

# 基于农户参与视角的生态产品价值实现研究

## ——以苏州市金庭镇为例

邵佳<sup>1</sup>, 石雨杭<sup>2</sup>

<sup>1</sup>南京农业大学公共管理学院, 江苏 南京

<sup>2</sup>河海大学公共管理学院, 江苏 南京

收稿日期: 2023年5月9日; 录用日期: 2023年6月21日; 发布日期: 2023年6月29日

### 摘要

实现生态产品价值是破解经济发展和生态保护之间矛盾的重要举措, 而农户有效参与与否对生态产品价值实现起重要作用。本研究通过文献分析构建“资源-资产/产品-商品/货币-资源”的生态产品价值实现机制, 以苏州市金庭镇为例开展农户调研。基于农户参与视角分析生态产品价值实现路径, 从明晰产权、盘活生态资源的资源资产化, 到挖掘价值、发展生态产业的产品商品化, 到修复生态、共享生态成果的生态反哺资源, 构成良性循环。剖析农户参与的主要阻力并针对性提出提升农户持续生产能力、推动生态产品增值、完善生态产品交易市场、加强制度保障等政策建议, 以期提升农户参与的内生动力, 实现区域经济发展与生态保护的双赢。

### 关键词

生态产品价值实现, 农户参与, 资源资产化, 生态产业化, 生态反哺

# Research on the Value Realization of Ecological Products from the Perspective of Farmers' Participation

## —A Case Example from Jinting Town of Suzhou City

Jia Shao<sup>1</sup>, Yuhang Shi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>School of Public Administration, Nanjing Agricultural University, Nanjing Jiangsu

<sup>2</sup>School of Public Administration, Hohai University, Nanjing Jiangsu

Received: May 9<sup>th</sup>, 2023; accepted: Jun. 21<sup>st</sup>, 2023; published: Jun. 29<sup>th</sup>, 2023

## Abstract

Realizing the value of ecological products is a crucial step towards resolving the contradiction between economic development and ecological protection, and the effective participation of farmers plays a vital role in achieving this goal. Through literature analysis, this study constructed a virtuous cycle mechanism of “resource-asset/product-commodity/money-resource” for the value realization of ecological products, taking Jinting Town in Suzhou City as an example. A survey was conducted among farmers to analyze the value realization path of ecological products from their perspective. From the resource assetization by clarifying property rights and revitalizing ecological resources, to the product commodification by exploring value and developing ecological industries, to the ecological resource feedback by restoring ecology and sharing ecological achievements, a virtuous cycle is formed. The study analyzes the main obstacles to farmers’ participation and proposes policy suggestions to enhance farmers’ sustainable production capacity, promote the value added of ecological products, improve the trading market of ecological products, and strengthen institutional guarantee. The goal is to improve the endogenous motivation of farmers’ participation and achieve a win-win situation between regional economic development and ecological protection.

## Keywords

The Value Realization of Ecological Products, Farmers’ Participation, Resources Capitalization, Eco-Industrialization, Ecological Feedback

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

随着我国生态文明建设的推进,传统经济发展方式所带来的环境问题有所改善,但人民对优质生态产品的需求与供给之间仍存在一定矛盾[1]。习近平在国内外不同场合多次阐述了“绿水青山就是金山银山”的科学论断,这一论断成为指导我国建设生态文明建设的基础[2]。党的二十大报告指出,要建立生态产品价值实现机制,完善生态保护补偿制度[3]。实现“两山”转化双循环,由“青山”获“金山”,以“金山”护“青山”,能够在实现经济增长的同时改善生态环境,扩大优质生态产品的供给。

国内学者所研究的“生态产品”概念,起源于国外的“生态系统服务”或“环境产品和服务”[4][5],是具有我国特色的理念。2010年我国发布的《全国主体功能区规划》第一次以政府文件的形式提出了生态产品的概念:“生态产品指维系生态安全、保障生态调节功能、提供良好人居环境的自然要素,包括清新的空气、清洁的水源和宜人的气候等。”[6]而后,生态产品进一步扩展成为维系生态系统安全、保障生态调节功能、提供更优质生态服务的自然要素集成[7]。

就如何推动生态产品价值实现,已有文献多从政府和市场的关系出发分为政府主导型、市场主导型、社会广泛参与型[8][9]。也有部分文献从实践层面分为生态修复与环境综合整治模式、生态保护补偿模式、生态私人产品交易和生态产业化模式、生态资源资本化与生态权益交易模式、产业生态化模式等[10][11]。而目前研究主要从宏观的层面出发,即以省、市作为研究对象,集中在概念内涵与实践总结方面,对于其运行机制的探究则相对不足。

发展生态产品价值实现机制也是促进农户可持续生计、助力乡村振兴的重要方式。作为农业微观经营主体的农户,兼具“经济人”和“社会人”的双重身份,既是生态产品价值实现过程重要参与者,也是直接受益者[12],农户的参与情况极大影响其运作效果。提升农户参与度,既有利于农户自身生计的长远发展,也可以减轻地区的生态压力,促进区域的生态经济系统的耦合协调。

2021年《苏州市吴中区太湖生态岛(金庭镇)自然资源领域生态产品价值实现机制试点实施方案》获自然资源部批复,发展“生态农文旅”具有典型性。本研究从农户在生态产品价值实现良性循环中的微观视角出发,讨论其在各环节中的角色与参与路径。结合苏州金庭镇的实地调研,以生态产品的资源资产化、产品商品化、货币反哺生态为逻辑主线,分析现阶段农户参与生态产品价值实现的主要途径与面临阻力,提出有利于农户参与其运行的优化政策建议,以期发挥农户主观能动性,从根本上打通“两山”转换通道。

## 2. 生态产品价值实现理论

### 2.1. “资源 - 资产”机制

生态系统维持人类赖以生存的自然环境条件和生态服务功能,并最终通过这些功能向人类提供产品以消费[13]。生态资源资产化是指产权明晰的生态资源能够为人类生产生活提供潜在经济效益,生态资源向生态资产转化的过程,其基本前提是生态资源既稀缺同时又具有明确产权[14]。因此,一方面需要通过清晰的产权界定强化生态资源交易权能,确保生态资源所有权人及其权能所有者权益不受损害,另一方面,需要通过有效管理和保护生态资源,夯实生态产品供给和价值实现的基础。

对农户而言,合理的产权结构可以扩大农户在参与价值实现中的获益空间,从而对农户决策产生积极影响。产权经济学理论表明,产权界定能激励产权所有者对产权匹配的资源进行开发与利用[15]。农户作为生态产品价值实现的基本单元和重要主体之一,明确清晰而稳定的产权会强化农户的产权主体地位,保障其权利的行使。由于农户的生产要素配置是基于其家庭成本收益分析做出的最优决策,排他性产权可以保障农户长期持有生态产品的相关权利,激励农户参与生态产品价值实现的行为决策。

### 2.2. “产品 - 商品”机制

实现资源环境生态价值的显现需要建立起交易市场,将生态系统与经济系统进行同构并建立起复合运转体系[16]。生态产品的经济价值被市场认可、生态价值充分显现、社会价值稳步提升,政府和市场缺一不可,生态产品的提供和消费是市场形成的基础,生态交易和有效的管理制度是市场良性运行的保障。

生态产品是一种能够带来经济和社会效益的生态资源,即是一种生态资本,只有将生态产品真正变作生态商品,才能让农民参与进来,让消费者愿意且可以为之付费。在我国特色公有制的经济体制下,农户对自然资源只有使用和经营权,政府将国家的生态资源租赁给私人生产和供给商业化的生态产品,消费者向生产者支付一定的费用来弥补生产者的投资成本[17]。生态产品的商品化可以激励人们的利益诉求,从而改变经济主体在生产生活中的行为选择,真正实现生态资源保护与经济利益间的平衡。

### 2.3. “货币 - 资源”机制

在人类投入劳动保障生态产品生产的过程中,既可能生产出拥有正向价值的“善品”,但也不可避免地产生具有生态环境负外部性的“恶品”,不利于生态产品的供给保障和价值提升[18]。考虑生态产品作为公共物品的非竞争性和非排他性属性,遵循“受益者付费”原则,有必要推动构建以货币反哺资源的生态产品价值共享机制,将所获收益的生态红利适度返还于生态修复和保护,形成循环路径。

生态利益相关各方共同公平、合理承担生态修复与环境综合整治的投入, 资源占用者也成为了资源保护者, 实现功能互补、利益共赢。同时, 将部分转化效益保留在“两山”资源所在地, 把周边农户的生计发展纳入管理范畴, 通过提供工作机会、稳定收入来源, 使当地也能够享受到生态价值转化过程中产生的社会红利, 激发生态环境保护内生动力。

### 3. 农户参与生态产品价值实现案例——金庭“生态农文旅模式”

金庭对自然资源确权登记, 通过农民土地股份合作社明晰产权并对生态资产进行综合开发与整治, 生态产品进入市场流通, 以“生态农文旅”模式实现生态产业化, 所得经济收益反哺生态, 全民共享生态成果, 最终实现生态产品价值实现的良性循环, 每一步都离不开农户主体的参与(见图 1)。

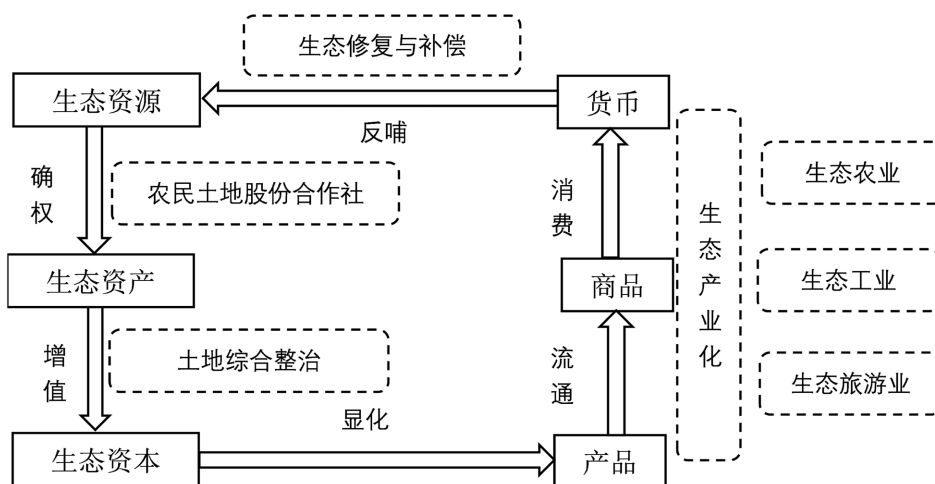


Figure 1. The value realization mode of Jinting ecological products based on farmers' participation  
图 1. 基于农户参与的金庭生态产品价值实现模式

#### 3.1. “资源 - 资产”机制——明晰产权, 盘活生态资源

中国乡村生态资源具有集体产权属性[19], 生态资源的初始产权设定即农村集体经济组织为所有者、村集体成员为经营者与使用者, 集体经济组织具有管理运营村庄资产资源的职能。金庭全面推行农民土地股份合作社, 实施合作社分红机制, 通过“资源变资产、资金变股金、农民变股东”等多种形式的股份合作, 发展新型农村集体经济。从其经营方式看, 农民承包土地入股以后, 一般会享受每亩 600~1000 元的保底分配, 经营效益好的合作组织, 实施二次分红。土地入股的农户优先在合作社打工, 获取每天不少于 80 元的劳务收入, 从而使农户与合作社建立起紧密的利益联结, 有效地实现了劳动合作与资本合作的有机结合。在集体产权明晰过程中, 由模糊的“共同共有”转向清晰的“按份共有”, 农民个体在村集体资产中被赋予了实质性权利, 也充分提升了村民参与村庄事务的积极性。

金庭对各项自然资源进行调查摸排与确权登记后, 通过零散生态资源的收储、整合、提升与流转, 降低了统筹协调的组织化成本, 也增强了生态产品供给能力。集体经济组织在其中扮演“资源整合者”角色, 发挥生态资产产权归属组织主体的作用对生态资产进行整体性开发, 提高农民的组织化[20]。金庭深挖存量用地潜力, 进行土地综合整治, 持续深化全区土地资源“加减法”。在健全自然资源产权制度基础上, 探索农用地复合利用机制, 创新建立“点状供地”模式, 寻求符合绿色发展的土地指标分配机制。全面摸清拆旧复垦潜力地块, 将符合占补平衡、增减挂钩、“三优三保”等各类项目库要求的地块全部纳入拆旧复垦项目库, 凸显土地资源资产效益, 释放土地储备更新改造效能。

### 3.2. “产品 - 商品”机制——挖掘价值, 发展生态产业

金庭积极推动生态产品价值实现市场化进程, 依托“生态农文旅”模式实现生态产业化经营。将生态产品的价值附着于农产品、工业品、服务产品的价值中, 因地制宜地发展生态农业、工业、旅游业, 以可持续的方式经营开发和交易生态产品。具体表现为以下三种路径:

第一种是采用新业态、新模式, 引入农业绿色化理念, 统一规范农产品生产加工技术标准体系, 发展生态农业。近年来, 金庭镇加强茶叶、枇杷、太湖鹅等特色农业种质资源保护发展, 以促进农作物安全生产、减少化学农药使用量为目标, 全力推进绿色防控技术引进和示范区创建工作。为推动枇杷产业标准化、品牌化生产, 果农接受种植技术培训, 进行分等级包装的初加工。2020年, “西山青种枇杷”被授予中华人民共和国农产品地理标志登记证书, 其品牌得到了充分肯定, 影响范围更大。此外, 政府为实现农业生态化发展投入人才、资金、技术等支持, 区供销社按照每亩300公斤的标准, 通过“集中配送 + 农户自提”的方式启动太湖生态岛有机肥推广配送工作, 既能有效提升农户绿色发展意识与生态农业参与的积极性, 也能促进生态农业发展相关政策、技术的落实。

第二种是通过“公司 + 合作组织 + 基地 + 农户”等一体化组织形式, 以经济效益为中心把分散的农户连接起来, 形成种养、加工、销售于一体的生态工业。金庭镇推动农业由生产功能向精深加工领域发展, 不断发掘产业附加值。强化农业“接二连三”, 开发特色旅游商品, 完成青梅、枇杷、杨梅、桑葚果酒的新品研发上市, 主动探索“果品深加工、延伸产业链、致富老百姓”的新路子; 通过“互联网 + 农产品”销售模式, 培育本土电商企业, 打造产业链闭环, 拓展“特色农产品变优质商品”的转化渠道; 与顺丰快递签订战略合作协议, 在各个村主要路口设置快递站点, 提高鲜果产品运输效率。以金庭乘常村的常春藤合作社为例, 该新兴农业合作社以金庭镇国家地理标志产品青种枇杷为主打产品, 打造“谢方友”品牌, 为扩大销路积极结合新零售, 还与区域社区电商龙头签订战略合作, 将特色农产品升级后推向中高端客群, 实现产业增值增效。

第三种是农户在自身资源和当地文化的基础上, 选择住宿、餐饮、销售和演艺等生计方式参与生态文化旅游产业链。金庭全面提升生态文化内涵, 以乡村旅游为农民增收的重要手段, 挖掘明月湾、东村2个中国历史文化名村及堂里、植里等6个传统历史村落的文化底蕴, 积极宣传“消夏渔歌”、“十番锣鼓”等非物质文化遗产的传承保护, 鼓励村民在传统村落中以自有宅基地和果园、茶园、鱼塘等生态载体发展特色民宿、家庭采摘园等, 实现从传统餐饮住宿向农业文化体验活动拓展, 形成了丽舍、香樟小院等一批精品民宿品牌, 实现生态产品的增值溢价。以石公村为例, 石公村以藏富于民为理念, 重点打造石公山景区和明月湾古村两大IP, 2021年全村共有165家民宿和农家乐, 为村民提供了家门口的就业岗位, 村稳定收入781万元, 村民人均收入29,985元。

### 3.3. “货币 - 资源”机制——修复生态, 共享生态成果

金庭重点围绕太湖生态系统修复, 完成金庭镇消夏湾湿地生态安全缓冲区、太湖蓝藻围隔、环太湖有机废弃物处理利用等生态治理项目建设, 建立江苏省首个综合性生态环境损害赔偿示范基地, 推行村级保洁和河面打捞社会化管理, 落实河长制, 全面提升生态资产质量及其社会服务能力。

金庭的生态补偿主要分为两个方面: 现金补贴主要集中于基本农田(100元/亩)、水稻田(700元/亩)、拆除围网养殖(50元/亩)、生态公益林(5361.85万元)、生态湿地村(80~120万/村)、水源地村(120~140万/村)、风景名胜区(1170.62万元)及其他耕地保护专项; 间接方式的补偿来自生态环境的保护和修复过程中形成的公益性就业岗位, 公益林管护、河道整治等项目工程带来的就业机会将会优先提供给所在地区的低收入农户。2020年环太湖地区正式进入退捕期, 金庭镇有数千名渔民收网上岸, 加入巡湖员队伍, 完

成了从“吃水”到“护水”的转变。

## 4. 农户参与生态产品价值实现的困境

### 4.1. 缺乏大规模、可持续的生产能力

金庭在农业生产方面仍以小规模经营为主, 这代表农户无法通过扩大规模, 有效增加生态产品供给。生态产品往往意味着投入成本高、劳动力需求量大, 而小微经营者往往难以满足这两项条件, 更倾向于选择直接产销的农业产品。此外, 农户在生产中没有完全实现统一的技术标准和收入保障, 水果采摘季金庭镇常出现劳动力不足的情况, 增加农户生产环节的负担, 导致维持生产的可持续能力较弱。

### 4.2. 农户的抗风险能力较差

小规模经营者分散经营、比较收益较低, 往往是市场波动中最为脆弱的一环, 例如金庭农户的茶叶、果树种植均分布在山坡上, 极易受到旱灾波及, 出现“水在山下流, 人在山上愁”的局面。农业生态产品供给不但可能受到环境、气候的影响, 也会受到尚未健全的生态产品交易市场动荡的波及。现阶段, 农户获取市场信息的能力还较为落后, 大多数产品只能高度依赖中间商, 中间商不仅压低价格且将市场风险转嫁给农户, 一旦发生滞销状况农户损失较大。

### 4.3. 生态产品的市场发育不足

目前, 生态产品交易市场建设尚不健全, 生态产品面临着“难度量、难抵押、难交易、难变现”的问题[21]。产品供给具有不确定性, 缺少标准的成本核算机制, 也缺乏完整成型的产权交易市场。且由于交易信息的不完全, 交易保障体系未能完全切实有效, 生态产品价值的转化既缺乏动力也缺乏保障。

### 4.4. 生态产品相关政策扶持尚不完善

国家层面的相关政策针对性较弱, 持续性和稳定性有待提高, 生态产品的生产、加工、流通等各个环节的支持政策缺乏有效的衔接和覆盖。金庭目前农业社会化服务体系以农业生产环节服务供给为主, 真正契合农户需求的内容较少, 对于农户产后环节的政策保障比较缺乏, 如农产品营销、深加工、物流以及信息传播等。且当地农户对政策的认知也不够充分, 在实施过程中存在产权不明、融资难、人才短缺等问题, 致使资金、技术、人才、信息等要素无法向农村有效汇聚并形成良性循环。

## 5. 促进农户参与生态产品价值实现的建议

### 5.1. 降低生态产品生产成本, 提升农户持续生产能力

面对当前生态产品生产成本不断升高的情况, 政府需加大对农资补贴的覆盖范围和力度, 长期持续地从资金、技术、经营手段等农户不熟悉、不具备的方面给予定点定向支持。同时, 针对小微农户难以扩大生产规模的困境, 利用农村集体经济组织开展多形式的村民间合作, 提高合作社的组织建设和发展水平, 有效减轻农业生产资料价格上升带来的成本压力, 在规模经济效应下实现效率与收入双增长。

### 5.2. 重点关注生态产品价值增值过程, 探索多主体利益联结机制

生态产品价值存在较大的增值空间。对于区域内具有地理标志性的生态产品应予以特殊保护, 同时

通过引进改良良种, 建设地方特色生产基地。此外还应不断探索生态环境保护修复与生态产品经营开发权益挂钩机制[22], 通过建立企业、集体、农民利益联结共享机制调动集体与农民主动性生态行为, 进一步推动生态产品增值过程[23]。

### 5.3. 进一步实现供需精准对接并建立完善的生态产品交易市场

政府应建设完善生态产品交易市场体系, 鼓励社会资本和市场在生态产品价值实现过程中发挥关键性调节作用, 实现供需精准对接下的生态产品价值转化。一方面, 政府推进生态产品溯源体系建设, 完善生态产品质量评估和定价系统, 促进优质产品进入市场[22]。另一方面, 政府强化市场安全监管, 统一交易后台, 健全综合服务功能, 为农户提供正向激励机制。

### 5.4. 不断健全生态产品价值实现保障机制, 坚持制度创新

制度层面应明确产权, 推进生态产品交易市场监管, 构建系统性、常态化政策支持体系。完善市场服务组织、农民服务组织、农业产业化经营组织服务农业的多元化农业服务体系, 重点帮助农户解决产业链各环节的关键问题, 引导人才、技术、管理等现代化生产要素带入乡村, 切实调动农户的积极性。其中针对农户抗风险能力弱、其他经营主体融资困难的现状, 政府应持续推进绿色金融改革, 开展各类绿色信贷业务, 鼓励金融机构通过设立投资基金等方式支持生态产品价值实现经营主体, 探索多元化融资, 切实降低其生产成本和经营风险[24]。

## 参考文献

- [1] 张二进. 回顾与展望: 我国生态产品价值实现研究综述[J]. 中国国土资源经济, 2023, 36(4): 51-58+81.
- [2] 王朝科, 吴家莉, 刘洋. 习近平总书记关于促进区域协调发展的若干重要论断[J]. 上海经济研究, 2023(2): 5-23.
- [3] 李宏伟, 宁悦. 习近平生态文明思想的内在逻辑及原创性贡献[J]. 新疆师范大学学报(哲学社会科学版), 2023, 44(1): 23-32+2.
- [4] Ehrlich, P.R. and Mooney, H.A. (1983) Extinction, Substitution, and Ecosystem Services. *BioScience*, **33**, 248-254. <https://doi.org/10.2307/1309037>
- [5] de Groot, R.S., Wilson, M.A. and Boumans, R.M.J. (2002) A Typology for the Classification, Description and Valuation of Ecosystem Functions, Goods and Services. *Ecological Economics*, **41**, 393-408. [https://doi.org/10.1016/S0921-8009\(02\)00089-7](https://doi.org/10.1016/S0921-8009(02)00089-7)
- [6] 沈辉, 李宁. 生态产品的内涵阐释及其价值实现[J]. 改革, 2021(9): 145-155.
- [7] 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(6): 129-143.
- [8] 许寅硕, 薛涛. 基于绿色金融的生态产品价值实现机制[J]. 济南大学学报(社会科学版), 2023, 33(1): 101-112.
- [9] 罗爱明, 王懋雄. 对金融支持生态示范区生态产品价值实现的思考[J]. 西南金融, 2021(11): 77-88.
- [10] 张丽佳, 周妍. 建立健全生态产品价值实现机制的路径探索[J]. 生态学报, 2021, 41(19): 7893-7899.
- [11] 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.
- [12] 陈转青. 政策导向、市场导向对农户绿色生产的影响——基于河南 865 个农户的实证分析[J]. 管理学报, 2021, 34(5): 109-125.
- [13] 蒋凡, 秦涛. “生态产品”概念的界定、价值形成的机制与价值实现的逻辑研究[J]. 环境科学与管理, 2022, 47(1): 5-10.
- [14] 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.
- [15] 宋马林, 崔连标, 周远翔. 中国自然资源管理体制与制度: 现状、问题及展望[J]. 自然资源学报, 2022, 37(1): 1-16.
- [16] 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.
- [17] 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.

- 
- [18] 高晓龙, 林亦晴, 徐卫华, 欧阳志云. 生态产品价值实现研究进展[J]. 生态学报, 2020, 40(1): 24-33.
- [19] 贾晋, 刘嘉琪. 唤醒沉睡资源: 乡村生态资源价值实现机制——基于川西林盘跨案例研究[J]. 农业经济问题, 2022(11): 131-144.
- [20] 温铁军, 罗士轩, 董筱丹, 刘亚慧. 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.
- [21] 何雪峰, 祁贤明. 乡村碳汇生态产品价值实现的共富路径探析[J]. 会计之友, 2023(4): 154-159.
- [22] 王金南, 王志凯, 刘桂环, 马国霞, 王夏晖, 赵云皓, 程亮, 文一惠, 於方, 杨武. 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.
- [23] 郭鑫, 李红柳, 刘金友. 蓟州区“绿水青山”转化“金山银山”路径探索[J]. 环境保护与循环经济, 2022, 42(11): 108-110.
- [24] 吴平, 祝瑗穗. 乡村振兴背景下绿色金融助力生态产品价值实现的路径研究[J]. 农村金融研究, 2022(3): 53-62.