intention to share the fine tea of our hometown and hope that everyone who receives this gift can live to be 120 years of age.

Unlike the traditional method of brewing tea that required various tea ware items and also didn't guarantee getting the right flavor, PAH JI HUE' is a pioneer of drip tea in Taiwan. The traditional tea brewing process has been condensed into portable tea bags so that you can enjoy a cup of fine Taiwanese tea simply, quickly, and conveniently wherever you are, at any time. Using Eastern tea prepared with a Western style drip brewing method, everyone can enjoy the authentic flavor of Taiwanese tea whenever they want.

PAH JI HUE' has won the Classic Design Award and Innovative Business Award.

Emphasizing purity, simplicity, and taste, using 80% recycled coated paper accompanied by different colors and patterns for each tea, the packaging has a high-quality feel while presenting a minimalist style and meeting environmental concerns. Various tea flavors are provided to wake up and treat your taste buds.

Shop: No. 101, Sec. 2, Huilai Rd., Xitun Dist., Taichung City (台中市西屯區惠來路二段101號) (1F of National Taichung Theater)

Hours: 11:30-21:00  
 Tel: (04) 2314-8259

PAH JI HUE' website  
[www.pahjihue.com.tw](http://www.pahjihue.com.tw)



- 109年上半年度因為新冠肺炎造成國際出口額及國內市場呈現大幅衰退的現象，訂單以108年3、4月為基準，較108年1、2月同期比較下降80%，營收以108年3、4月為基準，較108年1、2月同期比較下降84%，對於市場經營與業務拓展十分艱辛。不過近期隨著疫情逐漸趨緩，今年中也順利於菲律賓大型購物中心完成上架銷售，目前菲律賓、泰國、新加坡三地隨著大賣場、超級市場的業者擴大銷售規模，品牌知名度也提升許多，期盼在各國逐漸解封後，持續搭配虛擬與實體的行銷宣傳，下半年的外銷業績能夠逐漸爬升。
- 下半年度預計與新加坡網紅合作，提供新品與體驗茶具組，讓網紅開箱介紹，再搭配Pinkoi電商平台，期待透過網路虛擬行銷拓展多元通路，提升在新加坡市場知名度，增加網路訂單並且帶動實體店鋪營業額。預計提升營業額15%以上。
- 下半年除國內外市場拓展規劃外，行銷推廣也是相當重要一環，為兼顧市場需求與消費者習慣調整廣告投放之媒介，在傳統行銷媒體上將有兩則英語專題刊登，強化百二歲品牌價值與茶產品曝光，網路媒體則規劃搭配東南亞網紅進行業配行銷推廣，以及社群平台互動經營，透過整體推廣擴散百二歲品牌之行銷效益。



讓我們一起重返這樣的榮景  
拓展新南向

