

《神农书系》主编：温铁军 孔祥智



Shennong
Series

中国社区古城农业 消费者感知价值的实证研究

国家自然科学基金课题（70972132）成果
中国人民大学明德青年学者计划（11XNJ022）成果

陈卫平 ■ 著

 中国农业出版社



中国社区支持农业 消费者感知与行为的实证研究

国家自然科学基金课题 (70972132) 成果
中国人民大学明德青年学者计划 (11XNJ022) 成果

中国农业出版社
北京



著

图书在版编目 (CIP) 数据

中国社区支持农业消费者感知价值的实证研究 / 陈卫平著. —北京: 中国农业出版社, 2013. 4

ISBN 978-7-109-17734-5

I. ①中… II. ①陈… III. ①农产品-消费者行为论-研究-中国 IV. ①F326

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 054040 号

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区农展馆北路 2 号)

(邮政编码 100125)

责任编辑 刘 玮

北京中科印刷有限公司印刷 新华书店北京发行所发行

2013 年 5 月第 1 版 2013 年 5 月北京第 1 次印刷

开本: 700mm×1000mm 1/16 印张: 8.25

字数: 130 千字

定价: 24.00 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

Shennong
Series

《神农书系》总序 / / Shennong Series

科学研究与问题意识

温铁军

中国人民大学农业与农村发展学院随自身科研竞争力的提高，从建院第5年之2009年起资助本院教师科研成果出版，是为神农书系。本文针对学术界之时弊而作，引为总序。

一、问题：关于科学的问题意识

1. 科学不必“实技术求”

20世纪80年代中国进入新一轮对外开放的时候，我被公派到美国学习抽样调查和统计分析^①。第一次上课，教师就先质疑社会科学的科学性！问：什么是科学成果？按照自然科学领域公认的实验程序简而言之——只有在给定条件下沿着某个技术路线得出的结果可被后人重复得出，才是科学成果。

亦即，任何后来者在对前人研究的背景条件有比较充分了解的情况

^① 我是1987年在国务院农村发展研究中心工作期间被上级公派去美国密执安大学进修社会科学研究方法（1980—2000年的20年里先后3次去了以方法论见长的社会调查研究所ISR和ICPSR进修学习）；后续培训则是在世界银行总部直接操作在发展中国家推进制度转轨的援助项目；随后，即被安排在中国政府承接世界银行首次对华政策性贷款的工作班子里，从事“监测评估”和应对世界银行组织的国外专家每年两次的项目考察评估；这就使我在1980—1990年的农口部门有了直接对话世界银行从发达国家聘请的经济专家和从事较高层次的涉外研究项目的机会，因此，当年被人戏称为农村政策领域中的“洋务派”。此外，我在20世纪80年代中期即介入了第一个专业的“中国社会调查所”的早期研究，1988年参与了“中国民意调查中心”的民间创办，1990—1992年实际主持了“中国人民大学社会调查中心”的创办和科研工作；还在国务院农村发展研究中心直接操作过以全国城乡为总体的抽样调查，后来在农业部负责过多个全国农村改革试验区以县级为总体的抽样框设计和调查数据分析。20世纪90年代以来则参与了很多国家级科研项目的立项评估或结项评审。因此，本文实属有感而发，目的在于立此存照。

下，假如还能沿着其既定的技术路线重复得出与前人同样的结果，那么，这个前人的研究，应该是被承认为科学的研究……如此看来，迄今为止的大多数社会科学成果，都因后人难以沿着同样的技术路线重复得出与前人同样的结果，而难以被承认为科学！?由此，无论东西方的研究只能转化为对某种或者某些特定经验归纳出的解释性的话语。

由于这些话语的适用性在特定时空条件下的有限，因此，越是无法还原那个时空条件的研究，就越是体现了人们追求书斋学术的“片面的深刻”的偏执。

也许，除了那些“被意识形态化”了的话语因内在地具有政治正确而不应该列入科学性讨论之外，人类文明史上还不可能找到具有普遍意义或者普世价值的社会科学成果……

20世纪90年代以来的社会科学研究强调的科学化虽然在提法上正确，但在比较浮躁的意识形态化的氛围之中，却可能成为普遍化的学术造假的内在动因。因为，很多以“定量分析”为名的课题研究尽管耗资购买模型而且有精确的计算，却由于既缺乏“背景分析”，也没有必须的“技术报告”，而既难以评估，也难以建立统一标准的数据库。更有甚者，有些科研课题甚至连做研究最起码的“基本假设”都提不出来，有些自诩为重大创新的、经院式的理论成果，却需要进一步讨论其理论逻辑与历史起点是否吻合等基本常识……

这些实际上与科学化背道而驰的缺憾，往往使得后人不能了解这种大量开展的课题研究的真实依据。如果科研人员不知道量化分析的基本功，不了解数据采集、编码和再整理、概念重新界定等各个具体操作环节的实际“误差”，就很难保证对该课题研究真正意义上的科学评价。对此，国内外研究方法论的学者多有自省和批评。

再者，由于很多课题结题时没有明确要求提供受国家基金资助所采集的基础数据和模型，不仅客观上出现把国家资金形成的公共财产变成“私人物品”的问题，而且后来者也无法检验该课题是否真实可靠。

何况，定性分析和定量分析作为两种分析方法，本来不是对立的，更没有必要人为地划线界定，非要偏向某个方面才能证明研究课题的科学性。

可见，科学研究还是得实事求是地强调具体问题具体分析，而不必



刻意地“实技求术”，甚至以术代学。方法无优劣，庸人自扰之。如果当代学者的研究仍然不能具备起码的科学常识——理论逻辑的起点与历史经验的起点相一致，则难免在皓首穷经地执着于所谓普遍真理的进程中跌入谬误的陷阱！

2. 农经研究尤须分类

如果说，早期对不同方法的学习和实践仅形成了对“术”的分析，那么，后来得到更多条件从事大量的与“三农”发展有关的国际比较研究之后所形成的认识，就逐渐上升到了“学”的层次。诚然，面对中国小农经济的农业效率低下、农民收入徘徊的困局，任何人都会学看发达国家的农业现代化经验，但却几乎很少人能看到这枚硬币的另一面——教训。

我们不妨从农经研究的基本常识说起——

如果不讨论未涉及工业化的国家和地区，那么，由于农业自身具有自然过程与经济过程高度结合的特征，使其在世界近代通过殖民化推进资本主义工业化的文明史中没有被根除，因此，工业化条件下的世界农业发展分为三个异质性很强的不同类型：

一是前殖民地国家（美国、加拿大、澳大利亚为代表）的大农场农业——因殖民化造成资源丰富的客观条件而得以实现规模化和资本化，对应的则是公司化和产业化的农业政策。

二是前宗主国（欧盟为代表）的中小农场农业——因欧洲人口增长绝对值大于移出人口绝对值而资源有限，只能实现资本化与生态化相结合，并且60%农场由兼业化中产阶级市民经营，因此，导致一方面其农业普遍没有自由市场体制下的竞争力，另一方面与农业高度相关的绿色运动从欧洲兴起。

三是以未被彻底殖民化的居民为主的东亚传统小农经济国家（日本、韩国为代表）的农户经济——因人地关系高度紧张而唯有在国家战略目标之下的政府介入甚至干预：通过对农村人口全覆盖的普惠制的综合性合作社体系来实现社会资源资本化，才能维持“三农”的稳定。

由此看来，中国属于何者，应该借鉴何种模式，本来也是常识问题。

如果做得到“去意识形态化”讨论，那就会愿意借鉴本文作者更具

有挑战性的两个观点：

其一，依据这三种类型之中任何一种的经验所形成的理论，都不可能具有全球普适性。

其二，这三种类型之中，也都没有形成足以支撑“农业现代化”成为国家发展战略的成功典范^①。

中国之于1956年提出“农业现代化”的目标，一方面是那时候在发展模式上全面学习苏联，并为此构建了意识形态化的话语体系和政策体系；另一方面，客观上也是迫于城市工业部门已经制造出来的大量工业产品急需借助国家权力下乡的压力——如果不能完成工农两大部类产品交换，中国人改革之前30年的国家工业化是难以通过从“三农”获取原始积累来完成的。

时至今日，虽然半个世纪以来都难以找到几个投入产出合理的农业现代化典型，人们却还是在不断的教训之中继续着50多年来对这个照搬于先苏后美的教条化目标的执着，继续着对继承了殖民地资源扩张遗产的发达国家农业现代化经验明显有悖常识的片面性认识。

显然，这绝对不仅仅是农经理论裹足不前的悲哀。

二、学科基础建设只能实事求是^②

以上问题，可能是国家资助大量研究而成果却难以转化为宏观政策依据、更难以真正实现中国话语权及学术研究走向国际性的内在原因。甚至，令学术界致毁的、脱离实际的形式主义愈演愈烈，真正严肃的学术空气缺乏，也使得这种科研一定程度上演化成为各个学科“小圈子”内部分配——各种各样的人情世故几乎难以避免地导致当今风行的学术

① 参见温铁军，《三农问题与世纪反思》，生活·读书·新知三联书店，2005年第一版。

② 2004年暑假，当我以53岁高龄被“引进”中国人民大学、担任农业与农村发展学院院长之职的时候，曾经有两种选择：其一是随波逐流、颐养天年；其二是最后一搏、力振科研。本能告诉我，只能选择前者；良知却迫使我选择了后者。执鞭至今五年有余。在校领导大力支持和全体教职员工共同努力下，本院借国家关注“三农”之机，一跃成为全校最有竞争力的院系之一：教师人均国家级纵向课题1.5个，人均课题经费30万；博士点从1.5增加到4.5个，还新组建了乡村建设中心、合作社研究院、可持续高等研究院、农村金融研究所等4个校属二级科研教学机构。其间，我虽然了解情况仍然不够全面，但对于现行教育体制问题的认识还算比较新鲜；再者，在这几十年来的“三农”研究中，有很多机会在国外著名高校学习交流，或在几十个国家的农村进行考察，也算有条件做些比较分析。于是，便就科研进一步服务于我国“三农”问题的需求提出这些不成熟的意见；仅供参考。



造假和教育腐败。

我们需要从以下两个方面入手，实事求是地抓好基础建设。

首先是清晰我们的问题意识，从本土问题出发深入调查研究；敢于挑战没有经过本土实践检验的理论观点。当然，一方面要放弃我们自己的意识形态化的讨论；另一方面，尤须警惕海内外任何具有意识形态化内涵的话语权争论被学术包装成科研成果；尤其是那些被广泛推介为具有普适性的理论。在农经界，主要是力戒邯郸学步和以术代学等多年来形成的恶劣学风的影响。

其次是改进定量研究。如果我们确实打算“认真”地承认任何一种新兴交叉科学在基础理论上的不足本身就是常态，那么对于新兴学科而言，最好的基本研究方法，其实恰恰是“后实证主义”所强调的试验研究和新近兴起的文化人类学的参与式的直接观察，辅之以采集数据做定量分析。同时，加强深入基层的科学试验和对个案的跟踪观察。近年来，国外比较先进的研究方法讨论，已经不拘泥于老的争论，开始从一般的“个案研究”演变为资料相对完整、定性和定量结合的“故事研究”。我们应该在现阶段仍然坚持定性与定量分析并重的原则，至少应该把参与式的试验研究和对不同个案的实地观察形成记录，都作为与定量分析同等重要的科学方法予以强调。否则，那些具有吃苦耐劳精神、深入基层从事调查研究的学者会越来越少。

再次是改进科研评价体系。我们在科研工作中应该修改开题和结题要求，把支持科研的经费综合统筹，从撒胡椒面的投入方式，转变为建立能够容纳所有国家资助课题的数据库和模型的共享数据系统，从而，对研究人员的非商业需求免费开放（个别需要保密的应该在开题前申明），以真正促进社会科学和管理科学的繁荣；同时，要求所有课题报告必须提交能够说明研究过程的所有环节出现的失误或偏差的“技术报告”（隐瞒不报者应该处罚）；要求任何重大观点或所谓理论“创新”，都必须提供比较全面的相关背景分析。

既然中国人的实事求是传统被确立为中国人民大学的校训，那就从我做起吧。

（2009年国庆中秋双节于北京后沙峪）



目 录

《神农书系》总序

第1章 导论	1
1.1 问题的提出	1
1.2 社区支持农业的概念及理念传递	3
1.3 本书的构成	5
第2章 文献回顾	7
2.1 社区支持农业的文献回顾	7
2.2 消费者感知价值的文献回顾	16
2.3 小结	22
第3章 中国的社区支持农业发展	23
3.1 中国社区支持农业发展概况	23
3.2 中国社区支持农业消费者信任建立策略	29
3.3 中国社区支持农业经营关键成功要素	38
第4章 中国社区支持农业配送份额消费者的感知价值	49
4.1 社区支持农业配送份额消费者感知价值的概念模型	49
4.2 研究方法	55
4.3 研究结果	57
4.4 结论与讨论	63
第5章 中国社区支持农业劳动份额消费者的感知价值	66
5.1 第一阶段研究：深度访谈	66

5.2 第二阶段研究：实证检验	74
5.3 结论与讨论	85
第6章 中国社区支持农业劳动份额的属性—结果—价值链	88
6.1 引言	88
6.2 “方法目的链”理论	89
6.3 研究方法	90
6.4 研究结果	95
6.5 结论与含义	100
第7章 结论	102
参考文献	104
后记	119



第 1 章 导 论

1.1 问题的提出

感知价值是商业管理者和市场研究者最为关注的焦点问题。顾客价值的创造一直被认为是“所有市场活动的基础”（Holbrook, 1994），也是促进利润增长、确保长期成功的一种有效资源（Woodruff, 1997；Maas 等，2008）。

尽管感知价值非常重要，但是学术界关于什么是感知价值还没有达成共识 [参看 Lindgreen 等（2005）、Smith 等（2007）、Boksberger 等（2011）、Gallarza 等（2011）人对此类文献的回顾]。从构成维度看，感知价值有从 1 个维度（Cronin 等，1997；Baker 等，2002；Sirdeshmukh 等，2002）到 8 个维度（Holbrook, 1999；Sparks 等，2008）。就维度与总体构念之间关系而言，主要有两种概念化方法：一种方法将感知价值定义为是具有反映性低阶维度的高阶构念（Callarisa 等，2011；Lapierre, 2000；Petrick, 2002；Liu 等，2005；Sánchez 等，2009）；另一种方法将感知价值定义为是具有形成性低阶维度的高阶构念（Lin 等，2005；Ulaga 等，2006；Ruiz 等，2008；Gipp 等，2009；Blocker, 2011）。感知价值是一个主观的构念，它因顾客、文化和时间的不同而变化（Sparks 等，2008），已有研究的分歧意味着我们需要对感知价值开展更多的情境化的研究，以推进这一领域知识的发展。

社区支持农业（community supported agriculture，简称 CSA）能给消费者提供什么价值？这是一个对于所有从事 CSA 的生产者，无论是准备启动一个 CSA，还是发展和维持 CSA 都必须给予足够重视的问题。CSA 是一种本地化食物生产与消费模式，它强调有机的和环境友好的耕作方式，同时在生产者和消费者间共享收成、共担风险（Feagan 等，2009；Pole 等，2012）。依据 Ostrom（1997），CSA 在“建立可持续性的地方食物体系，提高本地控制，以及振兴小规模农耕”的作用日益增加。CSA 甚至被认为是“未来的农场形式”（Groh 等，1997）和“新经济的催化剂”（Lamb, 1994）。然而，尽管 CSA 非常重要，在感知价值的文献中它却极少受到关注。

同样,在关于 CSA 的大量文献中,消费者感知价值也很少受到关注(如 Colley 等,1998;Brown 等,2008;Lea 等,2010)。Colley 等(1998)以美国马萨诸塞州 3 家 CSA 农场为案例,估计了 CSA 会员获得的成本节省利益。Brown 等(2008)的一篇研究评述中,归纳了 CSA 消费者获得的几种利益,包括经济利益(Cooley 等,1998;Farnsworth 等,1996;Sabih 等,2000;Conner,2003)、营养利益(Kolodinsky 等,1999;Oberholtzer,2004;Perez 等,2003;Ostrom,2007)和社会利益(Farnsworth 等,1996)。Lea 等(2010)利用深度访谈的方法,研究了澳大利亚消费者对 CSA 的感知利益和感知障碍,研究发现感知利益有获得新鲜的、有机的、应季的、口感更佳的、更便宜的食物,支持农夫,支持本地社区,参与到农场中,了解食品生产知识和健康利益;感知障碍有缺乏产品选择性、共担风险、预付费用和取货的不便利。尽管这些研究对于 CSA 消费者感知价值提供了一些真知灼见,但是,也存在有待进一步研究和填补的领域。

首先,尽管有一些研究零散性地提出了 CSA 消费者感知到的价值,但是关于 CSA 消费者感知价值的概念性和经验性文献都还不够充分。CSA 消费者感知到哪些价值?它具有哪些维度?这些维度与总体概念之间是什么样的关系?如何测量 CSA 消费者感知价值?CSA 消费者感知价值对于一些结果变量如消费者满意度和忠诚度有什么样的影响?对于这些问题我们还缺乏足够的了解。

其次,对于 CSA 劳动份额消费者感知价值这个问题人们知之甚少。中国 CSA 农场向消费者提供的服务计划通常有两种:一种是劳动份额(working share),即消费者在产季前向农场预付一定费用,农场提供一定面积的土地,并提供一季中种植所需的全部种子、有机肥料、水、农具和种植技术服务,而消费者需要自己做耕种决策,并承担种植任务以及收获全部农产品;另一种是普通份额或称为配送份额(distribution share),即消费者在产季前向农场预先支付份额费用,然后在生长季节期间可以得到农场产品的定期输送或分配(自行到农场取货)。已有文献大多从 CSA 普通份额消费者(Colley 等,1998)或普通消费者而非 CSA 消费者(Lea 等,2006)的角度来研究 CSA 的感知价值。对于 CSA 劳动份额消费者的感知价值,迄今还没有展开专门的研究。

最后,缺乏以中国 CSA 为情境的研究。由于 CSA 实践在中国刚刚兴起,因而 CSA 对于我国学术界来说还是一个全新的课题。目前,国内一些学者已经对我国 CSA 展开了研究,但现有研究大多着墨于 CSA 在我国发展的可行性与必要性(叶敬忠等,



2011; 沈旭, 2006; 贺雪娇, 2007; 杨帅等, 2008; 张庆文, 2009)、国内外运作经验 (Shi 等, 2011; 石嫣等, 2011; 李良涛等, 2012; 石嫣等, 2010; 石嫣, 2009)、消费者参与意愿 (鞠海鹰, 2009) 等问题, 尚未发现专门系统性探讨中国 CSA 消费者感知价值的文献。而过去关于 CSA 消费者价值的研究大多集中于美国 (如 Colley 等, 1998; Cone 等, 2000; Hinrichs, 2000)、欧洲 (如 Winter, 2003; Sonnino, 2007)、加拿大 (Sabih 等, 2000) 和澳大利亚 (Lea 等, 2010) 等。

本书的目的是深入研究中国 CSA 情境下的消费者感知价值。由于中国 CSA 的服务计划有配送份额和劳动份额两种, 因此, 本书也将分别研究中国 CSA 配送份额消费者和劳动份额消费者的感知价值。具体目标是:

◆ 中国 CSA 配送份额消费者感知价值研究

- ▲ 配送份额消费者感知到哪些价值? 即, 感知价值的维度有哪些?
- ▲ 配送份额消费者感知价值是形成性构念还是反映性构念?
- ▲ 如何测量配送份额消费者感知价值?
- ▲ 配送份额消费者感知价值对消费者的满意度和忠诚度有何影响?

◆ 中国 CSA 劳动份额消费者感知价值研究

- ▲ 劳动份额消费者感知到哪些价值? 即, 感知价值的维度有哪些?
- ▲ 劳动份额消费者感知价值是形成性构念还是反映性构念?
- ▲ 如何测量劳动份额消费者感知价值?
- ▲ 劳动份额消费者感知价值对消费者的满意度和推荐意愿有何影响?

◆ 中国 CSA 配送份额消费者的属性—结果—价值链研究

- ▲ 什么驱使消费者购买劳动份额? 消费者如何通过劳动份额的消费来满足其内心追求的价值?

1.2 社区支持农业的概念及理念传递

社区支持农业是农民与附近食用其生产的食物的人们之间的联结, Robyn Van En 将其概括为“食物生产者+食物消费者+每年的互相承诺 = 社区支持型农业和无限的契机”(Henderson 等, 2007)。这个互相承诺的关系的本质是: 农场养育人们, 人们支持农场, 并共同分担潜在的风险和收成。美国农业部网站对 CSA 的这种互相承诺关系作了更充分的说明: “社区支持农业, 是由一群个人组成群体, 共同支持农场的

运作。这使农场无论在法律上或精神上都成为整体群体的农场。生产者跟消费者提供相互的支持,并且共同承担食物生产的风险与利润。一般而言,农场或农园的成员(也称为‘股东’)会事先支付农场运作的预期开销与农民工资,最后则在产季结束后以农产品作为回报,同时也享受与土地再度联结和直接参与食物生产所得来的满足感。成员也要分担农场种植的风险,包括因为不良天气或病虫害所导致的歉收。因为社区成员事先提供了农民工作所需的资本,这种对社区成员的直接销售,使得生产者会在作物上得到比较好的价钱,而获得财务的安全性,并且得以从庞大的市场运作负担中解脱。(戴君玲, 2010)”

CSA 背后所蕴涵的理念是建立起本地的食品经济体系并创造一个环境,在这个环境下,农民和消费者一起工作来实现食品保障和经济、社会与自然资源的可持续性。CSA 代表着一种食物生产、流通和消费的空间重构(respatialize)和社会属性重构(resocialize)的努力。对食品安全的担忧、对工业化食品体系和全球供应系统的不信任,以及对城市化的反思和乡村重建(rural reconstruction)思潮的兴起等因素成为 CSA 形成的背景和发展的外来动因(Feagan, 2007; Goodman, 2003; Higgins 等, 2008)。

现代的 CSA 起源于日本。1971 年在日本,一些家庭主妇开始关心化肥和农药对于食物的污染,并对加工和进口食品越来越多而本地新鲜的农产品却越来越少表示忧虑。于是,她们开始主动寻找有机农产品的生产者并与其达成协议,规定生产者按照有机的方式生产,这些家庭主妇则预先支付高于一般农产品价格的货款。这种方式叫做 Teikei,是共识或一起合作的意思,希望创造一个替代销售系统,而不是依赖传统市场。为实践这个原则,生产者与消费者会直接对话与接触,加深互相了解,双方都要提供人员及资金支持本身的运输系统(JOAA, 1993)。Teikei 最初的宣传口号是“在蔬菜上看到农夫的脸”(Schnell, 2007)。随着生态环保理念的传递,1986 年在马萨诸塞州建立了美国第一个 CSA 农场(Henderson 等, 2007)。近 10 年来,社区支持型农业经历了一个较快增长的时期。到 2004 年,美国有 1 700 家农场采用这种模式,日本有 500~1 000 家,英国有 90 家,加拿大有 60 家,法国有 50 家(Bougherara 等, 2009)。

中国的 CSA 发展还处于初期。近年来,中国一连串的有毒食品事件——阜阳奶粉事件、苏丹红事件、瘦肉精中毒、红心咸鸭蛋、三聚氰胺奶粉事件等等——的发生,动摇了消费者对食品安全的信心。CSA 运动为探寻建立食品信任途径的中国消费者提



供了一个新的选择。2006 年，一些知识分子发起与河南兰考的农民签订“购米包地”协议，这是中国含有“风险共担、收益共享”核心理念的社区支持农业的初级形式。2008 年开始建设、2009 年正式开放的中国人民大学—海淀区政府产学研基地项目“小毛驴市民农园”，则是较完整地开始将社区支持农业中直销、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（Henderson，2010）。“小毛驴市民农园”的建设和运行在社会上引起了很大的影响，推动了全国范围内的消费者运动及 CSA 农场建设。据不完全统计，目前中国大约有 100 家 CSA 农场，其中大约 12 家位于北京地区，另外还有一些分布在青岛、上海、重庆、西安、河南和天津等地（Gale，2011）。尽管 CSA 在中国食品体系中还是一个很新而且很小的部分，但正如 Gale（2011）所言：“CSA 可能并不是解决中国食品信任问题的最终答案，但它们的确为那些在不确定性的危险中购物的中国消费者提供了另一个选择。”

1.3 本书的构成

本书共有 7 章内容。

第 1 章为导论，主要阐述了研究问题和研究目标、研究概念以及章节构成。

第 2 章为文献回顾，从总体上回顾了社区支持农业和感知价值两个领域的研究进展，并提出了本书的研究契机。

第 3 章为中国的社区支持农业发展概况研究，对中国社区支持农业发展现况与面临问题进行描述性分析；通过对四川安龙村高家农户的单一案例研究，探讨中国社区支持农业生产者建立消费者信任的策略；运用层次分析方法，通过对中国社区支持农业生产者的访谈和问卷调查，运用层次分析方法，确认中国 CSA 的经营关键成功因素。

第 4 章为中国社区支持农业配送份额消费者的感知价值（PVDS）的研究，利用北京市 5 家社区支持农业农场 198 个配送份额消费者的调查数据，实证检验 PVDS 的维度构成、各维度与 PVDS 之间的关系特征，以及 PVDS 对消费者满意度和忠诚度的影响。

第 5 章为中国社区支持农业劳动份额消费者的感知价值（PVWS）的研究，运用两阶段的研究方法，探索中国社区支持农业劳动份额消费者感知价值的构成维度，实证检验这些维度与总体构念 PVWS 之间的关系特征，以及 PVWS 对消费者满意度

和推荐意愿的影响。

第6章为中国社区支持农业劳动份额的属性—结果—价值链研究，应用方法目的链的架构，以北京市“小毛驴市民农园”的46位劳动份额消费者的软式阶梯式访谈资料，采取“属性—结果—价值”3个层级分析中国CSA劳动份额消费者的价值认知结构，以更深入探析中国CSA劳动份额消费者的体验与价值追寻。

第7章是结论，概述了全书的主要结论，阐明研究结论的理论与实践含义，最后指出了本书的不足之处和未来研究建议。



第2章 文献回顾

在本章，我们分两条主线来回顾已有的文献：其一，从总体上回顾 CSA 的研究进展；其二，探讨感知价值的相关研究。在文献回顾的基础上，我们指出 CSA 消费者感知价值领域的研究机会。

2.1 社区支持农业的文献回顾

2.1.1 CSA 的理论解释

学者们对 CSA 的理论解释侧重于回答人们为何加入到 CSA 中。这方面的理论解释主要有 4 种：社会运动理论、当代经济偏好理论、主观幸福感理论及关怀实践观点。

2.1.1.1 社会运动理论 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 CSA 之中。他指出，CSA 是一场运动，它同时融入了土地、社区、小规模农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。不同于在政策层面去努力打造环境和农业的变化，CSA 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。Cone 等 (2000) 也认为，CSA 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，以及谁为他们种植。

Delind 等 (1999) 则用社会运动理论解释为何女性较多地参与 CSA。他们指出，尽管 CSA 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，标示着新社会运动 (New Social Movement) 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、情境知识与充权典范 4 类解释中，也因此他们认为，尽管 CSA 不算是一个女性主义运动，却可称得上是一个“女人的运动” (Women's Movement)。

2.1.1.2 当代经济偏好理论 Galayda (2006)、O' Hara 等 (2002) 和 Polimeni 等 (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