



# 生态产品的市场属性 及其价值溯源

潘家华 中国社会科学院生态文明研究所



---

# 内容

- 生态产品的内涵
- 生态产品的市场属性
- 生态产品的价值溯源
- 生态产品的核算评价
- 生态产品的供需调控

# 政治政策层面的界定

- 十九大报告：我们要建设的现代化是人与自然和谐共生的现代化，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。这也就意味着，生态产品有别于物质财富和精神财富，不是物质的，也不是精神的，不是用以满足“美好生活需要”，而是用以满足“优美生态环境需要”。
- 传统的发展观所界定的发展，只涉及生产农产品、工业品和服务产品的过程。“十三五”规划根据绿色发展理念所界定的生态产品，是清新的空气，清洁的水源，舒适的环境，宜人的气候，“具有产品的性质”，能满足我们的需要。

2015年12月1日，中央财经领导小组办公室副主任杨伟民在新浪金麒麟论坛上关于“十三五”要树立绿色发展理念的演讲

# 经济学理论的突破：自然要素产品

- **古典经济学**分析框架中，自然要素**空气、水**对于人的生存和经济活动是必须的，但在工业革命初期，**不存在稀缺，并不构成商品**。
- 但工业革命后污染和生态破坏，使得蓝天、清水和净土成为稀缺品，而人民有需求，也就出现了**西方经济学教科书中没有界定的产品**：生态产品，即**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**，不同于常规经济活动所交易和核算的**物质产品、文化产品** [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，《中国人口·资源与环境》2014年07期]；
- **人造的符合自然要素标准的产品或服务**：例如，通过空气净化器在封闭的环境里提供净化的空气，通过空调制冷可以调节室内空间的温度，可以人工生产纯净水，但这不是真正意义上的生态产品。

## 生态文明建设实践意义上的生态产品

- **自然要素产品**，例如清新的空气、干净的水、宜人的气候等，以及系统功能；
- **自然属性产品**，例如各种野生动植物及其产品；
- 依赖自然要素和自然属性的**生态衍生品**，例如人工林、林下中草药、自然放养的禽畜养殖等；
- **生态标识产品**，通过生态中性认证的产品。



---

# 内容

- 生态产品的内涵
- 生态产品的市场属性
- 生态产品的价值溯源
- 生态产品的核算评价
- 生态产品的供需调控

# 产品的市场属性

	特征	典型产品	供需
公共产品	非竞争性、非排他性、不可分割性	国防、灯塔	代表纳税人的政府
准公共产品	介于两者之间	教育、医疗、交通、给排水	政府+市场
私人产品	竞争、排他、可分割	消费品	市场

# 生态产品的市场属性

	公共产品	准公共产品	私人产品
自然要素产品	清新的空气、 水环境质量、 土壤环境质量		天然矿泉水
自然属性产品	生物多样性 生态系统功能	森林公园、湿 地、风景名胜 区	木材、山货、 狩猎
生态衍生产品		农田防护林、 水土保持林	林下种植、山 野林下禽畜养 殖
生态标识		山景	山耕、山居



---

# 内 容

- 生态产品的内涵
- 生态产品的市场属性
- 生态产品的价值溯源
- 生态产品的核算评价
- 生态产品的供需调控



---

## 价值来源

- 古典经济学：活劳动是创造价值的唯一源泉
- 生产力经济学：要素（劳动、资本、土地）生产力，全要素生产力
- 两山理论：绿色青山就是金山银山，自然创造价值



---

## 产品价值

- 劳动创造产品的二重性：
  - ✓ 善品（**goods**，商品）：交换价值和使用价值
  - ✓ 恶品（**bads**）：负外部性（污染物排放、生态退化）
- 环境生产力经济学：
  - ✓ 自然修复、自然资产保值增值
  - ✓ 自然要素产品、自然属性产品的生产
  - ✓ 生态衍生品、生态标识品的生态服务



---

# 内 容

- 生态产品的内涵
- 生态产品的市场属性
- 生态产品的价值溯源
- 生态产品的核算评价
- 生态产品的供需调控

# 生态产品的国民经济统计核算

	资本品	中间产品	消费品
自然要素产品	自然资源：蓝天、 净水、绿地		天然矿泉水
自然属性产品	生态资产：生物 多样性， 生态系统功能	森林公园、湿地、 风景名胜区	木材、山货、狩 猎
生态衍生产 品		农田防护林、水 土保持林	林下种植、山野 林下禽畜养殖
生态标识		山景	山耕、山居
可统计核算 性	缺乏学理基础和 规范方法	人工部分统计， 自然部分忽略	全可纳入统计

## 生态产品价值评估：方法上不具独立性，依附参照性

- A. 恢复或治理成本**，例如为了蓝天回归本色而开展污染物减排、污水治理、生物多样性保护的投入或者损失；
- B. 生态红利**，也就是工业化生产的物质或文化产品在优美或健全的生态系统的功能作用下，产品的品质得到提升，这一因生态而获取的增值收益，或因生态而贬损的价值，在上市场可是得到表征；
- C. 直接市场收益**，对于木材、优质天然水、天然山珍等产品，具有生态红利的部分内涵，但这部分产品的生产没有人类劳动的参与，却有直接的交换脚趾和使用价值，可以直接市场评估实现；
- D. 生态保护**、濒临野生动物繁育、珍稀植物保护、生态修复的让生态回归底色的各种投入；
- E. 显性偏好**，对于生物多样性、濒危动物、珍稀植物保护、红树林、生态脆弱地区等系统性功能保护，在没有市场投入和任何回报的情况下，通过消费者之显性偏好所揭示的价值，例如支付意愿（WTP）或接受补偿（WTA）数据，作为核算依据。

# 生态产品的国民经济统计核算：绿色GDP，抑或生态系统总值（GEP）？

		资本品	中间产品	消费品
A	恢复或治理成本	自然资源 《——	X	
B	生态红利			X
C	直接市场收益			X
D	生态底色回归的投入	生态资产 《——	X	
E	显性偏好（WTP, WTA）	生态资产 《——	X	

- **A-D类生态产品的评估：**具有劳动价值内涵或等价的，市场投入或供需关系具有实践和观测基础。将这些产品的投入或产出纳入核算，是对现有国民核算体系的修正，意义是积极的。
- **E类生态产品：**与劳动价值和按劳分配体系是存在冲突的，或者说不相容的。例如生物多样性和生态系统服务价值，不仅仅是当地的，也不仅仅是一个国家的，而是全世界的；不仅仅是当代人的，也是子孙万代的；不仅仅是人类的，也是生命共同体中其他成员的。也就是说，不同通过标准或常规的基于效用理论来测算的



---

# 内容

- 生态产品的内涵
- 生态产品的市场属性
- 生态产品的价值溯源
- 生态产品的核算评价
- 生态产品的供需调控

# 生态产品的国民经济调控宏观政策选择

	产品及属性	资本品	中间产品	消费品	政策选择
A	恢复或治理成本	自然资源 《-	X		政府+市场
B	生态红利产品			X	市场
C	直接市场收益产品			X	市场
D	生态底色回归的投入品	生态资产 《-	X		政府
E	显性偏好选择	生态资产 《-	X		政府
	市场属性	公共产品	准公共产品	私人产品	
	政策选择	政府	政府+市场	市场	



谢  
谢