



项目白皮书

有机应用社区共享农业编辑

CSA 社区共享农业协会

二〇二〇年

目 录

简介.....	1
CSA 的发展历程.....	2
一、 项目背景.....	3
二、 折叠发展情况.....	4
三、 折叠理念概况.....	4
四、 折叠发展成因.....	6
五、 折叠绿土地健康社区.....	6
六、 市场需求.....	7
七、 面临的问题.....	7
社区支持农业（CSA）网络化	
第二章 项目阐述.....	8
一、 用户价值.....	8
二、 规范有机产品的认证.....	9
三、 建立 CSA 联盟.....	10
四、 项目优势.....	12
五、 CSA 模式的发展前景.....	12
第三章 发行说明.....	13
一、 CAS 优势简介.....	14
二、 CSA 推行方案.....	16
三、 CSA 算力系统生态优势.....	19
第四章 执行计划.....	20
第五章 未来规模发展.....	21

简介

社区支持农业（CSA）的概念

CSA 是 Community Supported Agriculture 的简称，通常被称为“社区支持农业”。其定义是：一种在农场及其所支持的社区之间实现风险共担、利益共享的合作形式。消费者成为农场的用户，并且承诺在农场整个生长季节给予支持，用户支付预定款（按照季节或者月份支付），而农场提供新鲜安全的当季农产品作为回报，直接运送给订户或分配给销售网点。

1. CSA 的发展历程

CSA 模式于 20 世纪 60 年代起源于瑞士，消费者为了寻找安全的食物，与那些希望生产有机食品并建立稳定客源的农民达成供需协议，并直接由农场送货上门。CSA 注重环保，提倡健康的生产、生活方式；生产过程全为手工操作，实行无农药、无化肥、无毒害的“三无”生产模式。这种模式目前在欧洲、美洲、澳洲以及亚洲都有一定的发展，仅北美就有上千个 CSA 农场，为超过 10 万户家庭提供服务。2009 年石嫣建立了中国第 1 个 CSA 农场—北京小毛驴市民农园。随后国内逐渐兴起了一些类似的农场，CSA 在中国得到了初步的发展。



第一章 项目背景

CSA

从字义上看，“社区支持农业”指社区的每个人对农场运作作出承诺，让农场可以在法律上和精神上，成为该社区的农场，让农民与消费者互相支持以及承担粮食生产的风险和分享利益。

CSA 的概念是不要中间商来操纵当地的食品经济。它可以恢复农民和消费者之间的友好关系。CSA 的重要原则是农民在具有生态安全的农业系统中生产能带来健康的食物，消费者也是“股东”，也要承担生产耕作的风险，比如可能遇到自然灾害等等。这样的话农民的收益可以得到保障，消费者也可以得到放心的食品，良性循环，实现资源共享。

折叠发展情况

“社区支持农业”（以下简称 CSA）的概念于 20 世纪 60 年代起源于瑞士，并在日本得到最初的发展。当时的消费者为了寻找安全的食物，与那些希望建立稳定客源的农民携手合作，建立经济合作关系。现在，CSA 的理念已经在世界范围内得到传播，它也从最初共同购买、合作经济延伸出更多的内涵。

1965 年在日本，一群家庭主妇开始关心农药对于食物的污染，加工和进口食品越来越多，而相应地，本地农产品越来越少。于是，她们就与有机食品的生产者达成了一个供需协议。这就是被叫做 Teikei 的制度，Teikei 是有共识或一起合作的意思。这一理念后来传播到北美和欧洲，并逐渐发展成为 CSA。

折叠理念介绍

CSA 背后所蕴含的理念是建立起本地的食品经济体系并创造一个环境，在这个环境下，农民和消费者一起工作来实现食品保障和经济、社会与自然环境的可持续性。CSA 没有一个特定的模式。每个社区都有各自不同的因素和条件，因

此也形成了各自不同的模式。通常，CSA 是由一群消费者发起的，这些消费者一般都关心自己的食品、健康和环境。他们承诺支持一个或一群农民生产有益健康的食品，食品的价格应该使农民能够持续地经营自己的农场。

农民对于生产会做一个计划和预算。所有的成本会分摊到每一个“股东”（消费者）身上。每个股东可以投入现金，也可以投入劳力——参与农场的劳动。而产品，不管有多少，都会分给每一个股东。

折叠发展成因

消费者中对于健康和环境越来越多的关注是 CSA 的一个支持因素。CSA 能够运作起来的一些其它条件还包括：

a) 在同一个社区的消费者有着共同关心的问题，因此他们必然会自己组织起来形成一个消费者的社区。

b) 消费者需要了解由市场机制引起的农民的问题和社会问题。消费者有着相同的生活方式，他们可以在一起彼此分享，很好的理解可持续农业或有机农业。

CSA 使农民和消费者走到一起，他们相互之间可以交换意见并在一起构想不同于以往的解决之道，使环境、本地的食品经济和社区具有可持续性。当然，消费者同时也会得到健康干净的食物，它们让周遭的一切也都拥有了健康。

折叠绿土地健康社区

中国在保健品消费方面存在巨大的增长空间。根据行业规划，到 2015 年，我国营养与保健食品产业规模将达到 1 万亿元，年均增长 20%。有识之士认为，大健康产业已经是全球第一大产业，年支出总额占 GWP（世界国内生产总值）总额约 1/10。从国内看，2013 年，我国大健康产业规模接近 5 万亿元，约占 GDP 总额的 8%，到 2023 年有望突破 20 万亿元，大健康产业将成为继 IT 产业

之后第五波经济浪潮新支撑。

市场需求

由于常年高负荷的工作与快节奏的生活,大部分上班族都承受着各种亚健康的折磨。根据卫生部、科技部、统计局发布的“中国居民营养与健康状况(调查报告)”中的说明,受竞争压力增大、生活水平提高、生活方式改变等因素影响,我国亚健康人数已达6亿,即身体状况处于健康与患病之间,他们不同程度的存在易疲倦、心情差、睡眠欠佳、心慌气短、食欲不振、情绪不稳或血压不稳等状况。此外,根据网易和知萌咨询联合发布的《2015大健康产业态度营销趋势》中的数据显示,有近四成的人自我感觉为亚健康状态,认为自身身体健康且精力充沛的仅有16.8%(图2)。随着健康观念的改善,现在越来越多的亚健康人群已经意识到问题的严重性,开始注重养生保健。

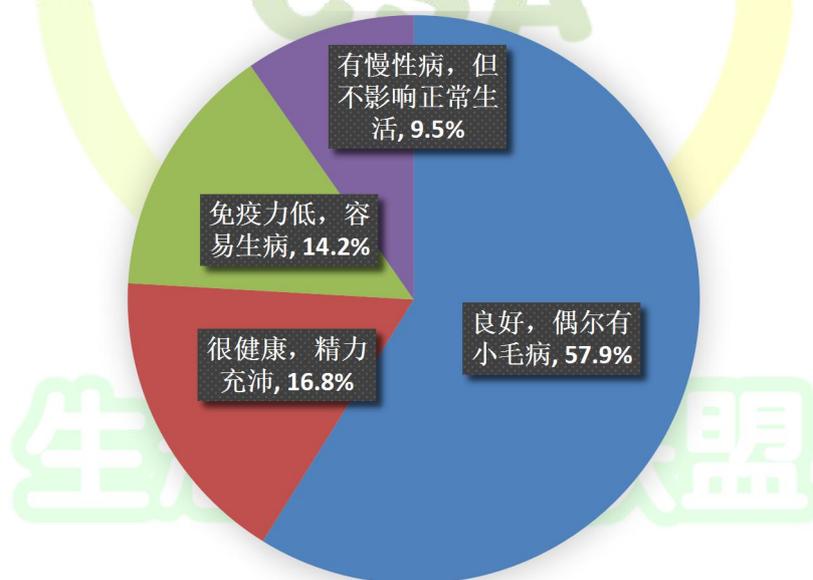


图 1-2：消费者身体状况自我感觉

同时,在保健方面,超过1/3的消费者有服用/食用保健品的大健康产品消费支出,仅次于运动健身,成为消费者对健康产品需求中排名第二的方式(图1-2)。而食用功能性食品、营养品等也都排名靠前。

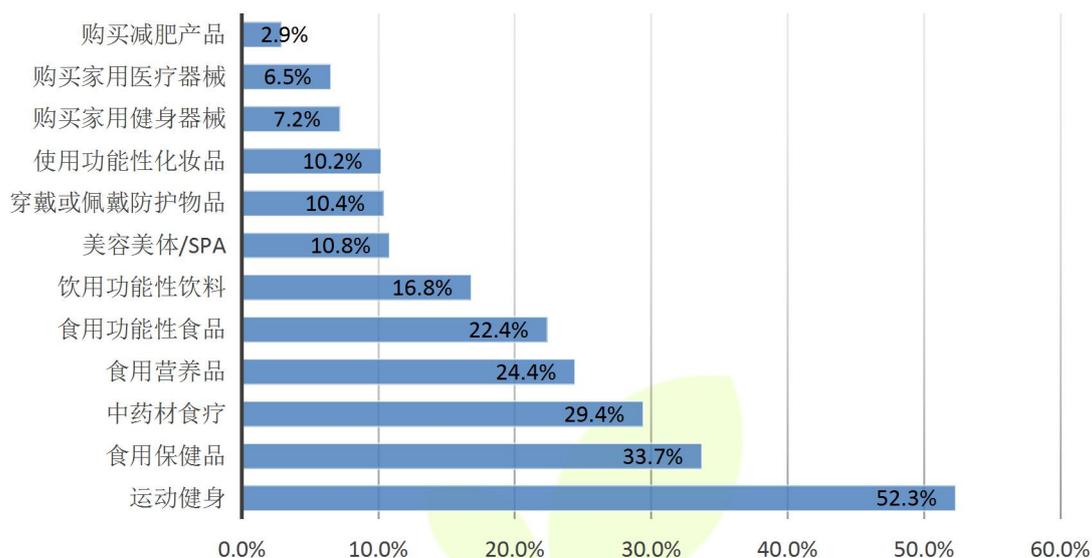


图 1-2：消费者对健康产品的需求

从上述数据可以看出，大多数消费者对于食用保健品、营养品和功能性食品都是有比较大需求的。因为对于大多数人来说，身体虽然处于亚健康状态，但却没有达到进医院治疗或服药的程度，食用健康食品就成为他们最佳的选择。

一、 面临的问题

虽然全球和中国的健康产品市场规模庞大，但在市场中还存在很多的问题，具体包括：

1、价格虚高：因为市场不透明，导致某些保健产品不按照合理利润制定价格，加价很高，在市场信息不对称情况下获取暴利，严重影响了保健品市场的正常秩序。

2、以次充好：在高价的诱惑下，有些不良商家用假冒伪劣商品冒充正品，蒙骗消费者。而由于相关知识匮乏，普通消费者往往难辨真伪。此外，有些商家还会通过虚构厂商、混淆商品等级来谋取暴利。消费者的权益受到了极大的损害。

3、缺乏标准化和规模化：国内保健品行业的标准化程度低，没有办法实

现规模化。导致的直接后果就是中国的保健产品市场大而不强，企业竞争力弱小。而国外的产品占领了大量的中国市场。

4、缺乏透明化机制：大多数商家出于自身利益的最大化，都会尽量向用户隐瞒各种应该告知的信息，从中获取信息差带来的利润，比如同一款产品，老客户购买价格比新客户贵，就是一种不透明机制下给用户带来的价格歧视。

5、社群文化落后：在西方国家，保健产品社群文化已经非常成熟，而在中国，这类的社群文化却比较落后。厂商除了大量推广营销之外，也很难有办法笼络群体，提升用户粘性。

社区支持农业（CSA）网络化

A. 市场分析都市禾友的市场定位可归纳为社区支持农业（CSA）网络化。借助已经发展较成熟的网络购物与网络社区行业的庞大市场作为基础，将局限性的实体社区转化为更大范围的虚拟网络设计，带动农业行业以及新型行业绿色食品行业的发展。

B. 网络购物市场推动中国网购市场快速发展的主要原因有两个：网民数和网购人数的急剧增长，以及上网购物已经成为主流消费人群的消费习惯，并成为主流消费方式之一。

2007年是中国网络购物市场快速发展的一年，网络购物市场销售额第一次冲破零售业的“500亿天花板”，达到全年594亿元人民币，2.1亿网民中有5500万网络购物人群，每人平均消费超过1000元，2007年中国人均可支配收入的7%。2008年仍是中国网络购物爆发式增长的一年，网购成为网络经济中增长最快的行业之一。突发性事件基本不影响网购的增长，包括上半年雪灾、地震等自然灾害，特别是下半年逐渐蔓延的金融危机，对网购市场的负面影响较小，

金融危机反而成为网络购物发展的新契机。

网络购物已经成为传统零售市场强有力的补充,网上购物已成为年轻一代主流的购物方式。2008 年中国网络购物交易额规模突破千亿大关,达 1281.8 亿,相比 2007 年增长 128.5%。通过对比可以发现通过电子商务的形式实现 CSA 模式的交易,使原有的局域性限制大大降低,自然就能带动 CSA 模式的发展和农业产业的发展。

绿色食品市场伴随着中国加入 WTO 和全球经济的一体化发展,以及中国从“温饱”型社会向“小康”型社会的转轨,人们对农产品和食品质量的要求越来越高,尤其是无公害食品、绿色食品的要求。

社区支持型农业(CSA)是可持续农业的重要形式之一,近几年在国内逐渐受到人们关注,为借鉴日本和美国 CSA 发展的经验教训,促进中国 CSA 健康发展和城乡互补,为此,重点介绍了 CSA 在两国的发展历程及趋势,分析了兴衰背后的社会原因及其启示,并探讨了中国发展社区支持农业的潜在需求。研究得出: CSA 最早产生的日本,随着有机农场的减少,以及社会经济变化等原因, CSA 已经变得日益衰落;而在其后 CSA 兴起的美国却迎合了广大民众的需求得以蓬勃发展,并且功能形式日趋灵活多样,农场平均规模趋于减小;

CSA 的兴起和发展与其社会背景紧密相关, CSA 多数提倡采用有机生产方式同时兼备多种功能,其发展遵循平等互利、规模适度等原则,外部支援和参与有助于增强其发展活力。这对中国 CSA 和持续农业发展具有借鉴意义。该文从维护农民利益、保障市民需求及城乡一体化等角度,认为 CSA 是中国发展可持续农业、实现城乡协调发展的一条“绿色通道”。

第二章 项目阐述

关于中国发展 CSA 的讨论及展望

日本和美国社区支持农业的兴起不是因为粮食蔬菜不能满足人们的需要,而是其生产质量和消费结构不合理,影响到健康和安全。而着眼中国国情,一方面要实现 13 亿人口粮食的自给自足,另一方要求开展持续农业生产,给后代子孙留下可持续的生产资源和环境,笔者认为,开展 CSA 合作,是一个可以尝试的途径,可以在如下方面做出一些思考和尝试。

- (1) 深刻反思中国当前小农户农业生产现状。中国空前的城市化建设为农民提供了大量的就业机会,农民外出打工往往可以获得更高的经济收入,由于劳动力成本明显增长,为了“省事省力”,农民更热衷于化肥、除草剂、杀虫剂的应用,而且常常过量使用,这种高污染和分散的农业生产方式,已经极大地限制了中国农业的持续发展和农民的持续增收。因此,如何践行科学发展观,来化解当前农业可持续发展的各种矛盾,转变农业发展方式已是迫在眉睫。
- (2) 结合中国农村劳动力资源充足的独特优势,因地制宜,采用灵活的合作途径,继承和发扬中国传统的精耕细作的农耕文化,开展社区支持农业生产。日本社区支持农业的萎缩很大程度上受劳动力转移影响,而在中国不仅可以为农民提供充分就业的机会,而且确保收入的稳定。
- (3) 充分考虑中国食品安全现状和城市居民对其与日俱增的关注。每 1 次食品安全事件都会引起社会的巨大恐慌,食品质量监督失控及禽流感、雪灾等突发事件对中国城市食品供应及价格波动的影响越来越明显,由城市消费者带头组织与周边农村居民开展合作潜在市场巨大,CSA 可以为社会主义新农村建设注入鲜活动力。
- (4) 根据不同群体的特殊需求开展形式多样的互助合作。鼓励成立农民合作社、消费

者合作社和农民协会，以此为基础吸引农村农民、城市居民、企事业单位参加，动员学校、科研部门、农业技术推广部门、志愿者和大学生参与，大力开展诚信教育、契约教育和技术培训，并且适度控制发展规模，探索适合本土发展的多元化道路，以充分发挥 CSA 的社会服务、经济、生态及景观功能。

总之，走可持续农业之路不仅是人们共同的向往，更是严峻现实下的不二选择，CSA 无疑能帮助参与的农场充分发挥其生态潜质；社区支持型农业不仅是城市反哺农村、社区支援农业，更是农村哺育城市、农业支撑城市，是实现城乡和谐发展的一条“绿色”通道。



图 2-1：CSA 模式

一、用户价值

有机生产规模较小，人力投资大，风险成本及运输成本也相对高昂，因此有机产品售价自然比较贵。相对于其他农产品食品来说，有机农产品没有那么“高效”，导致其在成本相对较高，特别在管理费、人工费上支出较高，必然使得出

售价格偏高。在降低成本上，农场和企业首先要引用现代企业管理制度，提高管理效率；其次，农场要扩大生产规模，改进耕作方式，形成规模化效应。当然，对于市场经济来说，最好的方法是通过市场的配置，实现资源的优化，农场和企业通过良好的竞争机制来实现价格的降低。

1. 规范有机产品的认证

现代人们吃的就是一个放心，有机农产品虽然在生产方式上更加安全、环保，但对其生产过程并没有得到有效地监督，在没有得到权威机构的认证之下，人们难免会观望和怀疑。在现在国家还没有作统一标准之下，农场和企业要自身制定一个行业标准，在生产、加工过程中确实做到安全、健康环保；另外就是要树立品牌意识，打造自己的品牌，对消费者负责，做到服务一流，消费者自然会信任你的产品。

CSA 模式——正在发展的可持续农业市场体系

——西南石油大学绿舟协会体验有机生态生活实践队

CSA 试图在农场或农民与那些食用他们种植的食物成员或者订户之间创立一个直接联系的纽带，它是农业可持续发展的一种形式。目前，在欧洲、美洲、澳洲、亚洲都有一定的发展，受到了一定人群的接纳，通过这次有机生态生活的实践，实践队接触到了 CSA 运作模式，以及与有机农场主的深度接触与访问，进一步了解 CSA 情况。

CSA 模式；有机食品；发展；对策

前言：在城市化进程中，城市居民与农民的关系已经渐行渐远。城市消费者的食物几乎都要从超市、菜市场购买，消费者很难见到真正的农民生产者，也

不了解食物的生产和加工过程,加之近年来爆发的“三聚氰胺”、“红心鸭蛋”等食品安全问题,消费者对食品安全产生越来越多的质疑。同时,农民也不知道他们的产品在哪卖,卖给谁。生产者和消费者的友谊和相互之间的信任关系慢慢地减弱并最终瓦解。农民要挣更多的钱,所以就得生产更多的东西。为了使产量最大化,合成的化学制剂,像激素、化肥、农药等等被大量地使用。这些化学制剂对于食品安全、生态环境都带来了很负面的影响。

2.建立 CSA 联盟

当前,“社区支持农业”强调农场与社员不再是对立的买卖关系,而是平等的风险承担者和收益所有者,建立的是相互支持、平等友好的关系。这种关系,消费者自然是很乐意接受的,但是,农场与社员之间存在利益关系,两者之间的关系需要很好的协调才能不引起纠波。要避免这种情况,笔者认为这个主要由农场来负责,因为农场是产品的提供者,在遇到不可预测的灾害情况下,不能满足消费者的需求,这个后果需要农场来承担。当然这种不可预测的灾害可能是不可避免的,而对于农场来说,损失可能会较大。那么该如何解决呢?笔者认为,农场之间应该建立联盟的关系,实现互相资源共享,在遇到突发事件时,可以统筹周边农场,以实现风险共担,降低风险,减小损失。让我们感到欣喜的是,现在一些有机农场已经在着手于建立完整的消费者体系,完善 CSA 联盟。



什么是有机食品？

有机食品是AA级绿色食品，以有机方式上产加工，通过有机产品颁证组认证，是真正纯天然、无污染、高品味、高质量，安全营养的最高级食品。

康之源精品特产

有机食品与其它食品



二、项目优势

- 1.农民摆脱食品公司的盘剥收获了较多的收益。
- 2.消费者吃上了生态有机种植的健康农产品。“农家乐”“生态庄园”等的出现，符合现代人追求健康的生活方式，追求原汁原味的心态。
- 3.土地因为不使用化肥而涵养了地力。CSA 是有机生态农业模式。有机种植会减轻对环境的污染，减少对土地的伤害，有益于生态系统的平衡。避免食物中毒，能够吃到健康的作物，有机耕种有益于身心的恢复。
- 4.生态有机种植的健康农产品有利于食品安全状况的好转。
- 5.有助于改善农民生活条件，增加农收入，该种模式推广后能将更多的农民从土地中解放出来，从种植开始就等于给农户吃了定心丸，农户不必犯愁农产品的销路。农民甚至能成为“农场主”，有了自己当家作老板的主人翁感受。
- 6.CSA 模式能够解决市场经济中的盲目性这一弊端，减少每年因为市场

的盲目而浪费的资源，CSA 建立会员群而进行有目的，有计划的生产。

7.对农场经营者来说，CSA 模式不仅仅能够是他们拥有长期的销售市场，在摆脱了销售的压力之外，能让生产者在农产品成熟甚至种植之前给出本季节订单，给用户有提前预定的机会，给忙于推销的生产者一剂“定心丸”。

8.农场经营者能花更多的时间精力在土地和农作物的耕作上面，通过不断地改进种植的方式来使质量得到提升，保持原生态种植和绿色种植，消费者吃放心菜，过真正健康的生活。

9.坚守批发商和收购商在中间的转让，保持了农产品的新鲜度，更加保持了农产品的原始价格，从而能够使生产者将中间本来的差价用于耕作上面。

10.CSA 模式将人与人之间的信任度提高，由 CSA 而特殊形成的社区，举办定期的交流，除此之外，有机生活不只是强调吃有机食物，更是农户之间交流健康农作法，消费者之间交流有机健康生活，是对身体和心灵的“归园田居”，并让人与人之间建立起信任的桥梁，缓解如今浮躁的生活节奏。

生态社区联盟



未来发展

直供和配销：利用各种平台和关系（如参加中国国际有机食品博览会和中国国际有机食品和绿色食品博览会），与国内外大型的采购集团建立长期稳固的关系。如上海克莉丝汀长期采购黑龙江的虎林公司的精品大豆，目前又将兴建南京江宁基地。

政府和组织采购：我国的礼品市场广阔，组织集团在节庆日的大量采购也是一个不可小觑的市场，

加强同 NGO 之间的合作，多给 NGO 一些经费资源

目前，国内 NGO 的困难在于，第一，刚刚开始起步，做这方面工作的人非常少，资源和经验都短缺。第二，国外很多 NGO 都有自己的农庄，实验的基地，所以比较容易去做一些推动，而国内拥有自己农庄的 NGO 很少。现阶段，国内 NGO 能做的可能是理念上的倡导和群体网络的建立。在推动农民合作上面，NGO 也可以做一些事情，但经验比较少，还需要很多帮助。

CSA 模式的发展前景

CSA 要想发展壮大可以说是一个及其缓慢的过程，不过我们对于有机农业的发展前景是非常乐观的。

从现在的农业发展来看有机农业在未来必然会取代传统的农业生产，但是其发展的艰辛是可想而知的。随着有机农业取代了传统的农业后，CSA 这种生产经营模式也必然会消失的，这也是 CSA 发展的必然。

目前 CSA 在国内的发展只是一些热心从事 CSA 事业的人建立有机农场，但是未来要想使 CSA 在国内得到全面的发展不仅需要从事有机事业的热心人士和农场，还需要有此共识的社区和促进有机事业发展的 NGO 人士。CSA 的发展还处于初级阶段，要有更大的发展还需要有各方不断做出努力。

CSA 模式能在中国走多远，目前下结论还为时过早。虽然我们承认，面对人口的生存压力，高产的杂交水稻、大工业化的生产方式，仍将是我们农业生产的方向和主流，但在我们要吃健康食品的呼声中，CSA 模式无疑提供了一个小众化的解决方案。

我们也希望正如果园香猪农场主罗宇期待的那样：有机事业大有希望。

社会生态农业 CSA 联盟

REAL FOOD, REAL FARMER, REAL COMMUNITY

第三章 发行说明

一、CAS 优势简介

1.农民摆脱食品公司的盘剥收获了较多的收益。

2.消费者吃上了生态有机种植的健康农产品。“农家乐”“生态庄园”等的出现,符合现代人追求健康的生活方式,追求原汁原味的心态主要应用于保健品产销领域的消费支付、金融服务、溯源等场景。后续我们将鼓励各个机构在农业有机产品的销售和生产。

共享农业是整个有机生态系统的唯一食品安全倡导,任何的数据交互及资产交换都需要消耗,当生态系统形成后,跨链数据交互变成高频事件,此时商家对任务卷的需求量不断提升。同时 CSA 推出社区共享农业更多版块走向。

二、 推行方案

英文全称 Community Support Agriculture 简称(CSA),恒量发行 1000 万卷,按以下方式进行:

持有每 60 天作为一个难度周期,按以下规则进行调整:

- 持有产生总量 200 万内,每次交易销毁 30%;
- 持有产生总量 500 万—700 万内,每次交易销毁 20%;
- 持有产生总量 800 万—1000 万内,每次交易销毁 10%;

持有且流通总量达到 1000 万,每次销毁 10%,后不再销毁,只扣除相应的手续费。(具体详文查看 PPT)

三、 CSA 算力系统生态优势

- 1、CSA 去中心化、C2C 交易。
- 2、为全球提供去中心化的支付流通体系、。
- 3、持有算力门槛低、进出场自由。

- 4、实现全网无缝链接。
- 5、公开恒定持有，定期燃烧，无限增值

第四章 执行计划

CSA 社区支持农业

CSA 这样一个试验性质的创新，开始很难被大家接受。现在在没有一分钱财政情况下，仍然让几十个省、一百多个地方，自发地搞这种所谓试验农场，这已经非常强大了。如果政府真的把政策优惠转过来，可能实现真正意义的生态化。但话又说回来，一旦真正转过来往往又变味儿了，我们在主流之外默默做一点试验，不论别人怎么看，先坚持下来。

中国 CSA 和美国的 CSA 相比，中国 CSA 的概念和美国不一样，美国是农场主，我们这儿是市民作为劳动成员，市民通过参与劳动来形成社会参与式农业。

所以，如果直译叫做社区支持农业，雅译叫做社会农业。建议大家不必非得坚持美国 CSA 概念，应该考虑宏观意义和它与资本化的产业农业之间的关系。

CSA 是社会化的安全农业，或者社会化的生态农业，本身体现的是生态化，生态化就是多样性，多样性就包括着市民和农民之间的合作联合，这是一个不同于美国的 CSA 的解释，算是中国现代条件下的创新，中国生态化农业的一种创新方式。

第五章 未来规模发展

为迎合消费者对农产品多元化以及数量的需求，CSA 模式可以选择的一条途径就是不断创新生产模式，寻求合作伙伴。CSA 农场之间进行有效地合作，

不仅可以降低生产成本，还可以满足消费者更多的需求，加强市场竞争力。为迎合消费者对农产品多元化以及数量的需求，CSA 模式可以选择的一条途径就是不断创新生产模式，寻求合作伙伴。CSA 农场之间进行有效地合作，不仅可以降低生产成本，还可以满足消费者更多的需求，加强市场竞争力。



“

船啊！她载着我驶向远方，把遥远的土地带到我身旁。

”

—— 乔·贝尔

总结：CSA 模式在食品健康、增进消费者与生产者的利益、保护生态环境、促进农业文化和农村社区发展等方面都发挥了重要作用，具有很强的市场竞争力。在未来的发展中，CSA 模式必将随着社会的发展有更多的适应性的创新与发展模式。

乡村振兴势在必行，势不可挡！

**共谋土地流转事业，共享土地红利，深耕土地市场，
助推乡村振兴！**