



美國酒莊經營模式與行銷概況

報告人：助理研究員 楊美珠、郭芷君

單位：製茶技術課



內容大綱

- 一. 緣起
- 二. 臺灣茶葉大使-Tomas Shu
- 三. 美國加州葡萄酒業簡介
- 四. 那帕谷酒莊經營模式案例介紹
- 五. 結果與討論
- 六. 結論與建議



一、緣起

◆ 計畫補助:

行政院國家科學技術發展基金管理會補助計畫

◆ 深耕台灣茶文化及其週邊科技知識：台灣茶產業文化與在地化之研究

◆ 計畫子題:解構葡萄酒行銷模式擬定台灣茶分類分級系統

◆ 計畫主持人:陳副研究員俊良



二、臺灣茶葉大使-Tomas Shu





ABC小型精製工廠



外銷-說一口讓外國人懂得茶

◆ 茶葉名詞統一

➤ 烏龍茶分類

- Pouchong Oolong-條型包種茶
- Jade Oolong-清香型
- Amber Oolong-熟香型
- Oriental beauty-東方美人茶
- Brandy Oolong-小葉種紅茶

◆ 專業名詞誤用更正

➤ Fermentation與Oxidation

◆ 多國語言

➤ 中、英、德、日、西班牙語.....



傳統與創意結合行銷

◆ 茶葉表現

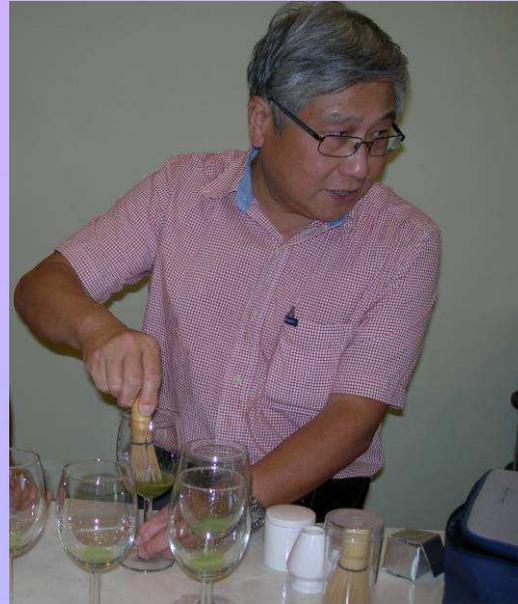
➤ 綠茶粉+冰水

➤ 紅茶+保溫壺

◆ 茶葉民謠

◆ 茶葉糖果

◆ 資訊化-QR code



期許-以優質臺灣茶葉做後盾

◆ 臺灣製茶政策

- 製茶管理規則廢除後，新規則的建立!

◆ 創造臺灣頂級的茶葉的國際知名度-聽得到買不到

- 東方美人茶-生產地、品種、時間性

◆ 精進的研究

- 老茶
- 著涎程度與製茶品質

◆ 茶區Ecotourism-美國酒莊經營模式

- 品茶與收費
- 生態旅遊-年輕人回鄉



三、美國加州葡萄酒業簡介

1. 加州釀酒歷史
2. 加州葡萄酒產製技術和歐洲的不同
3. 美國酒命名原則



1. 加州葡萄酒歷史

- ◆ 始於**17世紀**教團與歐洲移民種植葡萄樹，僅供聖禮儀式及傳教士的日常餐酒用途
- ◆ **1862年**Haraszthy伯爵從法、義、西三大葡萄酒國引進**10萬株**以上珍貴葡萄品種
- ◆ **1880年**加州大學Davis分校葡萄種植系與釀酒系開始加速推動釀酒技術
- ◆ **1890年末期**，葡萄根蚜蟲大舉摧毀了加州的葡萄園
- ◆ **1919年**發布禁酒令 → 僅宗教酒和食用葡萄得以殘存
- ◆ **1933年**廢除禁酒令 → 開始快速發展



1. 加州葡萄酒歷史

◆ 1976年

法國盲測（blind tasting）奪冠

多隻加州紅白酒亦奪獎

一夕之間，加州酒徹底改變了國際酒評家的觀感，從此加州葡萄酒業正式了國際化的腳步



1.加州葡萄酒歷史

- ◆ 葡萄園總面積：40,000 ha → 224,000 ha，
- ◆ 酒廠：227 家 → 800 家
- ◆ 開始訓練導覽員、侍酒師接待遊客進行品酒活動，並參觀葡萄園、釀酒過程和酒窖
- ◆ 開始塑造獨具特色的莊園建築，建造雅致庭園，造景綠美化
- ◆ 週邊餐飲與旅宿業者共榮發展（與1970年初期相比）



2. 加州葡萄酒產製技術和歐洲的不同



單一



著

加州

- ◆ 以現代科技自由實驗
 - ▶ 品種混合（違反歐洲葡萄酒管制法）
- ◆ 一個酒莊可生產一系列的種類酒
- ◆ 人定勝天
 - ▶ 大型風扇與自動供水系統
 - ▶ 酒窖進行溫濕控制



3.命名原則

◆ 管理機關

➤ 法國 AOC

➤ 義大利 DOC

➤ 美國 BATF(菸酒槍械管理局)

◆ 規定-酒標籤

◆ 那帕劃有**15大AVA**葡萄栽培法定產區



四、那帕谷酒莊經營模式案例介紹

- ◆ Clos Du Val
- ◆ Opus One
- ◆ Mumm Napa Valley
- ◆ Domaine Chandon
- ◆ Castello di Amorosa
- ◆ Beringer Wineryards
- ◆ Stag's Leap Wine Cellars
- ◆ ZD wines vineyard
- ◆ Robert Mondavi Winery
- ◆ Freemark Abbey
- ◆ Wine train tour
- ◆ Grgich Hills Winery



四、那帕谷酒莊經營模式案例介紹

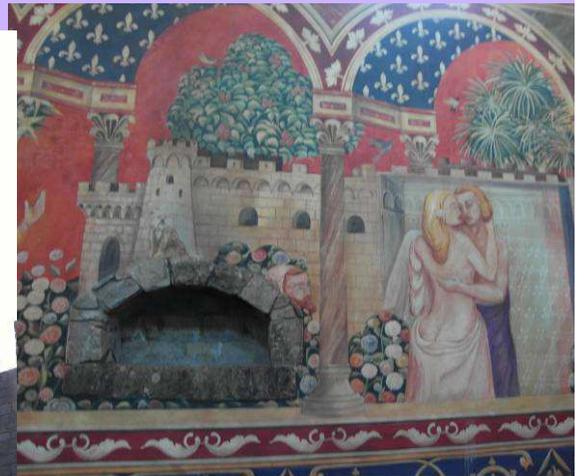
A. 行銷景觀、故事性及文化面

- ◆ **Castello di Amorosa** — 城堡與情婦
- ◆ **Beringer Winery** — 電影《漫步在雲端》
- ◆ **Robert Mondavi Winery** — 藝術家進駐（藝廊、雕刻品）、定期舉辦慈善音樂會



四、那帕谷酒莊經營模式案例介紹¹⁷

A. 行銷景觀、故事性及文化面



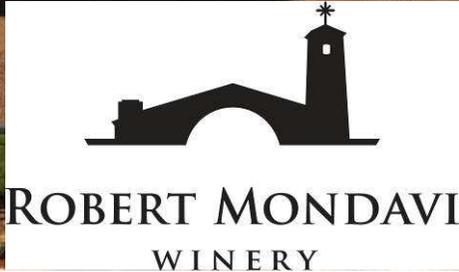
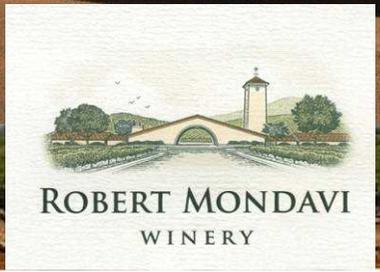
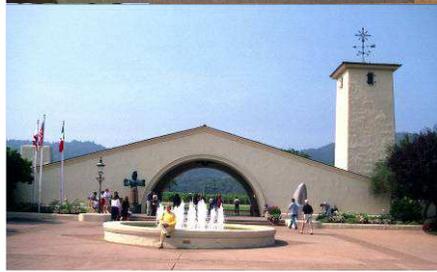
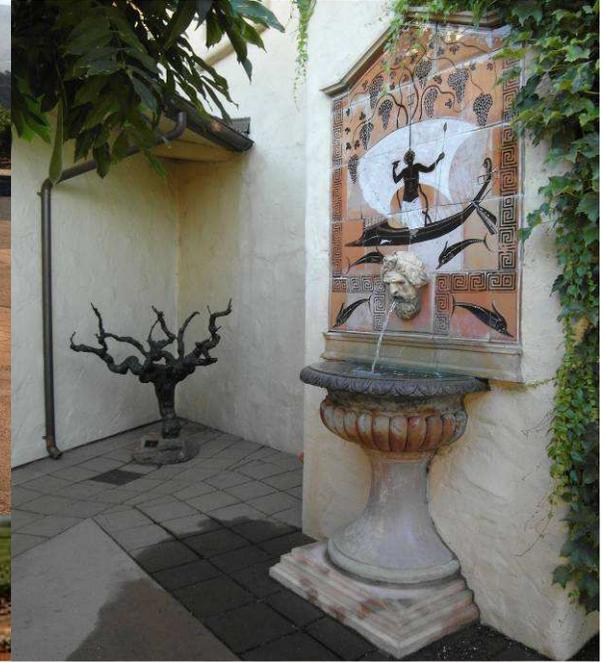
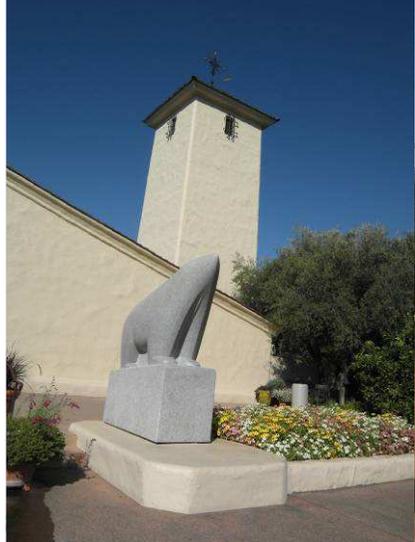
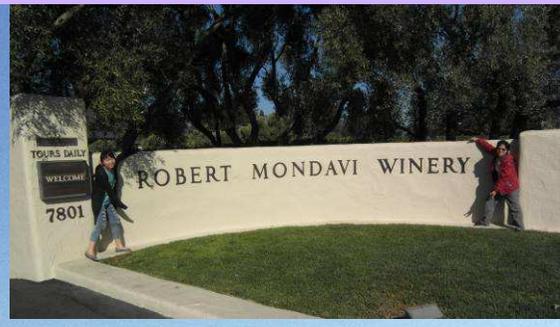
四、那帕谷酒莊經營模式案例介紹

A. 行銷景觀、故事性及文化面



四、那帕谷酒莊經營模式案例介紹

A. 行銷景觀、故事性及文化面



四、那帕谷酒莊經營模式案例介紹

B. 行銷生態保護及有機農法

- ◆ **ZD wines vineyard** — 強調生態旅遊，有機認證葡萄園
- ◆ **Robert Mondavi Winery, Grgich Hills Winery** — 強調栽培過程不使用化學物質，無毒農業



四、那帕谷酒莊經營模式案例介紹

B. 行銷生態保護及有機農法



四、那帕谷酒莊經營模式案例介紹

C. 行銷栽植及釀酒技術

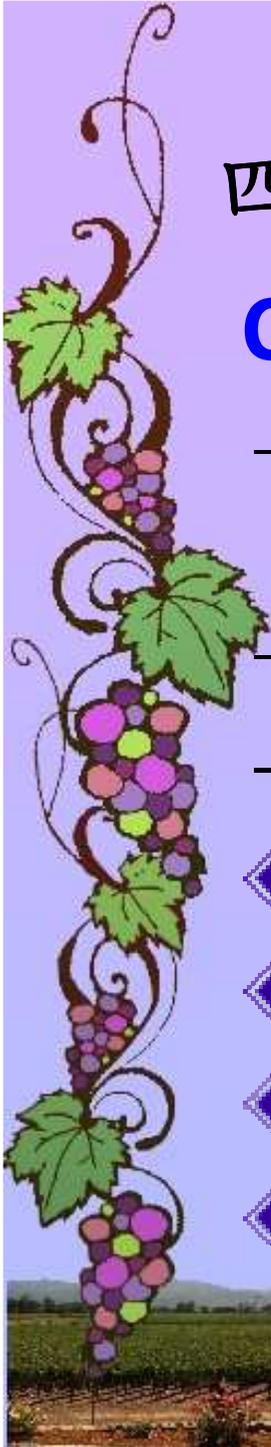
- 進行栽植試驗，配合不同土壤特性種植不同品種葡萄
- 精密農業（天氣、病蟲害預測）
- 科學釀酒（發酵槽電腦控制）

◆ **Robert Mondavi Winery**

◆ **Clos Du Val**

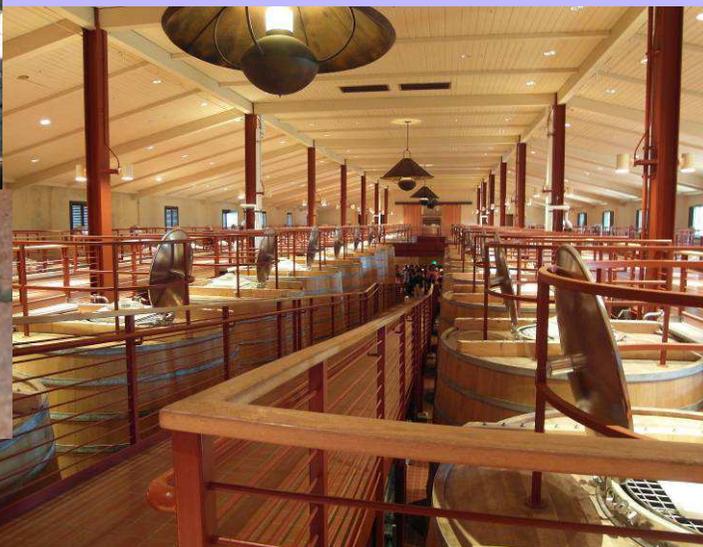
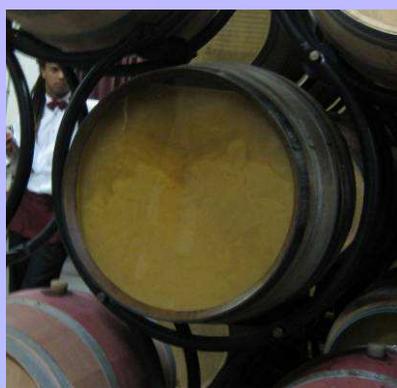
◆ **Freemark Abbey**

◆ **Beringer Winery**



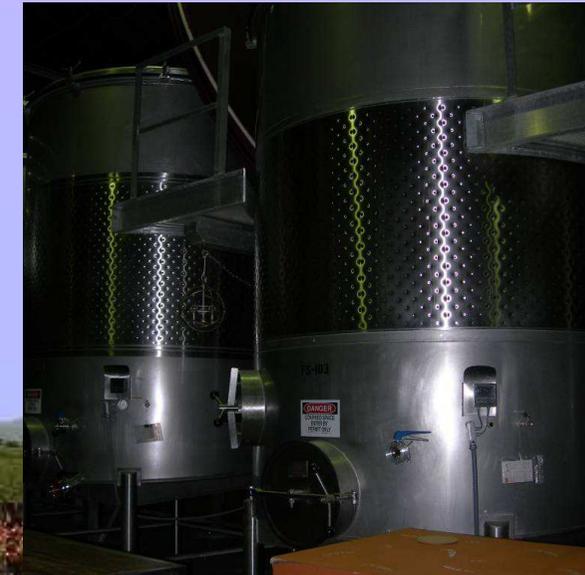
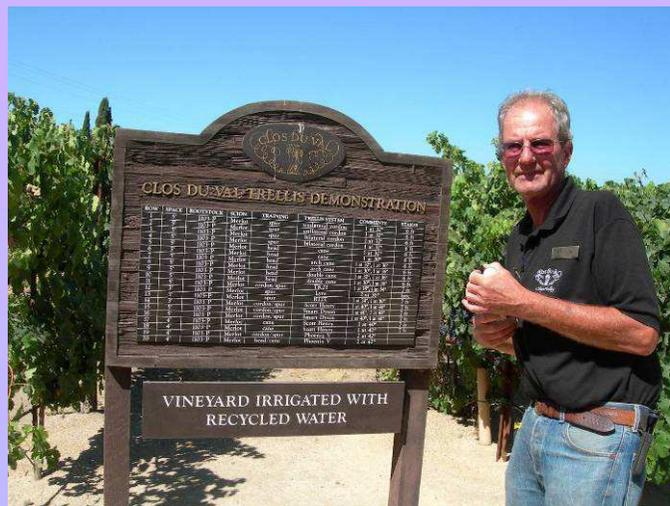
四、那帕谷酒莊經營模式案例介紹

C. 行銷栽植及釀酒技術



四、那帕谷酒莊經營模式案例介紹

C. 行銷栽植及釀酒技術



四、那帕谷酒莊經營模式案例介紹

D. 行銷名牌葡萄酒

- ◆ Opus One — 加州酒的LV
- ◆ Stag's Leap Wine Cellars — 1976年盲測紅酒冠軍酒（天鵝絨裡的一塊鐵）



四、那帕谷酒莊經營模式案例介紹

D. 行銷名牌葡萄酒



PRICE LIST	
2008 OPUS ONE	
750 ML. BOTTLE	\$210
<i>LIMIT - ONE BOTTLE PER PERSON</i>	
LIBRARY SELECTIONS	
2007 OPUS ONE	
750 ML. BOTTLE	\$220
<i>LIMIT THREE BOTTLES PER PERSON</i>	
2006 OPUS ONE	
1.5 LITER BOTTLE	\$500
<i>LIMIT THREE BOTTLES PER PERSON</i>	
2003 OPUS ONE	
750 ML. BOTTLE	\$260
<i>LIMIT THREE BOTTLE PER PERSON</i>	
OVERTURE	
750 ML. BOTTLE	\$75
<i>LIMIT TWELVE BOTTLES PER PERSON</i>	
OPUS ONE GIFT SELECTIONS	
GIFT BOX	\$5
GLASS BUNG	\$25
RIEDEL CRYSTAL GLASS	\$25
RIEDEL BORDEAUX GLASS	\$35
EBONY LAGUIOLE WINE OPENER	\$175
SNAKEWOOD LAGUIOLE WINE OPENER	\$175
PHOTOGRAVURE FOLIO	\$2500



四、那帕谷酒莊經營模式案例介紹

E. 行銷時尚氛圍、主攻年輕族群市場 (Lounge bar 型態)

- ◆ **Domaine Chandon** — 燈光及室內設計有如夜店，不同於一般酒莊寧靜祥和的感覺，年輕人聚集熱鬧談天
- ◆ **Mumm Napa Valley** — 依據顧客需求座位分區



四、那帕谷酒莊經營模式案例介紹

◆ E. 行銷時尚氛圍、主攻年輕族群市場



四、那帕谷酒莊經營模式案例介紹

F. 觀光火車與葡萄酒異業結合，行銷整個那帕谷的開創歷史與故事

— 火車迷與葡萄酒迷

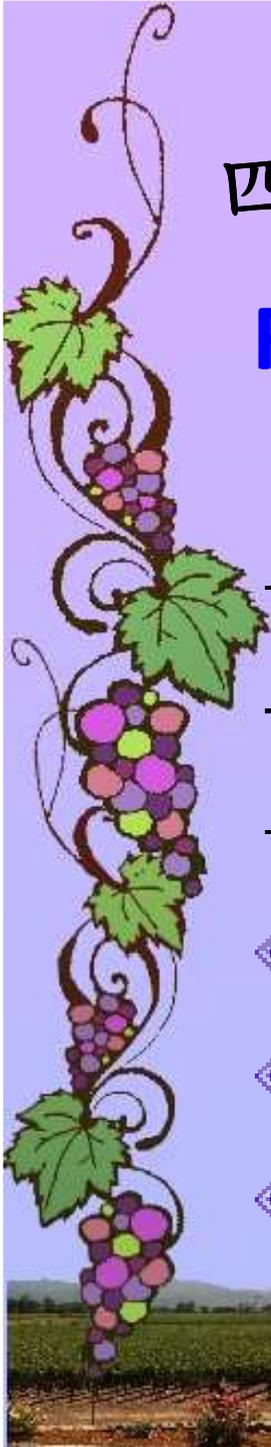
— 酒莊導覽時教導遊客如何進行餐酒搭配

— 列車菜單直接列出推薦酒品→現學現賣!?

◆ Grgich Hills Winery

◆ ZD wines vineyard

◆ Domaine Chandon



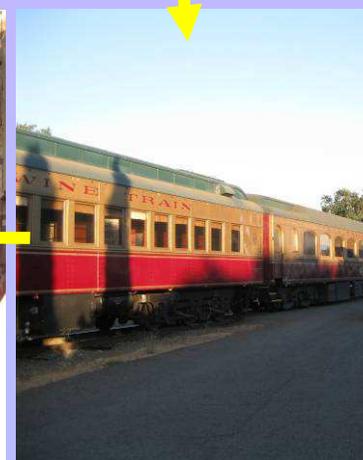
四、那帕谷酒莊經營模式案例介紹

F. 觀光火車與葡萄酒異業結合



WINE LIST
Our wines are listed in order from the lightest to the fullest body.

	Vintage	Bottle	Glass
RED WINES			
<i>Pinot Noir</i>			
Willamette, Carneros	09	40.00	11.00
Romilly, Russian River	10	55.00	16.00
Flowers, Sonoma Coast	09	77.00	
Merlot			
Napa Valley Wine Train, Napa Valley	09	33.00	9.00
Hall, Napa Valley	08	57.00	16.00
Duckhorn, Napa Valley	09	83.00	
Cabernet, Sauvignon and Blends			
Napa Valley Wine Train, Napa Valley	09	33.00	9.00
Louis Martini, Napa Valley	09	45.00	
Franciscan "Magnificat" Blend, Napa Valley	07	56.00	
Brickwood Blend, Napa Valley	08	57.00	15.00
Jericho Canyon "Creek Block", Napa Valley	07	62.00	17.00
Terra Valente, Spring Mountain	08	83.00	
Sequoia Grove, Napa Valley	09	89.00	
Groth Vineyards, Oakville	08	81.00	
Other Great Reds			
Hill Family Syrah, Napa Valley	09	47.00	13.00
Bonessano Sangiovese, Napa Valley	08	47.00	13.00
Jelly Bar Zinfandel, Lake County	08	35.00	10.00
Vacca Petite Sirah, Napa Valley	07	58.00	16.00



五、結果與討論

加州及那帕谷葡萄酒產業快速發展原因：

- ◆ 氣候土宜，產量大，品質穩定
- ◆ 地點絕佳－舊金山後花園
- ◆ 加州大學Davis分校、Fresno州立大學
- ◆ 學者與釀酒師不斷的試驗研究
- ◆ 1976年法國盲測得獎
(引爆點，但實力醞釀已久)
- ◆ 美式行銷策略(幽默、歡樂、而且無孔不入)



五、結果與討論

那帕谷值得參考的行銷模式：

◆ 政府面：塑造行銷亮點與交通便利性

➤ 那帕葡萄酒火車—行銷亮點

➤ St. Helena 第29號道路貫穿那帕谷—酒莊沿線經營，交通方便，群集效應

◆ 產區整體發展及共識：

➤ 那帕谷集體意識—共同以生態農法作為行銷點，共有歷史分享

➤ 酒莊間合作互助



五、結果與討論

那帕谷值得參考的行銷模式：

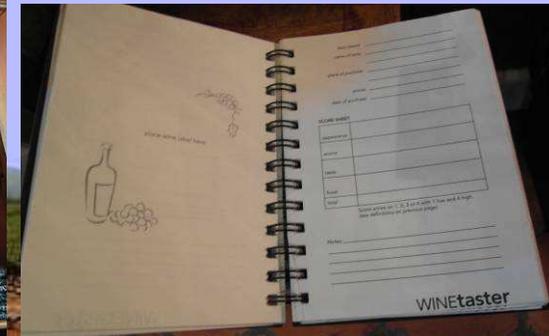
◆ 景觀及綠美化：塑造酒莊整體意象

➤ 酒莊特色建築、綠美化庭院、景觀設計

➤ 將酒莊意象與經營理念製成商標，加深遊客印象

◆ 歷史故事行銷

➤ 一座酒莊都有一段獨特的浪漫故事



五、結果與討論

那帕谷值得參考的行銷模式：

- ◆ 莊園導覽－葡萄園、工廠、酒窖、品酒室、展銷商店
- ◆ 以葡萄品種作商品名
- ◆ 紅酒儲藏：條碼
- ◆ 推薦儲藏條件與最佳飲用時間
- ◆ 美食與酒結合
- ◆ 網路行銷
- ◆ 會員制



六、結論與建議

◆ 整體茶區規劃，選出行銷亮點

➤ 茶葉列車，茶葉觀光路線（台三線）

◆ 消費型態

➤ 酒單／茶單，價格透明化，不同價位套組，品茶或導覽

◆ 茶莊

➤ 故事行銷，特色建築，造景綠美化

➤ 生態旅遊，無毒農業，茶莊及企業形象

➤ 意象商標化，週邊商品（精緻度）

➤ 結合藝文層面（音樂會、節慶、藝術展）



六、結論與建議

◆ 資訊數位化

- 網站行銷經營理念，產品及活動以電子郵件通知（圖文並茂）
- 結合電子產品，QR code（可應用於儲藏編碼等）

◆ 茶種推廣（各地特色茶或茶葉品種）

- 定義明確（避免販售困擾）
- 茶種香氣滋味等特色之敘述
- 結合藝術人文（民謠、繪畫、茶具）

◆ 異業結合

- 創造新顧客群
- 贊助商

