



“农消对接”模式的兴起与食品安全信任共同体的重建

徐立成,周立*

(中国人民大学农业与农村发展学院,北京 100872)

摘要:在当前的主流食物体系中,食品中间商控制话语权和定价权,严重威胁农户和消费者的利益,也引发了严重的食品安全问题。对于食品安全与农业生产有着共同认识的部分农户和消费者绕过食品中间商,走向直接联合,“农消对接”模式兴起。农户与消费者的信任关系也在逐渐发生转型,由系统信任转向人格信任。通过食物体系“信任中介”“信任共同体”两个理论概念的提出和拓展,以及两个案例分析,本文建议从政策上推动“农消对接”模式发展,促进食物体系“信任共同体”的重建,推动食品安全社会共治。

关键词:“农消对接”;食品安全;食物体系;“信任中介”;“信任共同体”

中图分类号:F304.3 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-7465(2016)01-0059-12

一、问题的提出

2004年至今,全国粮食产量累计已实现了“十二连增”。粮食产量的逐年增长,在一定程度上回应了“谁来养活中国”的布朗命题^[1],满足了伴随人口增长应运而生的食物消费需求的上升。然而,食品市场中的体系性矛盾却日益凸显:消费者面临着广泛性的食品安全威胁^②,作为生产者的农户则长期面临着“增产不增收”或“增产缓增收”的困境。在这种困境下,与食物体系A、B模式^[2]的分野相对应,农户开始采取两种存在显著差别的农业生产方式:一是大量的“为市场而进行的附带性生产”,即贯彻资本逻辑的食物体系A模式成为主流模式,这种模式通过高产弥补农产品单价过低带来的农业低收入,诸多降低成本、减少生长周期、提高产量的手段

收稿日期:2015-06-15

基金项目:国家自然科学基金项目“食品安全威胁下的一家两制与社会自我保护研究”(71373269);国家自然科学基金项目“社区支持农业消费者食品信任发展的纵向研究”(71373270)

作者简介:徐立成,男,中国人民大学农业与农村发展学院博士生,研究方向为食品安全与食品信任。
E-mail:xule310@gmail.com

周立,男,中国人民大学农业与农村发展学院教授、博士生导师,主要研究方向为食物体系与农村金融。E-mail:zhouli@ruc.edu.cn

* 周立为本文通信作者。

① 将金融领域的“信用中介”和“信用共同体”的概念“类比—移植”到食品安全领域。周立2009年创新性地提出了“信任中介”和“信任共同体”概念,并不断拓展这一研究,结合多次实地调研,本文在此基础上写作而成。

② 2012年底,《小康》杂志联合清华大学媒介调查实验室在全国范围内开展的一项调查显示,“食品安全”以65.8%的比例居受关注问题之首,详见中国食品科技网(<http://www.tech-food.com/>)。

运用到食品生产与加工运输过程中,带来更为严重的食品安全问题。二是少量的家计经济或“为生活而进行的生产”,即贯彻生命逻辑的食物体系B模式,成为食物体系的一种替代模式。调研发现,农户通过安全生产,一方面保障自家食品的安全消费,另一方面少量销售,以较高的单价尽可能多赚取一些收入,贴补家用,成为A、B模式并行的“一家两制”^[3]。

在食品安全认知不甚明显的状况下,贯彻生命逻辑的食物体系B模式,作为农户家计经济的一种表现形式,其产品对绝大多数消费者而言不具有可得性。然而,在食物体系A模式主导下,食品安全问题日益严重,“镉大米”、“西瓜膨大剂”、“三聚氰胺”奶粉、“速生鸡”以及洋快餐过期原料等食品安全事件频发。在这一背景下,消费者对于高品质食品的需求日益旺盛,农户也渴望获得更高的农业经营收入,二者都积极地寻求变革:一方面,越来越多的消费者不再简单地信任以超市为代表的逐利性食品中间商,而是积极表达自己的利益诉求,希望与农户对接,支付合理的价格以换取农户家计经济条件下生产的安全食品。另一方面,越来越多的农户也愿意摆脱超市体系采购的价格压制与标准化生产管理,希望寻求替代性的农产品销售渠道,与消费者直接对接,提升自己的市场话语权。通过参与这种和“全产业链”大潮逆向而行的“短链”优化,农户可以获得更优的价格支付。客观上,这也有利于食品生产者走出“一家两制”的困局,转向普遍化的贯彻生命逻辑的农业生产,推动食品安全问题的解决。

由此,食物体系正悄然发生着一场变革,“农消对接”模式近年来在中国兴起并发展,推动着农户与消费者信任关系的改善以及食物体系“信任共同体”的重建。现有的“农消对接”模式可归为两大类:其一,农户与消费者通过食品中介(本文称之为“信任中介”)对接,例如都市农场和农夫市集;其二,农户与消费者直接对接,例如巢状市场^①。后文将给出两类“农消对接”模式的典型案例,并对其中的信任机制进行分析和讨论。

本文在此背景下,通过对“农消对接”这种新兴模式下食品信任的转型,研究食物体系“信任共同体”的重建机制。后文的结构安排如下:第二部分对信任、信任中介和信任共同体进行文献研究和评述;第三部分对“农消对接”模式的现有研究进行综述;第四部分提出食品信任转型与食物体系“信任共同体”重建,即由系统信任向人格信任回归,并给出了两类典型的“农消对接”模式案例;第五部分是结论与建议。

二、信任、信任中介与信任共同体

(一) 人格信任与系统信任

吉登斯指出,社会上存在着两大类信任:人格信任和系统信任。^[4]人格信任是对某些熟人的信任,熟人之间通过多次博弈,采取双赢策略的可能性增加,从而形成人格信任的结构。系统信任包括货币系统与专家系统两部分,货币系统是随着货币重复多次使用而形成的从众的信任结构;专家系统是随着社会分工的发展而形成的“科学”“文凭”“同行专家评议”三位一体的信任结构。郑也夫提出,两类信任的区别在于,第一类信任产生于传统的人情社会,信任关系相对稳固;第二类信任产生于现代社会,“现代社会的最大特征是走出了熟人的范围,其信任建立在抽象的系统之上”,因而这种信任关系具有一定的不稳定性^[5]。以本文研究的食物体系为例,理想的情形应是消费者支付合理的价格,作为生产者的农户为陌生的消费者生产高质量的食品。但由于农产品价格过低,难以满足高质量食品生产所需的成本,农户便会降低为市场生产的产品质量标准,相应地,消费者与农户之间的系统信任也随之崩塌。

与系统信任相比,人格信任关系相对稳固。胡必亮的研究表明,村庄信任是指“在村庄共同

① 关于“巢状市场”的概念及特点,后有相关综述,亦可参见叶敬忠、王雯(2011),叶敬忠等(2012)的研究。

体框架下,村庄里的每一个个体通过一定的与当地文化紧密相联系的社会规范与社区规则嵌入 (embedded in) 村庄系统之中,并因此互相之间产生对于彼此的积极预期的一种社区秩序”^[6]。基于此,王曙光进一步提出,村庄信任是在传统村庄这样一个相对封闭的关系共同体中孕育和发展起来的,同时也成为维系整个村庄稳定性与和谐运转的重要条件^[7]。事实上,村庄信任正是吉登斯提出的“人格信任”的一种表现形式。

综上所述,社会学的现有研究提出并分析了多种类型的“信任”。其中,吉登斯提出的人格信任与系统信任对本文的研究最具借鉴意义。本文研究将“人格信任”定义为:农户与消费者在多次接触的基础上产生了一种类似于“村庄信任”的人情关系,并由此形成了牢固的信任关系,可见于以“农消对接”为代表的替代性食物体系;另一方面,系统信任对应于交易双方通过权威第三方而产生的信任,在陌生的现代社会,通过货币和专家系统,达成的不稳固的信任关系,可见于以“农超对接”为代表的主流食物体系。

(二) “信任中介”与“信任共同体”概念的提出

基于信任的概念和分类,我们不难引入“信任中介”和“信任共同体”的概念。“信任中介”是使 A、B 双方彼此对对方的意图和行为产生积极预期的个人或组织,不妨记为 C;由此,A、B、C 三个主体便构成了一个“信任共同体”。当然,“信任共同体”中的主体不一定只局限于三个,可能更多,也可能只有两个(即不存在“信任中介”的特殊情形,如图 1 中的情形二)。

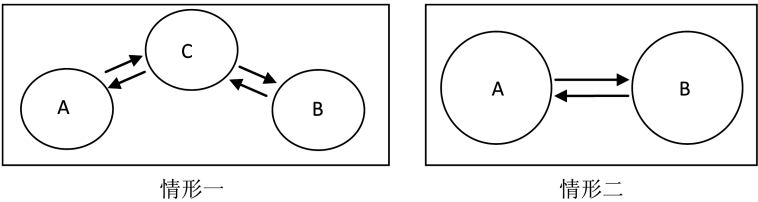


图 1 “信任共同体”的一般情形与特殊情形

注:【情形一】“信任共同体”的一般情形,包括 A、B、C 三个主体,其中,C 是信任中介。
【情形二】“信任共同体”的特殊情形,只包括 A、B 两个主体,不存在信任中介。

图 1 中的情形一,即 A、B 双方并不直接接触,而通过中介 C 实现联系,这在城市生活中比较常见,例如网购中的代理支付业务、银行代扣代缴水电费,等等。而第二种情形,即仅由两个主体构成的“信任共同体”则在中国农村地区非常普遍,具体表现为基于村庄信任的“关系共同体”,邻里之间的直接接触,日常生活中互帮互助、产品互通有无。本文将“信任共同体”的概念应用于食品安全领域,论述并分析食品安全威胁下食物体系“信任共同体”的重建。

将图 1 所示的分析框架引入食品安全领域,信任主体 A 和 B 可分别看作食品的生产者(农户)和消费者,信任中介 C 在主流食物体系中表现为逐利的食品中间商;而在新兴的替代性食物体系中,则是都市农场、农夫市集等非政府组织或社会企业,这些组织的确也需要盈利以维持发展,但其承担了比单纯逐利的食品中间商更多的社会责任。信任中介 C 的转型,伴随着“农消对接”模式的兴起,反映了食物体系中信任关系由系统信任向人格信任回归的趋势。比较常见的情况是,农户与消费者通过第三方(信任中介 C)实现对接,例如都市农场;当然,农户和消费者也可能直接实现对接,例如“巢状市场”。在食物体系“信任共同体”重建的过程中,农户和消费者是主要推动者,信任中介 C 只是起到增强二者联系和沟通的桥梁作用。关于“农消对接”模式的兴起及其与食物体系“信任共同体”重建的关系,将在下面的第三部分详细论述。

三、“农消对接”模式的兴起

伴随着农业功能的单一化和食物体系“全产业链”大潮的愈演愈烈,食物商品化、食物政治

化进程日益加速,一个全球性的“食物帝国”正在兴起^[8-9]。“食物帝国”控制粮食生产、加工、分配以及整个消费体系,以盈利为目的的企业,不可能在生产者和消费者之间进行真实有效的信息传递^[10]。为了拓展自己的利益边界,食品企业往往选择“对上(农户)欺,对下(消费者)骗”^[2,11]。在这一资本逻辑主导的食物体系重塑过程中,为了获取比参与食物体系“全产业链”较高的收益,农户不得不与超市对接,形成了以“农超对接”模式为代表的食物体系主流模式。这在一定程度上缩短了食品产业的链条,但由于超市作为逐利性质的食品中间商,一方面对农户福利的改善有限,另一方面对消费者担心的食品安全问题也无力改进。在这种情况下,作为食物体系替代模式的“农消对接”开始兴起,为解决当前食物体系中存在的成本和利润分配、食品安全等问题开辟了一条新路。

(一)超越“农超对接”:农消联合的出现

当前主流的“农超对接”模式仍未能摆脱食品中间商控制,因为超市本身已经转变为一个强大的中间商,具有脱嵌^①于“信任共同体”的明显特征^[12],超市利用自身的资源优势实现对农户话语权的控制,并使消费者完全失去话语权,这一方面给农民和消费者带来了经济利益的损失,另一方面也强化了系统信任的潜在风险,使农户与消费者的信任关系薄弱,未能带来向人格信任的回归,帕特尔主张的“生产者与消费者真正联合”并未因“农超对接”模式而实现。因此,新的信任中介,甚至去中介化的努力开始出现,引导了重建食物体系“信任共同体”的社会自我保护运动,其中一个重要形式就是“农消对接”模式的兴起。可以说,“农消对接”模式的出现,是食物体系中具有重要意义的一次尝试,它突破了原有模式的束缚,为食物体系“信任共同体”的重建提供了一种新的具有可行性的解决方案。

“农消对接”,有的学者也称为“产消对接”,是在“农超对接”模式的基础上提出的。王玲瑜、胡浩将其定义为安全农产品生产者和最终消费者之间通过一定的契约关系进行交易,农产品通过物流进行运送,不经过任何食品中间商^[13]。当然,这一定义仍停留在农产品流通的短链化与直接的钱货交易层面,也比较符合美国的实际情况。在美国,各州的农场主基本都成立了地区性的农业生产或销售协会,当然也有一些全国性的类似组织^②,这些协会大多通过在农场外(off-farm)组织农产品展销和推介、召集农夫市集、利用互联网直销,或在农场内(on-farm)组织城市消费者前来参观,借机推销协会会员的产品,为农场主销售自己的农产品提供了便利的平台。这种农消联合可视为一种狭义的“农消对接”,本文在中国的语境下进一步提出,“农消对接”模式的最终目标是促进生产者和消费者之间人情关系的建立和人际信任的巩固,这在中国是有可能实现的。

在当前中国,农产品生产者以分散的小农户为主,没有独自开发市场的能力,产品数量、质量和价格标准都难以对接大市场。因此,至少在现阶段,农户与消费者的直接对接仍需要在新型信任中介的协助下得以实现,国内已出现的新型信任中介主要有都市农场、农夫市集和巢状市场等形式。

(二)“农消对接”模式的主要实现形式

前文提到,国内现有的“农消对接”模式表现为两种主要类型:其一,农户与消费者通过食品中介^③对接,例如都市农场和农夫市集;其二,农户与消费者直接对接,例如巢状市场。

① 关于“嵌入”(embeddedness)与“脱嵌”(disembedding)的概念,可参见(英)卡尔·波兰尼.大转型:我们时代的政治与经济起源[M].冯钢,刘阳,译.杭州:浙江人民出版社,2007。

② 这样的协会和组织在美国有很多,地区性的协会如密苏里州大豆协会(<http://mosoy.org/>)、新泽西州农产品直销协会(<http://www.njfdma.org/>),全国性组织的如美国永续农业联盟(<http://sustainableagriculture.net/>)。

③ 这里所说的“食品中介”区别于一般意义上单纯逐利性质的食品中间商,是一种新型的“信任中介”,带有明显的社会企业的特征,与实现社会责任相比,盈利并不是首要目标,必要的盈利是为了经营的可持续性。

1. 通过信任中介联系的“农消对接”:以都市农场为例

与“农消对接”这一大概念相比,都市农场这一经营形式反而为更多人所知晓。大多数都市农场以“社区互助农业”(或“社区支持农业”)为经营理念。社区互助农业(community supported agriculture, CSA),是指一群消费者共同支持农场运作的生产模式,消费者提前支付预订款,农场向其供应安全的农产品,从而实现生产者和消费者风险共担、利益共享的合作形式,并使双方在农产品的“产—供—销”各环节有充分的话语权。社区互助农业试图在农民和消费者之间创建一个直接联系的纽带,其最大的目标就是满足消费者对高品质食品的需求和保护小农场的发展,同时具有社会、经济、景观、生态等多方面功能。一般认为,社区互助农业的核心是农户与消费者“利益共享、风险共担”。石嫣等人进一步提出了“公平互信”的特点^[14],这也符合基于人格信任的食物体系“信任共同体”的本质属性。

在社区互助农业理念的指导下,目前北京、上海、浙江、江苏、广东等20多个省(市)出现了100多家都市农场,其中以北京的L市民农园最为知名^[15],后文的案例之一也正是这家都市农场。陈卫平等人从消费者视角着眼,提出了社区互助农业在当前我国初步发展过程中遇到的会员流失、缺乏互动、产品种类单一及生产的不确定性等问题,但同时也肯定了食品安全威胁与居民生活水平提升的背景下,以“收益共享、风险共担”为核心理念的社区互助农业在我国具有广阔的发展前景^[16]。

2. 农户和消费者直接对接:以“巢状市场”为例

在社区互助农业理念指导下的都市农场之后,又出现了一种更为新颖的替代性市场模式,即“巢状市场”。叶敬忠、王雯给出了“巢状市场”的定义:巢状市场兴起于农村发展的进程之中,以公共池塘资源^①为基础,通过特定生产者生产出的高质量农产品与特定的消费者直接联结^[17]。这些消费者往往能够认识到公共池塘资源的价值所在,他们与生产者之间的密切交往保证着产品交易的顺利进行,并培养出一种独特的信任机制,对巢状市场的运行起到十分关键的作用。叶敬忠等人进一步提出,“巢状市场”的出现一方面是对现有主流市场存在问题和危机的回应,另一方面也是对主流市场的批判和抗争^[18]。Van der Ploeg等人指出,生产地点、产品和网络的特异性(*specificities of place, product and network*)相互联结,构成了一个完整的巢状市场。简言之,巢状市场是一个有边界、基于信任机制的替代性市场模式^[19]。

综合以上分析可见,与主流食品市场模式不同,“农消对接”更强调基于人情关系的信任机制,通过都市农场、巢状市场等形式,实现了食品生产者和消费者之间由现代社会的钱货交易向传统熟人社会的人情关系的回归^[20]。

(三)“农消对接”模式与食品信任的转型

直观来看,“农消对接”模式与传统的食品市场运行模式最显著的区别体现在产业链条的长度上,短链化也的确有助于生产者和消费者福利的改善。但是,这并非食物体系变革的全部。或者说,这仅是食物体系变革的表象。变革的实质,体现在食品信任方面:作为食品生产者的农户和消费者之间由算计、博弈走向合作,由系统信任回归人格信任。

在食品信任这一领域,现有研究已经进行了一些有益的探索,陈卫平将现有的食品信任理论拓展至社区互助农业的情境中,提出生产者会通过关怀理念、开放的生产方式、与消费者的频繁互动、共享的第三方关系、高质量食品的供应等五种途径建立和维系消费者食品信任。这五种途径发挥作用,则依赖于信息、嵌入关系和生产者绩效三个中介机制^[21]。帅满重点考察了因生态、环保的理念认同而聚合成共同购买健康食品的消费者群体(即“菜团”)在替代性食物体

① “公共池塘资源”(Common-Pool Resources, CPRs)这一概念最早由2009年诺贝尔经济学奖得主、美国学者埃莉诺·奥斯特罗姆(E. Ostrom)提出,是指“一种人们共同使用整个资源系统但分别享用资源单位的公共资源”“在这种资源环境中,理性的个人可能导致资源使用拥挤或者资源退化的问题”。

系的信任构建中发挥的作用。“菜团”经核心成员的关系网动员和团员的第三方介绍使团体不断发展,从而建构了作为个体消费者的团员对菜团的信任。在此基础上,菜团建立了一套个体消费者、菜团、生产者、农夫市集四者环环相扣,由关系到网络结构而形成的独特信任体系,从而消费到值得信赖的产品。在这一体系中,环环相扣,由关系到网络结构形成了基于封闭性而产生的信任体系与结构,从而建构了安全食品的信任机制^[22]。

在此基础上,本文在社会学的“信任”概念和分类的基础上,进一步提出,要推动“农消对接”模式的更好发展,应促进农户和消费者之间信任关系的转型,即由现代社会的“系统信任”向传统熟人社会的“人格信任”回归。转型的过程,一般会经过信任评审、信任建立和信任维系三个阶段。在当前中国的语境下,农户和消费者群体庞大且相对分散,直接对接的难度较大(虽然并非完全不可能)。因此,都市农场、农夫市集等食物体系中的新型“信任中介”的作用就非常重要,这些“信任中介”通过增强农户与消费者的对话、交流,实现二者的联合,使食品信任向人格信任转型,食物体系“信任共同体”重建的进程开始起步。

(四)小结:现有研究评述

与“农超对接”相比,“农消对接”这一概念出现时间不长,现有研究多为概念、模式层面的基础性研究。从这些基础性研究出发,陈卫平等人以社区互助农业(CSA)这一“农消对接”模式的实现形式为例,探索性地分别从消费者和生产者各自的视角出发,进行了相关的实证研究,叶敬忠、王雯等人则对新兴的“巢状市场”模式进行了探讨,这些研究对基础性研究进行了一定的补充和完善。此外,帅满和陈卫平也为本文提出食品信任的转型提供了良好的研究基础。以下,本文将在如下三个方面继续推进:

一是完善概念与理论解释。现有研究大多针对“农消对接”的某一具体模式,很少有学者直接提出“农消对接”这一概念,更极少有研究能发现并引入有凝练而适用的理论对“农消对接”模式的运行机制进行分析。本文界定“农消对接”概念,并将其放在食品信任重塑、食物体系“信任共同体”重建的理论框架下,进行理论解释和创新。

二是考察信任关系。与经济学的经典假定不同,本研究认为,人不是单纯的“理性经济人”,而是生存理性、经济理性和社会理性等多元理性指导下的“理性社会人”^[23]。其中,社会理性主要体现在人与人之间信任关系的亲疏冷热,这在“农消对接”模式的发展过程中比经济理性意义更为重大。本文不再受限于经济学“理性经济人”的经典假定,而是采用多元理性的分析框架,促进“农消对接”的多学科视角建立,避免系统性偏差。

三是进行信任共同体研究。“农消对接”模式中至少存在生产者(农户)和消费者两个主体,可能还有食品中介(例如都市农场、农夫市集),三方对“农消对接”模式共同施加影响。但基于简化分析、提高研究可行性等方面的考虑,现有研究大多仅从消费者或生产者一个视角出发进行探索,结果难免偏颇。本文将生产者、食品中介和消费者纳入“信任共同体”的统一研究框架,对“农消对接”模式的不同实现形式进行更为深入的分析。

四、食物体系“信任共同体”的重建

前文已经对社会上的两类信任进行了解释:产生于现代陌生人社会的系统信任,以及产生于传统熟人社会中的人格信任。食品信任的转型,与食物体系的变革过程相契合,“信任中介”由逐利的食品中间商转变为新型的都市农场、农夫市集等,从而带来食物体系“信任共同体”的重建。

(一)食物体系“信任共同体”重建机制

图2展示了以“农消对接”为基础的食物体系“信任共同体”的重建机制,通过“农消对接”,

实现信任关系向人格信任的回归, 并由此带来更大的社会效益。可以说, 在食品安全威胁下, 食物体系的结构变革与城乡关系革新、“信任共同体”重建相伴而生, 围绕食物体系变革的社会自我保护运动正在形成。

其中, 由基于现代社会的系统信任向基于传统熟人社会的人格信任的回归是食物体系“信任共同体”重建的核心。在具体的操作层面上, 食物体系“信任共同体”的重建主要是通过信任评审、信任建立与信任维持三个机制实现的。信任评审阶段, 生产者通过接触、声誉与认证三种信息传递方式向消费者传递关于生产者品质、生产者能力与生产者行为的信息。通过这些信息传递, 生产者向消费者证明自己有提供安全、健康的农产品的能力, 力求获得消费者的初始信任, 并使消费者在此基础上自愿与生产者产生贸易联系。信任建立阶段, 依托都市农场、农夫市集等新型信任中介, 农户与消费者在频繁的接触过程中形成了以人情关系为基础的人格信任, 在这种信任关系之下, 农户进行安全的食品生产, 而消费者则通过预付定金等方式支持农户进行安全生产。信任维持阶段, 农户与消费者通过各种策略与措施维持双方之间形成的贸易联系与信任关系。一方面, 农户在生产过程中不施用化肥与农药, 保证农产品的质量安全, 在保护生态环境的同时为消费者提供绿色无公害的农产品; 另一方面, 消费者定期参与农场的生产活动, 参观生产过程, 密切与农户的联系, 提高自己对食品质量的判断能力与判断水平, 在了解的基础上更加信任农户提供的农产品。通过“信任共同体”的重建, 生产者、消费者与食品中间商形成了对等的话语权, 在利益一致的基础上巩固了合作关系。

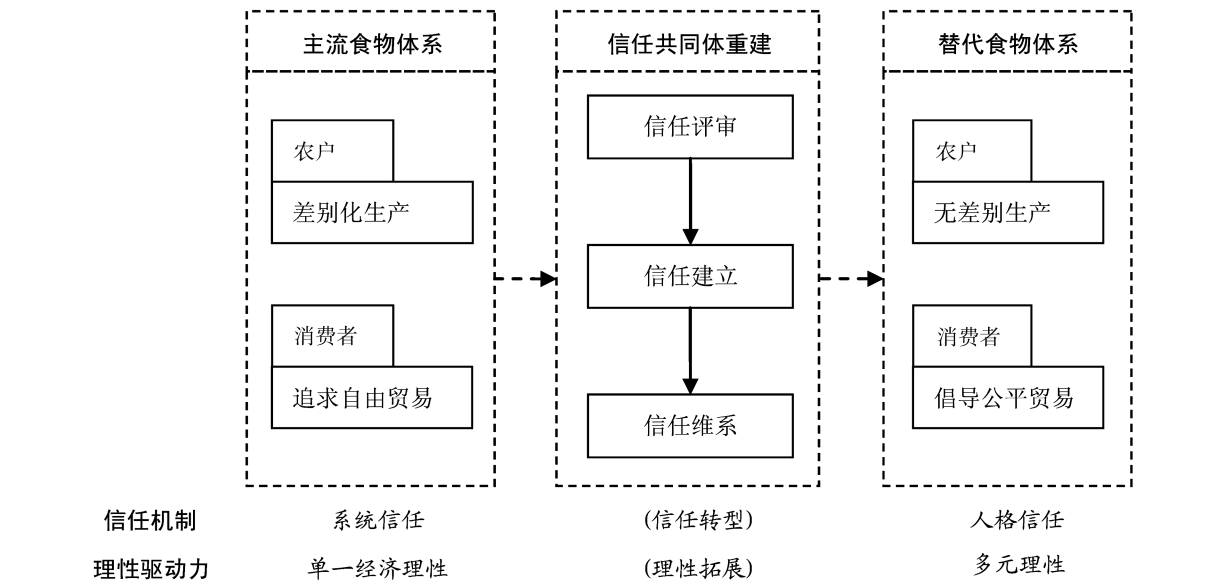


图 2 食物体系“信任共同体”的重建机制

通过上述三个阶段, 农户与消费者由最初的双方信息获取, 到初步建立信任关系, 再到多次接触后信任关系趋于稳定, 最终形成了长期的合作与信任关系, 使农户与消费者的关系由系统信任转向人格信任, 实现了食物体系“信任共同体”的重建。

(二) “农消对接”: 实现向人格信任的回归

基于前文对关于主流和替代两类食物体系现有研究的回顾, 不难总结出二者在信任关系、中介类型、认证体系、有无边界等方面的区别, 如下表 1 所示。

在以“农超对接”为主的食物体系中, 农户与消费者之间的联系是通过逐利性的食品中间商实现的。食品中间商的唯一目的是自身利益最大化, 利用自己的资源优势控制市场, 通过低价收购、高价出售农产品来获取利润, 在此基础上, 食物体系利益相关方的信任关系受单一经济理性支配。在此阶段, 食品安全主要靠“个体自保”实现, 城乡关系较为对立, 甚至有人使用“相互

投毒的社会”^[24]来形容这种城乡对立关系。

表 1 两类食物体系之比较

食物体系	典型代表	信任关系	中介类型	认证体系	有无边界
主流食物体系	农超对接	系统信任	食品中间商	第三方认证	无
替代食物体系	农消对接	人格信任	新型信任中介	参与式社会认证	有

资料来源：根据两类食物体系的相关研究整理。

在“农消对接”模式下,农户与消费者或者通过都市农场、农夫市集^[25]等新型信任中介发生联系;或者无需信任中介,直接实现对接。由此,新型的城乡互动关系形成,人格信任发挥作用,食品安全社会共治的趋势初步显现。消费者了解农产品信息,提升了自己的市场话语权,并支付高于生产成本的合理费用,支持农户更多地开展安全食品生产;农户与消费者建立直接的联系,进行良性互动,同样提升了自身的市场话语权,二者之间的信任关系也由算计性的单一经济理性,走向包括生存理性、经济理性和社会理性的多元理性。

在“风险共担、利益共享”的理念下,农户和消费者之间建立起直接、稳固的人格信任关系,从而推动了食物体系“信任共同体”的重建。

(三)“农消对接”模式下的“信任共同体”重建:两个典型案例

笔者选取都市农场和巢状市场作为两类“农消对接”模式的代表进行了实地调查,并对案例进行了整理。下文通过对两个“农消对接”模式典型案例的描述,分析各自的信任建立和维持机制,进而指出其对于重建食物体系“信任共同体”的作用。

1. 基于都市农场的“农消对接”模式

本文对都市农场这一形式的实地调查选取全国最为知名的北京市 L 市民农园^①,课题组于 2013 年 2 月至 2014 年 6 月对农园管理人员及农园会员进行了跟踪式的问卷和访谈调查。通过对农园管理人员的访谈调查,我们了解到了关于农园经营的一些基本情况;针对农场会员的调查,从当季 900 多位会员中随机选择了 100 位,通过两种形式展开:首先是线上的问卷调查,选中的 100 位会员最终提交了 90 份有效问卷;之后,利用 90 位提交了有效问卷的会员参与农园各类活动的机会,调查员当面与其进行了多次访谈^②,内容涵盖了其加入农园的初始动机、对农园工作人员信任关系的建立和维持的全过程。根据历次的访谈内容,对每位会员的访谈都整理出了一份案例记录。

L 市民农园的会员目前主要分为三类:自主劳动份额、托管劳动份额以及配送份额;除此之外,农园产品还通过园内现场销售、定期的北京有机农夫市集销售和网店进行销售。其中,除了两类劳动份额之外,其余各种形式均属于“农消对接”的范畴,农园的配送份额主要针对家庭和有理念的团体。L 市民农园在国内率先开辟了社区互助农业(CSA)这一替代性农业经营模式,截至 2013 年底,已培育了 900 多户较为稳定且不断增长的消费群体,基于对其样本的问卷和访谈调查,本文从信任评审、信任建立及信任维持三个角度分析这一“农消对接”模式中信任机制的形成和发展过程,以及这一过程中食品信任的演变。

阶段一:信任评审

农户主要通过声誉、直接接触与认证三种方式向消费者传递关于生产者以及农产品的积极信息,从而促使消费者对生产者产生信任。首先,L 市民农园的农产品在城市消费者中有较高

① L 市民农园位于北京市海淀区西郊,2008 年注册,2009 年正式对外开放,是北京市海淀区政府与某知名高校合作建设的“产-学-研”基地项目,在中国首创性地将社区互助农业中的直销、预付费用、风险共担以及会员制、箱式计划及实习生项目纳入到农场运作中。

② 这里有 10 位选中的会员未填写问卷或是填写问卷信息缺失严重,部分是因为其时间、精力有限,部分则是在调查员耐心解释后仍对调查心存疑虑;故在访谈调查阶段,不再勉强要求其参与。

的声誉,农园的声誉主要是依靠高质量的农产品树立的。创办之初,农园负责人通过媒体宣传了农园的声誉;之后,农园生产的农产品通过在有机农夫市集出售,在中高端消费者群体中建立声誉;同时,已有消费群体的口碑相传对于农园声誉的传播也起到了重要的作用。其次,农园的有机生产方式为其带来了初始的消费群体,并通过消费者之间的信息传递使消费群体不断扩大。最后,农园实行依托社会化的参与式认证体系(PGS),即通过透明化的生产方式使消费者了解农产品质量并对农产品产生信任。由问卷和访谈调查结果可知,60%的消费者是出于对市民农园的信任而选择成为农园会员,是仅次于消费高品质有机产品的第二大重要因素;而根据相关的访谈资料,这一信任则来源于消费者从各种渠道获得的农园相关信息。在这一模式中,农户能够直接与市场对接,向消费者传达农产品相关信息;而消费者也能够在合作关系建立之前了解农产品的质量、服务等方面的信息。

阶段二:信任建立

在 L 市民农园中,配送份额成员在每一季节的种植之初,就预先支付下一季蔬菜份额的全部费用,农场则按照预定计划负责任地生产出健康的有机蔬菜和各种农产品,定期配送给成员家庭,并且保证蔬菜及农产品的健康与安全。消费者预付定金的行为使农户获得了稳定的销售渠道;而无公害、绿色甚至有机的生产方式满足了消费者对于高品质食品的需求。这使得双方利益共享、风险共担,信任关系得以建立。

阶段三:信任维持

农户与消费者建立联系之后,为了保证这种信任关系的持久性,需要生产者与消费者的共同努力。

从生产者角度来说,其努力主要表现在两个方面:一方面,L 市民农园为消费者提供安全优质的农产品。具体而言,L 市民农园在生产过程中不施用化肥及农药,从而在保护生态环境的同时保障了农产品的绿色及安全;而 82.22% 的受访消费者对农园提供的农产品质量表示满意,这一结果也证明了农园提供的农产品具有高质量。另一方面,农园为消费者提供与生产者的互动机会,增进消费者对农园的了解。农园的生产周期大概为每年 4 月至 10 月,其间,大约每两个月就会组织一次常规的会员活动,包括 4 月的开锄节、6 月的端午节、8 月的中秋节以及 10 月的丰收节。除此之外,农园近两年还组织了会员回访日(座谈会)活动,主要是请新老会员对农园的产品和服务提出意见和建议。由问卷和访谈调查结果可知,72.22% 的受访消费者对农场提供的参观生产过程的机会表示满意。由此可见,农场提供的互动机会增强了消费者对农场的了解,并使消费者对农场的信任关系得以维持,并由单纯的基于市场交易的系统信任开始向基于人情关系的人格信任转型。

从消费者的食品安全认知角度来看,调查表明,在全部受访会员中,84.44% 的消费者认为食品安全事故经常发生,他们对食品质量更加重视,也能够辨别食品的质量,因此对安全农产品的需求更高,加上农场为其提供的互动机会,也使其愿意遵循公平贸易的要求,预付合理的价格支持农场的生产,以此维持其与农场之间的信任关系。

2. 基于巢状市场的“农消对接”模式

本文对基于巢状市场的“农消对接”模式的分析,选取河北的 H 奶业合作社作为案例。H 奶业合作社创办于 2008 年,现有成员 205 人,其中 201 人为农民,日常管理人员也大部分来自当地。创社之初,入社农民将原本自家养殖的奶牛送到合作社,由合作社对奶牛进行统一、集中饲养,保证产奶质量。合作社为其生产的乳产品注册了与合作社名称相同的商标,产品除供应蒙牛、伊利等大型乳品企业之外,也接受来自河北、北京的消费者预订,以及本地的散客直接购买,第一种可视为“农企对接”,后两种销售渠道即属于本文研究的“农消对接”的范畴。这种“农消对接”模式的建立与维系,主要是通过信任评审、信任建立与信任维持三个步骤实现的,

通过这三个步骤,农户与消费者形成了较为稳定的人格信任关系,并且摆脱了食品中间商的控制,提高了各自在食物体系中的话语权。

对比前文提到的“巢状市场”的定义,H奶业合作社首先保证了农村的在地化经营,并为入社会员提供了获得收益的平台(可视作一种“公共池塘资源”),加上商标注册后的产品品牌化和相对稳定的销售网络,因而是“巢状市场”的一个典型案例。下文在案例描述的基础之上,分析生产者与消费者信任关系建立和维持的过程。

阶段一:信任评审

信任评审是农户与消费者建立信任关系的前提条件,消费者通过信任评审中获取的信息评估生产者提供的农产品是否符合自身期望及要求,并为是否与生产者发生贸易关系提供依据。消费者获取H奶业合作社产品的相关信息,主要依靠声誉、直接接触与认证三种方式。首先,因其踏实肯干的工作作风,H奶业合作社理事长在当地具有良好的个人声誉,而这也促使了合作社良好信誉的形成,并使消费者对合作社农产品更加信任。其次,合作社借助位于县城和周边小镇的自营奶吧,进入县城和乡镇的社区进行宣传、提供免费品尝,与消费者得以近距离接触,从而吸引潜在消费者的加入。消费者通过品尝产品能够对产品质量有一个更加直观的认识,从而更加信任合作社供给的农产品。最后,目前H奶业合作社已获得农业部颁发的无公害农产品认证,此外还获得了示范合作社、蒙牛特仑苏优质奶源基地等荣誉称号,在社会中获得了较高的认可度,消费者能够获取奶制品的质量信息并决定是否购买其产品,这也是吸引潜在消费者的重要因素。

阶段二:信任建立

在H奶业合作社中,奶牛饲养采用黑麦草及美国进口的高品质苜蓿,不使用激素等危害奶制品安全的化学药品,保证了鲜奶的质量;而消费者则通过提前预付定金的方式为合作社的运转提供充足的资金,并分摊生产风险,强化了双方的联系,建立了稳固的信任关系。消费者预付定金降低了合作社的日常养殖和乳品生产的风险,使其拥有充足的资金购买高品质牧草并采用先进的生产技术,保证了产品的高品质。

阶段三:信任维持

消费者与生产者以H奶业合作社为媒介形成的信任关系促使了双方的共赢,因此双方有激励维持这一信任关系。从生产者角度来说,首先,H奶业合作社的生产者致力于为消费者提供高质量奶制品,合作社成立至今未发生一起质量安全事件,这使它的消费群体规模保持了上升的趋势。其次,合作社在饲养奶牛过程中拒绝使用激素;加工环节采用中温巴氏杀菌(80℃左右),既保证杀死大量细菌,又最大限度保证牛奶的风味,避免了大量防腐剂使用对牛奶品质的破坏。这些措施在保证奶制品质量的同时也避免了防腐剂或激素的使用对环境造成的破坏。再次,合作社修筑观景台,供来到养殖基地的消费者参观奶牛养殖及生产过程。此外,基地每年还会组织两到三次亲子活动(如儿童书画比赛),并提供奖品,加强和消费者群体的互动。这些措施保证了合作社生产的公开化与透明化。在这一阶段,信任关系开始从基于市场交易的货币信任向基于人际关系的人格信任转变,并不断强化。

3. 案例小结

通过上述分析发现,在L市民农园与H奶业合作社中,生产者均有良好的声誉并能够通过媒体、直接接触或者国家权威机构的认证将反映农产品高质量的信息传递给消费者,消费者在拥有充分的自主选择权与市场话语权的基础上会选择购买高品质农产品。在信任建立阶段,两种类型的农消对接模式中的生产者均坚持绿色无公害生产,在生产过程中不使用化肥、农药或者激素,这保证了产品的质量,向潜在消费者传递了产品高品质的信号。在信任维持阶段,一方面,生产者重视农产品的质量,通过高质量留住消费者,另一方面,生产者为消费者提供参

观生产过程的机会,加强与消费者的互动,使消费者对农场更加了解和信任;而不论是 L 市民农园的会员,还是 H 奶业合作社的订奶户,均对食品安全问题较为重视且有一定的食品安全常识,这使得他们能够更好地识别高质量农产品,并在此基础上与农园或合作社保持长期的联系,逐渐培养起了一种基于人情关系的人格信任。

在社会效益方面,基于都市农场和巢状市场的“农消对接”模式都实现了保护生态环境、保证消费者对于高品质食品的需求的目标,同时强化了生产者与消费者之间的人格信任关系,使城乡之间逐步建立了良性的互动关系。

五、结论与政策建议

在当前盛行的主流食物体系中,食品中间商掌握话语霸权,不断拓展利润边界,同时引发了严重的食品安全威胁。这一方面使得农户与消费者的福利严重受损,二者寻求变革的欲望日趋强烈。于是,部分农户和消费者绕过食品中间商,寻求直接联合,替代性的“农消对接”模式随之兴起。伴随这一模式的兴起,原有的基于货币交易的食物信任也正在经历着转型,农户与消费者之间的信任关系开始呈现出向给予人情关系的人格信任回归的趋势。本文通过对食物信任转型与食物体系“信任共同体”的研究,论证了如下主要观点:

(1)以“农超对接”为代表的主流食物体系,利益相关方的信任关系是一种基于陌生化现代社会的系统信任,这一食物体系伴随着严重的食品安全问题,由单一经济理性主导的食物体系产生信任危机,基于算计的食物信任难以维系,伴随食物信任转型的食物体系变革势在必行。(2)“农消对接”作为一种替代模式兴起,使得信任关系开始向传统熟人社会的人格信任回归。新型“信任中介”的出现,正在重建食物体系的“信任共同体”,利益共享、风险共担、公平互信的城乡良性互动关系开始建立。(3)由于国内的“农消对接”模式起步相对较晚,在现有的各类“农消对接”模式中,生产者与消费者仍未完全达成人格信任关系,二者之间的联系仍有待加强。

基于上述研究结论,本文提出如下政策建议:

第一,生产者应不断提高农产品的质量,使消费者切实感受到其生产和销售的农产品的优势,从而提高消费者的忠诚度。尽管基于人情的信任关系在“农消对接”模式中占据重要地位,但在信任建立的阶段,产品质量依然是联系生产者和消费者最重要的纽带。

第二,生产者和消费者应增强沟通和交流,增进了解和互信。在提高产品质量的基础上,生产者应加强与现有消费者的接触和联系,听取其对于产品、物流等方面的意见,并对其疑问进行耐心的解答,消除二者之间可能的误会。消费者则应适时地学习一些农业生产的基本知识,对农业生产的过程和方式、农产品的真正价值有更多的认识,从而在了解的基础上,更加积极投身于公平贸易的运动之中。以公平贸易为纽带,生产者和消费者增进互动和交流,推动二者之间长期、稳定的人情关系的建立和人格信任的巩固。

第三,在现有条件下,“农消对接”只是一种替代性的小众模式,其发展不能仅依靠新型“信任中介”的推动,仍需要政府这一关键性外部力量的推动。政府应扶持真正由农民组成、服务于农民的专业合作社,并为正规的都市农场、城市消费者协会的发展提供资金与政策支持,通过这些民间协会和组织,为农户和城市消费者提供更多交流的平台,为二者的持续接触提供更多机会,促进食物信任的转型和食物体系“信任共同体”的重建,推动食品安全社会共治。

致谢:中国人民大学陈卫平教授为本文提供了宝贵的修订意见,曾维炯、石李陪、谢思奇、许峻琳四位同学参与了本文的前期调研,其中石李陪参与了本文的前期整理工作,一并致谢。文责自负!

参考文献:

- [1] Brown L. *Who Will Feed China? Wake-up Call for a Small Planet* [M]. New York: Norton, 1995:9-10.
- [2] 周立. 极化的发展 [M]. 海口:海南出版社,2010.
- [3] 徐立成,周立,潘素梅.“一家两制”:食品安全威胁下的社会自我保护 [J]. 中国农村经济,2013(5):32-44.
- [4] 安东尼·吉登斯. 现代性的后果 [M]. 田禾,黄平,译校. 南京:译林出版社,2000.
- [5] 郑也夫. 信任论 [M]. 北京:中国广播电视出版社,2001.
- [6] 胡必亮. 村庄信任与标会 [J]. 经济研究,2004(10):115-125.
- [7] 王曙光. 村庄信任、关系共同体与农村民间金融演进——兼评胡必亮等著《农村金融与村庄发展》 [J]. 中国农村观察,2007(4):75-79.
- [8] 周立. 要认识粮食危机背后的食物帝国 [J]. 新华社内参:世界问题研究,2008(103).
- [9] 周立. 美国的粮食政治与粮食武器——食物商品化、食物政治化及食物帝国的形成和扩展 [J]. 战略与管理,2010(5/6).
- [10] 拉吉·帕特尔. 粮食战争——市场、权力和世界食物体系的隐形战争 [M]. 郭国玺,程剑峰,译. 北京:东方出版社,2008.
- [11] 周立,潘素梅,董小瑜. 从“谁来养活中国?”到“怎样养活中国?”——粮食属性、AB模式与发展主义时代的食物主权 [J]. 中国农业大学学报:社会科学版,2012,29(2):20-33.
- [12] 卡尔·波兰尼. 大转型:我们时代的政治与经济起源 [M]. 冯钢,刘阳,译. 杭州:浙江人民出版社,2007.
- [13] 王玲瑜,胡浩. 农产品产销对接的消费者意愿分析——基于南京、常州两市的调查 [J]. 扬州大学学报:人文社会科学版,2012(2):40-43.
- [14] 石嫣,程存旺,雷鹏,等. 生态型都市农业发展与城市中等收入群体兴起相关性分析——基于小毛驴市民农园社区支持农业(CSA)运作的参与式研究 [J]. 贵州社会科学,2011(2):55-60.
- [15] 王希姝,张玲漪,赵海云. 浅谈“社区支持农业”模式在我国的发展 [J]. 中国经贸导刊,2012(5):58-59.
- [16] 陈卫平,黄娇,刘濛洋. 社区支持型农业的发展现况与前景展望 [J]. 农业展望,2011(1):54-58.
- [17] 叶敬忠,王雯. “巢状市场”的兴起:对无限市场和现代农业的抵抗 [J]. 贵州社会科学,2011(2):48-54.
- [18] 叶敬忠,丁宝寅,王雯. 独辟蹊径:自发性巢状市场与农村发展 [J]. 中国农村经济,2012(10):4-12.
- [19] Van der Ploeg J D, Ye J Z, Schneider S. Rural Development through the Construction of New, Nested, Markets: Comparative Perspectives from China, Brazil and the European Union [J]. *Journal of Peasant Studies*, 2012,39(1):133-173.
- [20] 黄明书. 有机农夫市集:商业时代的熟人贸易 [J]. 绿叶,2012(4):61-67.
- [21] 陈卫平. 社区支持农业情境下生产者建立消费者食品信任的策略——以四川安龙村高家农户为例 [J]. 中国农村经济,2013(2):48-60.
- [22] 帅满. 安全食品的信任建构机制——以H市菜团为例 [J]. 社会学研究,2013(3):183-245.
- [23] 詹姆斯·S·科尔曼. 社会理论的基础(上、下册) [M]. 邓方,译. 北京:社会科学文献出版社,1999.
- [24] 郭于华. 这是一个相互投毒的社会? [J]. 经济管理文摘,2008(19):13-14.
- [25] 孟芮溪. 农夫市集高档农产品与消费者的直接对接 [J]. 中国合作经济,2011(10):32-33.

(责任编辑:宋雪飞)