

山区26县全覆盖,探索生态产品价值实现更多新路子 两山合作社,乡村振兴新角色

本报记者 金春华 周林怡 梅玲玲

近日,我省两山合作社迎来首个年度绩效评估报告。报告显示:全省已建立两山合作社39家,实现山区26县全覆盖,多地探索形成丰富的案例做法,群众获得感持续上升。

两山合作社,是我省探索生态产品价值实现的“新角色”。7月1日,省发展改革委、省自然资源厅、省农业农村厅等六部门联合印发的《关于两山合作社建设运营的指导意见》(以下简称《指导意见》)正式实施,两山合作社由点上

探索进入面上推广。

省发展规划院首席专家郑启伟表示,这意味着我省生态资源资产经营管理、生态价值实现有了一个新的新平台。

两山合作社是个怎样的合作社?它与曾经的“两山银行”之间存在什么关系?它将给浙江乃至全国生态产品价值实现体制机制创新带来什么变化?

分散化输入后,更要集中式输出 新型合作社有新任务

“没想到合作社又站到了‘C位’。”金秋时节,衢州市柯城区石梁镇麻蓬村“稻蟹共生”迎来丰收季:连片的水稻稻穗沉甸甸的,个体肥的螃蟹率先“上岸”。村党支部书记方伟东兴致勃勃地说,村里的田原本收益很低,想出租每亩每年也就220元租金,致使数百亩地被荒。直到区两山合作社以每亩每年650元、195%的溢价流转租用了麻蓬村等800余亩闲置土地,引入浙江静禾农业科技,投资1.06亿元建设集种植养殖、初级加工、农业科研于一体的生态科技农业园,土地才被“唤醒”了。

而这是,两山合作社给柯城区乃至浙江带来改变的一个侧面。

两山合作社,即曾经的“两山银行”。省发展改革委资源节约和环境保护处相关负责人介绍,两者职能和目标一致,都是为了探索如何更好地实现生态产品价值,运用“分散化输入、集中式输出”的经营理念,来盘活用好散落在各处的生态资源。

据年度评估报告,截至目前,我省已成立39家两山合作社,其中市级3家(湖州、衢州和丽水)、县级36家,涉及杭甬温湖绍婺衢台丽9市,实现山区26县以及湖、衢、丽三市全覆盖。

合作社在中国已有百年历史。早在1918年,我国首个合作社——北京大学消费公社成立。2007年7月1日,新中国成立以来颁布的第一部规范合作社发展的法律《中华人民共和国农民专业合作社法》开始施行,确立了农民专业合作社的市场主体地位,促进农民专业合作社快速发展。

两山合作社带着新的使命而来。

近年来,各地在克服生态产业化经营的规模门槛、实现“分散化输入”上确实实现了不少有效探索,但“集中式输出”这一后半篇文章尚未完全铺开,有些地方

只是将生态资源收储过来,并未开展多元化经营,老百姓最多每年就领一笔租金,增收途径有限;有些地方只用生态资源做一些担保、信贷,也存在增加隐形债务的风险。

根据《指导意见》,两山合作社是一个“生态产品经营管理平台”,强调了经营和管理。

“我们将针对生态产品不同的价值属性进行分类开发,形成物质供给、调节服务、文化价值三类生态产品项目开发库。”安吉两山合作社董事长计林龙介绍,比如对安吉白茶、安吉冬笋等特产,重点打造区域公共品牌;对竹林碳汇、水权、排污权等调节服务类生态产品,个性化开发其生态权益价值,让它们更好地变现;在文化服务方面,重点打造民宿村落、景区景点、户外露营、网红打卡等文旅、农旅项目。“开发好更多产品,吸引更多群众参与,创造更多生态价值。”

目前,仅安吉的竹林碳汇项目,已完成全县80多万亩毛竹林流转,累计向20家企业或政府部门销售竹林碳汇量2.53万吨,销售总额173.15万元。

在仙居,“神仙大农”两山合作社门店目前已接待游客超过75万人次,全品类销售额达13.9亿元,主要农产品平均收购价每斤提升20%至150%。

“供销社为什么能发展得这么好?因为面向市场。这也是我们今后探索‘两山’转化要重点借鉴的。”仙居县旅投集团负责两山合作社业务的吴艳说,当地依托“神仙大农”区域公共品牌,构建全渠道营销体系,实行“供应链中心+线上直播间+线下实体店”的全链条运营模式;线上对接淘宝、京东、抖音等电商平台,打造云端样板市场;线下,在县内外开设4家实体店、5个专柜,“帮农民卖东西,也让好产品卖出好价钱。”

于我们看到的,安吉县两山合作社是安吉城投集团全资子公司,注册资本6亿元;云和的县级两山合作社,以县农投作为运营主体;三门以县交通旅游集团有限公司为主体;常山县目前由县农投集团操盘运营……当然,《指导意见》也鼓励创新运营模式,适时探索引入社会资本形成混合所有制、股份合作制企业。

“这样可以发挥县农投集团对全县‘三农’情况熟悉且市场灵活等特点,加强市场开发、资本引入等工作,凸显两山合作社惠农性、市场性两大属性。”常山县两山合作社负责人说。

从组织架构看,相比于我们熟知的供销社有全国总社、省供销社、市供销社和县供销社四级,我省的两山合作社一般以县级为主,根据实际需要,又可成立市级和乡镇级两山合作社,构建市、县、乡三级合作运营体系。

丽水就建立了三级架构,即市级与9个县(市、区)各建两山合作社,在全市173个乡镇组建生态强村公司,共同负责生态产品收储、开发及运营;



位于常山的“宋柚汁”饮品生产车间。

常山传媒集团供图

既单一又多元 两山合作社这样建

精彩纷呈的杭州亚运会落下帷幕,“无废亚运”打造的低碳生活新样板愈发受到社会各界追捧。在杭州隔壁的安吉县,一张杭州亚运会颁发的捐赠证书引起记者关注。那是安吉无偿向杭州亚运会和亚运会组委会捐赠21046.4吨竹林碳汇的证书。证书上的捐赠单位是“安吉县两山生态资源资产经营有限公司”。

“××县两山生态资源资产经营有限公司”“××区生态资源开发运营有限公司”“××市两山投资发展集团有限公司”……两山合作社是一个实体化公司,这些是相关公司工商注册的名字,从中可窥知其建设经营相关内容。

浙江震天律师事务所律师航告诉记者,根据《民法典》第二百五十条规定,森林、山岭、草原、荒地、滩涂等自然资源,属于国家所有,但是法律规定的属于集体所有的除外。其中,集体所有的自然资源涉及广大农村千家万户的农民利益,从发挥生态资源规模化效益的角度,需要破解一些资源资产流转方面的制度性制约,而国有企业兼具市场主体和供给制度性公共产品属性双重职能,“这也可以理解为什么《指导意见》明确两山合作社由国企牵头成立,或利用现有国有企业承接两山合作社职能,适时探索引入社会资本形成混合所有制、股份合作制企业。”

于我们看到的,安吉县两山合作社是安吉城投集团全资子公司,注册资本6亿元;云和的县级两山合作社,以县农投作为运营主体;三门以县交通旅游集团有限公司为主体;常山县目前由县农投集团操盘运营……当然,《指导意见》也鼓励创新运营模式,适时探索引入社会资本形成混合所有制、股份合作制企业。

“这样可以发挥县农投集团对全县‘三农’情况熟悉且市场灵活等特点,加强市场开发、资本引入等工作,凸显两山合作社惠农性、市场性两大属性。”常山县两山合作社负责人说。

从组织架构看,相比于我们熟知的供销社有全国总社、省供销社、市供销社和县供销社四级,我省的两山合作社一般以县级为主,根据实际需要,又可成立市级和乡镇级两山合作社,构建市、县、乡三级合作运营体系。

丽水就建立了三级架构,即市级与9个县(市、区)各建两山合作社,在全市173个乡镇组建生态强村公司,共同负责生态产品收储、开发及运营;

从探索到推广 合作社开拓转化路

《指导意见》提出:到2025年,我省两山合作社建设机制将基本健全,运营模式基本成熟,推动生态产品价值实现的体制机制和政策框架基本建立,形成一批可复制可推广的成功经验。

“自2020年4月省发展改革委环资处指导安吉研究出台了全国首个两山合作社实施方案,已有多地开展相关试点。去年底,省发展改革委还研究提出了全省两山合作社绩效评价指标体系,并开展试评价。《指导意见》汇总提炼了之前的好做法、提出了新目标,大大激发了各地积极性。”郑启伟告诉记者,综合年度评估报告发现,各地已探索推出一批创新做法,广受好评。

多种运营模式的创新,拓展了“输出”通道,成效初现。

眼下走在浙西常山县,人们会被胡柚的清香所包围。作为常山人的“摇钱树”,胡柚在前几年陷入滞销,直到2020年常山县探索成立两山合作社,借鉴工业领域“标准地”改革经验,开始探索生态开发共富果园“标准地”模式,才又香飘四方。

常山县、乡两级两山合作社经规划组织,吸收经营主体、村集体、农户等参与,在全县建立规模连片、智能管控、绿色高产的精品基地约2万亩,并因地制宜划分成8大“共富果园”,开展标准化种植,其精品果率和产量均提升30%以上;共建“一份常礼”农产品区域公共品牌,进一步提升溢价。据估算,生态开发“标准地”中的胡柚林,亩均增收2000元以上。

针对产业链不长、附加值不高等“老大难”问题,常山县两山合作社扶持当地多家加工企业。如浙江柚香谷公司推出“宋柚汁”饮品,深受市场好评,去年产值近5亿元,直接或间接带动农户增收超5000万元。

“生态开发‘标准地’改革打通了生态资源资产分散输入、集中输出的通道,成为衢州两山合作社的重要抓手之一。”衢州市发展改革委相关负责人说。今年4月,省政府批复同意设立衢州生态开发“标准地”改革试验区,激发各地创新,除了常山的“共富果园”,还走出了柯城闲置耕地、衢江村庄、龙游中小水库、江山夯土房、开

化清水鱼坑塘等“一县一品”模式。

预计到今年底,衢州市将建成生态开发“标准地”项目90个,其中招商成功60个,完成项目投资12亿元。

生态产品价值实现的体制机制创新与政策框架建立,也在不断探索推进。

丽水市针对资源收储开发等环节存在的堵点、痛点,印发了《加快两山合作社建设运营、助推生态产品价值实现的若干意见》等政策文件,鼓励所辖9个县(市、区)根据各自资源禀赋状况,为两山合作社注入优质生态资源,打造“拳头产品”。

云和县由此加大了对高山湿地等资源的收储力度,特别是聚焦云和梯田这一华东地区最大的梯田群,探索“湿地修复+农文旅开发”模式,由两山合作社统一收储碎片化、抛荒化耕地1633亩,以及周边闲置农房、林地等,开展集中整治、集中招商,截至目前已累计完成投资20亿元,并推动全县梯田系统修复5000余亩,抛荒率从7年前的45%下降至如今的3.3%。

“云和梯田这张‘名片’打出来后,辐射效应不断释放,带动了周边乡镇如传统老街等资源的活化利用,实现生态产品价值实现的‘一子落下满盘活’。”云和县县委建委相关负责人说。

安吉县境内拥有竹林面积100万亩,是名副其实的“中国竹乡”。当地依托两山合作社探索“两入股三收益”农民利益联结机制:农户将竹林经营权流转至村专业合作社,拿一笔租金;村专业合作社将林权流转金入股共富产业园、共富乡宿、竹材分解点等具有稳定收益的经营性项目,可分一笔股息;目前各村的一年综合收益率平均有5%左右;同时引导农户就近参与竹林生产经营管理,再挣一笔薪金。

该机制据悉可带动全县村集体年均增收65万元、林农户年均增收6700元以上。“以前一根毛竹辛苦砍下来卖不了几个钱,现在不用砍可以赚三份钱。”安吉县报福镇景溪村村民老黄说。

当然,记者发现两山合作社也遭遇了诸多新课题:比如有涉及资源品类还比较单一;有的对“空心村”、偏远村的项目谋划有待加强;有的生态资源入股是入了,分红还未能真正分起来……都需要进一步解。

但作为传承合作社百年品牌、融合浙江生态新优势的“新物种”,两山合作社值得期待。

记者手记

合作社,并不“土气”

金春华

探索生态产品价值实现,为什么要用“合作社”这一听起来很“土气”的名字?其实,它很符合各地当下的实际需要。

合作社经过百年发展历程,已经在老百姓心中留下深刻印象,有良好的品牌效应、示范效应。现在留在农村的大都是上了年纪的人,他们可能还需要借助供销社来买农产品,通过经济合作社实现增收,相互之间的信任非同一般。同时,现在的农村哪怕吸引了不少青年创客,他们在生产经营中可雇用的劳动力也多是老人。如何让这一批现在在农村的主要劳动力积极参与到“两山”

转化等项目中来?用合作社的故事去讲述,确实能够发挥更大吸引力、凝聚力。

更重要的是,不管是供销社还是经济合作社,抑或是其他的农民专业合作社,合作社都代表了一种规模化、专业化和高效化的生产经营方式。这种生产方式符合现代农业规模化发展之路,尤其能够调动、汇集“两山”转化过程中所需的劳动力、资源、资金等要素。它并不“土气”,反而更有现代化内涵。而两山合作社的诞生,相信能让合作社“大家庭”创造更大的品牌价值。



柯城区的稻蟹共生项目获丰收。

柯城传媒集团供图

