

国家自然科学基金课题 (71373270) 成果

社区支持农业：理论与实践

Community Supported Agriculture:
Theory and Practice

陈卫平 著



经济科学出版社
Economic Science Press

国家自然科学基金课题（71373270）成果

社区支持农业： 理论与实践

Community Supported Agriculture:
Theory and Practice

陈卫平 著

经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

社区支持农业：理论与实践/陈卫平著. —北京：
经济科学出版社，2014. 5

ISBN 978 - 7 - 5141 - 4630 - 1

I. ①社… II. ①陈… III. ①社区 - 农产品 -
消费市场 - 研究 - 中国 IV. ①F762

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 100073 号

责任编辑：段 钢 卢元孝

责任校对：徐领柱

版式设计：齐 杰

责任印制：邱 天

社区支持农业：理论与实践

陈卫平 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100142

总编部电话：010 - 88191217 发行部电话：010 - 88191522

网址：www. esp. com. cn

电子邮件：esp@ esp. com. cn

天猫网店：经济科学出版社旗舰店

网址：http://jjkxcbs. tmall. com

北京万友印刷有限公司印装

880 × 1230 32 开 6. 375 印张 180000 字

2014 年 5 月第 1 版 2014 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 4630 - 1 定价：28. 00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换。电话：010 - 88191502)

(版权所有 翻印必究)

前言

必须成为改变者，为了你所期望的世界。

——莫罕达斯·卡拉姆昌德·甘地

“社区支持农业（Community Supported Agriculture，简称 CSA）”对于很多人来说，还是一个陌生的名字，但其实它早在 20 世纪 60 年代的日本、德国和瑞士就开始兴起，发展至今已有半个多世纪。今天的社区支持农业已遍布世界各地，例如，欧洲大概有 4 000 个社区支持农业项目和 40 万消费者^①，日本约有 600 个社区支持农业项目和 2 200 万个消费者^②，美国的社区支持农业农场数量已超过 4 000 家^③。

所谓“社区支持农业”，简言之，就是农场和消费者之间的合作形式，两者共担风险，共享收益。实践中，没有任何两个社区支持农业项目是相同的，每个社区支持农业都自由地创造适合农

① 资料来源：欧洲 CSA 项目（Community Supported Agriculture for Europe Project）于 2013 年 6 月发布的《European Handbook on Community Supported Agriculture》，原文下载地址为 http://www.urgenci.net/uploads/CSA4Europe_Handbook.pdf，中译版下载地址为 <http://www.yogeev.com/article/42689.html>。

② 资料来源：《日本生活俱乐部》，<http://wenku.baidu.com/view/b125f703e87101f69e319561.html>。

③ 资料来源：美国本地收成网站，<http://www.localharvest.org/csa/>。

民和消费者参与的组合形式^①。尽管社区支持农业项目虽各有不同，但是都遵循以下5个共同原则：（1）健康生产，即适应季节和自然节奏的，尊重环境、人体健康和文化传统的农业生产；（2）承诺，即以合作关系为基础，通常由各个消费者和生产者单独签订协议（手写或口头），双方约定在一段较长时间内互相提供所需；（3）互助，即生产者和消费者双方共担健康生产的风险，共享收益；（4）本地化，即本地生产、本地消费；（5）直销，即生产者与消费者之间直接联系，没有中间商。与工业化的大型农业生产有着本质区别，社区支持农业提倡区域和本地生产的可持续性和多样性，提倡农民和消费者之间更加紧密和团结，提倡对公共健康和环境的高度关心^②。

方兴未艾的社区支持农业为探寻建立食品信任途径的消费者们提供了一个新的选择。近年来，我国发生了一连串的食品安全事件，包括食物中毒、食品污染、非法使用违禁成分、食品添加剂、假冒伪劣产品和销售过期食品，食品安全问题成为全社会关注的焦点。食品安全事件的增加极大地动摇了消费者对食品的信心，进而阻碍了健康的食品选择。

2008年，中国建立了第一家真正意义上的社区支持农业项目——北京市小毛驴市民农园。“小毛驴”的创建极大地推动了社区支持农业在中国的传播，笔者的调查显示，目前中国共有超过80个社区支持农业项目，这些社区支持农业已在12 000余亩的农作物用地上按照健康生产原则开展农业生产，为10 000多个市民家庭供应新鲜安全的农产品。虽然社区支持农业在中国食

① 参见伊丽莎白·亨德森·罗宾·范·恩：《分享收获：社区支持农业指导手册》，石嫣、程存旺译，中国人民大学出版社，2012年，第2页。

② 参见 Schlicht, S., Volz, P., Weckenbrock, P. & Gallic, T. L. 2012. Community Supported Agriculture: An overview of characteristics, diffusion and political interaction in France, Germany, Belgium and Switzerland, 下载地址为 <http://www.agronauten.net/downloads/CSA%20OVERVIEW%20FINAL.pdf>。

品体系中还是一个很新而且很小的部分，但正如美国社区支持农业实践者和传播者伊丽莎白·亨德森所言：“CSA 模式，一头连着生产者，一头连着消费者，双方共同努力，凭借中国博大精深的农耕传统，必将成为中国过度工业化、中毒渐深的食品体系的一剂解药。”^①

在中国社区支持农业兴起并不断发展的情形下，我们不免要问：中国的社区支持农业农场如何运作？其发展状况怎样？在运作上所遭遇的困难是什么？如何因应？如何建立消费者的食品信任？值得投入资源在“社区”建立上吗？如何成功地经营一个社区支持农业？虽然社区支持农业在国内引发了许多媒体的关注与报导，但在缺乏更多系统性的研究结果之下，我们对于中国社区支持农业的实际运作状况仍然所知有限。

本书是第一本系统讨论中国社区支持农业的书。除前言外，本书共有 7 章。第一章回顾了国内外社区支持农业的研究文献。第二章概述了社区支持农业的基本概念、历史发展、运作模式和嵌入性特征。第三章描绘了日本、美国和法国三个典型国家的社区支持农业模式及其发展演变。第四章利用调查数据，报告了中国社区支持农业的运作模式、发展现况和面临的挑战。第五章以四川安龙村为例，探讨了社区支持农业生产者建立消费者食品信任的策略。第六章引入了社区建立导向的构念，检验了生产者社区建立导向对社区支持农业绩效的影响。第七章运用层次分析法，分析了社区支持农业经营关键成功因素。

本书的一个重要价值是，利用首次对全国范围社区支持农业生产者的调查数据，探讨了中国社区支持农业的运作模式、发展现况、面对的问题以及解决的办法。本书还就消费者信任建构、社区建立和经营关键成功因素这三个当前中国社区支持农业实践

^① 参见伊丽莎白·亨德森、罗宾·范·恩：《分享收获：社区支持农业指导手册》，石嫣、程存旺译，中国人民大学出版社，2012 年，第 4 页。

亟待解决的问题展开实证性研究。本书拓展了社区支持农业领域的知识，其研究结论对中国社区支持农业的健康发展有直接管理含义。作者也期盼通过本书的出版，唤起大家对社区支持农业的了解和支持，并共同再思索中国农业可持续发展之道。

目 录

第 1 章 社区支持农业的文献回顾	1
一、社区支持农业的理论解释	1
二、生产者角度的经验研究	4
三、消费者角度的经验研究	7
四、社区支持农业中的食品信任	16
五、社区在社区支持农业中的作用	19
第 2 章 社区支持农业的理论框架	31
一、社区支持农业的定义	31
二、社区支持农业的历史	34
三、社区支持农业的模式	35
四、社区支持农业的好处	42
五、社区支持农业的嵌入性特征	44
第 3 章 典型国家的社区支持农业	48
一、世界主要国家社区支持农业的发展概况	48
二、日本的 Teikei	57
三、美国的 CSA	62
四、法国的 AMAP	67

第4章 中国社区支持农业：现状与挑战	72
一、数据收集与样本	72
二、中国社区支持农业的实践模式	74
三、中国社区支持农业的生产者特征	79
四、中国社区支持农业的消费者特征	81
五、中国社区支持农业农场的运作状况	83
六、中国社区支持农业面临的挑战	91
七、小结	93
第5章 中国社区支持农业消费者的食品信任建立策略	97
一、引言	97
二、理论背景	99
三、研究方法	102
四、研究结果	107
五、讨论与结论	118
第6章 建立社区重要吗	
——社区建立导向对社区支持农业绩效的影响	124
一、引言	124
二、研究方法	125
三、研究结果	127
四、研究结论	133
第7章 社区支持农业经营关键成功因素：	
生产者的观点	134
一、引言	134
二、文献探讨	136

三、研究方法	140
四、研究结果	145
五、结论与建议	147
 附录 全国社区支持农业 (CSA) 生产者问卷调查	 149
参考文献	173
后记	191

第1章 社区支持农业的文献回顾^①

作为一个非常不同于一般生产或消费过程的农业食物体系，社区支持农业引发了社会各界的关注。除了由社区支持农业推广者所撰写的工具书与宣传文稿以及来自各方媒体的报道外，国内外学者也对社区支持农业有各种角度的研究与讨论。在本章，我们依据不同的研究重心来回顾社区支持农业的研究。

一、社区支持农业的理论解释

学者们对社区支持农业的理论解释侧重于回答人们为何加入到社区支持农业中。这方面的理论解释主要有四种：社会运动理论、内生偏好理论、主观幸福感理论以及关怀实践观点。

（一）社会运动理论

如奥斯特罗姆（Ostrom，1997）用社会运动理论来解释为什么消费者与生产者会愿意投入到社区支持农业之中。他指出，社区支持农业是一场运动，它同时融入了土地、社区、小规模农

^① 本章的前三节（即理论解释、生产者角度的经验研究和消费者角度的经验研究）节选自拙著《中国社区支持农业消费者感知价值的实证研究》（第7~16页）收入本书时补充了最新的研究文献。

场以及城乡合作的精神。其目的是基于社会嵌入的经济关系来重塑本地生产与消费的关系（第 302 页）。不同于在政策层面去努力打造环境和农业的变化，社区支持农业运动的参与者对自身的努力有着直接的、有形的收获。消费者可以通过他们的双手去生产他们的食物，品尝到新鲜瓜果、清脆的蔬菜、西红柿和香草的味道。而生产者不管天气和市场条件如何，都能够获得预付资金。科恩和迈尔（Cone and Myhre, 2000）也认为，社区支持农业的行动者可以重新意识到自己与特定地点、特定季节的关系，人们不是食用来自遥远、匿名、在政府规范下标识“安全”的农场的产品，而是知道他们的食物从哪里来，什么时候种植，以及谁种植。

德林达和弗格森（Delind and Ferguson, 1999）则用社会运动理论解释为何女性较多地参与社区支持农业。他们指出，尽管社区支持农业带有反抗父权或既定性别关系的社会运动特征，却在过程当中形成更多元、更自主、更民主的社会空间、意识与行动，标志着新社会运动的发生，这些参与者对其行动与性别的自我诠释，可反映在生态女性主义、社会角色分析、情境知识与女权典范四类解释中，也因此作者认为，尽管社区支持农业不算是一个女性主义运动，却可称得上是一个“女人的运动”。

（二）当代经济偏好理论

加雷达（Galayda, 2006）、奥哈拉和斯塔格（O'Hara and Stagl, 2002）和波利梅尼等（Polimeni et al., 2006）试图用当代经济偏好理论（如行为与实验经济学，博弈论等）来解释人们加入社区支持农业的多元的利他动机。传统上，消费者被认为是自我利益为中心，通过物质商品的消费实现个人效用最大化。为满足消费者的需求，公司被认为是配置资源最为有效率的、利润最大化的机制。而行为与实验经济学包括博弈论开创了公司与消费

者研究的新视野。这些领域不断地阐明人们是异质的和多样的。一些人是自利而另一些人是合作的。公司和消费者除了效用和利润最大化之外还有其他的目标。个人通常不仅考虑他们的行动对自己带来的后果,同时也会考虑对他人带来的后果。公司在公平约束和支付效率工资之间行事。这些行为是真实世界中的实例,而这是仅仅用自利和利润最大化不能解释的。加拉达 (Galayda, 2006) 指出,社区支持农业成员就充分展现了行为经济学中阐述的行为多样性。消费者加入社区支持农业不仅是寻求健康,而且为了支持本地农业和降低环境影响。如果说对健康的关注是与自利行为的传统理论相一致,那么,对本地农业和环境的关注则证实了当代研究发现。波利梅尼等 (Polimeni et al., 2006) 建立的社区支持农业需求函数中也纳入了环境意识、社会良知 (对本地农场支持) 和与农民共担风险等变量。

(三) 主观幸福感理论

加拉达 (Galayda, 2006) 运用主观幸福感理论来说明人们从事社区支持农业是出于对幸福感的追求。学者们对幸福感的研究显示,收入增加不一定导致幸福感的增加。狭隘的自我利益和利润最大化的追求不能持久地提高实际幸福感。一些其他的因素如个性、健康、社区、社会资本、就业与通货膨胀和民主参与机会对个人的主观幸福感有着至关重要的作用。而社区支持农业有助于这些因素的实现。消费者加入可以获得新鲜的、健康的、季节性的食品,从这可得到健康利益。他们还可以通过加入社区支持农业获得社会资本和民主地参与农事决策 (Galayda, 2006)。

(四) 关怀实践观点

这种观点主要是用于解释为什么女性较多地参与到社区支持

农业中。威尔斯和格拉德威尔（Wells and Gradwell, 2001）为解释爱荷华（Iowa）州的社区支持农业女性发动者或女性农民多于男性的现象，引用了关怀实践（Caring practice）的概念。这种关怀实践是指保持、促进或提高相关主体的福利，而不会对这些主体的福利造成不必要的伤害。威尔斯和格拉德威尔（Wells and Gradweel）指出社区支持农业不仅是一个食物产销系统，同时对农民而言更是一种资源管理的系统；社区支持农业中农民的关怀动机与关怀实践，切合了女性的社会角色。查尔斯（Charles, 2011）也运用关怀实践的观点，解释了英格兰东北地区的社区支持农业为何有活力，他指出，正是由于行动者们受到一种关怀（包括了对人际关系、动物福利、生态系统管理的关怀）的动机驱使，积极投身到社区支持农业的实践中。

二、生产者角度的经验研究

现有文献中，有关于社区支持农业生产者角度的研究相对较少，主要集中在生产者的特征、生产者从事社区支持农业的动机、以及社区支持农业对生产者的经济影响这三个方面。

（一）生产者的人口统计特征和农场特征

社区支持农业农场的规模都较小，社区支持农业生产者与其他非社区支持农业生产者的平均年龄相比较小，绝大多数受过良好的教育，且有保护环境意识，认为有机耕作是社区支持农业的一个重要因素（Lass et al., 2003）。科内斯和迈尔（Cones and Myhre, 2000）通过对美国 8 家社区支持农业农场的调查发现，这 8 家农场中有 7 家是由夫妻共同运营，而只有一家是由一名单身女性运营，而且这些生产者均为本科以上学历，他们大都有过

非农职业，会将之前的职业技能带入社区支持农业；在运营社区支持农业的同时，所有的农场都会有另外的收入，虽然他们希望只靠务农能供养他们的家庭。农场的规模一般较小，最大的农场大约有 360 户会员，最小的只有 30 几户。奥博豪茨（Oberholtzer, 2004）对美国东海岸 13 家社区支持农业农场的调查得出生产者的务农经历均较短，平均为 11 年，经营社区支持农业农场只有平均 4.2 年；大多数社区支持农业生产者均属于小型农场（110 ~ 230 户），使用有机方式耕作。

（二）生产者从事社区支持农业的动机

生产者从事社区支持农业的动机主要有：（1）一种生活方式，这是最主要的动机之一，很多生产者追求田园式的生活方式（Durrenberger, 2002）。（2）生态价值观（Oberholtzer, 2004；Durrenberger, 2002），他们非常重视对环境的保护，认为通过有机耕种可以保护生态环境。（3）作为经济来源；大约一半的生产者将社区支持农业农场的收入作为主要经济来源，除此之外，他们还可以从农夫集市（farmer market）、当地零售店、餐馆等处获得经济利益。社区支持农业在种植季节之前便要求会员预付费用也是关键动机之一，这种形式保证了生产者的经济安全（Oberholtzer, 2004）。（4）社会价值观、宗教观（Durrenberger, 2002）。

（三）社区支持农业对生产者的经济影响

社区支持农业的份额价格（share price）背后的理论是这个份额价格应覆盖运营成本以及为生产者的劳动力带来公平的回报，从而为生产者带来经济利益。拉斯等（Lass et al., 2003a）对 1999 年度的美国社区支持农业农场经营调查数据的分析表明，尽管社区支持农业农场总收入是低的（为 15 000 美元），但还是

要高于一般农场的总收入（相对于 1997 年美国农业全国普查中一般农场总收入而言）。拉斯等（Lass et al. , 2003b）运用 2001 年度的数据进行分析，也得到类似的结果。

但是，许多学者的研究指出大多数生产者对于他们的报酬不是很满意（Oberholtzer, 2004；Lass et al. , 2003a、b）。萨比哈和贝克（Sabih and Baker, 2000）对加拿大社区支持农业经营者的一项案例研究表明，以案例农场当前的份额价格（180 美元一个份额）仅靠弥补经营成本和小部分所有权成本（ownership costs）（包括税、保险和住房），导致对农场家庭劳力的零报酬。而一个盈亏平衡点的份额价格应该为一个份额 414.85 美元。拉斯等（Lass et al. , 2003b）的调查表明，农场现有的收入基本可以满足日常经营开支，但是他们的各种保险得不到保证。虽然社区支持农业农场会员费是由生产者制定的，但是要受到当地需求的制约；除此之外，生产者一般都会替会员考虑，不会将价格定的非常高。奥斯特罗姆（Ostrom, 1997）的研究发现，明尼苏达州和威斯康星州的社区支持农业生产者因为缺乏健康保险和退休金，他们并不认为从社区支持农业运营中获得了足够的回报。奥斯特罗姆（Ostrom）的研究表明，大部分农场设定的份额价格都只是市场能够接受的，却不能完全弥补农场的成本支出。利齐奥和拉斯（Lizio and Lass, 2005）比较了对美国东北部的社区支持农业农场的 4 年调查数据，结果发现：农场在不计算农场运作人员的成本时，份额定价恰好够它的成本。而且尽管 4 年的收入都是增长的，但净收入都是负的。特梅尔和达菲（Tegtmeier and Duffy, 2005）对 9 个中西部州社区支持农业的生产者调查显示，有 57% 的生产者认为他们在制定份额价格时只考虑了经营成本，而没有包括他们的劳动力成本。

过去的研究还发现，那些有“核心小组”的社区支持农业要比没有“核心小组”的社区支持农业会有更高的收入和更高

的份额价格。拉斯等 (Lass et al., 2005) 采用了时间序列和截面结合数据模型估计了美国东北部社区支持农业农场的市场力, 结果发现: 一个有核心小组的社区支持农业可以增加 105 个份额, 而每个份额的价格也提高了 155 美元。

除此, 利齐奥和拉斯 (Lizio and Lass, 2005) 的研究发现, 那些有经验的社区支持农业经营者能提高净收入和增加份额数量。而且, 经营者采用的营销方式也会对社区支持农业生存能力产生影响。

三、消费者角度的经验研究

现有文献关于消费者角度的经验研究主要集中在以下几方面:

(一) 社区支持农业消费者特征

一些学者针对社区支持农业的会员进行调查, 来描述这些社区支持农业消费者的人口特征。例如, 奥斯特罗姆 (Ostrom, 1997) 对威斯康星州麦迪逊市的 16 家社区支持农业农场和明尼苏达州双城的 8 家社区支持农业农场的近 200 个会员调查发现, 会员具有非常典型的中产阶级 (90% 以上家庭年收入在 25 000 美元以上)、高教育水平 (93% 以上具有大学或以上学历) 的特点。科恩和迈尔 (Cone and Myhre, 2000) 所调查的美国 8 个农场也显示, 社区支持农业的会员全部拥有大学以上学历, 并且居住于都市地区, 只有 11% 的受访者家庭年收入不及 25 000 美元。四分之三的受访者拥有农业方面的经验, 如在农场长大, 或是经常拜访居住在农场的长辈等。奥博豪茨 (Oberholtzer, 2004) 通过对美国宾夕法尼亚州东南部的四家社区支持农业农场会员的调查发现, 大约有 66% 的受访者年龄在 30 ~ 49 岁之间, 89% 的受访者拥有本科及以上学历, 且家庭收入高于宾夕法尼亚州的平均