



品牌信譽 · 打造蜜中極品 口碑行銷 · 推展蜂中奇緣

—高雄縣岡山鎮養蜂產銷班第 1 班

岡山鎮養蜂產銷班第 1 班成員多半是養蜂老手，養蜂、採蜜、製蜜功夫原就老練精湛，推動全班產銷合一，嚴控生產環節後，品質再拔高一籌，參與各項競賽得獎連連，94 年高雄縣國產龍眼蜂蜜評鑑，該班囊括半數特優獎；96 年全國十大績優產銷班評選，該班從全國 6,000 多個產銷班中脫穎而出，班員的努力，再次獲得肯定。

「不純砍頭」，蜂蜜的純正性是其價值所在，但並非掛上誇張的標語就能博得信任。高雄縣岡山鎮養蜂產銷第 1 班全班產銷一體，嚴格控管品質，並由岡山農會統合督導，產品全是產銷班所生

產，來路一清二楚。幾年努力下來，打出「岡山園」蜂蜜、必屬純正好蜜」的品牌信譽，儘管價格高檔，仍賣到缺貨。信譽是產品的生命，該班以一絲不苟的嚴謹態度，力行此商業法則，在假蜜、合成蜜充斥的市場，尤具意義。



陳班長代表領取「十大經典產銷班」獎座

農會背書·品質保證

岡山鎮養蜂 1 班致力打造品牌形象，始於 2002 年高雄縣首度舉辦「蜂中奇緣—大崗山龍眼蜂蜜文化節」。在此之前，養蜂 1 班甫進行組織重整，成為純粹的蜂農組合，當屆文化節活動中，養蜂 1 班以班為主體參與展售活動，建立全班一體的經營模式，而幕後主導則是岡山鎮農會。

岡山鎮農會重塑「岡山蜂蜜」老字號的形象，從大崗山蜂蜜文化節切入，由農會背書，只要掛上品牌，保證是來自大崗山在地生產的高品質蜂蜜。

既以農會的招牌背書，岡山鎮農會輔導鎮內唯一的養蜂產銷班，對於品質要求勢必嚴格，純正是蜂蜜的基本要求，口感風味也需達到一定標準，雖然氣候因素會影響蜜源，但農會仍力求品質齊一。

整合產銷·建立品牌

蜂蜜產業生態特殊，行銷方面，蜂農多半單打獨鬥，而岡山鎮農會輔導養蜂 1 班則整合全班一體產銷，農會站在制高點嚴控品質，並統籌包裝、設計、宣傳事宜，可說在傳統行銷模式中開創新局。

養蜂產銷 1 班班長陳保存表示，蜂蜜的純正性是其價值所在，假蜜或合成蜜的營養成分微薄，與喝糖水沒有兩樣，但一



「情人蜜」走精緻路線

般消費者並不易辨識其間差異，選購無所適從，蜂蜜建立產品信譽非一朝一夕，但只要品牌獲得認同，消費者勢必認明品牌選購，路自然越走越寬廣，而由農會掛保證，也可增強消費者的信心。

農會要求高品質，養蜂 1 班全力以赴，相對的，養蜂 1 班也要求農會以該班為單一貨源，當年度生產的蜂蜜銷售完畢即告一段落，下季再來，不能向外地產銷團隊進貨，岡山農會完全支持此觀點，農會與產銷班合作無間，迅速開出佳績。

陳保存說，統合第 1 年，由農會行銷的蜂蜜約 300 桶，而後年年成長，今年已近 700 桶，還賣到缺貨，新近開發精緻包



蜜蜂一天到晚忙作工



採蜜時群蜂亂舞



蜂巢井然有序



裝的「情人蜜」精品禮盒，也廣受歡迎，更欣慰的是，幾年努力下來，「買蜂蜜，找岡山農會，不怕買到假蜜」的口碑已經傳開，消費者的認同，是激勵養蜂班員向上提升的最佳動力。

班隊重整·專業經營

岡山鎮養蜂產銷 1 班成立於民國 85 年，班員原有 15 位，民國 90 年，年輕世代的陳保存接任班長後，致力轉型，訂定基本蜂箱數，徵詢蜂箱數稀少的班員選擇增添數量達到基準或退出班隊，重整後，班員縮減為 9 人，成員雖然減少，但均是專業經營，沒有空戶，產銷班組織更為精練，目前全班蜂箱數約 1,500 箱。

養蜂 1 班成員多半是養蜂老手，養蜂、採蜜、製蜜功夫原就老練精湛，推動全班產銷合一，嚴控生產環節後，品質再拔高一籌，參與各項競賽得獎連連，94 年高雄縣國產龍眼蜂蜜評鑑，該班囊括半數特優獎，96 年評鑑，

又拿下 2 個特優獎，戰績輝煌。

96 年全國十大績優產銷班評選，岡山養蜂產銷 1 班從全國 6,000 多個產銷班中脫穎而出，班員的努力，再次獲得肯定。

岡山三寶·名聞遐邇

高雄縣養蜂產業歷史悠久，目前規模約 13,000 箱，僅次於嘉義縣，居全國第二，岡山之外，縣內其他主要產地還有阿蓮、田寮、大樹、橋頭，以及山區的甲仙、內門。

岡山龍眼蜂蜜早享盛名，夙有「蜜中極品」、「全台首選」美譽，長久以來，蜂蜜與羊肉、豆瓣醬並稱「岡山三寶」，均具有全國知名度。陳保存分析岡山蜂蜜名聞遐邇的原因，品質優良是當然要件，同時占了地利之便，成為大崗山周邊產地

集貨中心，共同打造岡山蜂蜜的名氣。

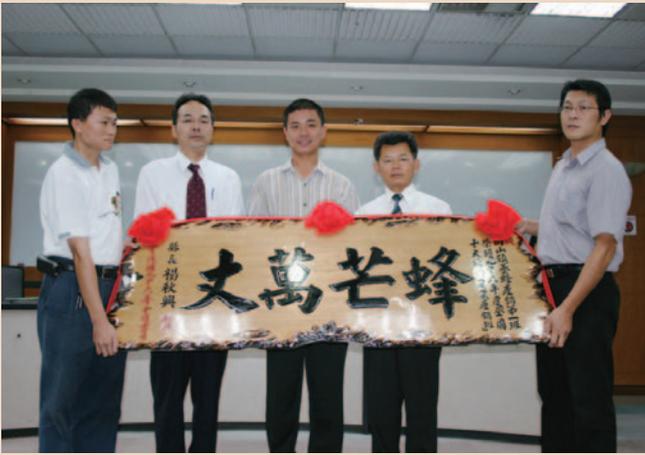
陳保存說，大崗山土質特殊，多為蓄水性差的石灰岩，植物生長緩慢，蜜源花朵較小、含水率低，相對的香氣更濃，蜂蜜因此特別香。此外，大崗山整個山頭皆是龍眼林，其他蜜源果樹難得一見，所採龍眼蜜純度高，不含其他雜蜜。龍眼蜜質地滑潤、香氣濃郁，向來是蜂蜜極品，評



蜂蜜展售，岡山鎮農會精銳盡出



逐花蜜，蜂箱四處為家



榮膺十大，楊秋興縣長贈匾道賀

價勝於荔枝蜜、柑桔蜜、百花蜜，最受國人喜愛。

空軍官兵·協助宣傳

大崗山周邊的田寮、阿蓮、岡山三鄉鎮皆盛產龍眼蜂蜜，早年交通不便，台一省道穿越具有交通輻射地位的岡山，自然而然發展成為大崗山蜂蜜集貨中心；而岡山又是重要的空軍基地，來自全台各地、在空軍官校等軍事單位服役的阿兵哥，放假返家，蜂蜜是熱門的伴手禮，無意間扮演宣傳大使，打響岡山蜂蜜的名氣。

風光多時，隨著外國廉價蜂蜜入侵，國內蜂蜜產業備受衝擊，產值大不如前，岡山蜂蜜也難免受

到影響。陳保存班長說，目前進口蜂蜜主要來自泰國、越南、中國，比起國產蜂蜜，品質明顯遜色，風味更是完全不同，行家一試便知，但因這些地區人工成本低，價格具有絕對優勢，不過，近幾年價格差距已逐漸拉近，不如以前懸殊，只要能有效區隔，國產優質蜂蜜不難收復失土。

不久前接連爆發黑心假蜜、合成蜜事件，蜂蜜產業一度浮現危機，陳保存認為，對岡山蜂蜜而言，危機反而是轉機，經過媒體廣為報導，蜂蜜消費知識大幅提升，消費者更重視蜂蜜純度，反而有利於行銷。

陳保存說，以前顧客多半先詢問價格，一旦嫌貴掉頭就走，甚至不聽業者說明，透過假蜜事件，消費者了解便宜蜂蜜沒好貨，滴滴蜂蜜是千萬隻蜜蜂的辛苦結晶，價位不可能太低，提問重點轉為蜜純不純正、是不是本土貨，不再偏重於價格取向。

蜂衣勇士·最佳代言

陳保存班長出身養蜂世家，談起蜜蜂有一籬筐的故事。就讀高中二年級時，在田寮山區養蜂的父親，打算到岡山市區開店，設計招牌時，突發奇想讓陳保存穿「蜂衣」當標幟，加強宣傳效果，陳保存雖然自小與蜜蜂為伴，讓成千上萬的蜜蜂附在身上還是怕怕，但熬不過父親的要求、奮勇上陣，成為高雄縣第一位穿上蜂衣的勇士，當年留下的經典照片，一直沿用於自家的蜂蜜包裝盒，迄今依然吸引顧客的目光。

大崗山蜂蜜文化節中，陳保存粉墨登場再穿蜂衣，總是會場最叫

大岡山密布龍眼樹

座的活動。

常年與蜂兒為伍，被叮上幾口稀鬆平常，在陳保存眼中，蜜蜂是生性溫馴的小可愛，極少主動攻擊，螫人的原因不外乎防衛行為，蜜蜂趨近時，最忌揮手驅趕，慢慢移開即可相安無事，若身上噴灑香水或氣味特殊而招來蜂螫，則純是誤會。看蜂可愛、蜂就可愛，把蜂當朋友，蜂也會把你當朋友。

蜜蜂雖然不具攻擊性，但一旦遭遇虎頭蜂來襲，蜂巢安全受威脅時，小小蜜蜂即起而捍衛，前仆後繼、視死如歸，只是體型相差懸殊，一番激戰後，蜜蜂多半壯烈成仁，因此虎頭蜂也成為養蜂人家的大敵，蜂箱附近出現其蹤跡，必除之而後快。

逐花而居·況味自知

養蜂人家過的是逐花而居的漂泊生活，陳保存的牧蜂足跡，除花蓮外，全台均已踏遍，游牧生活想來浪漫、其實辛苦異常，荒郊野地裡，食住樣樣不方便，空山無人，有時一整天只有蜜蜂的嗡嗡聲打破寂寥。蜂箱移地游牧需在入夜蜂群全數歸巢時行動，披星戴月忙搬家的況味，只有身歷其境才能體會。不到 40 歲的陳保存，談起游牧生涯，只以一個「累」字形容，多年下來雖已習慣了，但還是「累」。

儘管工作累人，歡樂也不少，辛苦製成的產品獲得顧客稱讚，是陳保存最快樂的時刻，他說，養蜂人家不冀望飛

黃騰達，只要產品獲得肯定與認同，就有高度的成就感，再辛苦也值得。

養蜂產業漂泊而辛苦，不確定性又高，讓年輕一輩裹足，現今蜂農年齡層偏高，產業傳承不無危機。陳保存慶幸的是，政府目前相當重視養蜂產業，以產值而言，整體蜂業並不高，但蜜蜂授粉是農業發展不可或缺的一環，蜂蜜等產品外，蜜蜂還有更重要的使命，以台灣高超的養蜂技術，加上政府的關心與輔導，蜂業的明天必然光明。🌱

高雄縣岡山鎮養蜂產銷班第 1 班：
07-622-9361 · 0937-645-839



蜂蜜文化節，陳保存班長穿上「蜂衣」造勢



取出蜂巢採蜜



陳保存年少時首穿「蜂衣」經典畫面