

一個茶農的實際經驗

晉昇茶廠/李振昇

接獲區教授要我寫一篇推廣行銷GABA茶的甘苦談，正是我推廣GABA茶一年來，第二次用它來檢驗，看看加碼茶是否能緩和我因推廣困境而引起之抑鬱頭痛。頭痛，是因遇上不可說(說了也沒用)又無法理解之障礙。當然也不應在此報告中提及，不然就成了訴願書了。其實，一個沒上過大學的鄉下農民根本無法寫甚麼文章(第一次到實驗室拜訪教授，還真會發抖呢!)，既然推不掉，就只好將推廣行銷GABA茶的緣起與思緒做個詳實的報告。

話說民國87年，是我生命與事業的轉折。初秋炎熱，茶廠正為生產秋茶而忙碌，20幾個人員與廠房空調的用水量，使得水塔自動控制系統故障。喜好DIY的我，為了節省300元的維修工資，自上頂樓修理水塔電動浮標，結果因赤膊加上汗水，很幸運地被220V的電壓彈出墜地。或因此<無常>讓我將如日中天的烏龍茶事業(年產營業額2000萬以上)，慢慢地縮編，又加上民國88年921地震時，妻兒在工廠外的車中震憾、父母親卻又在打不開門的屋中，呼之無應(因本人出不去，乾脆繼續睡)，毫無能力且無地自容的我，便慢慢地看淡事業...自此讓我有三年的時間修習易理、老莊與茶道。

寒窗三載，在快按捺不住沉潛歲月時，如使命似的，茶業改良場魚池分場吳副研究員文魁給了一份我前所未聞，但茶界已流傳多年的GABA茶資訊。卻因我的無聞，竟讓我全力且極秘密的研發試產，後來輾轉得知農委會茶業改良場會大力推廣此茶，業界先進因諸多原因不看好而不願生產推廣。哈哈，我真是瞎眼不怕槍。

在矢志以推廣GABA茶為終生事業後，便努力地研究它本身的缺失，以及日本在台推廣此茶十年卻不成功的原因。長時間厭氧發酵後產生之風味不良是GABA茶的特徵也是缺點，一般見解，多以添加香料來改善，此是我最不想使用，

且不願見到的結果。既然要推廣品茗養生，卻又要消費者飲用化學香料，實非妥當之舉，但若不改善，要大眾如喝藥般的飲用，也不可能將此珍貴的發明推廣成功的。如此，要一個沒有科學理論背景與經驗的小農，用不添加人工香料的方式，來改善它本已具來的特有風味，若真要研究，開發研製、感官品評試驗等等排列組合演算，至少得花上三、五年的時間與人力。真是使命吧！潛習三年所學之周易原理——變動不拘、法像成器，剛好派上用場。

因此，從改善田園管理、研發厭氧發酵機器與改良製造方法到韻味調合(四種品種以上之GABA茶比例調配。若要有競爭力，此法不必老實公開的，但良心認為消費者有知的權力。且是尊易卦所示，知易者不多，光用排列組合，需N次試驗，仿冒商標容易，好品質難仿的)，無一不是從周易卦象中尋求解決之道，中華老祖宗還真是第一。日本17年來的研發困境，被我們的周易給解決了。易經給茗茶加碼—佳葉龍茶(或譯稱佳寶、佳芭)的兄弟—<加碼茶>，從易經卦象裏終於誕生了。

其實風味的溫郁僅是小農自我的慰藉滿足。真感恩有農委會、茶改場、鄉農會與中興大學區教授的全力輔導，才是讓我真正的踏上推廣路程的最大幫手。無人問津的佳葉龍茶，短短半年，生產同業衝破了50家以上。生機一現，臺灣特種奇蹟，一窩蜂如夏茶般地，菁芽一出，拼命的往上萌發。殊不知為爭陽光而極速生長的長梗，是帶來茶湯苦澀的原因。冬茶的醇郁回甘，是須經一波波冷峰來歷練涵養的。但求生存、進步之心，皆如同草木般，春、夏、秋、冬本都要時時求生存，既然群起爭雄，亦是自然之演進。

「加碼」其實是GABA茶的老二，嘉義劉家佔先生才是佳葉龍的率先推廣功臣，或只因加碼推廣太用力，忘了老二哲學。隨後的競爭者，當然

以目標顯著者下手，天啊！我只是想推廣我的理想，此刻卻必須當一名名牌、暗箭靶。小農本非從商，如此商場利箭，竟箭箭入骨，讓我深深體會現代工商社會之明槍暗箭，當知必須承受起莫名且不能一吐為快的壓力。說過不談冤由的，既然自認有使命，沉思圓融太極，事事必有陰陽、正負的道理，一來一往，是否？若真要小心給飲用者無抑鬱、壓力的健康，就必須先自我承受等同心境的感受！老子的道學不好，當然會頭疼了，至少能用加碼茶自我人體實驗一下！

GABA對腦子的幫助到底有多大，蘋果日報創刊第二天，綜合外電用半版版面報導猶他大學萊維塞教授的實驗報告—GABA已確實證明可抑制腦部雜訊，能讓<老猴變年輕>。我雖不是<老猴>，第一次腦如針刺般的抑鬱煩惱已用此茗加碼洗腦，清晰舒暢；這次的腦，耳邊轟轟鬱氣若能再加碼消除，雖然我不是醫生，但真可如神農氏般的嗜茶自試呢！

GABA茶製造與推廣的熱潮已起，可說是茶改場蔡副研究員永生的十年研發有成，區教授的研究室亦負起檢驗把關之責，更有研究室王老師及博、碩士生們積極地進行GABA茶的動物臨床實驗及儀器檢驗之新法研發，以加強學理上的論證，茶界新生命確已誕生。至於小農實應多加磨練，以因應往後艱辛之路，故當先閉關再研習

充實，真希望可以單純地作個小茶農，而不用辛苦外出推廣行銷，現將推廣一年來的心得與見解如實報告，或可做為往後推廣者些許參考，更期盼同業先進繼續研發推廣，期能共為消費者之健康而努力。

茶者南方之佳木—或因中國歷代先哲把「茶」推廣得太出神入化，使得如今，茶與非茶難辨，甚麼是茶？連主宰全國智慧財產的智者都不清楚呢！紅茶、綠茶、烏龍茶、菊花、靈芝、苦瓜、冬瓜都是茶；廣告多，品牌大的如：統一茶裏王、黑松就是茶…等在台灣，更可見茶文化的蓬勃發展與演進：如品、壺、道、藝、會、禪、鬥、技，各有流派，亦自成一格，而流派引領消費，消費又引領製造。茶的品嘗意識與專業實質已背離甚遠，要國人飲「意識極品茶」還容易，只要說之以：吾本專業如斯，便易昇華顧客意識。日本人卻想要用「實質養生茶」來台推廣如藥之茶，實是不懂中華之茶文化，真不如賣藥丸來的容易些，哈！國人消費藥品的能力比消費烏龍茶還來的強呢！或也有行銷高手就以藥品來推廣佳葉龍茶，成效無從得知。但已融入歷史詩情與生活意境的茶飲，雖有科學新發現（此真要感謝津志田與大森正司博士），但把它當藥，似有棄棄老祖宗對茶之研究與宣揚之用心。



熱愛茗茶且專精茶葉生化研究的台灣大學 林教授仁混曾提過，遍查歷史醫學、詩文記載，所有對茶讚揚之優點與作用，目前皆可用科學研究來證明，也真有確實之效能。唯有古人極力讚揚品茶對人體有鎮定、安神、提昇思緒境界的作用因子仍須再深入研究，雖已知僅17年歷史的GABA元素是其一，但除了科學原理外，愚農私自認為，意境的融入與品飲情境才是不可或缺的茗茶（古茶字）神藥、快樂仙湯。佳葉龍之推廣當可藉其GABA特色發揮，但萬不可忘卻了真茶的深遠意味，愛它就不要扭曲它，如何昇華此茗的風味與境界才是它的光明前景。當然此見解是小農之私見，或有財團、資本家能以各種資源、方式來推廣消費，那就不是小農民之思維所能及的。

新產品的推廣要有特色，既然不得不強調GABA的優點，檢驗認證是第一要點，良心的產品才有願景，要將GABA茶融入中華茶史，可真的要眾茶界先進們共費心神的，雖無法源規定，誠實的品管GABA含量（行銷一年來，由消費反應體覺150-180 mg% 之含量很適當），才能保護此茗長遠的信譽。三千年的茶史演進，眾茶類之品質唯有此茶可以、也必須用儀器來鑑定呢。儀器是輔助，並應進一步研究它的最佳風味，努力開發其品賞價值。此精神並不是隨便套招製造、一味研習或強力推銷而可得的。記得研發初期，白天卜易解卦試製，深夜纂文整理心得書冊，家妻看到不忍亦無奈，笑稱要我不如去擺攤算命，還比較有前途。後又戲激我已走火入魔，製茶功夫盡廢，做了一大堆喝了會反胃，連普洱都不如的爛茶（並無貶普洱之意，臺灣製茶界大部份是不識普洱的），情勸不動固執的我，找來家父極力勸說：「用心回去生產烏龍茶吧！阿本丫在台推廣十年都沒人要生產，若能成功別人早做了，輪不到你小子來開發！」。易經恆卦有解：君子以立不易方。老婆從被迫灌草藥到同我一起爭相品賞，杯內若無留茶湯，會罵我如莽牛狂飲，不留點滴讓她喝，太自私呢！家父亦因飲後血壓穩定，僅再叮囑我不可用勞過度。此茗真是我所當

尋，讓我思及91年春自題的一首詩：

日月動陰陽，處世行難易，提壺養乾坤，品茗潤太極。

當時加碼茶尚未孕育成形，詩意竟已先知註明。易-繫辭傳孔子言：立成器以為天下利；化而裁之謂之變，推而行之謂之通，舉而措之天下之民，謂之事業。妙！讀了三年的周易竟是為了此茗來加碼。

顛覆傳統的，就是革命，革命本是艱難多苦，跌倒了再爬起，還沒站穩，當頭必當又受猛力一記，自古至今皆然吧，之前的苦是小事，當前的苦，若可言說，就不是苦了，且推廣GABA茶是要讓人解憂去鬱，談苦處應是極不適當，既要革命，苦者我自承擔，消費知音的贊賞才值得極樂共享。

因研發的工作仍繼續進行，且推廣行銷之文宣與企劃皆由全無經驗的鄉野農夫一人包辦，在無時間外出推廣，又幾無通路情況下，客戶大部份皆由消費者相傳以告，產品信譽在於消費者的認知肯定，當然也必須要有一點緣份。加碼茶亦曾力掙到上全國三大結盟之通路，但沒人引薦指名就「不是路」，全臺3000家連鎖店一個月的銷售量，還不如一位獲加碼茶如至寶的品賞知音幫忙推廣。

GABA茶的行銷推廣不在大篇療效，而在於一份真摯誠意與優雅情境之蘊育，那才真正的養生真諦。更有位石崗鄉70多歲的謝仁和老先生寫信告知：「我一個月只須一盒，不買多，但會一直喝你的加碼茶直到…」。老顧客定能健康活到120歲，即使只有謝老先生在品賞消費，我也必研製供應！近日更有一年來愛護的消費老顧客建言：「後起的小加碼產品價格那麼亂，雖不及你正牌加碼的雅郁，但盲目的消費市場以價格取向，你又沒空外出推廣，早晚會有行銷困境的，為何不擴大產量以策略競爭？」，隨便生產我不會，答以：「自有消費者公評，拼不拼得過市場競爭是際遇，唯一不怕競爭的是品質與信譽，大不了採限量生產，僅供給有緣者，可吧！」。

輔導農業產銷，開拓新市場，本是上級長官

與教授輔導推廣與關愛農民之本意，並不能有私心僅為謀己之利，推廣群起，更讓我欣慰得以回報 長官、教授全力輔導推廣之恩；只是使命之情感，亦必須盡己之能，為因我而認識加碼茶之消費者消費把關。月前曾依占解卦得知，加碼茶的推廣須有三年的辛苦勞碌（既濟卦九三爻動：高宗伐鬼方三年克之，小人勿用。三年克之，憊也。），若能帶給消費者一養生與品茗的新選擇，為產業拼一條新出路，大家共享，苦又如何！至於此三年長路，僅爬了三分之一途，此時正筮飲斷脈湯（唐·蘇廙·茶書 十六湯品之第五品）：百脈起伏、氣血斷續，實不知甘味之所在。

停筆體會一下此湯，量一下心跳，112下/每分，此湯真可斷脈！目眩耳鳴，此時心境如荒山孤狼在嗷。教授適時給這機會舒發，嘻！要我寫文章，像真給了一帖大壯湯（十六湯品之第六品），此大壯湯並非用來提神壯志：力士取針裁縫，農夫執筆為文，以其粗野而難成。（力士之

把針、耕夫之握管，所以不能成者，傷於籠也）嗚呼！小農聊無心得，還真怕誤了老師愛護之意。此湯真燙，後還有十道湯品呢！回想以前曾教導製茶師父，製茶人品茗，不管是優或劣都必須歡飲而盡，擇茗而品，非茶師之應為，若不能用心品嚐與體會優劣之別，怎能做出好茶來？如今我已師父兼徒弟，可要慢慢地品嚐完這蘇廙十六湯品了。期盼屆時，臺灣所有茶類都加碼。

■完稿至出刊前歷盡快一年的持續努力，GABA加碼茶真的很加碼，如今在全臺七大地區郵局全面推廣，受到消費者熱烈迴響，今年至出刊前已累計了五百萬元的營業額。筆者占卜的GABA茶推廣三年而成，才過了三分之二呢，盼此健康啜飲新潮流，能全面並早日帶給國人健康新享受。

六品湯-耕夫握管
李振昇(易茗) 癸未·重陽

