cmchao / August 04, 2017 09:26AM
[七歲一張照片讓他拿下美國匹茲堡發明金牌！紅藜先生：部落環境正是我種出好紅藜的關鍵](#)
七歲一張照片讓他拿下美國匹茲堡發明金牌！紅藜先生：部落環境正是我種出好紅藜的關鍵
BY VANESSA LAI · 2017/07/22

20272048_1501689043208093_1858943492_n

「有機會站在台上分享，不表示我比較厲害，因為我只是執行了我的想法而已。」

7 月 15 日，Ljuwa（魯瓦）在國際青年創業論壇做專題演講，講題是「越在地，越國際」，面向 400 多人分享自己的紅藜創業經驗，他在結語如此說道。

2 年前開始推廣土坂的紅藜，他鼓勵部落族人和返鄉青農投入種植，與花蓮慈濟科技大學合作近 4 年研發紅藜的周邊產品，已經拿過 9 面金牌，最近更在美國匹茲堡發明展榮獲金牌及特別獎（註1）。

靠著土坂部落種出來的紅藜，Ljuwa 今年一舉拿下美國匹茲堡發明金牌及特別獎。（Credit: 紅藜先生）

紅藜經濟靈感來自兒時記憶，部落環境成「零農藥」最佳條件

交通不便、部落產業不振等困境，但有些缺點在他眼裡看來，反而是最大的優勢。許多人喜歡親切稱呼 Ljuwa 為「紅藜先生」。Ljuwa 來自台東縣達仁鄉土坂村（Tjuwabar），這個全台少數仍完整保存 Maljeveq（五年祭）傳統祭儀的排灣族部落，和其它原鄉一樣面臨交通不便、部落產業不振等困境，但有些缺點在他眼裡看來，反而是最大的優勢。

Ljuwa 指出，因為部落耕作地用水來自大竹高溪上游，乾淨、豐沛，一直以來引水方便，不曾缺水，土壤與水源也符合有機標準，加之土坂部落群山環繞、與外界隔絕的環境，是最有利發展為「零農藥種植」區域。

他 22 歲回部落，至今已經過了 9 年，形容起初幾年會去打零工、種菜，時間很自由，小時候就累積一些耕作經驗，有不懂的問題就問老人家，自己種給自己吃。2012 年，他為了籌資給部落的交通車，身上只帶 1 千元，推著滿載手工藝品、近 200 公斤的手推車，就開始徒步環島義賣。

只是交通車的問題，後來雖然在南迴健康促進關懷服務協會的協助下解決，從此部落族人能夠坐公車出外辦事情，「交通解決了，但部落經濟還沒解決」，Ljuwa 大笑。

環島回來，他偶然發現一張 7 歲時自己與紅藜合照的照片，上網查研究報告，了解到紅藜營養價值高，膳食纖維高達 14%，為燕麥的 3 倍、地瓜的 6 倍，是 NASA 認證過的最佳營養補充食品，但台灣藜的市場價值卻被拉低，「當時大家吃的是秘魯、玻利維亞進口的紅藜，原住民種的紅藜新鮮度和口感都很好，卻賣不出去」。

那時臺灣社會也掀起養生風，但消費者還不夠認識紅藜的好處。於是 Ljuwa 決定透過外婆留下的紅藜種子，從自家已經有在種的紅藜，慢慢擴大種植，「大家一開始不相信行動，覺得很多人會光說不練，所以我就帶頭來做」，做到隔（2014）年開始有人加入他。

對 Ljuwa 來說，家鄉土坂部落與世隔絕，水源豐沛乾淨，正是發展無毒種植的最有利環境。（Credit: 紅藜先生）

紅藜營養價值高，膳食纖維高達 14%，為燕麥的 3 倍、地瓜的 6 倍，是 NASA

認證過的最佳營養補充食品，過去台灣本土紅藜的市場價值卻被拉低。（Credit: 紅藜先生）

產量不足與行銷通路——部落產業首要突破兩大瓶頸

NASA 認證過的最佳營養補充食品，但台灣藜的市場價值卻被拉低，「當時大家吃的是秘魯、玻利維亞進口的紅藜，原住民種的紅藜新鮮度和口感都很好，卻賣不出去」。部落產業不受到重視，Ljuwa
解釋有兩個主要原因，一是產量不夠，二是無法打開銷路。

以生產端而言，紅藜在 10 月播種，隔年 2 月採收，但季節轉到春天，下雨頻繁，紅藜收成要等日曬烘乾得看老天臉色，族人也沒有錢買烘乾機採收，因此讓許多族人想到收成問題就望之卻步，「種了沒人收就不想種，加上他們不想碰行銷，我就自己第一線來處理」。

Ljuwa 察覺到農民的困擾，和人租借一台小型乾燥設備，在天氣好的時候趕緊把紅藜拉到戶外曬乾。為了解決 4、50 位農民收成的問題，今年更訂了要價 200 萬的大台乾燥設備。

另外在產銷上，相較於直接賣帶殼的紅藜給盤商，他發現紅藜脫殼以後，一斤可以賣到 600
元；剛好家裡過去有小米脫殼的工作經驗，Ljuwa 便嘗試自行處理紅藜脫殼，讓原來一斤 3、400 元的售價，提高到 600 多元。農委會水保局台東分局長王志輝看重他的紅藜產品，也曾協助他進行包裝設計，後來成為推廣台東意象的在地農產品。從品質、包裝，到口感都有要求，他自豪地說：「當時在賣的時候，市場上只有我土坂紅藜不用洗！」

土坂的紅藜銷量有明顯成長的關鍵在於獨特性的建立，原先他在臉書粉絲團販售，2015
年第二次徒步環島，他以「紅藜先生——為土地而走」為名發起 5
萬元的集資，這次去推廣台東農產品，不僅打開知名度，也漸漸累積了主動找他買紅藜的忠實客戶。

Ljuwa 過去念汽修科，坦言很多行銷、管理學的知識靠自學或與朋友討論而來，「一般生產不是問題，重點是你的東西要賣給誰？有誰會相信你的產品？」許多人想到「紅藜先生」，就能夠與產品連結，像是看到兩度環島推廣部落產品的 Ljuwa 本人一樣，「因為很認同這個人的理念，就會想買」。

曾連電話費也繳不起，紅藜先生：創業成功關鍵在於執行力

在受訪過程，他反覆強調行動的重要性。現在他去各地學校、企業講課分享創業經驗，發現很多人著重理論，實務經驗卻很少。「講很實在的，本來一定就會碰到這些問題，如果想很多導致做的勇氣都沒有，乾脆不要做」。Ljuwa 創業初期沒有預先投入的資金，曾經連電話費也繳不起，因為不擅長寫執行計畫，他只申請過原民會第一屆的原住民族精實創業計劃，獲得 100 萬創業資金，也是委託朋友來寫，他負責執行。

一步一步找資源，走出自己的紅藜品牌，Ljuwa 認為創業關鍵仍在執行力。（Credit: 紅藜先生）
目前耕作面積大約 5 甲，但部落閒置的農地共約 30 甲，他認為提升紅藜與小米的產值不難，難的是怎麼讓年輕人願意返鄉。「只要回來想跟我，我可以給你一個月多少錢，或是打工換宿，保障你基本收入，業績好就加薪」，從學習到耕作、基礎設施到保證收購價格，他全力成為農民的後盾。

Ljuwa 今年 31 歲，靠著紅藜創造 400 萬的年收入，儼然是原鄉的紅藜產業的「開拓者」，他覺得愈做愈看到部落經濟發展的正向循環，因此希望紅藜先生的成功經驗也能促成小型發展平台，「如果他們在其他部落想做不知道怎麼做，可以在這裡慢慢找答案」，也發現部落其實有很多專業人才，只是以前缺乏發揮的空間，因此他願意繼續堅持下去。

問他有什麼話，是他過去的公開分享裡可能沒有提到，但卻是他想告訴大家的事情？Ljuwa

告訴《Mata．Taiwan》：「當部落人夠多、經濟自主的時候，就不怕（財團）別人來打。」

經濟是部落活絡的根本，盼更多青年投入部落產業

當部落人夠多、經濟自主的時候，就不怕別人來打。他想翻轉、突破那些離鄉外出工作的理由，「為什麼你選擇離開家鄉？而不是留在部落讓自己部落活絡起來？」工作到頭來是為了吃飯，飯就是從土裡長出來的，他認為自己就是很硬的案例，從零開始，用部落留下的天然資源經營產業。

現在很多人呼籲歸還傳統領域，Ljuwa 不禁想問：「 你足夠了解部落嗎？有回鄉做什麼事情嗎？怎麼不回去更認識自己的土地？給你一塊地你知道怎麼做嗎？」拋出一連串的提問，他感慨今日的人把本能忘記太多，習慣了方便的交通，而忘記與自然生存的本能。

「家鄉再不回去，就來不及，可能我也是運氣好，我的部落還是很傳統，可以先回去把基礎打好。」

回鄉以後的他，喜歡自由地掌握時間，決定自己想做什麼，也為了過想過的生活過日子。現在有人想在部落開家小店他也支持，未來期望培訓年輕人投入這塊土地，畢竟文化祭儀復振都來自於土地。他說，這就是自由，也是他愛家鄉的方式。

因為耕作期的安排，現在做半年後就可以休半年，可能都比在外面企業工作更自由，「我負責去打市場，讓更多人享受自己想過的日子，」他又大笑：「能被人家倚靠也是很舒服的事情。」

關於紅藜先生

對於「紅藜先生」Ljuwa 有興趣者，歡迎關注粉絲專頁：

紅藜先生-為土地而走

「家鄉再不回去，就來不及！」Ljuwa 以自身經驗為例，期待更多青年回鄉投入部落產業。

文化來自土地，投入部落產業就是紅藜先生 Ljuwa 愛家鄉的方式。

附註

美國匹茲堡國際發明展（INPEX）為國際四大發明展之一，為美國專利顧問公司 InventHelp 於 1984 年在美國賓西法尼亞洲匹茲堡市創辦。

延伸閱讀

這個有機農場禁止聊八卦！邦查農場在市場與夢想間走出自己的部落有機夢
「不喜歡中盤商，也該知道怎樣做才能取代他」包正豪：談自治，先理解部落經濟的可能性吧
除了錢，我認為「文化」才是部落發展有機農業的關鍵瓶頸！