



扫码阅读

近年来，随着脱贫攻坚工作不断推进，养蜂这项投入少、产出高的产业在云岭大地遍地开花。如何让更多消费者知晓、喜欢云南蜂蜜？云南养蜂产业还存在哪些亟待突破的瓶颈？带着诸多疑问，记者近日专访了荣获“云南省著名商标”等荣誉的云南丁氏蜂业工贸有限公司总经理丁畅。



**记者：**作为一家创立近30年的蜂蜜企业，公司如何始终保持良性发展？

**丁畅：**公司历经经济危机、非典、新冠肺炎等国内外严峻形势的考验，始终保持良性发展，我认为主要有四个方面的原因：

首先，产品下游渠道多元。公司不仅有小包装蜂蜜产品，直接推向终端消费者，还为饮料、药业、化妆品、烘焙企业提供原材料，分摊市场压力。在某一块业务出现波动时，公司可以及时调整，用其他业务进行补充，保证市场活力，让公司效益实现稳步持续增长。

其次，产品种类单一、精准。国内普遍认同的单花蜜品种有26种，我们生产的单花蜜品种就达18种，特别是益母草蜜、枇杷蜜等较为稀少的蜂蜜品种，让我们的产品有较强的市场吸引力。此外，公司85%以上产品是蜂蜜产品，其他蜂蜡、蜂胶等占比较小的产品也

同处在蜂蜜生产产业链上，这促使公司生产十分规范，效率和集约化程度都维持在较高水准。

再次，有将企业做成“百年品牌”的意识和决心。我母亲在20世纪80年代以销售蜂蜜起家，当时的起点与很多蜂农差不多，但她早期就采用公司化运营模式，成立公司、注册商标、创立品牌。如今，我也在传承母亲的思路，打造、运营好“丁氏蜂业”这个品牌。

最后，积极拥抱变化。20世纪八九十年代，蜂蜜以调味品的方式摆上餐桌，我们就从调味品的角度打开市场。世纪之交，商超是最好的销售模式，我们就通过商超把蜂蜜送到每一位消费者手中。10年前，代加工模式兴起，我们为省内外不少知名企业做代工。如今，电商直播带货方兴未艾，我们也在探索和尝试。总之，要跟随时代潮流，在不断变化中寻找新的销售渠道和模式。

丁畅  
甜蜜事业  
「蜂」  
生水起