

第一期/2012年4月23日



欧盟-中国公民社会对话项目

EU-CHINA CIVIL SOCIETY DIALOGUE

# 食品安全通讯

## Food Safety Newsletter

出品:  中外对话  
chinadialogue

项目支持:



British Embassy  
Beijing

合作指导:



German Asia Foundation



中山大學·公民社會中心  
Institute For Civil Society · Sun Yat-Sen University



插图来自: 东方视觉 艾豪/绘

## 前言

为推动中欧环境健康与食品安全公共政策创新中的多元合作，中外对话将推出五期《食品安全通讯》，从国际视野分析评点，从多角度呈现中国食品安全的问题脉络、制度背景、焦点现象。

本项目是“中欧公民社会对话项目”的一部分，由欧盟和英国大使馆资助，中山大学公民与社会发展研究中心和德国亚洲基金会支持。

这是《食品安全通讯》的第一期，重点探讨消费者与农户之间合作关系的“社区支持农业”，讨论重建人与土地联系过程中的尝试。

责任编辑：周维



## 目录

### 特写文章：

中国消费者与农民尝试建立健康关系 ..... 3

### 博客：

北京有机农夫的志愿市集 ..... 7

日本人怎样吃上安全蔬菜 ..... 8

工业明胶威胁中国食品药品市场 ..... 10

食品安全不可能零风险？ ..... 11

# 中国消费者与农民尝试建立健康关系

尹春涛 周维

对于“社区支持农业”模式的参与者来说，“有机”并不是一纸认证机构的证书，而是消费者和农户之间情感、信任、支持、分享等价值的互惠关系。

在成都“绿心田”每月组织的农友饭局上，宁静柔和的背景音乐中，陈霞轻轻念诵着一段感恩土地的颂词，带领参与者做一个简短的餐前感恩仪式。之后，大家一边品尝农友带来的生态农产品，一边听农友讲述他们和土地的故事。

这是成都市一家由城市农产品消费者组织起来的民间组织，农友饭局是消费者与农产品生产者的定期聚会。陈霞是成都“绿心田”的发起人之一，她由关注身体和心灵，进而关注食物与健康。2007年，她曾与两个朋友组织有机小市场，之后注意到自发保护河流和土地的安龙村，成为安龙村农产品的购买者，最后参与发起成立“绿心田”。

“绿心田”的另一位发起人夏路曾经是一个民间组织在安龙村的项目协调员，项目结束后，她留下来，成为安龙村的朋友、志愿者和消费者。她想为安龙村农友和城市消费者搭建一个网络平台，组织消费者寻访农友，举办农友饭局、农友市集，让农友与消费者建立情感联接，帮助更多的农友和乡村恢复健康的耕作方式。夏路的这一想法在关注安龙村农产品的朋友中得到积极的响应，“绿心田”由此诞生了。

渐渐地，参与的消费者越来越多，大家的初衷很简单——找到安全而健康的食物。而安龙村自然生态的农耕方式吸引了人们的注意，在当下食品安全问题频发的时候，越来越多的人开始尝试购买安全的农产品。张鸣是《成都日报》记者，因为采访安龙村成为购买者，之后又加入了“绿心田”。



“绿心田”的宣传画布

一些核心消费者成为农户们的朋友，还志愿承担了组织和配送任务。陈霞说，他们希望通过这种方式，帮助消费者生发出对土地和农友的情感，增进消费者与农友的了解和信任。

除了饭局，“绿心田”还组织团购、举办市集，以此方式支持农户产品的销售，让农户的生态农耕没有后顾之忧。如今，与“绿心田”合作的农户已遍及成都周边郊县十多个点，核心消费者100多位。

“土地已经受不起更多的伤害，它需要我们用心照料，帮助它恢复健康，健康的土地才能生产出健康的食物，也才能滋养健康的身体和心灵”

这种从消费者出发关注食品安全和农业的行动，最早源自日本，被称为CSA (Community Supported Agriculture)。2003年，社区伙伴（简称PCD）与美国可持续贸易与政策研究所（简称IATP）先后将CSA理念和经验引入中国，被称为社区支持农

业。它为人们提供了一个新的角度思考食品安全、三农问题、生态环境恶化、城市生活异化等问题，同时也开启了另一种生活选择的想象与可能性。在本土探索与外来经验的碰撞下，和食品安全问题的逼迫下，CSA的理

念和模式在中国一些城市落地生根，成为一些消费者获得安全食物的方式之一。

类似的例子还有很多。早在2003年之前，广西柳州有一群城市消费者因为爱去农村玩、爱吃农家菜，而开始切身感受传统农业的衰落和小农生计的艰辛，于是创办社会企业“[爱农会](#)”。他们组织城市人下乡吃农家饭，共同采购农家土产。

本地农家菜好吃，食物有原生的味道。吃过的人会这样说。在与“爱农会”建立联系的农户家，吃到的米饭是房后水田里的稻鸭米（水稻和鸭子共生种养的生态农耕方式）。农户种植的是世代流传的传统作物。这土生土长的农产品不仅使农户摆脱了商业模式的束缚，还吸引了消费者。



在乡村探访农户的“爱农会”

而 CSA 模式的兴起让农民看到生态农业的技术和市场中，可以有更多自主选择的空间。而转基因或产业化模式中，农民只能成为产业链条中最末端的环节。

随着消费者的不断增加，“爱农会”在柳州开设了“土生良品”传统农耕博物馆，并壮大发展，开办了“土生良品”饭店，专门制作健康生态的农家饭。

饭店成为农村生产者和城市消费者对接的平台。它传达的信息，它展示的精神，比美食的内涵更多更深。它致力保育日渐消亡的传统农家品种，支持小农多元经济，保护小农农耕文化和促进城乡互动的发展。爱农会用稳定的价格收购合作农户的产品，还建

立“爱农基金”支持农户，鼓励他们继续种养传统土品种，自我组织，带动农村中的合作和互动。

近三年来，越来越多的消费者与生产者开始了跨越商业市场的合作尝试。在中国许多地方，有消费者创办的有机商店、定期组织有机市集、建立配送点或代售点、共同购买……以不同的尝试实现消费者与农户、农场的对接。与商业市场不同的是，这些平台也开展各种消费者倡导活动，甚至组织消费者与农户的农产品议价活动，促进消费者和生产者之间的相互理解与信任。

[北京有机农夫市集](#)最初由几位消费者发起，从2010年开始举办，影响日益扩大。现在，每次市集的消费者能够达到两千人，商户包括20家农户、农场和10多家NGO、手工作坊。市集上不仅能够找到各种农产品，还有天然手工日用品、加工食品等。

参加市集的农产品大部分都没有认证，消费者和生产者之间依靠交流取得信任。参加市集的每一家商户由市集核心志愿者组成的监管团队定期走访，查看土地，实地交流，以此确定商户的资格。目前，市集已经从开始时的每月一次，发展到每周一次。

除了北京，上海、广东、广西、四川等许多省市地区都繁荣着民间有机农业交流。

对于这些CSA模式的参与者来说，“有机”并不是一纸权威认证机构的证书，而更多体现在他们之间超越简单的买与卖，包含情感、信任、支持、分享等价值的互惠关系。

与“社区支持农业”消费者一样，生产者也在为建立双方的信任而努力。在四川安龙村，并非每一个想定购农产品的人都能成为他们的消费者。安龙村的生态农户对消费者有严格的挑选。村里负责配送及联络的高一程说：“订购我们的菜，一定要先到我们的地里看一看。如果一次都没有来过就要订菜，我们会坚持暂不配送。”他们坚持，买卖之前的产销见面是非常必要的。



“小毛驴”农场上干活的人们

山西永济农民协会自 08 年以来便以农民合作社的方式探索发展生态农业，吸引了不少商家，但他们更看重本地消费群体的建立。负责人郑冰说，这样更有利于与消费者建立密切的联系和信任。

当代表了企业投资和商业运作的“有机”、“绿色”越来越多地走进超市，走向大品牌的时候，“社区支持农业”的参与者却用另一个概念诠释他们的追求——自然与健康。

在一次有关乡村发展的交流会上，当在座专家和 NGO 代表为“有机农业”实现市场规模而一筹莫展的时候，来自河北衡水的农民安金磊说：“作为农民，‘有机’这个词让我有些反感。当这两个字成为时髦用语，也就渐渐失去了灵魂。城里的有钱人可以开着车到超市中购买‘有机食品’，他们关心的只是一己之健康。而他们过度消耗资源的生活方式与价值观却让整个世界更不健康。”他更愿意称他的耕作方式为自然农业，以自然之道照料土地。他说：“土地已经受不起更多的伤害，它需要我们用心照料，帮助它恢复健康，健康的土地才能生产出健康的食物，也才能滋养健康的身体和心灵。”

现代农业恰恰在很多理念上违反了自然规律。因为看到这一问题，10 年前，安金磊从国营农场辞职，回到家乡承包土地，和妻子探索自然耕作的方式，帮助修复受伤的土地。在他看来，即使是害虫也应有生存的空间。“如果人们不改变对土地掠夺性开发的态度，农业的发展就只能是一条不归路。”他

说。因为他的坚持，曾经消失的鸟儿虫儿回来了，他的棉花和玉米被制药公司高价收购，农产品被北京多个“社区支持农业”消费群体订购。

然而，令安金磊略感遗憾的是：在他生活的村庄，却没有多少村民像他这样做。大部分人虽然认同农药、除草剂的危害，但没办法，农民负担不起生态农耕前期的投入。没有外界的支持，让农民一下子转变成可持续耕作几乎是不可能的。

种地的农民“种不起”有机的菜，可是近年来，“城市农夫”却多起来了，一些需要生态食物的城里人开始自己动手，包地种菜。

[绿之盟妈妈生活馆](#)是一个由全职主妇成立的组织。这些妈妈们关心的议题是孩子教育和成长。2006 年受到食品安全问题的触动，就开始尝试包地种菜，但因为缺乏农业技术而失败。后来她们受到[小毛驴农场](#)和[台湾主妇联盟](#)的启发，转而开始组织团购，支持用心种植的生产者，吸引了近 200 多人参与。



城市消费者在小毛驴农场包地种菜

[德润屋](#)是北京城市人包地种菜“老牌”企业之一。他们在北京郊区包地建立有机小农场，自产自销有机农产品。德润屋坚持只出售有机、生态的产品，除一部分为自己生产外，还有一些来自台湾等地。有机产品商户“[守土义坊](#)”负责人王天洋告诉中外对话，其实城市包地种有机菜的农场在二三十年前就有了，但那时很少，一般都是特供菜或销售给外国人的，只在近些年突然多起来。虽

然供不应求，但圈子还不大，相对成本而言，产品的价格并不高。像德润屋，一斤有机菜才10元。

在国外，人们从关注食物和土地开始尝试“社区支持农业”。但在中国，“社区支持农业”是在食品安全问题的大背景下出现的。尽管因为商业宣传的影响和选择上的贫乏，大众消费者更多依赖“有机”标识选择食物。

但越来越多的消费者开始依赖“土地”选择食物。

尹春涛 香港[社区伙伴](#) (PCD) CSA农业项目兼职评估顾问，芬芳田野文化书院发起人  
周维 中外对话北京办公室助理编辑  
图片拍摄 尹春涛 周维 袁清华



左图：“爱农会”的农户家贴着“土生良品”的宣传画  
中图：北京有机农夫市集上的买家与卖家  
右图：“小毛驴”农场上，包地的人们在劳作

## 北京有机农夫的志愿市集

马小超

初识北京有机农夫市集是 2011 年的九月底，其实也是“久闻大名”，因为在微博上早已关注半年之久。一群自许“吃货”的人做起了别人眼中的“高尚事业”。

说“高尚事业”，因为他们都是无偿的志愿者，组织起了北京近 30 家有机方式生产的农户和手工作坊，在周末的北京城办市集。

刚刚以志愿者的身份加入市集的时候，总是听到大家的讨论，什么天福园的苹果，米酒家的醪糟，归原的牛奶等等，听得我一头雾水。慢慢的我发现，这将近 30 家农商户真是各有特色，每一家一提到自己的产品都透着自豪。比如践行十多年有机方式种植的天福园，在园中已经做到内部的循环；归原牛奶的奶牛们吃的都是有机饲料；国仁绿色联盟是一家致力推动乡村建设和农村合作社发展的机构，他们的工作人员大都是刚刚毕业的大学生，这些学生常年扎根在老乡家里，不仅给他们带去知识，更会一起参与劳动。他们带来的产品产自哪一块土地都是可以追根溯源的。



随着在这个市集中更深入地参与工作，我发现这些组织者有着更多的想法。为了鼓励大家从事环境友好型农业，市集努力帮助商户们解决一部分销售的后顾之忧，让更多

消费者了解他们。除了每周的市集，还组织讲座，交流，农户互访和技术培训。



市集要求这些商户一定不能使用任何农药和化肥，不喂含有抗生素和激素类的饲料，不使用转基因种子，加工食品不添加化学添加剂。

说起来简单。市集上每一个摊位都是志愿者们反复考察过的。这个考察的过程看起来有点泛泛，农户的每句话、每个眼神，他们的初衷，土壤的状况，农场的的环境，种植的情况等等，都是考察过程中需要关注的。虽然没有考量标准，但是这种直观的考察是我们可以把控的。并且商户要足够开放，因为所有消费者都可以是考察人员，随时去参观和了解他们的生产方式和环境。

另一方面，市集帮助消费者找到真正放心的食物，让消费者可以和食物生产者直接对话，并且亲自去参观农场的的环境和生产过程。

现在，作为一个参与了半年多的全职志愿者，我在市集上认识了很多朋友，他们有农户，有消费者，但都是同样的热爱生活！

马小超 北京有机农夫市集全职志愿者  
图片拍摄 尹春涛 周维

## 日本人怎样吃上安全蔬菜

陈艳涛

35年来，日本“守护大地协会”以签约会员的形式，将农业生产者和农产品消费者联为一体，消费者为了更健康安全的食物，与农民共同承担生产风险，分享收益。

2010年夏季，日本酷暑，东京等大城市的菜价随之高涨。但有一群农民，在高昂的市场菜价面前却岿然不动。他们把菜以低于市场价许多的价格，卖给了一个名叫“守护大地协会”的组织。

守护大地协会成立于1975年，最初是以杜绝有害农药，稳定供应有机农作物为目标出现的。1975年的日本，与今天的中国一样，民众对于食品安全，特别是对于农药化肥催生的蔬菜水果充满了忧虑。

当时日本进入了经济高速发展的初期，经历过战败后近30年的贫困生活，人们对于大量生产、大量消费的发展模式满怀憧憬。此时，工厂烟囱喷出的浓烟，被视为现代化的标志。在农村，日本几百年来形成的精耕细作的传统农业模式被认为已经过时，城市人越来越看重蔬菜水果水灵鲜艳的外表。种种动因之下，以大量喷洒农药，广施化肥来提高农产品出产率的“效率革命”开始在日本农村全面展开。

守护大地协会在这样的背景下应运而生。其创始人藤田和芳出身农村，他从推车卖菜开始，帮助那些用矿物质肥料种蔬菜的农民。这些农民种出的蔬菜味道很好，却因不洒农药而有虫眼，产品卖不上好价钱。

此后，藤田的“安全蔬菜”在东京小区里的销售领域逐渐扩大。一年后，“守护大地协会”成立的时候，就已经有近300名农民和消费者参加了。

35年过去了，如今守护大地协会已发展成为拥有2500个生产会员，91000个消费会员，年营业额达153亿2613万日元(合10亿2000多万人民币)的庞大组织。经营业务

遍及宅配、电子商务、批发、环保住宅、直营熟食店、日本料理店、咖啡店等。



藤田先生有一个很现实的观点：光靠喊口号反对使用农药无济于事，要倡导和普及一种新的价值观，只有从小事做起，即便是只把一根没有施过农药的萝卜送到了消费者手中，都胜过空喊一百句大口号。

“我们希望能建立新的耕种流程和流通系统以及新型的消费文化。守护大地要发展，这三者缺一不可。”藤田社长告诉记者。新的耕种流程，是指尽量不使用农药、消毒剂，而使用有机肥料培土，建设和谐的循环型农业。新的流通系统，是指以签约会员的形式，将农业生产者和农产品消费者联为一体，消费者为了更健康安全的食物，与农民共同承担生产风险，分享收益。农民则采用有机种植法提供新鲜和营养的食物。生产者和消费者之间建立的纽带，既保护了消费者的长久健康，也保护了农民能取得稳定的收益，最重要的，还真正使土地拥有了长久的生命力。而新型的消费文化，则是让消费者理解，蔬菜水果的外表不重要，好吃和安全才是最重要的。



在 35 年的发展历程里，他们是在经历过很多波折之后，才找到了盈利模式和社会责任之间的平衡点。最初的 5 年，他们没有经营和物流经验，失败在所难免。

当时已经很少有农民不使用农药化肥，一开始农户们认为守护大地的主张是回复到原始生产状态，而且不使用农药也很难控制病虫害，很多消费者不认可有虫蛀痕迹的蔬菜。“我们想要塑造一种新的流通关系，让消费者和生产者相互信赖，农户不再因为市场价格波动而受损失，也不再因为利益驱动而制造不健康农产品，这是我们前进的动力。”守护大地协会创始人之一的长谷川先生说。

为了维护有机农业的纯净度，守护大地一方面与日本农林水产省合作促成出台新的有机农业标准，又在 2000 年 1 月向社会公开了大地经销各类农产品的生产加工细则。10 年间，这个细则还在不断完善之中。

2010 年，因为炎热的天气，日本蔬菜价格暴涨。签约农民如果将农产品拿到市场上去卖，会获利很多。“但我们不会那么做。”签约守护大地协会的仓草会会长兼总经理佐藤茂说，“暴利只是一时的，建立稳定的相互信赖的合作关系才是最重要的。”

守护大地协会和签约农户之间按自己的方式约定当年的农产品价格。正因为有机

农业要比普通农业花费更多人力物力，有机农产品的价格必然会超过一般的农产品。在中国，那些打上“有机”标签的农产品都有着让普通消费者敬而远之的价格，只有少数富裕的精英阶层才能享受所谓的健康食品。在日本，守护大地协会在发展初期也遇到了同样的困扰。

藤田会长认为解决这个矛盾的关键在于不知疲倦地宣传和引导消费者。消费者增加了，价格才可以控制在一个更合理的水平。如今守护大地协会的有机农产品在超市里，价格是普通产品的 1.3~1.5 倍，消费群体已扩大到了大多数中产消费者。

从最初 10 年在住宅区里推车叫卖，到今天建立的先进的物流宅配系统，守护大地协会一步步摸索着走过来。如今所有的农产品都可以通过电话、传真或在线订购，36 小时内送货上门。

原文刊于《小康》杂志 2011 年 01 期  
周维编辑

## 工业明胶威胁中国食品药品市场

周维

4月15日中午，央视报道披露了河北学洋明胶蛋白厂将工业明胶售往浙江的企业，用来生产药用胶囊。此后，京华时报[报道](#)，记者在现场发现，河北学洋明胶蛋白厂将用皮革下脚料制成的工业明胶供应给多家生产食品添加剂、冷饮、乳制品和饮料的企业。一连串消息引发了政府、产业链相关企业、媒体、消费者的强烈反应，中国媒体不断追踪跟进。

据文献显示，明胶是动物的骨骼、皮肤、肌腱等结缔组织所含胶原蛋白的水解产物。食用和药用明胶取自动物新鲜的骨骼、皮肤、韧带、肌腱等组织。全世界的明胶60%以上用于食品、糖果工业。而用皮革鞣制下脚料制作的明胶，只能用于工业。

北京晨报等媒体[报道](#)，多家药品生产企业使用了含皮革下脚料的工业明胶制成的药用胶囊，铬超标最高达90倍，其中不乏知名制药企业。

“工业明胶中的有害物质有很多种，不仅仅是铬，还有很多其他重金属及微生物。”国际食品包装协会常务副会长兼秘书长、食品安全专家董金狮介绍。

4月19日，国家食品药品监督管理局[公布](#)了药用空心胶囊铬超标事件的第一批抽检结果。在第一批抽检的33个品种42个批次中，有23个批次不合格。

但据第一财经日报等媒体[报道](#)，目前在中国，对工业明胶的检测技术还是空白，虽然在卫生部发布的《食品中可能违法添加的非食用物质和易滥用的食品添加剂名单》中，工业明胶在列，但检测方式却是“无”。



“工业明胶和食用明胶的差别是看不出来的。”董金狮指出，“现在被曝光的用工业明胶代替民用明胶的现象可能只是冰山一角而已。”现实中某些企业违规操作，用工业明胶代替民用明胶，或者把工业明胶掺进民用明胶来降低成本，而现有的检测方法和标准很难查出问题。

北京朝阳医院职业病与中毒医学科主任郝凤桐认为，胶囊铬超标，更像是个风向标。在皮革鞣制过程中，皮革可能经历了硫化钠脱毛、芒硝浸泡、浸灰、浸酸、铬鞣、染色等环节。胶囊铬超标，说明所用明胶原料包含了皮革含铬固体废弃物，其具体危害不是一个铬中毒所能涵盖。

而在工业明胶的“原产地”，笔者注意到京华时报的一段[报道](#)。河北学洋明胶蛋白厂是河北省衡水市前宋村40多家明胶作坊之一。前宋村从上世纪70年代开始兴起明胶制造业，鼎盛时达200多家。早年的明胶作坊用较好的猪皮、牛皮制胶，质量上乘。“不知什么时候开始，有些厂子用下脚料熬胶，他们成本低，而且薄利多销，逼得其他厂子慢慢倒闭，最后大家都用下脚料。一番恶性竞争下来，只剩下四五十家厂子。”当地一明胶作坊老板介绍。

周维 中外对话北京办公室助理编辑  
图片来自搜狐博客

## 食品安全不可能零风险？

章轲

食品安全是谁的责任？4月19日，在北京举办的“2012年国际食品安全论坛”上，多位中外专家对记者表示，所有的相关方都应该承担起责任。

中国农业大学产业发展研究院常务副院长胡小松说，1978年，中国的食品工业总产值全年只有473亿元人民币，2011年达到了7.8万亿，30多年增长了100多倍。他说：“食品产业蓬勃发展的同时，一定会带来各种各样的问题，食品安全不可能零风险。”

“中国在监管方面的进步是惊人的，跟别人比可以说是惊人的，已经相当不错。但我也毫不客气地说，与美国相比，中国的食品安全监管方面还有一段距离。”美国农业部前副部长、国际食品科技联盟全球食品安全专家委员会共同主席任筑山说。

食品安全问题是否可以完全避免？世界卫生组织食品安全专家彼得·本·安巴雷克（Peter Ben Embarek）说：“我们无法做到百分之百安全，在任何国家食品风险都是必须面对的现实，但是可以努力把风险降到最低，也可以预测未来的风险。”

“这些年，政府加大了对非法添加物、瘦肉精等问题的监管，从科学家的角度看，这是长足的进步，而消费者的感知是食品安全问题非但没有减少，反而越来越多了。”国家食品安全风险评估委员会主任委员、中国工程院院士陈君石对记者表示，主要有三

个方面的原因：媒体的报道越来越多；消费者要求零风险，维权意识提高；政府也加强了监管。

“安全的食品是生产出来的，不是靠监管出来的，更不是检测出来的。”陈君石说。

安巴雷克说，世界各国都会出现食品安全事件，从德国到美国，然后再到中国，无一能幸免。“食品问题也是国际贸易中的一个关键问题。在世界上任何一个地方食用的加工产品，涉及到的生产商可能在世界各地，人类必须从全球的角度来看这个问题。”

安巴雷克认为，世界各国要合作起来，从而保证全球的食品安全问题。“我们不能单独作战了，应该建立起全球的食品安全体系。”他说。

原文发表于4月20日《第一财经日报》