

蜂蜜入味，滷出網路高人氣

西井村滷味

滷味對於台灣民眾來說，是非常熟悉的食物，幾乎在每個市場裡都可以見到滷味攤子，不過即使坊間滷味這麼多，卻很少像西井村滷味這樣，可以吸引壹周刊、東森新聞報、聯合晚報、聯合報、中國時報、自由時報以及大台灣旅遊網等平面媒體，還有GTV、三立電視台及非凡電視前往採訪報導，而且在網站開張短短幾個月，就創下逼近50萬大關的點閱次數。究竟西井村有什麼獨門秘方，可以讓滷味變得如此有魅力呢？

其實，吃過西井村滷味的人都知道，老闆的滷味秘方就是比別人多一味，多了一股蜂蜜的香醇口

感。將蜂蜜加進滷湯中，是老闆娘意外得到的秘方，而滷出來的結果卻是令人出乎意外地好吃。

別人以中藥入味，西井村卻選擇以蜂蜜入味，讓滷味不僅更香醇Q嫩，沒有一般滷味強烈的苦味與鹹味，而且滷出來的東西，連色澤都變得更漂亮。如此的新鮮口味，除了成年人愛吃，老人、小孩子也都讚不絕口，難怪西井村可以靠著滷味，創下單一節日促銷業績100萬的好成績。

而且西井村產品皆採小盒珍珍包裝，加上不添加防腐劑的健康訴求，非常受到單身貴族及年輕人的喜愛，雖然冷藏保存只有2~3天的賞味期，但反而在網路上造成熱烈反應。

一滷再滷30年，美味備受推薦

看著西井村門口的招牌上寫的「一滷30年」，可以想見，老闆娘投注多少精神在滷味上。老闆娘說，因為自己曾經吃過令自己難忘的小吃，也知道市面上賣滷味的人何其多，所以她知道要賣滷味，就得賣比別人好吃的

滷味。

老闆娘說現在店裡用的那鍋滷汁，就是在經過好幾年的嚐試，最後調製成的，裡頭的用料包括蜂蜜、高湯，還有30多種材料組成。「就是這鍋老滷湯，讓滷出來的滷味不但沒有常見的臭腥味，而且滷好後可以冷凍保存，就算冷冷的吃也非常入味，更神奇的是，不用滷很久，味道卻都進到骨頭裡，還把肉質本身的香甜味都引了出來，外觀也非常漂亮。」

研究出蜂蜜滷味的西井村老闆娘，名為陳再安，出生於嘉義縣鹿草鄉西井村。她說，自己在民國50幾年時，於西門町一帶開了間理髮店，當時，附近有個賣爌肉飯的小販，賣得爌肉特別好吃，而且每天至少賣出上千碗。陳再安說，當時她想，就算一碗爌肉飯只賺1塊錢，一天下來至少也能賺到上千元，比起她當時的收入實在好太

多，就這樣，讓她興起研究滷味的念頭。

不過，從這個念頭出現，到她真正開店賣滷味，中間卻經過了30年的時間。而且期間還一度開了一家金葉蛋糕店。但在這段期間，陳再安一有空就在家裡東滷西滷。但不管怎麼試，還是都不滿意。她說，滷味的最大



■招牌豬蹄花



■冰雞爪凍

開運頭家小檔案

- * 公司名稱：西井村企業社
- * 公司成立時間：民國95年
- * 員工人數：12人
- * 資本額：NT\$30萬
- * 自慢商品：蜂蜜滷味
- * 網址：<http://www.2478866.com.tw>
- * 輔導開運團隊：巨匠電腦

頭家開店小撇步

西井村的店面開設在台南，經過電子商務系統e化打開了中部與北部市場，目前的人事成本大大的降低為85%，僅需1人負責網站維護，而營業額每月也成長一倍。



問題，就是滷得不够久就不入味，但一滷太久，就會讓肉質變老、萎縮，而且不管是用醬油或用蔥、蒜、辣椒、胡椒：等等香料，永遠都除不掉肉骨裡的臭腥味，只能壓住、但除不去，而這就是市面上滷味共有的問題。

某一天，她又在家裡試滷味，材料東加西加，突然看到旁邊一罐朋友送的龍眼蜜，想了一下就把蜂蜜拿來倒進滷鍋裡，原本她只是抱著姑且一試的心態，卻沒想到，等這鍋滷味滷好後，竟然讓她嚐到這麼久以來第一口完全沒有臭腥味的滷味。

就是這罐龍眼蜜，打開了陳再安的滷味之路，從那天後，她開始大量使用蜂蜜，各種蜂蜜都拿來試，神奇的

是，在各種蜂蜜中，就只有龍眼蜜可以順利把味道滷進骨頭裡，特別是台灣南部的龍眼蜜，而且所需時間非常短，不過1、2個小時就入味到骨子裡。經過30多年斷斷續續的嚐試與研究後，終於，完美滷味出爐。

從夾報改為e化，鎖定網路客層

在幾年前，陳再安先是在台北民生社區一帶開了一家「西井村牛肉麵店」並同時推出滷豬腳。後來一方面希望就近取得滷味所需要的龍眼蜜，一方面希望重返故鄉，所以在一年前返回台南安南區開設第一家滷味店，店名也取為「西井村」，用以紀念自己的出生鄉里。

雖然西井村一開始營業時，就注意到網路上驚人的消費力，但是因為對於電腦及網路不熟悉，所以初期開業時，一方面準備網站的建置，一方面先以傳統店面營業。導入電子商務作業的陳秀春說：「其實，網路族群本來就是公司開業前就鎖定的客群，尤其，西井村的店面開設在台南，要打開中部與北部市場，更不能忽略網路行銷。」

在導入電子商務前，西井村還是以傳統的店招布旗，還有夾報型錄為主要宣傳方式，但範圍小、客戶數不多，生意並沒有預期來得好，銷售業績起伏不定很讓人不放心，而且行銷成本又高。後來，西井村則委由同仁陳秀春開始為e化探路，在從電腦老師那兒得知經濟部中小企業處縮減產業數位落差計畫後，西井村也接受這個大好機會為自己提升e化的市場。

「因為大家之前都不熟悉網路也沒做過網路行銷，不知道到哪裡找客戶，都是從開運團的課程及輔導中，找到目標客群並針對這個客群需求，設計出西井村的網站。」陳秀春同仁開心地說：「剛開始網頁由開運團輔導網頁製作之時，對於電腦完全是一竅不通，學習上有很大的障礙，但開運團不厭其煩的教導我到現在，我已



■鴨翅

經可以自行更新維護網站，而且網站建置完成後，公司還是有內部討論溝通網頁上的效果，不時針對網頁的呈現最佳狀態做調整，我們總是希望能讓網站建構上給人醒目的效果。」

參與e化開運計畫，人氣快速竄升

目前，西井村擁有佔地百坪的中央廚房，專業研發製造及生產。為求品質一致及食品安全、衛生，全程採儀器精密控管，而且所有食材均採CAS優良肉品加工製作，在滷味出鍋後便以急速冷凍保鮮，並快速透過宅配送到訂購者手中。

在網站上，西井村推出了人氣滷味與溫情禮盒賞兩種包裝，其中包括招牌豬蹄花、冰雞爪凍、鴨翅、三杯大腸頭、塑身骨，以及香菇脆喉等，都是詢問度及訂購量高的招牌好料理。陳秀春說，目前網站的訂購付款方式，分為轉帳以及貨到付款（台灣本島）兩種模式。當然，在網路世界裡要吸引網友點閱，還是需要透過好的行銷，因此西井村也在Y!OO、PC HOME放置關鍵字行銷，為了能快速吸收顧客，將建立在Urmail與7-11便利商店付款取貨的金流系統，讓客戶可以選擇最方便的方式消費。