

第四屆全國高中職新農業行銷實作競賽
成果報告書



隊伍編號：A016

學校名稱：桃園市立中壢商業高級中等學校

主題名稱：覓蜜基地

作物名稱：蜂蜜

組員：郭芷淇、黃宇濤、李小星

范博誠、羅詩妘、吳肇杰

中華民國 111 年 4 月 11 日

目錄

壹、前言.....	3
一、參賽背景與動機.....	3
二、研究目的.....	3
貳、農戶與農作物背景.....	4
一、農戶介紹.....	4
二、農作物介紹.....	5
(一) 生長過程.....	5
(二) 生長環境.....	6
(三) 蜂蜜保存.....	6
(四) 真假蜂蜜差異.....	6
(五) 自然天敵.....	7
參、市場競爭分析.....	9
一、SWOT 分析.....	9
二、STP 分析.....	10
三、4P 分析.....	10
四、五力分析.....	11
肆、創新呈現.....	11
一、行銷計畫與實施.....	11
(一) 商標、吉祥物設計理念.....	12
(二) 產品包裝設計.....	12
(三) 社群帳號.....	13
(五) 蜂蜜相關桌遊.....	14
二、行銷成果.....	16
伍、實施效益及未來發展.....	16
一、打造小農知名度，幫助小農增加蜂蜜的銷售量.....	16
二、讓更多民眾知道純蜂蜜的好處及功效.....	17
三、將高中所學的知識及能力運用在實務銷售.....	17
四、讓消費者品嚐到更多結合蜂蜜的創新料理.....	17
陸、參考文獻.....	17

圖目錄

圖 1：研究流程.....	3
圖 2：李淑真小姐.....	4
圖 3：參訪合照.....	4
圖 4：參訪過程.....	4
圖 5：真假蜂蜜差異.....	6
圖 6：虎頭蜂.....	7
圖 7：泥蜂.....	7
圖 8：綠啄木鳥.....	7
圖 9：龍眼蜜.....	7
圖 10：茶花粉.....	7
圖 11：蜂蜜水.....	8
圖 12：蜂蜜條.....	8
圖 13：鬆餅.....	8
圖 14：鬆餅製作流程圖.....	8
圖 15：吉祥物.....	12
圖 16：商標.....	12
圖 17：產品包裝設計.....	12
圖 18：IG 網頁.....	13
圖 19：FB 網頁.....	13
圖 20：官方網站.....	14
圖 21：秘蜜狩獵.....	14
圖 22 宣傳影片拍攝.....	15
圖 23 實體銷售.....	15

表目錄

表 1：農作物介紹.....	5
表 2：自然天敵.....	7
表 3：養蜂廠產品（資料來源：本小組自行整理）.....	7
表 4：本小組產品.....	8
表 5：SWOT 分析.....	9
表 6：STP 分析.....	10
表 7：4P 分析.....	10
表 8：五力分析.....	11
表 9：行銷計畫與實施.....	11
表 10：社群帳號.....	13
表 11：行銷成果.....	16

前言

一、參賽背景與動機

現在的生活壓力常造成失眠、免疫機能變差，加上最近面臨大考重大壓力的學生，生活品質下降，這時蜂蜜就是最好的幫手，蜂蜜的成分主要有葡萄糖及果糖兩種單糖，相較於蔗糖更容易被人體吸收，蜂蜜也含有各種維生素、礦物質及胺基酸，因此擁有八大功效，例如：快速緩解疲勞、促進腸胃蠕動、潤肺祛痰止咳、快速解酒、有助於助眠、治療傷口、護膚養顏抗衰老、心血管的代謝功能。

學生和上班族平時因為課業壓力或是上班壓力過大的原因，通常會透過品嚐甜點來釋放壓力，也因現今市場上的生產線為了降低成本使用合成蜂蜜，所以我們想運用純蜜加工成食品，像是蜂蜜馬卡龍、蜂蜜鬆餅、純蜂蜜、.....等，讓大家品嚐最天然最健康的美食甜品。

因而我們參加新農業行銷比賽，在當中我們可以運用社群軟體（FB、IG）貼文和限時動態，吸引對純蜂蜜有興趣的消費者同時增加小農李淑真的知名度及商品銷售量，也想提升自我的行銷與實務，不但有機會呈現已完成的行銷企劃書以及簡報製作，更有上場說明的體驗，能大幅增加我們的相關經驗

二、研究目的

- （一）打造小農知名度，幫助小農增加蜂蜜的銷售量。
- （二）讓更多民眾知道有機蜂蜜的好處及功效。
- （三）將高中所學的知識及能力運用在實務銷售。
- （四）讓消費者品嚐到更多結合蜂蜜的創新料理。

研究流程



圖 1：研究流程

（資料來源：研究者繪製）

壹、農戶與農作物背景

一、農戶介紹

我們這次媒合到的是南興養蜂場的蜂蜜。養蜂場位於阿里山，起初是由淑真小姐的爺爺白手起家，現在交由淑真小姐的弟弟養殖蜜蜂，而釀出的蜜由淑真小姐在實體店販售。她用親切的態度，秉持歷代的理念，為顧客提供良好品質的蜂蜜，並且無農藥殘留，讓大家都可以喝到安全天然且最香的蜂蜜產品，感受養蜂人的用心。優質的蜂蜜，依靠口耳相傳的好口碑來銷售，替自家建立紮實的根基，延續至今



圖 2：李淑真小姐

今已有五代的歲月，從創業至今，獲得諸多的獎項像是 2012、2020 全國國產龍眼蜜評鑑頭等獎，李淑真小姐一家仍然不忘初衷，也為消費者帶來最真、最純、最香的蜂蜜。



圖 3：參訪合照



圖 4：參訪過程

二、農作物介紹

農產品	收成時間	說明
荔枝蜜	清明節前兩個禮拜收	色澤淺而晶亮，帶有獨特的荔枝清香。
龍眼蜜	清明節後兩個禮拜收	果糖含量較高，不易結晶，口感溫潤，顏色多半為淺琥珀色，不適合搭配酸味太強烈的食物。
百花蜜	五月、六月	屬於性寒的蜂蜜，需要經過處理(添加果糖以及香精)，比較不會結晶也比較便宜，它裡面的純蜂蜜只有占2%。
柳橙蜜	五月、六月	有柳橙的香味，吃起來較清爽。

表 1：農作物介紹

(資料來源：蜂蜜不只一種！常見的台灣在地特色蜜有這些)

(一) 生長過程

1. 釀造蜂蜜：外勤蜂採完花蜜之後，將其花蜜放在「蜜胃」，此時蜜胃裡的花蜜與外勤蜂的唾液混和，唾液中的酵素就開始釀造蜂蜜。
2. 蒸發水分：內勤蜂會將花蜜不斷吐出，再吸入增加表面積並且不斷搗風蒸發濃縮，使水份降到 20% 以下。
3. 糖分轉化：最後花蜜中的蔗糖會被蜜蜂體內所分泌的酵素，分解轉化為葡萄糖以及果糖變成蜂蜜。
4. 取出蜂蜜：當巢內貯滿蜂蜜後，養蜂人會把蜂巢以搖蜜機搖取，經過過濾分裝成美味的蜂蜜罐。

（二）生長環境

蜂蜜品質的高低主要取決於生產蜂蜜的環境，國際上公認判斷蜜源地的好壞，主要有七大指標，分別是緯度、溫度、濕度、海拔、光照時長、高原、多山地地形等，不僅需要關注自然生態環境是否無污染，包括水源、空氣、及周邊地形生態都是蜂蜜影響品質的關鍵。

優質的蜜源地大多分布在 中國、紐西蘭、俄羅斯、美國等國家。蜜蜂為了採到更多的蜜，選擇森林深處花多人少的地方築巢，有些蜂蜜巢會掛在樹枝上、藏在地底下、懸崖上，為了防止其它動物偷食。有機蜂蜜源於自然，更強調蜜蜂的健康性和環境的安全性，突出人類、自然和社會的持續與協調發展。

（三）蜂蜜保存

1. 蜂蜜應置於室內陰處，環境溫度不可太高，易脫水分解，快速產生羥甲基糠醛（HMF），會影響品質。
2. 不要放在冰箱冷藏，容易造成蜂蜜結晶，影響蜂蜜品質。
3. 產品開封後應將瓶蓋旋緊，避免因溼度造成發酵變質，產品開封後應在短時間內食用完畢。
4. 台灣高溫多濕的環境下，蜂蜜品質可維持 2 年不會變。

（四）真假蜂蜜差異

天然蜂蜜本身含有花粉，花粉含有蛋白質成分，所以蜂蜜水用力搖晃時，白質會產生濃密且不易散的泡沫，蜂蜜水同時會呈現混濁狀；如果是假蜂蜜，泡沫消失的速度非常快，同時蜂蜜水本身會呈現清澈狀態。



圖 5：真假蜂蜜差異

(五) 自然天敵

名稱	圖片	危害	防範方法
虎頭蜂	 <p>圖 6：虎頭蜂</p>	攻擊工蜂	蜜蜂是群居的社會性昆蟲，因此他們會團結抵抗入侵的虎頭蜂。
泥蜂	 <p>圖 7：泥蜂</p>	捕捉蜜蜂，取出蜜蜂體內之花蜜，再把殘體留給自己的幼蟲當糧食。	蜜蜂是群居的社會性昆蟲，因此他們會團結抵抗入侵的泥蜂。
綠啄木鳥	 <p>圖 8：綠啄木鳥</p>	用鳥喙破壞蜂巢	用網子防止鳥接近蜂巢。

表 2：自然天敵
(資料來源：本小組自行整理)

三、產品特色說明

(一) 養蜂廠產品

產品	龍眼蜜	茶花粉
食品照	 <p>圖 9：龍眼蜜</p>	 <p>圖 10：茶花粉</p>
價格	5 斤裝 1600 元 3 斤裝 800 元 700 公克禮盒 600 元	500 克 1200 元
產品特色說明	得到全國國產龍眼蜜蜂蜜品質評鑑、獲得國產蜂產品證明標章	

表 3：養蜂廠產品 (資料來源：本小組自行整理)

(二) 本小組產品

產品	蜂蜜水	蜂蜜條	鬆餅
食品照			
	圖 11：蜂蜜水	圖 12：蜂蜜條	圖 13：鬆餅
價格	35 元/瓶	80 元/條	50 元/2 片
特色說明	為了響映環保，我們購入可重複利用瓶子，搭配獨特風味的龍眼蜜，給予顧客味蕾上的享受。	採用透明設計，想讓消費者第一眼就能看清蜂蜜本體，貼紙也設計成簡約的手寫字，代表手工的特色。	剛烤出的酥脆鬆餅淋上琥珀色的純龍眼蜜，色香味俱全。

表 4：本小組產品

(資料來源：本小組自行整理)

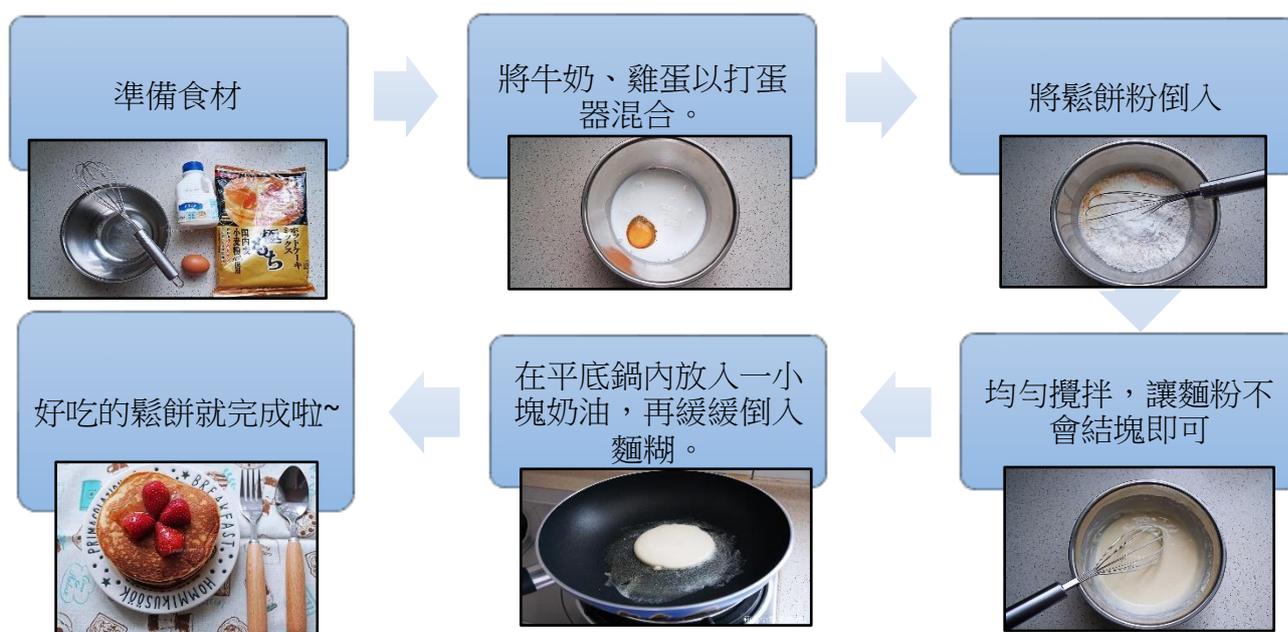


圖 14：鬆餅製作流程圖

貳、市場競爭分析

一、SWOT 分析

	優勢：Strength	劣勢：Weakness
	<p>S1：因採零階通路，因此價格相對於同類型產品價格還要低。</p> <p>S2：純手工產品。</p> <p>S3：較一般蜂蜜產品，更健康且更有經濟價值。</p>	<p>W1:較無知名度，需藉由網路行銷推廣。</p> <p>W2:人力資源有限，無法大量生產產品，導致成本較高。</p> <p>W3:無實體店面。</p> <p>W4:消費者對認證標章認知不足。</p>
機會：Opportunity	SO 策略	WO 策略
<p>○1:現代社會追求健康飲食的氛圍</p> <p>○2:利用直銷的方式增加行銷通路</p> <p>○3:蜂蜜擁有認證標章，具有市場區隔</p>	<p>S3O1:主打「健康純手工的產品」使蜂蜜在市場上更有競爭力。</p> <p>S1O2:因本產品通路為零階通路，運用此因素在直銷以較市場低的價格販售商品。</p>	<p>W1O2:用直銷等方式推廣產品、增加知名度。</p> <p>W2O1:未來可運用 IG、FB 等社交網站建立民眾有機產品及有機標章相關知識。</p>
威脅：Threat	ST 策略	WT 策略
<p>T1:市面上蜂蜜商品競爭</p> <p>T2:氣候環境導致蜂群減少</p> <p>T3:因新冠肺炎造成經濟不景氣，可能間接影響產品銷售狀況</p>	<p>S1T3:可推出產品組合方案及網路商店折扣碼，吸引消費者。</p>	<p>W1T1:未來可運用發布 IG 抽獎文讓民眾分享貼文，藉此提高知名度。</p>

表 5：SWOT 分析
(資料來源：本組自行整理)

二、STP 分析

市場區隔	因無果糖添加物，所以相比市售混合果糖的蜂蜜成本較高，天然的繁殖有益生態環境，能幫助農作物授粉結果，天然蜂蜜對比高果糖糖漿對身體健康有更多益處。
目標市場	以 15 至 50 歲注重天然、關注生態問題的學生及上班族。 我們以社群平台觸及群眾，探討生態議題，讓消費者了解缺少蜜蜂會對大自然造成的衝擊，吸引關注生態的群眾，在與產品連結，共同推廣推銷。
定位	以「天然蜂蜜不只能吃，還能為生態盡一份力」為主軸。 通過社群宣傳，讓消費者了解蜂蜜不只是甜蜜的食物，在生態鏈也有不可或缺的地位，全球多種農作物都需蜜蜂授粉，與所有人息息相關，讓民眾願意支持蜂農，不只滿足口慾，也同時在為良好的生態貢獻一份心力。

表 6：STP 分析

(資料來源：本組自行整理)

三、4P 分析

產品	隨著時代變化越多人注重養生，因此健康營養的蜂蜜形成主流，我們透過加工的方式製作出更多蜂蜜加工品。
價格	價格: 蜂蜜水:35 元/杯 蜂蜜檸檬水:35 元/杯 蜂蜜鬆餅:50 元/2 個 蜂蜜馬卡龍:100 元/1 盒 (3 個)
通路	透過直銷及運用 FB、IG 等網路行銷方式進行銷售。
促銷	促銷:分享粉專貼文享 9 折優惠

表 7：4P 分析

(資料來源:本組自行整理)

四、五力分析

五力分析	說明	影響程度
現有競爭者	里仁較本小組知名且顧客忠誠度高。	強
潛在競爭者	健康議題逐漸被重視，有機農產品盛行。	弱
消費者的議價能力	本組採標準定價，多元組合，供消費者選擇。	弱
供應商的議價能力	小農成本較知名品牌高，議價空間較小。	弱
替代品威脅	市面上已有的蜂蜜，如：龍眼蜜、花粉。	強

表 8：五力分析
(資料來源:本組自行整理)

參、創新呈現

一、行銷計畫與實施

方案	解決之現況	執行
1.商標設計	缺乏品牌記憶點及差異	1. 推廣有機蜂蜜 2. 蜂蜜功效之宣導 3. 宣導蜜蜂對環境之重要性 4. 創造品牌價值
2.吉祥物設計		
3.產品包裝設計		
4.官方網頁	網路無法查詢相關訊息	
5.蜂蜜加工品設計	缺乏產品附加價值	1. 創造附加價值
6.桌遊	缺乏品牌知名度	1. 增加品牌印象 2. 推廣有機蜂蜜 3. 創造附加價值
7.宣傳影片拍攝		
8.網路行銷		

表 9：行銷計畫與實施
(資料來源:本組自行整理)

(一) 商標、吉祥物設計理念



圖 16：商標

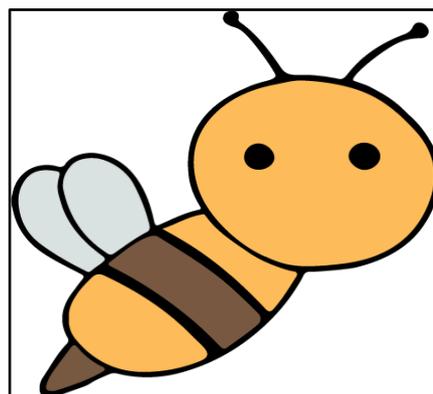


圖 15：吉祥物

隊名「覓蜜基地」意思是尋找蜂蜜小農的所在地，意指天然有機蜂蜜是我們的秘密武器。以隊名為主題，再加上線條手繪蜜蜂點綴，表達簡約的風格。背景的六邊形採用暖色調的深黃色及淺黃色，帶給人一種溫暖甜蜜的感覺，同時深、淺黃色也是蜂巢的顏色。將巢穴形狀設計成三角形，代表著蜂蜜與甜點結合的創新理念。

(二) 產品包裝設計



圖 17：產品包裝設計

我們的設計理念:想讓消費者第一眼就能看清蜂蜜本體，也方便觀察保存狀態，光線透過天然龍眼蜜，如琥珀般的色澤，給人天然濃醇的感覺，包裝多採用透明設計，貼紙也印上成簡約的手寫字，代表手工的特色，給人一種溫暖日常的感覺，一筆一畫獨一無二，就像天然蜂蜜，每批產出味道也稍有不同。貼紙同時使用透明底，來讓文字更加顯眼，不多做多餘的包裝，不但環保，也象徵著我們所賣的蜂蜜，單純無添加。

(三) 社群帳號

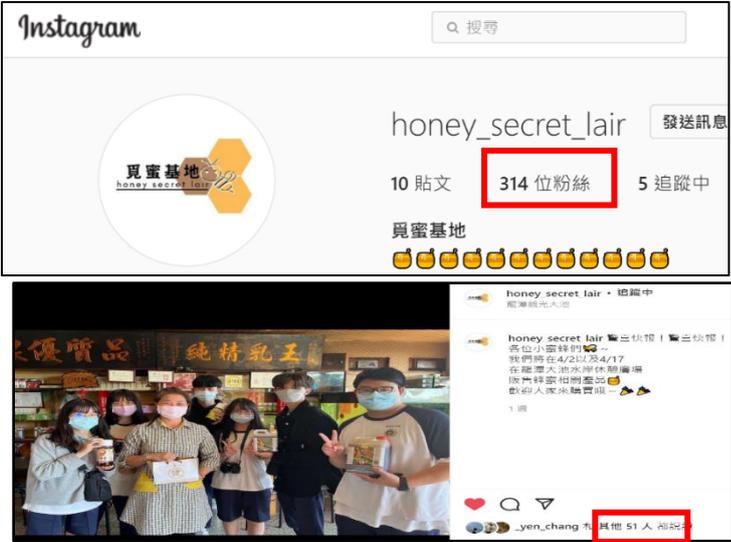
<p>IG 網頁</p>	 <p>圖 18：IG 網頁</p>
	<p>貼文更新頻率三天一篇，目前 15 篇 粉絲人數 314 人 貼文內容：蜂蜜功效、人員資料、蜜蜂知識……等</p>
<p>FB 網頁</p>	 <p>圖 19：FB 網頁</p> <p>點讚人數：128 人 追蹤人數：128 人 貼文內容：蜂蜜功效、人員資料、蜜蜂知識……等。</p>

表 10：社群帳號

我們創建社群帳號後不斷的推廣，透過貼文傳達蜂蜜的功效以及知識，例如：蜂蜜結晶是自然的物理現象，影響結晶的關鍵分為兩種：①溫度（低溫狀態約 13°C 以下）②葡萄糖含量（天然葡萄糖的佔比為總醣類的 60% 以上）等，吸引更多對於蜂蜜有興趣的消費者關注，使我們在兩周內追蹤人數達 314 人。

(四) 官方網頁



圖 20：官方網站

我們運用 JS、CSS、ASSETS 創造了一個網頁，裡面主要內容是關於我們團隊跟小農的介紹、我們所提供的服務、創新蜂蜜相關產品以及可以向我們訂購的資訊跟回饋。

並且在程式當中運用 link 程式來連結我們的社群網站例如：IG、FB，讓造訪的訪客可以關注到我們更多限時好康資訊以及認識更多相關蜜蜂以及蜂蜜的知識

(五) 蜂蜜相關桌遊



作品名稱:《秘密狩獵》

圖 21：秘密狩獵

大自然有階級制度，那您知道蜜蜂也有社會階級嗎?在蜜蜂群體裡有蜂后、雄蜂、工蜂三種：

「**蜂后**」是蜜蜂群體中唯一能正常產卵的雌蜂。

「**雄蜂**」在蜂群中的作用是與蜂后交配，交配後立即死亡。

「**工蜂**」是蜂群中繁殖器官發育不完善的雌性蜜蜂?因齡期不同可分為保育蜂、築巢蜂和採蜜蜂。

雖然同樣是蜜蜂，卻有完全不同的人生，以及生存時間，此遊戲透過卡牌，介紹了關於蜂蜜的小知識，讓您更了解蜂蜜的世界。

作品理念

想利用桌遊的方式讓更多人能接觸或認識關於蜂蜜的小知識，利用可愛以及簡單的遊戲方式，觸及各年齡層的消費者，用淺顯易懂圖案，讓大家知道蜜蜂的階級制度，設計以簡單的線條及色塊，用溫暖且飽和的顏色，吸引消費者的目光，自行設計整個桌遊讓人感受到我們團隊凡事親力親為，手工並且獨一無二。

(六) 宣傳影片拍攝



我們透過 Adobe Premiere Pro 來製作影片，並且運用轉場特效、增加字幕、有趣場景，讓觀看者更了解蜂蜜的多種好處，例如消除黑眼圈、解除疲勞等等。

圖 22 宣傳影片拍攝



圖 23 實體銷售

我們利用假日下午時段，承租龍潭大池水岸市集，將蜂蜜及相關加工產品進行販售，並增加蜂蜜蘆薈及蜂蜜鬆餅等選擇，讓消費者有更多選擇，走出校園擴大我們的客群，透過實體銷售讓我們了解消費者對於產品的反應，也同時提升了我們的知名度。

二、行銷成果

覓蜜基地	
110 年 11 月 4 日至 111 年 04 月 08 日	
綜合損益表	
銷貨收入	\$29,929
銷貨成本	24,462
銷貨毛利	5,467
營業費用	902
營業利益	4,565
營業外費用	
其他損失	900
本期淨利	3,665
銷貨收入明細表	
蜂蜜水	\$4,009
蜂蜜吐司	\$1,825
3000g 蜂蜜	\$12,000
900g 蜂蜜	\$6,240
700g 蜂蜜	\$2,660
140g 蜂蜜	\$3,195
銷貨成本明細表	
材料費	\$900
蜂蜜 3000g	\$19,700
珍珠	\$156
蜂蜜蘆薈	\$250
檸檬濃縮汁	\$50
水費	\$233
700g 瓶子	\$888
140g 瓶子	\$600
蜂蜜水瓶子	\$300

表 11：行銷成果

肆、實施效益及未來發展

一、打造小農知名度，幫助小農增加蜂蜜的銷售量

我們透過 facebook、Instagram，還有網路行銷的方式推廣，讓消費者

知道南興捕蜂場，並透過消費者以耳傳耳，增加知名度引發更多對蜂蜜有興趣的消費者嚐到「正港」純蜂蜜，另外我們推出許多優惠像是以團購價的方式降低銷售價，提高銷售量讓消費者更願意花錢購買。

二、讓更多民眾知道純蜂蜜的好處及功效

我們透過 IG 貼文推廣分享，並以生動的圖片呈現蜂蜜相關知識及功效，還有發放宣傳單及銷售時以介紹的方式讓消費者了解蜂蜜的功效，並且製作與蜂蜜相關的桌遊讓民眾可以透過遊戲的方式了解蜂蜜階級。

三、將高中所學的知識及能力運用在實務銷售

這組結合資處科、國貿科、商經科，運用各科優勢匯集綜合能力，像是資處科可以製作網頁，國貿科銷售技能，商經科製作傳單，共同組成實力堅強的團隊。

四、讓消費者品嚐到更多結合蜂蜜的創新料理

蜂蜜產品創新與結合以提高收入，我們不僅販賣原裝的蜂蜜，還增加了牙膏包裝的小容量蜂蜜，也將蜂蜜製成甜點、飲品等，如蜂蜜吐司、蜂蜜鬆餅、加料的蜂蜜飲品，提供更多的選擇吸引消費者。另外還設計了周邊商品，如手機殼，增加銷售額。

伍、參考文獻

1. 林慧淳 (2007)。〈真蜂蜜假蜂蜜破除三大迷思！如何買到純正蜂蜜？〉。康健雜誌，98 期，頁 45-48。
2. 三和國小的老樹導覽 (2007)。蜂蜜製造過程。2021/12/25。取自 <https://blog.xuite.net/pi2580/twblog/126743580>
3. 陳慰慈、李佩、何碩倫 (2019)。蜂蜜不只一種！常見的台灣在地特色蜜有這些。2021/12/25。取自 <https://food.ltn.com.tw/article/2220>
4. 黃齡誼 (2017)。你想過蜜蜂的感受嗎？蜂蜜滴滴皆辛苦！。2021/12/25。取自 <https://www.foodnext.net/issue/paper/4739565450>