

雷龙和他的“光照人”有机茶

□ 通讯员 董素芝 韦大山



1. 转行有机茶



2003 年,雷龙有条不紊的日子被“恋”上有机茶的妻子林芳打破了。林芳是福建漳州市华安县人,雷龙和她相识相恋在厦门。林芳从福建医科大学毕业后,曾在南平医院做心脑血管医生。说起“有机”梦,她记忆犹新。

林芳说,结缘有机茶,最开始是给自己治病。林芳属过敏体质,自小对虾蟹、罐头、化学物品等过敏,在医院当医生的那几年,她的身体越来越弱,血色素最低时只有 5 克,无奈之下,她只好离开了医院。

随后,林芳走上了保健品销售之路。2002

年,去马来西亚拓展业务时,林芳拜访了当地一位华侨老中医。老中医告诉她:“多喝有机茶,远离化学物质、回归食物最质朴的本源,你的过敏病症很快就会痊愈。”老中医还嘱咐林芳回国后为他代买有机铁观音,“贵一点儿没关系,关键是要有机的”。

回国后,林芳跑遍了福建各大茶叶市场、各茶叶专卖店及茶叶种植区,竟然找不到有机铁观音。这让她非常堵心。

中国是茶文化的发源地,为什么没人种植有机茶?林芳百思不得其解。后来,她查阅

了大量书籍,发现有机茶对人体健康确有帮助。

既然没人种,那就为自己也为别人来填补有机茶的空白吧。

林芳选来选去,最后决定在自己的老家——漳州市华安县沙建镇岱山,开茶场。

这一年,夫妻二人带着原本计划买别墅的 500 万元,在海拔 500 米至 800 米的这座原始的天然次生林中承包了 2350 亩山地,种植有机茶。

2. 艰难的有机之路



说起有机产品,不苟言笑的雷龙结结实实给我们上了一堂课。有机产品中含有更多有利于人体健康和免疫力的物质。有机食品在生产过程中使用的都是有机肥,这些有机肥可以转化成对人体有益的各种营养素,例如:有机茶中含有茶多酚、儿茶素、茶多糖和各种微量元素。雷龙说,有机茶对种植环境、生产、加工、包装和销售等环节的要求都要远远高于无公害茶和绿色食品茶。

12 年前,半路“出家”的雷龙夫妇,一口气买来有机茶种植的书籍猛啃,并请来福建农林大学的专家现场指导。

种植有机茶谈何容易?它在生产中要求周围的森林覆盖率很高,要种好茶先得种树,要种茶得先肥土。

于是,他们从山上引来优质天然山泉水,从内蒙大草原拉来无污染牛羊粪,并从贵州请来数十位富有山地耕作经验的农民,不靠机械纯手工开垦荒山,降低水土流失,并种植了 1700 多亩红豆、沉香、降香黄檀等名贵树木,建立了完美的生态环境。

为保证有机,他们不打农药,广种黄檀,利用自然香气驱除虫害、用太阳能灭虫灯和粘虫板等物理方法灭虫。

3 年时间里,只改造生态,雷龙夫妇没种上一棵茶苗,直到 2006 年他们才种上茶树。

买别墅的 500 万元很快用光了,雷龙不顾保健品公司的“安危”,把钱像输血一样给茶园。以至于后来,受到妻子感染的雷龙索性把保健品事业放弃了,与林芳一起做起有机茶,彻底开起了“夫妻档”——雷龙在外跑销售,林芳在家抓生产。

搞有机农业十几年,雷龙经常被人嘲笑成傻瓜、不明事理的榆木疙瘩。

在最困难的时候,雷龙一度靠借高利贷维持“光照人”的周转。“50 万元高利贷一个月 45000 元的利息。过年的时候,我找同学借了 10 万元,发完工资就剩 2000 元。”

2006 年,有人上门推销一种新发明,炫耀将这种东西喷洒在茶叶上,就检测不出农药残留。雷龙怒斥:“你们这种发明最好在地球上消失!”

一家大型茶企看中了雷龙的有机茶,要以优厚的条件包销,雷龙一口回绝了。“如果一味追求利润,会有悖于有机理念。”为借 1 万元钱跑几百里路,困顿至此,雷龙就是宁折不屈。

2007 年,漳州光照人茶业有限公司正式注册,同年,夫妻俩迎来了第一批茶叶的采摘。

在请专家的过程中,福建农林大学的一位教授提醒林芳,有机茶是有国际通行标准

的,国外营销靠这个。也是在这一年,雷龙的茶园和茶叶通过了中国农科院茶叶研究所有机茶研究与发展中心的有机认证。

2009 年 12 月,欧盟有机认证机构的检查员首次来到雷龙的茶园和茶厂,对抽样的有机茶进行了严格检测,结果 182 项指标全部达标。欧盟有机认证书很快就发下来了,这是全世界食品安全的最高荣誉!

自 2009 年起,“光照人”已连续 6 年通过国际上最权威的欧盟有机认证。雷龙也有幸成为第 17 届世界有机大会邀请的中国有机农场的唯一特邀嘉宾。

酒香不怕巷子深,雷龙的有机茶由于质量过硬成为老外认定的抢手货,“光照人”有机茶以高于国内十几倍的价格走向国际市场,在日本、美国等国热销,许多国外茶商和有机界的专家学者纷纷慕名前来参观,“光照人”更是取得自主进出口权。

此后,“光照人”有机茶迅速传播。2011 年《中国经济周刊》第 50 期以《世界有机大会青睐的中国茶》对“光照人”有机茶进行了报道,2012 年 12 月 10 日央视二套以《从深山走向国门的有机茶》对“光照人”有机茶进行了半个小时的专题报道,2013 年《中国经济周刊》第 44 期再次以《雷龙的有机梦》对“光照人”有机茶进行了报道。

3. 黑暗中的一束亮光



雷龙说品牌取名“光照人”是一种自我激励。而“光照人”的英文则寓意送健康、幸福和希望的使者。

在大山里种茶,雷龙渐渐明白,有机的价值不光是茶和树的问题,还上升到精神层面,对于有机,他充满了责任感和使命感。

为了这种责任感和使命感,这些年,雷龙夫妻不知道疲惫为何物;他们曾被怀疑、遭拒

绝、受讥讽,经济困顿,销售无门。但雷龙有一种信念:“为了心中的正义和良知,要做黑暗中的一束亮光!”

为此,雷龙还提出了有机销售的概念,遵循自然规律,靠产品的高品质和优质的服务来赢得顾客,而不是靠广告吹牛、贿赂、吃喝去赢取顾客。

“星星之火可以燎原,希望尽我们的绵薄

之力,让有机食品全球普及,最终惠及全人类。也希望通过社会对有机食品的需求,最终倒逼食品行业改革,生产出真正有益健康、百姓放心的食品。也希望让身心疲惫的人们在与大自然的亲密接触中,找回心灵的平衡和宁静,让孩子从小养成对生命的敬畏和尊重、对环境保护的重视。”这是雷龙夫妇的共同心声。

