

生态“颜值”何以转化为经济“产值”:生态产品价值转化的内在机理与实践路径

余敏江,贾德清

(同济大学政治与国际关系学院)

摘要:生态产品是联结自然和社会的桥梁和纽带,生态产品价值实现是协同推进经济高质量发展和环境高水平保护的重要举措。通过对A县生态产品价值转化的案例研究发现,生态价值转化效能受到“资源要素-行动者结构”及其过程化机制的多重影响。其中,以生态资源禀赋、制度政策环境为核心的基础性要素体系与以政府主体、市场主体和村民共同参与的行动者结构构成了“生态价值变产值”的核心序参量。要素体系的匹配程度和聚合效应促使不同行动者围绕生态“颜值”与经济“产值”之间的套现机制,形成平等参与和有序协同的内生关系,进而激活和共享各类要素资源的价值理性和工具理性,构建支撑实现“生态资源-生态资产-生态资金”货币化转变的要素体系和“资源变产品”“产品变商品”的内在机制与关键环节。基于此,健全生态产品价值实现机制,实现生态产品价值转化是一个主体结构 and 资源要素长程互动的“连续谱”。生态价值的可持续转化有赖于两大要素体系之间相互适配,需要构建基础性资源要素的确权核算机制、“行动者-资源”要素体系的耦合协同机制和“资源-资产-资金”制度套利机制,从而为生态价值可持续转化提供重要支撑。

关键词:“两山”理论;生态产品;价值实现;生态产品价值转化;人与自然和谐共生

一、问题的提出

纵观经济发展状况的空间分布,不难发现一个有趣而又令人费解的现象——多数经济洼地反而是生态资源高地^[1]。这意味着,通过生物生产为经济社会发展提供的生态产品还有很大的发展空间。党的二十大报告提出,要“建立生态产品价值实现机制”^[2];党的二十届三中全会进一步提出,要“健全生态产品价值实现机制”,并要求“加快完善落实绿水青山就是金山银山理念的体制机制。”^[3]生态产品正逐步成为继农产品、工业产品、服务业产品后的第

四产品,生态产业也正成为继农业、工业、服务业后的第四产业^[4]。

如何通过农村集体经济的制度创新与社会化业态创新激活农村地区大量沉睡的生态资源,无疑是促进乡村产业振兴和推动实现共同富裕过程中的一大难题^[5]。为此,基层政府加快了“绿水青山”转化为“金山银山”体制机制创新的先试先行,出现了如浙江安吉“两山合作社”、福建南平“生态银行”、云南保山“田园综合体”等模式。成功案例的示范效应能够强化地方政府间的模仿学习和“为创新而竞争”的行为,但是,地方政府的同质化和短期行为不

引用本文:余敏江,贾德清.生态“颜值”何以转化为经济“产值”:生态产品价值转化的内在机理与实践路径[J].河海大学学报(哲学社会科学版),2025,27(4):69-80.

基金项目:国家社会科学基金重点项目(22AZD091)

作者简介:余敏江(1977—),男,教授,博士,主要从事环境政治与治理研究。E-mail:18102@tongji.edu.cn

仅会造成由乡村生态资源不合理配置而导致的“虚耗”“内耗”和“损耗”问题,无法“在地化”实现当地产业发展和农民增收,而且还可能因为生态资源的不可再生性、产业布局的短期性及环境污染的不可逆性等使得乡村发展再次陷入“贫困陷阱”。学界围绕生态价值评估制度与核算方式、生态资源产权制度与价值实现机制及生态“资源-资产”转化的理论逻辑等议题展开了研究,初步积累了一些有分量的研究成果,特别是在解读和阐释“两山”理念等生态文明思想的科学内涵、哲学意蕴及其实践价值等方面,孕育出了极具中国情境的本土化知识体系和话语体系。然而,当前生态产品价值实现机制研究鲜有将“生态颜值”与“农民财富”的复杂互动关系进行分析,特别是对两者转化的具体条件、实现逻辑及实践路径等方面缺乏必要的理论剖析和实证检验。有鉴于此,笔者通过对既有研究局限的纠补,以生态产品价值转化的实践经验为分析对象,着重回答“高颜值生态”转化为乡村“高质量发展”的基础性要素,并通过呈现其持续性转化的重要过程与环节,识别生态产品价值转化的关键机制。本研究聚焦于“生态产品价值转化何以实现”问题,通过对S省A县生态产品价值转化过程的深度追踪,旨在探究和分析实现生态产品价值转化的基础性生态要素、匹配性制度设计及过程性转化机制,进而淬炼和总结出“高颜值生态”持续转化为“高质量发展”的内在理路与实践逻辑。

二、生态产品价值转化的实践考察与文献回顾

践行“两山”理念、健全生态产品价值实现机制的关键突破口在于如何推动实现“两山”转化。理论研究主要从“两山”转化的基本内涵、内在逻辑和实践路径展开。在基本内涵方面,既有研究一般认为在一定空间范围内整合性生态资源要素的价值转化,其本质是将生态环境资源优势转化为经济优势^[6]。在内在逻辑方面,“两山”之间存在“有绿水青山无金山银山”“先金山银山后绿水青山”“用绿水青山换金山银山”等认知偏误。因此,长期以来,人

们基于错误的生态资源价值认知而产生的掠夺式和低效性的生态资源开发和使用行为致使生态资源稀缺与浪费现象并存,导致乡村经济发展面临生态资源性缺失、工程性缺失和质量性缺失等约束性难题。这些难题的攻破有赖于制度规范与政策引导,探索出能够实现“绿水青山就是金山银山”的实践路径,才能达成“两山”转化的互惠共赢。

实际上,生态资源的价值化就是资本化和市场化,同时也是生态资源与货币资本相结合,通过生态环境资源与金融资本融合启动产业资本循环与再生产,进而实现生态优势向生产优势、产品产业优势等经济优势转化的过程^[7]。生态资源的资本化和货币化依赖于生态资源评估机制和产权制度体系的确立,唯有按照市场价值规律进行产权交换和生产管理(体现生态资本的增值属性),方能实现从实物形态的生态资源管理向价值形态的生态资本管理转变。但是,囿于生态资源价值认知的阶段性和渐进性、生态产品价值转化过程的复杂性等,生态资源和生态产品的资本化过程仍然存在资源底数不清、产权划分不明、产品制度体系设计不全、生态补偿机制执行不力、非政府主体参与不足等问题^[8]。针对上述生态产品价值转化面临的掣肘,经过多年渐进式探索,我国逐步建立起“政府+市场”的差异性生态产品价值转化模式,即以政府财政资金为主导的生态补偿制度以及以产权制度与指标交易为核心的市场化模式。生态补偿主要是政府主导下的健全生态产品价值实现范式,按照“谁受益、谁补偿”“谁保护、谁受偿”原则,生态受益地区向生态保护地区购买生态产品^[9]。这种转化模式强调政府在管理过程中的主导性角色和决定性作用,以惩罚性质的“税”、补偿性质的“费”及项目工程发包、专项资金或转移支付来调节和平衡地区之间的生态效益。如,浙江丽水通过生态产品价值实现专项基金对年度生态系统生产总值(gross ecosystem product, GEP)增量较大的乡镇予以生态增值奖励,以激励乡镇政府积极“推进GEP向GDP的转化,使‘绿水青山’变为‘金山银山’”;同时加强GDP对GEP的优化作用,以‘金山银山’巩固‘绿水青山’,最终实现

GDP、GEP 规模总量协同增长”^[10]。虽然这种以政府为主导的转化机制在一定程度上缓和了生态环境保护与经济发展之间的矛盾,但因其“补偿方式单一、渠道狭窄,限制了生态补偿的实施范围和执行力度”^[11]。

政府主导的转化模式及其实现路径之短板,昭示了健全生态产品价值实现机制向以市场配置为主导或向市场化工具转变的必要性。越来越多的学者意识到市场化工具对解决生态环境问题的重要性,认为其中的核心问题就是生态资源产权界定和价值核算。市场化能够通过生产、分配、交换和消费过程促进生态环境保护的经济效益显性化和环境治理成本的隐性化^[12]。因此,生态资源指标和产权交易,如排污许可和排污权交易就成了排污市场主导的转化形式。此外,生态产品价值转化的市场化工具包括了生态产业化经营(生产技术的绿色创新和产业管理的绿色变革)和资本化运作方式(绿色信贷、绿色慈善或其他绿色金融支持),以及附着于物质产品上的功能性服务(如自然风景区门票的服务付费等)。也有学者将生态资源的资本化路径划分为直接转化路径和间接转化路径,具体包括生态产品直接交易、生态产权能分割、生态资产优化配置、生态资产投资运营^[13]。毋庸置疑,无论是基于何种标准的类型划分,一些具体的市场化工具,如森林生态银行(福建南平)、水美经济(福建光泽)、农文旅(江苏苏州)等,对推广生态产品价值转化的市场化工具具有一定的积极作用。

总体而言,有关健全生态产品价值实现机制的既有研究已初具规模,乡村生态资源的价值转化实践亦在不断深入推进,理论与实践两方面的进展共同为本研究提供了有益启思。然而,已有文献较少提供“生态颜值”如何持续转化为“经济产值”的成功个案,也没有对生态产品价值转化路径的发生机制、行动逻辑及其深层原理展开系统性研究。并且,单一的市场化工具究竟能发挥多大作用、在什么层面上发挥作用以及如何发挥作用,还需更多的理论探索和实践佐证^[14]。如,以项目制展开的生态产品价值转化仍然面临项目短命、制度供给地方化和碎片化等难以持续的风险^[15]。因此,如何延

长生态产品价值转化机制创新的“生命线”,以及如何从“昙花一现”或者“偏于一隅”的创新竞争中析出可持续、可复制的一般性经验,这种实践与理论研究的的双重需要共同昭示着,实现生态资源的价值转化和发展仍是一个亟待拓展的研究领域。

三、生态产品价值转化的内在机理:基于 A 县的案例呈现与分析

案例研究可以保留现实生活中有意义的特征^[16]。为解决预设的理论问题,采用单案例研究,并根据以下“理论抽样”原则,选择 S 省 A 县生态产品价值转化中心作为案例研究的对象:一是 S 省在生态环境保护和生态价值转化方面具有较好成果,对邻近省份具有较大的辐射和带动效应;二是作为全省生态产品价值转化的“样板”,A 县第一个实现了全域生产价值核算;三是 A 县率先设立了专职生态产品核算、交易和信贷于一体的生态产品价值转化中心。据此,通过 2023 年 7 月至 8 月对 A 县生态价值产品转化中心的参与式观察,对生态产品价值转化和价值实现的要素和机制进行理论挖掘。

1. 案例选择与呈现:A 县生态产品价值转化的实现方式与具体经验

A 县位于 S 省西北部,是全国首批生态保护与建设示范区和“林长制”首创地,拥有国家级生态乡镇 16 个。为深入贯彻落实习近平生态文明思想,积极探索健全生态产品价值实现机制,A 县于 2021 年在全省率先完成 GEP 核算工作,核算出当年生态总值高达 1 142.25 亿元^①,并对各类生态自然资源的位置、权属、数量、质量等进行清晰界定,实现了“绿水青山”可量化、可转化,为推动生态产品价值实现提供科学依据。同年,A 县创新建立全省首家“生态产品价值转化中心”。按照“县级总部、乡镇

① 依据《GB/T 38582-2020 森林生态系统服务评估规范》和《陆地生态系统生产总值(GEP)核算技术指南》相关内容,林业资产评估物质量指标包括:粮食、油料、蔬菜作物年产量,木材供给和林下产品年产量,水源涵养量,土壤保持量,固定二氧化碳量以及氧气提供量 6 项;价值量指标包括:农业产品年产值、林业产品年产值、水源涵养价值、减少泥沙淤积价值、减少面源价值、固定二氧化碳价值、氧气提供价值 7 项。

分部、村级网点”的架构模式,A县“生态产品价值转化中心”已覆盖12个乡镇,将县域内优质生态产品规模化收储、专业化整合、精细化评估、市场化运作、产业化运营,推动生态资源和生态产品实现价值的有效转化。2022年11月,生态环境部公布了第六批国家“绿水青山就是金山银山”实践创新基地名单,A县以全省第一的成绩成功创建。

(1)生态资源优势识别:GEP全域核算与生态资源价值可视化

科学评估辖区生态环境资源的价值是生态文明建设和健全生态产品价值实现的基础性和前瞻性课题^[17]。基于良好的区位条件和资源禀赋,A县探索出以先行核算为基础,通过厘清和盘点全县生态资源的“绿色家底”。首先,以现实供给量为基础,辅之以潜在供给量为补充,构建起生态产品供给物质量与价值量的计算体系。如,A县依据林业资源核算体系的类别(物质产品和调节服务),将林业资源的物质量和价值量划分为12个项目^①。其次,通过创新既有生态产品计价体系,将生态产品分别计价,以此为生态资源权属流转、物质类生态产品收储等交易的市场定价和生态产品抵押贷款提供依据。再次,成立核查小组,验证GEP核算的可操作性。A县联合地方高校和科研院所成立核查组,针对自然资源确权登记存在的边界和权属不清问题进行入户核查。通过抽样对县域内土地、植被、空气、水域质量等进行测定,实现自然资源数字化核算。最后,创设生态产品监管仓。监管仓的目的在于实现全县优质生态产品规模化收储,在转化中心对生态产品源头品控、分等定级的基础上,将农民自由生态农产品存入监管仓,进行统一的动态可视化库存管理,实现生态产品的仓储、物流精准匹配和有效输出。

借助上述方式,A县成功构建起“县-乡(镇)”两级生态产品价值核算评估体系。经初步核算,2021年全县GEP总值达1142.25亿元,其中产品服务供给62.58亿元、调节服务985.55亿元、文化服务94.12亿元,分别占比5.48%、86.28%和8.24%^①,A县成为全国首批将水和空气等自然资源“套现”和“变钱”的

地区。

(2)货币资本投入与制度政策配套:生态资源价值套现及其资本化

生态资源货币化和资本化意味着市场要素和金融主体利用货币资本购买生态产品的使用权、青山绿水生态经营权及由其所转化的其他生产要素。在该环节,A县将货币资本与金融资本引入生态产品价值转化过程,开启了全域生态产业领域的增值循环,实现了生态资产的资本化过程。

首先,健全生态产品价值实现机制的关键在于通过制度体系建设巩固既有转化通道及其效能。生态产品具有多样性、价值负载复杂性等多重特征,政府如何创设制度机制对于生态价值的转化至关重要。为此,A县围绕生态资源保护建立了多样化制度机制,如林长制、“多员合一”生态管护员制度、生态环境保护综合行政执法改革与司法保障制度等,旨在通过持续性的制度输出,强化生态产品价值转化的制度体系建设。

其次,引入货币资本,探索建立生态资源多要素权益交易体系。A县探索了区域林权、土地承包权、碳排放权、排污权、采砂权等资源权益交易,通过初始配额与生态产品价值核算挂钩机制,迅速推进生态资源的市场化运作。A县率先成立生态产品价值转化中心,通过中心的平台化运转,为其生态价值转化搭建了“权属到户、资源整合、面向市场、分类定价、交易变现和百姓增收”的创新型交易平台。同时,A县设立生态银行,采取“县级总部、乡镇分部、村级网点”的架构模式,利用GIS系统和大数据技术,实现集生态资源、物质类产品、文化服务类产品、调节服务类产品的生态信息管理、交易、监管、评估全过程运作,成功探索出“资源变产品、产品变商品”的生态套现机制。

最后,通过引入金融资本和风控企业,从资金周转和风险管理角度保障生态产品价值资金链条的安全性。A县以生态资源和产品价值核算、品质等级分类为基础,面向普通农户授信,

^① 数据来源:生态产品价值转化中心“大数据展示平台”相关数据。

创新开发了“甜蜜贷”“资源贷”“民宿贷”等生态信贷产品。A 县设立了全国首创的生态产品储蓄银行,通过“资源-资产-资本”三级转化模式,发放专项贷款 1.42 亿元,支持生态旅游、农业等产业。为保障交易安全与风险管控,A 县还引入人保财险 A 县分公司参与生态资源和产品交易,进行风控和风保管理,以帮助政府解决生态产品交易中的金融风险问题。

(3)经济反哺生态:生态资源再生产与“两山”互利共惠局面

生态产品价值转化过程反映了国家、市场与地方利益相关者之间的复杂性互动关系,具体体现为行政主体、市场主体和村民个体等多元行动者在生态产品价值转化过程中的角色与作用。同时,生态环境保护与生态经济发展良性互动、互惠共赢也是生态产品价值转化的重要内容。生态资源再生产是将生态产品价值带来的经济效益作为资本再次投入生态资源生产和保护,通过生态修复与保护、自然与环境价值挖掘等措施再培育绿水青山的过程^[18]。

通过“生态资源-经济收益-生态保护”闭环机制,A 县实现了生态与经济的良性互动:一方面,其生态产品体系以“山水林田湖草”为核心,通过技术创新(如区块链确权)和制度创新(如林长制、生态产品储蓄银行),实现了从资源保护到价值变现的全链条转化,尤其在破解“度量难、抵押难、交易难”问题上成效显著。另一方面,设定了经济反哺生态比例,每年将生态产业收益的 15%~20%直接投入生态修复与保护项目,特别是在补充生态修复专项资金和生态保护制度性支出方面有较大作用。如 A 县 2023 年生态产业共收益 5 000 余万元,并将

700 万元用于山林修复和水质提升。

2. 案例分析与阐释:生态产品价值转化的资源要素、主体结构与转化过程

实现生态资源的持续性价值转化是一项过程复杂、内容多元的系统性工程,是生态资源要素、转化结构与实现过程等诸多子系统,围绕生态资源与经济价值相互实现、彰显人类生命、生产、生存、生态与生活交叠嵌套和构建人与自然和谐共生关系的价值逻辑^[19],配置和实现“资源-资产-资金”持续性转化输出的复杂性社会巨系统。因此,探索如何实现多要素整合、科学运作、制度保障等多维耦合的生态产品价值转化模式及实现机制,亟待实践探索和理论挖掘。

根据上述案例,从要素体系及其特征来看,生态产品价值转化涵盖了生态资源、生态资产和生态资金 3 个子系统,包括生态产品价值转化的基础性要素和结构性要素两大要素体系。要素体系的匹配程度和聚合效应促使不同行动者围绕“生态颜值”与“经济产值”之间的套现机制,形成平等参与和有序协同的内生关系,进而激活和共享各类要素资源的价值理性和工具理性,构建支撑实现“生态资源-生态资产-生态资金”货币化转变的要素体系和“资源变产品”“产品变商品”的内在机制与关键环节。图 1 阐释了生态资源持续性价值转化的要素体系与结构,并从“行动者-要素资源”视角来解释生态产品价值转化的要素、结构与过程等内在理路。

第一、以生态环境和自然资源为核心基础性要素。生态产品价值转化是资源要素商品化过程。在市场经济条件下,生态环境和自然资源成为具有交易价值且能够增值收益的经济和货币资本,继而成为生态价值再生产中生产、交

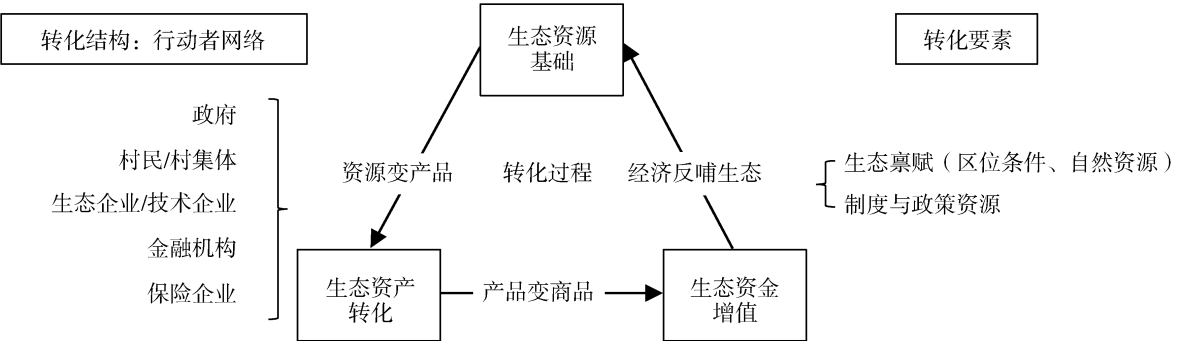


图 1 要素、结构与过程:生态产品价值转化的内在理路

换、销售和分配的对象。生态环境和自然资源商品化下的“两山”转化内涵突出了生态产品所拥有的交换价值和经济属性,以及这种属性对生态环境与消费者所具有的作用和意义。通过 GEP 全域核算,A 县对其辖域范围内的生态环境和自然资源进行整理和筛查,盘点好“生态账”和排摸清“生态家底”,成为生态资源和价值生产、交换、消费和分配的前提与基础。首先,在生产环节,生态资源本身的生产成为生态产品价值增值的途径,资源空间分布的差异性要求 A 县在生产过程中能够整合全生态要素体系,激活生态价值转化的要素活力。在交换环节,除了依赖于市场自发调节机制,A 县政府还在创建地方品牌、规约市场行为、打通产销渠道等方面进行完善并落实制度政策配套。如,A 县首创林长制,利用森林覆盖套种多种野生菌和其他经济作物发展“林下经济”。其次,在消费环节,除山林湖草等自身使用价值,A 县依附于生态空间基础和条件形成的生态康养、生态旅游等产品也是引导消费者消费的主要原因。A 县以新光山庄为生态旅游样板,全力打造集休闲旅游、养生度假、观光农业和生态食品于一体的大型生态农庄。最后,在分配环节,除了土地、林权等产权划分和归属清晰的资源要素参与分配,通过生态确权,A 县还将那些产权模糊、确权不明的空间整体性资源要素也实现了分配。

第二,生态产品价值实现的基础性要素还包括制度环境土壤。政府在生态文明建设和环境保护过程中,始终是生态产品价值实现的主要倡导者和参与者。中央政府与省级政府通过环境保护的制度话语、先试先行的行政话语、价值实现的效能评价等政策话语,深度参与生态产品价值实现的实践,确保正外部性的内化过程^[20]。同时,地方政府通过政策税收调节和产业政策引导,积极配合甚至全面驱动企业开发设计生态产品,着力探索适应辖域区位条件的价值转化路径。A 县始终坚持生态立县,探索绿色崛起之路。如,为实现“生态强县作示范、绿色崛起勇争先”的总体战略,先后出台了《生态文明先行示范区建设规划》《生态产品价值实现机制试点实施方案》《生态产品价值实现

机制改革工作方案》等系列文件,“始终像爱护眼睛一样呵护生态,像珍爱生命一样珍惜生态,严守资源消耗上限、环境质量底线、生态保护红线,纵深推进全境护山、全域理水、全面治污”。

第三,以多元主体共同参与的结构性要素。要完整地理解生态产品价值转化过程中协同的行为逻辑,除了制定规范其运行空间的制度框架,还需构建科层组织、市场组织及公众有效组织起来的行动者网络^[21]。生态产品价值转化的结构维度,一方面,从生态发展、生态经济的角度解释了中国欠发达地区乡村生态环境保护与经济发展(农民增收脱贫)之间的深刻互动;另一方面,从参与转化过程的主体结构来看,生态产品价值转化的制度化过程吸纳和整合了各类行动主体(行政主体、市场主体与村民个体),并在与村民等利益相关者主体之间的互动过程中形成了“多元主体型塑的稳定利益共同体”。具体而言,生态价值可持续转化过程包括了政府、村民/村集体、生态企业、金融机构和保险企业,分别拥有不同的转化资源并承担转化环节中各类职能,共同发挥协同性互补作用。从 A 县的经验来看,行政主体是生态产品价值转化的“规划师”,其以行政权力和兜底责任全面托举和保障生态价值全域核算、生态产品交易和生态价值再分配等关键环节;生态产业、信托金融机构等市场主体是做大生态产业并增值生态产值的“操盘手”,以经济赋值生态,以生态套现经济等市场手段打通“资源→资金→资产”相互转化的链条;村民个体是价值转化过程的最终受益者和最大“受惠人”。

第四,基于资源、主体与资本适配的过程性要素。生态产品价值转化及其实现过程包括“生态环境的正外部性内化为生态型产品”以及“生态型产品转化为消费型产品并在交换过程中产生实际性收益”两个阶段,蕴含着人与自然互为主体、生命与生态共进共荣、经济发展与生态安全统筹推进的丰富内涵。生态产品价值转化蕴含着资源与资产互换的双向过程,并由“资源变产品”“产品变商品”“商品变资金”“资金反哺生态”等多阶段构成了生态资产化和资本生态化的“莫比乌斯环”。在生态价值转化过程中,需要生态资源、政策与主体资源与

经济资本高度融合,其中的生产性要素是开启资源变产品的基础。A 县生态空间中的各种自然资源以及历史、文化、景观等人文资源作为“原料”进入物质生产过程,通过特定生产方式将其加工为农林牧渔等物质供给类生态产品、调节服务类生态产品和文化服务类生态产品。这种自然资源价值化过程赋予了生态空间的整体性价值,也体现了自然资源的潜在价值可视化,即与生态产品使用价值的“等价转换”。生态产品商品化过程是自然资源收益转化的关键阶段,依靠林业产权流转和绿色金融支持来实现。因此,生态资源产权人、金融企业、银行信贷、产品企业和政府在该过程中发挥着重要作用,是整个转化过程的核心行动者。在该过程中,政府的政策行为是维护国家、市场和本土利益相关者之间平衡关系的重要方式,也是促进和推动生态价值转化的“推盘手”和“第一责任人”。通过金融手段、生产手段和价格机制,市场主体承担着资源套现获利的经济任务。农民是自然资源产权的持有人,也是生态价值转化的最终受益人。所以,生态产品价值实现包含了生物、生态、生产多种要素的叠合,是各类资源、资本和各类主体相互适配的长程过程,即不同行动者角色围绕“生态保护与经济发展利益共融”的根本目标,能够将资源性要素和结构性要素转化为生态价值最大化和分配效益最优化的过程性要素,并最终实现人与自然和谐的中国式现代化。

四、增“颜值”换“产值”:生态产品价值持续转化的实践路径

增“绿色颜值”换来“高经济产值”是生态产品价值转化的根本目标。由此,探索生态、经济、社会与人文多元价值共创的实践路径,归纳、总结和优化实现生态产品价值转化的有效路径是本研究的重要内容。从案例和内在机理的分析来看,健全生态产品价值实现机制、实现生态产品价值转化是一个主体结构和资源要素长程互动过程,需要构建基础性资源要素的确权核算、“行动者-资源”要素体系的耦合协同和“资源-资产-资金”制度套利等多重机制,才能为生态价值可持续转化提供方法论支撑。

1. 识别资源本底和明晰产权划分是保障生态产品价值转化的基础之策

生态产品价值转化是发生在一定地理空间上的社会现象,是自然生态系统和人类经济生产行为系统耦合下形成的“资源-资产-资金”相互转化的过程。但由于资源分布的空间异质性及人类活动干预强度的差异,生态资源底数存在“量”与“质”的差别^[22]。所以,从宏观层面看,开展生态产品价值转化活动的前提是对特定空间范围内的生态环境与自然资源进行科学研判、监测、评估与测算,动态并准确地识别区域资源底数和发现资源存在价值。

一是建立生态环境和自然资源监测网络和产权制度,畅通生态基础性要素流通股渠道。生态资源变现的关键在摸清基础性要素“底数”基础上明晰产权。首先,加快构建生态资源的动态监测网络,形成覆盖陆海山林湖草等自然资源统筹、天上地下空间一体的信息化、智慧化调查监测体系,为生态资源监护、调用、生产、交易等转化环节提供动态数据支撑。其次,产权清晰是资源金融转化流程的前提。探索建立自然资源产权制度,厘清和理顺生态环境和自然资源及其附着物之间的整体性产权关系,确证其权属形成能够自由流转并有效对接社会资本和交易环节的生态资产,才能从根本上解决生态产品“谁有”“谁用”“谁管”等问题,进而充分调动和激发各类主体的积极性。正如案例所示,A 县率先完成集体林权制度改革,颁发林地经营权证,在水权、土地承包经营权、种植养殖经营权等资源权益方面进行产权制度改革,核发相应资源权属证书,为进一步用于出让、流转和抵押环节盘活和细化资源权益、奠定产权基础。

二是完善生态产品价值动态核算机制,量化生态产品价值转化项目的潜在价值,实现生态产品价值可比性。一方面,统一生态产品内涵、种类与分类标准界定。生态产品价值转化具有较强的地域性和实践性,地方政府应对本辖区内生态产品类型和分类标准进行统一界定,兼顾不同类型(山里、水中、林下)的地域性差异制定分类和执行标准,在产品类型维度上体现生态产品价值的可比性。另一方面,不断

完善生态产品价值核算规范与计算机制。在国家生态产品价值核算规范框架内,A县坚持因地制宜,紧密结合生态环境的地方性特质,对区域生态产品价值规范进行更新与完善,在提升核算结果精准性和科学性的同时最大限度地满足了同一区域空间维度上的可比性。

三是提升核算方法的科学性。利用现代化智能技术,采用分类、分区、分种的方式,注重宏观整体核算、区域核算和特定产品种类核算等不同方法之间的衔接贯通,通过不断调整核算参数,更好地体现核算方法的科学性,为生态产品进入市场提供科学依据。

2. 激发异质性主体优势和搭建行动者网络是持续优化生态价值转化的关键路径

生态价值可持续转化的过程推动着乡村发展方式的重大变革,也推动着国家、市场和农民利益相关者之间复杂性关系的根本性变化。

首先,政府作为制度供给主体,应当充分考虑生态产品的多样性及利益和价值构成的复杂性,合理运用“拟制权”设立和完善保障生态产品价值实现的制度体系、利益联结及其分配机制^[23]。在环境保护和生态文明建设过程中,自上而下的政府组织体系通过生态文明建设的制度话语、试点经验与全面推广的行政话语、生态价值实现的效率效能评价等制度性和政策性安排纵向“嵌入”生态产品价值实现的地方性实践,确保宏观制度和政策体系的正向外部性得到贯彻。如,中央政府在生态环保监督制度、环境治理绩效考核、生态产品市场化机制(包括核定、准入、交易等环节)等方面破除了综合生态环境正外部性市场化的结构性困境和障碍。作为政策执行和具体实施的基层政府,则通过税收政策、产业政策、乡村发展政策、人才政策等政策优惠方案积极引导、调动、参与、服务于乡村经济绿色发展,吸引各类绿色企业进驻乡村,并鼓励其开发和研制具有市场竞争力的生态产品。

其次,村民作为生态红利的享有者,应当积极发挥主体性和能动性优势,拓宽生态产品价值变现模式,建立生态富民利益联结共享机制。“让村民活力激发出来”是生态产品价值实现乃至生态文明建设的核心驱动力,反映了人的

主体能动性、积极性和创造性特质,是人实践地改造自然与社会的主体力量的集中体现^[24]。生态产品价值实现是事关大多数村民利益的大事,因此,生态创收需要村民基于共在、平等、信任和互惠关系,凝结成相对稳定的新型合作形态。A县的成功,是广大人民群众调动自身积极性激发生态环境保护与乡村振兴目标多维耦合的内生动力的典型。A县通过生态价值评估和乡村发展政策赋能村民参与,培植和涵养村民对于生态环境保护的公共理性,通过体验式参与生态经济产品开发种植、评估、信贷等转化流程,从根源上减少生态产品价值转化政策落实落地的结构性阻碍。此外,高参与度村民合作形态及经济收益共享机制也有利于激励本土居民改变不符合“两山”转化内涵的生产生活方式,并在乡村振兴和生态保护的目标导向下,结合本土独特的资源禀赋,挖掘和探索具有地方特色的可持续转化道路。

最后,作为生态产品价值实现机制的市场主体,社会企业和金融保险机构是村民集体向生态“套利”和要生态“变现”的利益转化枢纽,应当加强绿色金融政策支持以进一步夯实风控保障机制。A县以政府为主导,在摸清既有生态资源底数和明确自然资源权属问题的基础上,通过权属转让、项目参与等方式引进社会资本,以企业为主体,开展规模化、产业化、专业化经营方式,积极发展生态经济、林下产业、生态民宿等特色生态产业,实现生态资源的资本化增值。然而,根据生态经济效益理论,政府委托给公司的任务是在保护生态资源的条件下实现经济发展,公司作为理性人,经济任务的激励性较强,而生态行为属于弱激励,可能导致经济任务和生态任务的失衡,价值转化退回到“用绿水青山”换“金山银山”的不可持续转化状态。为此,A县引入金融保险机构通过风险担保合同,将村民(或村集体)兜底的单一风险责任主体扩展为“银行+村民+金融保险”多元责任主体,利用适当分散责任主体和强化责任公摊逻辑,进而降低村民经济风险并有效防止生态价值转化的倒退。

当前,中国乡村生态资源的开发与利用在一定程度上依赖于以政策制度为导向的政治路

径、以企业生产技术革新为核心的技术路径乃至生物路径,弱化了本土资源的生态价值,由此导致生态价值资源转化遭遇较多梗阻^[25]。基于“要素-结构”的静态分析,强调了影响生态产品价值实现效能的两大基本维度。然而,生态产品价值实现是一个主体结构 and 资源要素长期互动与相互实现的过程,即实现生态价值的可持续转化有赖于两大要素体系之间相互适配。主体与资源要素体系的耦合协同,为生态价值可持续转化提供了重要支撑。具体而言,行动者与资源两大要素系统存在相互依存、相互适配的内生关系,因此包容多元行动者网络是集聚、共享和利用多样性转化资源的前提条件,而共享多元资源体系是激励行动者有效协同的动力机制。有鉴于此,评价生态产品价值实现效能,仍需将资源要素和主体结构置于“生态资源-生态资产-生态资金”相互转化的动态过程中加以分析和理解。

3. 扩容生态价值转化的增值套利机制是深化“资源→资产→资金”持续增益的重要举措

从案例而言,在资源要素和主体结构的双重作用下,A县生态资源的正外部性(生态套利)实现了内化过程的价值激活和变现过程的价值增值。从A县的既有经验来看,生态产品价值实现的过程包括“生态环境资源的正外部性内化为生态型产品”和“生态型产品转化为消费型产品并在交换过程中产生实际性收益”两个前后相继的重要阶段:前者主要是生态资源要素的定向流动,即优质的生态资源内含的潜在价值经过主体结构的赋值加工(政府主体的政策加工、市场主体的产品加工)内化为可满足市场需求的生态产品,即资源价值外化为产品使用价值的过程;后者是指被赋值的生态产品经过市场机制的变现作用,将生态资源的使用价值按照市场的供求关系和价格规律外化为一般等价物的过程,并由利益共同体共同分享经济收益。

第一,生态资源潜在经济价值的激活,是指将生态环境资源的正外部性内化为生态型产品的过程。生态资源价值激活包括3个维度:一是生态资源作为自然物质层面,必然涉及相关农产品的生产增值过程,体现为资源的价值沉

淀、转移和附着在农副产品的生产之上。二是自然资源的文化服务维度,即强调综合生态环境的文化价值,体现为文旅行业对生态资源的利用与开发,生产与销售休闲康养等文化产品。三是生态资源的调节服务维度,综合生态环境的气候功能价值化为调节服务产品,即地方政府通过测算生态调节服务的使用价值和跨区域产权交易机制,利用生态平台实现区域内产权服务购买和转移支付。可见,生态资源价值激活的本质是生态环境资源的正外部性得以内化为产品使用价值的过程。其中,生态资源的物质维度(可使用性)是价值激活的核心基础,文化服务维度和调节服务维度都是物质维度在不同使用场景(使用价值)中的附加和溢出。总体而言,第一阶段的资源价值激活过程是资源性价值转化为资源性产品(使用价值)的过程,其以生态资源的正外部性为基础,通过人的无差别劳动将其价值转化为符合市场需求的使用价值的过程,以此构成生态产品价值实现过程的前端环节,并为其价值交换和增值提供了物质基础。

第二,基于生态型产品的市场机制实现其价值增值,并在该交换过程中产生实际性收益的变现阶段。本质而言,生态型产品价值实现为经济效益和农民财富的内在逻辑可以概括为商品在社会生产过程(生产、分配、交换、消费4个环节)中的嵌入程度。若生态资源正外部性解决了生态型产品的生产和分配环节,则第二阶段的“产品变商品”及要求完成市场机制下的商品交换与消费,即生态型商品以流通交换、消费的方式将其非市场价值(生态价值)转化市场价值(经济价值)的过程^[11]。基于此,生态资产资本化及其套利机制建立在生态资源可交易化的基础上,这一过程中,生态资源的生产价值通过生态资本的具体运营过程(出租、出售、抵押、转让、入股)转化为生态产品或服务,并在市场上交易,形成交换价值,即生态资源的要素价值转化为交换价值^[13]。所以,生态产品价值实现及其经济收益产生的关键在于生态型产品在社会生产过程商品化程度,应当从经济社会运行基本环节加以审视商品价值转化的内在逻辑。

总之,生态价值在“资源→资产→资金”形态上的转化与跃迁具有阶段性特征,是社会生产过程与生态资源资本化过程的双向耦合,也是从生态文明建设的生态视角融合、提升和深入推进乡村振兴,实现共同富裕经济目标的重要举措。就其转化过程的保障机制而言,生态颜值转化为农民财富需要多元利益共同体充分发挥主体性优势,通过制度化设计、市场化运作和收益共享,实现“自然之物”变“自然资源”、“自然资源”变“生态产品”、“生态产品”变“农民财富”的持续性转化。

五、余 论

中国式现代化蕴含的独特生态观是中国共产党在推进现代化建设过程中形成的关于人与自然关系的基本观点,具有丰富的时代内涵,其核心理念蕴含人与自然和谐共生的生态价值观^[26]。既有研究以“自然和生态资源管理”的经济思维探索生态产品价值转化的“显绩效”,探究破解生态产品价值转化的供需梗阻和提升转化效率的经济驱动机制,尤其偏重对自然资源的经济管理创新,即通过自然资源“要素化、空间化、市场化、品质化”,推进生态产品价值“发现→捕获→提升→实现→发挥→再提升”^[27]。这种经济研究范式遵循“资源-资产-资金”互换的资本逻辑,在理解和阐释生态产品价值转化何以实现等问题上具有较强的解释力。遗憾的是,生态产品价值转化内蕴“盈余-当量”和“增值-增量”的阶段性递升过程,具有转化过程的渐进性、资源确权复杂性、转化市场交易的波动性和预期收益与红利分配的不稳定性等特征^[28],因此亟须探索基于制度化、长效化的政策来引导、发挥和保障自然资源经济管理的常态化和稳定性,最终实现基于“制度-效能”转化的多元“价值共荣”。

鉴于此,基于A县的既有经验,笔者从生态产品价值转化的资源要素、主体结构和转化过程互配的角度,提炼出基础性资源要素的确权核算机制、“行动者-资源”要素体系的耦合协同机制和“资源→资产→资金”制度套利机制,充分挖掘和激发生态产品价值转化的“制度隐绩效”,以此增补“经济利益范式”主导下

的生态价值转化“一刀切”“一哄而上”的短期效应。同时,相较于经济利益范式下的阶段性政策工具,笔者欲凸显制度设计的多维创新和常态化推进机制在价值转化中的累进作用,激发生态产品价值转化的“制度隐绩效”及其长尾效应,渐进和动态调整生态价值转化利益共融的交汇点、“资源→资产→资金”交易利益分配的最大共通点、“政府-企业-个体”主体利益博弈的纳什均衡点,以及实现人与自然和谐共生的利益转折点。

理论上,生态产品价值转化的内在机理应当包含经济利益范式的市场工具和长周期制度要素的政策工具,且在“资源-资产-资金”转化过程中相互适配。因此,基于A县经验的单案例研究亦存在亟待拓展之处:一是A县将制度资源纳入生态产品价值转化的资源体系,得益于其林长制和全域GEP核算的制度积累,拥有坚实的制度性资源基础,在经验推广和理论适用方面具有较强的“情境主义”色彩。二是基于A县经验的理论抽象具有偶然性,即偏重于制度资源及其政策工具的理论解释,难以承载生态产品价值转化的“经济-制度”双层逻辑。基于此,未来求解生态产品价值转化的内在机理和实践逻辑等核心问题,还需增加更多的案例实践予以深度剖析。

参考文献:

[1] 杜焱强,王继应,孙雪峰.“生态颜值”何以持续转化为“农民财富”[J]. 中国人口·资源与环境, 2022,32(10): 150-159.

[2] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[M]. 北京:人民出版社,2022: 51.

[3] 中共中央关于进一步全面深化改革 推进中国式现代化的决定[N]. 人民日报, 2024-07-22 (01).

[4] 叶有华,肖冰,冯宏娟,等. 乡村振兴视域下的生态产品价值实现模式路径研究[J]. 生态环境学报, 2022,31(2): 421-428.

[5] 温铁军,王茜,罗加铃. 脱贫攻坚的历史经验与生态化转型[J]. 开放时代, 2021(1): 169-184.

[6] 王会,姜雪梅,陈建成,等.“绿水青山”与“金山银山

- 山”关系的经济理论解析[J]. 中国农村经济, 2017(4): 2-12.
- [7] 王爱国,周信智.“绿水青山转化为金山银山”的理论逻辑和实践路径[J]. 东岳论丛, 2023, 44(1): 56-64.
- [8] 王茹. 基于生态产品价值理论的“两山”转化机制研究[J]. 学术交流, 2020(7): 112-120.
- [9] 罗琼.“绿水青山”转化为“金山银山”的实践探索、制约瓶颈与突破路径研究[J]. 理论学刊, 2021(2): 90-98.
- [10] 李凡,颜晗冰,吕果,等. 生态产品价值实现机制的前提研究——以南京市高淳区生态系统生产总值(GEP)核算为例[J]. 环境保护, 2021(12): 51-58.
- [11] 李宏伟,薄凡,崔莉. 生态产品价值实现机制的理论创新与实践探索[J]. 治理研究, 2020(4): 34-42.
- [12] JINNAN W. Environmental costs: review China's Green GDP Programme [J]. Nature, 2016, 534(7604): 37.
- [13] 张文明,张孝德. 生态资源资本化:一个框架性阐述[J]. 改革, 2019(1): 122-131.
- [14] 王玉,毛春梅,孙长如. 基于 Cite Space 的生态产品价值实现研究的演化路径与趋势[J]. 水利经济, 2023, 41(5): 49-54.
- [15] 温铁军,罗士轩,董筱丹,等. 乡村振兴背景下生态资源价值实现形式的创新[J]. 中国软科学, 2018(12): 1-7.
- [16] 罗伯特·K. 殷. 案例研究:设计与方法(第5版)[M]. 周海涛,史少杰,译. 重庆:重庆大学出版社, 2017:6.
- [17] 杜鹏. 基于 GEP 的区域生态审计框架与实现路径研究[J]. 山东社会科学, 2017(3): 133-138.
- [18] 蒋正举. 空间商品化下乡村绿水青山向金山银山转化的内在逻辑与实践路径[J]. 自然资源学报, 2025, 40(2): 423-435.
- [19] 余敏江,邹丰. 人与自然生命共同体的内在逻辑、环境政治意蕴与实现机制[J]. 理论探讨, 2022(5): 46-53.
- [20] 朱竑,陈晓亮,尹铎. 从“绿水青山”到“金山银山”:欠发达地区乡村生态产品价值实现的阶段、路径与制度研究[J]. 管理世界, 2023, 39(8): 74-91.
- [21] 余敏江. 长三角水环境协同治理中的国家自主性及其提升路径——基于“制度-行动者网络”的分析框架[J]. 甘肃行政学院学报, 2021(6): 28-35.
- [22] 谢贤胜,陈绍志,赵荣. 生态产品价值实现的实践逻辑——基于自然资源领域 87 个典型案例的扎根理论研究[J]. 自然资源学报, 2023, 38(10): 2504-2522.
- [23] 杨高升,庄鸿,田贵良,等. 乡村经济内生式可持续发展的实现逻辑——基于江苏省 Z 镇的经验考察[J]. 农业经济问题, 2023(6): 121-134.
- [24] 汪建. 社会活力:解放与创造[J]. 天津社会科学, 1999(3): 12-17.
- [25] 张凌凡. 生态文明视域下乡村生态治理的现实困境与突破路径[J]. 现代经济探讨, 2024(12): 125-132.
- [26] 钟贞山,赵晓芳. 中国式现代化蕴含的独特生态观:理论内涵、内在特质与世界贡献[J]. 理论探讨, 2024(5): 130-136.
- [27] 金志丰,张晓蕾,陈诚. 自然资源管理创新助力生态产品价值实现:关键环节与实施路径[J]. 中国土地科学, 2024, 38(4): 1-10.
- [28] 余敏江,谭腾.“含绿量”如何赋能“含金量”:生态产品价值转化的理论逻辑与实现机制——基于浙江省 L 市政策“组合拳”的考察分析[J]. 南京工业大学学报(社会科学版), 2025, 24(1): 97-110.

From Ecological Aesthetics to Economic Value: Intrinsic Mechanisms and Implementation Pathways for the Value Realization of Ecological Products /YU Minjiang, JIA Deqing (School of Political Science and International Relations, Tongji University)

Abstract: Ecological products act as the bridge linking nature and society, and their value realization is a critical approach for jointly promoting high-quality economic development and high-level environmental protection. Through a case study of the value realization of ecological products in County A, it is found that the efficiency of ecological value realization is influenced by the “resource element-actor structure” and its process mechanism. The basic element system with ecological resource endowment and institutional policy environment as the core, and the actor structure with the participation of the government, market, and villagers constitute the core order parameters of “ecological value to output value”. The degree of matching and the aggregation effect in factor systems drive various stakeholders to establish an endogenous relationship characterized by equitable participation and orderly collaboration around the capitalization mechanism between “ecological aesthetics” and “economic value”. This activates and shares both value rationality and instrumental rationality across diverse factor resources, thereby building the factor systems that support the transformation of “ecological resources-ecological assets-ecological capital”, along with the underlying mechanisms and critical pathways for converting “resources into products” and “products into commodities”. Therefore, improving the value realization mechanism of ecological products is a “continuous spectrum” of long-term interaction between the main structure and resource elements. To realize the sustainable transformation of ecological value depends on the mutual adaptation between the two factor systems. It is necessary to establish a property rights verification mechanism for foundational resource elements, a coupling coordination mechanism for the “actor-resource” factor system, and an institutional arbitrage mechanism for the “resource-asset-capital” system, thereby laying a crucial foundation for the sustainable transformation of ecological value.

Key words: “Two Mountains” theory; ecological products; value realization; value realization of ecological products; harmonious coexistence between man and nature