

每一款蜂蜜的色澤、稠度、氣息及味道都不一樣

蜜蜂是最懂環境風土的昆蟲之一

蜜之味 大地的芳味初心

文圖／徐仲

我很喜歡蜂蜜，那是早餐最美妙的元素之一。

在平底鍋上放塊奶油，開火後，煎著白吐司，待吐司的表面微焦黃，盛到盤上，依著感覺淋下不同香氣的蜂蜜。昨晚的餐點如果太油膩，選擇清新淡雅的西瓜蜜；起床的時刻較晚，來些甜意強勁的龍眼蜜；其他諸如荔枝蜜、厚皮香蜜、金棗蜜、咸豐草蜜、柳丁蜜、柚子蜜等，各有各的特性，這些都是我在台灣各鄉鎮旅行時的戰利品，而且，持續增加中。

行銷蜂蜜 換個說法吧！

「你對蜂蜜還真是有熱誠呀！如果我公司的銷售員對蜂蜜的熱情如你一般，業績肯定不得了。」經營蜂蜜事業的朋友知道我的習慣後，忍不住感嘆。

她表示，這幾年的天氣不穩定，影響了蜂蜜產量，兼之東南亞蜂蜜大量流入台灣，讓緊縮的市場雪上加霜。面對這些內憂外患，許多業者的行銷手法依舊停留在「強調純度」。這個狀況，讓她對於台灣蜂蜜產業的未來非常憂心。

「純或不純這個議題已經炒好幾年了，我希望同業行銷蜂蜜時，能換個說法。況且，我們做蜂蜜的，給顧客不摻假的商品是天經地義的事，如果還要強調自己產品的純度，那不是太悲哀了嗎？」

聽她這樣一說，我想起了每回到鄉間旅

行，經常看到賣蜂蜜的店家架起「不純砍頭」的標誌，雖然大家都知道就算不純，砍的也是蜜蜂的頭，然而這句標語似乎已經成為賣蜜者的象徵。

有回拜訪被許多慢食會員稱為甜品女王的欽吉亞·史卡菲迪(Cinzia Scaffidi)，她本身是個狂熱的追蜜者(對蜂蜜很狂熱的人)。經過一個小時的訪談，我好像上了一堂義大利產蜜植物的課程，包括年度雨量、地形、樹的品種、花期長短等等。就欽吉亞的看法，一位合格的蜜農，除了要照顧好蜜蜂的健康，更要對天文地理及各處的花源有深入了解。

直到現在，我還依稀記得經由欽吉亞介紹取得的一罐栗子蜂蜜。這是住在布拉(Bra)附近山區的小蜂農所生產，每年的產量不多，想買還要透過關係才拿得到。不過，那別緻的味道說明了一切。嚐過之後，不論香氣或是甜度，都擴展了我的眼界，讓我對其他蜂農的栗子蜂蜜不再動心。

「不要將蜂蜜視為糖漿來討論，這樣太羞辱認真的蜂農了。對我來說，蜂蜜是表現今年風土狀況的指標，藉由品嚐蜂蜜，我可以了解自己居住的這片土地，這是其他食物所辦不到的。」欽吉亞解釋著，她在慢食雜誌勤寫專欄的目的，便是希望讓消費者理解，討論蜂蜜時，不要只是強調好吃或不好吃，應該要花些時間，由色澤、稠度、氣息、味道等，體會蜂蜜與土地的關係。

我願意分享在義大利學到的相關訊息。慢食組織的會員推廣活動時要考慮3個面向：第一、多元性的品種栽培；第二、飲食教育；第三、讓消費者面對生產者。

追蜜旅行 解讀土地訊息

目前台灣的蜂蜜主流是龍眼花蜜，其次

全球氣候變遷，影響蜜蜂族群消長

是荔枝蜜。除了這兩大項外，似乎很少看到其他選擇。站在慢食組織鼓勵「多元性品種栽培」的角度，有必要開發其他蜜源的蜂蜜。況且呢，咱台灣地處亞熱帶，蜜源植物的種類非常豐富，比如春天的蜜源有柑桔、柚子、龍眼、荔枝等，夏天與秋天的蜜源有咸豐草、西瓜、鳳梨、檳榔花等，冬天的蜜源有油菜、茶樹等。

雖然有豐富的蜜源，但除了龍眼和荔枝外，其他蜜源植物的分布範圍並不集中，不容易取得單一蜜源，加上品蜜的市場尚不成熟，讓許多蜂農不願意花功夫採取這些特殊蜜源。

套一句欽吉亞的話：「對於蜜農最好的回報，就是有識貨的消費者。」

如何確認自己是不是一個懂得台灣蜂蜜的消費者呢？

我提的第一個問題是：請列舉5種親眼看過的台灣蜜源植物，並在地圖上圈選出見到這款植物的地點？

我認為蜂蜜其實是一種符號，象徵著蜜源植物的生長情況，既然如此，能不能藉由蜂蜜與蜜源間的關係，畫出味蕾中的台灣蜜源地圖？

或者應該這樣問，如果你沒有親自看過這款花，沒有親自摸過那別緻的花瓣，沒有聞過那芬香的花味，那又怎能期待蜜蜂所採出的蜜味呢？

所謂的蜜源植物，是指能提供花蜜、蜜露和花粉等給蜜蜂的植物。只有期待好蜜的人，才會花時間了解這些植物的產區和季節吧？只有對於蜂蜜夠狂熱的人，才會進行追蜜的旅行吧？能夠在產季時到蜜源處拜訪蜂農，將品嚐新鮮蜜味視為無上享受的人；能夠透過口中的蜂蜜，解讀到一般人所忽略的訊息，將蜂蜜與土地認同劃上等號的人，才稱得上是懂得台灣蜂蜜的消費者吧！

評比競賽 造就精品流行

我提的第二個問題是：能否藉由色澤、稠度、氣息及味道等，辨認出3種以上的台灣蜂蜜？

我一直認為，品嚐蜂蜜如同品嚐葡萄酒般，都是藉由靈敏的感官，解讀瓊漿中傳達的隱晦訊息。每一款蜂蜜的色澤、稠度、氣息及

味道都不一樣，如何藉由感官分辨出內含的訊息，這就是一项學問了。我很好奇，能不能仿效品酒的方式來品蜜？

影響蜂蜜品質的因素可多了，不同的蜜源植物、植物的生長環境、蜂農的採蜜手法、蜜蜂的健康情形等。這些零零總總的變數，該如何建立起一套品蜜的模式呢？

據我所知，台灣每年都會透過農業改良場或是縣市政府舉辦品蜜會，只是很少人清楚運作的模式。到底評審是以怎樣的標準評比蜂蜜？能否讓沒受過品嚐訓練的消費者理解？或者該說，要怎樣才能將這種品評活動，由專業的競賽轉化為業餘的娛樂，讓品蜜會如同品酒會一般興盛？

當蜂蜜被分級、比較後，自然會往精品路線推進，造就流行的消費潮流，不會再陷於「純或不純」等問題。換句話說，這就是一種另類的「飲食教育」。藉由讓消費者親身品評，更了解蜂蜜這款產品。當然囉，想參加品蜜會，先要有些對蜂蜜的基本認知，至少要能分辨得出3種以上的蜂蜜味道吧！

面對著面 建立品牌認同

我提的第三個問題是：請依著四季，各列舉出4位最令你感動的養蜂人？

我認為，一份好蜂蜜，自放入嘴巴的那一刻便能感受到震撼，那是對於美味的認同。但若要談到感動，那便不是好吃或美味等抽象形容詞能述說了，而是一種對於記憶延伸的讚美。你必須有過美好的經驗，才能夠懂得如何欣賞，進而成為感動。

你可能是為了養蜂人精采的人生經歷而感動，可能是為了蜂蜜廠商令人驚嘆的企業管理模式而感動，可能是為了蜂農的堅持與付出而感動，可能是為了自己與蜂農相識的經歷而感動。感動的理由千百種，但歸納之後，可以用一句話來說明，那便是慢食組織的主張——讓消費者面對生產者。

不管是直間面對或間接聽說，因為了解養蜂者而產生的感動，才能建立起一種認同感，才能讓蜂蜜的品牌更被重視。唯有知道食物的來源，那因為食物而產生的感動，才能成為整個產業的助力，不是嗎？



追蜜族常拜訪產地嚐鮮