

生态产品价值的实现路径与机制设计

石敏俊*

摘要:生态产品价值实现的核心内涵是隐性的生态产品价值的显性化。由于大多数生态产品价值在市场上不能显现出来,生态产品价值的实现路径和机制设计就是要让潜在的隐性价值在市场上显现出来。生态产品价值实现有两种逻辑,一种是“转化”的逻辑,一种是“保护”的逻辑。相应地,生态产品价值实现有两种不同的路径:一种是市场化路径,另一种是政府调节路径。强调“转化”的时候,需要更多地利用市场机制,通过市场化路径,推动自然资本、人造资本、人力资本三种要素的有机结合,使隐性的生态产品价值在市场上得到显现和认可。强调“保护”的时候则需要更多地发挥政府的调节作用,采取自上而下的转移支付或跨区域的生态补偿等手段,由生态保护受益的区域向实施生态保护的区域提供一定的经济补偿,使得自然资本保护的外部价值转化成货币化的现实价值。

关键词:生态产品价值;生态优势转化;自然资本保护;人造资本;人力资本

一、生态产品价值的概念辨析和经济学特性

2005年习近平总书记在浙江安吉考察时指出:“如果把生态优势转化为生态农业、生态旅游等经济优势时,那么绿水青山也就成了金山银山。”当时习近平总书记强调的是如何把生态优势转化为经济优势。2020年11月习近平总书记在全面推动长江经济带发展座谈会上指出:“要加快建立生态产品价值实现机制,让保护修复生态环境获得合理回报,让破坏生态环境付出相应代价。”此时生态产品价值实现的内涵已经拓展到自然资本保护了。因此,生态产品价值实现的内涵,既包括“转化”,也包括“保护”。

当前,学术界关于生态产品价值实现的讨论比较多,其中原因之一是生态产品价值实现还是一个新鲜事物,许多问题尚在探索之中,另一个原因是生态产品价值往往是隐性的,没有在市场上显现出来,因此生态产品价值实现的核心内涵实际上是隐性的生态产品价值的显性

*石敏俊,浙江大学公共管理学院教授,浙江大学区域与城市发展研究中心执行主任,中国自然资源学会资源经济研究专业委员会主任,邮政编码:310058,电子信箱:mjshi@zju.edu.cn。

本文系国家社会科学基金重大项目“中国经济绿色发展的理论内涵、实现路径与政策创新”(15ZDC006)的阶段性成果。

化,或者说,如何使这种隐性价值或者潜在价值在市场上显现出来,所以需要探讨生态产品价值的实现路径和机制设计。

生态学把人类从生态系统获得的所有惠益定义为生态系统服务,具体包括:产品供给服务(提供食物和水)、生态调节服务(控制洪水和疾病)、生态文化服务(精神、娱乐和文化收益)以及生命支持服务(维持地球生命生存环境的养分循环)。这些生态系统服务对于人类来说是有价值的,因此从价值角度看,人类直接或间接从生态系统得到的惠益可以定义为生态系统服务价值,其中包括向经济社会系统输入有用物质和能量、接受和转化来自经济社会系统的废弃物以及直接向人类社会成员提供服务(如人们享用洁净的空气、水等)。所谓生态产品,是指在不损害生态系统稳定性和完整性的前提下,生态系统为人类生产生活所提供的物质和服务,也就是生态系统服务。部分学者把提供生态系统服务的载体理解为生态产品,譬如提供生态调节服务的森林、绿地。生态服务经常是无形的,提供生态服务的载体则是有形的;无形的生态服务是流量,有形的载体通常是存量。目前大多数学者把生态产品理解为生态系统服务(李宏伟,2020;谭荣,2020)。因此,生态产品价值可以界定为区域生态系统为人类生产生活所提供的最终产品与服务价值的总和(王金南、王夏晖,2020)。

生态系统服务有很多类型,人们在生活中不知不觉地在享受这些服务。但由于有些生态系统服务价值已经体现在GDP统计体系中,这部分生态服务价值就不能进行重复统计。我们要强调的生态产品价值应当是由生态系统服务所带来的额外附加价值,生态产品价值实现是要把那部分额外价值反映出来、体现出来、测算出来,并在市场上显现出来。从经济学角度看,生态产品的价值属性可以分为使用价值、非使用价值,使用价值又可以分为直接使用价值、间接使用价值,直接使用价值还可以分为消费性直接使用价值、非消费性直接使用价值。生态产品价值大多数在市场上不能显现出来,只有小部分可以在市场上显现出来,在市场上显现出来这部分比较容易处理,如何使得隐性的、潜在的这部分价值在市场上显现出来,就需要生态产品价值的实现路径和机制设计。

生态产品有一些经济学特性。第一个特点是外部性。生态产品不是公共产品就是公共资源,具有非排他性的特点。外部性会带来公共产品供给不足、公共资源利用过度等问题。第二个特点是不可分割性。生态产品是不可分割的,往往是整体性的,不能就某个局部来进行利用或转化。第三个特点是生态产品价值取决于质量和数量,它不是以数量取胜,而是要靠质量取胜,这是与其他产品不同的特点。

二、生态产品价值的实现路径

探讨生态产品价值实现机制,需要溯源到可持续发展理论。国际上可持续发展理论分为强可持续性、弱可持续性两种流派(Neumayer,2003),强可持续性认为自然资本不能被人造资

本替代,而弱可持续性资本认为两者是可以替代的。弱可持续性主要来自于新古典经济学思想,代表性人物有索洛、哈特维克等。他们认为,自然资本和人造资本之间是可以替代的,如果两者之和保持不变,那么自然生态系统向人类社会提供服务的能力就不会降低,强调净储蓄大于等于零,这是可持续发展的基本准则。在这里,自然资本和人造资本是可以替代、转化的。依据弱可持续性延伸出来一些概念如绿色GDP、真实国民储蓄等,其中,近年来部分学者在推动包容性财富(Inclusive Wealth)的研究。包容性财富指数是指把自然资本、人造资本、人力资本的存量以影子价格为权重加总后折算为现在价值(Managi & Kumar, 2018),稀缺性作为权重可以突出短板的制约。

强可持续性强调自然资本和人造资本是不可替代的,或者说有一部分自然资本比如提供地球生命支持系统的空气、水等是不可替代的。美国的生物圈2号进行了人工生态系统的实验,事实证明人工生态系统成本过高,因而不可行。有一些自然资本是独一无二的,一旦破坏就很难恢复,如濒临灭绝的物种。因此强可持续性要求关键自然资本的存量不减少、功能不减弱,强调自然资本保护的概念。

从弱可持续性和强可持续性引申出来两种逻辑,一种是“转化”的逻辑,一种是“保护”的逻辑。因此,生态产品价值实现有两种不同的路径:第一种是市场化路径,就是利用市场机制推动生态优势转化为经济优势,另一种是政府调节路径,就是发挥政府的调节作用保护自然资本价值。习近平总书记在中央财经委第五次会议上强调,要尊重客观经济规律。生态产品价值实现也要符合客观经济规律,只有符合经济规律,利用好市场机制,才能实现生态产业化,如果违背客观经济规律,产业就很难高效运转。

三、生态优势转化为经济优势的市场化路径

在市场化路径下,自然资本、人造资本、人力资本三个要素有机结合才能收到改善消费者福利的效果即三要素模型(石敏俊, 2020a)。由于纯天然、原生态的自然资本可以给消费者带来的福利改善是有限的,往往需要许多后天的努力,包括人造资本投入和人力资本改善;人造资本往往以生态基础设施建设投入的形式与自然资本相结合,在生态资产中累积;人力资本往往以统筹规划、市场营销等方式与自然资本结合。

在现实中,许多景区虽然拥有美丽的自然风光,但如果后天的基础设施和服务跟不上,生态优势就很难转化为经济优势。浙江丽水的古堰画乡景区在2017年接待游客总数达到了172万人。离古堰画乡不远的云和梯田景区也很有名,尽管两个地方的自然景观、自然资本品位差距不大,但是由于云和梯田的基础设施建设滞后,服务质量差,年接待游客量仅有四五十万人。由此说明基础设施和服务质量的差异,使得两地的生态优势转化出现了较大的差距。此外,自然资本需要后天的人造资本投入来进行维护。浙江安吉县的竹海是重要的生态资

源,随着建筑业对脚手架的需求减少,导致市场对毛竹的需求也大幅减少,竹林太密导致大片毛竹死亡,当地政府开始组织竹林合作社,人为地进行间伐,促进林下经济,以维护好竹海资源。

自然资本还需要后天的人力资本投入,包括统筹规划、品牌策划、市场营销,增强经营管理能力。由于生态产品的不可分割性,很难将生态系统的某个局部进行转化,因此统筹协调和整体规划往往是必不可少的。生态产品价值是以质取胜,维护生态产品的质量,也需要统筹规划、监督管理。浙江丽水创立了一个农产品品牌——“丽水山耕”,强调自然农法生产,品牌策划、认证、监管等一系列环节需要有人去经营管理,这些靠当地老百姓是很难做到的。因此市场化路径下,自然资本、人造资本、人力资本三要素的有机结合,对于生态优势转化为经济优势是十分重要的。

市场化路径下,生态产品价值实现的关键是要提升生态优势转化能力。石敏俊(2020b)利用包容性财富指数框架,对浙江的湖州和丽水两个地级市及其下面的安吉县和青田县做了比较发现,湖州和丽水、安吉和青田的自然资本存量差别不大,但是人造资本存量的差别很大,从变化趋势来看人力资本的差距趋于扩大。当前,湖州和丽水、安吉和青田的经济发展水平仍有明显的差异,这表明生态优势转化为经济优势存在较大的差异,造成差异的原因不是生态资本,而是人造资本、人力资本的差异带来的。

四、自然资本保护价值实现的政府调节路径

对于少数生态地位特殊的区域如三江源国家公园,生态非常脆弱又非常重要,而且生态价值独特,人造资本或人力资本难以对其进行替代,或者替代这类自然资本将付出难以估量的人力资本和人造资本代价。对于这类区域来说,首要的功能定位是自然资本保护,而不是利用市场机制将生态产品价值“转化”为经济价值(石敏俊,陈岭楠,2020)。习近平总书记在2020年11月14日主持召开的全面推动长江经济带发展座谈会上指出:“要让保护修复生态环境获得合理的回报,让破坏生态环境付出相应的代价。”这就是强调自然资本保护,此类区域更加适用强可持续性理念。自然资本保护不能靠市场,而是要发挥政府的调节作用。特别是对于以生态安全为主体功能的区域而言,保护生态系统、维护生态功能,付出了额外的成本,而且还会因此丧失一部分发展机会。这些机会成本或经济损失,难以单纯依靠市场机制进行合理的补偿,此时就需要发挥政府的调节作用,包括财政转移支付、生态补偿机制等。

基于政府调节作用的生态产品价值实现,主要是通过自上而下的转移支付或跨区域的生态补偿等表现出来。通过转移支付或跨区域生态补偿,政府对以生态安全为主体功能的区域所付出的生态保护投入以及丧失发展机会所导致的经济损失提供经济补偿。这种转移支付或跨区域生态补偿,实际上是一种收入再分配的机制,目的是保障实施生态保护的区域与从

生态保护中获益的区域之间的公平正义。建立跨区域生态补偿机制,由生态保护受益的区域向实施生态保护的区域提供一定的经济补偿,将生态保护的外部价值转化成货币化的现实价值,也是生态产品价值实现的重要途径。

五、小结

生态产品价值实现有两种逻辑,一种是转化的逻辑,一种是保护的逻辑。相应地,生态产品价值实现有两种不同的路径:一种是市场化路径,另一种路径是政府调节。强调转化的时候,需要在弱可持续性理念的指导下,更多地利用市场机制,通过市场化路径,推动自然资本、人造资本、人力资本三种要素的有机结合,使隐性的生态产品价值在市场上得到显现和认可。强调保护的时候则需要**在强可持续性的理念指导下,更多地发挥政府的调节作用**。在实践中,有些地方把保护和转化结合起来推动生态产品价值实现。譬如,江苏徐州贾汪区潘安湖先对采煤塌陷区进行生态修复,打造优美的生态环境,进而将优美生态转化为绿色经济;浙江省余姚市梁弄镇先是通过全域土地综合整治,修复生态土地,提升生态产品供给能力,然后把绿色生态和红色文化资源等结合起来,多渠道、多业态推进生态产业化,推动生态产品价值实现。

参考文献:

- [1] 李宏伟. 以机制创新推进生态产品价值实现[N]. 中国矿业报, 2020-07-15(002).
- [2] 石敏俊. 生态产品价值实现的理论内涵和经济学机制[N]. 光明日报, 2020a-08-25(011).
- [3] 石敏俊. 生态产品价值如何实现[N]. 中国环境报, 2020b-09-24(003).
- [4] 石敏俊, 陈岭楠. 充分发挥市场机制和政府调节两种作用, 推动生态产品价值实现[EB/OL]. (2021-01-15) [2021-06-05]. <https://m.gmw.cn/baijia/2021-01/15/1302040732.html>.
- [5] 石敏俊. 正确发挥 GEP 核算的引导作用[EB/OL]. (2021-06-08) [2021-06-10]. http://ex.cssn.cn/zx/bwyc/202106/t20210608_5339136.shtml.
- [6] 谭荣. 科学编制生态产品供给规划——聚焦生态产品价值实现机制典型路径[N]. 中国自然资源报, 2020-05-27(003).
- [7] 王金南, 王夏晖. 推动生态产品价值实现是践行“两山”理念的时代任务与优先行动[J]. 环境保护, 2020, (14): 9-13.
- [8] Managi, S. and P. Kumar. Inclusive Wealth Report 2018: Measuring Progress Towards Sustainability[R]. 2018.
- [9] Neumayer, E. Weak Versus Strong Sustainability: Exploring the Limits of Two Opposing Paradigms[R]. 2003.

Path and Mechanism for Realizing Value of the Ecological Products

Shi Minjun

(School of Public Affairs, Zhejiang University)

Abstract: The connotation of value-realization of the ecological products is to make the tacit value of ecological products to be explicit. Since the commercial value of most ecological products cannot be explicit in the market system, mechanism design of value-realization for the ecological products is to disclose their potential tacit value in the market. Generally speaking, there are two kinds of logic to the value-realization of ecological products, one is the logic of transformation of ecological advantages into economic benefit, the other is the logic of protection of natural capital. There also are corresponding disparate paths to realize the value of ecological products: one is the market-oriented path, the other is the government coordination. In the situation of emphasizing the logic of transformation, the market mechanism should be complied and utilized adequately. By promoting the integration of natural capital, manual capital and human capital, the intrinsic value of ecological products can be disclosed and recognized commercially in the market. On the other hand, in the situation of emphasizing the logic of protection, the role of government coordination should be adopted effectively. In this case, the means of top-down transfer payment or cross-regional ecological compensation should be considered to make the ecological conservation areas be compensated economically from the areas benefiting from ecological protection, so that the external value of protecting natural capital can be turned into monetary benefits.

Keywords: Value of Ecological Products; Transformation of Ecological Advantages; Protection of Natural Capital; Manual Capital; Human Capital

JEL Classification: Q5

(责任编辑:卢 玲)