

社区伙伴及其合作机构共建的社区支持农业网络分析与展望

2012年1月

前言

社区伙伴（简称 PCD）城市团队自 2003 年底开展社区支持农业（简称 CSA）相关的工作。¹2009 年后，CSA 在中国快速发展，特别在北京、成都、重庆、上海、武汉、广州等城市，都出现了新的行动者，各种形式的探索，产生不一样的效果。为更好回应新的变化，PCD 城市团队邀请陈惠芳及尹春涛女士于 2011 年 4 月—11 月针对 PCD 有 CSA 工作的地域（北京、广州、广西、四川）、就当地的 CSA 发展情况进行了评估和分析，并合作完成一份详细的评估报告。评估报告的资料来源主要来自社区伙伴现任与前任职员、合作机构的访谈，结合一些关于全国 CSA 发展的文献回顾，为 PCD 的 CSA 工作提供参考。

评估报告梳理了国内 CSA 的发展历程，也提出了 PCD 与合作伙伴共同推动的 CSA 网络可能会面临的机遇和挑战。PCD 特邀请尹春涛女士共同执笔，在之前的评估报告基础上编撰此份摘要，与 PCD 的合作伙伴分享，以期收到抛砖引玉之效，与伙伴们共同探讨 CSA 未来的发展方向。²

1. CSA 对中国的启发：新的思考角度及另类生活选择

CSA 源自欧洲，是从消费者对食品安全和对农业发展关怀出发，成就的一套理念和行动。这个从城市消费者开始，支持生态农耕和食品安全，重建产销互信互助，共担风险的运动，放在 21 世纪中国，与时下热议的食品安全、三农问题、生态环境恶化、城市生活异化等等现实问题相呼应，为人们提供了一个新的思考角度及另类选择的可能性。

经过本土实践者反复的探索与尝试、外来经验与理念的激荡以及现实问题的逼迫下，CSA 的理念和模式逐渐在中国一些大城市落地生根，得到越来越多消费者和小农户的认可，并对于以上所提到的现实问题给出了另一种从生活出发，或许仍是微不足道却充满勃勃生机的另类解决之道。

本报告试图从 PCD 及其合作伙伴共同推动的 CSA 网络（以下简称 CSA 网络）的形成与发展过程中去理解与把握 CSA 在当下的中国如何能为现实问题的解决提供不同的思路与选择，以及它将面临的挑战与机遇。

报告分为三个部分：第一部分简要回顾 PCD 及其合作伙伴所推动的 CSA 网络的形成与早期发展的状况。第二部分为报告重点，介绍 09 年以来 CSA 发展的新趋势，围绕不同参与主体的动机、理念和模式进行了深入的分析。第三部分就这一 CSA 网络发展将来可能面临的机遇和挑战进行了分析。

2. CSA 网络的形成与早期发展

2.1 CSA 理念进入中国之前的本土反思与实践

2003 年底 PCD 带着外地的 CSA 理念进入中国，当时国内已有一些个人或组织，从不同的现实问题出发，或是三农问题，或是对土地和大自然的关注，或是对传统文化的关注，开始尝试与 CSA

¹社区伙伴一直致力推广生态农业，以期重建人与人、人与大自然之间的和谐关系，而 CSA 是其中一个重点项目。我们期望透过与社区协作者的合作，在尊重本土农业传统下，把农村与城市连系起来，让都市人感受生态农业对维持传统农业价值、保护自然生态、保留传统文化、建立社区关怀、以至个人生活及健康，均有其重要性。CSA 强调生产者和消费者共同分担风险和利润，并以本地生产本地消费作为运作的原则。CSA 尝试在消费者和生产者之间建立非以市场为主导的关系，双方是合作伙伴，共同为保育生态环境，建立本土适应能力和维持社会公义而努力。

² 如对本文件有任何意见，欢迎与 PCD 工作人员联络，或透过 info@pcd.org.hk 与我们分享。

理念相似的实践。这些尝试一般规模比较小，大多在刚开始探索的阶段，以知识分子，如大学的老师和毕业生为主，也有农户个人的反思和实践。这些国内的先行者不单为 PCD 日后在国内推动 CSA 工作提供了参照，不少也成为合作机构、共同建构这个 CSA 网络。

2.1.1 回应三农问题

随着改革开放的推进，三农问题从上世纪末开始变得日益严重，并引起了社会的广泛关注。不少学者以及相关的社会机构于当时开始投入关心三农问题的工作里面，比如像**晏阳初乡建学院**和**北京梁漱溟乡建中心**，前者在河北定县探索包括生态建筑、循环经济、永续农业在内的适合中国小农的可持续发展方向；而后者则从大学生支农开始，推动新乡村建设，逐步发展出城乡互动的工作模式。在他们的早年探索里面，农村生态的保护、城乡互动、开拓另类市场以改善农民在主流市场下的弱势地位已慢慢的进入了他们的视野。

除了从宏观的社会政策的角度切入三农问题，也有一些朋友更多从自身的生活、文化的角度去关注农村的变化，希望透过自身的行动来寻回、保护农村应有的价值与模样。在南方广西的柳州，一群城市消费者因为爱去农村玩、爱吃农家菜，对传统农业的衰落、小农生计的艰辛有了切身的感受，于是创办**爱农会**，组织消费者下乡，透过“土生良品”店展览农产品去开展消费者教育，致力保育日渐消亡的传统农家品种，支持小农多元经济生计，探索回应三农问题的在地回应策略。

2.1.2 回应土地和大自然

上世纪 70 年代末开始的经济发展，对农村以致城市都带来翻天覆地的变化。主流的论述对这些变化的评价虽然大多偏向正面，但慢慢在国内也出现了对主流发展的反思，思考这种发展模式对人、社会、土地/自然有没有其他的影响。他们的出发点可能是从参与环境保护开始、有的是从自身的经历开始反思人与土地的关系。这类尝试包括德润屋的创办、以及尝试生态种植的一些先行农夫。

此外，一些关注土地和自然的民间组织，如北京的瀚海沙和绿网，广州的沃土工坊，虽然没有直接从事与 CSA 直接相关的实践，但是对于环境问题均有较多的思考，由环境问题而对主张过度消费的城市生活方式有所反思，并进而关心人的身心健康与土地健康、城乡和农夫及土地的关系。

2.1.3 另类教育和文化传统的回归

另外有一些朋友则从教育、文化的角度出发反思主流的发展论述，并开始从不同的文化传统里吸取养分思考生活与自然、土地的关系，包括关心中国传统文化的朋友以及探索华德福教育的群体。

例如，北京四海儿童经典导读教育中心于 2002 年创办，以“尊重自然，爱护自然，与生命和谐相处”为己任，落实健康饮食、心灵环保和有机农业实践。除了创办提倡经典诵读的学校、向公众推广传统文化意外，四海也开了**百合素食**这个餐厅平台，提倡将人与自然的和谐成为生活态度，后这平台与整个 CSA 网络又有更多的互动。

此外，源自德国华德福人智学教育体系在 2000 年后慢慢在国内获得关注。华德福人智学强调“以人为本位，引导人寻找真正的自我，唤醒人与生俱来的智慧，唤醒一个人对生活、对自我的观察和判断，给自己生命以意义和方向。”生物活力农耕是其教育体系中的重要内容之一，而这群体在多个地方也是 CSA 的积极参与和支持力量。比如说**成都华德福学校**，因为他们对自然与农业的关心，积极参与到当地 CSA 事业的发展。

另一个例子是由良乡鲁村农民与城市志愿者共建**北京良乡鲁村有机教育农场**，采用共担风险与相互支持的方式，合作进行有机农产品的生产、运输与消费。同时，在当地开展读经、有机生活夏令营等教育活动，共同探讨生命、健康、身心灵发展与传统教育等主题。

2.2 与国外 CSA 理念及经验碰撞产生的本土 CSA 模式及网络

前面所提到的本土反思与实践虽与 CSA 的理念和精神，甚至于操作模式都有诸多相似之处，但他们只是出于各自的理念和对不同问题的关注而进行的小规模尝试，尚未形成一套成熟的做法和清晰完整的理念，且彼此之间没有交流，也未称自己的做法为 CSA。自 2003 年后，国外 CSA 的理念和经验被陆续引入中国，经与本土实践结合，逐渐发展出各具特色的本土 CSA 模式，一个由对 CSA

感兴趣的机构和个人构成的网络逐渐形成，促进了本土实践之间的经验交流。

2.2.1 国外 CSA 理念和经验的引入

2003 年底，PCD 与瀚海沙合作，在北京、香港和泰国搞了一系列关于 CSA 的交流学习，聚集了一群对三农、对环境、对城市生活有想法的人。这是他们第一次接触 CSA 的概念，国外的 CSA 理念和经验引起了他们的兴趣。但参与的伙伴觉得不应拘泥于 CSA 的形式，更看重的是其背后意义，PCD 亦并不刻意做一个特定的 CSA 模式。如是，“健康农业”这个概念和说法代替了 CSA。2006 年初 PCD 支持的健康农业实习生项目正式展开，定位是“文化反思”和“培养协作者”，采取“三位一体”的策略手法，即支持机构发展、网络建设和实习生的成长。在这个过程中，CSA 的概念更重要的是为 PCD 及其合作伙伴与实习生提供了一个思考和交流的空间，推动她们对于生活和生命的探索。在碰撞中，一些机构慢慢走出各自的模式、形成各自的特色，浮现出来“CSA 在本土实践的各种诠释。”到 2009 年，PCD 的 CSA 伙伴机构有大概 10 家，分处中国南北方，集中在北京、广西和广东。与此同时，PCD 四川项目与成都河流研究会合作，推动安龙村生态农户小组与城市消费者对接，形成以小农为主体的 CSA 模式，对其他机构和农户产生很大示范效应。

除 PCD 之外，美国可持续贸易与政策研究所（简称 IATP）亦提供了一些机会让网络中的伙伴接触并较深入地学习美国 CSA 农场的经验。IATP 一向注重与中国学术界、政府部门、非营利机构和农民组织合作，09 年之前他们曾先后邀请温铁军老师及其同事与学生、地球村项目人员等到美国考察当地的可持续农业发展，一方面推动了学者从食品系统的角度思考三农问题，一方面也学习了美国 CSA 农场的操作模式、为后来小毛驴市民农园的运作提供了操作方法上的借鉴。

2.2.2 本土 CSA 模式的形成

在这个碰撞过程中逐渐发展出来的几家本土 CSA 机构各有特色，比如说北方的小毛驴市民农园，南方的爱农会、沃土工坊和安龙村等案例。它们的发展路径、操作模式及所体现的理念对于后来者有着很大的示范影响作用。不过，在小毛驴市民农园获得媒体广泛报道之前，对 CSA 的探讨仍相对集中于 CSA 网络的成员，或对上述理念感兴趣的团体和个人，尚未在社会上引起广泛的关注和讨论。下面稍稍介绍一下上述几个伙伴的经验。

i. 小毛驴市民农园：从关注三农到 CSA

2007 年晏阳初乡建学院离开定州，落地北京，要找寻重新开始的方向。2008 年，北京海淀区政府与人民大学达成共建“社会主义新农村建设”产学研基地的合作意向，并于 08 年 4 月转型为以”市民参与式合作型生态农业“为主要内容的小毛驴市民农园的试验项目。小毛驴延续了 2006 年成立的国仁城乡互助合作社的相关工作，并于 2008 年 5 月正式注册成”国仁城乡（北京）科技发展中心。2006 年，国内首个绿色生产合作社联合社——国仁绿色联盟在人民大学乡村建设中心的推动下成立，与国仁城乡互助合作社共同推动城市消费组织的发展。消费者合作社的工作后因为资金问题在 2008 年中断。但这些工作为后来小毛驴市民农园的市民动员工作奠定了一定的基础。

在创建小毛驴农场的同时，温铁军老师的学生石嫣博士在 IATP 的协助下前往美国明尼苏达州的一个农场专门学习研究 CSA 的运营模式。回国后，她参考美国 CSA 农场的经验协助设计小毛驴农场的运营模式。2009 年 3 月小毛驴正式以社区支持农业的名义对外运营，留洋博士办农场引起了媒体的关注，于是石嫣很自然地成为小毛驴对外宣传的形象代言人，专门负责与媒体打交道，媒体报道的热点也逐步深入到农场背后共同走过十年的团队，以及市民的变化。同时，媒体报道扩大了小毛驴的影响力，吸引了更多消费者，同时也传播了 CSA 理念。

小毛驴农场基本上是一个包括配送份额与劳动份额的综合农场，它推动消费者组织、与国仁绿色联盟共同支持生产者合作社，协助合作社向生态农业转型。小毛驴亦推动 CSA 网络的交流平台，在全国推动消费者运动和 CSA 农场建设、政策研究和倡导。

ii. 爱农会：从寻找农家产品到 CSA

从几个喜欢吃的朋友到农村找食物开始，进而组织城市人下乡吃，开设土生良品博物馆，展示传统农耕物品，以至开设土生良品饭店。爱农会就如其名，因为爱吃农家东西，所以尊重和

爱护小农的生活文化和生计。饭馆是生产者和消费者对接的平台，它跟一般商业运作似乎分别不大，就是左邻右里的一家饭店。而它传达的信息，它展示的精神，又比美食的内涵更多更深。参与 PCD 健康农业实习生项目之后，透过与网络成员的互动交流，爱农会得以接触到许多国外 CSA 的理念和经验，了解到更多其他的本土实践，更加明确其支持本土小农经济、保护小农农耕文化和促进城乡互动的发展方向，并一步步落实在具体操作中；其中包括支持农户外出交流学习、农户档案、还有组织农夫与消费者见面的活动等等。农户和爱农会的产购关系，建立在互信和互利基础上，爱农会除了用稳定的价格收购合作农户的产品外，爱农基金更为农户提供实际支持，鼓励他们继续种养传统土品种以及自我组织，带动农村中的合作和互动。在消费者方面，爱农会坚守支持本土小农经济，立场笃定清晰。

iii. 沃土工坊：从生活的反思到 CSA

广州的沃土工坊在 2006 年成立，部分沃土早期的成员都是 PCD CSA 健康农业项目的主要推动者和参加者，朋友圈中，很多是华德福家长，他们形容自己是一个“生活圈”，支持个人反思和一些研究行动，一直探索跟 CSA 相关的农耕和共购活动。沃土 2008 年开始从广西进米，很快因为这群信念特强的消费群体，发展成一个以消费者为轴心的支持生态农业/农民的共同购买团队。

iv. 安龙村生态农户：农户小组直接对接消费者的 CSA

四川郫县安龙村的生态农户小组的 CSA 是从 2007 年开始运作，由 PCD 四川项目和河研会支持推动。开始时，河研会从保护河流保护环境切入，找到安龙村开展可持续示范村的试验，先后在村里开展了环境教育、生态卫生设施建设等系列活动，逐渐与农户建立起相互信任的关系，并激发了部分村民的环保和健康意识，正是这些村民后来成为生态农户小组的核心成员。为鼓励农户坚持生态农业的方向，两个机构尝试引入 CSA 的概念，先是共同协作农户和消费者直接互动，农户合作承担配送工作，很快，农户小组便直接联系消费者，不需要通过中介组织的协助，还发展出消费者租地种菜，以及田园教育和农家饭餐等活动。因其中所体现农户的主体性与合作，及对生态农业理念的坚持，安龙村在国内成为颇有影响的 CSA 示范模式。

3. 2009 年以来 CSA 发展的新趋势

自 2009 年以来，因日益严峻的食品安全问题，以及北京小毛驴市民农园、广西爱农会和四川安龙村模式的示范效应下，CSA 的概念和操作模式在全国范围内获得迅速传播，一时成为媒体、消费者、NGO、农场、企业及政府共同关注的焦点。据小毛驴农场的统计，自其正式运营后三年内，有将近 300 家媒体做过跟踪报道，其中包括新华社、人民日报、北京电视台等³。

因各方不同的立场、关注点和动机，导致对 CSA 有许多不同角度的解读。又因各地不同的社会及自然条件，因此所出现的 CSA 操作模式及整体的发展趋势，都带有鲜明的地域特色。下文从不同参与者的动机、模式和呈现或体现的价值等几个角度进行了梳理和分析，以期呈现较为全面和丰富的 CSA 发展的新趋势。

3.1 大资本进场

随着食品安全问题的凸显，越来越多城市消费者开始关注自身健康和周围环境问题，选择有机食品的消费者日益增加，有机食品的市场不断扩大，有机农业逐步成为大资本、风投资本的新宠，企业数量和投资规模增长迅速，尤其在上海、北京、广州、成都等拥有大量潜在有机消费群体的城市。

据了解，这些有大资本背景的企业，其运作模式主要有两种：

- 自建生产基地、物流和配送中心，以宅配为主，实现从田地到餐桌的一条龙服务；
- 自建生产基地、开设有机超市、有机餐馆。

³ 摘自《小毛驴市民农园三年运作经验总结》

为增加产品的丰富性，两种模式都会辅以经销其他经认证的有机产品。在资本经营的模式中，农户一般成为农场受雇人员。也有极少数企业选择农民合作社作为部分产品的供应商。从销售模式看，网购、宅配、直营超市已成为有机企业共同采用的策略。而机构用户、礼品市场则是企业特有的消费群体。

大资本模式中着力宣传的价值有三点：有机产品的健康性和安全性（会强调有机认证）、满足消费者对健康及便利服务的需求、和有机产品的可追溯性。

而 CSA 的概念也已被大资本看中，作为其市场营销宣传的亮点，并加上它们自己的诠释，部分公司更宣称自己是“中国 CSA 模式的缔造者”——它们对 CSA 的理解是让城里人吃到真正的农家菜，远离污染食品，共享健康生活。这些公司不乏投资上千万美元来实现它们的“CSA”模式，雇用农户种植，以社区品牌连锁店为载体直接销售，控制终端市场。它们有时候会向消费宣传说通过这种消费可以支持环保，支持在地农民。

不难看出，大资本可以凭借自身雄厚的资金实力对 CSA 给出它们的诠释和实践，并以迎合消费者的心理开展各种营销攻略，无疑这将对 CSA 的发展产生影响。

如何对待大资本的进入，在我们的访谈中发现有几种不同的观点：

一种观点是来自消费者的声音，认为不应该以对立和排斥的态度去看待大资本，而应该尽量发挥消费者的影响力，或是起监督作用，或是从理念上影响它们。而且她们对消费者教育的作用很乐观，认为当消费者认识到自身健康与土地与小农的联系，她们会做出正确的选择。

第二种观点是来自一些 NGO 的声音，认为大资本从事有机农业的理念和价值观、采用的技术和整个的系统和我们都不一样，这是很难改变的，弄不好反而被她们所淹没，所以合作要慎重。有的则更担忧大资本会将 CSA 重新变为资本垄断下的时尚消费品。

第三种观点来自某些生态农户的声音，她们表示绝对不希望资本进入，也不会与大资本合作。

也许我们无法评判这样的观点是对或错，但在这样一个大资本迅速扩张并善于巧妙利用各种美好概念的大背景下，对 PCD 及其合作伙伴共同推动的 CSA 网络来说，面临的真正挑战则是如何能联合具有相似理念的机构，坚定对小农户的支持及加强对消费者的教育，使得 CSA 和生态农耕能够朝着促进小农户与消费者之间的相互理解、信任、合作及推动可持续的生活方式这个方向发展。

3.2 地方产业化政策的悬念

2009 年之后，受到小毛驴媒体效应的影响，看到 CSA 模式所具有的开拓有机消费市场的潜力，以及大量资本的涌入，陆续出现一些地方政府出于招商引资和制造政绩的动机，对有机农业产生了兴趣，但大多延续以往农业产业化和现代化发展的政策思路，更欢迎大资本的投资，前文提到的在北京、四川、上海等地，大资本成千上万亩地租用土地，与政府的支持和推动密不可分。而如何支持以小农为主体的生态农业的发展尚未引起地方政府真正的兴趣，相关的政策和措施也仍然较为缺乏。与此同时，处于城市周边的小农户在城市化和产业化的过程中很可能面临失去土地且无法自主把握生活选择的命运。

就 CSA 网络的发展来看，政策的影响会越来越大，政府在有机农业的领域倾向推动产业化的方向，对小农和消费者则留下了另类选择空间还有多少的悬念。

由于政策分析并非本次评估重点，以上只是评估小组的一点初步的观察和印象，更具体的政策情况及政策影响还有待进一步研究。

3.3 回归土地创办有机小农场的城里人增加

这一类人群多是城里人，或出于为家人朋友生产健康食材、或出于对田园生活的向往、或是想重建与自然、土地和食物的关系等动机，而返乡从事有机农业。其农场的规模一般也就几十亩到一百亩不等。消费群体主要依靠亲朋好友口耳相传。从评估团队观察所见，四个地区中，北京的小农场相对较多，成都次之，

广西则刚刚冒显，广东地区也有一些零星的尝试。北京和成都早在 2002 年就有人到农村租地创办有机小农场。据小毛驴农场提供的数据：截至 2010 年，据不完全统计，全国以 CSA 模式运作的

农场已达 50 家

有机小农场的创办动机比较多元，从理念性极强的共生社区、可持续生活到追求商业上的成功都有。操作模式一般不走有机认证的路线，而是力图与消费者建立信任关系，因此彼此间有很多互动，消费者会经常来农场参观，也会在宣传中强调自己创办农场的理念。这些小农场的存在，尤其是那些能够很好实践其理念，经营上也能实现持续的小农场，为人们展示了真实可见的有机农业，甚至回归土地的可持续生活方式在现实中是可以实现的。另一方面，有机小农场的实践也能丰富我们对于有机农业的理解，包括适合本土的有机农业技术的积累。

但在大资本扩张以及政府追求产业化发展的背景下，有机小农场的生存和发展也会面临越来越大的压力，而有机小农场在理念、操作模式、价格、技术等方面的多元性对于彼此间的交流沟通及建立互信合作的关系将是一个挑战。

3.4 小农户在 CSA 中的参与性及主体性的增强

农民参与 CSA 或有机农业的主要动机是保障可持续生计。此外，也有对环境和健康的关注，对回归自然生活的追求。农户与消费者的直接交流，有助消费者了解农村生活，理解和信任小农户，通过买卖关系支持这种操作和生活，并产生感情，成为朋友；这种互信互助既建基于实际的需要，也加入了丰富的感情和生活面向。假如 CSA 只是满足城里人对健康食品的需求，对农村、农民和农耕缺乏了解，CSA 很容易成为一种城里人的时尚休闲消费方式。

从 09 年以来 CSA 网络的发展看，虽然四个省份小农户参与的程度不同，但总体上均认同 CSA 应该有更多小农户的参与，并且在四川地区，农户参与的主体性正逐渐增强。

一般而言，农户参与的模式有两种：一是直接与消费者对接，通过配送、市集出售或消费者定期来村里买菜的方式；二是通过中介机构与消费者对接。

四川和广西两省有更多本地农户参与在 CSA 的运作中，并与消费者有较多直接交流机会。从自然人文条件来看，两个地区都有很多自主经营的小农户，且城里人喜欢周末假期到周边农家郊游，吃农家饭，成都周边的农家乐就很发达。从推动者来看，四川方面是当地从事环境保护和农村发展的 NGO 在支持小农转向生态农业及促进小农与消费者的直接联系方面做了大量的工作。如河流研究会和 PCD 在安德镇的安龙村，PCD 在攀枝花，WWF 和康美社区在安德镇的园田村都面向农户开展了大量的环境教育和生态农业方面的培训、交流，对于坚定农户从事生态农业的信心、增强其能力有一定帮助。同时河流研究会、绿心田、华德福学校等 NGO 还在城市中开展了很多消费者教育活动，通过媒体、剪报、组织消费者到农户家参观、推动城市农耕、组织农夫市集、农友饭局等方法促进消费者对土地对小农的理解和支持。而且她们鼓励农户与消费者建立直接联系，协作农户组成小组合作开展配送、消费者交流等活动，使得农户在 CSA 运作中的主体性不断增强，

广西地区则是象爱农会这样的消费者组织发挥了较大的影响。爱农会的案例在前面曾经提到，支持小农是他们一贯的立场，多年的运作令他们积累了相当的如何支持小农的经验。09 年之后它们也有更大的发展，不仅仅依托爱农会本身的平台扩大与农户合作的范围，同时也支持年轻人在 CSA 领域的创业。

广州地区由于各方面条件的限制，目前本地生态农户较难找到，因此参与 CSA 的农户也很少。但广州的机构十分着意于寻找小农户，例如香山坑、慢生活馆、甚至悦意生活馆，努力推动消费者与农户的互动。此外，NGO 如绿耕也在向消费者展示周边农村，促进直接互动和认识。

北京地区目前农户参与 CSA 的数量也不多，但从美田农场、乐活村以及个别农户的出现来看，寻找北京郊县生态农户的潜力还是很大的。小毛驴农场已经表示未来打算在北京周边地区寻找农户参与生产，他们可投入更多精力开展公众教育。另北京虽有许多环保组织，但一来他们关注的地域和议题很广；二来他们的策略主要是公众教育和倡导，因此与本地农村社区的联系较弱。绿盟虽然以支持小农为宗旨，但其合作农户离北京的距离较远，组织活动的成本高，因此小农与消费者互动也不太多。

3.5 消费者组织的兴起及其多样性

消费者组织的兴起是 2009 年后比较突出的一个现象，并且其理念和运作模式呈现出十分多样

的个性。

消费者参与 CSA 的动机一般与健康、环保及可持续生活相关，各个团体的侧重会有所不同，形成的模式也有差异。相对来说，有 NGO 背景或曾参与 NGO 活动的消费者往往在关注自身健康之外，对环保、可持续生活、小农有更多关注。而只关注健康的消费者则相对挑剔。

从地域上看，四地消费者组织的发展各有特点。广西的爱农会相对成熟，已成为本地其他机构效仿的对象，爱农会本身也希望透过支持实习生创业的方式推广爱农会的模式，但是否会因此限制本地其他创新模式的出现，值得进一步观察。另外三个地区的消费者组织尚处于发展初期，尽管已带有各自鲜明的特点，但还未形成成熟的运作模式。

广州地区的消费者组织与本地 NGO 联系紧密，不少创办者本身就有在 NGO 工作的经验，如三粒豆的妈妈都曾是灯塔计划的志愿者，她们在资源动员、理念倡导方面有较大潜力。而沃土工坊的消费者大多都是华德福学校家长，组织能力强，理念清晰。可以看到妈妈消费群体的庞大潜力。

北京地区的消费者有很强的主动性和行动力，均受到小毛驴不同程度影响，呈现出多元的发展趋向，侧重消费者权益。绿之盟的创办者强调对消费者负责、为消费者服务的使命；主要透过网络、妈妈读书会、团购、农场考察活动等方式汇聚消费者。市民有机考察小组也由消费者主动发起，他们通过组织消费者考察有机农场增进消费者对有机农业的了解，促进消费者与生产者之间的交流；他们定期向考察小组的网络成员发布经他们考察后推荐的有机农场名单，并尝试建立消费者合作组织，希望增强消费者的力量，促进有机行业的健康发展。由消费者发起的有机市集现正考虑注册成公司，以社会企业的方式运作，并将组成有消费者代表、生产者代表、相关社会团体、学者等共同组成的管委会进行监督和指导，实现平等参与、民主管理。

四川绿心田建基于之前河流研究会的绿色消费者网络，华德福家长群、有宗教信仰、关注传统文化及关注心灵成长的人群是其中比较重要的群体。虽然绿心田组织建设刚刚起步，但在支持小农、促进小农与消费者的互动增进彼此的情感联系方面有不错的经验和效果。

在各地，消费者也发展出创办有机商店（如成都华德福黄露创办的有机小商店、广州的悦意生活馆）、组织定期有机市集（如北京有机农夫市集）等操作模式。它们或作为定期直接交易平台，或作为配送点，或可作为代售点，以实现与农户或农场与消费者的对接。此外这些平台也开展各种活动进行消费者教育，促进消费者和小农或农场的相互理解与信任。

3.6 农村发展或环境保护机构对 CSA 的推动

由于受到各地 CSA 成功模式示范效应的影响，越来越多农村发展或环境保护机构将 CSA 作为其项目策略。

这类机构或是担任协作者的角色，将小农和消费者带到一起促进她们之间的交流互动，慢慢形成直接购买的 CSA 模式，如河流研究会和 WWF；或是作为小农和消费者之间的中介，直接参与经营，如绿耕、合初人、行动援助等。当试验模式发生效果时，往往能通过媒体的宣传产生很大的示范效应，如小毛驴农场、安龙村和爱农会。

3.7 青年或大学生创业

青年大学生创业有两种类型：

- i. 受到小毛驴或安龙村成功模式的影响，选择 CSA 或有机农业作为创业的方向：他们有很强的行动力，但对 CSA 或有机农业理解不深，对获得商业成功有较高期待，一旦商业失败，很容易转向其他创业方向。通常大学会为大学生创业提供一定支持，主要是提供创业贷款，在理念和技术层面的支持不多。有些大学也开始透过校园农耕向学生开展生态农耕教育。
- ii. 对 CSA 或有机农业的理念有较高认同的青年人：他们的创业动力来自实现梦想和理念，比如郝冠辉的沃土工坊、黄露的有机小商店、丁华明和李明萍的泥巴坊等。专门支持这类青年人创业的机构很少，爱农会明确以这个作为使命，社区农墟就是一个例子。华德福学校虽然不主动支持年轻人或实习生在这个方向上创业，但其理念和各方面条件资源相对有

利于生长出这类机构。PCD 的健康农业实习生计划则为年轻人提供了 CSA 相关的学习和实践机会。

虽然从目前的现状看，真正在这一领域成功创业的青年人为数不多，但长远来看，青年人无疑将是推动 CSA 与有机农业发展的重要力量。

3.8 追求农业多元价值的实践者

除以上几类之外，我们在调研中发现有一些机构将 CSA 或有机农业作为她们的补充业务，或是作为增值服务提供给客户，如成都有一家老人院自办有机农场；或是让服务对象参与农耕作为一种治疗手法，如广州慧灵；或是以此宣传机构的理念，如成都有一些素食餐厅与有机小农场结合。这些机构结合各自的特色，拓宽了有机农业和 CSA 的功能，扩阔人们对有机农业和 CSA 的理解和可能性。

纵观整体发展，主流市场善于灵巧地挪用 CSA 各种理念和价值；但在实际操作上，多着眼于市场和利润回报，侧重推动一种迎合中产品味的时尚消费和生活模式。其他几类参与者虽从动机和理念上看各有侧重，但在不同程度上都包含健康、环保、支持小农、重建城乡互信关系和可持续生活等要素，只是在实践中因各地自然和社会条件的差异，凸显不同重点。

4. 展望 PCD 及其合作伙伴的 CSA 网络发展

PCD 及其合作伙伴共同推动的 CSA 网络在中国的发展能否继续保持其诞生之初的理念，并为回应中国当下面临的现实问题提供小然而有生命力的解决方案，某程度上是对整个网络的一个挑战。

4.1 大环境改变带来的机遇

当然，和 2003 年时 PCD 及其合作伙伴刚开始探索 CSA 的时候相比，现在已出现了更多有利于 CSA 发展的社会条件。比如说公众普遍对环境问题、食品安全问题的危害有更深刻的认识与体会，现代化农业对消费者、农民以致环境的破坏已是共识，也有更多的消费者与生产者愿意尝试另类的合作模式来回应以上问题。

过去几年的一些实践经验的扎根发芽，也鼓励着更多的后来者希望投入到 CSA 的行列里。在访问过程中，确实有不少受访者表示小毛驴的案例给予他们很多的鼓舞；像北京、广州的有机农墟，爱农会的 CSA 餐厅模式等同样也打开了人们对 CSA 城市工作的想象。另一方面类似四川安龙村的案例也会让农民对 CSA 这模式更感兴趣与有信心。

另一个值得注意的背景是，政府对三农问题的重视以及相关政策的支持，包括把生态文明列作农村的发展方向等。政府、企业、以及非政府组织乐意推动和尝试这个概念，部分地方政府甚至推出政策法规推动这产业的发展（如贵阳市的《贵阳市促进生态文明建设条例》）。

4.2 CSA 网络发展的挑战

虽然上面提到一些有利于 CSA 发展的条件正在出现，但我们也不难发现对于这个网络来说，前面的路一样有着不少的挑战要去面对。

由于中国社会发展路径没有作出根本性的转向，继续高速的城市化意味着耕地流失、环境进一步被破坏，让生态农业的道路更难走。环境破坏、土地污染、气候变化等也让耕作变得更困难，想北京、广州等大城市已很难在合理的距离内找到合适的土地。此外农村凋敝、农民因现实的考虑放弃耕种而到外面打工，不单意味着从事务农的人在减少，而社区的破落也意味着农村文化、传统耕作智慧越来越难以传承。

此外，不容忽视的是大资本与政府联手，导致 CSA/有机农业价值商品化，令 CSA 沦为时尚消费概念，中产消费者缺乏反思意识，在大资本的诱导下更容易将 CSA 或有机产品当作时尚追求，是健康食品的保障、是自然生活的回归、是一家人假日消闲的乐园、是品味的标签。简单说，就是有闲阶级另一种时尚绿色消费，满足小圈子单方面的需要和心灵慰藉。

4.3 CSA 网络的深化

要如何回应上面提出的一些机遇和挑战，可能还是需要网络内各同行者在实践当中摸索。评估

团队只能提出一些我们的思考。

从 PCD 与其合作机构发展出来的 CSA 网络来看，各团队都结合了自己在地的条件发展出独特的工作手法，即回应了本土的需要、也丰富了网络对 CSA 的认识。在各个不同的经验中有着共通之处，就是要建立稳定的团队。现在投入到 CSA 事业的有不少是年轻人，他们除了从 CSA 的参与当中得到学习机会以外，也慢慢的在探索将这事业与自己的生计、人生计划有所结合。如何支持这帮新力军继续推动 CSA 的深化，对整个网络来说是个重要课题。

此外，如何回应因大资本以及政府力量的进场而导致“CSA”概念的变质，也是亟需思考的问题。虽然彼此都使用“CSA”这概念，但我们不难发现 PCD 与其网络机构透过事情本身所呈现的理念，与经过广告包装的商业运营还是有明显的差别。或许以下的一些问题可能可以引发我们更多的思考与讨论：

- 作为推动 CSA 的机构，我们如何看待主流发展观？我们的行动，是否、如何反映着我们在发展议题上的选择？我们提出了什么样的发展观？
- 透过我们的工作，城市与农村的关系有没有改变？如何改变了？消费者与生产者是什么样的关系？信任有没有促进了？
- 我们的工作，对农村的生态、文化有没有裨益？农村的价值有没有得到公正的评价？农民的主体性有没有得以加强？
- 城市人群的参与，有没有加强了他们对生活的反思？有没有增加了他们对自然、农村的关爱？有没有促进他么进一步的行动？
- 我们的工作，表现出哪方面的社会关怀？是否在促进社会公义？

这文件不期望也不可能解答所有的问题，只是希望透过这样的一个分享，引起感兴趣的通行者更多的思考与讨论。未来 CSA 的道路，靠大家共同走出来。

附录：访谈机构名单

北京访谈机构名单

1、绿之盟妈妈生活俱乐部
2、市民有机观察小组
3、瀚海沙
4、百合素食
5、小毛驴农场
6、国仁绿盟
7、达尔问自然求知社
8、美国农业与贸易政策研究所
9、守土义坊

四川访谈机构名单

1、绿心田
2、绿耕-映秀母亲
3、大风农场
4、WWF-康美社区
5、重庆合初人
6、狮子山生态馆
7、久天农场
8、PCD 四川办

四川参与 CSA 评估座谈会的机构

9、安龙村生态农户
10、成都野草文化

广西访谈机构名单

1、爱农会
2、社区农墟
3、广西青年志愿者协会
4、行动援助 AA
5、三农协会
6、金慧书院
7、良知市场
8、安琪之家
9、玉儿儿童之家

广东访谈机构名单

1、香山坑
2、绿耕城乡互助社
3、慧灵农场
4、南岭会
5、沃土工坊
6、悦意有机生活馆
7、三粒豆

8、城乡汇
9、慢生活馆
10、汉达康复协会