

治理与流通之间：家户生产韧性的再考察*

——以安溪茶产业的发展历程为例

颜燕华

提 要：家户生产是乡村特色产业发展和转型的动力来源。不同于其他研究主要从家户生产的内部结构和社会文化脉络进行解释，本文将家户生产置于政府产业治理和商业流通过程中加以理解。通过对福建安溪茶产业四十年来发展历程的考察，本文发现家户生产的韧性有赖于其生产过程中应对外部环境变化的灵活性。这种灵活性恰恰是在政策引导下、与流通网络相互配合而产生的。政府的产业治理是农户以茶为生并使茶叶获得更高市场价值的前提；茶商在城乡之间所起的枢纽作用是农户贯彻其时变逻辑的关键。本研究既增加了理解家户生产韧性的维度，也提供了一种政府、农户和商人三者形成合力的特色产业发展路径。

关键词：特色农业 产业治理 家户生产 流通网络

一、现象与问题

乡村产业的繁荣是乡村社会发展的关键。在商品化及社会化大生产的背景下，乡村产业往何处去，乡村产业发展和转型的动力机制是什么，一直是我国社会学界极为关切的问题。其中，家户生产被视为至关重要的一个因素。如何解释家户生产的韧性，以及揭示这一传统面临的挑战成为一个重要的理论和实践课题。

既有研究主要从中国的文化制度传统及乡村社会的经济结构出发，来解释家户生产何以长久以来成为乡村产业发展的根基。学者指出，中国的家户生产具有漫长的历史传统，“以强大的习俗支撑的完整的家庭制度和以强大的国家行政为支撑的

* 本文系中国社会科学院学科建设“登峰战略”资助计划新兴学科与交叉学科“科技与数字社会”的阶段性研究成果。

完整的户籍制度”是其制度基础（徐勇，2013：108），制度背后的家庭伦理为乡村产业发展提供了强大的精神动力（付伟，2018；周飞舟，2021）。从经济结构来看，中国农村传统的经济结构并不是一种纯粹的农业经济，而是一种“农工相辅”的乡土经济（费孝通，2021）。从明清至今，中国农业产业的发展便建基于这一经济结构之上。黄宗智（1985，1992）在研究明清到民国时期华北的小农经济以及长江三角洲的农业发展时就发现，家庭式农场有很强的牢固性，这种牢固性与农村手工业的发展密切相关，原因在于农村手工业刺激了农作物的商品化，增加了农户的收益，从而有助于维持家户生产形态。改革开放之后，随着城市化和工业化的发展，大量农民开始从事非农产业劳动，与在家劳动力从事农业劳动共同构成了新的农家生计形态（夏柱智、贺雪峰，2017）。中国的家庭经营构成了资本主义经济之外的另一经济类别，是支撑中国式农业现代化的主导力量。

不过，家户生产亦具有其脆弱的一面，这在与政府产业治理和商业资本的张力中体现得尤为明显。国家及政府向来在乡村产业发展和升级中扮演着关键角色。当下，“特色、规模、品牌、效益”是从中央到地方一以贯之的发展理念，地方政府往往通过引导行政力量、人力资源、声誉资本和政策信息等稀缺要素进入当地，以提升当地特色产业的品牌效益和市场竞争力（刘蓝予、周黎安，2020）。由于产业发展的集中化、规模化和标准化常常与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），产业化政策极大地损害了小农户自身的生产特性和发展潜能（贺雪峰，2015；吴重庆、张慧鹏，2019）。此外，随着农户日益成为面向市场的专业化商品生产者，其需要依靠经纪人、合作社、龙头企业等中介群体和组织对接大市场。但农户与这些中间商群体并非平等的交易主体，农户的资本和社会力量处于低位，利润空间受到挤压，在市场结构中处于边缘的位置（钟真、孔祥智，2010；任守云、潘璐，2016；孙泉雄、仝志辉，2021）。

上述研究对理解家户生产的韧性及其脆弱性提供了非常有益的视角，但目前的研究仍然存在以下两点不足。第一，学者针对家户生产韧性的解释强调了农工相辅的生产结构和相对恒常的文化传统，但忽略了农户在地实践中因时、因地、因人制宜调整生产制作的特征，未能对农户为何具有灵活性提供解释。第二，既有研究着重强调了政府产业治理以及商人流通与家户生产具有张力的一面，但产业政策逻辑与家户生产方式的张力并不必然导致政策逻辑对家户生产的完全覆盖（陈航英，2018）。同时，流通领域内的中间商群体亦可能在农户与大市场的对接中起到良性

的作用（颜燕华，2022）。那么，家户生产与政府产业治理、商人流通如何形成合力，其基本逻辑是什么，这些问题有待进一步深化讨论。

不同于既有研究将政府治理、商业资本视为与家户生产相互对立的力量，本研究通过对治理、生产和流通诸要素的考察，表明产业繁荣是家户生产的灵活性、跨越城乡的流通网络与地方政府的产业治理三者合力的结果。家户生产之韧性除了扎根在那些相对稳定的结构特征及社会伦理基础之外，还有赖其在生产过程中能够因时而变，即通过不断变动对种植、生产、销售的安排来应对外部环境的变化。而这种灵活性恰恰是与政策引导和流通网络相互配合的结果。具体而言，政府的产业治理是农户形成以茶为生的生计模式及其生产能够获得较高市场收益的前提，根植于本地社区又分散到全国市场的商人团体与农户形成了良性的关系形态，中间商在城乡之间所起的枢纽性作用是农户能够贯彻其时变逻辑的关键。

二、生产、治理与流通

“大国小农”一直是中国农业生产的基本形态。学者对于家户生产一直保有浓厚的学术兴趣，并从经济结构、文化传统、制度基础等角度加以阐发。改革开放四十多年来，家户生产面临着新的社会情境，一方面，国家和政府不断推动农业的产业化；另一方面，农产品商品化和市场化程度日益加深。因此，单就产业发展本身来看，还需要在国家产业政策和市场环境变迁中来理解家户生产的实践形态，理解其何以能够在政府不断推动产业化的策略中发展、在市场环境的不断变迁中存续。

（一）家户生产及其韧性

家户生产的基本含义是指由家与户两个概念统合而成的农家经济形态，家庭成员要么通过在家分工从事在地的生产，要么通过散居多地工作以平衡家计。因此，家户生产实质上涵盖了家庭内部农工结合的生产模式。许多研究者认为，家户生产的韧性建基在农工互补的家计结构之上。这一特征从明清一直延续到当前，虽然内容上有所变化，但基本的结构特征一以贯之。改革开放之后，随着城市化和工业化的发展，大量农民开始从事非农产业，此时的农家经济被理解为“主劳动力+辅助

劳动力”形成的家庭经济单位，其中主劳动力从事主业，辅助劳动力从事副业。这种生计形态被明确地称为“半工半耕”，是由原本的农业主业配合以手工业副业转变为现在的工业主业配合以农业副业。夏柱智和贺雪峰（2017）进一步提出“以代际分工为基础的半工半耕”生计模式，即“农工互补”，表现为壮劳动力出门务工，上一辈留家从事农业的形式。外出务工的家庭成员通过务工所得投入农业所需的生产资料，与家庭辅助劳动力共同支撑了小农场的经济效率。

中国的农户生产长期存在亦有其特殊的历史传统和社会情境。经典马克思主义理论认为，小农户生产具有孤立性和分散性的特点，无法适应商品经济和社会化大生产，其最终命运只能是被规模化的资本主义生产方式所替代。陈军亚（2019）指出，这一理论具有特定的时空背景：一是欧洲小农户历史短，没有牢固的根基；二是欧洲小农是在进入商品经济的过程中产生的，孤立分散的特性难以在市场竞争中存续。不同于小农消亡论的观点，经典农政理论的另一脉络是以恰亚诺夫为代表的判断，即认为小农生产具有稳固性。恰亚诺夫（1996）指出，家庭农场的经济行为在经济预算和劳动动机上均不同于以雇佣劳动为基础的经济组织，农家经济实质上构成了资本主义经济之外的另一经济类别。从这一脉络出发，研究者指出，中国的家庭经营同样不同于资本主义农场，其在生产领域具有独立自主性，并非是一种落后生产方式的残余（潘璐，2012；黄宗智，2014）。

上述研究从不同的角度出发，论证了农户生产具有韧性的事实，其共同特点是将农户生产韧性视为一个由来已久的传统，并且具有相对不变的结构特征。然而，从实践的层面来看，农户既深嵌于地方政府所构造的产业环境之中，也暴露在变动不居的外部市场需求之下。这意味着，农户能否在生产过程中不断因时而变决定着他们能否应对多变的社会环境和多元化的市场需求。可以说，农户生产韧性的保持离不开对其生产环境的灵活适应，而这种因时而变的智慧也需要置于农户生产与产业治理、商业流通的互动中进行理解。

（二）政府治理与农业产业化

党和国家在中国的农业现代化转型中扮演着重要角色，其中地方政府作为农业的直接治理主体尤为关键。从改革开放至今，地方政府的行为模式和产业偏好随着中央政策的转变而几经变迁，进而塑造着不同时期的农业产业化发展形态。

在改革开放初期，中央政府在实施基层农村改革的同时，也对中央—地方财政

关系做了重大调整，在一些地区实施了近似于承包制的财政包干制度。在包干制下，地方政府成为有明确自身利益的行动主体，以确立地方主导产业、大规模兴办集体企业等方式追求地方经济的增长和财政收入的增加，表现出“地方政府公司化”的特征（Qi, 1992）。在 20 世纪 90 年代中期，中央政府进行分税制和土地制度改革，在城市化进程的助推下，地方政府从“经营企业”转向“经营城市”（周飞舟, 2007）。虽然地方政府行为在这两个时期多有不同，但都表现出很强的谋利和发展取向。具体到农业产业的治理上，这种政府偏好打造规模化的、有亮点的典型产业，通过塑造地方品牌助力地方产业经济的发展（刘军强等, 2017；叶敏, 2016；冯猛, 2014）。

到了 2000 年之后，农业税费改革更为直接地影响了地方政府对农业产业进行治理的基本模式。在农业税费时代，基层组织是农业治理的主体；农业税取消后，农业治理的组织费用由国家输入到县级政府，由此形成了“以县为主”的农业治理模式（龚为纲、张谦, 2016）。在农业税费时代，小农户是税费的直接来源，也是基层组织的主要服务对象。而在以县为主的项目化治理模式下，地方政府若直接对接庞大的、分散的小农户，必然面临治理成本高昂的问题。因此，为了降低治理交易成本和政策执行成本，地方政府越来越倾向于扶持龙头企业、专业大户、家庭农场、合作社等规模经营主体（程秋萍、熊万胜, 2016）。这也契合了地方政府打造规模化典型产业的发展策略。

当下，随着中央政府施政纲领的转变，地方政府日益从“发展型”“谋利型”向“公益型”“照护型”转变（陈硕, 2018；刘学, 2023）。在乡村振兴和共同富裕的背景下，中央的治理目标从优先发展向均衡治理转变，在对地方政府的考核上也日渐弱化经济指标，转而强化民生指标，地方政府在产业选择上也更偏好富民产业。自 2018 年起，国家农业发展的政策重点从模仿美国式规模化的发展模式转向支持小农经济和农民合作社的发展（黄宗智, 2024）。进而，小农户如何有效地对接大市场、如何与现代化产业有机衔接成为地方政府产业治理的重要内容。

总之，在不同时期，国家对于地方政府的考评体系多有不同，对农业的发展也有着不同的思路，这极大地影响了地方政府的产业发展偏好及其对农业产业的治理策略。那么，在这个过程中，地方政府的产业发展路径与农户生产的具体实践以何种形态共存？地方政府推动农业产业化的方案是否也在一定程度上助力了农户的发展？其基本的影响路径是什么样的？这些问题有待进一步回答。

(三) 商人流通与农产品市场化

改革开放以来，随着地方特色产业的发展及农产品的商品化程度不断提高，大多数的农户成为面向市场的专业化商品生产者。受到农产品自然属性（易变质、交易周期短等）、加工技术细节、消费市场特征（消费者分散、口味多元且多变等）等方面的影响，中间商成为小农户对接大市场的关键力量（艾云，2016；付伟，2020）。

在农产品的实际流通中，农户生产对接市场的渠道有以下三类：经纪人、合作社、龙头企业。经纪人是指为买卖双方充当中介，促成交易，然后收取佣金的中间商人。活跃在农村的中间人为乡村经纪人，由于这一环节发生在村庄内部，因此基于地方社会网络的互惠机制在很大程度上塑造了农户和当地代理人的互动模式（孙泉雄、仝志辉，2021）。再上一层的经纪人则是独立于农户和下游企业的中间商，这些商人常见于市场链的下游环节。在市场链的下游环节，中间商的经营因远离其熟悉的社会空间，少有可兹利用的社会资源（如信任、社会关系等），市场交易更倾向于以经济形式运行（艾云、周雪光，2013）。在农产品经纪人的社会关系作用之下，外来商人可以快速获取信息、达成交易，同时将外来商人与小农户之间不平等的市场关系化解在村庄内部的交往关系之中（陈义媛，2018）。

合作社和龙头企业则是政府推动实现农产品产销一体化的组织。这一方面是为了克服小农户受不同层级中间商挤压利润的弊端，另一方面则是为了让农户更加有效地跟随市场。一般认为，与规模化的经营主体相比，分散经营的农户无法及时、准确、全面地掌握市场供求关系和变化趋势，因此农业产业化的其中一个方向是提高组织化程度。一来，增进农户合作，通过合作社的方式直接面向消费市场，减少中间环节；二来，以龙头企业带动农户，通过“公司+农户”的方式把农户整合进高度商品化的产业链中。但二者的实际运作效果并不理想。首先，以农户直接联结消费者的方式会出现诸如食物质量标准和文化城乡差异、消费便利性的需求与农产品上行的障碍、消费端的不稳定性和小农生产的季节性和不确定性等问题，这一方案难以有效地解决现代性消费与乡土性生产之间的断裂与矛盾（贺聪志、叶敬忠，2020）。其次，介入农户生产的龙头企业，偏向选择大规模种植及生产与当地市场脱节的农产品，在这种情况下，农户日益呈现出“去技能化”和“强依附性”的特征（吴重庆、张慧鹏，2019）。实际上，“企业+农户”的模式，在更多的情况下则只是一种订单合同的关系，因而龙头企业对农户而言不过是另一类中间商，并

在不同程度上对小农户占据垄断的强势地位（黄宗智，2012）。

上述研究呈现了不同类型的中介组织如何影响小农户的生存状况。但这些研究未能充分考察农产品市场化过程中扎根城乡两地的中间商类型，即同时经营收购与销售的农产品商人。他们一方面扎根本土，与农户有丰富的社会关联，即类似于乡村经纪人；另一方面又融入市场，与商户和消费者有较多的社会互动，这又与乡村经纪人不同。本文通过考察扎根城乡两地的商人，试图对以下问题进行回答：这种中间商形态如何能够在政府的产业治理中仍然活跃和存续？他们又是如何与农户进行合作以增进家户生产的灵活性，从而有助于维系家户生产的基本形态，而不是通过转嫁市场风险和压缩生产利润，使得农户在产业发展中处于日益边缘的位置？

综上，地方政府的产业政策在很大程度上形塑了地方产业的发展方向和发展样态，但地方政府具体的产业塑造与家户生产之间的关系有待进一步研究；流通制度对农村产业经济具有重要影响，但对中间商形态的挖掘仍不够全面和深入；尤其是特定的流通机制何以有助于农户在地实践中因时、因地、因人制宜调整生产制作，以增强其生存韧性也有待进一步澄清。本文以福建省安溪茶产业的发展为个案，将政府行为、家户逻辑与商人角色纳入一个整体进行考察，揭示家户生产如何在地方政府的产业治理中得以持存，如何在与本地商人的互动中增进自身的灵活性，从而持续为地方产业发展注入活力。

本文写作的主要材料包括访谈资料、地方志及政府的政策文件等。其中，访谈资料源于笔者于2018—2022年在福建安溪、北京马连道茶城和广州芳村茶叶批发市场所做的田野调查。在这个过程中，笔者做了大量包括茶农、茶商、茶叶专家和消费者等群体在内的半结构式访谈。除了访谈资料外，笔者亦广泛使用安溪的地方志、官方的政策文件及与茶叶相关的宣传物料。此外，近一二十年，亦有多部与安溪县情、茶产业相关的著作出版，这些作品亦构成本文写作的重要参考资料。

三、个案分析：安溪茶业中的政府、农户与商人

安溪县位于福建东南山区，地形、土壤、气候均适宜茶树生长。在明清时期，安溪茶已有所发展，彼时以外销为主，主要销往东南亚地区。新中国成立之后，茶叶由生产队集体生产，由国家统购统销，安溪茶的种植面积进一步扩大，并逐步打

开内销市场。20世纪90年代后，安溪茶叶迎来大发展，在高峰时期，全县涉茶人口比重达80%，农民的收入中超过60%来自茶叶（毕竟悦等，2021：257）。在1984年，中国茶叶市场刚刚开放流通的时候，安溪为全省最大的贫困县。而2003年之后，随着整个茶产业的发展，安溪进入了全国县域经济百强县的行列。2022年，安溪涉茶行业总产值达320亿元，农民人均可支配收入达2.23万元，综合实力为全国百强县第53位。^①安溪茶产业自20世纪90年代以来的发展正是地方政府、当地茶农以及分散在全国各地的安溪茶商共同参与的结果。

（一）制造正宗性：地方政府的产业治理

安溪铁观音是安溪县的标志性产品。在当下的市场认知中，安溪乌龙茶指的就是安溪铁观音，铁观音几乎是安溪县的代名词。但这一现象并非古已有之。安溪县有漫长的产茶传统，茶产业的存在并非源自地方政府的产业规划，但将一种作物与一个县域关联为一个整体，却是安溪地方政府积极进行产业干预和治理的结果。

在20世纪80年代，中央政府鼓励地方政府寻找当地的支柱产业以促进经济发展，茶产业成为安溪政府发展地方经济的抓手（Tan & Ding, 2010）。虽然安溪具有漫长的茶叶种植历史，但当时整个县域茶叶的种植面积有限。1975年，安溪茶园面积为7.4万亩，产量为1581.2吨（李启厚，1988）。安溪政府由是引入相关政策扩大茶叶种植规模，首先是推广短穗扦插技术，进行茶苗基地建设，以扩大茶苗供应；其次是鼓励茶农开发茶园，当时茶农每增加一亩茶叶种植可以获得50元的财政补贴。与此同时，地方政府也积极推动茶叶乡镇企业和私人茶企的发展，通过减免茶叶产品税、特产税的方式鼓励办厂，直到1994年分税制改革后，县级政府财税权被削弱，这个税收优惠政策才废止（毕竟悦等，2021：42—49）。通过这个时期的产业政策，茶叶在更大范围内得到种植，茶叶产量也大幅增加。到了1990年，全县茶园面积达到14.2万亩，茶叶产量达到7023吨，居全省首位，茶叶成为安溪县的支柱产业（安溪县地方志编纂委员会，1994）。

从20世纪90年代中期开始，地方政府除了寻求茶叶产量的增加之外，开始通过改良品种和制定工艺标准的方式积极推动茶叶质量的提高。安溪县域内有超过64

^① 参见安溪融媒，2023，《打造中国茶产业高质量发展的安溪模式》，5月11日（<https://mp.weixin.qq.com/s/5ULPS905juY4UqCr09LAlg>）。

个茶树品种，多样和分散的品种生产不利于集中提升茶叶品质。地方政府便鼓励茶农改植换种，着力推广包括黄金桂、本山、梅占、铁观音等在内的名优品种，尤其主推铁观音。1990年，铁观音的栽培面积只有全县的14%左右，到了2007年，铁观音茶园面积则占到了全县茶园总面积的60%（《安溪茶叶文献选编》编纂委员会，2018：141）。在推广名优品种的同时，安溪县政府也极力推动制作工艺标准化，将安溪茶的制作标准确立为球形和半球形乌龙茶工艺（又称铁观音工艺），从而使安溪茶与其他地区的茶叶区别开来。在此基础上，地方政府开始申请注册地理标志证明商标。1998年，县政府经由县茶叶总公司向国家工商总局申请注册“安溪铁观音”地理标志证明商标。2004年7月，国家质检总局发布《关于安溪铁观音实施原产地域保护的公告》，“安溪铁观音”成为原产地域保护产品。在地理标志产品之下，铁观音一跃成为安溪县的标志性产品，只有在安溪境内种植、加工才能具有正宗性。

除了在生产领域进行改造之外，地方政府还积极打造安溪铁观音的市场知名度。在改革开放之前，安溪乌龙茶主要作为“侨销茶”存在，国内市场供应的乌龙茶其实是红、绿“下脚茶”经加工后与乌龙茶拼配的混合茶（张水存，2018：80）。在这种情况下，地方政府将茶王赛作为促销茶叶，开拓茶叶内销市场的重要手段。茶王赛由台湾、香港及东南亚的茶商带入安溪，并在当地形成风潮。1995年秋季，由西坪镇政府与岐山茶厂合作主办的“魏荫铁观音茶王赛”，将铁观音茶王拍出了500克5.8万的天价，这个价格超过了当年的黄金价格，于是有了“安溪铁观音，价格赛黄金”的说法（魏月德，2017：119）。地方政府由此看到了举办茶王赛蕴含的巨大市场价值。此后，安溪县委、县政府便将茶王赛作为提升安溪茶叶市场知名度的抓手，不断举办大型茶王赛，地点从闽南扩展到广州、香港、上海、北京等地，逐渐从南方向北方推进，铁观音市场也从南方为主拓展到了北方地区；同时，随着茶王拍卖价格的一路走高，铁观音的知名度和市场价格也在不断攀升。

打造正宗性的产业发展策略极大地推动了安溪茶产业的发展。2000年，安溪全县茶园面积1.5万公顷，茶叶产量1.43万吨。到了2007年，全县茶园面积3.33万公顷，茶叶产量5万吨，分别比2000年增长了1.22倍、2.50倍（安溪县地方志编纂委员会，2015：542）。在此期间，安溪茶的发展仍主要建立在分散化的农户生产之上。而进入2005年之后，安溪政府开始积极扶持合作社、家庭农场和龙头企业的发展，推动规模化茶园的建设，以财政补贴的方式推动大户和龙头企业建立茶园示

范基地，并鼓励“公司+基地+农户”“合作社+农户”的方式改变分散化、小规模的生产格局。截至2017年，这一模式下的茶园面积达到18万亩，占安溪茶园总面积的30%（吴垠主编，2018：128）。与此同时，地方政府规定只有具有一定规模的茶企与合作社才具有“三品一标”（无公害产品、绿色食品、有机农产品和农产品地理标志）的认证资质^①，这实质上是在进一步推动茶产业朝着规模化和标准化的方向发展。

从20世纪80年代至今，地方政府分别通过优化品种和工艺、打造地方品牌、改造生产组织等方式推进茶产业的发展。在此过程中，农户生产也在不同程度上受益于政府的产业发展策略。20世纪80年代安溪政府以财政补贴的方式，鼓励茶农发展茶园，推动了茶农形成以茶为主的生计形态。20世纪90年代以品种和工艺改造提升茶产业经济效益的策略，也在很大程度上帮助茶农提升了茶叶的种植效益。此外，在地理标志产品的运作之下，安溪乌龙茶尤其是铁观音拥有了市场价格的垄断力，因此作为个体生产者的农户也获得了一定价格优势。随着市场销售价格的提升，茶农生产的茶叶价格也水涨船高，茶农整体的收入水平大幅提升。也就是说，在地方政府的地方品牌运作之下，这种整体县域经济发展的背后是规模经营主体和小农户的普遍发展。

不过，地方政府品种单一化、制作标准化的正宗性策略也日渐凸显出其弊端。首先，品种的单一化降低了整个生态的多样性，导致更多的病虫害，因而也增加了生产者对肥料和杀虫剂的使用，铁观音因此也广受诟病。其次，将安溪茶等同于铁观音的正宗化策略拙于应对消费者口味的多变。自2012年之后，安溪铁观音市场不复当年的景气。在此背景下，地方政府的正宗性策略与农户生产实践之间的张力也日趋明显。当前地方政府试图用现代化的组织方式来规范茶叶生产和运销，并以龙头企业和合作社带动小农户发展。但在铁观音市场低迷时，规模生产主体自身也面临产销难题，更遑论带动小农户发展。不过，在产业治理弊端凸显的后期，茶农的时变逻辑与茶商广泛参与运销的机制，不仅在很大程度上避免了单一化、标准化的治理逻辑可能带来的负面后果，也适时地应对了多元的市场需求和多变的市场环境。下面两部分将对农户的生产逻辑及其与茶商相关联的机制进行分析。

^① 参见《安溪县2018年农产品“三品一标”认证管理工作方案》（安农[2018]255号文）。

（二）生产灵活性：农户生产的时变逻辑

在地方政府以地理标志认证作为地方产业治理工具之后，铁观音随之脱颖而出，其他安溪茶则被称为“色种”^①。其时，种植铁观音和用铁观音工艺生产安溪茶可以获得更高的市场效益，以2007年安溪茶厂的茶叶收购均价为例，特级铁观音毛茶每斤可卖150—600元，而特级色种茶只有13—15元，即色种的收购价格与铁观音相差达到三四十倍之多。然而，安溪茶农并没有完全按照政策去将茶园全部改植换种成单一品种铁观音；与此同时，茶农也并非只制作铁观音工艺的乌龙茶，而是广泛利用当地品种制作其他茶类。也就是说，在地方政府的产业逻辑之下，还存在另一套农户基于自身实践发展出来的生产逻辑。

地方政府单一化品种的策略并没有取代农户多元化的种植选择。农户的多元化种植表现出因地制宜的特征。在茶农看来，影响茶叶品种种植的第一大因素是“地土”。所谓的“地土”指的是一个地方的自然环境，包括气候、土壤、水文的差异。这些差异极大地影响了茶叶品种在不同地方的性状表现和品质特征。虽然地方政府极力推广铁观音这一核心品种，但最开始这一品种只在发源地西坪有大面积的种植，其他传统茶区则大量种植自己的原生品种，例如虎邱的黄金桂、大坪的毛蟹、三洋的梅占、蓝田的大叶乌龙等。这些品种的种植在当地有着相当漫长的历史，许多原生品种在清末民国外销茶时期有所扩植，到了集体化时期，经由生产队的集体安排，得到成规模的发展。分田到户之后，茶农仍因循传统种植本地种。其后随着铁观音市场价值的不断提升，茶农新开发的茶园大多种植铁观音，但并未将原来的茶园进行改植换种。

色种茶园的保留契合了茶农的农时安排。由于不同品种的成熟期不一样，比如黄金桂和毛蟹发芽要早铁观音至少半个月，因此茶农保有一定的色种茶园，可以错峰采摘。此外，漫长的种植传统使得在一些色种的发源地，铁观音市场并不发达，生产铁观音则可能无人问津。这是因为县域内不同乡镇的土地差异很大，相比于铁观音，这些地区的原生品种质量更高。也就是说，在地方政府推广铁观音单一品种的时候，茶农根据自己的生产经验，认为在特定的乡镇，其他品种要更为适宜，原生品种的正宗性要远高于铁观音。需要指出的是，农户多元的种植虽然与地方政府推崇的单一品种种植以维持地方品牌的正宗性相冲突，但地方政府运作铁观音品牌

^① “色种”一词在闽南语中有“杂种”的意思，意为不纯粹、不高级的品种，略有贬低的意思。

的成功，也使得农户的色种产制更加有利可图。农户用色种制作的乌龙茶在安溪县域内的价格随着铁观音的火爆而大幅提升。传统上色种与铁观音成品往往是经过拼配后出售，在单一化和标准化的策略之下，这种传统实践也一直保留了下来。由于色种茶园的管理和制作均比铁观音粗放，产量往往也较铁观音品种更高，因此色种种植在契合农时安排的同时，也在地方品牌的运作下为农户获得了更高的收益。

地方政府制定的标准化制作工艺也未能完全取代茶农多元化的制作实践。茶农的制作倾向于根据市场的口味需求来不断进行调整，表现出因地制宜的特征。例如，面对广东及其他南方市场，茶农制作浓香型铁观音，即将铁观音毛茶进一步进行焙火；面对北方市场，消费者有喝高香绿茶和香片的习惯，茶农适当延长铁观音的发酵时间，制成颜色更绿、香气更加高扬的消青茶和拖酸铁观音；对于本地市场及其他市场，则制作发酵时间短的正味铁观音。除了在铁观音工艺标准范围内依市场需求不断调整生产之外，茶农也会根据色种的特性和市场的偏好制作成其他的茶类。色种的保留客观上为茶叶制作能够因时调整提供了基础。这是因为许多色种相比于铁观音有更好的“适制性”。茶叶的适制性指的是一个茶叶可制茶类的广度，譬如铁观音品种制作球形乌龙茶质量最好，但是制作成红茶、白茶的质量则要低很多；黄金桂制作成乌龙茶、红茶、绿茶质量都很好，因此黄金桂的适制性要高于铁观音。在茶农看来，很多色种的适制性要高于铁观音。这些品种在铁观音被追捧的时候，以铁观音工艺制成，作为铁观音的拼配原料被售出；在铁观音市场低迷，消费者开始寻找差异性的茶饮时，便以其独特的面貌呈现。比如武夷肉桂流行，茶农可以利用与武夷山品种类似的小叶肉桂制作闽南肉桂；闽北红茶颇受市场追捧，茶农可以利用适制性较广的梅占鲜叶制作梅占金骏眉、梅占小种红茶等。

也就是说，农户在生产和制作上具有善于因时而变的特征。在品种种植上，茶农倾向于因地制宜而非盲目改植换种成单一的铁观音品种。茶农之所以没有完全跟随短期内单一品种的市场价格来做种植选择，并不是茶农过于固守传统、因循守旧。相反，他们的选择充分考虑品种种植的自然地理因素以及个体的家庭劳动力状况，多元化种植比单一化的策略更符合农户生产的理性。而多元化种植恰恰使其在应对茶叶的市场波动时更具有灵活性。由于市场的口味总是多变的，多元化种植意味着极大地拓宽了品种适制性的光谱，使茶农在制作的时候拥有了更多的选择，因而可以更好地应对消费者多变的需求。品种种植的多元化以及制作技艺的不断更迭看起来虽是个体农户的生产决策，但实际上，茶农的灵活性需要放置在市场网络之中才

能得到理解。在茶叶高度商品化的情况下，茶农极其多元化的种植和制作并不符合地方政府单一化的正宗性策略，也就无法通过政府规划的产销渠道进行市场化。因此，茶农多元化的产制需要解决如何实现市场价值的问题，而这依赖的正是从本地扩散到全国市场的茶商群体。

（三）城乡之间：茶商网络的衔接机制

有效衔接大市场、实现产品的市场化于生产者而言至关重要。茶农的市场化之道在于与本地外拓的茶商形成紧密的合作关系。

一直到1984年茶叶开放自由流通之前，国家的茶叶收购站都是承担茶叶交易的中间机构。改革开放后，基层政权和村庄集体等力量渐次退出农村市场生活领域（Zhou, 2011），并随着市场化逐步深入，中间商成为小农户对接大市场的关键力量。在安溪的案例中，集体化时期的各类地方干部在茶叶开放自由流通之后成为市场的先行者，他们作为沟通农户和市场的中间商成为早期茶叶市场的交易主体。最初的这些茶商除了将本地的茶叶带到外部市场外，也渐渐串联起乡村与城市的商道。随后，通过父子、叔侄、兄弟等亲属分支，通过地缘、方言等媒介，本地茶商日益成规模，纷纷将本地的茶叶带到全国各大城市售卖。到了2009年，安溪人在全国各大中小城市开设的茶庄、茶店、茶行等已经达到4万多家，在外经销本地茶叶的安溪人有十多人，形成了“无安不成市、无铁不成店”的格局。经由这些商人，一条连接深山茶园和全国广阔市场的茶道被搭建了起来。直到今天，虽然经过茶叶市场的种种起伏，这条茶道仍然源源不断地输送着茶与人。

这些茶商既有很强的扎根城市的特征，又与乡土社会保持着密切关联。在城的茶商与茶客以茶叶的口味建立连接。同时，在线下茶店的经营过程中，茶商与顾客通过反复多次的面对面交往逐步建立稳定的关系。比如，茶商常说，“茶叶店这种东西比较认人，并不是我们所理解的做生意就是卖东西，其实不是的，人家认可你这个人”（访谈资料，230123XPH）^①，“客户来……觉得你有可取之处，长期合作，慢慢就成为朋友了”（访谈资料，230123YWL）。安溪茶商的店铺遍布全国各个区域，其中有不少茶店从20世纪90年代就开始营业，持续到今天已有二十多年，在此期间店铺积累了数量众多且稳固的客户群体。到今天，茶叶消费热潮几经变迁，

^① 括号内容为访谈资料的引用，数字表示访谈的年月日，字母为访谈对象名字的缩写，下同。

乌龙茶、红茶、白茶，乌龙茶里的铁观音、岩茶、单丛轮番登场，而安溪茶商至今仍在全国的茶叶市场中占据举足轻重的位置，这得益于他们长期建立的客户关系以及由此带来的对市场消费口味变化的敏感性。而他们之所以能够快速响应消费市场需求的变化，就在于他们与茶农有着较深的社会关联。茶商大多为安溪本地人，他们长期深入地方社会或者本身就是村庄社区的成员，他们对于县域内各个乡镇乃至各个村庄的茶叶生产特点了如指掌。中国地域广大，不同地区的消费者对茶叶的消费口味偏好差异很大，具体到个体茶店，每家根据自身面对消费者的不同又有诸多细微的差异。为了给消费者提供相对口味适宜且质量稳定的产品，茶商大多会找一些固定的茶农去买茶。茶农也会基本掌握自己长期合作的茶商的口味，根据每天每批茶青的状况，尽量调整自己的制作，使茶叶成品符合茶商的需求。

在这个过程中，既有茶农灵活调整生产适应茶商需求的一面，也有茶商不断向茶农反馈市场需求变动，指导其调整制作的一面。最典型的例子是近年来安溪茶农广泛利用本地的茶叶品种，制作非铁观音工艺的茶品，例如利用红茶工艺制作本地的红茶，利用闽北的乌龙茶工艺制作本地的大红袍。在2012年前后，本地的很多茶农根本没有见过或者没有喝过市面上早已存在的正山小种红茶、武夷大红袍、福鼎白茶等，更不用说能够制作这类茶品了。一些茶农开始制作红茶和大红袍始于本地茶商的“撺掇”，他们不仅带来样品，告知市场价格，而且还带着合作的茶农去相应的产区观摩别人的制作。慢慢地，本地的茶农也熟知这些茶类的制作，甚至形成了安溪茶农“什么都会做”的现象（访谈资料，200302LFS）。可以说，茶农的多元化制作，极大地增强了他们的生存韧性。在铁观音市场低迷的情况下，这为茶农带来了远高于仅制作铁观音的收益，并且由于是在与茶商合作的情况下进行产制，也解决了多元化制作的产品如何实现市场化的问题。

总之，茶商居于城乡之间，对于地方产业的良性发展起着至为重要的作用。在农业产业的生产者大多为分散化的小农户，所生产的产品却要面对庞大、多元且多变的大市场的背景下，衔接小农户与大市场的中介组织显得尤为重要。但作为连接者的商人是否能够真正有益于当地产业的发展，与他们所处的社会结构位置密切相关。纯粹的农村经纪人，固然受地方规范和社会伦理的约束，会兼顾生产者的利益，但其角色却只是代为收购，难以快速把握并带领农户响应市场需求的变化。而下游的企业或中间商则因为远离其熟悉的社会空间，更多以经济利益为行动导向，常常在交易过程中损害小农户的利益。来自本土又栖身城市的商人团体则有更多的资源

和动力克服上述弊端，其一方面能够融入市场，另一方面又连接乡土，与二者均形成稳固且良性的交易关系，极大地顺畅了城乡之间物产的流通。

四、结论与讨论

自 20 世纪 80 年代以来，中国农业经历了高速发展。从 1980 年到 2010 年，中国农业产值年均增速约为 6%，这一增速远超此前的社会时期。随着中国农产品消费市场经历了从以粮食谷物为主转向以蛋奶果蔬等特色产品为主的变迁，农业生产也发生了从“旧农业”到“新农业”的转型（黄宗智，2016）。而其他国家和地区农业转型的经验都未必能用来解释中国农业的这种高速发展。在生产领域，不同于经典现代化理论认为家户生产必将在商品经济发展和社会化大生产的趋势中没落和消亡的判断，家户生产仍然是中国农业生产的主要方式。在流通领域，不同于欧美国家的农产品流通为大型农商公司及跨国企业所主导，中国农产品主要依托分散化的小中间商进行市场对接。就外部干预而言，不同于通过市场尤其是资本的力量介入并引发农业产业的转型，行政体系深入参与到中国产业发展方向和格局的塑造中。可以说，中国乡村特色产业的发展和转型是上述诸力量共同作用的结果。

在以往的研究中，学者主要从上述诸多面向的一个角度展开讨论，或强调地方政府在品种种植、技术创新和品牌建设上发挥的引导作用，但普遍忽视农户在这个过程中的生产实践（张丽等，2005；刘蓝予、周黎安，2020）；或强调家庭作为经营的主体能够有效地推动产业发展（冯小、席莹，2019），将政府的产业治理策略及流通领域的商业资本视为将家户生产推向边缘化的两股力量，却忽视了其可以助力维持家户生产，甚至增加家户生产灵活性的面向。其中很重要的一个原因在于，这些研究大多仅在特定的时间节点展开研究，未能揭示在较长时段的市场变迁中，多元化行动主体的策略及其行为机制如何共同作用于产业发展与变迁。

本文通过考察安溪茶产业从 20 世纪 90 年代以来的发展状况，揭示了家户生产之极具韧性的实践特征及其作用逻辑。家户生产的韧性有赖于在生产过程中其应对外部环境变化的灵活性，而这种灵活性恰恰是在政策引导下、与流通网络相互配合而实现的。具体来说，在市场发育阶段，地方政府补贴茶叶种植、改良茶叶品种、规范制茶工艺，使得当地的农户发展出以茶为生的生计模式；在市场快速发展阶段，

地方政府积极推动地理标志产品认证，并通过茶王赛打造安溪铁观音的知名度，使得茶农的产品得以在集体品牌的作用下获得更高的市场收益。但与此同时，农户生产并非完全被地方政府单一化和标准化的逻辑所统摄，其在生产和制作上具有善于因时而变的特征。在品种种植上，茶农倾向于因地制宜及充分考虑个体家庭劳动力状况进行多元化的种植；在制作工艺上，茶农也会根据品种的适制性和市场的口味需求灵活选用不同的制作工艺。正是这种生产和制作的灵活性，使其可以不断应对多变的社会环境和多元化的市场需求，进而增进了自身的发展韧性。而茶农之所以能够贯彻其因时而变的逻辑，在很大程度上是通过与商业流通相互配合实现的。实际上，我们在村庄中观察到的农户生产形态只是整个体系中的一部分而已，作为农户生产延伸的、跨越社区的经营网络是茶农进行多元化产制的茶叶之所以能够实现市场价值的关键所在。总而言之，地方政府将一种作物、一项产业与一个县域关联为一个整体的正宗性策略，是农户以茶为生并使茶叶获得更高市场价值的前提。而茶商作为由本地外拓的群体，承担了联结本地生产和外部市场的角色，增进了农户生产的灵活性，进而也为地方产业注入了新的发展动力。

毫无疑问，本文以安溪茶为个案具有一定的产业特殊性和地方特殊性。但这一个案仍揭示出了地方特色产业发展所面临的一些具有普遍性的问题。地方政府打造地方的典型产业，推动地方特色产品的品牌化对于农业产业的现代化转型具有重要的意义，其在一定的市场环境之下亦能够实现多元生产主体的共同繁荣。然而，长期来看，单一化的策略在农业生产中有其固有的弊端，在维系多元的生产生态和因应多变的市场环境方面多有不及。因此，如何在推动产业化的同时又能够保持农户生产的时变性亦是其他地方特色农业可持续发展的重要实践课题。在特色农产品高度商品化的情境下，小农户如何对接大市场是农户生产能否持续保有活力的关键，挖掘和培育既扎根外部市场又与乡土社会有密切社会关联的中间商群体或是一条可行的发展路径。

参考文献：

- 《安溪茶叶文献选编》编纂委员会，2018，《安溪茶叶文献选编》，福州：海峡文艺出版社。
- 艾云，2016，《农产品“市场链”：一个经济社会学的分析》，《社会发展研究》第1期。
- 艾云、周雪光，2013，《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》第8期。
- 安溪地方志编纂委员会，1994，《安溪县志》，北京：新华出版社。

——2015,《安溪县志》(1991—2007),北京:中华书局。

毕竟悦、谢文哲、李晋西、倪伏笙,2021,《中国“差生”逆袭:一个山区县的发展求索》,福州:福建教育出版社。

陈航英,2018,《中国农业转型及其动力机制再思考——基于皖南河镇的体验研究》,《开放时代》第3期。

陈军亚,2019,《韧性小农:历史延续与现代转换——中国小农户的生命力及自主责任机制》,《中国社会科学》第12期。

陈硕,2018,《“公益经营者”的形塑与角色困境——一项关于转型期中国农村基层政府角色的研究》,《社会学研究》第2期。

陈义媛,2018,《农产品经纪人与经济作物产品流通:地方市场的村庄嵌入性研究》,《中国农村经济》第12期。

程秋萍、熊万胜,2016,《治理交易成本与农业经营组织形式演变——基于1949—2015年J市养猪业兴衰史的分析》,《社会学研究》第6期。

费孝通,2021,《江村经济》,北京:生活·读书·新知三联书店。

冯猛,2014,《基层政府与地方产业选择——基于四东县的调查》,《社会学研究》第2期。

冯小、席莹,2019,《现代农业发展中的农业治理体系建构——“小农户”本位的探索》,《云南行政学院学报》第6期。

付伟,2018,《城镇化进程中的乡村产业与家庭经营——以S市调研为例》,《社会发展研究》第5期。

——2020,《农业转型的社会基础——一项对茶叶经营细节的社会学研究》,《社会》第4期。

龚为纲、张谦,2016,《国家干预与农业转型》,《开放时代》第5期。

贺聪志、叶敬忠,2020,《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》,《开放时代》第6期。

贺雪峰,2015,《为谁的农业现代化》,《开放时代》第5期。

黄宗智,1985,《华北的小农经济与社会变迁》,北京:中华书局。

——1992,《长江三角洲小农家庭与乡村发展》,北京:中华书局。

——2012,《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》第3期。

——2014,《“家庭农场”是中国农业的发展出路吗?》,《开放时代》第2期。

——2016,《中国的隐性农业革命(1980—2010)——一个历史和比较的视野》,《开放时代》第2期。

——2024,《“差异化最优”和“纵向一体化”理论对中国的意义》,《开放时代》第1期。

李启厚,1988,《安溪乌龙茶史略》,《福建茶叶》第3期。

刘军强、鲁宇、李振,2017,《积极的惰性——基层政府产业结构调整的运作机制分析》,《社会学研究》第5期。

刘蓝予、周黎安,2020,《县域特色产业崛起中的“官场+市场”互动——以洛川苹果产业为例》,《公共管理学报》第2期。

刘学,2023,《照护型政府:一项基层政府产业角色的研究》,《学术月刊》第1期。

- 潘璐, 2012, 《“小农”思潮回顾及其当代论辩》, 《中国农业大学学报》(社会科学版) 第2期。
- 恰亚诺夫, 1996, 《农民经济组织》, 萧正洪译, 北京: 中央编译出版社。
- 任守云、潘璐, 2016, 《作为场域的市场: 农民销售处境与结构限制——以河北李村李子销售为例》, 《南京农业大学学报》(社会科学版) 第2期。
- 孙泉雄、仝志辉, 2021, 《农产品交易中的“代办制”及其实践逻辑》, 《中国农村观察》第2期。
- 魏月德, 2017, 《铁观音的前世今生》, 上海: 上海人民出版社。
- 吴垠主编, 2018, 《茶源地理·安溪》, 广州: 世界图书出版广东有限公司。
- 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》, 《南京农业大学学报》(社会科学版) 第1期。
- 夏柱智、贺雪峰, 2017, 《半工半耕与中国渐进城镇化模式》, 《中国社会科学》第12期。
- 徐勇, 2013, 《中国农户制传统与农村发展道路——以俄国、印度的村社传统为参照》, 《中国社会科学》第8期。
- 颜燕华, 2022, 《农产品市场链及其社会关系基础——以清末民国时期茶叶外贸的中间商为例》, 《社会学评论》第5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》, 《中国社会科学》第2期。
- 叶敏, 2016, 《政策执行的“亮点工程”及其生产逻辑——以X市新农村建设的政策过程为讨论基础》, 《甘肃行政学院学报》第6期。
- 张丽、韦光、左停, 2005, 《农业产业集群的形成与政府的发展干预——京郊平谷区大桃产业集群的个案分析》, 《中国农业大学学报》(社会科学版) 第4期。
- 张水存, 2018, 《中国乌龙茶》, 厦门: 厦门大学出版社。
- 钟真、孔祥智, 2010, 《中间商对生鲜乳供应链的影响研究》, 《中国软科学》第6期。
- 周飞舟, 2007, 《生财有道: 土地开发和转让中的政府和农民》, 《社会学研究》第1期。
- 2021, 《从脱贫攻坚到乡村振兴: 迈向“家国一体”的国家与农民关系》, 《社会学研究》第6期。
- Qi, Jean 1992, “Fiscal Reform and the Economic Foundations of Local State Corporatism in China.” *World Politics* 45 (1).
- Tan, Chee-Beng & Yuling Ding 2010, “The Promotion of Tea in South China: Re-Inventing Tradition in an Old Industry.” *Food and Foodways* 18 (3).
- Zhou, Xueguang 2011, “The Autumn Harvest: Peasants and Markets in Post-Collective Rural China.” *The China Quarterly* 208.

作者单位: 中国社会科学院社会学研究所
责任编辑: 罗婧