

# 正谷 经营自然

文 | 朱月宁

什么是有机？仅仅是不施化肥，不喷农药吗？

在正谷（北京）农业发展有限公司副总裁张建伟的眼中，“有机”更多的代表着一种对待世界的方式。

“整个生态系统都是很有智慧的，所以我们愿意做一些让步来让它更好的发挥自身的调节能力，在人们吃上健康、安全、美味的食品的同时，使土壤、水源和整个生态都能得到持续的发展。”

有机的自然之道是适当采用技术的手段帮助建立一个更合理的生态系统。所以，不要幻想有机食物外观会有多么光鲜漂亮，它可能是带着虫眼的、普通的。“比如果园中的苹果，容易受到食心虫害，适当引入一些益虫的种群，可以相互制约，将害虫的种群数量控制在一个较低的水平。秋天在果园周围适当保留一些杂草，也能创造一个有利于益虫过冬栖息的环境。”身为昆虫学博士，张建伟这样解释着有机农业的原理。

“要得到好的食物，我们会适当把产量控制在一定的范围内，同时允许虫害发生，只不过将它对食物的伤害也控制在经济允许的范围内”。

从这个意义上讲，有机是用科学的手段达到人与自然的和谐共处，以至返璞归真。

正谷希望通过每餐所食，唤起大家对自然的重视与交流，“这是符合现代人的内心情感的”。

2005年，正是由于这种“内心情感”的共鸣，在董事长张向东的带领下，一群对有机农业怀揣着激情与理想的人开始了他们并不平顺的创业历程。



▶ 张建伟

正谷的定位是要做“最接近客户”的公司，所以全部的产品都是通过配送直达消费者手中，而没有进驻任何一家超市或是开辟专营店面。

从租地、种植、运输、仓储、保鲜，直到配送，本来应该由若干产业环分工完成，现在正谷却事无巨细、亲力亲为，“这样一来，产品的价格能不高吗？”

行业的初级状态，让正谷在包揽了整条业务产业链的同时，还承担了更多行业标准的开拓、制定与整合工作。

“国家的标准更多强调宏观的概念，但具体怎么操作，还需要我们通过实践来建立标准，”行业里缺少分享的平台，正谷就把自己的经验先总结起来，通过不同的方式传递给一些公益组织和相关从业者，甚至是竞争对手，帮助行业尽快的发展，“让别人可以参考我们的标

准，种出同样好吃，又有一定产量的有机食品”。

即便是如此的全心付出，但作为上帝的消费者还是会有抱怨。“品种不够丰富，食物不够新鲜，今天的和前天的食物口感不一样，送货时间没有在规定时间内”等等问题，在尚还稚嫩的正谷面前，都是挑战。

为了能让自己更好的服务客户，正谷提出了“向消费者学习”的口号，“客户的任意一个要求都有他的合理性，我们的心态就是努力服务好。”于是，通过用心服务，向客户学习的真诚，正谷赢得了客户。

现在正谷的有机食品礼品卡正受到越来越多客户的青睐。之前还一直苦于找客户的正谷通过配送卡的现有市场，成功的与更多消费者建立了直接联系。

建立联系只是正谷的第一步，信任，才是目标。“一旦与客户建立起最近的信任关系，我们就可以在这个客户平台上创造更大的商业价值。”不仅是现有的蔬果，以后正谷还将提供，更丰富的符合安全、生态、可持续的日常消费品：肉类、鱼、棉花以及天然的护理品等等。以此建立起来的市场将会创造更大的品牌溢价。

正谷的理想是借由这个商业模式上的创新，让更多的人能通过共赢的方式修补我们日益恶化的生态环境。

“农民通过种植有机农作物增加收入，消费者可以获得更多健康安全食品，同时重新建立消费者与生产者之间的信任关系，促进利润合理分配，实现公平贸易。”

将商业价值与生态责任并重，正谷用质朴的行动实现着自己华丽的梦想。