



臺灣茶產業的電子商務營運模式

李家瑩、黃彥智

國立臺中科技大學 企業管理系 教授 / 國際貿易系 副教授

郭雍勝

國立臺中科技大學 企業管理系碩士班 研究生

一、摘要

本研究探討臺灣茶產業的電子商務營運模式，依據個案研究法與訪談法與茶葉企業主進行訪談，分析臺灣茶產業在面臨數位銷售普及情境下之現況與困難。本研究結果顯示，臺灣茶產業對於電子商務的應用已初步萌芽，茶葉企業也漸漸由傳統線下銷售，拓展至線上營銷，通過虛實整合的方式，增加通路、拓展顧客群，更提昇品牌知名度。逐漸成為臺灣茶產業未來發展的新零售策略，本研究做為將來茶產業之業者欲跨入經營電子商務市場時之參考。關鍵詞：茶葉產業，商業模式，電子商務。

二、動機與目的

目前臺灣茶葉產業中，透過電商經營茶葉成功的案例很少，而且臺灣文獻大多集中在茶業產銷現況與經濟模式等領域，較少探討在電子商務中經營茶葉的銷售，故本文希望探討電子商務對於茶葉產業的營運模式。藉由商業模式，可審計企業所傳遞的價值主張、組織的內部營運、外部市場的經營與財務結構等內容，作為企業未來營運的參考依據；透過電子商務四流構面，能夠瞭解企業應用電子商務營運模式。若能使茶葉推向國際，如同其他臺灣的知名業者，電商平台為一個有效的行銷通路，為臺灣茶產業的新型營銷模式做為參考的依據。故，本研究將試圖探討的研究議題如下：一、透過電子商務營運模式與商業模式分析為基礎架構，訪談相關業者以歸納茶產業的經營現況二、從電子商務營運模式與商業模式，探討分析茶產業商業經營所遇的困難點並給予建議。

三、相關文獻與研究方法

本文以商業模式的九大因子歸納出四個主要核心路徑，探討其於臺灣茶產業的商業經營模式，審視企業如何傳遞價值主張、開拓外部市場、管理內部營運與財務結構等內容，為臺灣茶產業未來調整營運模式給予建議，並做為參考依據。本文主要透過個案訪談，探討臺灣茶產業的電子商務營運模式，依據第三章的研究方法中所提及之內容個案研究法與訪談法歸納研究結果，本研究參酌文獻蒐集資料與整理，將 Osterwalde and Pigneur(2010)商業模式的九大因子代入個案研究中，包含：價值主張、目標客層、行銷通路、顧客關係、關鍵資源、關鍵活動、關鍵伙伴、成本結構、收益流，並將其區分為主要核心路徑：價值傳遞、外部市場、內部營運、財務效益，以及電子商務的四流定義構面的概念，進而探討臺灣茶產業的商業模式現況與困難點。

四、研究結果與討論

臺灣茶產業迄今已發展久遠，面對高度競爭的情形下，如何提高經營績效？由於電子商務的發展將牽動整個產業，透過此一高效率且即時性，使產業的銷售無遠弗屆，隨著全球與臺灣電子商務的發展迅速與完善，臺灣茶產業對於電子商務的應用亦蓄勢待發。本研究經訪談結果分析與文獻探討後，為企業未來應用電子商務提供建議，分別如下所述：

1.價值傳遞與電子商務營運模式：茶葉企業對茶產品進行促銷的過程中，採用多樣化的促銷手段，賦予茶葉產業文化意義。推廣茶葉的同時，可以借助現代新媒體等進行文化傳播，不但可以宣傳企業的茶文化，提升消費者對茶葉文化與歷史的認知，讓泡茶、茶藝、品茗進入顧客認知中，同時推廣養生、健康的飲茶知識，創造附加價值，而且可以將企業的茶產品做為系列產品進行行銷推廣，促銷過程中提高企業和茶產品的知名度，並建立口碑，將價值主張傳遞予顧客，滿足顧客需求。

2.外部市場與電子商務營運模式：而電子商務最大的挑戰在於流量，如何推廣自身產品，除了通過網路行銷媒體，進行廣告投放外，是否能通過其他方式建立品牌知名度與曝光度，於流量部分，大多企業開始經營自我社團、直播，建立流量池，通過自然的流量將投入廣告的成本降低，未來可通過會員的經營，提升品牌忠誠度，並由分享與互動的方式，獲得顧客的回饋，並且幫助商品推廣，使大眾更能得知自己的品牌。

3.內部營運與電子商務營運模式：臺灣茶產品的生產端，易受天災影響，使供應量不穩與每個茶季的品質難以統一，因為茶菁的品質直接影響後續的銷售，企業宜與上游的茶園、茶農密切合作，以維持供應、品質與價格的穩定，中游產製、加工部分，受限於設備與製程，製造週期與供應時程都取決於茶廠的安排，因此已有業者開始將產業鏈進行整合，為增加經濟效益，與上、中、下游結合，形成產業鏈，以達規模經濟，形成穩定的關係結構與競爭優勢，並藉由電商的行銷活動，將茶葉商品拓展至更多顧客群，為企業獲利。

4.財務效益與電子商務營運模式：財務效益的成本結構可以發現，電商行銷與傳統行銷的模式，其投入成本與報酬效益已大不相同，藉由低門檻的行銷成本，為臺灣茶產業帶來更多的利潤。收益流的部分，通過電商模式，提高知名度，增加新客源，以此突破現有的顧客市場創造其他的收益來源。

五、結論

有鑑於過去鮮少研究電子商務對於臺灣茶產業的營運模式，在茶葉的相關研究中，對於茶葉議題的探討大多聚焦於產業結構與經營模式、茶葉發展的現況與展望、茶葉發展策略與經營管理與關鍵成功因素；而電子商務的相關研究，議題探討，如：電子商務模式的營運分析，鮮少同時聚焦於電子商務應用於臺灣茶產業，因此，本研究透過企業主訪談以及相關文獻歸納分析，探討電子商務對臺灣茶產業的營運模式，為整個茶產業提供新的參考依據。