

# 社区支持农业中的信任机制探赜

[摘要]

信任是社区支持农业产生的基础，信任也是社区支持农业持续发展的不竭动力。以人际信任和制度信任这两种经典信任类型与信任发展三阶段理论为基础，通过典型案例分析信任在社区支持农业中的具体运作机制。研究表明：社区支持农业的信任机制存在建立、存续以及衰退三个不同阶段，且每个阶段的信任主导机制不一样。在信任建立阶段，人际信任是社区支持农业的启动机制，其主要通过人际信任来触发CSA信任的建立，而影响因素通常是生产者个人魅力、人品、专业素养等；在信任存续阶段，人际信任与制度信任强化了维系机制，同时这一阶段其影响因素是生产者要与消费者多建立联系，邀请消费者参与农场活动，建立一定的信息公开制度、积极互动参与以及提供优质农产品质量保证；在信任衰退阶段，制度信任提供了修正机制，此时应该采取必要的措施增加消费者信任，如政府应该适时地介入，行业对此进行监管，维护好消费者的权益，通过共同协商的方式解决问题，重建信任。

[关键词] 社区支持农业；人际信任；制度信任；新型农业经营模式；家庭农场培育；共享菜园

社区支持农业（Community Supported Agriculture，简称CSA）是指以社区居民为需求对象，通过社区居民与农产品生产者之间建立风险共担、收益共享的关系而形成的新型农业经营模式[1]。这一模式最早起源于20世纪70年代的日本。因为对普通市场销售的农产品不信任，一些日本主妇直接与当地农民合作，让农民直接将农产品从“农场”运送到“社区”，这种消费者与生产者直接接洽的模式后来传播开来，就逐渐发展成了现代的社区支持农业[2]。我国的社区支持农业是本世纪初才发展起来的。尽管起步较晚，但从发展趋势来看，社区支持农业正在我国逐步壮大，越来越多消费者成为项目会员[3]。社区支持农业模式重新配置了生产者和消费者之间的关系，强调生产者与消费者之间需要形成紧密的信任关系[4]。由此我们可以看出，信任是社区支持农业产生的基础，信任也是社区支持农业持续发展的不竭动力。那么，社区支持农业中的消费者信任究竟是一种怎样的信任？它们在社区支持农业的不同发展阶段又有什么表现？要回答这些问题，我们首先要对信任及其来源进行分析。

## 一、理论基础：信任类型及其发展阶段

### （一）信任及其类型

何为信任？从心理学的角度来看，信任是一个人基于其生活经历和人性认识而形成的对他人是否值得依赖的总体预期，是一种心理状态和倾向。有的人倾向于信任他人，有的人则倾向于不信任他人。从人际交往的角度来说，信任是在人际交往过程中，基于理性计算和情感关联而产生的一种人际交往态度。信任意味着信任主体对信任客体有能力和意愿合理处理问题的期待和信心。从社会学的角度来说，信任被认为是一种建立在理性规则之上的现象，是社会制度的产物，人们之所以愿意彼此信任，是因为相信如果不讲诚信就会受到制度的惩戒[5]。

德国社会学家卢曼(Niklas Luhmann)将信任分为人际信任和制度信任两种类型。人际信任主要是人们基于彼此之间的血缘、亲缘关系或后天的社会交往所形成的[6]，它往往发生于家庭成员和邻里熟人之间，并具有亲疏远近的特征。一般认为，关系越是亲密，信任程度越强，反之，则越弱。制度信任则不是建立在人际关系基础上的，它以人们交往中所受到的契约、法规等制度的约束作为信任基础。为降低信任的风险，人们通过形成契约、建立制度来确保个人利益不被侵害。制度信任是现代信任的一种重要模式。在人际交往中，人们相信制度的强制性可以约束彼此的行为，使交往双方按契约、法律等制度要求行事，而对于违反制度要求的行为，则会受到相应规定的惩罚[7]。

### （二）信任的发展阶段

信任的建立不是一蹴而就的，而是随着信任双方交往的不断增加而逐步建立起来的。在一段长期的信任关系中，信任会经历建立、持续和衰退的发展过程，美国卡内基梅隆大学公共政策与管理学院教授罗素(Rousseau)将信任的建立与发展过程归纳为信任建立、信任稳定、信任衰退三个阶段[8]。

信任建立阶段是信任发展过程的起点。信任的最初建立是施信方根据受信方的相关信息推断而做出。信任初步建立后，施信方会与受信方合作互动，并通过这些互动掌握的信息来判断是否继续信任受信方。如果受信方给施信方带来了良好的体验，这种信任关系就能够持续并进入到信任稳定阶段。反之，如果受信方出现违背双方合作关系的行为，他们之间的这种信任关系就会受到破坏并进入信任的衰退期。一旦信任关系进入衰退阶段，施信方与受信方都要采用积极措施来对此进行修护，不然信任就会终结。

## 二、分析框架：CSA不同发展阶段的信任机制分析

本文根据罗素信任三阶段论将社区支持农业中的信任发展过程分为三个阶段，即信任建立、信任存续和信任衰退阶段，并结合卢曼对信任两种类型的阐述，分析信任在CSA的不同发展阶段的具体类型及运作机制。

### （一）建立阶段的信任分析

信任的建立阶段，施信方一般是基于对受信方未来行为的预测来决定是否给予信任。如果施信方有信心能够准确预测对方的合约行为，就能够产生信任。施信方对受信方的判断主要是基于其能力和善意，前者考察受信方是否具备履行承诺的能力，后者则考察受信方是否愿意履行其承诺[9]，CSA中消费者对生产者的初始信任主要是基于彼此之间的人际关系或生产者的良好声誉。

1. 生产者与消费者之间的人际关系。人际关系信任主要是基于血缘、地缘关系而展开的信任。在高频率的重复互动之下，以交往双方的情感和熟悉为基础而产生。CSA农场的第一批客户几乎都与农场主存在熟人关系，他们之间或者是朋友、亲戚，或者是同事、邻居。当前，熟人关系仍是构建社区支持农业初期信任关系的有效途径。

2. 生产者的良好声誉。声誉可以看成是一种“公共评价”，声誉机制能有效解决买卖双方信任不对称的问题。声誉的获得或者基于受信方的学识、人品，或者基于受信方一贯的优良行事作风。在早期CSA农场中，农场生产者大多是接受过相关专业训练的。消费者会基于对其专业性的肯定而相信社区支持农业模式，也有很多消费者因为生产者本人的人品而信赖其产品。生产者的口碑越好，越有利于消费者信心的建立。但是，信任是动态变化的，倘若有负面评价出现，消费者对农场生产者的信任就会削减直至消失。因此，CSA的正向口碑对于消费者的信任维系有着很大帮助。

### （二）存续阶段的信任分析

在信任存续阶段，消费者已通过初步合作了解社区支持农业农场内的情况以及产品，所以这一阶段信任的维系以消费者和生产者之间的互动沟通为基础。生产者维系信任最常见的方式包括生产信息公开、促进互动参与、产品质量保证等。

1. 生产信息公开。信息公开有助于增强供需双方之间的信任，降低彼此信息不对称所带来的不确定性与风险。社区支持农业农场公开信息越多，消费者对产品和农场越了解，其安全感就越强，也就越容易对农场产生持续信任。因此，生产者要主动做到生产信息公开、生产过程透明化。比如，可以在微博、微信等平台建立账号或公众号，公开农场信息和农作物生产情况。调查显示：有消费者之所以选择某一农场，就是因为该农场在互联网平台上的信息最丰富[10]。

2. 促进互动参与。频繁的交往与参与是建立消费者信任的主要途径之一，消费者参与农场的各类活动可以增强其对社区支持农业的信任度。因此，生产者可以通过邀请消费者实地考察农场的方式来了解农产品，还可以通过互联网平台及时与消费者互动。现在，还出现了一种促进消费者参与的形式——“共享菜园”。“共享菜园”模式鼓励会员认领农场土地并亲自播种培育，这样就可以通过劳动体验参与农产品生产的全过程，并以此建立对共享农场稳固的信任。相较于纯消费模式，这种合作生产模式能在相当长时间内维持消费者与农场生产者之间的信任。

3. 产品质量保证。合格、安全、有质量保障的农产品是农场赢得消费者信赖的关键。生产者通过供应高质量的食物向消费者传递了有关他们“供给能力”的信息。当消费者感知到生产者有能力供应高质量的食物以满足自己的需要时，他们更容易建立起对生产者的信任。

### （三）衰退阶段的信任分析

信任衰退分为自然衰退和因双方矛盾导致的衰退两种。自然衰退是随时间的推进，生产者与消费者失去互动交流而造成的信任消解。而如果生产者弄虚作假欺骗消费者，就会导致双方发生矛盾，并最终造成彼此之间信任衰退或信任破裂。此时就必须引入制度信任来重建消费者的安全感。这些制度措施主要有：产品质量认证、消费者权益保护和共同协商。

1. 产品质量认证。产品质量认证是消费者非常看重的。我们可以通过建立CSA有机农产品的可追溯系统来对此进行规范。这种可追溯系统可以将CSA农产品生产、加工和销售的全过程完整记录，消费者通过扫二维码的形式就可识别真伪，这样不仅可以保护消费者权益，而且可间接要求CSA按照标准生产、加工和销售[11]。

2. 消费者权益保护。消费者权益保护可以从以下几个方面进行：一是建立专门的网络平台登记备案各个农场的信息生产情况，尽可能减少生产者与消费者之间的信息不平等；二是多渠道加大对食品安全

知识的普及，保障消费者的知情权；三是建立健全食品安全失信惩戒制度，并增强制度的权威性和执行力[7]。

3. 共同协商。在出现信任危机时，消费者与生产者双方共同协商也是一个很好的解决办法。社区支持农业的生产者在消费者遇到困惑时，要“及时、主动、耐心”地答疑解惑。比如，迅速弄清楚消费者的需求，主动与消费者进行沟通，对消费者不清楚的地方耐心讲解等，以使消费者对其继续保持信任。

### 三、案例分析：CSA信任机制的运作过程及其逻辑

为了进一步检验信任机制在社区支持农业中的实际运作过程，本文选取了一个成功的CSA案例和一个失败的CSA案例，以此对比分析消费者在不同阶段对信任的感知变化过程，并探讨导致这种变化的影响因素。

#### （一）案例介绍

本文选取F农业发展有限公司（以下简称F农场）和G现代农业有限公司（以下简称G农场）作为案例进行分析。它们成立时间相近，前者目前仍在良性运转，可视为成功的案例，而后者已于2014年停业破产，视为失败的案例。表1介绍了两者的基本情况。

（表1）

样本案例农场基本情况

	F 农业发展有限公司	G 现代农业有限公司
农场名称	F 农业发展有限公司	G 现代农业有限公司
存续时间	2012年5月-至今	2011年11月-2014年停业破产
发起人	石嫣博士	18个房地产老板投资和职业经理人
生产标准		有机标准
会员人数	1500多名家庭会员	2000多名家庭会员
产品类型	主供应有机蔬菜，附加农场生产的禽蛋类、水果类、粮食类等农产品	供应有机蔬菜

#### （二）农场信任建立阶段

1. 专业的团队背景。F农场的创始人石嫣博士以及她的团队具有很强的专业性。石嫣博士是中国CSA模式的领头人之一，在社会生态农业领域内有较大的国际影响力。由于石嫣博士本人以及团队的知名度与声望，消费者从一开始对农场的信任度就很高。消费者认为专业的人就该干专业的事，F农场可以

生产出优质放心的农产品。G农场的发起人则是由一些非有机农业领域的精英组成，公司管理层上下几乎都没有涉农背景，他们不太懂农业，也不太懂农民。这种专业性的缺失使得消费者不能完全信任其产品。

2. 熟人间的会员推荐。F农场的初期会员都来自于农场工作人员的亲戚朋友，因为这种熟人关系，会员对农场的信任比较容易建立。此外，F农场还注重通过熟人之间的推荐来发展会员，通过老会员作为媒介，扩大会员规模，这种嵌入式会员结构也为消费者信任奠定了良好的基础[12]。G农场则是采用业务员广泛推销的方式发展会员，由于会员很难接触到农场的其他成员，他们对农场的信任就比较有限。

由此可见，在CSA信任建立阶段，起作用的主要是人际信任机制。团队的专业性、良好的品质与口碑、会员间的人际关系构成了社区支持农业模式信任建立的触发机制。

### （三）农场信任存续阶段

1. 增强互动参与。要维系消费者对农场的持续信任，农场需要与消费者保持良好的互动。F农场会定期举办活动邀请会员来农场体验，让会员把农场当成自家菜园，这无形之中就拉近了彼此的距离。而且，会员来农场体验还可以解决信息不对称问题。会员通过亲自参与，就能明确感受到农场产品的品质[13]。G农场则与消费者仅仅保持着脆弱的供销关系，并没有将消费者的互动体验纳入整个经营体系中。只有消费者能经常与农场进行参与互动，尤其是到农场参观体验，才能真正感受到有机农场的魅力，才会增加彼此的了解与信任。这也一定程度上解释了为什么这两个农场会有不同的结局。

2. 产品质量保证。F农场致力于给消费者提供最优质的农产品。农场有自己的果林、养鸡场、蔬菜大棚，这种纯天然的产品得到了消费者的普遍欢迎，也使消费者对农场的信任持续增加。G农场宣称自家产品来自云南贵州高海拔地区，是真正不含任何有毒化学品的有机蔬菜。起初消费者是因为试吃了业务员在小区内推销的蔬菜觉得味道不错，选择订购G农场的有机蔬菜，但是后来消费者普遍反映自己订购的产品质量有所下降，这直接导致此后消费者对G农场的信任骤降。

3. 信息及时公开。F农场有自己的新浪官方微博账号、微信公众号以及其他网络平台，这些平台都会及时更新农场情况，消费者可以随时与农场负责人进行沟通，发表意见，提出建议，这样做的结果是大大减少了消费者与生产者之间的信息不对称，极大增强了消费者对农场的信任。而G农场则缺乏这

些互动平台，这就使消费者对农场的生产过程并不了解，加之感觉菜品质量下降，消费者的信任感就更容易丧失了。

由此可见，在信任存续阶段，增强消费者互动参与的人际信任机制和产品质量保证、信息及时公开等制度机制共同发挥着信任维系的作用。

#### （四）农场信任衰退阶段

1. 产品质量认证。为了使消费者安心，F农场的农产品均采用了符合国家标准的种植方法，并且对产品进行有机认证[14]。同时，F农场还通过电商平台销售产品，这种第三方平台销售模式也可以进一步增进消费者的信任，因为如果消费者对商品不满意，可以通过投诉申请平台介入来维护自己的权益。F农场还通过农场App与消费者进行沟通，消费者通过App可以追溯农产品生产全过程的信息[15]。与此不同，G农场曾对外宣称该公司所有的产品都是有机、不打农药、原生态的农产品。但有消费者反馈G农场配送的蔬菜并没看到任何有关“有机认证”的标志。尽管生产者说农场的蔬菜全都是按照有机食品的生产标准进行种植的，但是这种自说自话并不能使消费者信任。

2. 消费者权益保护。F农场团队通过建立一系列合作制度来保障消费者的权益，比如与农场所合作的农户都必须签署承诺书和农产品生产档案，生产档案上要写清楚使用肥料、防虫方式等。此外，农场工作人员还会亲自监督农作物的种植过程，记录农作物的生长情况。石嫣博士认为，有机理念与技术同样重要，有机食品的种植过程是一个漫长的过程，这中间必须有一定的道德约束[16]。G农场团队则没有消费者权益保护的相关制度，在公司宣布倒闭时，大量消费者的预付资金甚至都无法追回。

3. 共同友好协商。一旦消费者遇到问题，F农场一定会及时与消费者共同协商解决。比如有一次一位消费者为了尽孝心，特意从农场订购蔬菜给自己的父母，但是两位老人并不清楚农场所提供的菜品是有机农产品，他们只看到了高昂的价格，因此认为这是一种欺骗。农场负责人及时联系这两位老人进行沟通，最终问题得到了圆满解决[14]。同时，社会组织的介入和积极参与能够更有利地解决社会问题，缓解社会矛盾[17]，能让消费者更真实、全面、权威地了解事物，从根本上化解矛盾，重建信任。

通过以上分析可以看出，在社区支持农业信任的三个阶段中，人际信任提供了信任启动机制，人际信任与制度信任共同强化了信任的维系机制，制度信任则提供了信任的修正机制。

#### 四、理性探讨：CSA信任机制运作的影响因素及展望

经过上述分析，我们可以得知社区支持农业中信任的运作过程，理清信任的运作过程才能更好地利用好信任，更好地发展CSA模式。

##### （一）CSA信任运作的影响因素

研究表明：社区支持农业信任运作过程分为信任建立、信任稳定以及信任衰退三阶段。在信任建立阶段，人际信任是CSA的启动机制。在信任存续阶段，人际信任与制度信任强化了维系机制。在信任衰退阶段中制度信任提供了修正机制。不同信任阶段的主导信任类型是不同的，因此我们要在不同的阶段因势利导。首先是最初的信任建立阶段，它主要是通过人际信任来触发CSA信任的建立。影响因素通常是生产者个人魅力，例如人品或专业素养等，发掘消费者对于有机食品的主动性以及要多利用熟人关系的圈子来建立社区支持农业中的信任。其次是维系信任的阶段，在这一阶段生产者与消费者双方已经建立了初步的信任，但是为了社区支持农业更好的发展，要善于利用维系社区支持农业信任的影响因素稳定双方之间的信任。在这一阶段其影响因素是生产者要与消费者多多建立联系，邀请消费者参与农场活动，并建立一定的信息公开制度、积极互动参与以及提供优质农产品。最后是社区支持农业信任的衰退期，在这期间会出现自然衰退或者消费者会因为各种问题对于农场出现信任危机，此时应该采取必要的制度增加消费者信任。政府应该适时地介入，行业、社会组织对此进行监管，维护好消费者权益，对产品进行一定的认证并且要耐心与消费者共同协商解决问题。制度信任与人际信任共同作用才能更好地修正和重建信任。

##### （二）局限性与展望

现实中社区支持农业存在许多模式，本文所分析的社区支持农业信任运作过程可能并不适用于每一个社区支持农业农场。制度信任在一些规模较小的社区支持农业农场中很难体现，会员较少的农场主要还是依靠人际信任在运作。要推动社区支持农业模式更好发展仍需要扩建社区支持农业的规模，但是社区支持农业就是不同于市场交易的模式，如果规模扩大是否会失去社区支持农业的本质从而使其风险共担、利益共享的理念模糊，这些都是我们未来需要研究的方向。党的二十大报告提出要全面推进乡村振兴，坚持农业农村优先发展，加快建设农业强国。社区支持农业的持续繁荣发展，是实现我国乡村振兴的有益途径之一。而起源于人际信任的社区支持农业要想获得持续发展，除了巩固人际信任之外，还必须通过多种手段建立制度信任，强化消费者与生产者之间的互赖关系，增进彼此的信任程

度。

[参考文献]

[1] 马新乐,吴莹.以信任推动社区支持农业中国本土化发展[J].现代交际,2012,(1).

[2] 刘飞.制度嵌入性与地方食品系统——基于Z市三个典型社区支持农业(CSA)的案例研究[J].中国农业大学学报(社会科学版),2012,(1).

[3] 芦文琴.社区支持农业本土化发展的困境与出路[J].山西农经,2020,(14).

[4] 严中华,米加宁.信任的理论框架研究及其在电子商务中的应用[J].科技进步与对策,2013,(11).

[5] 王振.基于产消互动的消费者食品安全信任构建路径研究——以B市农夫市集为例[D].北京:中国农业大学,2018.

[6] 陶芝兰,王欢.信任模式的历史变迁——从人际信任到制度信任[J].北京邮电大学学报(社会科学版),2006,(2).

[7] 蒋典阳.“陌生人社会”背景下社会信任的困境及重构[J].甘肃理论学刊,2018,(3).

[8] Denise M. Rousseau, Sim B. Sitkin, Ronald S. Burt, Colin Camerer. Introduction to Special Topic Forum: Not so Different after All: A Cross-Discipline View of Trust[J]. The Academy of Management Review. Vol. 23, No. 3 (Jul., 1998), pp. 393-404.

[9] 金玉芳,董大海.消费者信任影响因素实证研究——基于过程的观点[J].管理世界,2004,(7).

[10] 谭思,陈卫平.如何建立社区支持农业中的消费者信任——惠州四季分享有机农场的个案研究[J].中国农业大学学报(社会科学版),2018,(4).

[11] 章霞.苏州社区支持农业(CSA)发展中政府职能研究[D].苏州:苏州大学,2016.

[12] 陈力.分享收获陈力:有CSA,无所畏[EB/OL].吾谷网,2022-3-21.<http://news.wugu.com.cn/article/73268.html>.

[13] 刘芳.“社区支持农业”的观察与思考——采访“分享收获”[J].绿叶,2012,(11).

[14] 橙子.分享收获农场欢迎您！[EB/OL].微信公众号,2019-08-07.<https://mp.weixin.qq.com/s/hBX3WMIv4Fa54TYTmXIy1w>.

[15] 张志国.程存旺 好农场的“互联网+”[J].绿色中国,2015,(16).

[16] 任慧媛.分享收获CSA：专心做有机[J].中国连锁,2015,(9).

[17] 张彩云,康杰.社会组织参与社会治理的前提、存在的问题与策略[J].决策与信息,2021,(10).

[责任编辑：汪智力]

## Research on Trust Mechanism in Community Supported Agriculture

MAO Caiju, WANG Liwen

Abstract: Trust is the foundation and also the inexhaustible power for the sustainable development of the community-supported agriculture. Based on the two typical trust types, namely, interpersonal trust and institutional trust, and the three-stage theory of trust development, this paper analyzes the practical operation mechanism of trust in community-supported agriculture through typical cases. The results show that the trust mechanism of community-supported agriculture has three different stages: establishment, sustenance and recession, and the leading mechanism for each stage is different. At the stage of trust

establishment, interpersonal trust is the initiating mechanism. It triggers the establishment of CSA trust through interpersonal trust, and the influencing factors mainly include personal charm, moral standing, and professional quality of an agricultural producers; At the stage of trust sustenance, interpersonal and institutional trust cement the maintenance mechanism. At the same time, influencing factors at this stage involve producers' more frequent contacts with consumers, such as inviting consumers to participate in farm activities, establishing a public system for information disclosure, actively interacting with and assuring high-quality of agricultural products; At the stage of trust recession, institutional trust provides a correction mechanism, upon which necessary measures should be taken to increase consumer trust. For example, the government should intervene in time, the industry should play the supervisor role, so that the rights and interests of consumers can be protected and trust can be rebuilt through joint consultation.

Keywords: community-supported agriculture ; interpersonal trust ; institutional trust ; new type of agricultural management ; family farming cultivation ; shared vegetable garden

[基金项目] 本文系湖北大学青年基金项目 and 2017年度湖北省教育厅人文社会科学研究青年社科项目“组织生态学视角下我国城市社区社会组织培育发展研究”（编号：17Q019）阶段性成果。

[作者简介]

毛彩菊，管理学博士，湖北大学公共管理学院讲师；王丽稳，湖北大学公共管理学院硕士研究生。