

农业生态产品价值实现促进乡村振兴的路径分析

王小芳

四川大学经济学院, 四川 成都

收稿日期: 2022年12月2日; 录用日期: 2023年1月6日; 发布日期: 2023年1月13日

摘要

落实乡村振兴战略是党中央和国务院的重大战略部署, 农业生态产品价值的实现是新时代我国落实乡村振兴战略的应然选择和必由之路。中国广大农业地区是乡村振兴的主战场, 也是蕴含丰富农业生态产品资源的出产地。农业生产产品价值的实现是农民增加收入的重要保障, 也是建设宜居乡村的经济基础, 所以研究农业生态产品价值实现路径对于落实乡村振兴战略有重大的研究意义。本文在阐述农业生态产品价值与乡村振兴基本内涵和关系的基础上, 根据农业生态产品的特性, 从实践层面提出调节服务产品、物质产品、文化服务产品价值实现的现实路径。通过产出更多的生态产品, 实现生态产品价值, 有力推动乡村产业和生态保护的协同发展, 助力乡村产业振兴和生态振兴。

关键词

生态产品, 价值实现, 乡村振兴, 路径分析

Analysis on the Path of Promoting Rural Revitalization by Realizing the Value of Agricultural Ecological Products

Xiaofang Wang

School of Economics, Sichuan University, Chengdu Sichuan

Received: Dec. 2nd, 2022; accepted: Jan. 6th, 2023; published: Jan. 13th, 2023

Abstract

The implementation of the strategy of rural revitalization is an important strategic deployment of

the CPC Central Committee and the State Council, and the realization of the value of agricultural ecological products is the only way for China to implement the strategy of rural revitalization in the new era. The vast agricultural areas in China are not only the main battlefield of rural revitalization, but also the source of rich agricultural ecological product resources. The realization of the value of agricultural products is not only an important guarantee for farmers to increase their income, but also the economic base for the construction of livable villages. Therefore, it is of great significance to study the realization path of agricultural ecological products value for the implementation of rural revitalization strategy. On the basis of expounding the basic connotation and relationship between the value of agricultural ecological products and rural revitalization, according to the characteristics of agricultural ecological products, this paper puts forward the realistic path to adjust the value realization of service products, material products and cultural service products from the practical level. Through the output of more ecological products, the value of ecological products can be realized, the coordinated development of rural industry and ecological protection can be promoted, and the revitalization of rural industry and ecological revitalization can be promoted.

Keywords

Ecological Products, Value Realization, Rural Revitalization, Path Analysis

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

2018年,中央一号文件鼓励发展循环农业、生态农业,更加明确地提出要增加农业生态产品与服务的供给。2021年4月,中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于建立健全生态产品价值实现机制的意见》中指出,生态产品价值实现机制的提出为推动经济社会发展全面绿色转型与生态文明体制改革提供了重要方向。农业生态产品属于生态产品的重要组成部分,中国广大乡村地区拥有丰富的农业生态产品资源。2022年2月,《中共中央国务院关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见》提出要继续做好“三农”工作,推进农村农业绿色发展,抓牢抓好粮食生产和重要农产品优质供给,合理保障农民从农业中获取的收益。乡村振兴要做到安宁和谐、农民增收富裕、农业高质增产,农业生态产品价值的实现与之紧密关联。在新形势下,如何通过推动农业生态产品价值实现,推动广大乡村地区实现农业的“绿水青山”转化为“金山银山”,聚焦研究农业生态产品价值实现对促进乡村振兴有着重大的实践意义。

农业生态产品是指农业产业为保护环境、改善生态、人类生存提供的各种有益产品,它们具有供给、服务、文化等多样性功能,给人类的生产活动带来了较大正外部性[1][2]。但农业生态产品价值难实现、难交易一直是困扰学术界的重要难题,依据政府与市场之间的关系,生态产品的实现模式可以分为政府主导、市场主导、政府市场混合三种[3][4][5][6][7]。政府主要为农户提供资金补偿、技术补偿、实物补偿等方面的政策支持[8][9],目前已有基于农业文化[10]、绿色创新[11]等研究视角的分析。本文将基于现有文献对农业生态产品价值实现的研究,从乡村振兴视域出发,在辨析农业生态产品概念内涵上,结合农业生态产品特征与乡村地区的实际情况,提出乡村振兴视域下的农业生态产品价值实现的具体路径。

2. 乡村振兴与农业生态产品

“生态产品”具有较为鲜明的中国特色，从狭义上来说生态产品是生态系统孕育提供的自然要素，这些要素具有维持生命支持、调节生态平衡、优化居住品质等系统性的功能[2] [12] [13]。广义上的生态产品是通过生态系统和人类社会生产共同作用，提供给人类社会使用和消费的终端产品或服务[14]。农业生态产品的概念是由生态产品演化而来，指农业生产中有人类劳动参与，在保护好生态环境的同时又解决温饱生存的情况下，产出的各种对人类有益产品与服务[11] [15]。本文所界定的农业生态产品是指在保护与改善农业生态系统的前提下，所产生的物质产品、调节服务产品以及文化服务产品。比如：固碳释氧、防尘固沙、净化空气等调节服务产品；生态农产品等物质产品；田园景观、乡野风光等文化服务产品。农业生态产品价值实现就是将调节服务产品、文化服务产品、物质产品在政府与市场的支持与运作下，将产品资源转化为特色产业的经济优势，实现农业生态产品的价值“货币化”，协同推进农业生态系统保护与乡村经济发展。

乡村振兴是推进城乡融合与乡村持续发展的重大战略，也是实现“三农”目标重大举措。乡村振兴战略靶向是乡村[16]，要乡村实现内涵式发展，与城市融合发展，实现农村农业、文化、生态现代化发展[17] [18]，解决乡村产业发展结构不完善、发展要素与发展内生动力不足、农业粗放化发展、生态环境脆弱化等问题[19]。乡村振兴就是在保护生态前提下，发展本土优势产业，阻止乡村内部要素进一步流失与衰退，同时充分利用各界资源，推进乡村产业、人才、生态、文化、组织的全面振兴。

3. 农业生态产品价值与实现乡村振兴的关系

作为农业生态系统产出的重要成果，农业生态产品凭借其绿色环保的投入生产过程和高效益的产出优势，能够很好的解决农村经济发展中资源要素不足的问题，促进广大农村地区生态效益、经济效益的综合发展。目前中国广大农村地区蕴含着远超出城市的农业生态产品，这也是农业生态产品资源赋予给农村地区的发展潜力，这将是助力新农村建设与农村经济持续、稳定发展的重要动力源泉。因此在乡村振兴视域下研究农业生态产品价值实现意义十分重大，而农业生态产品价值实现与乡村振兴在实施主体、阵地、实施目标、实施路径都具有共通之处。

主体、阵地重叠。农民是乡村振兴的核心主体，也是农业生态产品生产的主要参与者。农民作为乡村的守护者，他们是乡村文化传承者，也是农村土地上辛勤耕耘的劳动者。国家统计局数据显示 2021 年，乡村就业人数 2.8 亿人，占就业人口的 37%。农民是全面推进乡村振兴和农业生态产品实现的重要依靠力量。在实施地域上，乡村振兴与农业生态产品价值实现重叠于乡村空间，广大农村地区既是乡村振兴的主阵地，也是农业生态产品生产的主战场。

目标相促。乡村振兴的目标是解决三农问题，具体表现在实现生态健康绿色、农业发展提质增效的“农业强”；农村居住环境风景优美、生态保护完好、人与自然和谐相处的“农村美”；农业高质高效发展、与其他产业联动发展致富的“农民富”[20] [21]。而农业生态价值实现是在保护农村生态环境的基础上，推动农业生态产品价值转化与生态农业发展，将农业生态产品资源实现价值显化，提升农村经济效益，促进经济优势与生态优势双向转化与巩固。在实现农民增收致富的同时，为农民创造美好的农村人居环境，打通农业优质发展、农村美丽宜居、农民富裕幸福的可持续发展的通道，满足农民对美好生活向往的需要。通过对比，我们可以发现乡村振兴与农业生态产品价值实现是互相促进，乡村振兴是农业生态产品价值的必要之举，农业生态产品价值实现是乡村振兴的应有之义，二者在步调上是协调统一的。

路径相通。从根本上说，农业生态产品价值实现与乡村振兴都是要依赖农业发展。产业兴旺是乡村

振兴的根本保障，所以顺从经济发展规律，发展农村具有比较优势的产业[22]。农业是国民经济的基础产业和命脉产业，更是农村的比较优势产业，所以应该突出农业的增收增效作用[23] [24]。农业供给侧改革亟待解决的问题是缺乏优质有效供给[25]，农业生态产品价值实现可以突破问题瓶颈。以农业生态产品发展为中心，发展精深加工产品，同时与电商、乡村旅游等产业联动发展，实现农业“三产”深度融合发展，提升农业生态产品的品质与供给，牢抓产业兴旺根本路径，也正是乡村振兴与农业生态产品价值实现的重要路径。

如何将农业生态产品资源转化为农业生态产品资本，将农业生态产品转化有形的物质回报。在保护生态环境与促进农村经济发展的前提下，让广大农村人民切切实实的享受到农业“绿水青山”的实际收益，从而落实乡村振兴战略。下文将从实践路径层面深入探讨。

4. 实践层面：农业生态产品促进乡村振兴的路径

马克思主义理论中关于商品形成的路径，同样可以拓展到农业劳动生态产品中。农业生态产品是产生于农业生态系统，它既可能是由自然直接生产，也可能在生产中加入了人类的无差别劳动由劳动，是具有稀缺性和使用价值。所以农业生态产品价值的实现也需要经历“惊险的一跃”，实现价值转化、显化与价值增值，将资源转化为资本，必须经受住市场的考验。由于农业生态产品的特性不同、权属清晰程度不同、价值变现的难度不同提出更加有针对性的建议。路径实践的具体情况如图1所示。

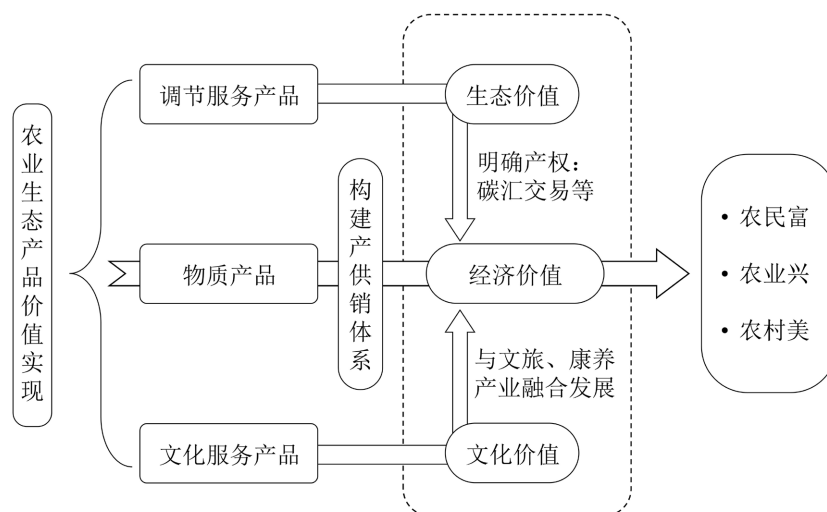


Figure 1. A practical path for agro-ecological products for rural revitalisation

图1. 农业生态产品促进乡村振兴的实践路径

4.1. 调节服务产品：测度产品价值，建立健全价值补偿制度

固碳释氧、水调节、气候调节等类型的调节服务产品提供正外部性服务的价值。由于它的生态价值存在产权不清晰、服务范围界定困难等问题，价值难以在已有市场体系实现，或者很大程度上来讲说未被完全纳入经济活动的决策体系之中，进而严重低估了生态服务价值。首先应该科学量化评估调节服务产品的价值，这是价值实现的基础，然后再创新价值实现方式，建立价值实现的交易市场，最终实现生态价值到经济价值的转变。

在乡村振兴视域下，具体实现路径：建立科学调节产品价值核算体系。农业生态系统所提供的净化水源、固碳释氧等调节服务产品是难以通过市场实现产品价值的，但这种服务是遵守热力学第一定律，

也就是说调节产品服务产生过程中输入的能量与输出的能量相等。我们可以按照生态元理论，基于能值方法去测度农业生态系统所提供的调节服务产品的价值，例如每平方米农作物在生产过程的自然投入、人工投入、服务产出，都可以用单元为生态元代币表示出来，评估调节生态产品价值，根据计算结果对农业改善生态环境贡献的角度进行整体评估[26] [27]。构建政府主导路径保障的保护补偿制度，将生态补偿资金向农村、农民倾斜，鼓励企业家对绿色发展项目提供资金支持，探索设立市场化生态产业发展基金、发行企业农业生态债券等方式，如鼓励金融机构探索“生态资产权益抵押 + 项目贷”模式或设立生态价值实现专项基金。创新绿色农业“碳金融”产品，进一步开展碳汇研究，制定碳排放权交易管理条例，对农业碳汇进行研究测算，建立碳汇生产、出售、购买一体化农业碳汇交易平台，促进农业生态资源金融化、货币化。盘点清理乡村大面积或小块状的农业绿色地带，由政府进行规模整合补贴，以政策补偿、实物补偿、项目补偿、技术补偿等方式对调节产品供给者实施生态补偿。或搭建绿色银行交易平台，转换成可以进行市场交易的排污权、水权和排噪权等。

4.2. 文化服务产品：以生态文化为核心，积极开发“文化+”等文化服务产品

近些年来，消费者对旅游产品需求品质不断攀升，旅游产品逐渐成为国民的基本需求，虽然 2020 年的新冠病毒对旅游业影响非常大，但随着疫情防控的常态化，人们在经济恢复后会产生报复性消费。根据国内旅游抽样调查统计，2021 年，国内旅游总人次 32.46 亿，国内旅游总收入 2.92 万亿元，人均每次旅游消费 899.28 元。旅游业的需求也会逐渐向休闲型、体验型和沉浸型旅游转型，农事、民俗风情体验、自然风光欣赏的原生态、互动性旅游产品的需求激增。城市人群越来越渴望与土地亲近接触，融入自然的怀抱，周边游、乡村游、近郊游等农业休闲观光游也越来越受人们喜爱。而旅游产品供给严重影响旅游需求，需要更加优质的文化服务产品来激发经济发展潜力，这就为“文化服务产品 + 旅游”提供了重大发展机遇。乡村蕴含着农耕文化、遗产文化、村规民约等文化资源，以及拥有田园生态景观、农业生态建筑的生态景观，是人文景观和自然景观的综合体。依托本地生态环境基础与自然资源优势，发展旅游度假、康复疗养、研学教育等多种业态精品文旅工程，当地村民通过提供住宿、饮食服务等形式，实现文化服务产品的文化价值向经济价值的转变与获取。

在乡村振兴视域下，具体实现路径有以下四点，1) 文化是旅游的灵魂，也是实现旅游产品差异化供给的本质保障。以生态文化为核心，重视民俗文化以及乡土文化，以文化产品资源为发展载体，保护生态环境，提倡人与自然和谐相处，把“天人合一”、“道法自然”等传统生态伦理内化于心、外化于行，把生态文化注入文化产品产业发展的基因和灵魂，促进乡村经济建设与保护美好生态环境。2) 保留地区原真性，挖掘农业文化故事。农业农村部迄今共发布“浙江青田稻鱼共生系统”“天津津南小站稻种植系统”等 138 项中国重要农业文化遗产，特色农业地区可以申请成为农业文化遗产。特色农业地区做好农业文化遗产工作，挖掘整理特色农业、农耕、农事、农产等有关传统礼仪习惯、特色民俗风情，利用废弃房屋修缮建设农业博物馆、村史馆、农具展厅等特色展览室，开设免耕撒播、翻地休耕、稻鱼共作、稻鸭共作等文化课堂，结合当地历史遗存、非遗等文化资源，促进文化多重价值增值，实现地方特色农业生态资源充分转化为经济发展效益。3) 加强规范引导。完善农村网络、道路、公用厕所、住房等基础设施建设，要基本满足农村旅游经济快速发展需要；积极支持农户与本土企业合作，积极开发精品住宿、特色景观、生态产品等旅游配套产品，扩大产品的销路，形成长期稳定的合作关系；完善好农户与企业间之间的利益分配机制，发挥“农业生态产品+”的造血功能；对农民进行旅游相关的专业技能知识培训，规范经营方式，提升产品品质和服务水平。4) 合理运用现代科技与农耕技艺以及劳作模式融合发展，延展传统农耕文化的内涵与发展空间，更好地发挥出生态文化、乡土文化、农耕文化促进乡村振兴的作用。

4.3. 物质产品：提升产品品质，打响品牌名号，扩大销售渠道

根据中国绿色食品发展统计年报数据，绿色食品国内销售额逐年攀升，2018年国内销售额已达5218.63亿元，相较于2013年增加了1593.43亿元，绿色食品市场越来越大。愿意购买绿色产品的消费者越来越多，如2019年天猫商城上的绿色消费者超过了3.8亿，相较2015年增长约5.8倍。86%的投资者愿意购买价格相对较高的绿色食品、有机食品和无公害食品，人们愿意为健康付费，抓住消费者消费水平、消费意识提升带来的消费升级新机遇，紧追对生态产品、绿色产品、有机产品的追捧热潮。消费者只有明确清楚该生态产品是健康与安全，且有助于生态环境时，才愿意出钱消费。对于企业来说，需要优化消费与产品之间的信息传递通道，明确将产品的环保健康属性传递给消费者，才能实现销售的提升。

在乡村振兴视域下，具体实现路径：1) 以提升生态农产品供给品质主线，注重产品的提档升级。推广鱼共稻鸭共作、梯田等循环利用的生态友好型农耕模式，对于使用生态农产品的采用有机化肥、生物杀虫等无害化生产方式、主动减少废弃物再利用的行为给予奖励或补偿。利用现代化技术与设备对生态农产品生产方式创新、生产品质提升技术攻关，在保证生态农产品有机、绿色与保护农村生态服务系统的情况下，实现产量的增加与效益的提升，做强产品特色和附加值。2) 打通市场通道，促进供需精准对接。完善物质产品的定价机制与品质认证体系，引入第三方权威认证评级机构，公开产品的评价标准，权威认证通过的产品给予特殊标识。建立物质产品的质量追溯机制，以此提高市场对产品的信服力和辨识度。让互联网赋能物质产品的产供销体系，推进生产、加工、销售等环节透明化、信息化，解决供需双方的信息不对称问题。打通本地市场、跨境贸易市场等多个线下渠道，优化农村电商运营体系，采用产销直供、农村电商直播、团购小程序等多种交易模式，通过物流保险、物流补贴等形式完善产品交易物流体系，畅通市场交易体制，实现生态产品供需精准对接。利用数字化营销打造特色生态品牌，深入挖掘品牌文化资源和文化内涵，讲好品牌故事。通过抖音、微视和B站等短视频App更加直接向消费者传递品牌信息，玩转创意视频，实现品牌溢价、品牌增值，实现品牌兴农。3) 要培养、引进生态农业人才。城市的虹吸效应加剧了优质人才外流。第三次农业普查数据显示，2021年全国农业生产经营人员3.1亿，其中大专及以上学历人才占比1.2%，年龄35岁及以下占19.2%，年轻优质人才极度缺乏。各地区应当与农业院校、产业学院等积极合作，重点培育农业现代化人才；建立生态农业人才孵化基地，同时制定住房补贴、交通补贴等人才配套引进政策，加大人才引进力度，增加生态农业技术人员和科研人员的数量和质量。

综上所述，以上三种产品的实现路径都要以农村地区的自然资源、区位状况、文化优势等要素为基础，从而采取不同的有针对性地举措去促进价值实现、转化与增值。各种路径间关系并非孤立的，而是相辅相成、紧密相关的，它们在兼顾经济发展与环境保护的基础上，实现了短期经济效益与长期经济效益良好互动。总之，就是在整合生态、文化、自然资源优势，充分利用农业生态产品要素，推进农业生态产品间融合发展，发挥路径间的协同作用，牢固农业生态产品价值实现的路径网络。

5. 结语

农业生态产品是较为鲜明的中国特色生态产品，乡村振兴是中国的重大发展战略。在现实背景下，二者在实施主体、阵地、实施目标、实施路径上具有共通相助之处。乡村振兴与农业生态产品价值实现的关系是相辅相成的，农业生态产品价值实现是延伸了“两山”发展理念的内涵，同时助力实现农村经济振兴、生态环境保护、农民安居乐业多元耦合的目标。农业生态产品价值实现现实路径，在乡村振兴视域下，根据调节服务产品、文化服务产品、物质产品的特性，分类施策。其核心是发展生态农业，延长农

业产业链,在尊重自然、保护自然和顺应自然基础上,繁荣农业生态产品市场,将农业生态优势转化为农业生态产品优势,将农业生态资源转化为农业生态资本。本文从乡村振兴的角度重新认识了农业生态产品,并以此提出了对应价值在市场化道路下的实现路径,兼顾环境与经济的同时,助力落实了乡村振兴战略。

参考文献

- [1] Millennium Ecosystem Assessment (2005) *Ecosystems and Human Well-Being: Wetlands and Water*. World Resources Institute, Washington DC.
- [2] Daily, G.C. (1997) *Nature's Services: Societal Dependence on Natural Ecosystems*. Island Press, Washington DC, 412 p.
- [3] Eder, A., Salhofer, K. and Scheichel, E. (2021) Land Tenure, Soil Conservation, and Farm Performance: An Eco-Efficiency Analysis of Austrian Crop Farms. *Ecological Economics*, **180**, Article ID: 106861. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2020.106861>
- [4] Ojo, T.O. and Baiyegunhi, L.J.S. (2020) Determinants of Climate Change Adaptation Strategies and Its Impact on the Net Farm Income of Rice Farmers in South-West Nigeria. *Land Use Policy*, **95**, Article ID: 103946. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2019.04.007>
- [5] 何金祥,徐桂芬.对不同类型生态产品价值实现方式的思考[J].国土资源情报,2019(6):20-27.
- [6] 刘江宜,牟德刚.生态产品价值及实现机制研究进展[J].生态经济,2020,10(36):207-212.
- [7] 赵敏娟,姚柳杨,李超琼,周超辉.农业生态富民的作用机理、实施困境与政策选择[J].环境保护,2022,50(16):18-21.
- [8] 宋博,穆月英,侯玲玲.农户专业化对农业低碳化的影响研究:来自北京市蔬菜种植户的证据[J].自然资源学报,2016,31(3):468-476.
- [9] 谭淑豪.以绿色发展理念促中国农业绿色发展[J].人民论坛·学术前沿,2021(13):68-76.
- [10] 刘某承,苏伯儒,闵庆文,李文华.农业文化遗产助力乡村振兴:运行机制与实施路径[J].农业现代化研究,2022,43(4):551-558.
- [11] 李晓燕,王彬彬,黄一粟.基于绿色创新价值链视角的农业生态产品价值实现路径研究[J].农村经济,2020(10):54-61.
- [12] 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.
- [13] 杨玉文,李严,李梓铭.东北边疆地区生态产品兴边富民实现路径研究[J].黑龙江民族丛刊,2022(2):66-73.
- [14] 张林波,虞慧怡,郝超志,王昊,罗仁娟.生态产品概念再定义及其内涵辨析[J].环境科学研究,2021,34(3):655-660.
- [15] 李铜山,黄延龙.增加农业生态产品供给:现状、障碍及对策[J].中州学刊,2020(12):38-43.
- [16] 张小林.乡村概念辨析[J].地理学报,1998,53(4):365-371.
- [17] 戈大专,龙花楼.论乡村空间治理与城乡融合发展[J].地理学报,2020,75(6):1272-1286.
- [18] 廖彩荣,陈美球.乡村振兴战略的理论逻辑、科学内涵与实现路径[J].农林经济管理学报,2017,16(6):795-802.
- [19] 王永生,刘彦随.中国乡村生态环境污染现状及重构策略[J].地理科学进展,2018,37(5):710-717.
- [20] 李益求.绿色发展理念下我国农村生态文明建设的途径研究[J].农业经济,2020(1):40-42.
- [21] 钟姝,李雄,张云路.绿色发展理念引领下的乡村振兴内涵解读、实现机制和实施路径研究[J].中国园林,2022,38(6):35-39.
- [22] 贺雪峰,王文杰.乡村振兴的战略本质与实践误区[J].东南学术,2022(3):86-94.
- [23] 陈秧分,刘玉,李裕瑞.中国乡村振兴背景下的农业发展状态与产业兴旺途径[J].地理研究,2019,38(3):632-642.
- [24] 陈秧分,王国刚,孙炜琳.乡村振兴战略中的农业地位与农业发展[J].农业经济问题,2018(1):20-26.
- [25] 周立,王彩虹,方平.供给侧改革中农业多功能性、农业4.0与生态农业发展创新[J].新疆师范大学学报(哲学社

会科学版), 2018, 39(1): 92-99.

[26] 刘耕源, 何萍, 王永阳. 农业生态产品及其价值实现路径[J]. 应用生态学报, 2021, 32(2): 737-749.

[27] 刘耕源, 王硕, 颜宁聿, 孟凡鑫. 生态产品价值实现机制的理论基础: 热力学, 景感学, 经济学与区块链[J]. 中国环境管理, 2020, 12(5): 28-35.