论新时代湖北省重点生态功能区发展生态经济的内生动力——以生态产品商品化为视角[1]

谢 辉，秦武峰

（湖北生态工程职业技术学院，湖北 武汉 430200）

【摘要】：湖北省的重点生态功能区环境条件优越、自然资源丰富、人文积淀深厚，发展生态经济得天独厚，应进一步在发展生态经济积累经验的基础上，在生态产品商品化下功夫，以此激发发展生态经济的内生动力。

【关键词】：生态经济；商品化；内生动力

【中图分类号】：X22；F127　　**【文献标识码】**：A

1、引 言

早在2005年，习近平就指出生态环境优势转化为生态农业、生态工业、生态旅游等生态经济的优势，那么绿水青山也就变成了金山银山。中共十九大提出，既要创造更多物质财富和精神财富以满足人民日益增长的美好生活需要，也要提供更多优质生态产品以满足人民日益增长的优美生态环境需要。

湖北省具有良好的生态基础，湖北省重点生态功能区在发展生态经济提供生产产品方面创造了很多好的典型。比如“茶林相间、路渠配套、节水灌溉、生态高效”的生态茶园种植模式；林菌、林药、林禽、林畜、林粮一体的林下经济发展道路等等，为生态经济发展注入了活力。但对于生态经济（ECO）的致富效应，却反映出发展生态经济的内生动力不足，有必要在实践上推动体制机制创新，努力提升发展生态经济的内生动力。

2、发展生态经济内生动力不足原因

在《全国主体功能区规划》中，将湖北的峡库区水土保持生态功能区、大别山水土保持生态功能区、秦巴生物多样性生态功能区、武陵山区生物多样性与水土保持生态功能区列入国家重点生态功能区，2016年9月，又新增通城县、通山县纳入国家重点生态功能区，湖北省主要的集中连片贫困地区就分布在这里，发展生态经济脱贫致富是一条可行路径，然而，现实情况是生态经济的致富效应还没有充分显现，出现这样的情况有多方面的原因，但其主要原因是认识上存在着较大的局限。

[1][**收稿日期**]：2017-12-05

[**基金项目**]：本文是湖北生态工程职业技术学院林业与生态文明研究所平台建设成果之一，项目编号〔2016〕LYKJ16。

[**作者简介**]：谢 辉（1983-），女，硕士研究生，湖北宜昌人，湖北生态工程职业技术学院讲师。

[**通讯作者**]：秦武峰（1982-），男，硕士研究生，湖北十堰人，研究方向：林业发展、生态文明建设。

2.1 没有理清政府、社会与经营者的责任边界

在生态环境可承受的基础之上，在保证自然再生产的前提下扩大经济的再生产，实现生态保护和经济发展两者双赢。生态经济具有时间性、空间性和效率性等三个基本特征，所谓时间性，应是一种代际公平，即当代人的发展不能以牺牲下一代人的发展为代价，应该为子孙后代留下发展机会。所谓空间性。一个地区的资源开发或发展不应损害其他地区满足其需求的能力。所谓效率性，即走资源节约型环境友好型的道路，主要以以技术进步为支撑。从以上的分析来看，生态经济的一些主要特征更多的体现为一些社会责任，这些是政府职责范围内的事情，生态经济经营者与政府、社会三方在责任上不明确，从经济学的角度来看，必然会导致内生动力的缺失。

2.2 生态效益带来的财富效应长期被忽视

生态系统服务的价值具有直接经济价值、生态价值和社会价值，其直接经济价值只占生态系统服务功能价值的很小的一个部分，这是生态经济三种效益的基础和前提。湖北省重点生态功能区承担着生态安全保障的重要职责，在水源涵养、土壤保持、生物多样性保护、改善生态环境、维持生态平衡和保障区域生态安全等方面都具有举足轻重的地位。例如，神农架拥有全球中纬度唯一保存完好的亚热带森林生态系统，具有巨大的生态价值和生态系统服务价值（见表 1）。首先，从政府层面来讲，虽然采取财政转移支付的方式进行了生态补偿，但由于这种补偿没有从计量上与生态效益严格挂钩，更多的体现出福利救济性质，表达的是一种对后发地区的扶贫或扶持，注重的是补偿的公平性，对生态补偿所产生的生态效果不够重视，因而造成了生态效益与经济效益的分离。第二，从生态功能区人们的角度来看，他们所接收的同样是扶贫或扶持的信息，没有把生态补偿理解为生态经济的生态效益所带来的财富效应。第三，从生态经济的经营者角度看，按照生态经济的要求而进行的技术改造、污染治理等方面工作，使得生态经济的成本增加，利润减少，这直接影响了生态经济的致富效应显现和认可度。

表 1 神农架林区森林生态系统的服务功能总价值表

生态系统服务功能因子		评估价值（108 元）	所占比例
林副产品价值		0.13	0.01%
林木资源价值		20.18	1.51%
矿产资源价值		11.43	0.85%
涵养水源		10.68	0.80%
	减少土壤废弃	0.04	
保持土壤类	减少养分流失	730.55	54.77%
	降低有机质流失	1.86	
净化空气	吸收 SO_2	0.2	0.60%
	滞尘	7.76	
	固碳	441.07	
固碳释氧	释氧	109.82	41.19%
旅游休闲价值		1.78	0.13%
生物多样性保护		1.8	0.13%
合计		1337.3	100%

3、生态经济新的内生动力源：生态广品向品化

3.1 生态产品具有商品的基本特征

马克思在辨析商品性质时使用了三对矛盾，即我们熟知的价值与使用价值、私人劳动与社会劳动、具体劳动与抽象劳动。马克思指出，物品的使用价值主要有三个方面，分别为满足物质生活需要、物质生产需要、精神生活需要，分别对应的是生活资料类、生产资料类和文化类生活资料。根据马克思的定义，空气、阳光等不属于商品，即使他们有使用价值，但他们不是劳动产品，因而不是商品，即马克思是从生产的角度进行的价

值分析，时至今天，与马克思生活的时代已有天壤之别。在内涵方面，生态产品有两类，一类是纯自然要素的产品，如空气、阳光等，一类是人工自然要素的产品。同样，从需求方面分析，生态产品可以从生产角度定义，也可以而且更应该从需求角度定义，当前人类面临着越来越多的生态问题，比如，土地荒漠化、环境污染、物种灭绝、气候变暖、水源枯竭、森林减少、植被破坏等，都导致了生态产品供给严重不足。商品是具有使用价值的劳动产品，生态产品具有广义价值，比如植树造林可以减少水土流失，提供清洁水源，是一种对人类明显的环境价值。所以说，生态产品具有商品的基本特征。

3.2 政府应发挥积极的主导作用

森林具有涵养水源、降低噪声、调节气候、保持水土、保护农田等作用，从对森林生态产品消费的角度来看，森林生态产品具有以下几个特征。一是具有地域性。湖北省神农架林区的森林覆盖率达到 91.1%，保护区内甚至超过 96%，成片的原始森林产生的碳汇，其发挥作用的范围总体上是有限的，即便如此，任何一个区域范围内的森林生态产品所产生的效益都会或多或少外溢到其他区域。二是难以计量和分割。森林产品提供的新鲜空气，其消费都是自由公开的，不可能像物质产品那样分配或计量。三是无形化。清洁的水源只有依附于水土保持或水源不被污染。四是公共性。是生态产品一般具有使用上的非竞争性和受益上的非排他性。基于以上特性，由于向公民提供公共物品和服务属于政府职责的范围，所以，生态产品的购买者主要应当是政府，政府在推动生态产品商品化过程中应当发挥积极主导作用。

3.3 生态产品的商品化能够带来巨大的经济效益

推进生态产品商品化，生态功能区人们不仅可以从出售有形生态产品中获得经济效益，而且还可以出售无形生态产品如清新的空气、清洁的水源、适宜的气候等，并从中获得巨大的经济效益。生态功能区人们能够把生态系统涵养水源、水土保持、固碳释氧、改善环境、保护生物多样性等方面的价值，转化为经济价值，生态功能区发展生态经济就会有强大的内生动力。

4、推动生态产品商品化的途径

4.1 建立生态补偿机制

在实施生态补偿中，要核算重点生态功能区人们的生态贡献，开展生态资产评估，明确重点领域生态补偿，进行生态补偿政策设计，并以此作为生态功能区外部经济补偿、财政转移支付、市场等价购买的依据。当然，生态补偿的定量分析难度较大，但目前各界已达成共识的绿色 GDP 核算指标值得借鉴。在试点的基础上，按照财政部出台的《国家重点生态功能区转移支付办法》，通过逐步明显提高转移支付补助系数等方式加大对重点生态功能区的一般性转移支付力度，生态功能区就可大力发展以这几个指标为基础的生态经济。这样，上级政府通过垂直财政转移支付或平级政府通过横向转移支付所给予重点生态功能区的生态补偿，就直接与生态功能区生态产品直接挂钩。从实施情况来看，要积极探索在中央财政转移支付的基础上建立多元的筹资机制，建立对生计的替代的支持，将居民的收入与省级指标纳入激励机制。

4.2 建立区域性碳交易平台

碳交易是指合同的一方通过支付另一方获得温室气体减排额，买方可以将购得的减排额用于减缓温室效应从而实现其减排的目标。2011 年以来，我国陆续在北京、上海、湖北等省市开展碳交易试点工作，碳交易实施的制度经验可以借用到生态产品

商品化。我们可以尝试在发达地区和生态功能区之间，实行发达地区出钱向生态功能区购买碳汇指标。将森林碳沉降所形成的碳排放权从无形产品中分离出来，通过排放权的资产化过程，使其有形化、市场化，从而进入有形市场进行交换实现其价值，这样也就实现了生态公共产品商品化。当然，“模拟碳交易”需要良好的数据基础、复杂的制度设计、严格的法律保障，鉴于建设全国性的碳交易市场会产生试错风险非常高的问题，完全可以总结我国的试点经验、借鉴欧盟、美国碳汇交易的机制和政策，因地制宜地各自独立建设区域性碳市场。

[**参考文献**]：

[1]林新波，李耀华.马克思人与自然关系理论及对发展生态经济的意义[J.产业与科技论坛，2017，16（24）.

[2]陈 辞.生态产品的供给机制与制度创新研究[J].生态经济，2014（08）.

[3]彭 虹.国家重点生态功能区的生态产品市场化路径研究[J].铜仁学院学报，2017（10）.

[4]孙庆刚，郭菊娥，安尼瓦尔•阿木提.生态产品供求机理一般性分析——兼论生态涵养区“富绿”同步的路径[J].中国人口•资源与环境，2015（03）.

[5]杨庆育.论生态产品[J].探索，2014（03）.