



价格理论与实践  
*Price: Theory & Practice*  
ISSN 1003-3971, CN 11-1010/F

## 《价格理论与实践》网络首发论文

题目： 建立健全生态产品价值实现机制的核心问题与政策进路  
作者： 王喜峰，姜承昊  
DOI： 10.19851/j.cnki.CN11-1010/F.2024.02.027  
网络首发日期： 2024-04-08  
引用格式： 王喜峰，姜承昊. 建立健全生态产品价值实现机制的核心问题与政策进路  
[J/OL]. 价格理论与实践.  
<https://doi.org/10.19851/j.cnki.CN11-1010/F.2024.02.027>



**网络首发：**在编辑部工作流程中，稿件从录用到出版要经历录用定稿、排版定稿、整期汇编定稿等阶段。录用定稿指内容已经确定，且通过同行评议、主编终审同意刊用的稿件。排版定稿指录用定稿按照期刊特定版式（包括网络呈现版式）排版后的稿件，可暂不确定出版年、卷、期和页码。整期汇编定稿指出版年、卷、期、页码均已确定的印刷或数字出版的整期汇编稿件。录用定稿网络首发稿件内容必须符合《出版管理条例》和《期刊出版管理规定》的有关规定；学术研究成果具有创新性、科学性和先进性，符合编辑部对刊文的录用要求，不存在学术不端行为及其他侵权行为；稿件内容应基本符合国家有关书刊编辑、出版的技术标准，正确使用和统一规范语言文字、符号、数字、外文字母、法定计量单位及地图标注等。为确保录用定稿网络首发的严肃性，录用定稿一经发布，不得修改论文题目、作者、机构名称和学术内容，只可基于编辑规范进行少量文字的修改。

**出版确认：**纸质期刊编辑部通过与《中国学术期刊（光盘版）》电子杂志社有限公司签约，在《中国学术期刊（网络版）》出版传播平台上创办与纸质期刊内容一致的网络版，以单篇或整期出版形式，在印刷出版之前刊发论文的录用定稿、排版定稿、整期汇编定稿。因为《中国学术期刊（网络版）》是国家新闻出版广电总局批准的网络连续型出版物（ISSN 2096-4188，CN 11-6037/Z），所以签约期刊的网络版上网络首发论文视为正式出版。

# 建立健全生态产品价值实现机制的核心问题与政策进路

王喜峰 姜承昊

**内容提要:**推进“绿水青山”向“金山银山”转化,是生态文明建设的重要内容。本文梳理中央层面和典型省份的相关政策和经验做法,认为目前健全生态产品价值实现机制方面存在功能困境、应用困境、协调困境、价值困境等核心问题。针对这些问题,本文提出应该坚持问题导向,完善生态价值核算体系,拓宽生态产品价值实现机制;从市场和政府两手发力健全生态产品价值实现机制设计;将眼前利益与长远利益、局部利益与全局利益进行统一,以生态权益统一大市场推动生态产品价值实现;推进生态产业化和产业生态化四大政策路径。

**关键词:**生态产品;生态产品价值实现;现实困境;政策进路

DOI: 10.19851/j.cnki.CN11-1010/F.2024.02.027

## 一、问题的提出

生态兴则文明兴。生态产品价值实现是生态文明建设的重要方面<sup>①</sup>,生态产品价值实现机制是激励生态产品供给、推动生态治理能力现代化的重大举措。习近平总书记在中共中央政治局第二十九次集体学习时强调:“要建立健全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”<sup>②</sup>。在党和国家的高度重视和生态文明建设政策支持下,我国生态文明建设深入推进,美丽中国建设引领人与自然和谐共生现代化建设(王喜峰和姜承昊,2023)。进入高质量发展阶段,生态惠民、利民、为民,成为我们党和国家不懈努力的目标。

基于以上研究背景,本文系统化梳理我国生态产品价值实现的现状和特征,展示我国生态文明建设的历史成就;针对我国生态产品价值实现中的价值观念误区导致的“难度量、难交易、难抵押、难变现”问题,以及实践中的功能困境、应用困境、协调困境进行分析,并提出相应政策措施,对于深化生态产品价值实现机制探索具有重要意义。

## 二、生态产品价值实现机制的现状与特征

### (一)生态产品要素内涵不断完善

1. 生态产品的概念内涵得到深化。2010年,生态产品概念由《全国主体功能规划》提出时,包含“清新的空气、清洁的水源和宜人的气候”等自然要素,

也包括“吸收二氧化碳、制造氧气、涵养水源……”等12个生态系统的调节和服务要素。此后,生态产品由初次提出时的自然要素、主要功能方面,不断新增了物质供给和文化服务等生态产品范畴。2020年,浙江省出台全国首部省级《生态系统生产总值(GEP)核算技术规范陆域生态系统》,将这一概念进行丰富,相应增加了洪水调蓄、负氧离子等调节服务和生态旅游等文化服务内容<sup>③</sup>。2022年,《生态产品总值核算规范(试行)》,对于物质产品的内涵进行了更为细致地划分,并增加了“海岸带防护、局部气候调节、休闲娱乐、美学体验”等新内涵,进一步丰富了我国的生态产品内涵<sup>④</sup>。

2. 生态产品的经济属性得到明晰。生态产品有别于常规的物质产品与文化产品,其既可以满足人类个体的基本生命支持,又足以承载人类文明的崇高价值追求。2020年以来,自然资源部组织编写《生态产品价值实现典型案例》,对我国各地的典型做法进行总结和推广,并梳理了经营性生态产品、准公共性生态产品、公共性生态产品的属性框架,明晰了生态产品的消费属性及其经济学差异,为公共政策提供经验依据和价值参考。2022年3月,国家发展和改革委员会、国家统计局在系统总结国内外生态产品总值核算理论研究成果和实践探索经验基础上,联合印发《生态产品总值核算规范(试行)》标准,为生态产品生产总值核算工作提供了基础性支撑(施发启,2023)。

① 中共中央宣传部、中华人民共和国生态环境部. 习近平生态文明思想学习纲要[M]. 学习出版社、人民出版社, 2022: 33.

② 习近平. 努力建设人与自然和谐共生的现代化[J]. 求是, 2022(11): 1-5.

③ [http://zjmr.zj.gov.cn/art/2020/9/29/art\\_1229047334\\_58814039.html](http://zjmr.zj.gov.cn/art/2020/9/29/art_1229047334_58814039.html).

④ [https://www.gov.cn/zhengce/202403/content\\_6935400.htm](https://www.gov.cn/zhengce/202403/content_6935400.htm).

**基金项目:**国家社科基金后期资助一般项目“国家安全和高质量发展视角下水资源承载力提升路径研究”(项目编号:21FGLB093),中国社会科学院青年人文社会科学研究中心社会调研项目“关于浙江‘千万工程’经验在全国学习运用情况及问题的调查研究”(项目编号:2024QNZX)。

**主要作者简介:**王喜峰(1987-),男,汉族,河南驻马店人,博士,中国社会科学院数量经济与技术经济研究所副研究员,中国社会科学院经济大数据与政策评估实验室研究人员,中国社会科学院青年人文社会科学研究中心研究人员。研究方向:资源环境经济学。

3. 生态产品价值实现理论基础有效发展。中国的生态产品价值实现理论蓬勃发展,诞生了自然资源负债表等重要理论概念。2013年11月,中共十八届三中全会通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》,首次提出编制自然资源负债表的设想,此后出台了《生态文明体制改革总体方案》《编制自然资源资产负债表试点方案》等相关政策方案,自然资源资产负债表成为我国自然资源“摸家底”的重要工具(史丹和王俊杰,2020)。

作为一项重要的理论和制度创新,自然资源资产负债表有其创新性,但学界仍然存在不少分歧,主要分为三类:对于资源类别的分歧、对于“负债”理解存在较大分歧、对于价值核算方法存在较大分歧(王俊杰,2022)。这与生态系统生态价值核算(GEP)等方法有一定的相似。实际上,无论是“生态系统生态价值核算(GEP)”,还是“自然资源资产负债表”,都属于价值核算的工具。而生态产品价值实现理论建设,不仅应该是工具性的研究,更要对价值理论本身进行深入研究,以从根本上指导工具编制和使用(张林波等,2023)。生态产品价值实现的核心,是关于其价值理论的建设(王喜峰和姜承昊,2023)。

长久以来,西方经济学采用边际效用价值论作为生态产品的主流价值理论,认为价值由供求双方的主观感受而定,采用边际效用作为评价商品价值量的主要方法,即商品价值量由最后一单位的物品边际效用决定。“生态产品”的提出,厘清了生态产品的生产、分配、流通、消费的四大主要环节的价值链条。从生产上,生态产品概念强化了生态产品的物质性,即物质供给和服务供给均来自具体的自然物质条件(王金南等,2018),不存在天然适应人类一切发展的自然环境,劳动则是创造和改造这一物质条件和形成生态产品的必然选择。因此,从生态产品的生产上,生态产品这一物质性的概念进一步激发了其内在的劳动价值论内涵。人类在生态产品的价值形成过程中并非超然事外,生态产品的价值在很大程度上也取决于人类在生态产品生产中的参与程度(廖茂林等,2021;孙博文和彭绪庶,2021)。从分配上,良好的生态环境是最公平的公共产品,也是人民群众“生态蛋糕”的分配来源(王晓丽等,

2024)。从流通上,良好的生态产品包含了更多的价值属性,健全生态产品交易流通全过程监督体系,使生态产品价值得到充分尊重和实现。从消费上,生态产品是最普惠的民生福祉,其最终的价值导向,正是人民群众对于美好生活的向往(王喜峰和姜承昊,2022)。因此,生态产品价值实现的理念进一步强化了劳动主体和劳动价值在生态产品生产中的重要地位,进一步催化了崇尚劳动、生态发展、尊重价值的逻辑链条,进一步将生态价值、劳动价值、人民价值紧密结合。

(二)生态产品价值实现制度体系逐渐发展

1. 明确生态产品价值实现机制发展方向。党的十八大以来,我国制定了多项涉及生态文明建设和生态环境保护的改革方案。2015年5月,《中共中央、国务院关于加快推进生态文明建设的意见》提出:“要严格源头预防、不欠新账,加快治理突出生态环境问题、多还旧账,让人民群众呼吸新鲜的空气,喝上干净的水,在良好的环境中生产生活”<sup>①</sup>。2015年9月,中共中央、国务院印发《生态文明体制改革总体方案》,提出“健全环境治理和生态保护市场体系”的顶层设计<sup>②</sup>。中央层面的意见和方案为生态产品价值实现体系的建设打下了重要基础,进一步完善了“谁开发、谁保护,谁受益、谁补偿,谁污染、谁治理,谁破坏、谁修复”的治理模式,对于推动生态产品价值实现、建设人与自然和谐共生的现代化具有重要意义。

2. 生态产品价值实现的制度不断完善。党的十八大以来,我国不断健全生态文明建设的政策体系。第一,生态产品价值实现的覆盖领域不断健全。例如,2019年12月,第十三届全国人大常委会第十五

表1 生态产品内涵

| 相关政策   | 《全国主体功能区规划》  | 《生态产品总值核算规范(试行)》  | 《生态系统生产总值(GEP)核算技术规范》                           | 《生态产品总值核算技术规范》   | 《山东省生态产品总值(GEP)核算技术规范 陆地生态系统(试行)》              | 《生态系统生产总值(GEP)核算技术规范》                          |
|--------|--|---|---|--|--|--|
| 发布单位   | 国务院  | 国家发展和改革委员会、国家统计局  | 浙江省   | 北京市  | 山东省  | 贵州省  |
| 生态产品内涵 | 自然要素(清新的空气、清洁的水源、宜人的气候)  | 物质供给(粮食、蔬菜、肉、花卉等生物产品)                                     | 直接利用供给产品(粮食、蔬菜、肉、水产品、药材、木材等)、转化利用供给产品(水电、秸秆发电等) | 物质供给(粮食、油料、蔬菜、水果、木材、生物质能源、水产品、中草药、牧草、花卉等)                        | 物质供给(粮食、油料、蔬菜、水果、木材、生物质能、水产品、中草药、牧草、花卉及淡水资源等)  | 物质产品(食物、纤维、木材、药物、淡水、装饰材料与其他物质材料)               |
|        | 调节和维持服务要素(吸收二氧化碳、制造氧气、涵养水源、保持水土、净化水质、防风固沙、调节气候、清洁空气、减少噪音、吸附粉尘、保护生物多样性、减轻自然灾害等) | 调节服务(水源涵养、土壤保持、防风固沙、海岸带防护、洪水调蓄、空气净化、水质净化、固碳、局部气候调节、噪声消减等) | 调节服务(水源涵养、土壤保持、洪水调蓄、水环境净化、空气净化、固碳、释氧、气候调节、负氧离子) | 调节服务(水源涵养、减少泥沙淤积、面源削减、洪水调蓄、固定二氧化碳、空气净化、水质净化、水质净化、气候调节、噪声消减、防风固沙) | 调节服务(水源涵养、土壤保持、防风固沙、洪水调蓄、空气净化、水质净化、固碳、释氧及气候调节) | 调节服务(土壤保持、水源涵养、水质净化、大气净化、固碳释氧、气候调节、洪水调蓄、病虫害控制) |
|        |  | 文化服务(精神享受、灵感激发、旅游观光、休闲娱乐、美学体验)                            | 文化服务(生态旅游)                                      | 文化服务(旅游康养、休闲游憩、景观增值)   | 文化服务(精神感受、知识获取、休闲娱乐、美学体验)                      | 文化服务(精神感受、知识获取、休闲娱乐和美学体验)                      |

① [https://www.gov.cn/zhengce/2015-05/05/content\\_2857363.htm](https://www.gov.cn/zhengce/2015-05/05/content_2857363.htm).

② [https://www.gov.cn/guowuyuan/2015-09/21/content\\_2936327.htm](https://www.gov.cn/guowuyuan/2015-09/21/content_2936327.htm).

次会议通过修订的《中华人民共和国森林法》提出“鼓励发展木材、果品、燃料、工业原料等经济效益为目标的商业林”和“对公益林实施森林生态效益补偿”；2022年6月，第十三届全国人大常委会第三十五次会议通过的《中华人民共和国黑土地保护法》提出“推动农产品品质提升、品牌打造和标准化生产”等细则，完善了生态产品价值实现的法律法规体系。第二，针对生态产品价值实现的指导机制逐步完善。2021年，中共中央、国务院印发《关于建立健全生态产品价值实现机制的意见》，提出生态产品监测、评价、开发等为一体的指导体系。第三，地方层面出台相关举措。例如，浙江省出台《关于建立健全生态产品价值实现机制的实施意见》，以中央文件为基础出发点，提出“打造有利于生态产品供给的数字化新型基础设施，营造多方共建共享局面，建立健全生态产品价值实现机制”<sup>①</sup>。

### (三)生态产品价值实现路径不断探索

1. 试点地区不断扩大。全国各地先后积极开展了生态产品价值实现的路径探索。自2017年9月起，我国生态环境部先后命名六批“绿水青山就是金山银山”实践创新基地，包括宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业园区、北京市门头沟区等在内的全国共计187个地区先后入选。我国自然资源部印发了生态产品价值实现典型案例，在地区上涉及福建、重庆、浙江、江苏、山东等数十个省（自治区、直辖市），在类型上涉及森林、湿地、江湖、海岛等多种生态系统类型，还包括矿山、采煤塌陷区等生态治理和综合开发案例。此外，“地票”“森林生态银行”“森林覆盖率指标”等案例都取得了较好进展。地区方面，各省也开始了生态产品价值实现机制试点，例如，2022年2月四川省发展改革委公布的《四川省生态产品价值实现机制试点典型案例》<sup>②</sup>。试点地区不断扩大，生态价值实现的理论研究不断深入。

2. 参与主体不断丰富。生态产品价值实现机制的参与主体不断丰富。从实现路径上，生态产品购买方既可以是市场，又可以是政府，也可以是政府与市场混合购买。政府在购买服务和财政转移支付中，作为主要资金来源（蒋金荷等，2021），大众作为消费主体享受生态产品及生态服务的价值。一方面，通过引入市场配置和市场交易，由个人聚合而成的大众、企业、社会组织等不同形式的主体都参与进来，既缓解了财政支出的资金压力，也创造了人人参与生态产品价值转化、人人受益生态产品价值实现的氛围；另一方面，市场对于资源配置的积极作用，也使得资源配置更优，从而激励生态保护和生态产品生产，使得保护者受益、生产者受益，激励生态产品价值实现机制永续发展，进而促成生态产品价值实现。

3. 实现机制不断拓宽。一是生态产品直接交易（沈辉和李宁，2021）。对于私人物品类型的生态产品方面，针对木材、蔬菜、粮食等优质生态产品，国家通过地理标志品牌建设、地理标志产品保护、生态产品质量追溯等措施，提高了生态产品的供给质量和供给水平，为高质量生态产品的经营者和生产者提供了激励。对于具有俱乐部物品的生态产品类型方面，针对景区、名胜等，各地先后创新发展康养、度假、研学、露营、沉浸式旅游、夜景经济等方式不断探索生态产品价值实现的潜力。二是生态权益交易（张文明，2020）。针对森林、草原等生态产品富集地区，不同地区构建起碳汇（牛玲，2020）、碳交易及排污权等生态权益体系，打通了资源向资产、资产向资本的转化途径，助力我国温室气体减排和“双碳”目标实现。三是生态溢价交易（丘水林和靳乐山，2019）。通过良好生态带来的产品溢价，产自良好生态地区的产品得到增值，发挥了市场对于创造良好生态产品行为的激励作用。

## 三、建立健全我国生态产品价值实现机制的主要问题

### (一)实现机制

在我国生态产品价值实现的过程中，生态产品交易包括三种分类：经营性生态产品、准公共性生态产品、公共性生态产品。其中，部分公共性生态产品可以通过行政命令（社会契约）进行形式规定，从而转化为准公共性生态产品。但并不是所有的公共性生态产品都适合纳入市场。目前，要解决我国生态产品价值实现的难题，应主动探索多元化的生态产品价值实现机制，避免将不同的生态产品“一刀切”。

表2 依据公共性程度划分的生态产品内涵

| 生态产品类型       | 经营性生态产品                     | 准公共性生态产品                     | 公共性生态产品                       |
|--------------|-----------------------------|------------------------------|-------------------------------|
| 具体例子         | 生态食材、生态药材等                  | 碳排放权、排污权等                    | 原始森林、草原等实物/水土保持、防风固沙、释放氧气等功能  |
| 使用价值         | 用以食用、消耗                     | 用以获取排放权等                     | 用以维持人类社会生存                    |
| 交换价值         | 存在价格为代表的表现形式                | 存在价格为代表的表现形式                 | 不宜且难以纳入市场，没有通过社会契约进行形式规定      |
| 作为政治经济学的“价值” | 蕴含“社会必要劳动”，体现出对生态产品生产者的劳动尊重 | 通过社会契约与形式规定，体现出对生态产品保护者的劳动尊重 | 不确定是否存在，其价值量取决于是否存在生产者或保护者的劳动 |
| 度量难度         | 较易                          | 较易                           | 难                             |
| 市场交易         | 简单                          | 简单                           | 难                             |

### (二)主要问题

生态产品的不同分类方式的发展不一，其中关键的是按功能分类、按公益程度分类、按价值实现路径分类（林智钦和林宏瞻，2024；李宇亮和陈克亮，2021）。一是按功能分类，其是生态产品价值核算的基础分类方式，用以进行生态产品价值核算；二是按公益程度分类，一般分为公共性生态产品、经营性生态产品和准公共性生态产品，用以区分产权和消费

<sup>①</sup>[https://www.ndrc.gov.cn/xwdt/ztlz/jlqstcnpjzssxjz/djzw/202204/t20220429\\_1324193.html?state=123&state=123](https://www.ndrc.gov.cn/xwdt/ztlz/jlqstcnpjzssxjz/djzw/202204/t20220429_1324193.html?state=123&state=123).

<sup>②</sup><https://fgw.sc.gov.cn/sfgw/c106093/2022/2/9/ad374644171d491f891f69720ab32eaa.shtml>.

者；三是按价值实现路径分类，分别是政府路径、市场路径和政府—市场混合路径，用以分析生态产品的价值流向（樊轶侠和王正早，2022）。

1. 功能困境。生态产品价值实现的过程中，最为贴近实践的是功能分类，常用于生态产品价值核算。目前，各个省级甚至国家级的生态产品价值核算标准中，对于生态产品的功能分类仍有较大差异。从定义上讲，这些指南均一致承认了生态产品对于人类生活以及经济影响的贡献，但中国的生态系统服务分类体系的目标实际上主要集中于价值核算，而非尽可能广地覆盖生态服务类型。从具体内容上，对比北京市和浙江省发布的地方标准，可以看出，两者都承认供给产品、调节服务、文化服务的分类方式。然而，就整体的核算指标分类而言，两者存在较大差异。

在供给指标中，北京市的标准将“生态系统为人类提供并被使用的物质产品”定义为供给类产品，即物质供给<sup>①</sup>。而浙江省的标准将供给产品设定为“不损坏自然生态系统稳定性和完整性的前提下，人类通过直接利用或转化利用等方式从自然系统获得的食物、药材、木材、水电等各种物质资源”<sup>②</sup>。北京市的核算体系未包括水电功能，浙江省的核算体系则纳入了水电功能。核算标准中的功能分类不同，核算结果自然也不同，从而由分类差异导致了核算价值差异。

在调节服务中，水源涵养、洪水调蓄、固定二氧化碳、空气净化、气候调节等在两个标准中都得到认可。然而，对于面源削减、噪声削减、防风固沙、负氧离子等部分，两个标准对其承认度不一。实际上，就同一生态产品的定义，仍存在较大歧义。部分仅仅是称呼不同，而其含义大致一致，例如文化服务中，北京市分为旅游康养、休闲游憩、景观增值，而浙江省则将其概括为生态旅游，并释义为“以自然生态系统以及与其共生的历史文化遗存为主要景观……开展的知识获取、休闲娱乐并获得身心愉悦的旅游方式”<sup>③</sup>。甚至存在同名而不同含义的生态产品定义，例如对于固碳的定义，北京市标准将其定义为“生态系统通过有机体吸收二氧化碳合成有机物质、水体溶解二氧化碳”<sup>④</sup>，而浙江省标准则将其定义为“自然生态系统通过植物光合作用吸收大气中二氧化碳合成有机物”<sup>⑤</sup>。由于定义的不一致，两者的统计标准自然也就相差甚远。这种模糊性，导致对于生态产品定义、分类和核算的最终困境，也导致最终核算的高度分歧。

2. 应用困境。生态产品价值实现的应用困境在三种类型生态产品中都有不同程度的体现。第一是经营性生态产品。经营性生态产品包括私人物品和俱乐部物品。我国往往采用生态农业、生态旅游等产业化方式促进生态产品的价值转化。其原因在于，经营性生态产品的商品属性较为完全。经营性生态产品面临的是产品同质化、附加值低、产业结构不够优质、财政支出和社会资本的收益不确定等难题，以

及因此产生的对于产业发展可持续性的影响。第二是准公共性生态产品。准公共性生态产品面临的问题则要更为深刻，与公共性生态产品一样，尽管其解决了一部分“度量、交易、抵押、变现”的难题，但仍难以解决其价值目标（保护优先）和市场特性（利润最大化）的背离。第三是公共性生态产品。现阶段我国一般采用生态系统生产总值核算的方法，计量公共性生态产品的价值。然而，与其他两种类型的生态产品相比，公共性生态产品未经或不适合通过“指标交易”转化为准公共性产品。

公共性生态产品在我国也无法通过“市场交易”转让其产权，往往存在以下难题：其一，公共性生态产品一般由自然整体生成或部分人工修复，人类劳动较少地参与其中，亟需生态价值理论对其做出阐释；其二，公共性生态产品其使用价值往往也因为限制开发而体现为“被动使用价值（即人们在知道某种资源存在却可能永远不会使用此资源的情形下，对其存在本身赋予的价值）”；其三，我国的公共性生态产品产权多归属于国家，若对其本身进行市场交易，其交易主体、交易过程和受益主体也都难以付诸实践。

### 3. 协调困境。

——生态价值实现标准间的接驳问题。一是生态产品价值核算的标准对接问题。面对不同地区的生态产品价值核算标准，跨地区间的生态产品价值交易成本较高。二是生态产品合理价格标准机制建设问题。生态产品的质量良莠不齐，如何简化高品质高价值的生态产品认知、激励、变现环节，使保护生态者、劳动生产者受益，是一项需要长期解决的现实议题。目前我国采用的生态产品品牌建设及质量溯源机制，将会进一步促进生态产品价值实现。

——权益主体的协商问题。由于生态产品的基础理论体系尚待完善，生态产品价值实现的实践也需要进一步发展。在实践中，涉及政府、企业、集体、社会组织、个人等多种主体需求，需要推进经营性生态产品的产权保护、营销开发、质量提升等，推进准公共性生态产品合理开发、妥善交易、预防风险等，推进公共性生态产品永续发展等，推进生态交易双方合理磋商和议价机制形成。

——生态与开发的协调问题。生态产品的开发与生态系统的稳定性、完整性如何协调，这关系到生态产品价值实现的基础性和科学性。生态产品价值实现，既是为了解决最广大人民的可持续发展问题，也是生态环境保护问题，在这个过程中将生态和发展的价值逻辑统一化。应注意解决生态与开发的短期和长期、局部与整体、安全与发展等问题的协调。

## 四、建立健全生态产品价值实现机制的政策进路

### （一）坚持问题导向

我国生态产品价值实现，要以经济发展和生态

① <http://bzh.scjgj.beijing.gov.cn/bzh/apifile/file/2023/20230410/541f78e5-a9f0-4370-9179-7d073b6c1a3f.pdf>

② [https://zjamr.zj.gov.cn/art/2020/9/29/art\\_1229047334\\_58814039.html](https://zjamr.zj.gov.cn/art/2020/9/29/art_1229047334_58814039.html)

③ <http://bzh.scjgj.beijing.gov.cn/bzh/apifile/file/2023/20230410/541f78e5-a9f0-4370-9179-7d073b6c1a3f.pdf>

④ <http://bzh.scjgj.beijing.gov.cn/bzh/apifile/file/2023/20230410/541f78e5-a9f0-4370-9179-7d073b6c1a3f.pdf>

⑤ [https://zjamr.zj.gov.cn/art/2020/9/29/art\\_1229047334\\_58814039.html](https://zjamr.zj.gov.cn/art/2020/9/29/art_1229047334_58814039.html)

环境保护中的问题为导向,立足于解决实际问题。打通生态产品价值转化的技术通路,降低生态产品价值转化的交易成本,构建统筹保护和发展的长效机制,是必须纳入公共政策考虑的现实问题。目前,生态环境的经济价值、生态价值、社会价值、文化价值日益凸显,为生态产品价值实现提供了丰富的样本。

同时,针对文中提出的具体问题,给出以下建议:一是完善生态价值核算体系。应坚持马克思主义,推动中国特色生态经济学理论创新,加快中国特色哲学社会科学理论话语体系建设。要深入研究并发展马克思主义的价值理论,推动马克思主义中国化和时代化。要进一步发展生态价值核算体系,明辨运用交换价值、使用价值、价值和价格概念,进一步发展其基础理论;根据生态产品的具体分类,合理使用市场机制;进一步发展生态价值核算体系,采用更为科学合理的核算方法。二是拓宽生态产品价值实现机制。首先,要注意生态产品功能分类应在统一中发展,统一意味着“交易壁垒的降低”,而发展意味着“功能分类不断发展完善,覆盖更广、更深、更全面”。其次,要注意不断完善市场交易机制,提高生态产品流通效率,对于无法实行市场机制的生态产品要给予补偿。最后,要注意协调发展,不断促进生态价值核算标准的互认互信,不断扩大生态产品价值实现的参与主体范围,不断拓宽生态产品价值实现的机制。

### (二) 坚持从市场和政府两手发力

生态产品价值核算不仅要经得起市场的检验,更要经得起实践和历史的检验。生态产品价值核算中的定价,绝不能是各种成本的拼凑和杂烩,既要注重市场配置生态资源的基础性作用,将生态产品和生态服务放到市场中以统一尺度进行衡量,又要坚持发挥政府的主导作用,将生态资源的经济效益和社会效益统一起来。一是以政府为主导,结合我国生态文明建设中的重点领域,将具体的生态产品内容合理纳入抽象的公共政策领域,降低交易成本,打通交易壁垒,提高资源要素的配置效率;二是以政府为主导,完善生态产品市场交易制度,支持和保护生态产品价值实现中的正当交易;三是政府主导打造绿色金融工具,为生态产品价值实现“赋能”,促进生态产品价值实现。

### (三) 坚持眼前与长远、局部与全局的统一

在不同发展条件、发展水平和发展环境下,不能用一个标尺衡量所有区域的生态产品价值转化,也不能急功近利去追求超越代际的生态产品价值回报,要坚持眼前与长远、局部与全局的统一。一是全国生态权益统一大市场引领生态产品价值实现。在全国层面开展生态产品调查监测、核算评估,设计一个行之有效、全国通认、国际标杆的生态产品调查核算体系;以全国生态权益统一大市场为引领,进行产业化利用、生态补偿、市场交易等方面的生态产品价值实现机制设计。在生态产品价值实现保障和推进方面,要注重绿色金融创新和系统性风险防范的统一、注重利益导向和责任约束的统一、注重理论总结

和实践试点的统一。二是要考虑保护和发展过程中的诸多因素。要综合考虑生态产品价值开发和环境保护、合理生产和促进消费、区域发展和协调联动(王宾,2022)、当代公平与子代公平等问题。三是要求在开发生态产品价值中,提前预设好“安全护栏”。要在试点大规模推行前,加强生态红线设立和生态环境监督,坚持守护国家自然资源永续利用的生命线。

### (四) 坚持推进生态产业化和产业生态化

生态产业化和产业生态化,是生态环境保护 and 经济发展相互促进,实现人与自然和谐共生的必由之路。产业生态化和生态产业化的关键,就是建立起生态产品市场交易的机制。首先,生态产品价值评估应做到方法可评、过程可信、结果可认。评价方法要科学、准确并具备可行性,要辅以更为细致的自然资源调查监测体系;评价过程应可信,加强评价监督;评价结果要可认,打造全国统一的生态产品交易市场,形成生态产品供需对接平台。其次,健全生态产品价值实现的支持保障,用好绿色信贷等金融工具,以绿色金融支持金融强国战略。最后,要建立起严格的生态产品交易信用制度,遏制失信行为。

参考文献:

- [1]王喜峰,姜承昊.发展方式绿色转型的关键问题及政策建议[J].价格理论与实践,2023(04):86-91+208.
- [2]施发启.《生态产品总值核算规范(试行)》简介[J].中国统计,2023(11):45-47.
- [3]史丹,王俊杰.自然资源资产负债表研究现状、评述与改进方向[J].中国人口·资源与环境,2020,30(01):1-11.
- [4]王俊杰.中国国家自然资源资产负债表编制——基于生态足迹方法[J].当代财经,2022(06):123-138.
- [5]张林波,陈鑫,梁田,王昊,郝超志,任耀发,李宇昂,吴舒尧.我国生态产品价值核算的研究进展、问题与展望[J].环境科学研究,2023,36(04):743-756.
- [6]王喜峰,姜承昊.水资源刚性约束下黄河流域高质量发展研究进展[J].水利经济,2023,41(02):18-24.
- [7]王金南,马国霞,於方,彭菲,杨成杉,周夏飞,周颖,赵学涛.2015年中国经济—生态生产总值核算研究[J].中国人口·资源与环境,2018,28(02):1-7.
- [8]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[J].经济体制改革,2021(01):12-18.
- [9]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(06):13-19.
- [10]沈辉,李宇.生态产品的内涵阐释及其价值实现[J].改革,2021(09):145-155.
- [11]张文明.完善生态产品价值实现机制——基于福建森林生态银行的调研[J].宏观经济管理,2020(03):73-79.
- [12]牛玲.碳汇生态产品价值的市场化实现路径[J].宏观经济管理,2020(12):37-42+62.
- [13]丘水林,靳乐山.生态产品价值实现的政策缺陷及国际经验启示[J].经济体制改革,2019(03):157-162.
- [14]王晓丽,彭杨贺,石道金.推进准公共森林生态产品价值实现:关键难题、破解路径与实践探索——基于数字赋能视角[J].生态经济,2024,40(03):220-227.
- [15]王喜峰,姜承昊.内蒙古风光氢储产业链一体化发展实践及启示[J].中国发展观察,2022(12):110-115.
- [16]蒋金荷,马露露,张建红.我国生态产品价值实现路径的选择[J].价格理论与实践,2021(07):24-27+119.
- [17]林智敏,林宏毅.坚持和完善生态文明制度体系研究:基于“两山”理念、生态优先、价值转化的视角[J].中国软科学,2024(S1):259-277.
- [18]李宇亮,陈克亮.生态产品价值形成过程和分类实现途径探析[J].生态经济,2021,37(08):157-162.
- [19]樊轶侠,王正早.“双碳”目标下生态产品价值实现机理及路径优化[J].甘肃社会科学,2022(04):184-193.
- [20]王宾.共同富裕视角下乡村生态产品价值实现:基本逻辑与路径选择[J].中国农村经济,2022(06):129-143.

(作者单位:王喜峰,中国社会科学院数量经济与技术经济研究所、中国社会科学院经济大数据与政策评估实验室、中国社会科学院青年人文社会科学研究中心;姜承昊,黑龙江社会科学院政治学所)