

小农户生产的现代性消费遭遇*

——基于“巢状市场小农扶贫试验”的观察与思考

■ 贺聪志 叶敬忠

[内容提要]消费扶贫在实践中存在一些问题和挑战,如家庭经营的贫困小农户很难被直接纳入。基于在河北省柳村开展的“巢状市场小农扶贫试验”,本研究呈现基于小农户生产的消费扶贫的微观组织过程。研究发现,当小农户生产与现代城市消费直接遭遇时,在食物的标准与文化、便利性、供需平衡、互动关系等方面存在诸多不连续性,导致消费扶贫在开展和持续过程中出现种种问题。这些不连续性不仅折射出全球性食物体系与地方性食物文化和社会之间的张力,也表征了被建构的城市现代性消费与快速变迁的乡村小农生产之间的某些断裂。为此,本文建议消费扶贫应创新纳入贫困小农户直接参与的方式,在技术、市场机会、公共服务等方面提供相应配套措施和支持。

[关键词]消费扶贫 巢状市场 小农生产 城乡联结

一、引言

近来,消费扶贫正在如火如荼地开展。2018年年底,国务院办公厅印发《关于深入开展消费扶贫助力打赢脱贫攻坚战的指导意见》(国办发〔2018〕129号),正式将消费扶贫置于政策高度。自政策提出以来,各地已涌现出多元化的创新实

践,构建了综合线上线下功能的消费扶贫平台,实现了对消费扶贫强大的社会动员。国务院扶贫开发领导小组办公室最新统计显示,截至2020年7月底,消费扶贫带动的扶贫产品销售已突破1000亿元^①,所释放的巨大扶贫潜力受到全社会的高度关注。

创造对穷人有利的市场,是农村减贫的一个

贺聪志:中国农业大学人文与发展学院(He Congzhi, College of Humanities and Development Studies, China Agricultural University)

叶敬忠:中国农业大学人文与发展学院(Ye Jingzhong, College of Humanities and Development Studies, China Agricultural University)

*本研究得到国家社会科学基金重点项目“城乡一体化进程中的农村变迁研究”(项目编号:13ASH007)的资助。

重要策略(Akram-Lodhi, 2017: 303)。消费扶贫政策的出台代表着国家贫困治理方式的一个重要转向,即从主要抓生产扶贫,到介入流通领域,开始重视市场在减贫和促进社会公平方面可能产生的分配性效果。消费扶贫正是试图运用干预手段,为贫困人口构建融合市场和道义基础,更具包容性的市场体系,让市场更好地服务社会。这项政策对于帮助化解产业扶贫风险、精准帮扶贫困人口增收和建立脱贫长效机制具有重要意义。尽管国家持续释放政策和市场红利,但消费扶贫在实践操作中,大量动员起来的资源被导向带贫企业,而很多自主经营的贫困小农户(包括带贫合作社)被排斥在外。同时,很多措施虽然可以短期见效,但很难保障持久、稳定的扶贫效果,也容易引发诸多问题。例如,在消费端,情怀和公益不能长久,很多实践常常只是完成任务式的一次性行为,甚至成为“变相摊派”“强求消费”;在生产端,企业捆绑贫困户的扶贫方式若缺乏灵活有效的利益联结机制,则容易使消费扶贫异化为“消费扶企”“消费扶商”,而真正贫困的群体受益微薄^②。

为什么消费扶贫在实践中往往直接“扶”企、“扶”商(带贫主体^③),而很难直接“扶”小农户?为什么产消衔接难以长期持续?对此,人们普遍认为是缘于小农及小农农业特性而造成的组织挑战,如“小农户的产品样多、量少”,“小农户太分散、不好组织”等,这样,小农户身份便成为一种排斥的维度。其实,这些问题并非无法解决。在很多地方实践中,互联网平台、合作互助、“产地地消”、下沉到乡村的物流体系等技术和组织形式的应用,在回应这些问题和挑战方面已经取得很好的效果。

笔者在河北省太行山区开展十年的“巢状市场小农扶贫试验”,正是针对小农户生产的消费扶贫探索。试验发现,这类消费扶贫的困境和挑

战在于小农户和城市现代消费者的衔接上。双方互动过程中常常出现的诸多不连续性是小农户和城市消费者的对接很难开展,信任很难建立,实践很难持续的主要原因。

本文基于“巢状市场小农扶贫试验”,通过对该试验的日常组织和互动过程的微观研究,呈现小农户生产和城市现代消费遭遇时所存在的种种不连续性与断裂以及回应的过程,并分析背后的原因和机制,借此思考当下如何推动基于小农户生产的消费扶贫,建立更稳定、长效的生产-消费关系。基于该试验已发表的一篇论文《基于小农户生产的扶贫实践与理论探索——以“巢状市场小农扶贫试验”为例》(叶敬忠、贺聪志,2019),在结尾部分简要指出城乡联结过程中出现的不连续性问题。本文为续篇,将重点对这一不连续性问题进行深入阐述。

本文的研究是一项行动研究,笔者长期跟踪观察和参与“巢状市场小农扶贫试验”的全过程。本文采用发展社会学的行动者视角(Long, 2001),分析巢状市场小农扶贫行动中多元主体在微观层面的互动过程,揭示其中的不连续性。行动者视角强调将不同行动者及其实践置于特定的社会文化背景中进行考察,关注不同行动者的能动性以及行动者与制度结构的双向互构。该视角对行动者能动性的关注有助于理解农民在艰难境况中的适应性、建构性,进而为小农户的多元存续提供想象空间。

二、“巢状市场小农扶贫试验” 及进展回顾

(一)基于小规模农民和农业的替代性农业 实践和市场形式的兴起

随着精准扶贫政策和乡村振兴战略的提出,小农户和小农农业的存在意义和未来命运这一

经典农政问题,再次成为学界讨论的中心。在过去的两个多世纪,处于宏大社会变迁中的小农受到高度关注。经典现代化理论、马克思-列宁主义和主流发展经济学将小农视为变迁的阻碍,是应该消亡或被主动移除的社会形态(范德普勒格,2013:2,20)。现存的小农和小农农业被视为一个过渡性的类别,将伴随现代化和资本主义经济的兴起而最终消亡;小农经济将被更有效率,更具优越性的,由企业雇主和农业雇工组成的农业经济体系替代。这种转型被视为进步的、自然的过程(Bernstein, 1977;王道勇,2009;黄宗智,2020)。这种认识论进一步转化为一种全球普遍存在的、“去小农化”的发展方向(Araghi, 1995)。它同样导致在很长一段时间里我国对小农和小农农业的忽视、边缘化,甚至排斥。我国农业、农村发展政策和扶贫战略主要以产业化发展、产业扶贫为主导,是这种认识论的外在体现。产业扶贫范式常常以“小农能力不足”为前提假设和基础逻辑,旨在以产业化和规模化经营模式来改造传统小农,用规模经济来提高效率和解决小农户与大市场之间的矛盾,从而解决农村的落后与贫穷问题。具体措施包括重点推进规模化的“龙头企业”“大户”等新型经营主体的发展,将贫困小农户整合进来,依托它们带动脱贫(汪三贵等,2017;吴重庆、张慧鹏,2019;黄宗智,2020)。在过去的发展和扶贫实践中,大量的政策和扶贫资源瞄准并投向规模化产业及其经营主体(尤其是龙头企业),对小农户的自主经营发展缺少扶持。不可否认,产业扶贫产生了巨大的减贫效益,然而在实践中也常常遇到一些瓶颈和困难。例如,“产业发展的集中化、规模化和标准化常常与贫困小农户生产性资源的分散性、微型性和多样性相矛盾”(叶敬忠、贺聪志,2019)。很多地方或难以建立起产业,或即使建立起来,贫困小农户也很难被实际纳入生产经营环节,只能以资产

收益等方式被带动。此外,产业扶贫在落地和实践的过程中,频频出现产品滞销和价跌现象,同时很多贫困小农户在产业链分工和价值分配中处于明显的劣势地位,甚至出现主体地位的丧失和“去能化”^④。这些问题不仅影响减贫效果,也常常使产业不可持续(黄承伟等,2017;林万龙等,2018)。而对于当下大部分贫困或相对贫困的小农户来说,他们或完全被排斥在“高附加值、劳动与现代投入(‘资本’)‘双密集化’的‘新农业’”之外(黄宗智,2020),或只作为雇工或廉价原材料的提供者,被整合进高度商品化的产业链和主流大市场之中。与此同时,全球范围内农业与食物领域正越来越被各种“食物帝国”和其他大中间商所控制(帕特尔,2008:9)。伴随企业和金融力量日趋垄断和集中化,市场生态对很多小农户愈加不利。这个过程不仅加剧了他们的边缘化和依附性境地,同时也使其生计资本和生计策略频遭破坏。

20世纪70年代以来,基于对主流发展范式所带来的各种社会、经济和生态后果的反思,世界范围内兴起了一种反向的话语和实践探索,以使发展更具韧性、包容性和可持续性。这些探索尝试重构生产-消费体系和地方治理机制,以不同的社会关系和生态实践来创造一种“替代性经济”(Harvey, 2007:235),借此拓展小农户的自主性和生计空间。这个过程生发出了各种新的产品、服务和市场,出现了基于小农户和小规模生产的有机农业、社区支持农业(community supported agriculture)、多功能农业、农夫市集、生态餐厅、农民/消费者生态产品合作社、食物枢纽(food hubs)、巢状市场(nested markets)等各种新型农业实践和市场形式。2010年,这样的实践和探索在国内开始兴起。它们源自乡村或城市的动员,有的由社会群体驱动,有的由制度体系内部推动(如巴西、欧盟的一些新政策议程)。随着

时间的推移,它们已经在一定程度上转化和引导了一场重拾小农身份的“再小农化”过程,并从针对生态问题和纯粹市场伦理的道义回应,逐渐向文化和更深层次的变革发展,改变着“发展”被定义和实践的方式(Carolan, 2016:296)。在学理层面,伴随工业化农业的深化和各种替代性路径的兴起,包括实体主义、后结构/现代主义在内的一些理论视角开始“重新发现”并肯定小农、当地人的智慧和实践价值。持这些理论视角的学者对过往的一些线性观点(如进步和农业现代化只有单一标准,小农只有单一类别,小农的演变只有单一轨迹)提出了质疑。他们倡导超越过往的传统理解,重新思考和定义农业与农村的发展,重新审视和评估 21 世纪的小农和小农农业的存在意义,尤其是其文化性、社会性、生态与资源的可持续性、应对危机和风险的韧性等,为小农和小农农业未来多元化的存在留出空间(Altieri et al., 2012; van der Ploeg, 2015; Friedmann, 2016)。各种替代性农业实践和市场形式的兴起,被视为“新小农阶级”“新型小农经济”和“新农村发展范式”的表征(范德普勒格,2013;Schneider & Gazolla, 2015;文图拉,2016;黄宗智,2020)。

(二)巢状市场的概念与方法

为回应工业化农业和全球性商品大市场所带来的一系列问题,国际上越来越形成了这样一种认同,即建立更加公正和更可持续的社会经济关系,需要从关系和互动的角度切入,重构小农与市场的联结,构建更多样化的,对小农户更具包容性的市场渠道(Schneider et al., 2016)。同时,不论是在发达国家还是在发展中国家,都出现了这样一种日益普遍的现象,即很多农民以其所嵌入的文化和地域特色为策略,发展能够带来更多附加值的、差异化的新产品和服务,在农耕之外拓展农业的多功能性。他们与寻求更健康食物的城市消费者合作,建立起直接联结,从而在主流大市场

所定义的范式和规则之外,构建新的市场形式。这种生发于农业调整和流通方式的革新过程,在农村生产者和城市消费者之间形成的直接对接的、实名的、有相对固定的边界以及具有一定认同和信任的“另一种市场”,被称作“巢状市场”(叶敬忠、贺聪志,2019;van der Ploeg et al., 2010)。

围绕这种新的市场流通和分配形式及其所创造的社会关系,有学者提出了一些新的理论和分析框架。他们认为巢状市场代表着一种“旁路”(by-pass)(van der Ploeg et al., 2012),其构建的目标是打破主流无限市场中食物帝国等中间环节的控制,绕过主流商品市场通道,“重新联结被区隔的生产者和消费者、被割裂的社会与生态关系,创造一种生产者与消费者共同拥有、合作互惠的地方性市场”;其核心是重建市场嵌入社会的特征,并通过市场来重建社会信任和共享价值。巢状市场象征着产品、服务、货币和信息等新的流动形式。与人们习以为常的主流大市场相比,巢状市场是在哲学基础、价值伦理、逻辑过程和运行规则等方面十分不同的另一种结构(van der Ploeg, 2015;叶敬忠、贺聪志,2019)。在主流市场中,一系列食物生产、流通和消费的规则常常与农村现实不相容,导致了小农在市場中的依附和被挤压以及权力关系的不平等,而巢状市场则能为小农创造更多的自主性、决策权和收入分配,将小农从对全球食物市场的依附中解放出来(范德普勒格,2013;Schneider & Niederle, 2010;Schneider Gazolla, 2015)。

(三)城乡搭桥:柳村的“巢状市场小农扶贫试验”

国内类似构建“巢状市场”的行动和实践探索已经越来越多地生发出来。这种市场形式所创造的新的经济空间和分配机制,也正在转化为可以贡献于小农户生计和农村减贫的新兴发展范式。中国农业大学人文与发展学院的研究团

队在河北省太行山区青林乡柳村^⑤与北京开展的“巢状市场小农扶贫试验”，便是“将小农户与城市消费者直接联结起来，为贫困小农户构建一种特殊的‘巢状市场’的理念和实践”（叶敬忠、贺聪志，2019）。前述论文对该实践探索已有详细介绍，下面对该试验的相关内容和最新进展进行简要回顾^⑥。

自2010年起，研究团队从城市和乡村两端入手，发起“巢状市场小农扶贫试验”。柳村是最先试验构建巢状市场的村庄。它隶属河北省一个国家级贫困县的西部山区，距离北京190公里，位属太行深山区。截至2020年7月，全村共有187户，646人，其中建档立卡贫困户为55户，贫困人口达210人（目前已全部脱贫）。和当下大多数中国村庄一样，微薄的农业收入使得村庄大量青壮年离土谋生，剩下的主要是留守村庄的妇女、老人和儿童。该村是典型的以农业为主的山区贫困村庄，至今保存着较为完好的小农农业形态。研究团队以柳村“贫困小农户现在有什么”的生计资源为出发点，以他们开展的健康农产品和地方特色食物产品的小农式生产为“产业”，来直接对接城市消费（叶敬忠、贺聪志，2019）。

巢状市场的构建首先涉及村庄层面的组织。目前柳村已经形成一套将分散的小农户及其多样化的产品组织起来的结构和规范。自发起至今，这些曾经是别样，现在已成为常规的做法并没有停滞不前，而是经历了不同的升级阶段。最初两年的工作主要包括村庄理念的培育和建立，组织化机制的形成和一些基本技能的掌握（不仅包括如何组织农产品，还包括如何使用互联网技术、如何与消费者互动等），消费者群体的培育以及配送机制的摸索等。2012年，村庄的组织者开始独立配送，并与消费者进行线上线下互动，实现从研究团队协助为主到农民主导的跨越。此后，巢状市场的发展进一步走向村庄自我

调节的阶段，并纳入更为丰富的自我组织元素。这体现在很多方面，如各种保鲜、包装等设施设备更加完善，生产和组织过程逐渐走向规范化和有计划性，开始以组织化的形式调节种苗和种养资源，种植和延续老品种，改造小农户的养殖圈舍环境，平衡和调节村民参与机会等。2019年村庄成立了合作社，推动组织方式朝着更规范化的方向发展。柳村的巢状市场参与农户开始只有20户，目前已发展到105户。同时，有16位村民加入到质量把关、包装和配送等环节，有23户农户成为消费者访问村庄时的专门接待户。

柳村巢状市场在发展过程中探索构建了一系列新的城乡互动和联结方式。研究团队从动员北京的同事和亲朋好友开始，依托社会关系网络协助村庄发展消费者群体。截至2020年7月，柳村在北京建立8个配送点，参与的消费者超过400个家庭，数量还在逐步增加。2017年，柳村的生产小组凭借不断拓展的社会网络，与河北省保定市的一个消费者群体建立了对接。生产者与消费者之间的产品联结多年来保持在每20天左右一次，由村庄组织进京直接配送。2020年初新冠肺炎疫情发生后，农产品联结经历了3个月的短暂中断后，开始转为约每10天一次的快递配送。除农产品交易外，生产者与消费者之间也存在各种线上和线下的互动方式，如依托微信群和微信公众号等新媒介进行信息分享、下单交易、质量反馈、活动组织以及新成员邀请等；村庄配送时双方见面交流和互动；消费者在闲暇时携亲友访问村庄和对接的生产农户，甚至在村庄组织开展义诊、读书分享、夏令营等活动。

村庄同时建立起一套新的质量、价格和监管机制。基于帮助贫困农户改善生计的考虑，柳村巢状市场农产品的价格一般高于当地市场价格的30%—60%。在销售收入中，生产小组通常提取10%—20%用于劳动力投入、配送、包装等成

本,其余全部归生产农户。此外,研究团队与生产者和消费者共同设计了一系列质量监督保障机制,如可追溯产品来源和去向的实名制标签,合作组织对生产过程的日常监督和对产品质量的把关,熟人社会的非正式规范和人情压力制衡,与消费者的沟通和反馈机制等。

巢状市场自构建以来,在为贫弱的小农户赋权并拓展生计空间,推动村庄的组织化建设,改善村庄生态等方面产生了一系列效果和变化。首先,贫困户的参与非常普遍,同时纳入很多其他生产扶贫方式难以动员的弱劳动力。巢状市场所利用的是农户现有的生计资源,对外部投入依赖较少,参与门槛及风险非常低。目前贫困农户参与巢状市场的产品已达六十多种,几乎覆盖当地能够生产的所有种类。其次,以固定的消费者和较高的产品价格为保障,交易全年进行,贫困户的收入较为稳定而持续。他们每年通过巢状市场获得的收入存在一定差异,少的千元左右,多的可达上万元。这笔收入足以弥合贫困农户已有收入与贫困线之间的缺口。此外,巢状市场不仅创造了一个促进城乡融合和互动的特殊空间,也带动和加强了村庄的自组织和自律,以及村庄生态和文化的整体性修复(叶敬忠、贺聪志,2019)。

三、城乡对接中的不连续性： 当小农户生产遭遇现代性消费

推动生产者与消费者直接联结,是巢状市场构建的关键内容。笔者在行动研究中观察到,乡村小农生产者与城市消费者直接遭遇时在很多方面体现出不连续性,使得对接成为一个充满矛盾、博弈和不断调整的非线性过程。

(一)食物质量标准与文化的城乡差异

村庄以非工业化的方式生产出来的带有鲜

明乡土特色的农产品,吸引了城市消费者加入巢状市场。然而,当从远距离的“欣赏”变为切实的参与时,消费者又常常出现各种不适应。例如,他们经常抱怨芹菜、韭菜等蔬菜不够鲜嫩,杂粮和核桃等坚果参差不齐,对农户提供的一些地方性产品不知道如何烹饪等。针对猪肉、鸡和鸡蛋,城市消费者常常提出问题:“后臀尖怎么这么肥?”“我要的排骨,为什么不是纯小排?”“鸡怎么这么大一?”“蛋黄颜色比较淡,不会是喂饲料了吧?”“鸡蛋怎么大大小小的?大个、红皮的是掺的工厂蛋?”等(北京T小区、W小区消费者ZL、LJ等在微信群中的发言,2017年—2019年)。有的消费者因此觉得农户提供的产品质量不好,甚至延伸为对农户诚信的怀疑。在很多消费者看来,杂粮、坚果应该是大小齐整、颗粒饱满的;猪肉应该会比较瘦的,部位分割应该是精细的;鸡蛋应该是大小整齐、表面光洁的,蛋黄颜色也应该是深黄的;鸡应如超市的那般大小且加工细致;蔬菜应该是鲜嫩、没有虫眼的……面对消费者的这些问题,农户经常感到不解:“我们集上的骨头都是这么卖的,可是消费者要小排、腔骨分开”(柳村村民XL,2015年4月30日);“消费者想要土猪肉,可是又不想肉太肥,粮食喂出来的猪就是肥”(柳村村民ZX,2013年11月15日);“芹菜就是这么长的,消费者说太老了”(柳村村民SY,2015年6月10日);“我家养了十多只鸡,好几个品种,下的蛋就是不同颜色、有大有小啊”(柳村村民XY,2015年6月10日)等。

上述消费者与生产者的不同话语和反应,不仅体现了都市社会与农业社会之间对于“什么是好的食物”的不同定义,也体现出城乡之间、地域之间在食物生产与文化方面的张力。食物不仅仅是商品,也是一种生活方式和文化象征。对于北京这类大城市的消费者来说,各种超市尤其是近几年兴起的新零售、社交电商是其主要的购物

渠道。这些实体或虚拟空间中的零售市场是全球工业化食物体系的一个缩影。在这个体系中,食物生产正越来越走向商品化、技术化和标准化。货架上的商品及其原材料来自全国甚至全球各地。精细的加工与包装、高度的一致性,是这些商品的普遍形象。这些食物从土地到餐桌的过程常常包含了这些环节:单一化和规模化的种植养殖、福特主义的流水线加工、耐久保存处理、长途运送和复杂的流通控制(帕特尔,2008;McMichael,2013)。这些经过精心设计和加工的食物很好地迎合了城市复杂的人群结构、快节奏的生活方式和价值(朗、希斯曼,2011)。但同时,食物的生产和消费在时间和空间上的联系也愈发被切断,“农业生产越来越脱离了具体的情境,脱离了当地的生态系统和社会属性”(范德普勒格,2013:5)。

在村庄,食物生产和消费在某种程度上仍由地方性社会所定义,涉及多元文化元素,且与地方环境相关联。小农户对于食物质量标准的判断,所参照的也是地方性标准。在参与巢状市场的过程中,他们的农业产出首先不是作为一种商品,而是作为家庭生存所需。家庭消费的剩余才拿出来交易,且通常是初级产品。即便农户都遵照农业生态学的耕作方式,但土质、水源和生产投入等方面的差异,以及对这些产品进行保存、加工和分拣而采用的方法和精细程度不同,都会导致不同农户的产品在品质方面的差异。例如,有的农户精挑细选,有的农户则挑选粗糙;不同农户加工的红薯干、柿子饼在口味和外观方面都有不同。如何让分散、多元化的个体农户遵守要求,把多样化的产品变成遵循一定质量标准的“商品”,是一个不断完善且充满挑战的过程。

为了让习惯了超市标准化食物的消费者重新认同和接纳按照地方文化和乡土标准供应的农产品,村庄生产小组采取了很多措施,如不断

改进农产品的分拣及包装;一定程度上向超市学习,对肉类进行力所能及的精细化处理;根据消费者的偏好调整种植养殖品种和供货内容(如逐渐调整为养殖体型较小的本地土鸡,将肥肉在村庄内部消化等);向消费者进行农产品特征的图文解释等。

(二)消费便利性的建构与村庄农产品的上行障碍

便利性是影响消费者参与积极性的另一个主要方面。这种对便利性的要求首先体现在对食材加工的体验中。由于村庄提供的农产品只是经过了初级的分拣或加工,一些消费者对食材的“粗放”状态常常感到难以应付:“鸡还是整只的,没有剁好,我自己剁起来太费劲了”(北京Y小区消费者LY,2018年8月14日);“肉块太大了,不好塞冰箱,分割起来太费劲”(北京W小区消费者WJ,2016年5月15日)等。超市可以提供的细致分割和加工服务已在不知不觉间改变了消费者家中的厨房,大部分家庭已不备分割大块肉类的刀具。另外,取货的便利性也会直接影响消费者的参与意愿。消费者下单后,村民会在约定时间将产品配送到固定取货点。如果不能及时取货,则需要考虑如何存放和保鲜,这让不少消费者感到困扰。一位年轻女性消费者在谈及后来减少参与的原因时表示,“现在家里的日用品大部分都在网上购买,恨不得买菜都是手机下单送上门。附近的菜市场都懒得去,买了那么沉,还要自己提回来”(北京T小区消费者CD,2019年7月23日)。截至2020年3月,我国互联网普及率达64.5%,网民规模达9.104亿人,网络购物用户规模达7.10亿人。2019年数字交易规模达10.63万亿元^⑦。现代技术的发展尤其是零售业、互联网、现代物流体系的快速发展,已经重构了城市居民对于消费服务和便利性的体验,塑造出一种日益依赖移动下单和送货上门的“懒人经济”。

随着社区电商和快递服务进社区的兴起,消费者对于巢状市场取货方式的不便利体验也被进一步放大。

然而,村庄的组织配送和服务能力相对有限。在柳村,建构巢状市场的过程也是对分散的个体农户进行深度动员和组织的过程。从让村民接受理念并加入巢状市场生产,到协调生产、监督质量、加工处理、包装分类,再到顺利递送到消费者手中,过程看似简单,背后则需要克服诸多困难和挑战。这个过程涉及对人力和其他各种资源的组织和动员,涉及新的知识、观念和技术的引入(尤其是对网络技术的利用),需要结合乡土知识的创新,还涉及检验、屠宰、加工、冷藏、运输等各种配套基础设施和服务等。在青壮年人口大量外流的柳村,村庄不仅缺乏有知识又愿意参与巢状市场的年轻组织管理人才,也缺乏相应的规范配套设施和服务。村庄靠内部自组织和合作完成从生产到配送的每个环节,在某种意义上说已经是一种跨越,但在适应和满足消费者对便利性的需求方面,仍有很大距离。同时,农民进城配送不仅受地理距离、配送条件等客观因素的制约,还经常受到各种政治调控的影响。复杂的城市线路让村民每次进京配送都感觉如履薄冰,各种城市交通和市容管制规则更增加了配送的难度和风险。为避开被处罚的风险,配送村民会选择很早出发,赶在早高峰前进京,晚高峰前离京。由于消费者居住分散,村庄目前还很难提供专门的送货上门服务。

伴随巢状市场的发展,村民在不断学习网络使用技能,完善组织环节。此外,长期的互动使消费者增进了对村庄和农户的了解。部分消费者帮助出谋划策,积极协助村庄应对产品包装、组织配送等方面的问题,如每个取货点都有一些消费者为村民进城配送提供分货、暂存等帮助;几位从事互联网工作的消费者志愿为巢状市场

设计专门的交易软件,并长期提供技术服务,极大地便利了双方的联结(叶敬忠、贺聪志,2019)。

(三)消费端的不稳定性与小农生产的有限性、季节性和不确定性

如何调节和平衡供需,是巢状市场构建面临的另一个挑战。从消费端来看,消费者群体在参与巢状市场的过程中,对农产品的订购主要从自己的需求和偏好出发,这常常与村庄的生产状况及产品特点难以调和。例如,消费者多偏好瘦肉和排骨,因此这些产品经常供不应求。在有的消费者抱怨连续三个月不能买到排骨的同时,村庄组织者也陷入左右为难:“大家都喜欢排骨,不喜欢肥肉,一头猪只有三十多斤排骨,也分不过来,肥肉却很少有人要,只能留下自己处理”(柳村巢状市场组织者ZF,2018年11月15日)。此外,消费者对农产品的需求也不太稳定。他们会因为某时段外出而不再订购,也会因为家里请客或送朋友而突然大量订购;会因为微信群中的好评而“跟风”购买,也会因为不便利、不满意体验而放弃购买某些产品甚至退出。消费者的订购量在一些特殊时间段还会呈现明显的涨落,如一些节日之前会大幅攀升,到了暑期则显著减少。

与此同时,村庄生产在匹配消费需求方面同样有局限。小农农业与自然协同生产,兼有长期性、连贯性、季节性、易受自然气候条件影响等诸方面特性(祖田修,2003:77-82)。这种特性限定了村庄在不同季节所能提供农产品的种类和数量。以消费者更青睐的畜禽产品为例,农户一般在春季购入种苗,供应上呈现秋、冬集中出栏,春、夏容易“断档”的局面。鸡蛋的产量也会随季节和气温而变化,春季容易过剩,冬季则供不应求。此外,小农生产的产量是有限的。例如,一位老人养鸡数只,自己消费部分,出售部分,尽管消费者对质量和味道都很满意,想多购买却无法供应了。农产品的产量还容易受到气候和自然

灾害、病虫害的影响,存在一定的不确定性。过去几年中,不断有消费者尝试年初便预定下农户生产的老品种玉米和杂粮,但无法预期的干旱、冰雹和大风常常使作物减产甚至绝收。再者,巢状市场农产品的供需在一定程度上也摆脱不了主流市场波动的影响。以猪肉为例,2015年下半年开始,地方猪肉价格猛涨;到了2016年春天,地方的猪苗市场价格涨到了每头过千元,导致很多农户担心年底猪肉价格跌落而不敢养猪,进而使得当年出现猪肉供应紧张的局面。2020年春季以来,受非洲猪瘟、新冠肺炎疫情等因素影响,类似供给紧张的局面又一次出现。

城市消费需求和村庄小农生产的上述特点,使巢状市场模式很难践行消费者和农户“一对一”的对接方式。一方面,单个小农户难以满足消费者对食物种类和数量的需求,另一方面,消费者也期望更灵活的参与方式和更多的选择空间,双方都难以做出长期的供应或消费承诺。在此情况下,农户通过合作作为一个整体与消费者群体进行对接,成为更好的选择。柳村过去几年的实践显示,随着更多农户和消费者的加入,对接的过程也成为生产和消费不断协调的动态过程。生产小组逐渐学会根据以往的经验教训,调整种植养殖结构和生产方式,提前规划农户的生产安排,使生产更有计划性和协调性。例如,协调农户购入猪苗、鸡苗的时间批次,以避免供应的季节性“断档”和集中出栏导致的销售压力;根据往年的消费量和预期增加的消费者人数,对农户的种植养殖数量进行预估。一些消费者也逐渐理解和熟悉村庄的供应特点,开始接受“排”不到“抢手”农产品的结果,能够耐心等待某些农产品的成熟。

(四)城市的理性市场逻辑与乡村的道义经济逻辑

巢状市场提供了一个城市陌生人社会和乡

村熟人社会两种观念和行为逻辑遭遇的场域。以工业化、理性化、流动性和秩序为表征的城市是一个典型的陌生人社会(鲍曼,2002:147-149)。与乡村社会相比,城市社会中的人们在消费行为上更讲求理性,人与人的关系更加疏离与防范。这种消费理性和文化在巢状市场中也处处体现。很多消费者把购买村庄农产品视为纯粹的商品交易,认为自己购买商品,对方有义务保证“一分钱一分货”。他们对农产品的质量、包装、服务等有较高的标准要求。如果不满意,则理所当然地进行投诉以维护自己的权益,有的消费者也会因此退出巢状市场。

然而,村庄社会所遵循的并非纯粹的市场伦理。村庄内家族、邻里等乡村社会关系逻辑会左右人们的市场活动(艾云,2016)。这种“市场的嵌入性”也体现在巢状市场的日常组织中。巢状市场的一位组织者说,“村里是一个人情社会,要想把巢状市场办好,可一点也不简单。去年冬天,很多农户家都没有土豆了,但我知道有一个农户家还有,我就去请他为巢状市场提供土豆。结果那个农户很不高兴地说,‘前几个月你们不找我提供土豆,现在大家都没有土豆了你才想起我来。现在我就是有,也不给你们。’这种情况真是很难办。其实我们也不是偏袒谁,只是村里土豆实在太多了,我们只能先满足一些事先熟知情况的农户,一旦全村广播找土豆,家家户户都给我们提供,我们哪需要这么多?要是那些住在老远山沟里的老人把土豆背来了,你要还是不要?不要岂不得罪人!”(柳村巢状市场组织者XQ,2019年4月20日)

正如这个案例所展示的,巢状市场已经逐渐发展成为乡村的一种公共池塘资源,其运作也必须考量如何平衡农户的参与机会。在长期农耕文化基础上形成的熟人社会及其社群观念、人情逻辑和崇尚“平均主义”的分配原则,经常会成为

组织者在配货时监管质量和控制数量的压力。在发起的早期阶段,组织者经常由于担心“得罪人”或不好意思“拒绝”某些村民,而不得不收下不符合质量标准或超量的农产品,甚至造成少量质量达不到要求的农产品流向消费者。同时,巢状市场的参与机会也会被利用,以建立个人关系网络。这些因素都使得村庄对于质量的监管和控制变得微妙而复杂。这种乡村人情伦理和日常政治所影响下的“道义经济”逻辑(斯科特,2001),导致巢状市场在实施过程中有时偏离原先看似“完美”和“理所当然”的设计,陷入进退两难之中。

(五)商品化背景下重建城乡信任和“团结”的障碍

巢状市场不仅是一种经济实践,同时也是一种社会和文化实践。如同很多新型食物体系的实践,巢状市场试图重新联结被区隔的生产者和消费者、被割裂的社会与生态关系,创造一种生产者与消费者共同拥有、合作互惠的市场空间。因此,研究团队在实践过程中注重为消费者与生产者之间的经常性直接互动搭建平台、创造条件,以强化双方的关系纽带,推动双方建立互信。

在实践中,巢状市场提供了消费者访问村庄、生产者与消费者交流会等多种面对面互动的机会,不少消费者的参与积极性并不很高。在微信等线上互动平台,经常与农户互动的消费者也不是很多。很多消费者尽管希望获得更健康的食物,却不愿意花时间和精力走进村庄,了解食物背后的生产过程和生产者。事实上,动员消费者参与也是很多社区支持农业等新型食物体系实践的理想设计。但不论是在欧美还是在国内,这些模式在现实中都普遍存在消费者消极参与的现象。

在巢状市场生产者与消费者的互动过程中,双方之间的权力关系并不平衡(尤其是在还未互

相熟悉的早期)。消费者长期习惯于“顾客至上”的消费文化,且相比生产者来说有更多的选择空间。当村庄小农户的产品和服务达不到满意的情况下,一些消费者缺少包容,转而选择其他市场。他们对于这种交易背后所负载的社会关系和价值,缺少认识和感知。在村庄端,面对竞争日益激烈的市场生态,为了发展和拓展巢状市场的空间,村民更注重维护与消费者的关系,也更容易妥协。这尤其体现在围绕一些有争议的农产品质量问题的处理上,如面对消费者没有及时取货或没有及时食用而造成的食物变质以及消费者嫌猪肉太肥等问题,村民经常会为了“留住”消费者而主动退款。

与此同时,村庄生产端也在经历市场机制、商品化过程的不断渗透,人们的观念和行为以及生产方式等正在改变。面对经济利益,村民的合作甚至诚信也常显得脆弱。例如,当附近开通高速后,保定、石家庄的自驾游游客不时到村边旅游,会以更高的价格顺便买些农户的鸡和鸡蛋。一些小农户因此优先把这些产品出售给外来游客,而不是提供给巢状市场的城市消费者,进而导致村庄能够与消费者对接的这类农产品不时出现紧缺。此外,在巢状市场的组织过程中,个别小农户以次充好的不诚信行为也会不时出现。再者,尽管位于深山区的柳村在很大程度上还保留了小农生产的特点,但包括种苗在内的生产资料投入已越来越走向“外部化”。这些外来的种源信息超出了农户的知识范围,使得他们对于消费者的一些疑问甚至是质疑,常常无法给出有说服力的回应,如大豆、玉米是不是“转基因”品种,鸡的体型和口感为什么有差异,同一个农户提供的鸡蛋为什么蛋黄颜色有差异等。

为了回应这些问题,研究团队与村庄一道,在促进双方互动、进行消费者和生产者教育等方面做了很多努力。例如,在消费端,对新进入的

消费者提供《消费者须知》手册,进行巢状市场理念、小农户生产及农产品特征的介绍,让消费者增进对村庄了解和理解的同时,也感知到自己行动的意义。同时,通过策划更有吸引力的村庄活动,村民在互动平台上经常性地推出村庄和农户介绍,举办生产者与消费者交流会等方式,促进双方的联结与互动。在生产端,除了对小农户进行理念、责任和规则教育外,组织者多次召开农户会议,讨论制定各种农产品的提供标准,并对农户的加工、保存技术甚至种养殖品种进行调整和干预。他们尤其重视畜禽的种苗调整,在鼓励农户自家进行繁育的同时,还与当地的孵化厂合作,为参与农户提供优质的鸡苗。生产小组也会向消费者介绍正在进行的调整和改变,争取对方的理解。

四、被建构的现代性消费 与变迁中的乡土性生产

巢状市场是一种立足于通过各种社会互动,把特定空间中的特定行动者组织起来的构建性市场。这类市场并不能外在于当前社会的主流生产模式和食物体系,而是在与常规市场的关联中与之并存并对自身进行再生产(Schneider et al., 2016)。在柳村的试验中,巢状市场在尝试重新联结食物体系中的生产者和消费者的同时,也在以多种方式重新联结乡村和城市、食物和社会以及食物与自然。它既构建了一个新型市场与主流市场交互作用的舞台,也提供了一个已经被整合进主流食物链条的两端——城市现代消费社会和乡村小农社会直接遭遇的互动界面。巢状市场的构建过程并不是一个线性过程。巢状市场界面上现出的种种矛盾与不连续性,部分源于乡村和城市固有的地域和社会结构差异,而更多则来自于宏观社会结构变迁和现代食物体系

对双方的形塑。它不仅折射出全球性食物体系与地方性食物文化和社会之间的张力,也表征了被建构的城市现代性消费与快速变迁的乡村小农生产之间的某些断裂。

当下无论是城市还是乡村,都已被纳入世界规模的农业-食物重构中(McMichael, 2013)。尽管食物对于生命和健康而言是必需品,它却越来越沦为一种商品(Weis, 2007)。在城市消费端,资本控制的现代食物体系不仅正在改造食物从地头到餐桌的整个组织过程,也在重构城市消费者的饮食习惯、消费文化与选择。首先,消费者处于控制市场的隐形力量(资本)的“凝视”之下,被各种大众传媒和营销手段以一种尽可能不被察觉的方式,引导、塑造出各种消费需求。许多食物传统和常见的饮食习惯在面临新的产品、营销和生活方式时正在迅速改变(朗·希斯曼, 2011:35)。改革开放后尤其是最近十余年,中国的城市消费市场发生了飞速变革,各种超市革命、物流革命和信息革命为消费者带来了现代主义的消费体验:舒适、科学、秩序、效率、便捷……这些变化迎合了城市人口的生活和工作方式,还创造了一种“消费者至上”的意象(帕特尔, 2008: 154)。便利性、标准化、廉价的工业化食物已经彻底改变了人们对于食物的期待和评价,同时也在让人们丧失烹饪的技能(Patel & Moore, 2017),而这些过程都构成了建立小农户与城市消费者联结的潜在障碍。其次,城市消费者,尤其是早已脱离乡土生产或对乡村缺乏体验的年轻一代,与自然、农业、食物文化和农村社会长期分离。卡罗琳·斯蒂尔(Carolyn Steel)在其著作《饥饿城市》中描述了城市人口如何失去与食物的亲密性,以及这些不可见的过程如何悄然重塑着城市(Steel, 2008)。在此背景下,很多消费者已经难以接受地方性的食物文化,对农业和乡土生产的特点缺乏理解。再者,现代消费及其伦理

呈现越来越显著的物化特征。正如马克思所言,“商品世界的这个完成的形式——货币形式,用物的形式掩盖了私人劳动的社会性质以及私人劳动者的社会关系,而不是把它们揭示出来”(马克思,2004:93)。在现代食物体系中,人们不仅无法辨识食物的生产者、产地,而且食物的生产过程及其附着的文化、社会关系也容易被物化的形式所掩盖(Carton & Flores, 2010)。正因如此,当城市消费者进入巢状市场这一新的食物消费场域时,容易仅仅停留在商品和物的层面,以市场交易的逻辑和心态来参与,而难以注意和认识到背后的人与人、人与自然的联结,以及其行动所表征的关怀和道德意涵。

在乡村生产端,随着农村商品关系的延伸,小农社会也在经历快速的社会-生态重塑。工业化农业和市场主导的发展范式及与之相伴的治理体系,正在加速推动小农农业、农民社会的解体,破坏小农经济所立足的文化和物质基础。这样的过程正在柳村发生。柳村作为太行山区的农村,地理位置较为偏远,面临严重的劳动力外流和一定的土地抛荒现象(Van der Ploeg, 2013),即范德普勒格(Jan Douwe van der Ploeg)所说的农业“失活”现象。对于留守的村民来说,他们对资源的投入越来越需要依靠市场购买,农业活动的外部化、生产资料和生活资料的商品化正在日益加深。当下的村庄现实也对巢状市场的构建带来了诸多挑战,在一定程度上加剧了生产与消费的不连续性,背后的原因很多。第一,青壮年人才大量流走带来了村庄组织人才的缺乏,尤其是在现代城市消费已经越来越走向数字化、互联网化的背景下。而这种根植于乡村、农业价值和危机的问题,很难在短期内得到根本性扭转。第二,农业活动的外部化常常造成村民的知识盲区和农业资源库的破坏,使他们丧失对生产过程的自主性和控制权。例如,随着农业生产专业化分

工的发展,柳村的农户从中间商手中购买猪仔和鸡苗,不仅从源头上无法把控产品的质量,容易引发消费者的质疑和抱怨,而且在外部市场产生波动的情况下容易陷入被动处境。这也是导致生产和消费不连续性的重要原因之一。当然,在这种不连续性面前,地方也在逐渐发挥其能动性,通过统一购买柴鸡苗、养殖母猪、孵化小鸡等方式来巩固和强化地方资源库。重新摆脱这种依附和外部化,则是一个艰难、长期且存在争议的过程。第三,长期以来国家侧重扶持工业化、规模化的农业和生产主体,现有的农业服务体系和惠农政策资源偏向大户,对处于弱势地位的小农户则缺少支持。而身处农村的基层政府也随着2006年农业税费改革逐渐丧失介入农业的能力和公信力(周娟,2017;吴重庆、张慧鹏,2019)。结果是,农村地区普遍缺乏符合小农户产品特点的公共设施和服务建设。这也使得柳村在组织巢状市场过程中,不断面临检验检疫、屠宰加工、冷藏运输和进城限制等流通领域的障碍,农产品上行的道路充满困难。

综合以上分析可以看出,随着世界市场的形成和资本全球化流动,在现代传媒和消费主义理念的推波助澜下,食物体系两端的行动主体——生产者和消费者,早已被整合进全球食品链之中,且难有退路可言。双方从生产技术、流通体系、销售过程到生产者行为、消费者观念和认知,都被以生物技术、跨国食品帝国控制的现代食物体系所形塑和改造。

在此背景下,巢状市场正在重构“生产-消费”关系,重新联结长期被区隔的消费者与生产者以及城市与乡村社会。这种联结需要克服很多价值、机制、制度、技术与社会环境等方面的困难(叶敬忠、贺聪志,2019)。巢状市场所呈现的生产者和消费者的各种不连续性的背后,也是乡村和城市在向现代化转型变迁过程中的不连续,

导致了现代食物体系中生产和消费关系呈现出更加显著的城乡“二元”结构(贺聪志等,2015)。相对而言,乡村小农户生产方式的改变滞后于都市消费需求的变化。

因此,致力于重塑生产和消费之间的互动联系和信任关系,实现生产和消费互利双赢的巢状市场行动在实践中也遭遇着各种断裂和不连续性的挑战。这也导致巢状市场在建立过程中对接失败或消费者退出现象偶有发生。事实上,巢状市场发展完善的过程也是不断克服这些挑战,将不连续性逐步转化为连续性的过程。在过去数年中,生产小组不断总结经验教训,做出了很多努力和调整。随着农村生产者与城市消费者的不断磨合、调整与适应,以及村庄组织管理的不断完善,巢状市场在柳村正在形成相对稳定的“生产-消费”对接和相对固定的消费者群体(叶敬忠、贺聪志,2019)。

五、结论与思考

本文基于河北省柳村的“巢状市场小农户扶贫试验”,以行动研究为方法,采用发展社会学的行动者分析视角,呈现了一种地方性的,基于小农户生产的消费扶贫方式的微观组织过程。透过该试验可以看出,这类扶贫行动既扎根于地方性的资源和网络,也嵌入更广阔的经济、社会、文化和政治背景之中。贫困小农户与消费者的衔接并非为线性的、一帆风顺的过程。当双方直接遭遇,围绕食物的文化、便利性、供需平衡、交易的逻辑和情理、商品的标准等方面,经常出现差异性理解及反应、错位对接和不连续性。这些不连续性的存在使得小农户与城市消费者的对接出现困难,信任建立面临挑战。这种断裂和不连续还揭示了城乡之间长期存在的“制度性距离”(Edelman et al., 2014),如扶助小农户对接市场的

一些必要政策工具的缺席,对农民进城的种种限制,乡村地区针对小农户产品特点的检验检疫、屠宰加工、物流体系等公共品供给的缺位等。这些结构和制度上的障碍加剧了城乡之间的空间距离“问题”,使生产和消费的衔接变得困难。

同时,该试验也让我们看到,乡村和农民具有回应各种困境和压力的能动性。他们在实践过程中不断调整,采取了一系列适应性策略来努力弥合各种断裂和不连续性,逐渐建立起相对稳定、持续的生产-消费关系。该过程激发出村庄内部的和城乡之间的各种自组织、合作和创新性实践。这些实践在不断赋权村庄的同时,也重构了贫困小农户所嵌入的社会关系和生存空间,为其新的生计方式创造了可能空间。这类实践的意义并不仅仅限于经济和生计领域,也涉及食物生产和消费所蕴含的社会、文化、政治、自然以及生命关系的改变,如乡村活力的修复、新乡村性和新城乡关系的塑造等(贺聪志等,2015)。

中国当前还有2.3亿小农户单元,小农户家庭经营仍然是大量贫困小农户重要的生计方式和收入来源,是很长一段时间内我国农业的基本经营形态^⑥。在此国情和农情背景下,如何以消费扶贫政策为契机,为从事家庭经营的贫困小农户构建持续、稳定的生计空间和市场体系,不论是对后脱贫时代巩固脱贫成果还是对乡村振兴,都至关重要。消费扶贫作为一种国家干预行动,应突破常规范式的一些僵化认知,走出规模化、产业化发展的路径依赖,重新认识小农经济的存在价值(尤其是在维持社区和生态方面的非货币化贡献)及农民在变迁社会中的适应性;在关注规模化产业和带贫主体的同时,也应兼顾扶持小农户,重视创新适合小农户生产及其产品特点的消费扶贫机制和方式。目前国内正在兴起大量类似构建巢状市场的新型实践,如果加以引导和扶持,这类方式不仅可以成为贫困小农户拓展生

存空间的新消费扶贫路径,让小农户焕发新的生命力,也可以为乡村地区和周边城市人口带来显著的环境、经济和社会效益。

当然,要开展针对贫困小农户产品的消费扶贫,如何化解生产和消费衔接中的不连续性,弥合城乡之间的种种断裂,将是这类扶贫行动不能回避的挑战。今天,村庄和贫困小农户既要适应由高度异质性的移民组成的,阶层化的城市和被现代食物体系形塑的,日渐远离乡土性与地方性的现代消费文化,也要克服诸多技术、知识和制度上的障碍。这使得生产者和消费者组成联结并共享价值规范 and 标准框架需要一个较长的过程(叶敬忠、贺聪志,2019)。在此方面,需要公共部门的制度创新,需要政府和社会力量在技术、市场机会、公共服务方面提供一系列的配套措施和支持,为贫困小农户产品进入市场创造有利环境。

笔者长期观察发现,能否以合作和组织化的方式整合资源,形成沟通消费端的规模、信息和质量提升优势,是决定贫困小农户与市场连接成败的关键。在此方面,村干部、驻村工作队队员、返乡青年可以成为带动贫困小农户建立合作纽带的人才力量。此外,针对小农散户小规模经营,难以批量化、标准化供应产品的问题,可借鉴国际上建立“食物枢纽”/集配中心等新兴做法,将产品集中,由专业人员统一分拣、分级、包装和把控质量,以批量、组合等形式,与不同类型的消费扶贫渠道进行对接。针对小农户产品长链供应难、成本高的问题,可发挥其新鲜多样,更适合地方饮食文化等方面的优势,发掘食物“地产地消”的潜力,如与本区域城市社区、学校、企事业单位食堂进行对接;也可鼓励地方结对帮扶单位、个人以及其他社会力量,以各种形式与贫困小农户建立长期、稳定的对接关系。同时,需要完善和优化匹配符合小农户对接城市需求的公

共服务和公共产品体系,如小型屠宰加工服务、检验检疫服务、入村冷链物流服务等。最后,消费扶贫要构建长期稳定的供销体系和良性运转机制,非常需要社会信任和社会建设。柳村巢状市场的构建过程注重城乡互动和社会建设,为双方增进了解,建立长期的合作和信任关系创造了可能;若非如此,这类联结在面对种种不连续性问题时,非常容易被各种资本主导的竞争力量所消解。

参考文献:

- 艾云,2016,《农产品“市场链”:一个经济社会学的分析》,载《社会发展研究》第1期。
- [英]齐格蒙特·鲍曼,2002,《流动的现代性》,欧阳景根译,上海三联出版社。
- [荷]扬·杜威·范德普勒格,2013,《新小农阶级:帝国和全球化时代为了自主性和可持续性的斗争》,潘璐、叶敬忠译,北京:社会科学文献出版社。
- 贺聪志等,2015,《建构巢状市场:理论、实践与思考》,第六届国际社区支持农业大会暨第七届中国社会农业大会。
- 黄承伟等,2017,《产业精准扶贫:实践困境和深化路径——兼论产业精准扶贫的印江经验》,载《贵州社会科学》第9期。
- 黄宗智,2020,《小农经济理论与“内卷化”及“去内卷化”》,载《开放时代》第4期。
- [英]提姆·朗、麦克·希斯曼,2011,《食品战争:饮食、观念与市场的全球之战》,刘亚平译,北京:中央编译出版社。
- [德]卡尔·马克思,2004,《资本论》第1卷,中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局译,北京:人民出版社。
- [美]拉吉·帕特尔,2008,《粮食战争:市场、权力和世界食物体系的隐形战争》,郭国玺、程剑峰译,北京:东方出版社。

- 林万龙等,2018,《产业扶贫的主要模式、实践困境与解决对策:基于河南、湖南、湖北、广西四省区若干贫困县的调研总结》,载《经济纵横》第7期。
- [美]詹姆斯·C·斯科特,2001,《农民的道义经济学:东南亚的反叛与生存》,程立显等译,南京:译林出版社。
- 王道勇,2009,《小农制衰亡论的争议与现实启示》,载《科学社会主义》第5期。
- 汪三贵等,2017,《中国扶贫开发的实践、挑战与政策展望》,载《华南师范大学学报(社会科学版)》第4期。
- [意]弗拉米尼亚·文图拉,2016,《农业多功能性是农民的赋权之路吗?》,载叶敬忠(主编):《农政与发展当代思潮》第2卷,北京:社会科学文献出版社,第99—115页。
- 吴重庆、张慧鹏,2019,《小农与乡村振兴——现代农业产业分工体系中小农户的结构性困境与出路》,载《南京农业大学学报(社会科学版)》第1期。
- 叶敬忠、贺聪志,2019,《基于小农户生产的扶贫实践与理论探索:以“巢状市场小农扶贫试验”为例》,载《中国社会科学》第2期。
- 周娟,2017,《土地流转背景下农业社会化服务体系的重构与小农的困境》,载《南京农业大学学报(社会科学版)》第6期。
- [日]祖田修,2003,《农学原论》,张玉林等译,北京:中国人民大学出版社。
- Akram-Lodhi, A. Haroon, 2017, “The Global Food Regime,” in Henry Veltmeyer, Paul Bowles (eds.), *The Essential Guide to Critical Development Studies*, Oxon: Routledge, pp. 301–313.
- Altieri, Miguel A. et al., 2012, “Agroecologically Efficient Agricultural Systems for Smallholder Farmers: Contributions to Food Sovereignty,” *Agronomy for Sustainable Development*, No. 32, pp. 1–13.
- Araghi, Farshad A., 1995, “Global De-peasantisation, 1945–1990,” *The Sociological Quarterly*, Vol. 36, No. 2, pp. 337–368.
- Bernstein, Henry, 1977, “Notes on Capital and Peasantry,” *Review of African Political Economy*, Vol. 4, No. 10, pp. 60–73.
- Carolan, Michael, 2016, *Sociology of Food and Agriculture*, New York, NY: Routledge.
- Carton de Grammont, H. & S. M. Lara Flores, 2010, “Productive Restructuring and ‘Standardization’ in Mexican Horticulture: Consequences for Labour,” *Journal of Agrarian Change*, Vol. 10, No. 2, pp. 228–250.
- Edelman, Marc et al., 2014, “Introduction: Critical Perspectives on Food Sovereignty,” *The Journal of Peasant Studies*, Vol. 41, Iss. 6, pp. 911–931.
- Friedmann, Harriet, 2016, “Commentary: Food Regime Analysis and Agrarian Questions: Widening the Conversation,” *The Journal of Peasant Studies*, Vol. 43, No. 3, pp. 671–692.
- Harvey, David, 2007, *A Brief History of Neoliberalism*, Oxford University Press.
- Long, Norman, 2001, *Development Sociology: Actor Perspectives*, London: Routledge.
- McMichael, Philip, 2013, *Food Regimes and Agrarian Questions*, Halifax and Winnipeg: Fernwood Publishing.
- Patel, Raj & Jason W. Moore, 2017, *A History of the World in Seven Cheap Things: A Guide to Capitalism, Nature, and the Future of the Planet*, Oakland, CA: University of California Press.
- Schneider, S. & M. Gazolla, 2015, “Seeds and Spouts of Rural Development: Innovations and Nested Markets in Small Scale On-farm Processing by Family Farmers in South Brazil,” in Milone, Pierluigi et al. (eds.), *Constructing a New Framework for Rural Development (Research in Rural Sociology and Development, Volume 22)*, Bingley, UK: Emerald Group Publishing Limited, pp. 127–156.
- Schneider, S. et al., 2016, “Nested Markets, Food Networks, and New Pathways for Rural Development in Brazil,” *Agriculture*, Vol. 6, No. 4, pp. 1–19.
- Schneider, S. & P. A. Niederle, 2010, “Resistance Strategies and Diversification of Rural Livelihoods: The Construction of Autonomy among Brazilian Family Farmers,”

Journal of Peasant Studies, Vol. 37, No. 2, pp. 379-405.

Steel, Carolyn, 2008, *Hungry City: How Food Shapes Our Lives*, London: Chatto & Windus.

Van der Ploeg, Jan Douwe, 2015, "Newly Emerging, Nested Markets: A Theoretical Introduction," in Hebinck, P. et al. (eds.), *Rural Development and the Construction of New Markets*, London: Routledge, pp. 16-40.

Van der Ploeg, Jan Douwe et al., 2012, "Rural Development through the Construction of New, Nested, Markets: Comparative Perspectives from China, Brazil and the European Union," *The Journal of Peasant Studies*, Vol. 39, Iss. 1, pp. 133-173.

Van der Ploeg, Jan Douwe et al., 2010, "Rural Development Reconsidered: Building on Comparative Perspectives from China, Brazil and the European Union," *Revista di Economia Agraria*, Vol. 65, No. 2, pp. 163-190.

Weis, Tony, 2007, *The Global Food Economy: The Battle for the Future of Farming*, London: Zed Books.

注释:

- ①《消费扶贫成效显著 销售额突破1000亿元》, 中国政府网, http://www.gov.cn/shuju/2020-08/16/content_5535224.htm。
- ②参见《扶贫农产品陷入“包销”怪圈 消费扶贫依赖症

得治》, 新华网, http://www.xinhuanet.com/politics/2020-08/13/c_1126361859.htm。

③各地政府在推动产业扶贫过程中, 普遍采取“捆绑式”脱贫机制, 即由涉农企业、农民专业合作社等经营主体通过收购农产品、吸纳就业、资产收益分红等方式, 带动贫困户实现脱贫增收。这些带动贫困户脱贫的企业、合作社等经营主体被称为“带贫主体”。

④2019年3月30日, 在中国农业大学人文与发展学院举办的“小农户的市场对接: 新机制、新实践、新理论”研讨会上, 吴重庆在题为《小农户是如何被“去能”的》的发言中指出, 一些小农户在扶贫项目中, 不仅没有被“赋能”, 反而因为项目的发展而变得丧失了发展生产和市场销售的能力, 即被“去能”。

⑤本文中所涉及的乡、村、小区名称以及人名均为化名。

⑥虽然与已发表的前文有部分重叠, 但为了文章的整体性, 这里需要对该试验进行简要介绍, 并补充了该试验的最新进展。

⑦中国互联网信息中心:《第45次中国互联网络发展状况统计报告》, 国家互联网信息办公室网站, http://www.cac.gov.cn/2020-04/27/c_1589535470378587.htm。

⑧中共中央办公厅、国务院办公厅:《关于促进小农户和现代农业发展有机衔接的意见》(中办发[2019]8号)。

责任编辑:皮莉莉

in the Hebian village to increase the income level of the villagers, release them from dependence on the traditional low-income agriculture, and ultimately bring them out of the poverty trap. The initial results of the Hebian experiment show that once the modern welfare standards are adopted, poverty alleviation will have a strong path dependence on modernity. The Hebian experiment is notable for bringing about a face-lift to the village and a drastic increase to the villagers' income. The modernization path is also effective for poverty alleviation. However, it's very difficult for the traditional material foundation and the social relationship of the village to support the development of modern industries, the poverty alleviation experiment also faces the challenge of sustainability. At the same time, the fact that the villagers picked up agriculture again after their livelihoods were severely challenged by the "de-agriculturalization" strategy strongly demonstrates the survival resilience of small farming. What the Hebian experiment has encountered is precisely the long-term predicament that smallholders have to face in the process of poverty reduction under current conditions. This also illustrates the practical meaning that China's special national conditions have brought to its rural poverty alleviation.

Keywords: poverty alleviation, Hebian experiment, smallholders

When Smallholder Production Encounters Modern Consumption: Reflections on Poverty Alleviation via Nested Markets 45

He Congzhi & Ye Jingzhong

Abstract: Poverty alleviation by consumption (a policy mobilizing consumers to purchase goods and services offered by the poor) has met some problems and challenges in reality, one of which is the difficulty for the poor rural households to be directly involved. Based on the "Experiment of Poverty Alleviation via Nested Markets" program in Liu Village of Hebei Province, this research explores the micro organizing process of an initiative of poverty alleviation by consumption based on smallholder production. It shows that when smallholder production encounters modern consumption, discontinuities appear in various aspects such as food standard and culture, judgment about convenience, the balance between supply and demand, and the interactive relationships. This also leads to the various difficulties and problems in promoting the practice of poverty alleviation by consumption and undermines its sustainability. These discontinuities not only reflect the tensions between the global food systems and the local food culture and society, but also represent the rifts between the constructed modern consumption and the rapid change of rural smallholder production. Thus, this paper suggests that it is necessary to come up with new ways of involving the poor farming households directly in the promotion of poverty alleviation by consumption and support them with corresponding measures in terms of technique, market opportunity, and public service.

Keywords: poverty alleviation by consumption, nested market, smallholder production, rural-urban linkage