





我是羅東昇

飲水思源做公益·阿強西瓜好創意

優質環境 渾然天成

花蓮為台灣西瓜重要的產地之一，也因為其三大溪流木瓜溪、萬里溪與秀姑巒溪的沙質土壤具有豐富的有機質，又加上天然無汙染的清澈水源，所以出產的西瓜品質可說是「上港有名聲、下港有出名」。但身為二代瓜農的羅東昇認為花蓮西瓜應該不僅止於菜市場或量販店上所陳列的「農產品」而已，應該要將其賦與新的生命，提升產品附加價值，讓西瓜不只是西瓜，也是可以具有地區特色與文化創意的新商品。

品牌行銷 活化產業

後來與太太幾經思考並在大力的腦力激盪下，最後創造出「阿強西瓜」做為自有品牌的出發點，「阿強是父親的外號，取做阿強西瓜，就是希望隨時隨地都能記住老爸的辛勞，也時時刻刻提醒我們不能忘本」羅東昇認真地說著。

目前阿強西瓜的耕作面積有30公頃左右，大多分布於玉里長良及秀姑巒溪旁，現所生產的西瓜除了送行口之外，另外約有1/5的產量是由羅東昇的「阿強西瓜」來做品牌行銷，所以每年在產季前都會結合在地，舉辦一系列的相關活動來吸引消費者前來體驗，如小鎮市集、勾勾手市集、小農聯合教室及阿強西瓜節等。就是希望藉此吸引消費者前來認識產地的多元性，並且從中推廣地區色特作物，活化農村經濟。



整理藤蔓是種植西瓜很重要的工作。



起身而行 訴諸行動

其實當初羅東昇要回來接手時，父母親是極力的反對，因為種西瓜需要在烈日下曝曬，又要承擔極端氣候等不確定因素的風險，實在是個吃力不討好的工作，所以即便到2年前父母親仍是不斷的鼓勵他出去找個坐辦公桌的文職工作。

大家常常說，羅東昇是個很幸運的農二代，因為父親已經有了純熟的種植技術，家裡也有完備的栽培機具，根本是輕鬆做就可以了，但他卻認為身為一個農二代如果僅止於此，那與外面的靠爸族有什麼不一樣，也枉費了父母親當初在玉里所打下的西瓜事業。

因此，在羅東昇才開運用行銷手法，將創意融入自家的西瓜產品，並創立所屬的自有品牌、舉辦系列行銷活動、整合地方資源，在這幾年的努力之下更是打響了阿強西瓜的名號，也讓兩老看見自己的兒子是認真的在做這件事，是用心要回來承接家業，而非說說而已。

勤做公益 回饋社會

在穩定了自己的腳步之後，阿強西瓜也開始思索，應該要主動協助社會上需要幫助的人，所以開始以「大啖西瓜做公益」的熱誠來提供實質的幫助，就像在華山基金會玉里愛心天使站所販售的「華山愛心公益西瓜」，就是希望能夠利用販賣所得回饋幫助社區獨居老人的照護。

此外，羅東昇也會主動贈送西瓜給自己母校三民國中的棒球隊，給這些認真的小朋友加油打氣，並幫他們籌措訓練及比賽的經費，讓這些在地的明日之星能有個尋找夢想的機會。



每年辦理西瓜節系列活動打響名號。


審慎評估 步步為營

青年回鄉務農慢慢變成了一種趨勢，但農業其實並非無門檻，如果沒有具備專業的種植技術與適當成本、資金，其實並不建議盲目的投入農業，應先就欲種植的作物進行事前的評估，再來做後續的投資規劃。羅東昇也提醒準備要走入農業的青年，只要決定了就應該要認真的走下去，即使失敗了也證明自己曾經努力過，而擁有資源的回鄉的農二代，更應該要走出傳統，帶動地區產業的再升級，以創造台灣優質新農業。



羅東昇至宜蘭旺山休閒農場(南瓜王國)學習經營理念。





要做就要努力做到最好，
即使失敗了也知道自己曾經努力過，
也希望自己的創新思維能帶動地區農產業的復興，
讓更多人能感受到農村的美好。

聯合小農 推動食農

因為現代社會對於資源取得太過便利，所以大部分的消費者對於手中的食物其實並不會有太多的想法，更不用提會去體恤農民生產的辛勞，或是主動了解作物的栽培方法或製作過程。



一箱箱大西瓜宅配至消費者手中。

而為了提升民眾對於認識「食物來源」的重要性，羅東昇開始設計相關食農教育課程與農事體驗活動，就是希望讓參加者透過農事體驗的過程，與生產者面對面的溝通，了解農家的生產理念與過程；當然，也因為活動的場域都是在實際耕作的水稻田或西瓜田裡，所以參與的民眾也能夠親身體驗農村生活的多元文化與優質的生產環境，以達到視覺、聽覺、嗅覺、味覺與觸覺的五感體驗，也間接強化民眾對於食農教育的認知度。



農場名稱：阿強西瓜

販售項目：大西瓜、小玉西瓜、東昇南瓜、東英南瓜、黃金番茄、金王子番茄

聯絡電話：0911-333793

聯絡地址：台九線282.5k (田園牛肉麵旁)

粉絲專業：<https://www.facebook.com/YuliXigua>

瀏覽官網：<http://watermelon.com.tw/index.php>

花蓮-好山好水的西瓜產地

