

# 台湾主妇联盟：主妇消费力量改变社会

■ 梁家恩

家庭主妇，一贯被认为是家庭大后方的守护者，同时也是一个家庭消费的守门员，决定了家庭消费的质量和品质。在台湾，主妇们走出家庭，走向公共，她们联合起来，为社会的改变贡献力量。台湾主妇联盟生活消费合作社（简称为主妇联盟）是一群台湾的主妇们组合在一起共同消费的合作社。主妇联盟是少数从团结消费者出发，以共同购买的方式，致力于共同守护环境、支持台湾本土、友善小农的合作社组织。

## 从一群妈妈开始的联盟

台湾的主妇们在 1993 年就开始探索绿色消费运动，至今影响深远。1993 年，台湾当时环境公安事件、镉米事件及农药残留等问题层出不穷，主妇联盟环境保护基金会“消费者质量委员会”的一群妈妈们，开始认真思考生活消费中的另一种选择。为了寻找安全的食物。她们从寻找安全无农药的米为起点，跑遍台湾。她们集合了一百多个家庭，以“共同购买”方式直接向农友订购米和葡萄，也让农友可以无后顾之忧稳定生产安心的食物。向社员提供环保、健康、安全的生活必需品也是主妇联盟的主张。

后来，主妇联盟挑选的有机食物从日配生鲜、米麦五谷、禽畜海鲜、调理素材，到饮料零食、烘焙食品、家居用品、有机棉以及伴手礼等，合作选择的范围广泛而丰富。台湾主妇联盟生活消费合作社的所有商品仅对会员开放，而消费者要想成为会员，必须参加合作社定期举办的入社说明会，一旦认同了他们的观点，交纳了入会费，就能成为会员之一，享有相应的权利和义务。根据主妇联盟网站的统计，截至 2015 年 11 月，社员人数 64049 人（其中法人社员为 11 位），职员超过 470 人（含兼职），每年交年费的活跃社员约 3.5 万人。现有服务分社 5 个，51 个站所，388 个班组。以下是主妇联盟的组织架构。

合作社是主妇们自愿结合的自治社团，社员是合作社的一份子，也是合作社的顾客。主妇联盟



2012 年，台湾爆发一连串的食品安全问题，主妇联盟基金会及时开展“绿绘本”活动，让孩子和家人一起了解食品安全

的成立与运作依靠社员的共同出资。从组织架构可以看出，社员参与合作社事务的途径是委员会。“选举”是社员参与合作社营运的初步，透过选举社员代表、理监事的过程，奠定合作社的民主制度。理事会再授权委任总经理和职员来服务社员，这是合作事业营运的民主特色。除此之外，社员也可通过地区营运委员会、教育委员会、国际交流委员会、生活材委员会、编辑委员会、中长期计划委员会参与合作社。同时，合作社通过共学、共读、共老、共食、共游、共育的方式促进社员内部互助合作，实现绿色环保的永续生活方式，利己的同时实现利他，实现人我关系的共好。

## 从一粒米开始的环保理念普及

主妇联盟兴起于 1990 年代，当时台湾的有机栽培观念尚未普及，只能从无农药生产开始思考。主妇联盟起初合作对象是米农，但是由于经济、信息条件有限，她们只能通过翻开米农的账本，以检查对方是否有购买农药后才确定。对于有机、环保的理念，主妇们有自己的看法，她们认为要理清“合理的”与“最好的”之间的关系。社员们有机产

品追求是“合理的，而不是最好的”。在追求产品质量和价格之间应有合理的平衡，而不是一味要求最好的质量，反而在追求所谓“最好”的过程中，一再造成资源的浪费。

主妇联盟曾经陷入“卖毒菊花茶”的事件中，事件的经过是：主妇联盟合作社杭白菊的合作农友曾经连续几年都碰到用药问题，即便上架前合作社和农友分别抽检都合格才上架，但碰到公部门抽检不合格，农友就被冠上违法的大帽子，而主妇联盟合作社也被媒体报为“卖毒菊花茶”。为此，主妇联盟合作社内部也掀起讨论。但对于市场充斥大陆农药超标的杭白菊，本土农户种出安全用药的杭白菊却无法得到支持，主妇联盟合作社也觉得矛盾，但是最后农户提出转为有机栽种，彻底解决用药的问题，即便产量更少了、卖相也不佳，但透过不断的社员教育和宣传，社员大都会支持这得来不易的本地农产，这也是生产、消费两端持续沟通相挺才有的好结果。

## 从一种消费方式开始的合作

主妇联盟采用的合作方式是“共同购买”。“共同购买”这个名词来自日本，日文翻译为“提携”（teikei），用消费者的力量支持生产者，彼此互相扶持。这是一种带动消费意识的运动，更有人称之为是一种人道关怀的事业，是一种服务的组织，不是以追求股东利润为导向的公司。主妇联盟透过共同购买的方式，解决了农业生产与销售的问题。在台湾，绝大多数的农民都是小农，耕地面值不大，产量不多，可以透过共同购买的方式，解决土地因过度利用而造成的地力流失，并克服中间商的剥削与囤积，甚至哄抬价格，更阻断了他们对销路的垄断。

合作社信仰合作主义，“团结农民”是生活消费合作社的核

心灵魂，同时还要助力改善有机农耕者的出路和生活。她们会花很长的时间与农户建立信任的关系，一旦建立，双方都不轻易去打破这来之不易的关系。主妇联盟是台湾有机农产品的消费者、倡导者，也是台湾有机农业的“良师益友”，除了将农业专业人才带到农村，还将消费者直接带往农地里，合作社每季都会办一次农地参观的活动，取名“生产者之旅”，而农民在 3 月、9 月会有农民大会，7 月会有果农大会，其他时间则不时举行一些教育课程，提供常态化的消费者

和生产者的“零距离接触”的场合与机会。

社员与农户是伙伴关系，即有理念的消费者支持有理念的生产者。

## 用合作的力量改造社会

主妇联盟拥有多种身份：非营利组织、社会企业等等。主妇联盟的最具意义之处是让消费者与生产者思考食品安全的问题。既保障了食品的安全，又保护了本土的农民，成就了生产者与消费者的协调、合作，并以双方合理的价格来交易，具体实现了兼顾“安全、健康、环保”的理想。

主妇联盟的妇女们通过家庭内的言传身教，将这样的消费文化扩展到家庭内部成员，使得这样的观念在代际中传播。而这样的消费文化，也适度反映出台湾的公共价值，体现台湾环保价值的有机、环保消费观念，让家庭内部的观念走向公共视野。主妇联盟在 2015 年出版了书籍《菜篮子革命：从共同购买到合作找幸福》，全书以说故事方式，探讨“合作社”、共购精神、产品开发等议题，呈现共同购买的核心价值与意义。她们一个人的力量也许单薄，一群人的合作，用合作的力量，改造社会。目前国内也不乏类似的联盟，比如北京的母婴消费合作社、武汉代耕的企业家消费合作社、广州的天地人禾合作社等，这是一个趋势，反映了人们的消费理念在悄然改变。

（据公益慈善学园）

## 链接

### 主妇联盟的选举机制和营运方式

在主妇联盟合作社，每个社员都可以票选社员代表，其最高权力机构是社员代表大会——在代议制策略下，社员票选出来的社员代表集会，再选举出理事会和监事会，向全体社员负责。2008 年 2 月，生活消费合作社举行换届选举，选出 93 位社员代表，再由 93 名社员代表票选实际执行合作社经营管理决策之理事，以及执行监督任务之监事，同时审核新年度方针、往年预算、结余分配及其他提案和章程修改等议题。这年大选，社员投票率仅为 55%，社员民主热情尚低。

日常生活里，社员依然可以在班、站所和地区营运中实现“民主参与”。在生活消费合作社的建制中，“班”是共同购买的基石，几个社员通过组班，协助订货、配送到班、理菜分货，这些都是参与班配送之实际内容，而班员也可以自主讨论班的营运，此外因班而延伸出的班员互助、信息交流、共读学习，甚至关怀小区则是更宽

广的合作共好生活。“站所”则是社员取货点，也是合作社扎根小区的根据地。合作社不仅提供社员购买生活必需品，也提供社员思索及营造共生、共育、共老的可能。而“地区营运”就是邀请社员一同来讨论大家的需求及规划在地生活蓝图。

由“班”到“站所”再到“地区营运”，确实提供了训练民主的平台。不过，虽然运行近 10 年，但“地区营运”尚在摸索阶段，“除了参加班到站取货有一点社员与社员的互动外，个配没机会互动”。未来“地区营运”成熟时，可由“站所”→“区会”→“理事会”，层层讨论不断汇集共识，反应及建议社员需求、提出产品需求与建议，最后经理事会提交社代会决议后，再回到站营运委员会执行。这样，由社员所决定的目标，又回到社会的生活来落实。这就是合作社里最基础的民主参与，但知易行难，生活消费合作社的社员们仍需努力。

（据云南绿耕城乡互助社据云南绿耕城乡互助社）



主妇联盟倡导食品来源的自然性，提倡家庭成员共同了解食物与大自然的紧密关系