

引用格式:朱新华,李雪琳.生态产品价值实现模式及形成机理:基于多类型样本的对比分析[J].资源科学,2022,44(11):2303-2314. [Zhu X H, Li X L. Value realization models of ecological products and their formation mechanism: Comparative analysis based on multiple types of samples[J]. Resources Science, 2022, 44(11): 2303-2314.] DOI: 10.18402/resci.2022.11.11

生态产品价值实现模式及形成机理 ——基于多类型样本的对比分析

朱新华,李雪琳

(河海大学公共管理学院,南京 211100)

摘 要:解析生态产品价值实现模式的形成机理是贯彻落实生态文明建设理念的重要议题。现有研究对生态产品价值实现模式的探讨主要集中在类型划分与个案研究,对其模式形成机理的考察缺乏整体性的分析框架。本文以物品的排他性和竞争性为依据,归纳了生态产品价值实现的4种基本模式,并结合4个典型案例进行验证,在此基础上从生态资源禀赋、制度环境和参与主体维度阐释了生态产品价值实现模式的形成机理。研究发现:①以排他性和竞争性为主线,生态产品可划分为纯公共生态产品、公共资源产品、生态俱乐部产品和私人生态产品,生态产品的不同属性意味着其价值实现模式的差异性;②不同地区的生态系统特征影响生态资源的利用方式,政治、市场、文化等制度环境的差异性影响生态产品供给的过程与结果,参与主体的类型以及各自的能力与意愿影响生态产品价值实现方式的选择,三者共同驱动着生态产品价值实现差异化模式的形成;③一种生态产品可能同时采用多种价值实现模式,随着技术与制度的创新,生态产品属性的变化会带来价值实现模式的相应调整。为了促进“绿水青山”向“金山银山”的转化,需要从生态资源保护与挖掘、制度环境优化、多元主体参与等方面着手实现生态产品价值。

关键词:生态产品;价值实现;模式;公共物品;形成机理

DOI: 10.18402/resci.2022.11.11

1 引言

“绿水青山就是金山银山”理论深刻阐释了经济发展与环境保护之间的辩证关系。经过多年的理论与实践探索,“两山论”已经成为新时代美丽中国建设的理论依据与思想指引^[1]。各地生态产品价值实现的实践在如火如荼地进行,初步形成了诸如多主体参与的“丽水实践”^[2]、三江源“生态补偿”实践^[3]等地方经验。2021年4月中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于建立健全生态产品价值实现机制的意见》从生态产品调查监测、价值评价、经营开发、保护补偿、保障与推进机制等方面,构建了“两山”转化的制度体系,标志着建立健全生态产品价值实现机制从地方经验向国家政策的跃升。鉴

于此,在生态文明与美丽中国建设背景下破解经济进步与生态保护之间的发展矛盾,探索生态产品价值实现的实践与理论问题迫在眉睫。

作为融合生态学、地理学、资源环境、经济管理等多学科的研究领域与前沿议题,生态产品价值实现研究在概念界定、价值核算方法、生态产品价值实现路径^[4]等领域已涌现大量成果。然而在生态产品价值实现的制度化互动模式方面,虽然学者根据国内外实践案例归纳出了生态保护补偿、生态指标配额交易、绿色金融等模式,但对于生态产品价值实现模式的探讨多侧重于类型划分或个案研究,对其模式形成的内在机理缺乏较为深入的分析。那么究竟如何实现生态产品价值?可进一步将该问

收稿日期:2022-09-20;修订日期:2022-10-30

基金项目:国家社会科学基金重大项目(21&ZD183)。

作者简介:朱新华,男,江苏泰兴人,教授,研究方向为资源经济与政策。E-mail: zhxx_84122@126.com

题分解为两个关键问题:生态产品价值实现呈现出哪些基本模式?不同区域为何会出现差异化的生态产品价值实现模式?为了回答上述关键问题,本文通过借鉴国内外关于生态产品的研究成果,从竞争性与排他性两个维度,将生态产品价值实现模式进行归纳与分类,并基于实践进行描述,选择典型案例解释生态产品价值实现的不同模式;然后以理论检视实践,综合公共物品有关理论与观点阐释影响生态产品价值实现模式选择的因素,并据此揭示不同生态产品价值实现模式的形成机理,以期生态产品供给能力的提升与生态产品价值的转化提供理论借鉴与实践指导。

2 文献回顾与理论框架构建

2.1 文献回顾

与国际广泛使用的“Ecosystem Services”这一相似术语相比,“生态产品”是更具有中国特色的概念表达^[5],其价值的转化需要构建正式的制度化的实现模式。所谓生态产品价值实现模式,是指多主体在生态产品价值转化过程中所形成的制度化的权力安排和特定行为方式。学者们依据不同标准对生态产品价值实现的模式进行了划分:一是政府主导、市场主导与社会主导型^[6,7]。其优点是强调了生态产品价值实现过程中的主体属性,有助于强化主体对于经济发展与生态保护的责任意识,但是却容易忽视主体间的互动机制与合作治理。二是生态保护补偿、生态权属交易、生态产业开发、绿色金融支持、区域协同发展型等^[8,9],此种分类较为细化与具体,增强了生态产品价值实现的可操作性,但是不同模式之间可能存在交叉混合,缺乏明显的界限。三是公共型生态产品、混合型生态产品、经营型生态产品^[10],该种模式类型划分以生态产品性质为基础构建不同生态产品价值转化的路径,科学细致且应用较广,但是对于不同模式的运行机制缺乏系统阐述,难以形成可复制推广的生态产品价值转化经验。

综上,学者们分别从参与主体、发展环境以及生态产品属性的角度对生态产品价值实现模式进行划分。然而,仅关注其中一点不足以全面解释生态产品价值实现的过程,缺乏整体性的分析框架对生态产品价值实现模式进行探讨,以及缺乏在统一

框架指导下的差异化模式探析。基于此,本文综合既有研究成果,认为生态产品价值实现模式的划分与形成不仅与生产主体有关,同时也受生产环境以及生态产品自身属性的深刻影响,应对三者进行综合以全面考察生态产品价值实现模式的形成逻辑。

2.2 生态产品价值实现模式的理论框架构建

首先,公共物品理论认为,与私人物品相对的公共物品具有显著的非排他性或非竞争性特征,其中具有非排他性和非竞争性的物品为纯公共物品^[11],使用上可以排他但消费上非竞争的物品为俱乐部物品^[12],而使用上具有非排他性而消费上具有竞争性的物品为公共池塘资源^[13],多数生态产品具备上述各类公共物品的经济特征。其次,在讨论生态产品的分类时,除了涉及公共物品外,学者们依据能够对产品供给模式产生影响的消费属性,认为具有排他性和竞争性的私人生态产品也是重点研究领域^[14,15]。综合公共物品理论和产品消费属性研究成果,本文基于排他与竞争原则,将生态产品划分为纯公共生态产品、公共资源产品、生态俱乐部产品和私人生态产品,以此探讨生态产品价值实现的多样化模式。同时,借鉴外部性理论、产权理论、新制度经济学等,研究认为生态资源、制度环境和主体特征及其相互作用与生态产品价值实现密切相关,体现生产主体、生产客体以及外部环境的统一,能够揭示生态产品价值实现模式的差异性。

(1)生态资源的类型、多寡、价值、流动性等禀赋差异给生态产品价值实现带来多样性特征。生态资源作为能够为人类提供具有生态系统服务和生态承载能力的各类自然资源、自然环境及生态系统^[16],是生态产品价值实现的环境基础和产业发展支撑。山水林田湖草等生态资源在地理空间分布上的不均衡性,给不同地段带来了差异化的发展潜力。在自然资源较为丰裕的地区,例如中国东北地区具有丰富的森林、冰雪等自然资源,为实现“冰天雪地”向“金山银山”的转化提供了丰富的生态资源本底;在生态资源产权难以界定的地区,需要探索以生态补偿为主的多元化生态产品价值实现路径;在过度开发导致生态系统超负荷运转的地区,由于自然生态资本消耗加剧、环境遭到破坏和污染,进行生态修复、保护自然环境是这类地区实现生态产

2022年11月

品价值转化的优选方案;在生物多样性丰裕但生态较为敏感脆弱的地区,要求首先承担生态功能区角色,适宜通过产权交易等经济开发模式提升该区域生态产品供给能力。以上生态资源空间分布的不均衡性要求执行差别化的生态产品价值实现方式,宜林则林,宜牧则牧。

(2)制度环境如政治理念、市场发育程度与文化环境影响生态产品价值转化的过程与结果。制度相关理论认为政治强制性、经济规范性、文化认知性是制度存在的基础^[17],对治理模式的选择产生基础性影响。一是在政治因素方面,国家政治理念作为地方政府的行动规则直接影响着各地区的政策执行^[18]。国家生态文明建设理念在地方得到的强化程度以及地方对政治理念的理解深度,深刻影响着地方探索生态产品价值实现的模式。二是在市场发育程度方面,有学者指出,生态产品价值实现是“两山”转化的市场化途径^[19]。基于市场化运作,生态环境能够作为经济体系核心生产要素被纳入到社会生产全过程,由经济发展的外生变量转变为内生动力。市场发育程度越高,生态产权交易体系就越完善,产权主体的界定以及主体权利、责任与义务之间更能明确统一,利于社会资本的投入以及降低交易成本,激发市场主体持续提供优质生态产品。三是在文化环境方面,包含价值规范与行为准则的生态文化能够激励社会形成内心认同的生态理性和价值观,进而激发其尊重与保护自然的环境行为^[20]。如果社会对于生态文化的认同度越高,社会各主体参与生态产品供给的积极性就越强,意味着生态产品价值就越能得到显化。

(3)参与主体的特征影响着生态产品价值转化的方式选择。生态产品价值实现涉及运用市场与非市场手段的制度供给来调节环境、经济利益分配关系的机制复合体^[21],其基本要件主要包括主体类型、角色定位与参与方式^[22]。一是主体类型。生态产品价值显化发生在不同的地理空间尺度内,涉及政府、企业、社会组织、家庭以及个人等多元行为主体,不同主体迥异的行动方式以及主体间的互动机制形塑着生态产品价值实现的多样化模式,诸如市场化或政府主导模式。二是角色差异。生态产品价值实现中利益相关者权力和地位的差异决定了

多元行为体角色定位的不同。政府在生态产品价值实现中主要扮演政策制定者、经济规制者以及行为监督者的角色,企业主要扮演生产者角色,社会组织是生态产品价值转化的配合参与者,居民个人则是生态产品的消费主体和享受者,也是生态环境治理的重要参与者^[23]。三是参与方式。政府作为生态产品价值实现的主导者,其能力越强,则越有可能采用生态补偿、规制等强制性生态产品供给方式;企业参与生态产品价值实现具有降低交易成本、资源分配灵活以及激励持续创新的优势^[24]。企业参与意愿越强,则越有可能采取生态产业经营、产权交易等生态产品产业化、货币化方式;社会组织等社会主体可凭借其专业性、自发性优势,通过设立生态公益基金、自组织支付等志愿方式供给受益范围较小的生态产品。

综上所述,基于排他性和竞争性两个维度,本文将归纳出的4类生态产品价值实现模式作为基础分析框架,并嵌入由生态资源、制度环境和参与主体要素所构成的影响因素,最终凝练出生态产品价值实现模式的理论分析框架,如图1所示。

3 案例解构:多类型样本的对比分析

为验证前文构建的生态产品价值实现模式分析框架,参考2020年以来自然资源部为发挥典型案

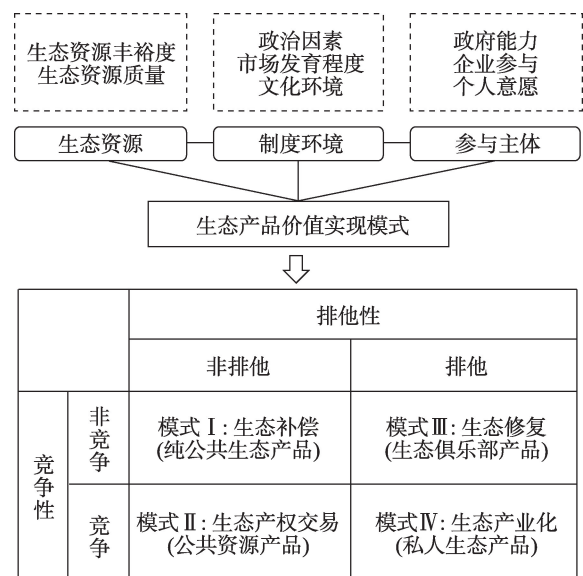


图1 生态产品价值实现模式的理论分析框架

Figure 1 Theoretical framework of the model of value realization of ecological products

例示范作用和指导意义而发布的三批《生态产品价值实现典型案例》,选取4个具有典型性的地方实践作为本文的案例样本(表1)。案例选择理由如下:一是案例所在区域包括中国东部沿海、中部以及西部内陆地区,覆盖面积广;二是4个案例在生态资源特征、市场发育程度以及主体参与状况等方面呈现出差异性,可从中探寻生态产品价值实现模式的特征和形成逻辑,符合本文的研究主题;三是所选案例的政府公开文件、新闻报道以及学术文献较完整,便于二手资料的搜集,可确保案例研究的可信度。

3.1 生态补偿模式:湖北鄂州市自然资源资产负债表编制

湖北省鄂州市地处长江中游,境内湖泊133个,水域面积达4.97万hm²,河湖纵横分布,湿地资源丰富。由于受拦河筑坝、过度捕捞、钢铁等重工业污水直排、养殖业化肥大量投放等因素影响,市域内土壤与湖泊水质逐渐恶化,野生鱼类逐年减少。为贯彻落实生态文明建设理念,2016年3月湖北省省委决定在全省全面开展自然资源资产负债表编制和领导干部自然资源资产离任审计工作,鄂州市被

纳入了首批试点城市之一。鄂州市政府决定以此为契机,通过实施生态价值工程以修复失衡的人湖关系。首先是定量统计自然资源资产。通过自然资源调查与确权登记,摸清自然资源权属、边界、面积、数量、质量等家底,为编制自然资源资产负债表奠定数据基础。其次是计量生态价值。运用包含植被丰茂度、各区水质、降水量等因素的当量因子法,分区计算涵盖水流、森林、湿地、耕地、大气五大重点生态领域的货币价值总量,并按照各区生态服务溢出价值进行跨区域的生态补偿测算。最后是生态价值应用。按照“谁污染谁补偿”“谁保护谁受益”的权责利相一致原则,建立各区间横向生态保护补偿机制,先期采取部分支付与财政补贴相结合的方式,循序渐进实现生态产品价值显化。同时将生态服务价值指标作为领导干部年度、任职考核的重要依据,建立生态产品价值实现的长效激励机制。

湖北鄂州市自然资源资产负债表编制案例属于生态产品价值实现的生态补偿模式(图2)。能够提供清新空气、净化污染物、调节气候的生态系统服务等产品存在溢出效应,难以将无偿享受生态系

表1 生态产品价值实现案例的特征分析

Table 1 Characteristic analysis of ecological product value realization cases

案例	地区分布	生态资源类型	市场发育程度	主体参与
案例Ⅰ:湖北鄂州市自然资源资产负债表编制	中部地区	湿地资源	较弱	政府主导
案例Ⅱ:福建省三明市林权改革和碳汇交易	东南沿海地区	森林富足	中等	政府主导市场参与
案例Ⅲ:山东威海市华夏城景区矿坑修复与旅游开发	东部地区	矿坑修复	中等	政府主导市场参与
案例Ⅳ:宁夏回族自治区银川市贺兰县“稻渔空间”	西北地区	农业种植	较强	市场主导

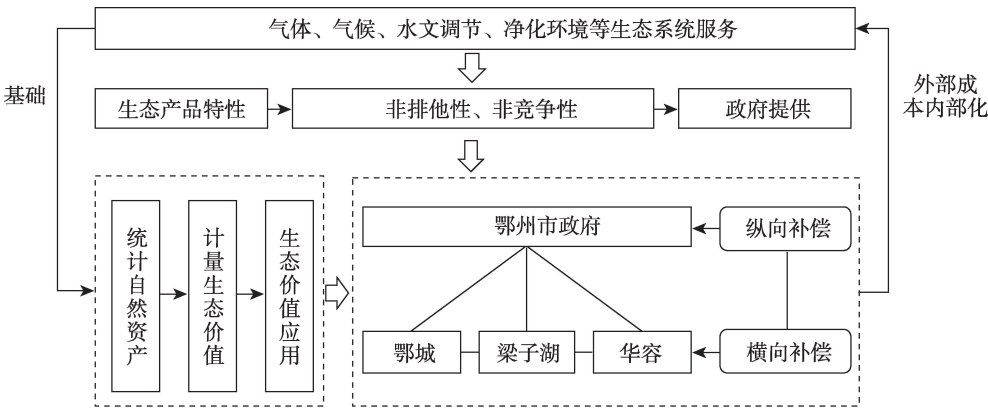


图2 湖北鄂州市自然资源资产负债表编制案例

Figure 2 A case of the compilation of the balance sheet of natural resources in Ezhou, Hubei Province

2022年11月

统服务的某个个人或组织排除在外,同时个人消费生态系统服务提供的洁净空气等不会影响其他人对这类公共产品的消费,因此属于纯公共生态产品。由于纯公共产品消费者的界定较为困难,同时消费者的个体偏好和支付意愿也存在差异^[25],消费者付费困难导致生产者无力提供此类生态产品,因此需要依赖政府来为纯公共生态产品付费。生态补偿就是较好的政府付费方式,其本质是对生态保护区内的政府、企业和个人因经济发展活动受限而丧失的利益进行补偿。在鄂州市自然资源资产负债表编制案例中,政府主要依靠横向和纵向生态补偿来提供生态产品。其中,纵向补偿指的是政府通过财政转移支付的方式出资支持生态保护主体提供生态服务;横向补偿指的是通过制定生态补偿协议,受益方向保护方支付补偿资金的跨区域补偿方式,它是多主体协同开展环境治理活动的制度安排^[26]。政府通过生态保护补偿模式实现生态产品外部性的内部化,鼓励生态公共产品的持续供给。

3.2 产权交易模式:福建三明市林权改革和碳汇交易

作为中国南方重要的集体林区,福建省三明市的森林覆盖率达78.73%,蕴涵着较高的生态与经济价值。为了充分发挥森林资源优势,三明市在推进集体林权制度改革的基础上,采用“林票”与“碳票”相结合的方式创造生态产品的交易需求,通过

市场交易实现其价值。首先是建立产权明晰的林权制度。通过林权权籍勘验、纠纷解决与信息登记,形成林地集体所有权明确、农户承包权落实到位、林地经营权进一步放活的产权制度体系,为林地经营与收益分配提供制度保障。其次是以林票激活林农活力。为解决林农经营力量弱小所带来的造林成活率低问题,三明市制定了《林票管理办法》,对现有林采用出让经营、委托经营、合资造林、林地入股模式,由国有林业企事业单位按村集体或个人占有的股权份额制发林票。作为股权凭证的林票被赋予交易、质押、兑现等权能,实现了资源资产化与林农股东化。再次是以碳票实现森林固碳价值。三明市采用森林年净固碳量方法作为衡量森林碳汇能力的基础,对符合条件的林业碳汇量签发林业碳票,各社会主体可通过购买林业碳票以抵消其碳排放量,同时依托金融机构开发碳资产质押融资等绿色金融产品,有效盘活林业资源资产。

福建省三明市林权改革和碳汇交易案例属于生态产品价值实现的生态资源产权交易模式(图3)。森林、公共渔场、草场等自然资源分布范围广泛且具有公共属性,人们可以共同享用整个资源系统,难以对单个人对资源的开发活动进行有效排他,同时资源的有限性使得部分人的使用会对其他人带来外部效应,因而具有竞争性。排他困难和竞争属性使这类资源成为生态公共资源。由于资源

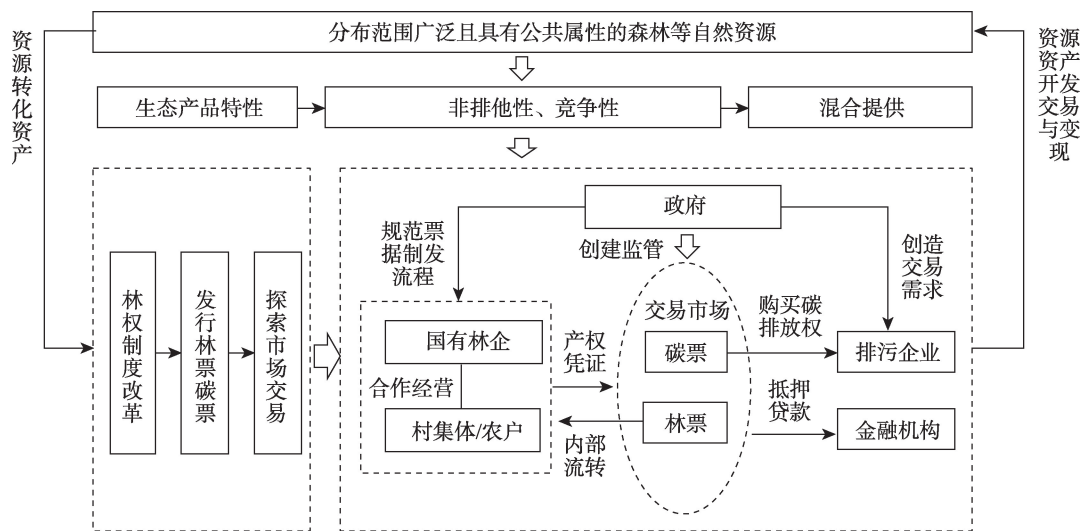


图3 福建三明市林权改革和碳汇交易案例

Figure 3 A case of forest rights reform and carbon sink trading in Sanming, Fujian Province

本身具有非排他性,对生态公共资源的使用容易出现搭便车情况,从而造成产品供给不足与消费过量。因此,可通过将公共林地等公共资源的生产经营决策权分配给特定组织或个体,以产权制度激励组织或农户供给生态产品的积极性^[27]。福建省三明市林权改革和碳汇交易案例中,在合理界定产权的基础上,体现股权收益的林票和体现碳减排量收益权的碳票激发了村集体和农户进行林地经营与维护的活力,同时通过政府管控以创造碳排放权交易需求以及完善产权交易市场,将难以量化评估的森林资源转化为可交易的“林票”“碳票”,从而打通生态资源向经济效益转变的渠道。

3.3 生态修复模式:山东威海市华夏城景区矿坑修复与旅游开发

山东省威海市华夏城景区位于里口山脉南端的龙山区域,曾经植被覆盖率较高,生态环境良好。20世纪50年代以来养蚕业的发展与建筑石材开采导致该地区植被遭毁坏、水土流失等问题严重。2003年威海市政府确立“生态威海”发展战略,采用政企合作的方式,引入有修复意愿与能力的企业承担起龙山区域生态修复治理工作。首先是明晰产权主体。驻区企业通过公开竞争与资金投入的方式获取采矿区的特许经营权与国有建设用地使用权,为后续生态修复和景区开发奠定了产权基础。其次是开展生态修复。根据山体受损情况分类开展矿坑生态修复工作,采取土方回填、栽植树木等多样修复手段,在恢复受损山体的同时,也增加了植被、水源、野生动物等生物多样性。最后是

发展文旅产业。为了维护已恢复的绿水青山,驻区企业依托修复后的自然生态系统打造宣传教育基地、生态文明展馆等多样态的文化旅游产品,形成了集生态教育、生态景观、休闲康养等于一体的国家5A级生态文化旅游综合体项目。华夏城景区良好的生态环境吸引了千万游客前来观赏,在获取了巨额门票及相关收入的同时,带动了周边地区人员就业与配套服务产业的繁荣,以及周边区域的土地增值,有效实现了生态产品价值的外溢。

山东省威海市华夏城景区矿坑修复与旅游开发案例属于生态修复模式(图4)。以生态环境为依托,涵盖自然风光、人文景观、文物遗迹等要素的各类景区和旅游设施,在为一定范围内的居民和游客提供观赏和文化服务时其产品具有非竞争性,并且较容易通过收费的方式阻止不付费者进入,确保了对生态景区的消费不出现拥挤以及保护自然生态系统。限定范围内的非竞争性与较强的排他性使自然景区等生态产品成为俱乐部产品。这类产品的排他性特征使其较容易形成产品市场,但是属于全民和集体所有的公共景区资源的产权却不明晰^[28],因此政府凭借市场化的政策工具,通过产权激励的方式赋予私人企业特许经营权,在明确经营者的权利、责任和义务的前提下可以有效促使企业参与提供生态产品的积极性。在威海市华夏城景区矿坑修复与旅游开发案例中,由于生态资源被严重破坏,因此在进行市场化开发经营之前,威海市政府通过与私人企业签订制度规范的办法,赋予企业在境内采矿区的特许经营权,引导其在生态系统修复

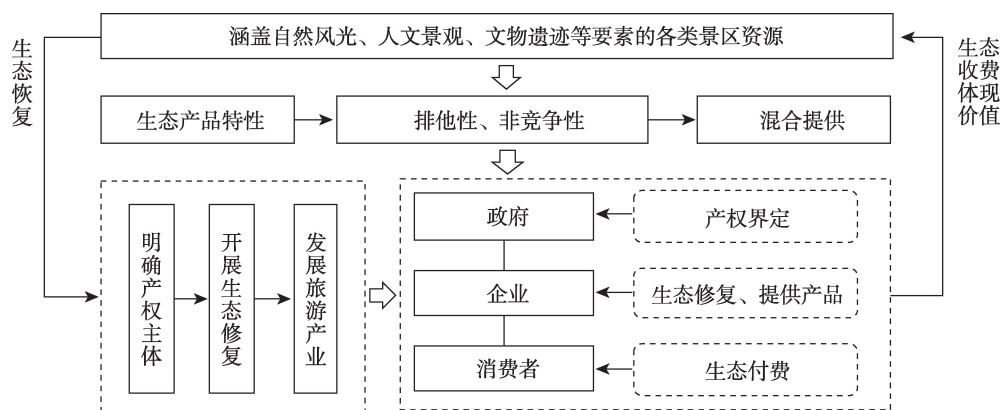


图4 山东威海市华夏城景区矿坑修复与旅游开发案例

Figure 4 A case of mine pit restoration and tourism development in Huaxiacheng Scenic Area, Weihai, Shandong Province

2022年11月

的基础上保障生态产品的存量供给。企业依托良好的生态环境打造特色文化旅游景区,利用排他性优势使消费者为之付费,生态产品的经济价值直接体现在门票、会员费等收费项目中,长远价值则体现在自然环境的持续良好、周边土地的溢价、就业带动与基础设施的完善上,最终实现生态效益、经济效益与社会效益的有效统一。

3.4 生态产业化模式:宁夏回族自治区银川市贺兰县“稻渔空间”

贺兰县四十里店村地处宁夏北部,东临黄河,为稻田种植提供了充足灌溉水源。然而该村一直沿袭传统农耕农作模式,农业基础配套设施十分薄弱,且土壤盐渍化严重,导致稻米产量品质欠佳,全村整体收入长期处于较低水平。2011年以来,宁夏市政府出台《关于加快建设有机大米生产基地的意见》等一系列文件扶持水稻种植产业发展,构建了“政府+公司+合作社+农户”多元合作的产业经营模式,实现经济效益与生态效益的双赢。首先是土地资源整合与提质。为了实现土地集约化生产,驻村企业通过土地流转的方式将农户手中零散的土地进行整合,并且通过技术手段提高土壤品质,为机械化作业奠定土地规模与质量基础。其次是生产要素投入与产业融合。通过建设高标准稻田、鱼池等新型农业设施,形成“稻-鱼-蟹-鸭”立体种养模式,化肥农药使用减量提升了大米等农副产品“一产”品质,稻米的深加工促进了米汁、米醋等特色产

品“二产”发展,以稻渔共养区为载体打造的稻渔空间生态休闲观光园实现生态农工旅“三产”繁荣。再次是建立收益共享机制。由村集体、驻村公司联合成立合作社,吸引农户以土地承包经营权入股,农户在获得土地流转收益的基础上,可获得景区门票收入等二次分红,从而形成利益共享、风险共担的紧密共同体。

宁夏回族自治区银川市贺兰县“稻渔空间”案例属于生态产品价值实现的生态产业化模式(图5)。该模式突出体现在实现了农业自然资源的价值转化^[29],其运行方式可描述为:充分利用水源、土壤等自然生态系统中的资源要素开展生态农业生产活动,并以农作物为基础进行加工、销售等产业活动,同时以优美生态环境为基底,凭借交通、食宿等基础设施的完善发展生态文化旅游业。在这一过程中,以第一产业为基础且融合一二三产业所生产出来的生态产品,其产权较明确且属于私人,能够有效排除不付费者消费该产品,同时每增加一个单位的供给总会增加一定的成本。具有排他和竞争的特性使这类生态产品成为生态私人产品,能够有效激发市场主体主动提供的积极性,因此这类生态产品主要通过市场直接交易实现其价值。这种模式的关键在于打通生产、流通、消费环节的堵点,利用人力资本、技术赋能、品牌塑造等新要素实现增值^[30]。在贺兰县“稻渔空间”案例中,通过土地流转与带动农民就业,实现了农户由体力劳动者向人

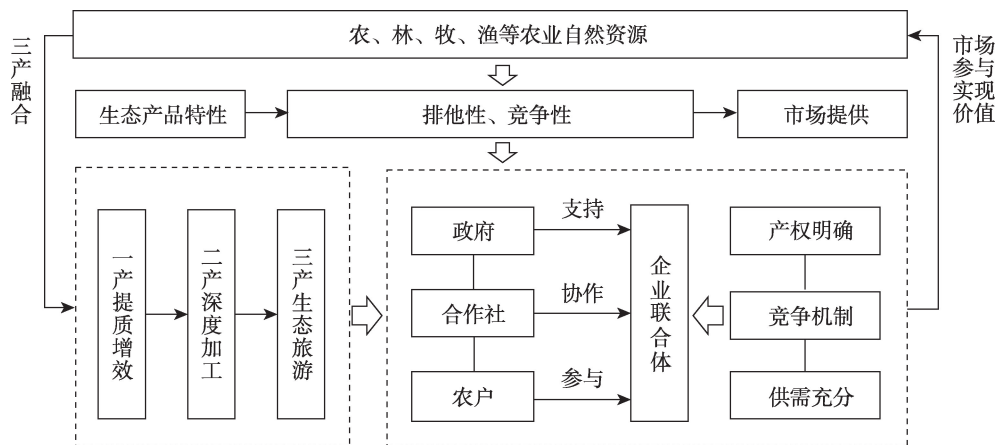


图5 宁夏回族自治区银川市贺兰县“稻渔空间”案例

Figure 5 A case of “Rice-Fishing Space” in Helan County, Yinchuan, Ningxia Hui Autonomous Region

力资本的转化;借助“互联网+”技术实现产品全产业链溯源与完善的产销体系;通过绿色产品认证与打造名牌产品,提升了生态产品知名度与促进绿色消费,最终实现生态产品价值的有效转化。

4 生态产品价值实现模式的形成机理

实现生态产品价值转化是“两山”理论所蕴含的应有之意,体现人们对于美好生态环境的热切盼望。上述案例对比分析结果可见,生态资源、制度环境与参与主体等要素共同驱动着生态产品价值实现多元模式的形成(图6)。

首先,行政责任驱动和生态文化认同的制度环境成为4类模式的共同影响因素。在中央对环境保护日益重视的背景下,党的十八大提出的生态文明建设理念为地方带来政治批示与监督,环境保护的政治任务与绩效考核激励机制引导地方把“生态优先”的理念放在首位,依据区域发展实际开展生态优势转化为经济优势的路径探索;同时随着生态文明理念逐渐深入人心,人民群众对于美好生态环境与生态产品的需求不断增强,最终致使地方政府有

关生态产品价值转化行为的产生。

其次,不同区域的自然资源禀赋特征是构成差异化生态产品价值实现模式的基础前提。当生态资源禀赋状况较好时,可充分利用自然资源所蕴藏的经济、文化、生态等价值,在保护环境的基础上提高生态产品供给能力。此时,若生态资源的产权较难以确认,例如清新空气等具有受益上的非排他性和消费上的非竞争性特征,政府若具有强有力的管理能力,其就可凭借行政权力和管制手段建立多元化的生态补偿机制,对提供纯公共生态产品的个人或单位所产生的成本进行经济补贴等纵向补偿,并按照“谁受益谁补偿”原则要求生态受益者横向补偿生态保护者,由此形成了生态补偿模式(模式I);若生态资源的产权较容易确认,即将具有竞争性但非排他的公共资源的产权明确分配给特定单位或个人,就能调动获得承包经营权的主体保护自然资源并进行生态产品供给的积极性,此时政府与企业、个人展开合作共同提供生态产品:一方面政府较强的改革与环保意识促使其提供政策支持,另

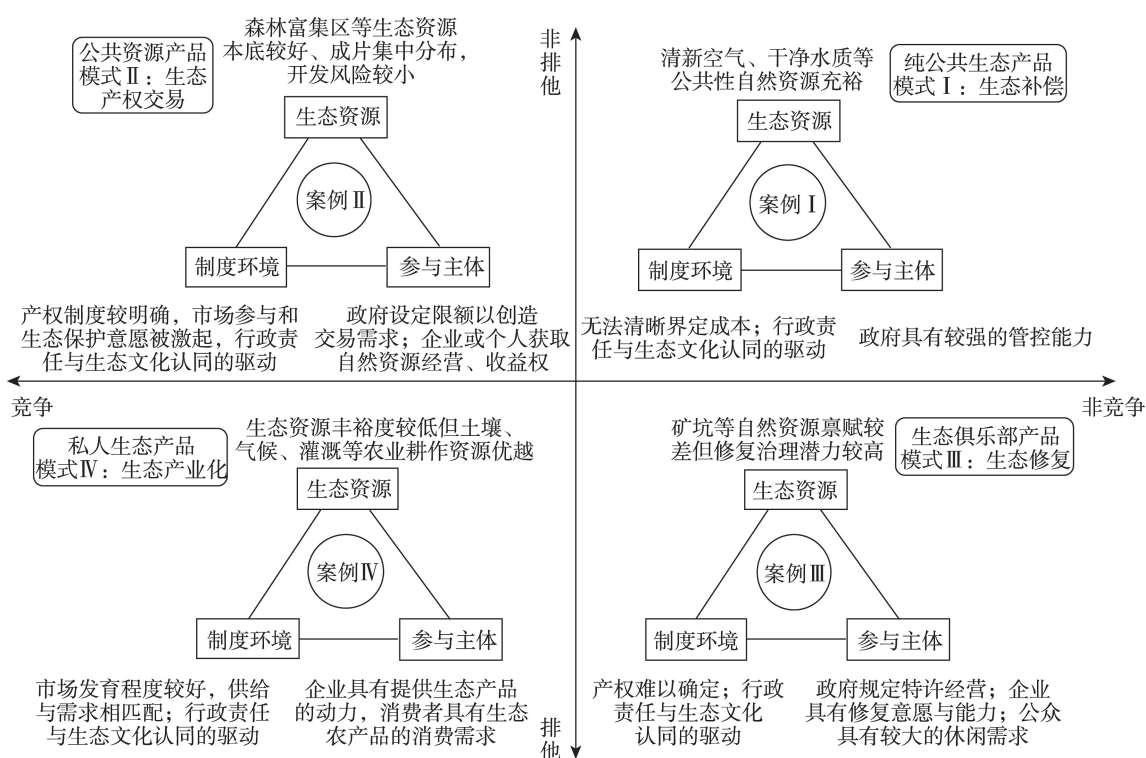


图6 生态产品价值实现模式的形成机理

Figure 6 Formation mechanism of the models of value realization of ecological products

2022年11月

一方面企业与个体负责资金筹集、生产经营活动,并依据政府制定的交易规则开展产权交易活动,最终形成了生态资源产权交易模式(模式Ⅱ)。当生态资源本底状况较差时,难以依赖资源优势直接供给生态产品,此时就需要通过生态修复或土地整治等行为,在治理生态环境的基础上开展生态旅游、特色农产品生产活动。面对因长期过度开采导致的矿坑塌陷等自然资源遭破坏现象,政府专业性不足的特征导致其无力直接进行生态修复活动,因此建立政府主导、企业等多主体参与的环境治理体系就成为增强环境主体履行责任、修复生态环境的必要途径^[31]。企业在生态修复完成后可凭借产权的明晰化,利用生态俱乐部产品的排他性特征进行合理收费和商业活动,实现生态产品的价值提升,此时便形成生态修复模式(模式Ⅲ);虽然与森林、湖泊等资源富集区相比,传统农业耕作地区的生态资源丰富裕度较低,但其具有盛产特色优质生态农产品的潜力以及消费者对于生态农产品日益旺盛的需求。私人企业通过土地流转等活动合理获取自然系统内生态资源的经营权属,使生态农产品的生产具有排他性和竞争性特征,从而为实现规模化、集约化农业经营创造动力,同时良好的市场机制打通了生产、流通、消费环节的堵点,最终形成生态产品价值实现的生态产业化模式(模式Ⅳ)。

再次,需要说明的是,4种生态产品价值实现模式之间无明确的界限,某一种生态产品可能同时采用多种价值实现模式,并不存在一成不变的实现模式。例如,在生态修复模式中,地方除了开展景区开发等旅游活动,可充分利用复原的生态资源所蕴含的生态、美学、文化等价值,进一步发展生态居住、医疗、商业办公等现代服务产业,形成生态产业化发展模式;针对森林等公共资源提供的生态产品,在通过产权明晰化,建立产权交易市场的同时,也可以发展森林旅游、生态康养等产业,直接在市场上进行交易。因此,地方可根据实际情况灵活选择与调适模式类型,同时鼓励地方探索生态产品价值转化的创新路径。

5 结论与建议

5.1 结论

以排他性和竞争性为主线,本文提出了生态产

品价值实现模式的理论分析框架,划分了4类生态产品价值实现模式。在框架构建的基础上,选取地方生态产品价值实现的典型案例进行描述,借助案例揭示差异化模式的形成机理,初步验证了生态产品价值实现模式的分析框架。基本结论如下:

(1)生态产品价值的转化需要构建制度化的实现模式,产品的不同属性影响其价值实现模式的差异性。依据排他性和竞争性属性,生态产品可分为能够提供清新空气的生态系统服务等产品的纯公共生态产品、森林等资源分布范围广泛且具有公共属性的公共资源产品、景区资源等生态俱乐部产品以及农业资源等私人生态产品,分别构成了生态产品价值实现的生态补偿模式、产权交易模式、生态修复模式和生态产业化模式。

(2)生态资源禀赋、制度环境和参与主体三要素揭示了生态产品价值实现模式的形成机理。纯公共生态产品的非排他与非竞争属性使其无法清晰界定生产成本,促使政府凭借管制能力开展生态补偿活动;公共资源产品的产权明晰后,激发企业与农户开展产权交易活动;生态俱乐部产品的排他性能够使消费者为之付费,激励企业在与政府合作修复景区环境的基础上进行商业化经营;私人生态产品的产权较明确,主要开展以市场为主导的产业化经营活动。

(3)不存在一成不变的生态产品价值实现模式,多种模式之间存在一定的交叉融合。生态产品形态的多样化以及消费需求的差异化,使得同一产品可能同时采用多种模式,例如森林资源可用于产权交易与产业化经营。此外,随着技术的进步和制度的创新,生态产品的物品属性可能发生变化,如荒山开发导致的私人经营,产权的明晰化为生态产品的市场交易提供了条件,因此各地区要结合实际对生态产品价值实现模式进行灵活调整。

5.2 建议

基于以上结论,对生态产品价值实现模式的构建提出建议:

(1)精准识别自然资源禀赋条件。在生态资源本底状况较好的区域,尽快摸清山水林田湖草等生态资源底数,构建全面的生态产品价值评估体系,采用生态补偿、产权交易等多样化的转化方式实现

生态产品价值提升;在资源禀赋状况较差或生态脆弱区,要以保护生态环境为首要前提,在生态修复或土地整治的基础上凭借差异化的资源优势,提升生态资源质量和生态产品可持续供给能力。

(2)改善制度环境和交易市场。多案例研究表明,明晰产权是生态产品交易并实现其价值的基础前提。因此要在摸清家底的基础上开展自然资源资产确权登记工作,明确国家所有、集体所有以及集体所有内部间的界限,探索所有权与经营权分离、使用权出让、出租、抵押和入股等自然资源资产管理路径以及自然资源有偿使用制度,为排污权、碳排放权、用水权等产权交易行为的市场化运作创造有力条件。

(3)建立多元主体参与机制。要正确定位政府职能,明确其在生态产品价值实现全过程中的市场规制与培育者、产权界定者角色,引导企业投入生产要素实现一二三产业融合发展,建立农户等个体提供生态产品的利益联结机制。通过识别并改善生态资源条件、完善制度供给和促进多元参与,最终形成“政府主导、企业和社会各界参与、市场化运作、可持续的”生态产品价值实现路径。

参考文献(References):

- [1] 郝兆印,王成新,白铭月,等.“两山论”:人地关系理论的中国实践与时代升华[J]. 中国人口·资源与环境, 2022, 32(3): 136-144. [Hao Z Y, Wang C X, Bai M Y, et al. “Two Mountains” theory: Chinese practice and promotion of the theories about human-environment relationship[J]. China Population, Resources and Environment, 2022, 32(3): 136-144.]
- [2] 丘水林. 多元化生态产品价值实现: 政府角色定位与行为边界: 基于“丽水模式”的典型分析[J]. 理论月刊, 2021, (8): 77-85. [Qiu S L. Value realization of diversified ecological goods: Role orientation and behavior boundary of government: Typical analysis based on “Lishui Mode”[J]. Theory Monthly, 2021, (8): 77-85.]
- [3] 蒋凡,秦涛,田治威. 生态脆弱地区生态产品价值实现研究: 以三江源生态补偿为例[J]. 青海社会科学, 2020, (2): 99-104. [Jiang F, Qin T, Tian Z W. Research on the realization of ecological products value in ecologically fragile areas: Taking ecological compensation for Three Rivers Source region as example[J]. Qinghai Social Sciences, 2020, (2): 99-104.]
- [4] 靳诚,陆玉麒. 我国生态产品价值实现研究的回顾与展望[J]. 经济地理, 2021, 41(10): 207-213. [Jin C, Lu Y L. Review and prospect of research on value realization of ecological products in China[J]. Economic Geography, 2021, 41(10): 207-213.]
- [5] 李燕,程胜龙,黄静,等. 生态产品价值实现研究现状与展望: 基于文献计量分析[J]. 林业经济, 2021, 43(9): 75-85. [Li Y, Cheng S L, Huang J, et al. The present situation and prospect of research on ecological product value realization: Based on bibliometric analysis[J]. Forestry Economics, 2021, 43(9): 75-85.]
- [6] 丘水林,靳乐山. 生态产品价值实现: 理论基础、基本逻辑与主要模式[J]. 农业经济, 2021, (4): 106-108. [Qiu S L, Jin L S. Value realization of ecological products: Theoretical basis, basic logic and main mode[J]. Agricultural Economy, 2021, (4): 106-108.]
- [7] 秦国伟,董玮,宋马林. 生态产品价值实现的理论意蕴、机制构成与路径选择[J]. 中国环境管理, 2022, 14(2): 70-75. [Qin G W, Dong W, Song M L. Theoretical implication, mechanism composition and path selection of ecological product value realization[J]. Chinese Journal of Environmental Management, 2022, 14(2): 70-75.]
- [8] 刘伯恩. 生态产品价值实现机制的内涵、分类与制度框架[J]. 环境保护, 2020, 48(13): 49-52. [Liu B E. The connotation, classification and institutional framework of value realization mechanism of ecological products[J]. Environmental Protection, 2020, 48(13): 49-52.]
- [9] 张林波,虞慧怡,郝超志,等. 国内外生态产品价值实现的实践模式与路径[J]. 环境科学研究, 2021, 34(6): 1407-1416. [Zhang L B, Yu H Y, Hao C Z, et al. Practice model and path of ecosystem product value realization[J]. Research of Environmental Sciences, 2021, 34(6): 1407-1416.]
- [10] 王金南,王志凯,刘桂环,等. 生态产品第四产业理论与发展框架研究[J]. 中国环境管理, 2021, 13(4): 5-13. [Wang J N, Wang Z K, Liu G H, et al. A framework research of theory and its practice of the fourth industry of ecological products[J]. Chinese Journal of Environmental Management, 2021, 13(4): 5-13.]
- [11] Samuelson P A. The pure theory of public expenditure[J]. The Review of Economics and Statistics, 1954, 36(4): 387-389.
- [12] Buchanan J M. An economic theory of clubs[J]. Economica, 1965, 32(125): 1-14.
- [13] 埃莉诺·奥斯特罗姆. 公共事物的治理之道: 集体行动制度的演进[M]. 余逊达,陈旭东,译. 上海: 上海三联书店, 2000. [Ostrom E. Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action[M]. Yu X D, Chen X D, Trans. Shanghai: Shanghai Translation Publishing House, 2000.]
- [14] 孙博文,彭绪庶. 生态产品价值实现模式、关键问题及制度保障体系[J]. 生态经济, 2021, 37(6): 13-19. [Sun B W, Peng X S. Realization mode, key issues and institutional guarantee system of ecological product value[J]. Ecological Economy, 2021, 37(6): 13-19.]
- [15] 廖茂林,潘家华,孙博文. 生态产品的内涵辨析及价值实现路径

2022年11月

- [J]. 经济体制改革, 2021, (1): 12–18. [Liao M L, Pan J H, Sun B W. Analysis of the connotation and realization path of ecological products[J]. Reform of Economic System, 2021, (1): 12–18.]
- [16] 陶健, 鲍身玉, 于秀琴. 生态资源价值认知及其核算体系构建: 以雄安新区整体性治理中的应用为例[J]. 行政论坛, 2019, 26(3): 80–86. [Tao j, Bao S Y, Yu X Q. Value perception and accounting system construction of ecological resources: A case study of holistic governance in Xiong'an New Area[J]. Administrative Tribune, 2019, 26(3): 80–86.]
- [17] Scott W R. The adolescence of institutional theory[J]. Administrative Science Quarterly, 1987, 32(4): 493–511.
- [18] 任丙强. 地方政府环境政策执行的激励机制研究: 基于中央与地方关系的视角[J]. 中国行政管理, 2018, (6): 129–135. [Ren B Q. The incentive mechanisms of local environmental policy implementation: From the perspective of central-local relations[J]. Chinese Public Administration, 2018, (6): 129–135.]
- [19] 靳乐山, 朱凯宁. 从生态环境损害赔偿到生态补偿再到生态产品价值实现[J]. 环境保护, 2020, 48(17): 15–18. [Jin L S, Zhu K N. From eco-indemnity to eco-compensation and further to eco-product value substantiation[J]. Environmental Protection, 2020, 48(17): 15–18.]
- [20] 潘加军. 非正式制度视域下的乡村环境治理路径创新[J]. 求索, 2021, (5): 170–181. [Pan J J. Innovation of rural environmental governance path under the perspective of informal system[J]. Seeker, 2021, (5): 170–181.]
- [21] 丘水林, 庞洁, 靳乐山. 自然资源生态产品价值实现机制: 一个机制复合体的分析框架[J]. 中国土地科学, 2021, 35(1): 10–17. [Qiu S L, Pang J, Jin L S. Value realization mechanism of ecological goods in natural resources: An analytical framework of the regime complex[J]. China Land Science, 2021, 35(1): 10–17.]
- [22] Abbott K W. The transnational regime complex for climate change[J]. Environment and Planning C: Government and Policy, 2012, 30(4): 571–590.
- [23] 郭进, 徐盈之. 公众参与环境治理的逻辑、路径与效应[J]. 资源科学, 2020, 42(7): 1372–1383. [Guo J, Xu Y Z. The logics, paths, and effects of public participation in environmental management[J]. Resources Science, 2020, 42(7): 1372–1383.]
- [24] Lockie S. Market instruments, ecosystem services, and property rights: Assumptions and conditions for sustained social and ecological benefits[J]. Land Use Policy, 2013, 31: 90–98.
- [25] 严岩, 朱捷缘, 吴钢, 等. 生态系统服务需求、供给和消费研究进展[J]. 生态学报, 2017, 37(8): 2489–2496. [Yan Y, Zhu J Y, Wu G, et al. Review and prospective applications of demand, supply, and consumption of ecosystem services[J]. Acta Ecologica Sinica, 2017, 37(8): 2489–2496.]
- [26] 张晖, 顾典, 吴霜, 等. 流域生态补偿政策下受偿地区碳减排效应: 以新安江流域为例[J]. 资源科学, 2022, 44(4): 768–779. [Zhang H, Gu D, Wu S, et al. Effect of emission reduction in the compensated areas under the policy of watershed eco-compensation: A case study of the Xin'an River Basin[J]. Resources Science, 2022, 44(4): 768–779.]
- [27] 曹兰芳, 曾玉林. 林地确权、政府管制与资源异质性农户林业管护行为: 基于湖南省7年连续观测数据[J]. 生态学报, 2020, 40(18): 6694–6703. [Cao L F, Zeng Y L. Forest land rights confirmation, government control and resource heterogeneous farmers forestry management and protection behavior: Based on 7-year continuous observation data of Hunan Province[J]. Acta Ecologica Sinica, 2020, 40(18): 6694–6703.]
- [28] 刘强, 王磊. 旅游景区收费体制的理论框架与改革实践[J]. 宏观经济研究, 2018, (6): 133–146. [Liu Q, Wang L. The theoretical framework and reform practice of the charging system of scenic spots[J]. Macroeconomics, 2018, (6): 133–146.]
- [29] 陈洪波. “产业生态化和生态产业化”的逻辑内涵与实现途径[J]. 生态经济, 2018, 34(10): 209–213. [Chen H B. Logical connotation and implementation way of “Industrial Ecologicalization and Ecological Industrialization”[J]. Ecological Economy, 2018, 34(10): 209–213.]
- [30] 孙博文. 建立健全生态产品价值实现机制的瓶颈制约与策略选择[J]. 改革, 2022, (5): 34–51. [Sun B W. The bottleneck restriction and strategies of establishing and improving the value realization mechanism of ecological products[J]. Reform, 2022, (5): 34–51.]
- [31] 孙慧, 王慧, 肖涵月, 等. 异质型责任主体的环境协同治理效果[J]. 资源科学, 2022, 44(1): 15–31. [Sun H, Wang H, Xiao H Y, et al. Environmental collaborative governance effect of heterogeneous responsible subjects[J]. Resources Science, 2022, 44(1): 15–31.]

Value realization models of ecological products and their formation mechanism :

Comparative analysis based on multiple types of samples

ZHU Xinhua, LI Xuelin

(School of Public Administration, Hohai University, Nanjing 211100, China)

Abstract: Analyzing the formation mechanism of the value realization models of ecological products is an important topic for implementing the concept of ecological civilization construction. Existing research on the value realization models of ecological products mainly focuses on type division and case studies, and the investigation of the formation mechanism of such models lacks a holistic analytical framework. Based on the exclusivity and competitiveness of products, this study proposed four basic models for the realization of the value of ecological products, and combined four typical cases to verify the models. Accordingly, the formation mechanism of the value realization models of ecological products was revealed from the perspective of ecological resource endowments, institutional environment, and participants. The results are: (1) With exclusivity and competitiveness, ecological products can be divided into pure public ecological products, public resource products, ecological club products, and private ecological products. Different attributes of ecological products mean the differences in their value realization models; (2) Ecosystem characteristics of different regions affect the utilization models of ecological resources, and the differences in political, market, cultural, and other institutional environments affect the process and results of the supply of ecological products, and the types of participants and their respective abilities and willingness to influence the choice of ways to realize the value of ecological products. The three jointly drive the formation of ecological product value realization differentiation models; (3) An ecological product may adopt multiple value realization models simultaneously. With the innovation in technology and institutions, the change of ecological product attributes will bring about the corresponding adjustment of the value realization model. In order to promote the transformation of “clear water and green mountains” into “mountains of gold and silver”, it is necessary to realize the value of ecological products from the aspects of ecological resource protection and development, institutional environment optimization, and multi-stakeholder participation.

Key words: ecological products; value realization; model; public goods; formation mechanism