

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

摘要：以市场为导向的产业扶贫方式在我国的精准扶贫工作中发挥了重要作用，但它很难全面覆盖深度贫困的小农户，也面临很多挑战。因此，需要探索和创新适合贫困小农户的多种生产扶贫方式。一项在河北省太行山区村庄开展8年的扶贫行动表明，“巢状市场小农扶贫”以“贫困小农户现在有什么”的生计资源为出发点，以健康农产品和地方特色食物产品的小农式生产为“产业”，以城市普通消费者对健康食物的需求为对接出口，以“巢状市场”为交易和互动的组织形式，通过农村贫困人口和城市人口的相互信任和共同参与，成功地将生计资源和社会资本转化为贫困人口的收入，实现精准、稳定和可持续的脱贫结果，彰显了创新、协调、绿色和共享的发展理念。

关键词：小农生产 精准扶贫 生产扶贫 巢状市场

作者叶敬忠，中国农业大学人文与发展学院教授（北京 100193）；贺聪志，中国农业大学人文与发展学院副教授（北京 100193）。

一、贫困小农的脱贫挑战

改革开放以来，中国政府取得了巨大的扶贫成就。随着国家精准扶贫战略的实施，农村贫困人口在2017年底进一步减少到3046万人。^①当前扶贫工作的重点是深度贫困地区和深度贫困人口，且主要是小农户。根据精准扶贫政策的宏观设计，“生产扶贫”是完成脱贫目标任务最重要的举措。^②在实践中，生产扶贫的主要方式

* 本文为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”（13ASH007）阶段性成果。

① 国家统计局官网：《2017年全国农村贫困人口明显减少 贫困地区农村居民收入加快增长》，2018年2月1日，http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201802/t20180201_1579703.html，2018年2月1日。

② 林晖：《产业扶贫助力3000万贫困人口“摘帽”》，2016年10月16日，http://www.gov.cn/xinwen/2016-10/16/content_5119954.htm，2017年10月16日。

是发展以市场为导向的地方特色产业，通过鼓励和支持农民专业合作社或龙头企业等新型经营主体，在贫困地区开发“一乡一业”或“一村一品”，进而带动贫困户脱贫。因此，“产业扶贫”几乎成为了“生产扶贫”的代名词，且绝大多数情况下，主要指农业生产和食物生产类的产业。

以往的实践表明，面对复杂的现实情况，产业扶贫在带动小农户脱贫过程中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。而且，若不能对资源优势、市场潜力等做出科学判断，盲目推行“一乡一业”或“一村一品”式的专业化产业，很容易陷入低水平、同质化竞争和生产过剩，^①给本就脆弱的贫困小农户带来更多不确定性和生计风险。此外，如何保障这些贫弱、分散的小农户在面对其他强势市场主体时不被排挤，有更多的自主性、谈判能力和内生动力，在流通交换中获得更公平合理的价值分配等，也是产业扶贫中难以回避的困难和挑战。^②

其实，扶贫方式可以多元化，不必拘泥于一种思路。基于中国人多地少的基本国情，不可能在所有地区统一实现大规模的产业化和商业化农业或食物生产。在很多贫困地区，零散地块往往更适合小农式的家庭生产。小农经济有其合理性和必要性，并没有完全过时。^③小农农业的重要性的和小农户的生存发展亦受到国家的高度重视。党的十九大报告、2018年中央农村工作会议以及2018年中央一号文件都将小农户发展和乡村振兴放到了显要位置，并提出要采取有针对性的措施，“促进小农户和现代农业发展有机衔接”，“帮助小农户对接市场”，“发展多样化的联合与合作，提升小农户组织化程度”，“扶持小农户发展生态农业”，“重塑城乡关系，走城乡融合发展之路”，等等。作为国家整体发展战略的一个组成部分，扶贫工作应该与乡村振兴战略有机结合，遵循中央关于小农农业和小农户发展的上述指导思想，遵循创新、协调、绿色、开放、共享的五大发展理念。针对当前的贫困新特点和各地的现实情况，在“产业扶贫”难以覆盖的地区或不太适合的情况下，应该探索能够将贫困小农户的生产与现代社会需求联结起来的多元扶贫新机制。

20世纪80年代以来，国际上出现了各种重新思考和定义农业与农村发展，并尝试通过调整农业生产方式和创新市场流通机制来回应农业与食物体系危机的实践和理论探索。尤其是，作为对农业部门所遭遇的价格挤压的回应，农民尝试发展能

① 郑风田、程郁：《从农业产业化到农业产业区：竞争型农业产业化发展的可行性分析》，《管理世界》2005年第7期；孙兆霞：《脱嵌的产业扶贫：以贵州为案例》，《中共福建省委党校学报》2015年第3期。

② 黄宗智：《小农户与大商业资本的不平等交易：中国现代农业的特色》，《开放时代》2012年第3期；艾云、周雪光：《资本缺失条件下中国农产品市场的兴起——以一个乡镇农业市场为例》，《中国社会科学》2013年第8期。

③ 姚洋：《小农生产过时了吗？》，《北京日报》2017年3月6日，第18版。

够带来更多附加值的新的产品和服务，并在纯粹的农耕之外创新多元的生计活动，这样的地方性行动大量涌现。在理论和政策层面，这些行动常被以“多功能性”或“生计方式多样化”等概念来概括和表述。^①与此同时，这些开拓新的产品和服务的农民发现，进入主流市场对改善其家庭境地作用有限，因为大部分附加值被控制市场渠道的其他行动者攫取，或者其产品和服务根本就难以进入主流市场。在此背景下，这些农民另辟蹊径，与同样在寻求更健康食物的城市消费者合作，建立直接联结，从而构建起一种主流市场之外的新型市场形式。不论是在发达国家还是在发展中国家，这种现象都日益普遍。^②例如，荷兰的很多小农场主在农场中将牛奶加工成乳酪、酸奶和其他产品，直接销售给附近城市的消费者；巴西政府通过“联邦食品采购计划”（PAA）和“校餐计划”（PNAE）等制度化方式，直接采购小农户的农产品，以为小农户创造一个保护性的市场空间。近10年来，类似的实践探索在国内越来越多地生发出来，有的是民间草根个体或群体的自发创新（如农民个体发展特色生态农产品并通过社会网络构建起固定的消费者群体，返乡“新农人”带动村民将产品与城市消费者直接联结等），有的是社会组织或高校及科研机构推动下的社会试验（如中山大学在广东省和云南省推动的“绿耕”城乡互助实践，山西省永济市“蒲韩乡村社区”帮助小农户构建类似新市场等）。在对荷兰、巴西和中国等实践进行总结分析的基础上，2010年，笔者与荷兰学者扬·杜威·范德普勒格（Jan Douwe van der Ploeg）、巴西学者塞尔吉奥·施奈德（Sergio Schneider）共同提出“巢状市场”（Nested Market）的概念，以对这种新的市场形式和农村发展实践进行总结和概括。^③

① Jan Douwe van der Ploeg, Jingzhong Ye and Sergio Schneider, “Rural Development Reconsidered: Building on Comparative Perspectives from China, Brazil and the European Union,” *Revista di Economia Agraria*, vol. 65, no. 2, 2010, pp. 163-190; Elizabeth Francis, *Making a Living: Changing Livelihoods in Rural Africa*, London and New York: Routledge, 2000.

② 参见 Paul Hebinck, Jan Douwe van der Ploeg and Sergio Schneider, “The Construction of New, Nested Markets and the Role of Rural Development Policies: Some Introductory Notes,” in P. Hebinck, J. D. van der Ploeg and S. Schneider, eds., *Rural Development and the Construction of New Markets*, Abingdon: Routledge, 2015, p. 1.

③ Jan Douwe van der Ploeg, Jingzhong Ye and Sergio Schneider, “Rural Development Reconsidered: Building on Comparative Perspectives from China, Brazil and the European Union,” pp. 163-190; Jan Douwe van der Ploeg, Jingzhong Ye and Sergio Schneider, “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, no. 1, 2012, pp. 133-173.

类似构建巢状市场的行动一般被视为回应生态问题或食品安全问题的一种替代性实践。但事实上，这类行动的影响并不仅限于此。它们正在成为推动农业转型和农村发展的新动力。同时，这种市场形式所创造的新的经济空间和分配机制也可以成为贡献于小农户生计和农村减贫的创新路径。近年来，将类似路径应用于扶贫行动的探索越来越多，例如，一些地方政府推动的“消费扶贫”行动，四川省青神县妇联推动的“我在深山有远亲”实践（鼓励消费者与贫困农户“结对子”），河南省固始县物价局在该县平楼村推动的“贫困小菜园”行动，以及中国农业大学在河北省太行山区开展了8年的“巢状市场小农扶贫试验”，等等。

这些致力于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，正是立足于中国当下独特社会环境，以小农户生产为基础的扶贫与乡村发展探索。本文以生产和市场两个维度作为扶贫的切入点，以这些实践中比较具有代表性的“巢状市场小农扶贫试验”为例，呈现这一新的扶贫探索，阐述其主要特征和理论内涵，为探讨如何化解当前的扶贫困境提供一种思路，并对中央关于扶贫工作和小农户发展的重要思想进行实践具体化和理论深化。

二、贫困小农的“产业”与巢状市场小农扶贫行动

自2010年起，中国农业大学的一个研究团队在河北省太行山区的青林乡^①开展“巢状市场小农扶贫试验”。目标是通过发展适合贫困小农户特征的“另一种产业”和创造将农村贫困生产者和城市普通消费者直接联结起来的“另一种市场”——“巢状市场”，来探索瞄准深度贫困人口的“另一种脱贫途径”。由于贫困小农户的“另一种产业”主要指农民以小农方式开展的农产品和其他食物产品的生产，故本文将此脱贫途径称为“巢状市场小农扶贫”。

（一）另一种产业：小农生产

从农村发展的生计理论视角来看，思考农户生计改善与收入提高的出发点应是“农户现在有什么”（以此为基础，再思考农户可以做什么），而不是“农户现在缺少什么”。^②因此，要使贫困户建立可持续的生计收入方式，应该从其可控制、可支配和可获及的生计资源入手，充分开发、动员和利用这些资源，调动农户的主体性和能动性来创造发展机会。农户的生计资源包括自然资源、物质资源、经济（或金融）

^① 本文中的乡镇和村庄均为化名。

^② Ian Scoones, “Livelihoods Perspectives and Rural Development,” *The Journal of Peasant Studies*, vol. 36, no. 1, 2009, pp. 171-196.

资源、人力资源、社会资源和文化资源。^① 对于分布于农村地区尤其是偏远山区的贫困农户的生计发展来说，小块土地、山地、多年种植和饲养的品种（作物、蔬菜、林果、家禽、家畜等）以及水源等是其主要的自然资源；现有的劳动工具和生产设施是其主要的物质资源；少量（或几乎没有的）现金或存款以及来自政府的少量政策性补贴是其主要的经济资源；现有的家庭劳动力以及按照小农方式进行种养业生产的乡土知识和经验技能是其主要的人力资源；亲属邻里关系、村庄各种正式和非正式组织以及人际信任是其主要的社会资源；现有的小农式（非工业化）生产方式和乡土食品生产传统，以及这些生产方式和生产传统中所体现出的有关人与自然、人与社会、人与人之间的价值理念是其主要的文化资源。^②

基于上述生计资源，贫困的小农户可以从事的生产便是在有限（相对较小）的土地或空间规模上，依靠有限（相对比较缺乏）的家庭劳动力，按照现有（相对较为传统）的生产方式和生产技艺，以有限度（相对固定）的生产规模，种植和饲养现有（相对乡土）的作物（包括蔬菜、林果等）和家畜家禽，以及加工有地方特色（相对传统）的食品。这些产品的小农式生产，是几乎所有具备一定生产能力的贫困户都可以顺利开展、没有多少生产风险的“另一种产业”。其产品便是规模比较固定的地方品种作物、畜禽产品、瓜果蔬菜和地方性的加工食品等。

（二）另一种市场：巢状市场

当前的社会环境尤其是城市的食物消费转型和日趋多元化的需求，为贫困户的上述产品提供了特定的销售契机。近年来规模化和工业化的食物生产方式，以及远距离食物流通中的化学添加与保鲜方式等带来的食物质量和环境健康问题日益显现。^③ 食品安全问题不断被媒体曝光，引发一定的公众焦虑和信任危机。在此背景下，相当一部分城市普通消费者在试图寻找主流市场之外的安全食物获及渠道。

相对于各种认证和标签，部分消费者更愿意相信自己看到的生产过程和了解的生产者。他们更青睐受工业化农业生产方式影响较少的小农生产方式，农民与其劳动对象的亲和性，以及这种产品的地方性、自然性、稳定性和文化性。他们不仅重视食品安全，也有着对环境和贫弱者的社会关切与价值认同。他们愿意以适当价格

① A. Bebbington, "Capitals and Capabilities: A Framework for Analysing Peasant Viability, Rural Livelihoods and Poverty," *World Development*, vol.27, no.12, 1999, pp. 2021-2044.

② Diana Carney, *Sustainable Rural Livelihoods: What Contributions Can We Make?* London: Department for International Development, 1998, pp. 3-25; John Field, *Social Capital*, London: Routledge, 2003, pp. 13-14.

③ 黄旦、郭丽华：《媒体先锋：风险社会视野中的中国食品安全报道——以 2006 年“多宝鱼”事件为例》，《新闻大学》2008 年第 4 期。

与固定的小农户直接对接,信任其产品质量,定期购买其产品,支持其小农式的乡土生产方式。这样,特定的农村生产者和特定的城市消费者就以食物为载体直接联结在一起,既满足了农村生产者的生计收入需要,也满足了城市消费者的健康食物需求。

这种在农村生产者和城市消费者之间形成的直接对接、实名、有相对固定边界以及具有一定认同和信任的“另一种市场”,被称为“巢状市场”。^①“巢状”一词在此有两层含义:一方面,这种市场是特定人群之间所形成的有限而又相对闭合的产品、现金、信息、服务等流通圈和交往圈,恰如在主流市场中筑入的一个个“鸟巢”,因此其本身就嵌入在主流市场之中;另一方面,它也是对这种特殊市场形式和食物供需网络的一种隐喻,强调的是生产者与消费者之间的直接而固定的联结关系和基于信任的社会网络,恰如“鸟巢”里的各个节点,生产者和消费者以各种方式紧密地团结在一起,构成一个边界相对明确的市场结构。只要某些生产者和某些消费者建立了这样的固定结构,就可以形成一个巢状市场。按此原则,一个村庄的生产者与城市的一个社区或多个社区的消费者可以建立起一个巢状市场;一个村庄的生产者也可以分成多个生产者小组,分别固定对接城市消费者,形成多个巢状市场。以此方式,在更大的范围内,如一个乡,直至一个国家,形成的将不是一个没有边界的无限大市场,而是无数个巢状市场。

(三) 另一种生产扶贫方式:巢状市场小农扶贫

“巢状市场小农扶贫试验”最早在青林乡的柳村发起。在柳村的带动下,邻近的宋村后期也开展了同样的扶贫行动。下面主要以柳村的实践为例,介绍该试验的主要过程。

柳村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,位属太行山区。2017年,全村共173户,654人,其中建档立卡贫困户55户(12户为政策兜底对象),贫困人口210人。村庄常住人口以留守的妇女、老人和儿童为主。该村耕地770亩(人均约1.2亩),林地1000多亩。村庄至今保存着较为典型的小农农业形态,通过种植、养殖的结合实现人与自然的协同生产。旱地和水浇地主要产出玉米、红薯、花生、土豆和各种杂粮。林地则产出核桃、板栗、柿子、桃、李子、杏等林果。每个农户都拥有一片小菜园。家庭养殖仍以乡土方式为主,主要产出有土鸡、土鸭、柴鸡蛋、鸭蛋、农家猪、山羊等。另外,红薯粉、红薯干、烧饼、卤

^① Jan Douwe van der Ploeg, Jingzhong Ye and Sergio Schneider, “Rural Development Reconsidered: Building on Comparative Perspectives from China, Brazil and the European Union,” pp. 163-190; Jan Douwe van der Ploeg, Jingzhong Ye and Sergio Schneider, “Rural Development through the Construction of New, Nested, Markets: Comparative Perspectives from China, Brazil and the European Union,” pp. 133-173.

水豆腐、柿子饼等是该村独具特色的乡土加工食品。基于柳村的这些资源和产品，研究团队自2010年开始尝试在乡村和城市之间进行“搭桥”。

1. 村庄贫困小农户的组织与合作

研究团队首先与柳村村委会合作，在对村庄生产状况和贫困小农户可利用的生计资源进行调查摸底的基础上，开始动员农户参与，并推动村庄内部的组织与合作。经过筛选，20个具备一定生产能力和良好口碑的贫困农户（大部分是贫弱的留守老人）成为生产小组的第一批成员。同时，3位村民代表（其中一位是女性）被推选为生产小组的核心组织者，他们负责将一家一户的小农组织起来，协调和监督生产过程、把关产品质量、组织配送、与消费者进行互动，等等。

目前村庄已经形成相对有序的组织分工，有16个农户在专门负责屠宰加工、质量把关、包装、配送以及与消费者互动等环节。经常参与的农户已达76户，包括几乎所有具备一定生产能力的贫困小农户。同时，按照农户生产能力和生产优势的差异，农户间形成了相对稳定的农产品供应分工。由于柳村的带动，附近的宋村自2016年也独立组织起来，参与农户目前已扩展至19户。

研究团队参与培育理念、协助村庄组织起来，并在此过程中观察组织过程，与村庄一起思考如何改进和完善。在启动初期，研究团队为生产小组提供了少量的配送补贴和配送协助。2012年后生产小组逐渐能够独立完成各种操作环节，且不再需要经费补贴等帮助。自2014年起，研究团队还与生产小组一起发起了保护乡土老品种的试验。

2. 城市消费者群体的动员与拓展

在城市（北京），研究团队从邀请身边的同事和亲朋好友开始，依托社会关系网络发展消费者群体。18个家庭成为第一批消费者，之后，有过良好参与体验的消费者又不断邀请熟人亲友加入，使消费群体以“滚雪球”的方式自发拓展。截至2017年年底，柳村已在北京建立8个配送点，参与的消费者超过400个家庭，且数量还在逐步增加。2017年夏，柳村的生产小组又凭借其不断拓展和建立的社会网络，与河北省保定市的一个消费者群体建立联结。附近的宋村也逐渐发展起覆盖100个左右家庭的消费者群体，在北京建立了3个配送点。

2016年年底的一项调查^①显示，参与的消费者对柳村巢状市场表达出很高的信任度：表示信任的消费者比例达95.1%，其中69.1%表示通过一定时间的联结和交往，已经信任农户和村庄生产小组，26.0%表示因信任研究团队或其他消费者，进而信任村庄。对于为什么选择参与柳村巢状市场，消费者的反馈是：“有益健康”（80.2%）、“尊重自然”（76.5%）、“有助于减贫”（54.3%）、“熟人信任”

^① 此次调查主要借助“问卷星”展开，调查人员将问卷的网络链接推送到柳村的各个消费者微信群中，邀请消费者自愿参与、网上作答，共收回81份有效问卷。

(44.4%)、“定价合理”(43.4%)、“喜欢乡土性产品”(43.2%)等。

3. 乡村与城市的联结与互动

巢状市场为乡村生产者与城市消费者构建了一个联结与互动的特殊场域。其中农产品的直接对接是其核心内容。2017年,柳村全年纳入对接的农产品已达56种,最受欢迎的产品为土猪、土鸡和鸡蛋。这种农产品的城乡对接一直持续至今,配送活动一般保持约每20天一次,目前正在逐渐增加配送频率。

与此同时,现代信息技术的发展正在推动中国社会生发出一场“社交革命”,也使城市消费者和乡村生产者之间跨越空间的日常互动成为可能。目前,微信群和微信公众号是双方交流所依托的主要媒介。它们为生产者与消费者之间的信息分享、下单交易、网上支付、质量反馈、活动组织以及消费者邀请新成员加入等提供了极大便利。此外,乡村生产者与城市消费者也有很多面对面的交往与互动。村庄的每次配送都为双方提供了见面交流的机会。很多消费者在闲暇之余携家人(尤其是孩子)和亲朋好友访问村庄和对接的生产农户,既得到了休闲放松,也增进了对村庄、农户和食物生产过程的了解。这些联结和互动使得双方逐渐拉近了距离,增进了理解和信任。

4. 价格协商、收益分配与质量监督

出于帮助贫困小农户改善生计的考虑,柳村巢状市场农产品的价格普遍高于当地市场30%—60%,但远低于城市市场上带有“生态”、“有机”标签的农产品价格。在销售收入中,生产小组一般提取10%—20%用于必要的劳动力投入、配送、包装等组织成本,其余全部返还农户。

目前巢状市场的农产品价格对农户和消费者都有吸引力,并得到参与双方的认可。同时,由于乡村生产者和城市消费者实现了直接对接,去除了中间环节,双方都能够从中受益更多。一方面,生产农户可以获得比当地更高的出售价格,且产品有稳定销路。以鸡蛋为例,很多连走到集市都很困难的留守老人,如今在家门口就可以以30—40元每公斤的更高价格定期将鸡蛋售出。另一方面,相比城市市场上的“有机”产品来说,巢状市场农产品的定价更加“平民化”,适合面向城市普通收入水平的家庭。以猪肉为例,北京市场上“有机”猪肉的价格常常高达120—200元每公斤,而巢状市场的定价维持在50—65元每公斤。

此外,研究团队与生产者和消费者一起,共同构建了一系列参与式质量监督保障机制,包括:(1)可追溯产品来源和去向的实名制标签。巢状市场每份产品的标签上均详细标注生产农户和消费者的姓名与联系方式,存在质量问题时可以直接追溯到具体农户。(2)生产小组及村庄内部的熟人社会监督。生产小组对进入巢状市场的产品进行质量把关。与此同时,在生产小组内部和整个村庄内部,每一个参与农户的生产方式和生产过程均会因熟人社会的人际传播机制而广为人知,这对产品的质量起到了很好的内部监督作用。

5. 调整与适应：从“生产—消费”不连续向连续的努力

巢状市场尝试重构“生产—消费”关系，重新联结长期被区隔的消费者与生产者、城市社会与乡村社会。这种联结需要克服不少价值、机制、制度、技术与社会环境等方面的障碍与困难。例如，发起之初，村民和消费者不理解巢状市场的理念；缺乏可供借鉴的、成熟的组织机制和经验；乡村缺少适应这种市场的检验检疫、屠宰加工、冷藏、物流等服务和设施；农民进城配送经常受到各种限制；生产小组管理能力欠缺，等等。与此同时，生产者与消费者的对接也表现为一个不断博弈和不断调整的非线性过程，存在很多不连续性。例如，在产品本身和配送环节等方面，城市消费者常常要求较高的精确性，而乡村生产者则往往表现出一定的随意性；一些消费者已经习惯于超市食物的标准化和一致性，对于乡土农产品的外观、分割和包装有时会感到不适应；等等。这也导致在巢状市场建立初期，对接失败或消费者退出的现象偶有发生。

事实上，巢状市场逐渐发展完善的过程本身就体现为不断克服这些挑战，将不连续性转化为连续性的过程。8年来，生产小组不断总结实践过程中的经验和教训，做出了多方面的努力和调整，例如，不断学习网络使用技能，完善组织环节；调整种养殖结构和生产方式，使生产更有计划性和协调性；等等。此外，长期持续的互动也使消费者增进了对村庄和生产农户的了解。很多消费者参与出谋划策，积极帮助村庄应对产品包装、组织配送等方面的问题和挑战，例如，每个取货点都有部分消费者为村民进城配送提供分货、暂存等帮助；几位互联网行业的消费者志愿为巢状市场设计了专门的交易软件，并长期提供技术维护。

随着生产者与消费者的不断磨合、调整与适应，以及村庄组织机制的不断完善，目前巢状市场在柳村和宋村均已形成了相对稳定的“生产—消费”对接关系和相对固定的消费者群体。

三、巢状市场的特点

（一）市场的多元形态

当前，主导市场认知的主要是新古典和新自由主义经济学的话语。这种视角假设市场中的行动者具有完全的理性，并在象征层面将市场抽象为根据价格水平自动调节供需平衡（即“看不见的手”）的一般性体系。各种市场形态都归属于这个体系，并由统一机制进行调节；社会则是一个与经济相分离的领域，不会影响经济秩序。然而，大量的实证研究表明，理论经济学意义上的一般性市场体系只是一种理想。这种话语忽视了多元性市场的存在以及多元市场力量运作过程中的各种社会元

素和关系。^①

事实上,市场不仅仅只是抽象的价格、偏好、供应、需求和自动形成平衡的体系(这种纯粹的市场并不存在),市场也是特定人群之间基于特定的社会物质基础、对特定商品和服务进行交易的场所或结构。^②在市场体系之内,同时共存着缤纷多样的市场形态或市场结构,其中一些具有悠久的历史。每个具体的市场形态都有自己的运作机制,不同机制之间有着复杂的关联和互动。它们对生产者与消费者的联结方式或直接或间接,或简单明了或错综复杂。它们可能存在于地方,也可能延伸到全球。市场嵌入社会关系,这些关系可以直观可见,也可以高度匿名,它们塑造了商品和服务在市场中的流动模式。而在不同流动模式中,收益和成本(包括交易成本)在参与各方之间的分配方式也不同。^③历史上,市场之间一般都有着一定的边界,其范围取决于可利用的技术、基础设施和当地的历史与文化背景。^④就本质而言,市场并没有善恶之分。市场会产生什么样的结果,完全取决于效率、个体行动者被赋予的空间和自由度、所创造的分配效果等。^⑤

但在今天,全球农业与食物领域正越来越被各种“食物帝国”(food empire)^⑥和其他大中间商所控制的市场秩序所主导,形成“沙漏状的食物体系”。^⑦包括食物帝国在内的商业力量构成一种强制性网络,对战略性的联结、节点和通过点加以控

① 参见莫洛·F.纪廉等:《新经济社会学:一门新兴学科的发展》,姚伟译,北京:社会科学文献出版社,2006年,第63页;马克·格兰诺维特、理查德·斯威德伯格:《经济生活中的社会学》,瞿铁鹏、姜志辉译,上海:上海人民出版社,2014年,第58页。

② Teodor Shanin, "The Nature and Logic of the Peasant Economy 1: A Generalization," *The Journal of Peasant Studies*, vol. 1, no. 1, 1973, pp. 63-80.

③ Jan Douwe van der Ploeg, "Newly Emerging, Nested Markets: A Theoretical Introduction," in P. Hebinck, J. D. van der Ploeg and S. Schneider, eds., *Rural Development and the Construction of New Markets*, p. 24.

④ P. Milone and F. Ventura, "The Visible Hand in Building New Markets for Rural Economies," in P. Hebinck, J. D. van der Ploeg and S. Schneider, eds., *Rural Development and the Construction of New Markets*, p. 41.

⑤ Paul Hebinck, Jan Douwe van der Ploeg and Sergio Schneider, "The Construction of New, Nested Markets and the Role of Rural Development Policies: Some Introductory Notes," p. 4.

⑥ “食物帝国”最典型的例子莫过于四大跨国粮商,即美国阿丹米、美国邦吉、美国嘉吉和法国路易达孚。参见周立:《粮食主权、粮食政治与人类可持续发展》,《世界环境》2008年第4期。

⑦ 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》,郭国玺、程剑峰译,北京:东方出版社,2008年,第9页。

制，同时试图阻断或清除其他替代模式的存在。^① 它们主要以农业企业的模式组织食物的生产、加工与流通，不断形塑和重塑生产与消费领域，建构产品的质量标准和消费者的需求与偏好。而对于这些农业企业来说，交换价值和利润率超越了使用价值，导致的结果是交换模式压制生产模式，市场价格等外部指标左右这些企业的生产方式和生产过程。例如，决定一头牛饲料配给量或一头猪屠宰时间的，经常是饲料原料的成本或猪肉的市场价格，而不是动物的生长过程和日常表现。可以说，在这种市场中，资源、劳动力、知识、产品、服务或者任何投入都会被转化成完全的商品，都需要按照交换价值进行严格的估价。^② 自 20 世纪 80 年代，这一过程在加速向全球扩张和向乡村延伸。在此过程中，很多有着长期历史的地方性市场被挤压、改组或收编，多元市场的边界在逐渐消融；产品生产越来越去地方化，日趋脱离当地特殊的生态系统和社会属性，与文化和地方性资源发生了断裂。^③ 同时，这些过程也在消耗地方自然资源，破坏农村地区社会经济和环境体系的抗逆性。

这也是一个层级化的、长链的市场。食物从土地到餐桌的过程被各种中间商层层控制，生产者与消费者被各种中间环节区隔开来。在绝大多数情况下，产品（如某种食物）的生产者和消费者都是匿名的，也不存在固定而持续的生产和购买关系。对于食物消费者来说，他们不知道购买的食物来自何处（food from nowhere），由谁生产，以及如何生产；^④ 对于食物生产者来说，他们也同样不知道生产的食物销往何处，由谁消费。人们参与市场的主要目的就是商品交易，经由商品交换和货币往来发生社会联系。换言之，这种市场所折射出的，更多是一种市场的关系或者商品的关系。由于存在诸多中间环节，交易成本较高，产品价值链中的绝大部分利润主要被中间环节尤其是大的工商资本所占有。个体小农常常失去直接进入市场的通路，其产品只能通过“公司+农户”或被中间商贩收购等形式，成为这些企业的原材料，或自身成为农业雇工。他们也在很大程度上失去对其产品和劳动的议价权。

上述这种伴随全球化过程兴起并扩张的主流市场，也可称为“无限市场”。“无限”一词是对其以下特点的表征：市场秩序主要由食物帝国等少数商业力量控制；发散性辐射（如作为市场出口的超市），没有明确的边界；生产者与消费者之间因各种中间环节的控制而被区隔，没有直接的互动；产品难以溯源，生产者和消费者通

① Jan Douwe van der Ploeg, *The New Peasantries: Struggles for Autonomy and Sustainability in an Era of Empire and Globalization*, London: Earthscan, 2008, p. 239.

② Jan Douwe van der Ploeg, *The New Peasantries: Struggles for Autonomy and Sustainability in an Era of Empire and Globalization*, pp. 117, 269.

③ Jan Douwe van der Ploeg, *The New Peasantries: Struggles for Autonomy and Sustainability in an Era of Empire and Globalization*, p. 4.

④ Philip McMichael, *Food Regimes and Agrarian Questions*, Halifax and Winnipeg: Fernwood Publishing, 2013, p. 18.

常是匿名的；不断向全球扩张，越来越多的人口、资源和地方性市场被纳入其秩序和规则之下；等等。随着无限市场的扩张和农业与食物生产方式的转型，环境和生态的过度损耗、农民的生存挤压、食品安全和健康风险、农村社会结构的消解等，已成为全球性问题和挑战。

面对这些问题和挑战，国际上有很多行动者都在积极采取策略进行回应。近年来，通过生产和流通领域的变革来推动建立更可持续的食物体系，并对社会和生态进行修复，已经成为“新的行动领域”。^① 这些行动和努力已经生发出很多新的、能带来更多附加值的产品和服务，其中有些则涉及对流通和分配机制的重塑。在主流无限市场所定义的范式和规则之外，其他的市场形态也在这些过程中不断被复兴或创新出来。这些从微小开始、从角落发起的地方性行动和实践的主要目的不在于取代主流无限市场，而是弥合主流市场的“失灵”，并修复其带来的社会和生态后果。它们所带来的一系列变化，正在重塑农村发展和农业与食物体系。巢状市场便是这样的一种行动和实践，其本身也是过去和现在都存在的一种替代性市场形态。

（二）巢状市场的结构

无论是巢状市场还是无限市场，都是市场整体的一部分。两种市场之间存在复杂的互动，在现实中并非完全对立。同时，巢状市场本身也嵌入在无限市场之中，但又有别于无限市场。巢状市场象征着产品、服务、现金和信息等新的流动形式。^② 与人们习以为常的无限市场相比，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颇为不同的另一种结构。

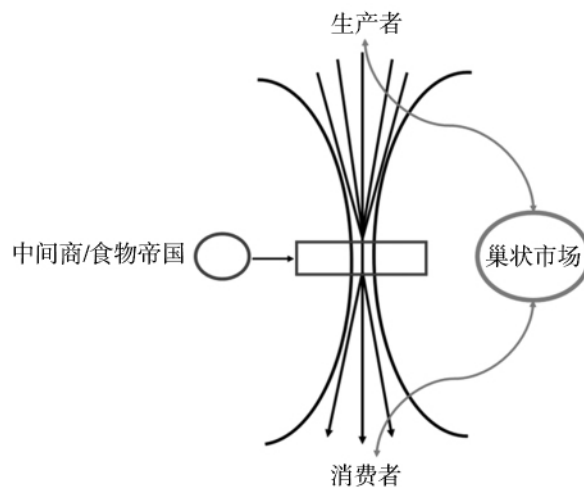
作为对食品安全、个体小农生存困境等问题的回应，巢状市场旨在打破主流无限市场中食物帝国等中间环节的控制，建立食物生产者与消费者的直接对接（见下页图）。巢状市场代表着一种“旁路”（by-pass），^③ 旨在绕过无限商品市场通道，重新联结被区隔的生产者和消费者、被割裂的社会与生态关系，创造一种生产者与消费者共同拥有、合作互惠的地方性市场。这里的生产者一般指直接从事农业生产和产品加工的无数个个体小农，包括具有家庭劳动力的贫困农户。而消费者一般指

① 参见 Norman Long, “Resistance, Agency and Counter-Work: A Theoretical Positioning,” in W. Wright and G. Middendorf, eds., *The Fight over Food: Producers, Consumers, and Activists Challenge the Global Food System*, Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press, 2007, pp. 69-70.

② Jan Douwe van der Ploeg, “Newly Emerging, Nested Markets: A Theoretical Introduction,” p. 33.

③ Jan Douwe van der Ploeg, Jingzhong Ye and Sergio Schneider, “Rural Development through the Construction of New, Nested, Markets: Comparative Perspectives from China, Brazil and the European Union,” pp. 133-173.

城市普通消费者。当农村生产者和城市消费者以食物为载体、以巢状市场为机制建立起直接的联系，所有生产者与消费者都是实名的，消费者知道购买的食物来自何处（food from somewhere），由谁生产，以及如何生产；^①生产者也知道生产的食物销往何处，由谁消费。同时，对于不同类型的食物产品来说，生产者与消费者往往维持固定而长期的生产和购买关系。一旦一个巢状市场得以建立，其中的生产者、消费者将相对固定，即是有限度的；生产者的产品种类、生产规模和产量也是有限度的。与无限市场相比，它不是发散的，而是一个相对闭合的流通圈。它与另一个巢状市场之间，也存在明显的边界。



生产者与消费者在主流无限市场中的区隔和在巢状市场中的对接图^②

此外，巢状市场的边界还体现在产品的特殊性和共享的价值规范两个方面。首先，巢状市场的产品以农户的生计资源为基础，由具有良好声誉的特定小农生产者群体以小农农业方式与自然协同生产。因此，产品种类丰富多样，且具有浓厚的乡土气息和鲜明的地方特色，其生产是自然的、生态的。其次，这些特定的生产者和特定的消费者共享着一套独特的价值规范和标准框架，例如，在高质量和安全食物方面，更强调与自然协同生产出来的健康产品，并不必然要求产品具有齐一的鲜艳颜色和漂亮外形；在生产方式方面，更看重非工业化的小农模式的生产；在生态环境方面，更注重尽可能少地使用化肥、农药、人工激素等化学物质；在价格方面，既考虑农民保持可持续小农生产方式的成本和收益，也考虑城市普通消费者的承受能力；在产品数量和供应时间方面，更尊重动植物的自然生长过程，而非要求随时可得；等等。

^① Philip McMichael, *Food Regimes and Agrarian Questions*, p. 18.

^② 参考范德普勒格教授在中国农业大学讲授农业社会学课程时展示的“食物帝国”示意图，以及拉吉·帕特尔在《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，2008年，第9页）中关于主流食物体系的示意图。

生产者和消费者的直接对接意味着巢状市场不再有中间环节或中间商的控制，食物价值链的收益绝大部分归个体小农所有。在巢状市场中，参与的小农既是生产者，也是销售者，能够获得比无限市场更多的产品附加值。同时，巢状市场也创造了将偏远山区和贫弱群体纳入的新的经济空间，开发了这些原本被无限市场排斥的、边缘化的地区与人口的发展潜力和创收机会。这是巢状市场小农扶贫功能最显著、最直接的体现。

生产者与消费者因为具有共同的价值基础和目标定位，故而成为某种意义上的利益相关者和价值共同体。在此基础上，巢状市场产品的价格很容易由生产者和消费者商议而定，过程透明。中间商价值攫取的去和价值共同体基础上的议价机制，意味着小农生产者能以较高的价格（相比地方性市场价格）出售产品，而消费者也能以相对较低的价格（相比市场上“有机”或“生态”产品的价格）获得自己信赖的高质量健康产品。

对于一个已经建立起来的巢状市场来说，每一个生产者都有一个建立在有限生计资源和特定生产方式基础上的生产（产品）规模上限，且其产品已经建立起了固定的对接消费者，而产品价格由上述议价机制而定。因此，在有特定生产者、特定消费者和特定生产（产品）规模的条件下，无论是在生产者之间、消费者之间还是生产者与消费者之间，都是一种人人共享价值、共享利益的关系，具有高度的包容性。再者，无论主流市场的价格如何大起大落，巢状市场的产品价格都能维持长期的相对稳定。因此，对于小农生产者来说，参与巢状市场是一种风险极低的生计策略和脱贫途径。

巢状市场中的生产者小组内部、消费者小组内部以及生产者与消费者之间都构成了一个边界明显的社会网络，这是巢状市场的另一个典型特点。在此网络中，共享的价值规范和频繁的互动交流，使得作为巢状市场中各个节点的生产者和消费者之间逐渐建立起一定的信任基础，并使得信息在网络里得以顺利传递。生产者可以自觉地保障食物的小农生产方式和健康的食物质量，不仅因为他们知道谁将消费自己生产的食物，而且因为他们与特定的消费者之间已经建立了信任。因为这样的信任，消费者对其购买的产品质量有信心，因此在议价方面会更加尊重生产者的意见和权力。可以说，信任机制对巢状市场的运行起着非常重要的作用。巢状市场的社会网络和信任机制还有助于贫困生产者之间的资源调动和互惠互助，从而使生产得以顺利开展。此外，贫困农户还可以在参加巢状市场的各种互动活动中，参与讨论，发出声音，表达观点，并认识到自己对生产健康产品的贡献和价值。这些虽不能直接提高收入，却是改善生活质量的内容，也可以激发贫困户改变自我的内在动力。这在某种意义上也意味着对农户的赋权以及农户自主性的增加。这样的社会网络以及身处其中的行动者之间的信任、信息传递和互惠互助等正是巢状市场所生产的社会资本。它是贫困农户需要的、也是一般情况下最为缺乏的重要生计资源。而社会

资本的生产则可以提高生产者将资源转化为产品和收入的能力，进而借此脱离贫困，实现可持续生计。^①

由此可见，巢状市场中人与人之间建立起来的主要是一种基于使用价值关系和信任关系的市场，所交易的产品也主要是基于使用价值关系和信任关系的产品。此外，在巢状市场的生产者和消费者共享的价值规范中，小农农业生产方式是重要的内容。在小农农业中，使用价值超越了交换价值和利润率，因此，生产模式主导着交换模式，一些内部指标对生产起着规范作用。例如，小农根据一头牛的生长过程和日常表现来确定最适合的饲料配给量，根据一头猪的自然生长规律来确定何时屠宰出售，等等。独特的农业与自然、社会和人类（生产者、消费者等）之间的关系是小农农业的典型特征，而产品交易也服从于这些关系。对于农业生产投入，无论是外部购买的（如种子、种畜、肥料等），还是农民自己创建的各种资源库（如农家肥、圈舍、梯田等），甚至自己的劳动力，小农都将它们作为体现自然属性的使用价值投入到农业生产过程中，而不再需要按照交换价值对其进行严格的估价，不会将它们视为一定要创造更多价值的资本（即除了获得回报之外，还必须获得资本的利息等）。^② 对于巢状市场的小农生产者来说，很多资源（尤其是公共池塘资源）、劳动力、乡土知识并未经过完全的商品化，而只是以非商品化或半商品化的形式进入到农业生产过程中。可以说，一系列的关系和结构是巢状市场产品生产、加工、配送和消费过程的主要组织机制，并以此维持共享的价值规范和标准框架，保障产品的质量和安全，满足小农生产者对于生计收入和普通消费者对于健康食物的需求。

巢状市场的特点可以通过其与农业和食物领域的主流无限市场的对比更好地呈现出来（见表1）。当人们使用主流市场的一些概念和框架看待巢状市场时，有时会想当然地认为巢状市场规模太小，效率低下。其实，巢状市场的优势正在于规模的有限性，以及巢状市场的个数、巢状市场中生产者与消费者的人数和适合村庄资源条件的产品种类数。巢状市场的规模应该体现为一种“范围经济”（economies of scope），^③ 是一种“小而美”的模式。与此相比，无限市场则强调“规模经济”（economies of scale），追求的主要是产品专业化程度和交易量的多少，尤其是少数商品的巨大生

① L. North and J. Cameron, "Grassroots-Based Rural Development Strategies: Ecuador in Comparative Perspective," *World Development*, vol. 28, no. 10, 2000, pp. 1751-1766; M. Woolcock, "Social Capital and Economic Development: Towards a Theoretical Synthesis and Policy Framework," *Theory and Society*, vol. 27, no. 2, 1998, pp. 151-208.

② 参见 Jan Douwe van der Ploeg, *The New Peasantries: Struggles for Autonomy and Sustainability in an Era of Empire and Globalization*, p. 117.

③ Flaminia Ventura and Pierluigi Milone, "Theory and Practice of Multi-Product Farms: Farm Butcheries in Umbria," *Sociologia Ruralis*, vol. 40, no. 4, 2000, pp. 452-465.

产规模。

表1 巢状市场与主流无限市场的比较

巢状市场	无限市场（农业和食物）
生产者与消费者直接对接，重新联结生产与消费、城市与乡村、农业与地方社会	生产者与消费者之间、城乡之间被各种中间环节阻隔，农业越来越脱离地方社会
有边界、有限的	无边界、无限的
实名，生产者与消费者互相知晓，且维持长期固定的生产和购买关系	匿名，生产者与消费者互不相知，其间的生产和购买关系经常是偶然的、变化的
以有着浓郁乡土气息和地方特色的产品为主	以农业工业化产品为主
短链流通，交易成本随参与人数增加而降低，依靠社会网络、可见性和透明性获得信任和声誉	长链流通，经常需要进行市场调研、市场营销，交易成本高
生产与消费的信息容易掌握，供给与消费持续互动，并趋向平衡	生产与消费的信息无法掌控、难以预测，供给与需求经常陷入周期性失衡
价值共同体基础上的议价机制，过程透明，价格相对稳定	充满价格竞争甚至操控，过程隐蔽，价格波动起伏
规模小，自然与市场风险小	规模较大，自然与市场风险很大
水平式市场结构，小农生产者参与和控制从生产到销售整个链条的各个环节，更公平的附加值分配	层级式市场结构，小农生产者往往只是廉价原材料供应者或农业雇工，位于产业链最底端，经常遭遇价格挤压和利益剥夺
生产者和消费者共享一套独特的价值规范和标准框架，相互信任，合作互惠	市场建构质量标准 and 消费需求，且受大资本和中间商等隐性权力控制
价值和关系导向，主要体现为关系的市场、关系的产品	利润导向，主要体现为市场的关系、商品的关系
有助于纳入边缘地区和贫弱者，具有高度的包容性和显著的扶贫功能	强势群体主导，边缘地区和贫弱者经常被排挤和淘汰
对自然和社会产生保护性、修复性效果	经常对自然和社会产生破坏性、攫取性效果

四、巢状市场小农扶贫的功能

（一）“生产扶贫”的两种方式

“生产扶贫”本身可以有多种不同的方式，包括围绕主流无限市场的“产业生产”和依托巢状市场的“小农生产”。不同的方式存在各自的优势和不足，适合不同特征的贫困群体。

小农扶贫所对应的主要是小农农业模式。小农农业模式通常以生态资本的持久利用为基础，旨在保护和改善农民生计。小农农业往往以其多功能性为显著特征，从事农业的劳动力通常来自家庭内部，或者通过互惠关系组织调用农村社区成员，土地和其他主要生产资料归家庭所有。小农会通过采取诸多精明的策略使其农业活动远离外部市场。小农农业的主要特点表现为小农将农业视为一种生活方式，带着热情和精神坚持不懈地投身于农业生产之中；小农将劳动置于舞台的中心，将劳动

与自我控制的且部分自我调配的资源联结在一起，也与前途和未来联结在一起，因此是就业的重要途径；小农倚重的是人与自然的协同生产，通过精耕细作和创建资源库达到对资源的高效利用；小农基于生计资源进行内源性、地方性和多样性的产品生产；小农对劳动对象进行“精心照料”，不会用“强制”的方式影响动植物的生长过程，体现了对生物生命的尊重；小农还利用匠人工艺创造各种新奇事物；小农会利用农业的多功能性和对外部市场约定俗成的远距化来保持高度的自主性；等等。^①

产业扶贫对应的主要是企业农业模式。企业农业是通过扩大规模进行生产的一种农业方式，其生产高度专门化。企业农业经营者主动委身于对主流市场的依赖之中，尤其是与农业投入相关的市场。企业农业主要建立在信贷、工业投入与技术等金融资本和工业资本的基础之上，并对劳动过程进行部分工业化改造。企业农业的主要特点表现为农业活动与已有的生态资本相剥离，自然在农业生产过程中的存在逐渐减少，那些保留下来的部分也在不断地经历着全方位“人工化”过程的“重构”；企业农业的生产目标集中在利润的创造上，它依靠现有的可用资源来生产附加值而非依赖资源库的发展，由于高度依赖市场，其自主性程度较低；农业企业往往热衷于依赖信贷资金进行规模扩张，故企业债务相对较高；企业农业依据市场关系来组织和安排劳动与生产过程，外部指标成为了主要的指示标准，因此常常体现为对动植物生命的忽视；等等。^②

对两种生产扶贫方式进行总体比较可以发现，“巢状市场小农扶贫”主要依赖贫困小农户的生计资源，采用小农农业的生产模式，通过巢状市场向城市消费者提供“一村多品”。“产业扶贫”则主要依赖来自村庄内部或外部的产业资源，采用企业农业的生产模式，提供的经常是高度专门化的“一村一品”。

对生产扶贫两种方式的对比可以采用政治经济学四个关键问题的分析框架。这四个问题是：谁拥有什么，谁从事什么，谁得到什么，他们用所得物做什么；分别用于考察资产的社会关系、劳动分工、收益分配的社会关系、消费与积累的社会关系。^③ 首先，谁拥有什么？产业扶贫中食物体系的大部分联结都被企业和其他中间商所控制，而巢状市场小农扶贫中的贫困农户则控制着（或与消费者共同控制着）从生产、加工到销售的全部过程。其次，谁从事什么？产业扶贫中的贫困农户主要作为原材料或劳动力的提供者而存在（现实中以前者为主，只有少量贫困人口成为雇工）。而巢状市场小农扶贫中的贫困小农户既从事生产和加工，也从事配送和销

① 叶敬忠：《没有小农的世界会好吗？——兼序〈新小农阶级〉中译本》，《中国农业大学学报》2013年第3期。

② 叶敬忠：《没有小农的世界会好吗？——兼序〈新小农阶级〉中译本》，《中国农业大学学报》2013年第3期。

③ Henry Bernstein, *Class Dynamics of Agrarian Change*, Halifax and Winnipeg: Fernwood Publishing, 2010, p. 22.

售。再次，谁得到什么？产业扶贫的较大部分收益被企业和其他中间商所占有（某些情况下，这也是农民陷入贫困的原因之一），有时还会被村庄精英所“俘获”。而巢状市场小农扶贫中的贫困小农户能够得到更好的价格和更多的收入，除支付必要的组织成本外，并无其他中间环节攫取收益。最后，他们用所得物做什么？产业扶贫中的企业或其他中间商常常将收益用于扩大规模或开拓新产业，而巢状市场小农扶贫中的贫困农户将收入用于消除贫困，并在尚有多余的情况下，用于农业生产的继续改善或资源的维持及乡村性的重建等（见表2）。^①

表2 小农扶贫与产业扶贫的比较及政治经济学分析

	小农扶贫	产业扶贫
主要特点		
资源特点	生计资源	产业资源
生产模式	小农农业	企业农业
产品种类	一村多品	一村一品
政治经济学分析		
谁拥有什么	贫困小农户拥有（或与消费者共同拥有）所有联结，包括从生产、加工、配送、销售到消费的过程	大部分联结由企业及其他中间商控制，包括从生产、加工、配送、销售到消费的过程
谁从事什么	贫困小农户既从事食物的生产，也从事加工、配送和销售，并根据消费者的反馈对生产、加工和配送进行调整完善，拥有较大的自主性和内生动力	贫困小农户的角色一般是向农业企业或食物企业提供原材料，或作为企业的雇工，缺少谈判能力和内生动力
谁得到什么	更公平的收益分配：贫困小农户以较高且稳定的价格出售产品，价值链中诸多环节上产生的收益均归其所有，分配份额得到极大提高，且收入机会更稳定、持续，风险较小	不平等的收益分配：生产经营的大部分收益常常被控制流通环节的企业及其他中间商获得；有些经营主体还能获得优惠政策；贫困小农户处于价值链最底端，获得较少收益，且收入机会相对不稳定，很多情况下还承担较大风险
他们用所得物做什么	改善贫困小农户的家庭生计，实现脱贫，改善生产，维护农村公共池塘资源，重建乡村性	企业和其他中间商常常将积累的财富用于规模扩张或其他产业的开发

（二）巢状市场小农扶贫的效果

8年的试验证明，巢状市场小农扶贫可以是一种更为精准的扶贫和乡村振兴模式，在带动贫困小农户脱贫增收、改善村庄生态环境和促进农村可持续发展等方面具有重要功能。

^① Jan Douwe van der Ploeg, Jingzhong Ye and Sergio Schneider, “Rural Development Reconsidered: Building on Comparative Perspectives from China, Brazil and the European Union,” pp. 163-190.

第一，以生计资源为基础，贫困户的参与很普遍，生产可持续。贫困户参与巢状市场小农扶贫的门槛非常低，只要有生产空间和劳动能力就可以成为巢状市场的生产者。在柳村，除了完全丧失劳动能力的极少数贫困户（“兜底扶贫”的对象），其他贫困户均可自愿参与巢状市场。越是贫困的农户参与巢状市场的积极性越高，尤其是那些缺少其他收入来源的妇女和老人。贫困农户参与巢状市场的产品已达 56 种，几乎覆盖当地能够生产的所有种类，包括利用院落、山坡、林地和河沟饲养的各种畜禽产品，各种时令蔬菜、杂粮、林果，各种地方特色食品，如红薯粉、柿子饼、豆腐、烧饼等，甚至包括山上地里采集的野菜、野蘑菇、中草药等。这种以贫困农户的生计资源为基础的生产性“产业”具有高度的可持续性，因为所利用的是贫困小农户自家的院落和土地、村庄的公共空间和公共池塘资源以及小农所掌握的生产经验和乡土知识。在柳村，有的原本属于“兜底扶贫”对象的贫困小农户也参与了巢状市场的生产。例如，患有中风的空巢留守老人许某，原本已无法下地干活，2013 年春季向邻居借 100 元购买鸡苗在自家院落饲养，通过巢状市场出售鸡蛋和鸡，当年收入 2500 元左右；2014 年购买更多鸡苗在野外山坡饲养，当年收入超过 1 万元。

第二，以固定的消费者和较高的产品价格为保障，贫困户的收入稳定而持续，脱贫效果显著。巢状市场通过建立稳定且长期固定的消费者群体，以较高的价格将贫困户生产的多种产品按一定频率出售。首先，巢状市场的每次交易都能为贫困户带来实实在在的现金收入，脱贫效果立竿见影。据柳村生产小组统计显示，2017 年参与巢状市场的农户共 76 户，其中 48 户为建档立卡贫困户，包括政策兜底的 6 户。他们每年通过巢状市场获得的收入存在一定差异，少则千元左右，多则上万元。更多的贫困老人每年通过提供鸡、鸡蛋以及各种小杂粮、南瓜、核桃、板栗等，可获得 2000—5000 元的收入。这笔收入虽然看起来离致富尚远，但已足以弥合这些农户的已有收入与贫困线之间的缺口。其次，参与农户在不同季节会生产出多样化的产品，并且可以基本不受季节限制地提供肉类、蛋类以及干果、杂粮等耐久产品和农家特色食品。同时，消费者的食物需求是常年不断的。这种供应和需求的稳定性和连续性使得巢状市场的交易得以全年进行，因此贫困户月月有进项，收入长期可持续，从而可以保证脱贫效果长期稳定。最后，巢状市场各种产品的价格总体上长期稳定，并不随着外部市场的剧烈波动而大幅调整。此外，以生计资源为基础的小农生产对来自主流市场的外部投入依赖较少，进而可以保障贫困户的稳定收益，使发展巢状市场成为一种风险极低的扶贫行动。这种扶贫行动能够充分“帮助小农户对接市场”，“发展多样化的联合与合作，提升小农户组织化程度”，体现了乡村社会和城市社会共享的发展理念。

第三，以充分的互动和信任为基础，乡城关系和谐而协调。巢状市场为农村贫困小农（生产者）和城市居民（消费者）提供一个相互了解、紧密互动和建立信任

的平台。除了持续性地购买农户产品外，不少消费者为巢状市场提供协调配送和分发货物、建立和维护网络下单平台等志愿服务，自发为村庄贫困家庭捐赠衣物、儿童玩具和图书。很多消费者在闲暇之余携家人亲友访问村庄和农户，不仅为村庄带来了额外的收入（食宿），而且发挥了农业和乡村在自然教育等方面的多功能性，增进了城市消费者对农耕特点的了解和对农户的信任，带动了乡村旅游的发展。有的消费者还为到北京求医的农民提供医疗信息、挂号住院等帮助。与此同时，有的参与农户有时也会给对接的城市消费者家庭带去新采的蜂蜜或新摘的果蔬，或者捎去几句问候。这些超越纯粹产品交易的互动和关怀，符合“重塑城乡关系，走城乡融合发展之路”的发展方略，体现了和谐的乡城关系和协调的发展理念。

第四，以整体性修复为补充，乡村建设既生态又富有文化。巢状市场小农扶贫行动不仅在村庄直接推动各种更加可持续的恢复乡村活力、保护生态环境、促进农民自身发展的创新活动，还在村庄诱发了一系列变化。调查发现，在巢状市场的影响下，村民自身在食物消费方面的安全意识得到明显提升。柳村越来越多的农户开始种植乡土品种、繁育本地鸡苗和猪苗，以保护地方特色动植物资源和优良品种。生产小组还将部分收入投入垃圾治理和文化活动中，带动村庄形成多元的互助与合作，也提升了村庄自身的组织能力。巢状市场小农扶贫行动所激发的这些变化，对乡村生态修复、乡土社会与乡土文化的延续和传承具有重要作用，体现了“扶持小农户发展生态农业”的发展方向和绿色的发展理念。

五、结论与讨论

以市场为导向的产业扶贫方式在我国的精准扶贫工作中发挥了重要作用，但它很难全面覆盖深度贫困的小农户，也面临很多挑战。此时，需要探索和创新适合贫困小农户的多种生产扶贫方式。为此，扶贫工作认识和思维上需要转变。（1）扶贫方式应该是开放的、多样的。不同方式各有优势和不足，适合不同特征的贫困地区和贫困群体，没有哪种方式可以一成不变且放之四海而皆准。（2）对于深度贫困的小农户来说，扶贫行动的目标应该切实可行。作为一项社会事业，扶贫的直接目标不是致富，而是通过各种生计改善和收入提高措施，在贫困人口目前已有收入的基础上，使人均收入达到或超过设定的贫困线标准。（3）基于中国人多地少的基本国情，规模化产业生产并非适合所有地区，尤其是对于贫困地区来说，小农生产并没有过时。在规模化的产业扶贫行动难以全面覆盖贫困小农户时，他们基于零散地块的小农式家庭生产应该是生产扶贫的立足点，此时，脱贫任务的关键便是如何将其与现代社会需求联结起来，即帮助小农户对接市场。

本文基于开展8年的“巢状市场小农扶贫试验”，呈现了一种“产业扶贫”之外的、基于小农户生产的扶贫和乡村发展的实践探索和理论思考。该试验表明，以

“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”，以城市普通消费者对健康食物的需求为对接出口，以远离主流市场和充满信任的“巢状市场”为交易和互动的组织形式，由贫困人口和城市人口共同参与的“巢状市场小农扶贫”，可以成为一条具有高度可行性和长期稳定性的可持续生产扶贫途径。其可行性源于食物生产建立在贫困户已经拥有的各种生计资源基础上和长期实践的小农生产方式上。其稳定性源于在农村生产者与城市消费者等相关行动者之间建立起来的社会网络和互动信任，或者说社会资本。“巢状市场小农扶贫”可以成功地将农户现有的生计资源和社会资本转化为贫困人口的生计收入。这样的收入数量未必巨大，但对贫困家庭来说至关重要，且稳定可靠，风险很低，很容易弥合贫困人口已有收入与贫困线之间的缺口，从而实现精准脱贫。这样的实践模式也不同于以往扶贫实践中有时出现的一次性或短期性采购。柳村的巢状市场已经持续8年并一直保持良性发展，消费者的需求是长期性的，生产者也始终有产品供应，所以如果组织维护好，类似市场可以有较好的发展空间和长期持续的可能性。尤其重要的是，这一实践可以成为农户脱贫之后不再返贫的重要手段。

巢状市场的核心是重建市场嵌入社会的特征，直接联结生产者和消费者，并通过市场来重建社会信任和共享价值。巢状市场将非常异质的农村生产者和城市消费者进行对接，既实现了城乡的融合，很好地彰显了共享、协调、绿色的发展理念，也是小农户与现代社会有机衔接的一种创新和探索。

对于构建巢状市场这种基于小农户生产的扶贫机制，人们经常会有很多困惑或误解。最常见的一个误解在于人们认为贫困村庄一般偏远，与如北京这样的大城市对接存在距离上的限制。其实，县城（或县城以上城市）范围内的任何一个社区或者任何一个政府部门或企事业单位，均可以与贫困村庄实现对接，而且产品的运输和配送将更为容易。此外，有人会认为生产者的组织和消费者的发动是关键，目前没有人能够开展这些活动。其实，每个村庄都有主要来自县城政府部门或事业单位的驻村工作队，他们是建立村庄与县城机构或城市社区对接的最佳组织者和中间人，另外，村庄社会工作者、大学生村官、村干部等也可以承担起组织者和发动者的角色。事实上，在“巢状市场小农扶贫试验”行动中，研究团队就扮演着这样一种“搭桥”和协助性角色。

如前所述，近年来，构建类似巢状市场的扶贫行动在国内各地越来越多地生发出来，一些积极效果正在显现。但是，对于这些正在大量涌现的扶贫实践，尚缺乏概念和理论上的总结和分析。本文正是对这类实践进行概念提升、学术分析和理论探讨的一种尝试。

需要指出的是，本文呈现的“巢状市场小农扶贫”探索，只是产业扶贫之外的一种扶贫思路，但并非唯一的生产扶贫方式。它与各地方的社会物质基础紧密相关。不同地方在小农农业特点、基础设施状况、社区文化、人力资源等方面的不同，会

导致巢状市场的发展空间和扶贫效果存在差异。因此，对这种模式的借鉴不能简单套用，而要根据各地的具体情况，选择最适合的扶贫方式。

同时，这类扶贫行动在实践中也不可能一帆风顺、完美无缺。“巢状市场小农扶贫”亦是如此。例如，在宏观层面，这种方式需要面对商品大市场的全球环境，如何确保不偏离扶贫和乡村发展的价值规范，如何在巢状市场共同体中构建共享和分享的机制，如何提高组织者的能力等，将是长期的挑战。在微观层面，8年的实践表明，生产者和消费者组成联结并形成共享的价值规范和标准框架需要一个较长的过程，在此过程中，各种不连续性时常出现。此外，在生产者组织、消费者组织、产品质量保证、配送分发等方面也会面临一些技术问题和制度挑战。在这些方面，政府和社会各界可以提供一些帮助，来为这类市场的发展和扶贫行动创造更大的活力和空间。例如，政府部门、企业、学校和医院等的食堂或员工可以与贫困村庄进行对接，帮助发展起稳定的消费群体；村庄生产和组织环节所需的一些基本公共品，如冷藏、加工、包装、互联网和运输等方面的设施和设备，可以由地方政府或村集体提供；政府可以发挥职能，为村庄提供检验检疫、规范屠宰、小额生产周转金、打通农产品进城配送绿色通道等公共服务和政策支持。需要特别强调的是，类似巢状市场这样的互惠经济的发展尤其需要外部的扶植和内部的组织，一方面需要政府和社会各界在理念、政策和资源等方面的倡导和支持，否则将很难与资本主导的市场经济形式相竞争；另一方面需要小农户的团结合作，因此如何以合作社等方式将小农户有效地组织起来需要更多的探索。

总之，当前的精准扶贫工作应该在生产扶贫方式上突破常规思维，重新认识和分析小农农业以及小农户的特点、潜力和能动性，充分利用国家的扶贫政策和项目支持，通过贫困小农户的生产劳动和全社会的共同参与，创新真正适合贫困小农户的长效脱贫机制。

〔责任编辑：冯小双〕

(6) Theoretical Exploration and Poverty Alleviation Practice Based on Smallholder Production——A “Smallholder Poverty Alleviation Trial with Nested Markets”

Ye Jingzhong and He Congzhi • 137 •

The market-led alleviation of poverty through industry plays an important role in China's precise targeting of poverty alleviation, but it faces many challenges covering smallholders in extreme poverty. We therefore have to seek new methods of industry poverty alleviation for poor smallholders. The project “Smallholder poverty alleviation trial with nested markets” conducted in villages in the Taihang Mountain area of Hebei over eight years started from “What means of livelihood do poor smallholders currently have?” and then took smallholder production of healthy farm products and local food specialties as an “industry,” ordinary urban consumers' demand for healthy food as a “docking point” and “nested markets” as the organizational form of transactions and interaction. Through the trusting joint participation between poor rural dwellers and urbanities, this project successfully converted the means of livelihood and the resources of society into an income for the poor, achieving targeted, stable, and sustainable poverty elimination and highlighting the developmental concepts of innovation, coordination, going green and share of the fruits of development.

(7) The Realist Tradition of 19th Century Realism and its Contemporary Value

Jiang Chengyong • 159 •

The “realist” spirit of the literary movement of 19th century Western realism linked up with traditional theories of art as “imitation” and art as “representation” to develop into a conjoint relationship. The movement spun off a variety of new genres, becoming a plural concept. As such, it possessed constant innovation, ample room for expansion and inexhaustible vitality. The “realist” spirit and “authenticity” of 19th century Western realism accord with the practical concerns of Marx and Engel; they are closely related to the theories of historical materialism and are the central focus of Marxist literary thought. Not only do they constitute an important expression of the modernity and openness of realism, they are also the fundamental reason why Marxist philosophical thought could effectively direct the practice of literary criticism. In the new era, China needs a literature full of realist spirit and authenticity; thus 19th century realism remains a wellspring of art and an important reference for new genres of literary creation. Realist literature can resist anti-

• 207 •