

生态产品价值实现机制

曾贤刚

(中国人民大学环境学院, 北京 100872)

【摘要】生态产品是生态文明建设中的核心概念。生态产品的价值实现机制本质上就是建立与“生态环境生产力”相适应的新的生产关系。生态产品价值具有多维性,不仅要关注生态产品价值总量,而且要考虑其价值结构,不同类型的生态产品价值具有不同的价值实现机制与路径。针对不同类型生态产品的特征,可以将生态产品价值实现路径分为四类:基于政府的公共生态产品价值实现机制;基于市场的私人生态产品价值实现机制;基于PPP的生态产品价值实现机制;基于社会的生态产品价值实现机制。

【关键词】生态产品;价值;政府;市场;社会

中图分类号:X22 文献标识码:A 文章编号:1673-288X(2020)06-0089-05 DOI: 10.19758/j.cnki.issn1673-288x.202006089

1 生态产品的概念与特征

1.1 生态产品的概念

“生态产品”是指维持生命支持系统、保障生态调节功能、提供环境舒适性的自然要素,包括清新的空气、清洁的水源、茂盛的森林、适宜的气候等。物质产品、文化产品和生态产品是支撑现代人类生存和发展的三类产品。如果说过去的物质产品和文化产品主要满足人们物质生活和精神生活需要的话,那么生态产品则主要满足人们健康和生命的需要。

“生态产品”的提法,重点在“产品”,要充分认识到生态环境本身的价值以及为了生产生态产品所必需的投入。“生态产品”生产也是一种专业性的社会生产活动,为了增强生态生产能力,增加生态产品产出,以推动生态系统恢复、增殖生态资源、改善生态环境、维持生态平衡,也需要投入人类劳动和相应的社会物质资源。

1.2 生态产品的特征

充分认识和分析生态产品的性质与特征,是生态产品价值实现机制设计和制度安排的前提。一般来说,生态产品具有以下特征:(1)整体性。如气候变化就具有全球性;(2)消费的非排他性和非竞争性。生态产品的生产是以自然要素为基础的,而很多自然资源属于公共资源,产权无法界定,受益主体也难以明确区分,这就决定了此类生态产品具有公共物品属性;(3)不可逆性。生态系统一旦遭到破坏,就很难恢复到原来的状态;(4)难以直接度量。很多生态产品如清新空气、清澈蓝天,人们的消费是难以直接衡量的。此外,很多生态产

品还具有外部性、供给的多元性等特征。

1.3 生态产品价值实现机制研究的重要性

生态产品在生态文明建设进程中具有重要的意义。党的十八大报告在论述生态文明建设战略任务时强调“要增强生态产品生产能力”,报告内容充分说明生态产品是生态文明建设的核心概念,也体现出在生态文明建设的进程中生态产品供给的迫切性。

当前,生态产品存在供给不均衡、供给不足、供给效率低下等问题,说明具有公共产品属性和外部性的生态产品面临着供给和需求的突出矛盾。而增强生态产品的供给能力,关键在于建立健全生态产品的价值实现机制。我国生态产品实际供给的不足,除了与政府财政投入有关外,根本上是机制体制问题。如图1所示,生态系统服务的价值化能够影响相应的制度安排,在有效的政策和经济机制作用下,制度能够影响人们的选择,改变人们的行为,进而对生态系统产生积极影响,提升生态产品的供给能力。因此,解决生态产品供求矛盾既需要财力支持,更需要机制体制上的创新,需要建立有效的生态产品价值实现机制。

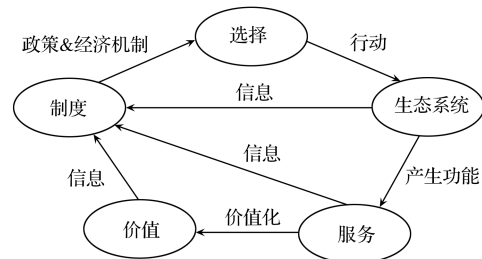


图1 生态系统服务、价值与制度的关系图

基金项目:本文系中国人民大学“中央高校建设世界一流大学(学科)和特色发展引导专项资金”项目(编号:16XNL004)的阶段性成果

作者简介:曾贤刚,中国人民大学环境学院教授,博士生导师,主要研究方向为资源与环境经济学、绿色发展,本文为作者在“2020年深入学习贯彻习近平生态文明思想研讨会”上的发言稿

生态产品的价值实现机制本质上就是建立与“生态环境生产力”相适应的新的生产关系。保护生态环境就是保护生产力,改善生态环境就是发展生产力。“生态环境生产力论”超越于传统生产力资源“无限论、无价论与无主论”之上,是保护、改善、建设生态环境的重要理论^[1]。传统的生产关系是与传统的生产力理论相适应的,加强生态文明制度建设就是建立与新的生态环境生产力论相适应的生产关系。

2 如何理解生态产品的价值

2.1 生态产品价值的理论基础

马克思关于劳动是人与自然之间物质变换的过程的论述:《马克思恩格斯全集》第23卷第201页—第202页指出,“劳动首先是人与自然之间的过程,是人以自身的活动来引起、调整和控制人和自然之间的物质变换的过程”^[2]。马克思指出,商品是用来交换的劳动产品,是使用价值和价值的统一体。生产商品的过程就是生产使用价值和价值的过程,商品的交换过程就是让渡使用价值和实现价值的过程,交换中所表现出的不同种商品的量的关系和比例即为交换价值。而交换价值之所以发生,就是因为所有商品中都含有一个共同物,它就是凝结在商品中的无差别的人类抽象劳动,正是这种劳动构成商品交换的基础,它体现着商品交换者之间的经济关系,它就是价值。

在马克思主义政治经济学理论中,劳动产生价值,劳动量决定价值量,劳动之外的存在只是为价值的产生提供前提性的条件,但本身并不具备价值性,只是使用价值(财富)的生产,却不参与使用价值(财富)的分配,“生产资料的作用只是形成使用价值,而不是形成交换价值”^[3]。

但是,随着生态环境危机的不断加剧,人类的劳动不仅仅是创造使用价值的劳动,还包含以下劳动:勘探、开采能源资源的劳动;修复、净化与治理生态环境的劳动;自然景观的美化、养护与管理的劳动;维护资源所有权和保护资源当中要付出多方面巨大的劳动(如国土资源的保卫、法律的保护、行政的管理、资源的调配以及为了保护和改善生态资源而限制污染行业的发展等)等。生态资源的价值是由维护生态资源所有权和影响生态资源数量和质量的劳动形成的。这些劳动,尤其是取得和维护生态资源所有权所投入的劳动虽然难以直接或准确定量,但在性质上确立了天然生态资源的资产性质,并确认其具有价值。

“绿水青山就是金山银山”理论是对马克思的劳动价值理论的重要发展。“绿水青山就是金山银山”,不仅是指“绿水青山”通过投入劳动,通过市场实现其价值,

最终转变为“金山银山”;而且是指“绿水青山”本身就是“金山银山”,“绿水青山”本身就是有价值的,或者说生态资源本身是有价值的。

2.2 生态产品价值的全面理解

生态产品价值具有多维性。与生态系统服务相似,生态产品具有使用价值与非使用价值,其中使用价值是与其实际使用相联系的价值,包括直接使用价值与间接使用价值,通过对生态产品直接或者间接的利用,人们可从中获得惠益;而非使用价值是指生态产品所具有的独立于人们对它们的使用的价值,也称为“内在价值”,又进一步分为选择价值、遗产价值和存在价值,非使用价值的总量可能是巨大的,是不容忽视的^[4]。虽然人们当前并不会使用生态产品,但是人们为了将来能够利用或者为了把其保留给后代,甚至是为了确保其在未来继续存在,愿意支付一定的费用。此外,生态产品的价值还可以分为经济价值与非经济价值,生态产品不单单能够带来经济财富,还能够满足人们美好生活需要的各种有价值的产品的统称和代称,除了经济财富,还包括陶冶心灵、审美对象、文艺创作等精神文化财富。

价值多维性增加了价值核算的难度。在分析生态产品的价值时不仅仅要关注价值的总量,还要考虑其价值结构,价值结构不同的生态产品的价值实现机制与路径存在差异。同时,还要重点关注生态产品价值的存量与增量,自然生态系统中原本就存在大量的生态产品,但这一部分价值是由先天的自然禀赋决定的,属于全社会。只有投入人力资本所带来的在原有价值基础上增加的部分才应归属于投入者,与存量相比,这一部分增量更具有现实意义。在具体实践中,要在确保存量的基础上寻求增量,即现有优质自然资源不被破坏和过度消耗,同时要通过生态修复等方式增加新的、更多的生态产品,探索生态产品价值增值的新途径。

此外,还要注意生态产品价值的额外性、泄露问题。额外性的概念早期来源于清洁发展机制(CDM)。生态产品价值上的额外性可以理解为,在没有人参与的情况下难以实现的价值增值。对于生态产品而言,在无人为干预的情况下,生态系统也能够生产一部分生态产品,只有那些通过生态保护等人为活动所带来生态产品价值的增加才是具有“额外性”的,才是人类在生态上作出的贡献。泄露是指一个地区为增加生态产品供给,该地区一些产品生产(尤其是高耗能产品)转移到其他未采取相应措施的地区。在这种情况下,虽然该地区的生态质量有所提升,生态产品供给能力提高,但是在更大的地域层面而言生态质量并不会有多大变化。

3 生态产品价值实现机制

3.1 生态产品的分类

对生态产品进行明确分类是研究其供给方式和运行机制的前提。依据公共产品理论,生态产品可以分为如下五种类型:

(1) 全球性公共生态产品

此类生态产品具有很强的跨国外部性,其收益可以扩展到所有国家、所有人民和所有世代,同时,也只有通过各个国家之间的合作和集体行动才能够保证全球性公共生态产品的供应。

(2) 全国性公共生态产品

这些生态产品具有纯公共产品的性质,且由于它与经济发展和当地的资源禀赋相关联,不同地区、不同人群的差异较为明显。这些生态产品的供给应该列入基本公共服务的范围,并应将其纳入均等化的范畴,由政府来供给。

(3) 区域或流域性公共生态产品

这些生态产品跨越了单个主体的管辖范围,其生产和供给涉及多个行政主体的参与。这种生态产品具有非常显著的公共资源性,尤其是具有消费的非排他性,如上下游生态环境的保护与治理。这种跨区生态产品的供给,无法由单个地方政府单独有效地解决,地方政府之间的合作是解决跨区生态产品供给的重要途径。

(4) 社区性公共生态产品

社区作为由居住在一个特定地域内的人口及家庭建立的一种社会与文化体系,由于居住地域的共同性,其居民往往对生态产品具有共同的需求。这种生态产品在社区层次上具有公共性,然而对于社区之外的其他居民来说,其具有排他性或私人性。为了满足社区成员对生态产品的需要,社区可以采取社区自治的方式,实现社区生态产品的共享与共同受益。

(5) 私人生态产品

根据产权理论,所谓的外部性不过是没有界定清楚稀缺资源的产权而已。对于产权能够界定的生态产品,可以将其转变成私人产品,并通过市场交易实现供给。当前严峻的生态环境现状,让我们意识到不能再把生态环境看成一种生存条件,而必须看成资源,作为生态产品来开发,进行市场交换,实现生态资本化经营。随着市场经济的逐步建立和完善,许多非市场价值在市场上也有了价值,如排污权、碳汇等都可以在市场上进行交易;如我国黄土高原丘陵沟壑区的生态环境建设等,政府收购由市场生产的生态建设成果(生态产品),促使生态效益转化为经济效益。

3.2 价值实现机制总体框架

生态产品分类方法多样,种类繁多,不同类型生态产品的价值实现方式存在一定的差异,因此需要从生态产品的供求主体、供求客体、供求模式、供求方式、供求体制、供求运行机制等多角度多层面研究生态产品的价值实现机制,并从法律、政策、体制、机制等多层面建立和完善各种类型生态产品价值实现的制度保障体系。全面诊断现行相关制度的有效性和可行性,寻找制约我国生态产品价值实现的自然、社会和经济因素,从而提出基于政府(中央政府和地方政府)、市场、社会的多元化生态产品价值实现机制和制度体系。

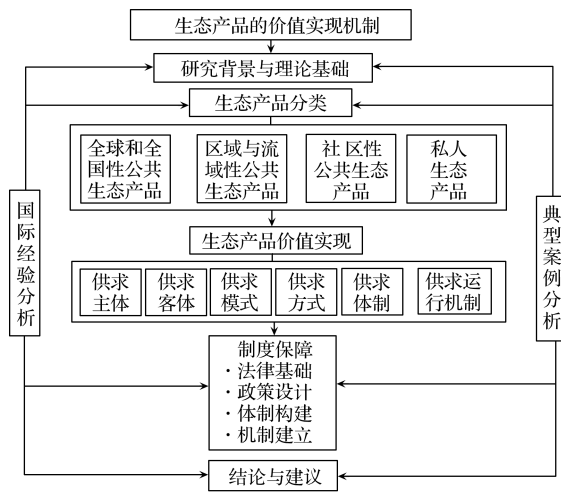


图2 生态产品价值实现机制总体框架

供求主体即生态产品的提供者与需求者。全国性、全球性、区域性、社区性公共生态产品具有公共产品属性,为避免市场失灵,政府在生态产品供给上发挥主要作用,应是其主要供给者,可通过非市场途径如财政补贴、税收减免等途径提供生态产品。此外,政府还可制定各类政策法规,人为地创建市场,通过市场行为改善生态环境活动,进而实现私人生态产品和一部分公共生态产品的市场供给。而且,对于政府供给的生态产品而言,政府可通过提供财政资金等方式维持生产者供给生态产品的能力。此时,供给主体并不是政府,而是生产者^[5]。供求运行机制是基于保证生态产品供给充足、需求得到满足的一种制度安排。具体而言,要根据不同类型生态产品供求主客体的具体特征决定生态产品的供求是政府部门决定还是通过市场“看不见的手”进行分配,选择合适的供求方式与模式,并完善相关法律法规、构建相应的体制机制以保证供求机制的正常运行。

4 生态产品价值实现路径

基于上述分析,结合不同类型生态产品的特征,具

体而言,生态产品价值实现路径主要有以下四类:

4.1 基于政府的公共生态产品价值实现机制

在公共生态产品产权与受益者不清晰、管理成本较高时,出于高效、公平等考虑,还是要通过政府投资来扩大其供给并实现其价值,尤其是为人类提供生存环境和生命支持系统、维护自身生态平衡与生物多样性的生命支持类生态产品的提供^[6]。政府作为公共利益的代表,为满足人们对于优美环境质量的需求,在明确公众对于生态产品需求的基础上,应将这些生态产品作为公共服务提供给社会公众。政府供给生态产品的主要资金来源源于公共财政,主要是环境财政资金,通过公共财政支出由政府供给生态产品,促进生态产品平等消费,这也是社会财富再分配的一种形式,是实现社会公平的有力手段。

政府供给生态产品主要有以下三种方式:第一,政府直接生产生态产品;第二,政府通过建立有效的可以鼓励生态产品供给的政策和制度来提高生态产品的供给水平;第三,通过增加自然保护区面积等方式来间接地提供生态产品。在上述三种方式当中,生态产品的核算及其价值分析非常重要,必须加快建立科学的生态产品核算和价值评估制度,以便动态地对生态产品数量与质量进行监测。为了确保政府履行生态产品供给的责任,一方面要提高公众意识,保障公共监督的反馈渠道畅通;另一方面要建立健全政府监督与考核制度。

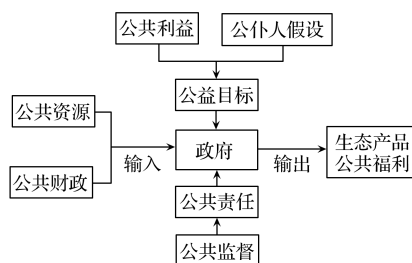


图3 基于政府的公共生态产品价值实现机制

4.2 基于市场的私人生态产品价值实现机制

政府供给的低效率、市场经济的逐步建立与完善(尤其是虚拟市场的创建和规范)、生态环境资源的产权界定和价值化、以自愿追求私人利益的企业经济人动机以及消费者对于生态产品的迫切需求,使生态产品的市场化供给成为可能。生态产品市场供给的运行机制见图4。无论是直接的市场经济交易(排污权交易、碳汇交易等)、生态资本产业化经营还是生态购买所生产和提供的生态产品,其运行所需要的经济投入来源于企业,而生态产品的生态和经济效益具有潜在和长期滞后性,因此为了提高企业供给生态产品的积极性,政府相关政策方面必须有一定的引导,以激励企业资本对生

态产品的投资^[7]。另外,即使是通过市场机制供给的生态产品,它仍然具有一定程度的公共性。因此,在生态产品的市场化供给过程中,营利性企业或组织也必须承担公共责任,接受政府的规制和公众的监督。

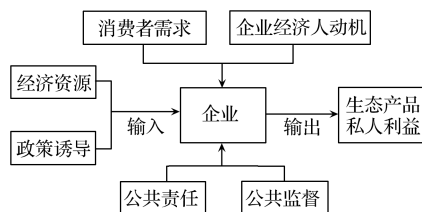


图4 基于市场的私人生态产品价值实现机制

4.3 基于PPP(Public-Private Partnership, 政府公共部门与私营部门合作经营)的生态产品价值实现机制

基于PPP模式的生态产品价值实现机制可以概括为基于政府与基于市场两种机制的融合。虽然政府与私人部门提供生态产品的初衷不同,但其目的都是增加生态产品供给数量和质量,二者为了这个共同目标达成合作,互利互惠,不仅创造公共福利,也带来了私人收益。

PPP模式中政府和私营部门是优势互补的合作伙伴关系,同是决策者和生产者。政府出于政绩考核、提高政治支持率以及提高财政收入减少支出的激励,希望以最低的成本提供公众满意的生态产品。通过PPP的合作模式,政府可以在招标时就规定生态产品的质量和数量,并在合约中依据私人部门对目标的完成状况规定支付方式,而且政府需要协调各个方面的关系,帮助降低项目交易成本。同时引入私人部门的技术、管理手段和社会资本可以减少政府的财政支出,分担风险。私人部门参与PPP项目可以借助政府良好的信誉以及借助政府资源协调各个方面的关系等方面的优势,降低手续办理、谈判等方面的交易成本,降低在金融机构的融资成本,提高自身收益^[8]。

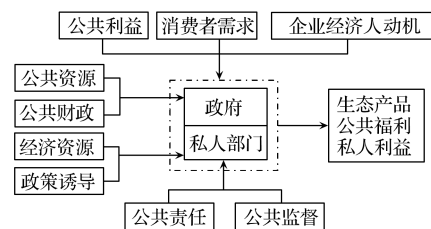


图5 基于PPP的生态产品价值实现机制

4.4 基于社会的生态产品价值实现机制

基于社会的生态产品价值实现机制能够有效弥补市场失灵和政府失灵。具有社会责任感的自愿组织或者个人出于利他动机,在充分了解当地社区需求的情况下,可通过聚集社会资本供给生态产品,为所在社区带来利

益。自愿供给的决策方式常常是自愿和分散的，供给生态产品的种类、数量和质量均由私人部门自己决定。自愿供给的资金来源通常是社会捐款，或者向受益群众收取会费的方式筹资。生产机制方面，由私人部门根据受益区群众的需要自行安排生产活动，机动性较强。激励方面，非营利组织应当是不以营利为目标，但当外部监督缺失时，依然有可能产生机会主义行为，需要政府和群众对资金使用状况、生态产品的供给状况进行监督。

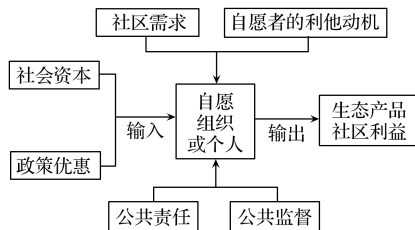


图6 基于社会的生态产品价值实现机制

在此机制中，如何促使社区居民积极、准确地表达对生态产品的需求是基础，可以考虑通过设计公众易于

访问的生态产品信息共享平台，促使公众以较低成本参与生态产品的需求表达。而且，生态产品供给资金的来源是一大难点，筹资过程中要重点引入高水平的社会资本，从而为机制运作提供强有力的资金保障。此外，还要注重加强制度建设，促使各个主体约束自身行为、遵守集体规则，降低交易成本和效率损失，实现集体福利水平的最大化。

参考文献：

- [1] 曾贤刚. 中国特色社会主义生态经济体系研究 [M]. 北京：中国环境出版社，2019.
- [2] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局. 马克思恩格斯全集第23卷 [M]. 北京：人民出版社，1972.
- [3] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局. 资本论第1卷 [M]. 北京：人民出版社，2004.
- [4] 马中. 环境与自然资源经济学概论 [M]. 北京：高等教育出版社，2006.
- [5] 虞慧怡，曾贤刚. 山东省林业生态产品的分类、价值评估与供给机制 [C] // 产业竞争力与创新驱动：2014年山东省科协学术年论文集.
- [6] 刘子刚，刘喆，卫文斐. 我国环境保护基本公共服务均等化问题和实现途径 [J]. 环境保护，2015，43(20)：47-50.
- [7] 曾贤刚，虞慧怡，谢芳. 生态产品的概念、分类及其市场化供给机制 [J]. 中国人口 资源与环境，2014，24(7)：12-17.
- [8] 贾康，孙洁. 公私伙伴关系（PPP）的概念、起源、特征与功能 [J]. 财政研究，2009(10)：2-10.

The value realization mechanism of ecological products

ZENG Xiangang

(School of Environment, Renmin University of China, Beijing 100872, China)

Abstract: Ecological product is the core concept in ecological civilization construction. In essence, the value realization mechanism of ecological products is to establish a new production relationship corresponding to “ecology and environment productivity”. The value of ecological products is multi-dimensional, which should not only focus on the total value of ecological products, but also consider their value structure. Different types of ecological products have different value realization mechanisms and paths. According to the characteristics of different types of ecological products, the value realization paths of ecological products can be divided into four categories: the value realization mechanism of public ecological products based on the government; The realization mechanism of private ecological product value based on market; The value realization mechanism of ecological products based on PPP; The realization mechanism of ecological product value based on society.

Keywords: ecological products; value; government; market; society