



非标准农产品评价制度:地方市场传统及其当代变迁

谢 勇

[摘要] 许多农产品具有非标准化的显著特征,其如何定价是个重要的社会问题。本文在商品评价的理论框架下,以农产品价格最初形成的基层市场为田野点,考察地方市场农产品评价制度及其当代变迁,以此透视当前农产品交易中的不平等问题。宁夏南部一个活畜交易市场中,评价型经纪人、评价的知识技能和评价的技术手段共同构成了当地市场的农产品评价制度。该评价制度在将非标准农产品转化为标准价格的同时,充分呈现了地方市场公平价格、有序竞争和文明交易的价值与理念。从历史的角度看,该制度有着悠久的历史,政府一度通过评价制度管理地方市场,但随着市场权力逐渐成为主导农产品评价的核心力量,外来客商通过控制评价型经纪人、引入新评价标准并改变讨价还价评价技术,掌握并改变了传统农产品评价方式。新评价制度更多地反映了外来客商的利益,逐渐丧失了原本丰富的道德含义。新评价制度组织下的农产品交易体现了交易主体权力关系的不平等,商贩和农民等弱势群体成为利益受损者。农产品评价需要政府力量的积极参与,借鉴传统地方市场制度,制定合理的评价标准、评价方式和评价制度,平衡交易主体之间的利益分配,促进农村产业和农村市场的健康发展。

[关键词] 非标准农产品; 地方市场; 评价制度; 经纪人; 讨价还价

DOI:10.13240/j.cnki.caujss.2024.05.001

农产品价格是关系到农业生产和农民生计的关键问题。在我国,除了稻米、玉米、小麦等主要粮食作物由国家定价(国家最低收购价政策)外,绝大多数农产品价格少有国家权力的干预,而是在社会中自行形成。经济学通常认为,农产品价格由市场规律支配,强调市场这只“看不见的手”的作用。但依赖此种解释会忽略价格形成的社会环境,进而掩盖价格背后的社会问题,比如定价中权力不平等、农产品收益分配不均、农民贫困等。不同于经济学,社会学强调价格的社会建构,分析价格形成的政治、社会或文化过程,人类学将价格视为某种有待“打开”的复合物,探讨价格如何被生产、呈现、揭示和隐藏等问题(Guyer 2009: 203)。本文关注当代中国农产品的价格形成问题,从农产品价格最初形成的基层交易市场入手,探讨当前中国农产品评价(评估与定价)的地方制度。

[作者简介] 谢 勇,西北农林科技大学人文社会发展学院讲师,陕西省乡村治理与社会建设协同创新研究中心研究员。

研究者已经注意到农产品作为商品有自身的特点。艾云(2016)指出,农产品自然属性很大程度上制约了交易环节的关联程度和互动特点,她发现由于葡萄和杏仁的保存期不同,两类市场(水果和干果)的交易结构具有显著差异。有研究者分析了农产品生产的技术细节对生产组织和市场交易模式的形塑(付伟,2020),也有研究者讨论了茶叶自然属性衍生的消费市场口味多元且多变的特征,如何影响了茶叶的生产与销售的连接互动(颜燕华,2020)。以上研究说明了农产品自然属性、生产特点和市场特征对农产品市场组织形态的影响,也抓住了特定种类农产品的特点。但要一般性地讨论农产品在交易实践中的评价问题,需要将农产品作为商品的整体特点挖掘出来。

商品往往被从生产的角度划分为工业品和农产品两类。人类学家弗兰克·范斯洛(Frank S. Fanselow)从交易角度划分了可替代商品和不可替代商品,前者指数量和质量上标准化的商品,商品因标准化而有了可替代性,大多数工业品皆属此类,例如瓶装矿泉水、高精度电子产品;后者指高度异质的、非标准化的商品类型,没有任何两个商品是完全相同的,特定商品的价值具有不确定性,比如二手汽车(Fanselow,1990)。由此可见,区分两种商品的关键是商品规格和质量是否标准化。按照这一区分,有些农产品具有可替代性,例如超市中有品牌的、固定数量包装的、质量受控的水果和蔬菜。而那些未经过标准化处理或标准化处理之前的农产品则具有不可替代性。这一区分对描述我国当前农产品特点有重要启发。由于农作物的自然属性、自然条件差异、生产技术高低不同、生产组织方式多样且以家庭农场为主,农产品本身具有异质性的特点,其中许多农产品未经过标准化处理便进入市场。因此,我国农产品的显著特征是非标准化,这样的农产品可称之为非标准农产品。

本文将要讨论的肉牛产业就是非标准农产品的典型。影响肉牛交易属性的关键因素是饲养方式和肉牛品种。首先,我国肉牛产业经营模式是小家庭农场分散饲养为主,中小规模育肥场集中育肥为辅。据统计,2015年中国年出栏1~9头牛的养殖场(户)的比例为98.44%,小农户生产出栏的牛的比例达到了70%(任继周,2019:14)。笔者通过田野调查发现,首先,不管是小农户还是中等规模的育肥场,饲料成分、配比、喂量完全由经营者依靠经验决定,饲养标准呈现多样化特点;其次,肉牛品种多元,政府推动和农民自主进行的品种改良彻底改变了中国各地的肉牛种类,田野点有秦川牛、西门塔尔(一代、二代、三代)、夏洛莱、安格斯、比利时蓝等主要牛种,但少有纯种牛,基本都是上述牛种的杂交种。除此之外,肉牛质量还受到出栏季节、产地、饲养方式甚至饲养者个人因素的影响。所有这些因素让市场中的肉牛从外观到内在品质呈现出较大的差异性。可以说,市场中没有两只完全相同的牛。但是,经过基层市场交易,每头牛都有了一个专属的、由标准数字表示的价格。那么,这种“非标准”到“标准”的转化是如何实现的?

综上所述,本研究的具体问题是如何评价非标准农产品,即非标准的农产品进入基层市场,由哪些人、根据什么样的标准、按照什么样的方式评价,使得交易顺利完成。经验研究发现,中国农村市场自有一套解决农产品评估与定价问题的地方制度,它们来自传统社会,仍旧活跃在当前农产品基层市场交易中,并在当代市场环境中呈现出新的特点。本文首先挖掘这一农产品评估与定价模式,这是一个由评估型经纪人、特定知识技能、一种特殊的讨价还价技术构成的评价制度;其次,从市场权力变迁的角度考察这一传统模式正在发生的变化,以及变化带来的后果;最后,提出一些对当代中国农产品评价问题的思考。

本文研究材料来自笔者2020—2021年前后10个月的田野调查。田野所在的六盘山地区经过几十年的发展,已经成为西北地区肉牛优势产区,XD活畜交易市场是该地区最重要的牛市,已从小镇牛市发展为辐射全国多个省市的区域市场,被认为是西北最大的村级活牛交易市场。市场牛量大^①、种类全、辐射范围广。牲畜市场的特殊性和该市场的发展历程为我们提供了一个讨论中国农产品地方市场评价制度变迁的机会。笔者运用参与观察和深度访谈方法,对该市场的历史传统、交易过程和当代变迁进行了深入考察,本文是关于“评价制度”的主题讨论。

一、农产品评价制度:中间人、知识技能与评价技术

人类学家简·盖耶尔(Jane Guyer)基于非洲经济商品评价系统的民族志研究,指出商品成为数字(价格)前需要经过三个阶段:商品的命名与分类、商品品质的评估与分级、商品的量化与排序,在此过程中,质量与价格挂钩必然涉及判断标准、专业知识和政治权力(Guyer 2004: 83)。受此启发,行动者网络理论脉络下的当代法国社会经济学进一步完善了商品评价理论,米歇尔·卡龙(Michel Callon)将商品交易概括为与商品评价相关的五个关键环节:使货物获得能动性、激活评估和转化货物的行动者、组织行动者相遇、确保货物附着于行动者、定价和支付(Callon 2021: 60)。不同的是,卡龙等人强调市场装置(market devices)在商品评价中的作用,特别是市场中物质装置的能动性,并认为主观性是在装置中发挥的(Callon et al. 2007)。不过,后续非常多的研究扩展了对装置的物质限定,将地位、法律、报价、制度、调解手段也定义为市场装置(Velthuis 2020: 80-93)。例如卢西恩·卡尔皮克(Lucien Karpik)提出了“判断装置”(judgment devices)概念,指出当消费者面对质量难以评估的商品时,需要依赖判断装置来做出决定,这些装置包括消费者评论、商品排名、品牌名称、艺术评论家或博物馆馆长等专家的意见(Karpik 2010: 44)。

按照盖耶尔和卡隆等人的理解,商品评价贯穿商品流通始终,一系列物质的、非

^① 据笔者和当地工作人员两个月(30个集日)的记录,市场日成交量估计在300头左右。

物质的行动者参与评价。本研究借鉴该理论思路,发现农产品评价的关键角色、评价所依赖的知识与技能、评价使用的技术手段三个方面的行动者构成了当地市场的评价方式。但本研究不准备分析这些行动者的能动性,而是重点勾勒出该地方市场的评价制度,并在下一节讨论评价制度相关的权力问题。

(一) 评价型经纪人

市场交易中存在多类中间商。当代中国农村农产品市场交易已经逐渐脱离原有的国家总体制度及相应的组织形式,例如供销社、采购站等,转向以专业从事市场经营的中间商为中介的市场交易模式(艾云,2016)。当前,中国农村农产品市场中存在着多种类型的中间商,例如商贩、村庄代理人、农产品经纪人、本地中间商、外来中间商、厂家代理商等,中间商连接着农村社会和外部市场,成为研究者关注的对象。研究者往往选取特定的中间商类型进行研究,陈义媛(2018)由“农产品经纪人”切入地方市场秩序研究,这里的农产品经纪人是指从事农产品收购、储运、销售以及销售代理、信息传递、服务等中介活动而获取佣金或利润的经纪组织和个人(中华人民共和国劳动和社会保障部,2004:1)。孙泉雄和仝志辉(2021)研究讨论了“代办”现象背后的市场交易秩序,指出代办人是农产品经纪人中的一种,并根据经营目的,将代办人分为服务型代办人和营利型代办人。王秋月(2020)使用“本地经纪人”的说法,称之为社会性中介。颜燕华(2022)根据交易主体之间的关系原则将中间商抽象为:扎根两地的中间商、垄断性批发商、村庄代理人 and 临时性中间商四类,依据经验材料分析比较了两种中间商不同的销售模式及其差异化的社会关系网络。

以上研究有着相似的问题意识和分析路径,着眼于农产品市场的组织困境,讨论特定类型中间商在农产品交易秩序建构中的作用,指出与中间商联系紧密的村庄社会的社会制度、社会关系网络、乡土社会伦理是农产品交易秩序的社会基础。也有研究者注意到了中间商在农产品交易中的其他功能。例如陈义媛(2018)提到了农产品经纪人扮演了评判农产品品质和价格的角色;颜燕华(2022)注意到了,参与农产品生产制作的中间商运用自己掌握的知识、技术控制农产品质量。不过,上述发现是在“组织困境”的问题意识下看到的。而在商品评价的问题意识下,中间商作为农产品进入市场的关键环节,扮演着重要的农产品评价角色。非标准农产品需要经过中间商的评价“转化”,进入市场流通。总之,本文旨在分析中间商“组织”功能之外的“评价”功能。

XD活畜交易市场是个区域市场,除了少数来自周边的养殖户和屠宰户,市场中多是不同类型的中间商。有深入周边市县乡村和小市场的牛贩,他们按照血缘和地缘关系组成牛贩群体,将来自农户和小市场的活牛输送进XD市场;有跨省市交易的外来中间商,多数来自中部和西南部省市,利用价格的区域差异赚取利润;有连锁餐饮企业的公司代理人,他们服务于东部城市市场,在全国各地市场寻找满足特定标准

的肉牛;有专事农产品评价的牙人^①,他们通常是当地的中老年人,在市场中撮合买卖双方达成合作,负责评估牛的价值并定价,是肉牛评价的关键角色;有外来客商在当地的代办人,这是一种新式牙人,他们除了发挥传统牙人的功能外,还要负责为外来客商和公司代理人这些跨省市商人寻找货源、提供临时牛棚、联系运输车辆、(检疫)手续办理、日常生活服务等诸多事务。

以上中间商类型中,商贩和少数养殖户属于卖方,外来中间商和公司代理人以及少数屠宰户属于买方,而作为客商代理人的“代办”和作为农产品评价人的“牙人”属于买卖经纪人,这是个“商贩—经纪人—客商”构成的活牛交易基本模式^②。交易通过被称为“牙人”或“代办”的中间人完成,他们的工作称为“评牛”或“打牛”。这两类中间人在市场交易中起到评估和定价的作用,本文将其称为评价型经纪人。

(二) 评价的知识与技能

理想状态下,商品评价基于市场参与者的共识,参与者对商品品质、商品评价标准和评价原则有着共同的判断和充分的知识。但由于非标准农产品的性质和市场交易的复杂性,并不是所有参与者都能掌握商品评价所需的知识与技能,在“商贩—经纪人—客商”交易结构中,评价型经纪人是特定知识与技能的主要承担者。

经纪人的评价工作基于多种知识和技能。前文提到,活牛品质受到品种、经营方式、饲养方式、出栏季节等多种因素的影响,这些因素交织在一起,让市场中的活牛成为典型的非标准农产品。这是农产品的自然属性,农产品进入市场后,自然属性会按照市场需求转化为特定类型的商品。在XD活畜交易市场,活牛至少可以分为如下五类:肥牛,供应东部城市市场,主要用作火锅食材,多选择肥母牛(公牛往往肥度不够),尤以杂种牛为佳;普通育肥牛,俗称“二膘子牛”,包括不肥的母牛和多数公牛,供应西北和西南地区市场,这些市场偏好瘦肉;架子牛,是未育肥的成年牛,是养殖户的选择;种公牛,品种纯正的公牛,养殖户用来改良自家的牛群品种;犊牛,满足养殖户扩大养殖规模的需求。以上五类有着不同的自然属性、价值评判标准和价值计算方式。

^① 牙人是中国传统社会交易中间人的民间称谓,明清时代逐渐被“经纪”一词取代(陈明光,毛蕾,1998),当代一般称作“经纪人”(马智雄,虎有泽,2018)。牙人的专业化组织称为牙行,相关的制度就是牙制,是一种中国特色的交易制度,有着悠久复杂的演变历史(陈明光,毛蕾,1998;田懿行,李军,2014)。传统牙人在交易中的功能也是多元的,随历史变化,也有行业差异,他们“度量物品、检查货色、进行唱价与撮合(交易)”,是分散交易者定价的中介(彭凯翔,2015:103-111)。随着社会经济的发展和交易方式的变化,这种原本影响广泛的交易制度,如今局限在特定的交易领域,例如牲畜、虫草等农产品市场。当地人称“牙人”为“牙子”,本文采用更一般的“牙人”称呼。XD牲畜市场中的“牙人”及由此演变的“代办”仍然扮演着农产品评价的角色。

^② 根据跨省贸易的客商的说法,全国的肉牛交易模式大体如此,可见活牛交易作为一种特殊农产品交易的特点。

评价型经纪人不仅需要根据一定的知识标准将活牛划成不同的种类,也就是找到商品的卖点,满足购买者的多样需求;还需要根据商品的特点和市场行情(价格)给出合适的价格建议。总之,评价型经纪人需要拥有质量评估、行情把握和价格估算三个方面的知识技能。

质量评估方面。经纪人最基本的素质是判断活牛健康与否的能力,病牛往往是市场纠纷的根源。经纪人根据自己的经验来判断,一位经纪人说,“从小跟着父亲买牛,学习经验知识,牛吃草两个小时要反刍,来到市场40分钟内会拉屎和尿,有没有流口水,这些都能判断牛是否健康”^①。也会现场喂草判断牛的胃口、观察牛的步态、查看牛脖子处是否有治病的针眼。在此基础上,经纪人会从“养行”或“肉行”两个方面评估牛的品质。从“养行”的角度,根据牛的品种、年龄、身高、体宽、形态、花色等特征,判断牛长成后可能的价值空间;从“肉行”的角度,主要根据牛的体型估计牛的重量,判断牛的出肉率,根据品种判断牛的肉质。有经验的经纪人总结出了一套评牛方法——“一看二摸三判断”,一看是看它的膘情和毛色,二摸是看它的肋条(了解牛的肥瘦),三判断是通过观察判断它的来源和饮食。这套技能在传统社会称为“相牛”,人们在生产和市场经验中积累了丰富的地方性知识(徐冬梅,2012:38-39;孔秀丽,2022:220-226)。

价格评定不仅要基于商品质量,也要视“行情”而定。活牛市场并没有形成全国统一的定价机制,这也是市场中存在大量的跨地区、跨省市交易的大中间商的原因。他们利用市场间的价格信息差赚取利润。市县范围内活动的商贩通常会紧跟一两个市场,以此把握价格信息变化。评估型经纪人往往活动在特定的市场,时时跟踪市场动态,渐变的市场价格对他们来讲是“稳定的”。有经验的经纪人早晨来到市场,通过观察外来客商(陌生人)的数量和市场中牛的数量,能够大概判断本交易日的“行情”。而且交易日不同时刻的价格也是波动的,据观察,凌晨四五是竞争最激烈的时段,这时候,行情还没有稳定下来,对各方来讲都是最有利可图的时机;六点到八点价格逐渐稳定下来,大部分活牛在此阶段完成交易;九十点钟,少数没有达成交易的牛只能以较低的价格出售,因为牛贩即使赔本也愿意当日出手。

根据活牛品质和“行情”,经纪人需要估算出活牛的价格。市场中存在两种估价方式,一种是“称重”,价格由评估的单价(元/斤)与称重的重量的乘积形成,这种方式适用于肥牛;另一种是“估个”,估算出活牛的整体价格,适用于除肥牛之外的所有牛。“估个”基于经纪人对活牛自然属性的观察、对未来预期价值的判断和对当前行情的了解来定价。肥牛“称重”则有较为明确的计算公式,由体型估算出出肉率和出肉量,按照市场价估算出肉的价值,再加上牛皮、牛头、牛蹄、牛下水的市场价值,就是整头牛的价值。需要指出的是,这是经纪人按照当地肉牛屠宰的行情计算出来的价格,是当地市场默认的计算方式,但外来客商和公司代办人有自己的计算方式。

^① 资料来自经纪人访谈 20200827。

上述知识与技能的特点是经验性。经验有些传承自传统农耕社会,有些来自当地养殖业和屠宰业,有些则来自市场经验,例如来自城市消费市场的评价标准。与经验性密切相关的特点是开放性。不同于印度茶叶经纪人群体和经纪公司茶叶评估知识和技能的垄断(Besky 2016)。这些知识与技能并不专属于评估型经纪人,而是参与市场的主体多少必须掌握的生存技能,只是经纪人更为专业。评估型经纪人所处的“商贩—经纪人—客商”交易结构,让他们在非标准农产品交易中处于专业的评估与定价的位置。质量评估和价格评定的知识与技能是商品定价的准备和条件,对它们的运用集中体现在讨价还价的评价实践中。

(三) 评价技术:一种特殊的讨价还价

一般来说,经济活动中有三种基本的定价方法:固定价格定价、私人协商定价和竞标定价(例如拍卖)(Cassady, 1967: 11-12)。私人协商定价是指买卖双方积极协商价格,大多数研究者认为这种定价制度就是讨价还价(Smith, 1990: 15)。讨价还价往往被视为特定市场条件下的一种价格谈判方法。人类学家很早就开始关注东方国家农村市场的讨价还价现象。已有的研究对讨价还价的特点、谈判的技术、规则、流程和地方性的交易习惯进行了较为全面研究(Geertz et al., 1979: 221-229; Alexander, 1986),也特别注意到了讨价还价双方的信息不平衡、谈判权力不平等和公平价格问题(Alexander & Alexander, 1991; Clark, 1994: 128-40)。这种定价方式普遍存在于发展中国家和发达国家的初级市场,也是当前我国农村市场普遍采用的定价方法。

讨价还价的基本模式是买卖双方一方先出价,另一方还价,双方再交替出价,经历多轮谈判达成一致。最终价格是双方都可接受的。中国基层市场讨价还价的主要特点是存在一个组织、调节买卖双方的评价活动的经纪人。这种经纪人参与的讨价还价原本普遍存在于中国传统商品市场,如今局限在特定的交易领域。

XD市场讨价还价过程如下。首先,建立交易关系。买方在市场中搜寻到合适的商品后表达交易意向,方式是买方拿出一张纸币(面值可大可小,多为50元或100元)递给经纪人,经纪人再将这张纸币递给卖方。当地人称这张纸币为“梢子”,形象地表达了交易发起时试探性的意涵。接着,经纪人用“袖中捏价”^①方式问卖方的售价,以同样的方式问买方的出价,并不断与买方和卖方分别“捏价”。“捏价”时,经纪人细致观察交易中的商品,偶尔拍拍牛的背部、抓抓牛皮的厚度、看看牛的牙齿,有时也向买方低语几句,传达自己的判断。经历数次讨价还价,甚至激烈的争论后,双方的态度逐渐明确,双方的价格也就比较接近了,就会来到最后的定价阶段。到了这个阶段,价格已经明朗,双方甚至就是争一两百元,经纪人需要竭尽所能说服买方“物有所值”,说服卖方“行情如此”。敲定价格后,钱货过手,收取佣金,交易结束。

有经纪人参与的讨价还价类似于拍卖,是一种较为成熟的讨价还价形式,集中呈现了地方市场的价值与理念。首先,公平价格理念。讨价还价过程中,经纪人需要找

^① 在衣服或其他遮蔽物下面,用捏手指的方式讨价还价。

到一个买卖双方都能接受的价格。当然最简单的办法就是选择双方价格的中间值,但这是普通经纪人的做法,被当地人笑称为“打冒瓜”。而有经验的经纪人能够充分运用专门的知识与技能,根据当时的市场行情,“准确”评估牛的价值,然后围绕这个价格来促使双方达成交易。这个价格被称为“平和价”。这个价格要经得起群众和市场的考验,这也是经纪人获得群众认可和尊重的方式。正如当地人所说的,“牙子就是一杆秤”。其次,有序竞争理念。讨价还价过程中,“梢子”除了具有表达交易意愿的功能,也有向其他人表明交易正在进行的作用,其他交易者只能在这次交易破裂后,才能接着买这头牛,这是所谓的“梢子在,买卖就在”,实现了“先来后到”的交易秩序。这一规则是人们普遍认可和接受的朴素道理,是市场公平竞争理念的反映。最后,文明交易理念。“袖中捏价”有着深厚的价值内涵,对于买卖双方来讲,熟人之间暗中讨价还价有助于维持关系,不至于开价过高或还价过低,破坏了关系。经纪人不仅撮合生意,也维持着买卖双方之间的社会关系,避免利益相关方的直接竞争,有助于交易双方的关系和谐。总之,经纪人参与的讨价还价方式,不断生产着市场理念、交易秩序和社会价值。

综上所述,评价型经纪人、特定的评价知识与技能、专门的评价技术共同构成了当地市场农产品评价制度。经纪人是农产品评价知识和技能的承担者,也是定价活动的组织者和定价技术的操作者。市场参与者共享的、共同认可的知识与技能是商品评价的前提条件。经纪人主持的“讨价还价”,不仅在充斥着不确定性的市场中为非标准农产品提供了确定价格的方法,也集中体现了地方社会的市场理念和伦理道德。

二、农产品评价制度的变迁与问题

讨论当前地方市场农产品评价制度的变迁,需要将其放到更长的历史中去。农产品评价事关利益与权力,农产品评价方式也在权力竞争与利益争夺中发生变化。有两方面的权力深刻影响着农产品评价,一是外部权力对农产品市场的控制,在国家权力深入农村市场的时期,农产品评价方式由国家权力控制,当国家权力适当退出市场后,握有市场权力的商人成为控制市场的主导力量;二是农产品市场内部交易者之间的权力关系,外部权力转换影响着内部交易主体间的权力关系,内部权力关系会具体地塑造农产品评价方式,进而影响交易者的利益分配,从而由权力关系不平衡造成利益不平衡。接下来,从历史变迁的角度,简述由外部权力变迁造成的市场内部权力关系变化,以及由此带来的农产品评价方式变迁。

(一) 评价制度的传统

农产品评价方式有着悠久的传统与历史。在传统国家时期,牙人及其专业化组织牙行是农产品评价的专门机构。牙人的核心职责是代买卖双方评定货物质量、秤检货物数量和重量、检验货币的真贗与质量(杨其民,1994)。明清时期,随

着商品经济的发展和市场的繁荣,牙行制度逐步完善。官府对牙人牙行的充任条件、经营职能、法律责任等有详细规定,并定期审查、控制官牙数量(郑志峰,景荻,2015)。制度化的牙行逐渐拥有了多种职能,负责征收商税、维护社会治安和市场秩序、帮助官府控制重要货物的流动与贩运(燕红忠,2012)。可见,牙人、牙行在其经济职能的基础上,逐渐具有了代表政府管理市场的政治职能。民国时期,政府也依靠牙行管理市场、收取牙税,郑宝沪(1934:59)对清河镇粮食市场的经验研究指出,基层市场由县政府管理,按照定期投标方式,由经纪人包办,并且经常是一个经纪人一直办下去,他们对市集的情形极精,并且对于规定价格也极正确精密。可以说,从明清到民国,随着政府对牙人、牙行的控制,这种农产品评价方式以国家权力为基础。

新中国成立之后,国家权力借助统购统销制度和人民公社体制全面介入农村市场,在农村集镇上设立粮站、供销社和食品站,特别是供销社,成为农村商品的主要流通渠道,国家计划经济取代了自由市场经济。农产品评价权也自然完全掌握在国家手中,谈到农业社时期的牲畜交易,曾经的市场管理员提到,“队社之间的牲畜交易,只经过信用社,是个没有钱的交易,牲畜的价格由公社领导决定”^①。20世纪70年代后期,农村市场逐渐恢复,国家在农村市场作了“选择性退出”,国家由市场的直接控制者开始向规则制定者、秩序引导者和权益监督者转变(吴晓燕,2009:744-745)。国家权力的适当退出,又将农产品评价权力交还给了市场。XD市场见证了农产品评价的历史变迁。

民国时期,当地就有活畜市场,当时的“牙行”由商会管理。新中国成立之后,活畜市场取消。20世纪70年代初期,国家政策调整,牲畜市场得以恢复。市场恢复之后,由地方工商税务机构直接管理,据当时的工作人员介绍,当时工商所和税务所分别雇佣一个牙人,按月发工资,交易由牙人主持完成,两位牙人分别代表工商所和税务所开票收费。直到1983年,宁夏回族自治区人民政府规定,对固原地区、同心、盐池八县农民自购自用的牲畜免征交易税3年,1986年起又免征4年,1994年牲畜交易税取消(固原市地方志编纂委员会,2009:744-745)。牲畜交易税取消之后,税务所退出市场,工商所将牲畜市场承包给了个人管理,双方签订合同,每年定额完成任务。牙人不再领取工资,可以按照市场规则收取佣金(牙费)。这段历史与其他地方的牲畜市场的历史相似(徐冬梅,2012)。从那时候开始,市场中没有了“官牙”,原则上任何人都可以当牙人。

到了2007年,XD牲畜市场转由村集体管理,缺少了政府(工商税务)的监管,市场一度陷入混乱。为了整顿市场,XD村成立市场管理委员会,并出台了一系列政策,包括制定了交易员管理制度,初次登记的经纪人有30多人。随着当地肉牛产业的发展,牲畜市场几度扩张,到2017年,登记在册的经纪人有101人。但市管会只制

^① 资料来自经纪人访谈 20200819。

定管理制度,要求经纪人“挂牌上岗,坚持公平交易,反对欺行霸市,合理收取费用”^①,并无权力干涉经纪人的市场评价行为。牙人都是独立的经济主体。

总之,牙人与牙行作为中国传统的地方市场评价制度很长时间都是由政府控制的半官方制度。中华人民共和国成立后,国家逐渐接管市场并垄断了农产品评价权力;到了改革开放初期,地方政府一度借助牙人管理市场,从而间接掌握了农产品评价。随着国家权力退出,市场权力取代国家权力,成为农产品评价的主导力量,牙人由“官牙”变成“私牙”。就市场控制而言,国家权力与市场权力的转换,使地方市场成为交易主体权力斗争的场所,我们可以看到,拥有资本优势的客商将会改变农产品评价方式,重塑地方市场评价制度。

(二) 当前评价制度的变化与问题

在市场控制权力转换的背景下,市场内部的权力关系正在发生变化。近十年来,随着当地养殖业的发展,西海固地区成为重要的肉牛产区,XD牲畜市场也从基层市场成长为区域性产地市场。来自全国各地的外来客商改变了市场交易主体间的权力关系。外来客商拥有更强的市场权力,其背后是资本、信息、物流、技术的绝对优势。仅从盈利方式来看,养殖户的收益来自养殖经营,牙人和代办赚取佣金,商贩依靠信息差赚取差价,外来中间商赚取地区间的价格差和屠宰加工的附加值,公司代理人的利润来自城市消费市场的附加值。显然,来自市场下游的外来中间商和公司代理人拥有更强的获利能力和更大的利润空间,这让他们在市场有着较强的议价能力。因此,外来客商成为市场中最有权力的群体,他们正在控制并改变着原有的农产品评价方式。

农产品评价制度的变化是全面的。首先,“新牙人”的崛起。外来客商的到来,随之出现了新生代的牙人,他们从事商品评价工作,同时为外来客商提供多种服务,被称为“代办”。一般情况下,每一位客商都雇佣专门的代办。代办的收入由代办费和牙费构成,每成交一头牛,代办人收取牙费100元(商贩和客商各50元),收取代办费100元(来自客商),总共200元。代办的总收入与交易量成正比。如此,代办与特定的客商绑定在一起。代办这种新牙人,失去了传统牙人本来的独立角色,代办及其从事的农产品评价工作成了外来客商的商业工具。

其次,新标准的出现。外来客商带来了农产品评价的新标准。以肥牛为例,当地传统屠家更加追求出肉率,判断的关键是牛的体型。由于城市消费市场要求肉的品质和口感,“雪花肉”成为评价肉牛品质的新标准。根据经验,土杂牛(土牛和品种牛的杂交种)出产“雪花肉”的概率最高,于是其成为市场竞相追逐的对象。新标准的出现,也给牙人带来了挑战。上文提到,牙人的知识和技能来自当地养殖、屠宰和市场活动,他们需要学习新知识和新技能来应对这些需求。目前来看,市场参与者都在摸索学习中。由于外来客商的经济优势,新标准重新组织了市场中商品价值的秩序。

^① 出自《市场管理制度》(2007)、《XD牛羊市场管理制度》(2017)和《XD活畜交易市场管理制度》(2020)。

最后,评价技术的变化。在评价实践中,代办主持的讨价还价方式有三点不同于传统的牙人。一是过程简化,一般不使用“梢子”,由代办代表客商直接与商贩讨价还价;二是增加了“打号”环节,价格谈妥之后,代办会在牛身上打上特定的记号(由代办代号和商品编号组成),一切以此“记号”为准。三是“捏价”的变化,由于客商往往不懂“捏价”技术,代办需要与客商口头商议、与商贩“袖中捏价”,为避免沟通不畅,有时直接将暗中议价改为口头议价。由此可见,评价技术已经非常不同于传统方式了。代办完全是客商的代理人,没有了主持公道或公平定价的功能。牙人居中的平衡关系已经打破,市场中处处可见代办代表客商挤压商贩的利益空间。

外来客商对农产品评价方式的控制,带来了三个方面的后果。首先,弱势群体的经济利益受损。代办及其代表的外来客商是市场中最为强势的群体,普通的商贩和养殖户则相对弱势。如今的市场,由十多位大代办控制。比如,他们控制(推迟)磅秤称重时间,以保证客商的利益,从而损害了牛贩和农民的利益,导致牛贩和农民怨声载道;他们“默契”地拒绝本村倒牛人^①的牛,并且将原本普遍接受的倒牛人视为“不正规的人”,试图将他们排挤出市场。其次,对市场秩序的破坏。前文已经讨论过“梢子”在市场秩序组织中的实际和象征意义,取消“梢子”,意味着取消了建立关系、表达意愿、平等协商的程序。而新牙人带有倾向性的农产品评价,破坏了地方意义上的公平价格和公平竞争原则。最后,地方市场价值与理念的失落。放弃“袖中捏价”方式,改为口头讨价还价,让利益竞争表面化,增加了交易者之间的冲突和矛盾,不利于社会关系和社会价值的维护。

总之,外来客商通过控制经纪人和制定新标准,并在实践中改变具体的讨价还价技术,从而实际上掌握了农产品评价方式。这种由经济权力主导的农产品评价方式给市场弱势群体利益、市场秩序和理念以及社会价值带来了不良后果。

三、结束语

本文在商品评价的理论框架下,考察了当前中国基层市场中农产品评价方式,以及国家权力适当退出之后,由市场权力主导的农产品评价方式的变化及其存在的问题。农产品的非标准特点给农产品标准价格形成带来了困难,不过基层市场自有一套农产品评估和价格形成的制度。因此,本文基于宁夏南部活畜交易市场的田野资料,通过分析农产品交易评价过程,概括了这一具体的农产品评价制度,并将其放在历史背景下加以审视。

本文认为,市场中的评价型经纪人、特定的知识技能、讨价还价的评价技术共同构成了当地市场的农产品评价制度。在基层市场中,市场将交易主体组织在了特定的交易场所中,不同于过往研究者对经纪人组织作用的强调,这里重点分析了其对农

^① 市场中的一种中间人,在市场中临时买进卖出,赚取差价,挤占了客商的利益空间。

产品的评价功能。在此类交易中,经纪人是农产品评估与定价的关键角色,他们凭借专业的农产品知识、对市场行情的精准把握和精明的价格计算方式,能够较为准确地判断农产品的质量,并根据市场行情,评估出农产品的价格。而价格形成的关键技术是一种特殊的讨价还价。这种农产品评价制度充分呈现了地方市场公平价格、有序竞争和文明交易的市场价值与理念。

本文认为,这种农产品评价制度具有一定的普遍意义。将其放在历史中考察,牙人、牙行曾经是中国农产品评价的重要组成部分,政府一度通过此种机构管理市场。改革开放之后,国家权力逐步从农村市场退出,农产品评价方式得以回归市场。但随着农村产业化和农产品市场化的发展,外来客商进入地方市场并控制了“自由”的农产品评价方式。新牙人的崛起、新标准的出现和评价技术的革新都在说明农产品评价方式正在发生的变化,市场中的权力群体利用它损害了市场弱势群体的利益、破坏了市场秩序、伤害了地方市场朴素的交易理念和伦理道德。虽然农产品评价方式在不同行业、不同类型的市场中有不同的形态,但在相同的社会变迁背景下,其命运具有相似性。

在此背景下,如何建设更好的地方市场农产品评价制度呢?当前,我国正在建设农产品产地市场体系,这不仅仅是交易平台和场所的建设,更是交易制度和交易秩序的构建,其中产地市场农产品评价制度建设应是重要一环。农产品价格关系重大,农产品评价是多种权力斗争和利益争夺的领域。合理的农产品评价方式和制度需要多方力量的共同参与。作为制度制定者,政府应积极参与其中,建立并完善农产品评价制度、评价标准和评价方式,平衡农产品交易中的利益分配,保护农民的切身利益。在此过程中,也需要结合地方市场传统,挖掘地方市场评价制度的精神,将价值维度纳入新制度建设当中。

[参考文献]

- 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(1):80-101
- 陈明光,毛蕾,1998. 驼客、牙人、经纪、掮客:中国古代交易中中介人主要称谓演变试说. 中国社会经济史研究(4):5-12
- 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(12):117-129
- 付伟 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(4):26-51
- 固原市地方志编纂委员会 2009. 固原市志. 银川:宁夏人民出版社
- 孔秀丽 2022. 湘西苗族养殖与利用本土黄牛的地方性知识实践研究:以凤凰县H镇为个案. 博士学位论文. 吉首大学
- 马智雄,虎有泽 2018. 民族学视角下的乡镇集市“牙人”考察:以张家川回族自治县龙山镇集市为例. 西北民族大学学报(哲学社会科学版)(2):29-34
- 彭凯翔 2015. 从交易到市场:传统中国民间经济脉络试探. 杭州:浙江大学出版社
- 任继周 2019. 中国牛羊肉产业发展战略研究报告. 北京:科学出版社

- 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(2): 2-14
- 田懿行,李军. 2014. 活畜交易中的牙人: 基于甘肃省新添镇的调研. 中国农业大学学报(社会科学版)(1): 79-88
- 王秋月. 2020. 社会性中介: 农民与市场的链接机制: 基于郫都区 D 村经纪人经济行为的考察. 农林经济管理学报(2): 235-243
- 吴晓燕. 2009. 现代国家对乡土社会的渗透与整合: 基于集市变迁的分析. 学术论坛(1): 82-85
- 徐冬梅. 2012. 回族农村经纪人的社会资本运作: 以山东陵县李家寺黄牛集市为例. 硕士学位论文. 北京: 中央民族大学
- 颜燕华. 2020. 正宗与时变: 基于安溪铁观音的产业治理与生产实践研究. 社会(5): 112-136
- 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(5): 238-256
- 燕红忠. 2012. 清政府对牙行的管理及其问题. 清华大学学报(哲学社会科学版)(4): 72-80
- 杨其民. 1994. 买卖中间商“牙人”、“牙行”的历史演变: 兼释新发现的《嘉靖牙帖》. 史林(4): 8-13
- 郑宝沪. 1934. 清河市集的经济研究. 学士学位论文. 北京: 燕京大学
- 郑志峰,景荻. 2015. 明清时期牙人牙行的法律规制. 兰台世界(18): 97-98
- 中华人民共和国劳动和社会保障部. 2004. 农产品经纪人国家职业标准. 北京: 中国财政经济出版社
- Alexander Jennifer. 1986. Information and price setting in a rural Javanese market. Bulletin of Indonesian Economic Studies(1): 88-112
- Alexander Jennifer, Paul Alexander. 1991. What's a fair price? Price-setting and trading partnerships in Javanese markets. Man(3): 493-512
- Besky Sarah. 2016. The future of price: communicative infrastructures and the financialization of Indian tea. Cultural Anthropology(1): 4-29
- Callon Michel. 2021. Markets in the Making: Rethinking Competition, Goods, and Innovation. Brooklyn: Zone Books
- Callon Michel, Yuval Millo, Fabian Muniesa. 2007. An Introduction to Market Devices. The Sociological Review 55(2_Suppl): 1-12
- Cassady Ralph. 1967. Auctions and Auctioneering. Berkeley: University of California Press
- Clark Gracia. 1994. Onions are My Husband: Survival and Accumulation by West African Market Women. Chicago: University of Chicago Press
- Fanselow Frank S. 1990. The bazaar economy or how bizarre is the bazaar really?. Man(2): 250-265
- Geertz Clifford, Hildred Geertz, Lawrence Rosen. 1979. Meaning and Order in Moroccan Society: Three Essays in Cultural Analysis. Cambridge: Cambridge University Press
- Guyer Jane I. 2004. Marginal Gains: Monetary Transactions in Atlantic Africa. Chicago: University of Chicago Press
- Guyer Jane I. 2009. Composites, fictions, and risk: toward an ethnography of price//Hann, Chris, Keith Hart, eds. Market and Society: the Great Transformation Today. Cambridge: Cambridge University Press
- Karpik Lucien. 2010. Valuing the Unique: The Economics of Singularities. Princeton: Princeton University Press

Smith ,Charles W. ,1990. Auctions: The Social Construction of Value. Berkeley: University of California Press

Velthuis ,Olav ,2020. Market devices//Bowen ,John R. ,Nicolas Dodier ,Jan Willem Duyvendak , et al. eds. Pragmatic Inquiry: Critical Concepts for Social Sciences. London: Routledge

Evaluation Institution of Non-standard Agricultural Products: Local Market Tradition and Its Contemporary Changes

XIE Yong

Abstract Many agricultural products exhibit significant non-standardized characteristics , and how to price non-standard agricultural products is an important social issue. Under the theoretical framework of commodity evaluation , this paper focuses on grassroots market where agricultural product prices are initially formed , and examines the evaluation institution for agricultural products in local market and its contemporary changes , so as to see through the inequality in current agricultural product transactions. Through the fieldwork in the Ningnan Livestock Trading Market , the study found that evaluation-based brokers , evaluation knowledge and skills , and technical evaluation means collectively constitute the local market ' s agricultural commodity evaluation institution. In transforming non-standard agricultural products into standard prices , this evaluation institution fully presents the values and concepts of fair prices , orderly competition and civilized trading in the local market. From a historical point of view , the system has a long tradition , and the state once managed the local market through this evaluation institution. However , with the market forces have emerged as the dominant influence on agricultural products evaluation , foreign merchants have altered traditional t evaluation practice by controlling the evaluation brokers , introducing new standards , and changing bargaining techniques. The new evaluation system increasingly reflects more on the interests of foreign merchants , gradually eroding the original moral significance of evaluations. Agricultural product transactions organized under this new evaluation system reflect the inequality of power relations among trading subjects , with disadvantaged groups such as traders and farmers becoming losers. To rectify these issues , the evaluation of agricultural products requires active participation of government forces , drawing on the traditional local market system to formulate reasonable evaluation standards , methods and institution , to balance interest distribution among trading subjects , and foster healthy development in rural industry and market.

Keywords Non-standard agricultural products; Local market; Evaluation institution; Broker; Bargaining