

安全食品的生产与社会信任的重建： CSA 社会企业的探索之路^{*}

郭于华

内容提要 食品安全危机突出体现着风险社会的来临,而现实的风险和信任结构瓦解造成的恐慌使得风险社会更具中国自身的特点。我们面临的新冠病毒肺炎疫情就是这种风险的集中表现。着眼于结构层面,社会各阶层应对食品安全危机的方式呈现出结构化和分层的特性;在应对食品安全问题时,CSA 社会企业的生成和生产是社会自救的重要方式之一,在这一过程中我们需要思考的重要社会学问题是人们的信任能否重建和如何重建?在重新建立信任的过程中,市场机制和社会机制的相互嵌合构成重要的基础。

关键词 食品安全 风险社会 信任重建 社会企业

DOI:10.16091/j.cnki.cn32-1308/c.2020.03.003

我们正处在一个充满不确定性的风险社会,风险不仅来自难以预期的天灾人祸,不仅来自如贝克所警示的风险的积聚——生态、金融、军事、恐怖分子、生化和信息等方面的风险以一种压倒性的方式存在(贝克等,2010),也以日常化的方式出现在“以食为天”^①的国人的餐桌上。

进入现代社会的中国,并未改变以食物为取向的文化特性,这一取向与中国文化本身一样古老。它构成中国人的生活方式,也是中国人精神气质的组成部分。而另一方面,传统饮食文化在现代消费主义的刺激下也发生畸变,追求时尚的炫耀性消费对于中国人而言并不陌生。某一物种因名贵、珍稀而致使人们孜孜以求不仅会导致其迅速减少和灭绝,更糟糕的是,有些非“从其类”的野生动物因人类的口腹之欲或奇特偏好而被摆上餐桌,却因其携带或传播不明病毒而反噬人类,导致人们遭遇某种疫病,诸如“非典”时期的果子狸和穿山甲。在“吃得饱”还是未完全解决的问题时,“吃得好”主要应该是吃得

健康、节俭和有益于经济、社会的可持续发展,而不是吃得奢华、吃得珍稀,更不应吃出“病”来。

食物既作为人类赖以生存和发展的最基本物质条件,其安全就不仅关系到人民的身体健康和生命安全,同时也关系到整体的经济发展和社会安定。从当今世界范围看,由于经济全球化和世界食品经济体系的国际化与共享趋势,由于新农业技术和生物技术带来陌生食物,人们对于食品安全问题的关注和忧虑也必然日趋增加。

在中国,近些年来一些涉及面广、后果严重的食品安全事件屡次发生,引起民众广泛焦虑的“三聚氰胺事件”“苏丹红事件”“皮革明胶事件”“地沟油事件”等等,以及长期存在的致使人们极度不安却又不知所措的农产品化肥、农药残留超标问题,还有近年来引起诸多争论的转基因食品等,更是给消费者带来极大的恐慌和愤怒,一些人甚至到了谈“食”色变的程度。毋庸讳言,食品安全问题已然成为中国乃至全球面临的共同挑战和治理难题。

^{*} 本文所用材料为作者与当时的研究生颜青琪共同搜集,颜青琪在田野调查中承担了主要的工作,对本文亦有重要贡献,特此说明并致谢。本研究数据来源于清华大学社会学系食品安全研究课题组的问卷调查和数据分析,课题组成员为郭于华、颜青琪、毕向阳、陈鹏、元昕,统计分析主要由毕向阳完成。

食品安全危机最突出地体现着风险社会的来临; 现实风险和信任结构瓦解造成的恐慌二者叠加使得风险社会更具中国的特点。社会各阶层应对食品安全危机的方式呈现出社会结构和社会分层状态; 在应对食品安全问题时, 社会企业的生成和生产是社会自救方式的体现, 在这一过程中我们需要思考的社会学问题是人们的信任能否重建? 如何重建? 在信任重建过程中, 市场是一个重要的影响因素, 市场机制和社会机制的相互嵌合构成了信任重建的基础。

食品安全危机是进入高风险社会的鲜明标志

“食物”(food) 与人类生存和每个普通人的日常生活休戚相关, 因而长期以来“食物与文化”(Food and Culture) 一直是社会人类学中的一个经典论题。美国哈佛大学著名社会人类学家华琛认为, 通过食物这个透镜(lens), 几乎可以观照社会和文化特征及其变迁的所有方面(James Watson 2005)。因为“每个人吃东西都不是单纯为了活下去”(阿莫斯图 2005: 34)。一方面, 正如 *We are what we eat* 一书中所说的那样, 食物完全有资格成为了解某种文化的一种微缩景观; 另一方面, 吃的种类、吃的方式、所吃食物的生产和来源都包含着丰富的结构性的意义, 塑造了完整的关于食物世界的体系与秩序(郭于华 2011: 322)。

进入全球化时代的食品经济体系及其相关的政治、社会、文化意涵更是对人类思考提出了新的挑战。食物匮乏仍然是一些国家和地区存在的困境, 而如何安全、有效地饮食更是全世界面临的严峻问题。

(一) 高风险社会中的食品安全问题

从现实状况来看, 中国社会频频发生的食品安全事故和事件极大地影响和冲击着消费者的感知和判断, 导致了严重的食品安全信任危机。这可以从普通消费者的一句调侃中得到鲜明体现“今天, 我们还能吃什么?” 以灿烂饮食文明著称的大国遭遇最严峻的食品安全危机, 可谓“舌尖上的国粹”面临“舌尖上的威胁”。基于这种理论和经验层面的挑战, 置身于全球化背景下的中国社会结构转型过程, 探讨我国食品安全的结构体系和信任重建问题, 就成为一项重返和重构社会科学经典论题的学术尝试, 更是一种针对当下中国社会不容回避、亟待解决的民生问题所进行的探索。

提出风险社会理论的乌尔里希·贝克(Ulrich Beck) 指出“风险就是不确定性。处于风险之中就是置身于和受制于现代性世界之中的方式; 处于全球风险之中就是

21 世纪初初期的人类状况。”自然界和作为“人为制造出来的不确定性”(manufactured uncertainties) 的风险是与人类共存的。随着人类对社会生活和自然的干预范围和深度的扩展, 人类决策和行为可能超过自然风险而成为风险的主要来源; 与此同时, 借助现代治理机制和治理手段, 人类应对风险的能力提高了, 但又面临着治理带来的新型风险, 即制度化风险(包括市场风险) 和技术性风险。风险的结构和特征发生了根本性的变化, 产生了现代意义的“风险”并出现了现代意义上的“风险社会”。在贝克看来, “风险的概念直接与反思性现代化的概念相关。风险可以被界定为系统地处理现代化自身引致的危险和不安感的方式”。不同于 19 世纪主要困扰人类的贫穷风险, 现代化过程中的生态和高科技风险, 晚期现代性的放射性、空气、水和食物中的毒素和污染物等风险, 其本质使地球上所有生命处于危险之中(贝克等 2003: 15 - 57)。

贝克进一步认为“全球风险的一个主要效应就是它创造了一个‘共同世界’(common world), 一个我们无论如何都只能共同分享的世界, 一个没有‘外部’、没有‘出口’、没有‘他者’的世界。……全球风险开启了一个道德和政治的空间, 它可以孕育一种超越国家边界和冲突的公民责任文化。”(贝克等 2010: 209 - 210) 贝克的观念意味着: 在一个全球风险社会中, 人类具有共同体性质, 部分人或某些国家、社区都无从置身其外, 无路可逃, 无处可逃, 唯有承担起减少和防范风险的责任。

在贝克与吉登斯、拉什合著的《自反性现代化》(贝克等 2003: 15 - 57) 一书中, 他们提出早期现代性解决的是传统社会的风险, 但也产生了新的风险, 这些风险的累积构成晚期现代性的时代与社会的特征。他们还分析了“有组织地不负责任”(organized irresponsibility) 的状况: 尽管现代社会的制度高度发达, 关系紧密, 几乎覆盖了人类活动的各个领域, 但是它们在风险社会来临的时候却无法有效应对, 难以承担预防和解决的责任; 就人类环境来说, 亦无法准确界定数个世纪以来生态破坏的责任主体。各种治理主体反而利用法律和科学为自己的不负责任进行辩护。贝克在其《风险社会》一书发表两年之后又出版了《解毒剂》(Gegengifte) 一书, 副标题即是“有组织地不负责任”。他指出, 公司、政策制定者和专家结成的联盟制造了当代社会中的危险, 然后又建立一套话语来推卸责任。这样一来, 它们把自己制造的危险转化为某种“风险”。“有组织地不负责任”实际上反映了现代治理形态在风险社会中面临的困境。

(二) 中国食品安全危机的结构与过程

处于全球风险社会中的中国食品安全问题具有共同的和独特的危机性质。作为日常饮食方面的风险,并非来自不可预知的自然灾害,也很难说出于“人为制造出来的不确定性”,而是源自利益驱动的故意行为和有关部门“有组织地不负责任”。

就转型过程中的中国社会而言,食品安全问题具有相当的复杂性和叠加特点。阎云翔指出,从概念范畴来讲,“食品安全”至少具有三个基本层次和向度:其一,传统的食品卫生问题;其二,由于现代化生产、流通、消费方式所带来的非安全食品问题;其三,我国独特的“有毒有害食品”问题(阎云翔 2011)。在某种意义上,当代中国在这三个不同层次上产生的不同风险纠缠在一起,组成了混合型的风险。正如笔者曾经谈及的,生产者同时也是消费者,即所有的造假者、掺毒者同时也是其他有毒有害食品的食用者。这种“平庸的恶”具有某种相互性,其渗透到整个社会肌体,就会造成信任结构的崩塌。而这一危机,并非仅仅是科学技术和生产、监管所能解决的;它既是社会、文化的问题,也是制度环境的问题,因而必须从社会结构与制度层面探讨解决之道。

显而易见,食品安全危机恰恰是贝克意义上的没有“外部”、没有“他者”的风险,所有人身在其中,无处可逃,今天是他人的不幸,明天就可能落到自己头上。而此风险不仅来自未知,更来自信任缺失。尤其是在一个现代/后现代社会中,系统信任的丧失,即对体制、专家和正规渠道信息等系统的信任丧失殆尽,而这种信任缺失会使人们的风险感急剧提升,甚至陷入恐慌,塔西佗陷阱效应凸显。然而吊诡的是,风险意识甚至恐慌并不能从根本上帮助人们化解危机,因为人们并不知晓风险的结构原因,也不知道出路何在。在这样一个“风险社会”中,是否有解决食品安全问题的社会路径?生产绿色安全农产品的社会企业的社会自助与社会自救是否可以奏效?社区支持农业(CSA)的努力能否带来社会信任的重建?这种重建是人际信任的复归,还是新社会关系信任的建立?这些都是本文想要探讨的问题。

应对食品安全问题呈现出社会分层的结构与特点

吉登斯、贝克等认为,风险社会的秩序并不是等级式的、垂直的,而是网络型的、平面扩展的,因为风险社会中的风险是“平等主义者”,即它不放过任何人。风险社会的结构不是由阶级、阶层等要素组成的,而是由个人作为主体组成的,有明确地理边界的民族国家不再是这种秩序的唯一治理主体,风险的跨边界特征要求更多的治理

主体出现并达成合作关系(杨雪冬 2004)。

在应对食品安全风险上,消费者通常采取哪些策略呢?根据公众问卷调查 4 的结果,排在前三位的方式分别是购买超市绿色食品、老家获取和自行租种,其后有 24.0% 的人采取海外购买,22.1% 的人通过单位供应,14.5% 的人通过社会化组织供应,10.3% 的人通过有机集市购买,等等。仅有 21.4% 的消费者未采取措施。^②(见表 1)

表 1 食品安全应对措施分布(多选)

	频次	响应百分比(%)	样本百分比(%)
单位供应	227	9.6	22.1
社会化组织供应	150	6.3	14.6
有机集市购买	106	4.5	10.3
购买超市绿色食品	449	18.9	43.7
自行租种	335	14.1	32.6
老家获取	386	16.3	37.6
农户供应	214	9.0	20.8
海外购买	247	10.4	24.0
未采取措施	220	9.3	21.4
其他	37	1.6	3.6
Total	2371	100.0	230.6

有效样本数: 1028

从社会结构层面思考食品安全问题是社会学的应有之义。虽然如吉登斯等所言,风险社会的秩序是平面扩展型的,是“平等主义”的,但现实中我们不难看到,人们在应对食品安全危机的行为选择方面却是相当不同的,或者说是等级式的、分层的。在食品安全状况日趋恶化、社会保护与解决机制仍未建立的前提下,作为个体同时属于不同社会阶层的人们开始了种种“自救”的尝试。在此,规避食品安全危机的社会分层机制得以显现。

社会分层结构是一个国家或地区最为基本和重要的国情,如何解决食品安全问题也离不开社会结构的分析视角。根据陆学艺(2002)的研究,以职业分类为基础,以组织资源、经济资源和文化资源的占有状况为标准,当代中国社会可以分为十大社会阶层。按照大致划分的标准,我们可以发现不同社会阶层群体应对和规避食品安全危机的策略、机制和逻辑有所不同。

其一,单位制解决方式。即单位自建的农产品供应基地,生产各类蔬菜、水果、粮食、禽蛋和肉类以供应单位所属人员和食堂。其所使用的肥料、农药等多是有机或生物性的,种植与饲养都有严格的标准化程序和要求。这些被称作特供产品的蔬菜、水果和粮食等,都是绿色安全无污染的食品。^③作为一种食品供应体系,特供食品生产具有其自身的运作机制和风险规避机制,而其最大的特点就是限定于单位内部,与农产品市场不发生直接关

系,自然也无法提供覆盖全社会的解决方案。这种在单位身份范畴内解决食品安全问题的方式不少见于媒体报道,但囿于条件限制专门的研究比较少。

其二,中等收入以上阶层的高价购买策略。这种基于食品市场的解决方案有两种路径,一是在市场上购买有绿色安全标志的食品,其中最典型的表现就是“青睐高价洋货”(帅满 2013;鲍小东 2011)。零点公司的一项调查,通过对北京、上海、广州、武汉、成都 5 个城市 1059 名中产家庭的主要收入来源者进行入户访问,36.6% 的受访者表示有境外购物经历,在这部分人中还有超过半数的受访者表示未来还计划进行境外购物;14.3% 的受访者表示未来有进行境外购物的计划。北京的受访者对代购网站的依赖度最高,达到 28%,这其中最想购买的就是“食品”。^④由此可见,对于具有相当经济实力的中等及以上阶层而言,他们可以选择用“花高价买洋货”的方式来尽可能地获得安全的食品,比如婴幼儿奶粉。二是选择某一专业生产安全食品的社会企业作为长期客户,消费其提供的绿色安全食品,当然是以高出一般市场价格购买。

其三,农民的“分种”策略。通过调查不难发现,肩负着城市居民蔬菜、水果和肉禽供应的农民在食物生产的源头进行了或多或少有意识或无意识的分类处理:即分种自己吃的和卖给城里人吃的(王世腾、张超 2013)。他们通常在房前屋后种植一小块菜地或少量果木,不打农药,不施化肥,用于自己消费;而将大面积种植的通常使用农药化肥(常常残留超标)的作物卖到城市农产品市场。这体现了这个阶层群体面对食品安全风险的一种独特的生存逻辑和价值伦理。值得注意的是,城市中部分老家在农村的市民会从老家亲戚手中获得这种安全食品以满足安全消费的需要。“分种”背后的机制和逻辑值得进行深入探究。

其四,城市平民的“生产自救”策略。普通市民应对食品安全问题的方式需在安全健康和可以承受的价格之间进行平衡,而他们的选择也相对多样。譬如,他们会在自己的居住地附近、自家小院、屋顶甚至公共绿地开辟小块园地种植蔬菜,一些市民在自家阳台上、花盆里种植一些常用的辣椒、蒜苗、葱等佐料性蔬菜,也有培育不需土地的芽苗菜和利用无土栽培技术种植蔬菜;还有一些市民承包社会企业发包的小块田地,自己劳动种植一些绿色蔬菜或由社会企业代为管理;他们通常也会在超市中选择购买价格尚可接受的绿色安全食品,或在周末前往社会企业及相关组织举办的“农夫市集”进行采购,等等。^⑤这种“生产自救”反映了普通市民阶层应对食品安

全风险的一种生活策略。但显而易见,其作用和效果常常有限,并不能从根本上满足其饮食安全的全部需要。

其五,城市贫困群体和农民工群体的无所应对。作为社会下层群体,由于在知情权、知识水平、消费能力等方面相对弱势,他们应对食品安全风险的能力也是最弱的。这类下层群体通常只能买得起什么吃什么,而很难顾及食品的质量、营养和潜在危害,即使对他们的孩子也无法考虑到食品安全是否有保障的问题。^⑥特别是在城市务工的农民工,其流动不定和偏低水准的生活境况更使其无暇顾及和应对形形色色的食品安全问题。

通过对以上五个阶层群体的勾勒和分析可以发现,各个不同的社会阶层都以各自的方式应对食品安全问题。如果将食品安全问题看成是一种社会性的风险,那么现代社会中的财富分配逻辑已经逐渐转为规避风险的逻辑(阎云翔 2011),或者说社会地位决定了应对社会风险的策略。而应对风险的不同机制和逻辑反过来进一步分割且固化了社会分层结构。对于食品安全问题,这种分层化和个体化的“自救”方式仅仅是有限地满足了特定群体的食品安全需求,却不可能从社会系统层面解决问题,也不可能从根源上解决食品安全问题;而且,它使得整个社会系统的问题被分割开来,悬置起来,甚至趋于恶化,出现马太效应。因此,寻求根本上的社会共治和社会自救之道,就成为全社会的共同任务。

社会企业:寻找安全食品的社会自救之路

在上述食品安全危机和社会分层的背景之下,一种探寻制度化解决路径的努力从社会自身逐渐产生和扩展起来,这就是专业生产绿色安全农产品的社会企业的发展。社会力量的加入不仅可在一定程度上解决食品安全问题,同时使得社区的发育与社会信任的重建成为可能。本研究试图从社会企业的角度来探讨立足社会与市场的危机解决之道。

福山在其《信任:社会美德与创造经济繁荣》一书中指出:虽然“今天所有的政治问题都围绕着经济问题”,但经济立于社会生活中,若要理解经济,则必须要了解现代社会如何进行自我组织这一更为宏观的问题,二者不可分离。人类自组织的共同体是信任生成的园地,而与此不可分离的是更为内在的市场关系中信任的文化基础,也就是信任基于何种理念。福山认为:经济行为是社会生活中至关重要的一环,它由各种习俗、规则、道德义务以及其他各种习惯连缀在一起,塑造着社会。亚当·斯密对此体悟甚深,经济生活是社会生活中不可分割的一

部分,要理解经济行为,就不可能将其与习俗、道德观和社会习惯分割开来。简言之,它不能与文化脱节。在福山所分析的各国案例,都表现出“经济参与者互相支持,是因为他们相信,彼此之间已经构建出一个基于相互信任的共同体”。而“每一个案例中的共同体都是文化共同体,基于每一个共同体成员内心中的道德习惯和道义回报”(福山 2001:7-13)。

通常,传统信任与现代信任的区别体现为人际信任和系统信任。不难理解,现代社会的信任主要来自系统信任。系统信任是指陌生人之间能够建立起的信任,通常来自对权威的信任,即对有合法性的公权力的信任;对专业体系的信任,即对有专业知识和规范的专家系统的信任;对规则的信任,即对法律、规则、制度的信任。系统信任中,对法律、制度的信任最为重要。福山曾指出“依韦伯之见,现代经济世界的形成与契约的兴起同样有密切的关系。产权法、契约和稳定的商业法体系等制度的发展,是西方崛起的关键所在。如果说规则和契约对现代商业来说普遍重要,那么同样显而易见的是,在现代工厂,规则和契约离不开对信任的需要。”(福山 2001:201-203)

贝克也指出:通过个人行动、社区组织和非政府组织,公众尤其可以对地方性的环境问题产生巨大的影响——他们既能影响政府,也能影响企业(贝克等 2010:208-231)。

面对食品安全问题,当消费者对专家、对市场的信任趋于瓦解又难寻根本性的解决之道时,一些社会组织以此为契机涌现出来,在健康食材的生产、销售中发挥着相当重要的作用。有诸多以生产安全食品为业的社会企业承担起社会责任,以食品生产和销售为纽带,致力于建立生产端的生产者自组织和消费端的消费者自组织及其相互连通。在这一过程中互联网技术的运用发挥了至关重要的作用,进而安全食品的生产与社会信任的重建在一定程度上并进同行。

(一) CSA 的理念与实践

社区支持农业(Community Supported Agriculture,简称“CSA”)于 20 世纪 70 年代起源于瑞士,并在日本得到最初的发展。1985 年以后,社区支持农业在美国大规模发展起来,CSA 泛指把消费者同食物生产更紧密联系的举措(陈卫平 2014;戴君玲 2010)。一般来说,消费者提前支付一定期限(通常为一年)的费用,生产者在年初得到这笔收入或资本,在收获季节给予消费者新鲜的本地农产品,中间供应商的环节被抽出(P. Fieldhouse, 1996;

Cone & Myhre, 2000; A. L. MacMillan Uribe, et al, 2012; C. Kaltsas, 2015)。尽管 CSA 存在多种不固定的模式,但它们都遵循五个共同原则:健康生产、承诺、互助、本地化与直销(陈卫平 2014)。

作为一种独特的农业经营和发展模式,CSA 通过安全食品的生产、供应和享用将农村社区中的农民与城市社区中的居民有机联系起来,形成一个社会利益共同体,因此,该模式的运作离不开城乡社区邻里和谐关系和组织载体的构建。而采取社区对接的方式连接生产者和消费者,也有助于解决 CSA 农场消费者分散、营销渠道不够多元的问题。

中国的 CSA 发展虽然还处于初期,但近年来各地的 CSA 农场层出不穷,有些已经小有规模,总数超过了 500 家。国内 CSA 渐成规模的主要原因在于食品安全问题的严峻性以及解决乏力,这与国外保护环境、支持农户的侧重点不太相同。而当食物的商品性消费转变为公民性表达,消费者群体用购买力构建社会主体和政治行为的新地带时,未来“食物政治”的基础就此构建(De Tavernier, 2012)⑦

(二) CSA 社会企业的运营模式与客户关系

值得注意的是,上述 CSA 社会组织由于亲身参与到安全食品的生产、售卖过程中,对其组织性质的界定就不再是非营利的“社会组织”,而是“市场+社会”的社会企业形式。这种“市场+社会”的复合型组织,比传统企业多出的是明确的社会使命,而非营利组织多出的是创造利润的能力。在为寻求安全的消费者提供食品的同时,社会企业是否能通过生产者-消费者共同体的搭建,重构社会信任从而承担起社会重建的部分责任?本研究将以 F 和 L 两家社会企业⑧为典型案例探讨其运作模式及制度逻辑。

1. 生产经营模式

F 农场位于 B 市郊区,创始人可谓国内倡导 CSA “社区支持农业”的第一人,她参与创立的“小毛驴市民农园”自成立伊始就受到了社会的广泛关注,虽然后来出走“小毛驴”创办 F 农场,但其在青年农民和都市消费者中的影响力依然不减。F 农场目前有 600 多户会员家庭。L 企业创立之初并非实体农场,运营团队位于东北 D 市,合作的农户则在邻省负责生产,主营电商模式。创始人因早年公共事务经历积攒了一大批忠实“粉丝”,这群自称为“吃三块钱鸡蛋的人”成为其商业和社会探索的消费者与社群基础。L 企业目前的会员数量超过 1000 人。

虽然是在同样食品安全环境下应运而生的社会企

业, F 农场和 L 企业仍有各自在实际运作上的特点。其相似点在于: (1) 以企业即市场组织的形式存在, 但都有建立“社会性王国”的志向; 同样是预先付费的会员制, 同样致力于生产者和消费者两端的自组织建设。(2) 两位领导者都是具有相当影响力和社会资源的公众人物。另外, 除了组织经营模式有所不同, 两位领导者不同的社会理念导向和制度设计方式也形塑了差异化的生产者/消费者自组织和企业组织架构。

F 农场除了在市郊与一家农户建立合作关系之外, 团队主体在柳村承包了 40 亩蔬菜大棚基地和 220 亩果园基地。其经营的主要模式是团队 + 农户合作社, 提前预付、每周配送的宅配模式是其主干业务。配送份额分两种——3000 元档的友情团和 8000 元档的铁粉团, 每年 4-5 月份招募新会员、收取预付费用。不同档位的配送份额单位价格相差不大, 每次会员点菜下单后直接从预付菜款中扣费, 直至扣完为止。生产团队会在年初或季初制定生产计划, 购种、育苗、移栽, 蜜蜂和人工结合授粉, 定期打理植株; 有机粪肥和自产沼液施肥, 废弃蔬菜交给厨房或喂猪, 购置玉米豆子喂鸡等。

除了宅配业务之外, F 农场也有其他几种业务模块。第一, 食物社区/共同购买, 以团购的形式处理生产的蔬菜, 分社区片区设自提点。第二, 劳动份额, 每户会员租种 30 平方米土地, 种下喜欢的蔬菜, 每周亲自耕种, 收成自取。但这种形式并未形成规模。第三, 在有机农夫市集上常设摊位, 但一般都以售卖剩余蔬菜为主。第四, 相应的食育项目, 在校园或社区组织自然饮食健康讲座或实践课程, 传播健康生活理念。

L 企业以邻省的农民生产合作社作为基础的生产基地, 五百多亩含山坡的田地中养了两万多只鸡、一百头牛和数十亩蚯蚓, 同时种植 495 亩有机玉米。蚯蚓喂鸡(产蛋), 同时作为玉米的有机肥料, 玉米收获籽实后秸秆喂牛(产肉), 牛肉及加工产品出售, 形成生态农业闭环。L 企业初创时的主干业务是卖鸡蛋, 会员用户于年初购买 1188 元的鸡蛋“年卡”, 每月得到一盒 30 枚土鸡蛋, 一年发 13 个月的鸡蛋(多一个月作为运输中破损补偿)和两只鸡, 相当于两只鸡为一户会员消费者下了一年的鸡蛋。领导人 XZR 称之为“将商品销售转换为服务托管”(151119-RT)。从招募“放牛班”开始, L 企业陆续开展养牛、养猪等畜养项目, 同生产者和消费者的合作进一步扩展。^⑨

2. 日常运营程序: 从下单、配送到售后服务过程

F 农场日常的宅配业务是从生产和需求数量的匹配

开始的。第一天清晨 6 点, 生产团队巡视并预估当天各种菜品的采摘量, 上架到电商平台, 供会员消费者下单; 傍晚, 根据消费者实际点菜消费量列出清单。第二天清晨完成采摘; 从大棚采出新鲜的菜品后, 配菜团队负责称斤分份和打包工作; 物流团队根据订单信息分配配送路线, 约 600 家会员分市内 3-4 条线路, 根据不同路线区域完成菜箱装箱; 傍晚物流装车。第三天清晨 5 点出发陆续配送至会员家中。

从下单到采摘, 再到装配和物流, 每一趟完整的配送需要两天。理论上而言, F 农场的宅配模式保证了城市会员吃到当季、当地新鲜的健康蔬菜, 同时也使土地上生产出来的蔬菜能得到及时采摘与销售。但这并不意味着所有产量都能够得到有效利用, 整个运营流程中各个环节的衔接至关重要, 现有产量预估是否准确、会员是否及时下单、不同蔬菜品类需求不一、是否得当保存等状况都可能导致供求不平衡或消费体验差等现象。F 农场对于会员反馈的负面体验, 最常采用的措施是解释、道歉并免费补发一份。

与 F 农场不同的是, L 企业主打电商模式, 遍布全国的异省消费者占绝大多数。对于每天“飞来”的全国订单, 第三方订单系统会先把鸡蛋年卡用户和零售消费者区分开来, 合作农户根据不同的发货时间准备产品(如捡蛋、杀鸡等)、包装、装车交给顺丰物流发货, 零售产品直接从货仓发出。在具体的农产品配送环节背后, 多方都在铆劲: 企业负责人 XZR 在全国寻找高价值农产品和值得信任的农户^⑩, 位于 D 市的电商团队为产品设计售卖形态和包装, 同时负责产品上架后的宣传和促销活动、售后的服务和管理等。

生产、管理团队分属两地增加了沟通成本, 使得 L 企业对产量和需求的把控略失精准, 供应不够就下架、供应过多就“吆喝”促销的运营方式较为常见。然而, 负责人良好的机制设计能力降低了企业可能遭遇的更多风险, 如众多支持型消费者带来的诸多销售渠道, 以及通过“消费者不满意就退钱”、品质问题造成的损失农户承担等售后规则敦促生产者按合同要求的质量生产。严格品控等做法是 L 企业保证产品质量并赢得消费者认同的重要举措。

3. 与社区的对接: 消费者有机化的尝试

F 和 L 两家社会企业都在努力进行市场之外的尝试, 即消费者的有机化过程。由于组织理念、载体和机制等方面的差异, 两家组织在与消费者客户关系方面也存在较大差异。^⑪

F 农场“慢热”的在地参与。F 农场致力于推行 CSA

理念,即市场经济行为也应涵盖健康饮食、社区联结等社会理念。F 农场所创立的“大地之子”食育项目就实践了该理念,该项目也是企业负责人在外界的重要标签。为了让更多消费者不仅仅是“买菜”,而且认同 F 农场不只是一个“卖菜的”,团队做出了很多努力,具体举措按照参与程度由浅至深分别有以下几种(如图 1 所示):

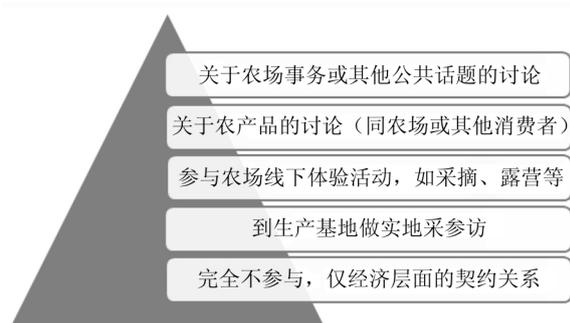


图 1

由于 CSA 本地化概念的限制, F 农场绝大部分消费者都位于 B 市, 公共活动以线下的、在地的形式为主。从线上模糊的个体认知, 到线下活动中的实际接触, 主动了解食物生产来源对纯粹经济意义上的消费者已然是不小的转变。当个体认知变成群体沟通内容, “讨论”也就成为可能; 进而, 讨论话题从食物本身, 到农场生产事务, 再到可能的社会公共事件, 理想的消费者组织结构可能会逐渐成形。

2016 年 5 月底, F 农场召集 11 位会员成立了第一届会员核心小组, 希冀来自各行各业的消费者能更多地参与农场事务(生产监督、事务管理、理念传播等), “会员与团队共同治理、协作共赢, 实现餐桌安全”(160430-核心小组章程)。这个被负责人看作是具有“历史性”的举措, 实施不到一年就偃旗息鼓。对此, 负责人 SY 认为是消费者的意识还没发展到成熟阶段的结果。

L 企业: 线上互动与线下自治的尝试。L 企业的消费者组织化也是不断试错的探索过程。“培养消费者参与公共生活的热情”是负责人尝试做消费者共同体的初衷, 他认为通过“对高品质食物的共同追求可能会在社区里创造出美好的人际交互和健康的公共生活”(160315-RT)。消费者组织化带来的社会资本在融资和购买力等方面都能在一定程度上反哺 L 企业的市场经营, “只要用户彼此间动起来, 就能为自己创造价值”(RT-150818), 因此“赚钱”和“公共性”是同等重要的目标。更值得注意的是, 两者在他的机制设计下不仅不会彼此牵绊, 而且能够实现极强的耦合。

一次有意思的组织化的尝试是在 B 市召集本地消费者, 创建线下送蛋小组活动, 每人享受年卡折扣优惠(同时为企业节省物流成本), 但需要大约 10 人共享一个收货地址, 每月一人轮换着开车为其他小组成员送鸡蛋, 希望能建立基于送蛋的小型公共团体。但由于缺少相应的约束机制, “送蛋”这个事务性的工作逐渐被小组成员忽视, 他们向 L 企业提出“只交朋友不送蛋, 仍然发快递”的要求。起初的聚餐和讨论虽然很活跃, 但随着时间的推移, 小组成员之间的情感联结减弱, “蛋网”未能带来持续的线下交流互动。

“送蛋”之后, 负责人意识到两点教训: 一是不再强行建立线下的组织, 无论线上线下, 只要是因为某个共同行为而产生的某种形态或程度的组织, 都可以是带有公共性质的“共同体”(RT-160315); 二是在组织化过程中, 实务性工作不能缺席, 这是保持更高层次互动的基石。

总的来说, 虽然 F 农场和 L 企业还未形成完整、成熟的消费者组织形态, 但他们致力于通过共同消费健康食品形成消费者共识, 并努力搭建良性的公共讨论平台, 这无疑有益于“Food Citizenship”(De Tavernier, 2012)和消费者社区的形塑。^⑫

(三) 我为什么相信你?

社会企业自身的建立和成长, 企业与农户及农村社区的合作关系, 企业与消费者客户的互动和交换关系, 都离不开相互的信任; 在经济-社会活动中信任关系如何建立和持续, 尤其是在系统信任结构已经严重破损的背景下如何重建信任是每个企业都面临的挑战, 也是社会学研究无法回避的重要课题。

近些年在中国出现的以“塔西佗陷阱”(耿静, 2013)命名的公信力丧失后难以重建的困境, 在食品安全领域有突出体现。在人际信任和系统信任双双弱化甚至瓦解的情境下, 在作为消费者的公众已成惊弓之鸟、什么都不敢相信的情况下, 生产绿色安全农产品的社会企业靠什么安身立命? 又如何在生产经营的同时培育消费者共同体? 在前面的陈述中我们大致介绍了团队的运营模式和建立客户群并促进其自治的努力, 问卷调查的数据可从另一角度展示信任建立的主要影响因素。

比较公众和用户(F 农场和 L 企业客户)对相关组织的信任程度不难发现, 普通公众对于绿色安全农产品生产企业的信任程度不高, “说不好”、“不太信任”和“完全不信任”的占比大大超过“基本信任”和“完全信任”(详见表 2)。这样的结果也不出意料。^⑬

表2 公众与用户对目前 CSA 社会化农产品生产组织信任程度

	公众	用户	差值
完全信任	1.7	8.6	-6.9
基本信任	19.6	48.4	-28.8
说不好	43.5	33.6	9.9
不太信任	29.2	8.3	20.9
完全不信任	6.0	1.2	4.8
Total	100.0	100.0	

信任当然也和消费者满意度有关^⑭, 或者说是消费相关农产品的过程中逐渐形成的(详见表3)。

表3 用户总体满意度

	频次	频率	累计频率
非常满意	111	32.7	32.7
比较满意	177	52.2	85.0
一般	48	14.2	99.1
不太满意	3	0.9	100.0
Total	339	100.0	

作为社会企业客户的消费者选择该企业的产品当然建立在对其信任的基础上; 我们不妨再具体看看信任主要来自哪些考量(详见表4)。

表4 用户对社会组织/企业的信任程度

	非常不信任	不太信任	一般	比较信任	非常信任	Total
负责人人品	2.7	5.0	13.9	15.3	63.1	100.0
负责人理念	2.4	4.1	15.3	15.9	62.2	100.0
产品认证	5.3	7.4	27.4	20.4	39.5	100.0
种养殖技术	3.0	8.6	28.3	26.0	34.2	100.0
生产组织机制	2.7	8.6	24.2	26.3	38.4	100.0
Total	3.2	6.7	21.8	20.8	47.5	100.0

调查显示, 企业负责人的人品、理念是客户信任形成的最重要影响因素; 产品认证、种养殖技术、生产组织机制三项处于相当接近的程度, 低于前两项的影响。若比较两个社会企业建立客户信任的机制和特点, 可以发现, 企业负责人得到的信任都相当高, 虽然他们各自的人格特点、价值理念以及由此导致的运营方式各有不同。例如 F 农场负责人较多从绿色有机农业的专业角度着眼, 围绕健康消费、环境友好理念与客户互动, 通过“食育”等项目培育团队成员和客户群体的“新农人”“社区支持农业”等意识。L 企业负责人则更多地强调消费者共同体的存在与自治, 期望消费者在共同消费过程中学习公共参与和公共讨论, 成为公民消费者。在信任程度的各项指标上, 两个社会企业略有差异。^⑮(详见表5、表6)

表5 用户对社会组织/企业的信任程度(F 农场)

	非常不信任	不太信任	一般	比较信任	非常信任	Total
负责人人品	6.1	10.5	17.5	12.3	53.5	100.0
负责人理念	5.3	6.1	20.2	14.0	54.4	100.0
产品认证	5.3	8.8	24.6	21.9	39.5	100.0
种养殖技术	6.1	7.9	22.8	21.9	41.2	100.0
生产组织机制	4.4	8.8	19.3	25.4	42.1	100.0
Total	5.4	8.4	20.9	19.1	46.1	100.0

表6 用户对社会组织/企业的信任程度(L 企业)

	非常不信任	不太信任	一般	比较信任	非常信任	Total
负责人人品	0.9	2.2	12.0	16.9	68.0	100.0
负责人理念	0.9	3.1	12.9	16.9	66.2	100.0
产品认证	5.3	6.7	28.9	19.6	39.6	100.0
种养殖技术	1.3	8.9	31.1	28.0	30.7	100.0
生产组织机制	1.8	8.4	26.7	26.7	36.4	100.0
Total	2.0	5.9	22.3	21.6	48.2	100.0

从社会企业信任关系建立的过程来看, 人格魅力、价值理念、制度机制, 都有着不可忽视的作用; 但三者并非各自独立地起作用。人品人格除了呈现为比较外在的学历、经历、广告效果以外, 许多是通过所作所为得以呈现的。理念则除了负责人有意识地表达外, 还需要通过他们所做事情和建立何种企业制度与企业文化体现出来。比如有的企业负责人着力于规则、机制的建立, 有意识地减少个人因素的作用, 期待企业的运作依靠法治而非人治, 或许功效难以成于一时, 但这种有意识地探索和努力无疑是难能可贵的。人格魅力、价值理念、制度机制在企业运行过程中相互作用, 互为因果, 加上互联网带来的全新互动方式与传播作用, 新的信任关系曙光初现。这种对社会主体的信任不同于传统的人际信任, 也不同于现代的系统信任, 但却融合并转化了二者的社会结构, 可以说是一种在原有信任结构瓦解的背景下, 基于对自主判断和新社会联结的自信, 并通过互联网而形成的新的社会信任。当然这一新的社会信任关系尚处于不断生长演化中, 或许也同时处在变形幻灭中。通过生产和消费健康食品的社会行为建立新信任关系还有很长的路要走。

结论与讨论: 社会信任的重建与自治社会的生长

通过以上对相关社会企业的生产过程、销售配送环节、组织结构、对接社区的方式、客户信任建立等方面的分析, 我们可以大约看到新社会信任生成的过程、效果和困境。有两点发现颇耐人寻味:

其一,价值、理念的认同是产生信任的重要条件。这里有关食品安全和共同消费的理念并非只是作为知识和观念的存在,它们是在社会企业和消费者共同体的实践中体现并生成演变的,是互动和行动的产物;也是人格魅力、价值理念、制度机制共同作用的结果。

其二,互联网经济对新媒体技术的使用则是建立信任的全新途径。人们为何对未曾谋面或了解有限的社会企业产生信任?为何认同其价值理念?领导者的人格魅力如何为消费者所知?作为虚拟社区的互联网在现实社区的形成和演变中发挥了极其重要的作用,它不仅是连接生产组织和消费者的主要平台,即在生产、订购、配送、售后、品控等方面起着主渠道作用,而且是新的信任结构形成的途径。在人际信任和系统信任都面临危机的情境下,基于虚拟社区建立的信任尤其值得深入研究。

上述两个社会企业的自我定位十分明确,他们都将自身定义为企业组织。这里有一个需要探讨的理论问题:社会企业的本质属性是社会还是市场?社会与市场在信任建立过程中是什么关系?哪一维的作用更为重要?

人的经济活动嵌入于社会关系,是社会科学研究中经久不衰的重要命题。经济人类学家卡尔·波兰尼早在对19世纪英国史的考察中就提出“能动社会”(Active Society)的概念。他认为,人类的经济生活原是嵌于非经济的制度和社会关系之中的。而当市场逻辑全面渗透于人类生活时,与市场扩张相抗衡的则是社会的自我保护运动:面对市场的侵蚀,社会本身展开动员,产生出各种社会规范和制度安排,诸如工会、合作社、争取减少工作时间的工厂运动组织、争取扩大政治权利的宪章运动,以及政党的初步发展等,以此来抵御和规制市场。这种对市场过程做出积极回应的社会就是“能动社会”(波兰尼,2007)。不难理解,波兰尼是站在社会本位立场对市场持防范和规制(regulation)态度的。

在讨论有关信任问题时,福山引出社会学家詹姆斯·科尔曼(James Coleman)的“社会资本”概念,即群体或组织内部的人们为了某些共同目标而合作的能力。这类结社的能力取决于共同体内规范和价值共享的程度,并且它能让个人利益服从全体利益,进而价值共享缔造信任,而信任则具有巨大的且可衡量的经济价值(福山,2001:10-11)。如若“社会资本”匮乏,则导致相反的过程:信任关系难以建立,经济运作成本上升,市场活力严重不足。在健康的市场经济中,应该有足够的社会资本支撑整个社会,使企业、公司、网络组织等等能够自行组织起来。这种自我组织习性也正是使民主政治体制顺利

运转的必要条件。只有建立在民众自治之上的法律,才能将自由制度转化为有序的自由(福山,2001:330)。

在相关的理论脉络上,我们希望以生产安全食品的社会企业实践为例,进一步探讨市场与社会的关系及其在信任重建过程中的作用。首先,我们所理解的能动社会的概念并不是要否定市场经济,而是反对市场化/商品化渗透到社会的方方面面,成为人类生活唯一的组织原则。有关嵌入性的问题,与其强调人类的经济活动是嵌于非经济的制度和社会关系之中,不如将其理解为市场与社会的相互嵌入(inter-embedding)。从发端来看,人类部落社会(初民社会)时期的社会交换是从经济交换开始的,是为生存和发展的需求而进行的物品的交换、礼物的交换甚至是婚姻的交流。或者毋宁说,人类早期的交换活动很难分清是经济性质还是社会性质的活动(莫斯,2005)。而今天的社会企业实为采用市场与社会并驾的方式,并且立足于市场经济。

社会信任的建立和维系与一个社会中人们的契约意识密切相关,而契约意识始于经济活动和市场秩序,即有法律保证的市场经济。福山对经济活动的理解也是从现代社会如何进行自我组织这一角度展开的:虽然“今天所有的政治问题都围绕着经济问题”,但“经济立于社会生活中,若要理解经济,则必须要了解现代社会如何进行自我组织这一更为宏观的问题,二者不可分离”。福山进而指出,“社会资本根植于文化,它是信任的熔炉,是一个经济体健康与否的关键”(福山,2001)。不难判断:比较健全的法治和比较健康的社会是市场经济得以正常运行的基础与条件。我们同样可以将这一判断用以理解社会信任重建过程中市场机制与社会组织的相互嵌合。

通过CSA社会企业解决食品安全问题的自救努力,探讨风险社会中社会信任重建的可能性与困境,本研究尚处初始阶段,有太多问题需要在深度和广度上努力拓展。信任来自何方,单位?市场?还是社会?它们之间如何互嵌与互动?信任与市场经济、法治秩序和道德秩序的关系如何?社会企业的实践为我们回答这些根本性的社会学问题提供了材料和视角,也打开了更为广阔的探索空间。☞

①《汉书·酈食其传》:“王者以民为天,而民以食为天。”

②现实中每位消费者都可能采用不止一种应对方式,1028位消费者总响应数为2371,说明平均每位消费者采取了至少2种应对方式。

③相关情况可参见“中华人民共和国特供体制”维基百科(<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%B8%AD%E5%8D%8E%E4%BA%BA%E6%B0%91%E5%85%B1%E5%92%>)

8C%E5%9B%BD%E7%89%B9%E4%BE%9B%E4%BD%93%E5%88%B6;《“特供”不除,食品安全永无保障》(<https://www.weibo.com/ttarticle/p/show?id=23094041940609979125>)。笔者也曾参观过某单位食品生产基地,解决食品安全问题的单位制方式是确实存在的。

- ④《近三成北京中产依赖代购》北京晨报网 2012 年 8 月 22 日。
- ⑤参见《食品安全引发民众自种蔬菜 阳台房顶成菜地》(<http://www.chinanews.com/sh/2011/05-24/3060968.shtml>);《食品安全问题催生都市种菜族》(<http://www.biodiscover.com/news/politics/85271.htm>);《包地种菜:还自己安全的餐桌》(<http://finance.ifeng.com/news/20101130/2977320.shtml>)。
- ⑥清华大学媒体与儿童健康研究课题组《都市边缘的饮食行为与健康观念:一项对北京农民工子女饮食文化的人类学研究》2004 年 8 月。(本研究中文未正式发表)
- ⑦⑧⑨⑩⑪⑫颜青琪《安全食品的生产与社会的生产——两个社会企业的比较研究》清华大学硕士学位论文 2018 年。
- ⑬基于企业具体组织形态的差异,本文以下称“F 农场”和“L 企业”。
- ⑭除鸡蛋有固定合作的农业基地外,其他零售农产品和附属产品生产单位相对灵活,地域也较为分散。
- ⑮如果将信任视为连续变量,与受访者类型(即公众还是用户)进行单因素方差分析, $p < 0.000$ 。两类用户平均信任度为 3.55(0.810)和 2.82(0.874)。
- ⑯二者简单相关系数为 0.2997, $p < 0.000$ 。
- ⑰F 农场和 L 企业获得用户信任的内容和方式略有不同,需要更进一步的讨论。

参考文献

1. 安东尼·吉登斯《现代性的后果》,田禾译,译林出版社,2000 年。
2. 鲍小东《“供港蔬菜”真相》,《南方周末》2011 年 9 月 22 日。
3. 贝克、邓正来、沈国麟《风险社会与中国——与德国社会学家乌尔里希·贝克的对话》,《社会学研究》2010 年第 5 期。
4. 波兰尼《大转型:我们时代的政治与经济起源》,刘阳、冯钢译,浙江人民出版社 2007 年。
5. 陈卫平《社区支持农业:理论与实践》,经济科学出版社,2014 年。
6. 戴君玲《台湾社群支持型农业的发展与运作:岛屿社群生机农场的个案研究》(台北)台湾大学 2010 年。
7. 菲利普·费尔南德斯·阿莫斯图《食物的历史》,何舒平译,中信出版社 2005 年。
8. 福山《信任:社会美德与创造经济繁荣》,彭志华译,海南出版社 2001 年。
9. 耿静《政府信任的差序化:基层治理中的“塔西佗陷阱”及其矫治》,《理论导刊》2013 年第 12 期。
10. 郭于华《天使还是魔鬼——转基因大豆在中国的社会文化考察》,《社会学研究》2005 年第 1 期。
11. 郭于华《关于“吃”的文化人类学思考》,《民间文化论坛》2006 年第 5 期。
12. 郭于华《以公平正义为基础建设好社会》,《人民论坛》(学术前沿)2012 年 12 月号。
13. 郭于华《福山的慧眼:社会资本积累与自发社会的力量》(福山《信任》导读),广西师范大学出版社 2016 年。
14. 李怀英《从 CSA 到 PGS:中国小农户有机农业可持续发展的范式选择》,《北京农业》2015 年第 15 期。
15. 龙小凤《生态农产品参与式保障体系(PGS)的本土化研究》,广西大学 2016 年。

16. 陆学艺《当代中国社会阶层研究报告》,社会科学文献出版社 2002 年。
17. 吕宗恕《北京海关等机关被曝自建特供蔬菜基地》,《南方周末》2011 年 5 月 6 日。
18. 莫斯《礼物:古式社会中交换的形式与理由》,汲喆译,上海人民出版社 2005 年。
19. 乾羽《“自行开荒种菜”里边的公众渴盼》,《大众日报》2011 年 5 月 19 日。
20. 沈仰东《基于利基市场的企业发展战略探究》,《广西民族大学学报》(哲学社会科学版)2008 年第 3 期。
21. 帅满《安全食品的信任建构机制——以 H 市“菜团”为例》,《社会学研究》2013 年第 3 期。
22. 王宏宇、徐卓君、李继锋《机关食堂的秘密》,《南都周刊》2011 年第 19 期。
23. 王世腾、张超《农村自留地现象普遍 单独留块地种菜自己吃》,《齐鲁晚报》2013 年 6 月 24 日。
24. 王秀清、孙云峰《我国食品市场上的质量信号问题》,《中国农村经济》2002 年第 5 期。
25. 乌尔里希·贝克《风险社会》,何博闻译,译林出版社 2004 年。
26. 乌尔里希·贝克、安东尼·吉登斯、斯科特·拉什《自反性现代化》,赵文书译,商务印书馆 2003。
27. 乌尔里希·贝克《风险社会的“世界主义时刻”——在复旦大学社会科学高等研究院的演讲》2010 年,<http://www.aisixiang.com/data/32939.html>。
28. 徐楠《中国食品安全问题的十年春秋》,《中外对话》2010 年。
29. 徐晓新《中国食品安全:问题、成因、对策》,《农业经济问题》2002 年第 10 期。
30. 阎云翔《解决食品安全问题必须回到社会公正原点》,《东方早报》2011 年 8 月 17 日。
31. 杨雪冬《全球化、风险社会与复合治理》,《马克思主义与现实》2004 年第 4 期。
32. MacMillan, A. L., Winham, D. M., Wharton, C. M., “Community Supported Agriculture Membership in Arizona: An Exploratory Study of Food and Sustainability Behaviours”, *Appetite*, 2012(59): 431-436.
33. 颜青琪《安全食品的生产与社会的生产——两个社会企业的比较研究》,清华大学硕士论文 2018 年。
34. Kaltsas, C., “Harmony at the farm: rediscovering the ‘community’ in community supported agriculture”, *William and Mary Law Review*, 2015, 56(3): 963-1001.
35. Cone, C. A., & Myhre, A., “Community-supported agriculture: A sustainable alternative to industrial agriculture?” *Human Organization*, 2000, 59(2): 187-197.
36. De Tavernier, J., “Food Citizenship: Is There a Duty for Responsible Consumption?” *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 2012, 25(6): 895-907.
37. Fieldhouse, P., “Community Shared Agriculture”, *Agriculture and Human Values*, 1996(13): 43-47.
38. IFOAM, “Participatory Guarantee System Self Evaluation”, *En Cours de Publication*, 2008: 5.
39. Watson, J., Melissa, L. Caldwell, *The Cultural Politics of Food and Eating: A Reader*, Malden, MA: Blackwell, 2005.

作者简介: 郭于华 清华大学社会学系教授、博士生导师 guo-yh@tsinghua.edu.cn。北京 100084
(责任编辑: 毕素华)