

2007十大經典神農——黃東明的“養蜂人家”

◆文／吳登楨

初昇的太陽映著秀麗山水上的蜂箱，這是來自蘭陽平原無污染高品質蜂產品的標誌，恬靜山坡上、樸實的農舍，勾勒出養蜂人家，辛勤孕育著大地最潔淨、最醇美的綠色瑰寶，這是今年十大經典神農得主——黃東明“養蜂人家”的寫照。

黃東明先生原住苗栗縣通霄，因傳承家族養蜂，年輕即開始養蜂，過著逐花而居的游牧式生活，最後落腳宜蘭，開啓他的養蜂事業。早期養蜂經營，著重在改進養蜂技術，致力於提高蜂蜜的產量。於民國80年成立華夏蜂業公司，取得經濟部核發工廠登記，採取現代化作業流程及品質管制，生產蜂蜜、花粉、蜂王漿、蜂蜜醋、蜂膠等系列產品販售，至87年建立「養蜂人家」自有品牌，配合精緻形象包裝行銷各地，目前國內有6家連鎖專賣店。同時將原本單項的蜂產品創新多樣化加工，使消費者有多重的選擇，除增加其利用性外，也提高附加價值。目前已開發品項有：龍眼蜜、特產蜂蜜、結晶冬蜜、蜂蜜醋、蜂蜜酒、蜜蛋糕、蜂蜜薄餅、蜂花粉、花粉餅乾、新鮮蜂王漿、蜂王漿凍乾膠囊、蜂膠萃取液、蜂膠喉糖、蜂膠洗面乳等。在產品生產上，除力求創新、研發與別人不一樣的產品來增加其特色外，對各種原料品質的管制，亦相當嚴格，長期與屏東科大及美和技術學院食品檢驗科系合作進行品質監測，在品質上力求達到國家標準（蜂蜜）及行業標準（花粉、蜂王漿、蜂膠）的規範，提供優質安全的蜂產品，讓消費者安心滿意。

養蜂是一傳統產業，黃東明有鑑於一般民眾對蜜蜂生態及蜂產品相關知識均不甚了解，毅然於90年在宜蘭縣員山鄉成立“蜂采館”，

為國內第一家蜜蜂生態博物館，展示蜜蜂生態知識及養蜂用具，並販售各項蜂產品，同時與當地旅遊、休閒、文化等產業策略聯盟，採免費參觀及提供學生戶外教學場所，對訪客進行詳細解說及與蜜蜂近距離的接觸，使參觀者對蜜蜂的種種有深刻的印象，進而增加購買意願，也因此創造前所未有的營運佳績。

配合蜂采館的展示，也在網路上建立專屬官方網站，介紹展示內容、展館開放時間、方式、產品介紹及線上訂購，除了直接在網路上行銷外，另闢蜜蜂知識網站（蜂情蜜坊），設有蜜蜂生態討論專區，與民眾進行雙向交流，拉近與民眾的距離，有助於培養忠實的消費群眾。

養蜂是傳統而勞力密集的產業，黃東明先生以企業行銷經營手法，成功由傳統產業轉型為休閒產業，透過導覽解說發展體驗農業，讓遊客能近距離接觸蜜蜂，開創差異化行銷之藍海策略，不斷的創新研發多樣化蜂產品，並與學術檢驗單位長期合作，隨時監測產品品質，提供消費者安全優質的蜂產品，更利用資訊科技建構內容精緻充實的教育性蜜蜂網站，推動蜜蜂文化產業，促進養蜂產業永續經營。



黃東明蜂農親友團與蘇院長合影留念