

王長添 蜂蜜先生堅持的甜味

讚 0

推文

2016-06-17 記者 江欣 報導



王長添，用執著與熱情釀出生命的田。（江欣／攝）

凌晨五點，王長添推著裝滿一罐罐沉重蜂蜜的手推車，從十八尖山半山腰一路推到接近山頂的賞景平台，準備擺攤販賣蜂蜜產品給來登山的遊客。到了傍晚大部分遊客都離開準備要收攤的時候，他卻只賣出了一杯30元的蜂蜜水，還是母親買來給他喝的。

這是「蜂蜜先生」創辦人王長添剛回來接手家族事業所遇到的情況，但現在他笑著回憶這些往事：「沒有遇到這樣的低潮，我不會重新去思考我的出發點，也不會有現在的蜂蜜先生。」

王長添退伍後在中華民國管理科學學會工作，輔導中小企業轉型，更經常接觸農業產業鏈的輔導工作。在29歲那年，驚覺自己的工作太過穩定，有想要發展的野心，卻又礙於在企業之中沒有辦法隨心所欲。身為家中養蜂事業第三代的王長添，深知養蜂事業的辛苦，決定利用在工作所學，毅然辭職回到新竹縣關西鄉創辦自己的品牌「蜂蜜先生」。一個全台灣唯一標示生產履歷、自產自銷、將蜂蜜變成精品來推銷的品牌。

「想做一件事，就要把他做到最好。」

王長添本來只打算像父親過去的方式一樣販賣蜂蜜，但沒想到回來了才發現蜂蜜的市場比想像中的還要混亂。「我知道自己的蜂蜜是好東西，但曾經因為我訂的價錢比市面上的蜂蜜還便宜，而被人懷疑是假貨。」從以前認為是理所當然的純蜂蜜，放到市場裡面卻要面對參差不齊的水平而變成稀有品。「蜜蜂給我們什麼，我們就該賣給消費者什麼。」這樣的理念讓王長添覺得自家的商品比別人還要有優勢。

在建立起「蜂蜜先生」這個品牌之前，王長添花了將近半年的時間做市場調查，全盤了解全台灣養蜂事業的現況及品質。他發現蜂蜜的定位很模糊，既不是民生必需品，但也不算是奢侈品。對於有錢人來說，蜂蜜是種天然且健康的糖分來源，而台灣人在送禮的時候一定會挑好的商品來贈送。於是他把自己的蜂蜜定位成企業禮贈品，走中高精品路線，並特別在商品包裝上花了不少心思。

「我認為包裝是品牌理念的延伸。」王長添的蜂蜜強調簡單、自然，商品的外包中更是秉持「簡單健康」和「綠色環保」兩個形象，在台灣蜂蜜市場更顯得突出。蜂蜜先生的蜂蜜不只是通過SGS合格檢驗，並導入「生產履歷制度」，讓消費者能在自己購買的商品上清楚得知採收日期、有效日期、採收量與採收地，吃得更安心。

對於品牌與品質的堅持，不僅讓王長添在創業第二年就在伴手禮展一炮而紅，更讓日本三麗鷗公司找上門來尋求合作，也成為三麗鷗在台灣少數授權給農產品的品牌，讓大人小孩都喜歡的

Hello Kitty躍然於商品包裝之上。

成功背後的辛苦

但王長添的成功過程背後並不是一直這麼的順遂。「創立蜂蜜先生的第一年因為我的觀念錯誤，其實是很辛苦的。我忘了我並不是回來接家族企業，而是創業。創業代表著沒有家族企業的穩定來源，也沒有家族企業的關係與人脈，等於是一切重新來過。」所以王長添一直努力參展，增加自己品牌的曝光度。

不過蜂蜜這項產品有許多限制，蜂蜜有固定的產期，並不能像市面上的其他產品要多少有多少，因為這樣經常性的缺貨，導致王長添也無法在大型通路或是連鎖企業販賣自己的蜂蜜。

蜂蜜先生也要看老天爺來生活。2013年誠品生活松菸店開幕之時，蜂蜜先生原訂將會進駐其中一個櫃位。這本來會是個打響名聲的好機會，但就在合約簽完、連裝潢都談好的時候，卻因為那年全台蜂蜜欠產，他們沒有商品可以販賣，王長添只好寫信去告知蜂蜜先生將無法進駐松菸店。

除了大自然的考驗外，家裡的長輩也不看好王長添的蜂蜜先生品牌。「剛創業那一年的中秋節，我向家裡其中一位在企業當上層主管的長輩推薦我的商品，讓他參考一下拿我的蜂蜜去當給客戶的禮品，但那位長輩只回了我一句：『我們公司只送有品牌大公司的商品。』」

王長添回憶道：「我並不覺得氣餒，我反而把它拿來當作一個激勵，希望某天那位長輩回來問我我的商品怎麼賣的時候，我能夠回他：『我們的商品只賣給有品牌的大公司。』」

對於未來

「未來不會單純只賣蜂蜜了，雖然我也是被迫開發新的商品。」王長添表示，從他回來創立蜂蜜先生開始，蜂蜜的市場價格一年比一年還要高，蜂蜜的產量是越來越少，因為商品經常性地缺貨，讓他必須想辦法找到一個可以有穩定獲利的商品。「蜂蜜不能只是再做為原物料來販賣，而是要替他找到更多的附加價值，因為總有一天蜂蜜將會變成稀有品。」目前正在開發的品項有化妝品類的身體乳與食品類的蜂蜜生乳捲。「這些商品一定會推出，但不一定是近期，因為我很龜毛。」王長添笑著表示。

「過去我認為蜂蜜先生只是一個品牌，但我現在不會把他想成是一個品牌，我認為蜂蜜先生就是我在工作中形塑出來的樣子，他代表著我從我外公和父親傳承下來對蜂蜜的堅持。」王長添堅定地說出這句話來。

「商品這種東西不能一直跟隨流行來做，雖然我是客家人，但我不會因為現在流行客家風就硬把客家花布套在我的商品之上。」王長添的眼光很長，堅持著自己商品的格調，努力去延長商品的生命週期，秉持著外公所說：「東西是做給人吃的，你做食品要有良心。」一步一腳印踏實地走，開拓出屬於自己的一片蜂蜜王國。

▲TOP

關於新客家人群像 聯絡我們

© 2007-2021 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0