健全生态产品价值实现机制

庄贵阳　王思博

专家观点

党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央将生态文明建设纳入中国特色社会主义事业“五位一体”总体布局和“四个全面”战略布局。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,已成为中国生态文明建设的重要目标。党的二十届三中全会围绕深化生态文明体制改革,提出要“健全生态产品价值实现机制”,明确了生态产品价值实现对于生态文明建设的重要性。

健全生态产品价值实现机制的意义

中国一直坚持从人与自然和谐共生的高度谋划发展,生态文明建设发生历史性、转折性、全局性变化。今年是“绿水青山就是金山银山”理念提出20周年。这一理念深刻揭示了经济发展与生态环境保护的内在联系,成为指导中国生态文明建设的重要遵循。生态产品价值实现机制作为“绿水青山就是金山银山”理念的操作化支点,承载着把自然资本转化为经济资本、把生态优势转化为发展优势的时代使命。生态产品价值实现是践行“绿水青山就是金山银山”理念的关键路径,建立健全该机制,把生态环境保护提升到生产力再造的高度,其积极意义体现在三个方面:

一是从制度层面破解绿水青山转化为金山银山的瓶颈制约。生态产品价值实现机制是指在严格保护生态环境的前提下,由政府和市场通过合理的路径和方式,将生态产品价值转化为经济价值和社会价值的制度形式。建立健全生态产品价值实现机制,核心要义就是从制度层面破解绿水青山向金山银山转化的瓶颈制约,建立生态环境保护者受益、使用者付费、破坏者赔偿的利益导向机制,引导和倒逼形成绿色发展方式、生产方式和生活方式,实现生态环境保护与经济发展协同推进。

二是立足区域特色资源培育经济高质量发展新动能。在严格保护生态环境的前提下,将良好生态环境蕴含的需求转化为供给并激发出来,形成新增长点,让生态成为支撑经济发展的不竭动力。立足多样化自然禀赋,生态产品价值实现还承载着培育经济新动能、促进区域协调与共同富裕的时代任务。各地依托山水林田湖草沙等特色资源,探索出城市生态服务溢价、乡村生态产业化、流域横向补偿和保护区特许经营等多元路径,把分散的生态优势嵌入产业链、供应链与价值链。这对于优化自然资源管理、提升生态系统质量、带动农村人口就近就地致富、塑造城乡区域协调发展新格局等具有重要意义。

三是为人与自然和谐共生的现代化奠定坚实基础。在习近平生态文明思想指引下,我国把优质生态产品视为最普惠的民生福祉,将“绿水青山就是金山银山”理念上升为国家战略,持续推进经济高质量发展与生态高水平保护协同并进。健全生态产品价值实现机制,旨在破解传统增长方式对资源环境的刚性挤压,通过生态劳动提升生态系统功能、培育绿色生产力。生态产品价值实现问题不仅是对生态环境问题的回应,更是对整个社会生产方式内在矛盾的深刻思考和改革,充分彰显社会主义制度集中力量办大事的独特优势。

生态产品依赖于人类有目的的生态劳动

生态产品是在人与自然关系平等的价值理念下,由人类有目的的生态劳动与自然生产力共同作用生产出来的,具有生产(供给)的整体性、消费的共同性以及生产与消费的同时性等特征的劳动产品。这是社会主义制度独有的生态产品概念。

生态产品的生产和供给需要良好的自然资源本底,这也是经济社会发展的一般条件。一旦人类对生态系统的冲击超过其自我修复的阈值,以致生态系统无法为人类生存繁衍提供必要的基础性支撑,将对人类社会乃至文明造成难以想象的破坏。人类有目的的生态劳动涵盖了劳动过程的劳动者、劳动对象、劳动资料三大要素。生态劳动对象是生态系统,生态劳动资料是一切用于保护修复生态系统的技术与工具。生态劳动者通过制度、规划、调控、协议等人际生产关系,实现对生态系统的正向干预,其产品能够恢复受损生态系统的结构功能,维持生态系统循环的整体性和可持续性,其直接成果即为持续供给的多元生态产品。这些生态产品既包括体现使用价值的生态财富,也包括体现交换价值的物质财富。

基于人与自然和谐共生的理念,社会主义生态文明视域中的生态劳动不同于生产一般商品的劳动,不具有私人具体劳动与社会劳动的对立性。其目的是保护和修复生态环境,提升社会整体福祉,而非仅以交换价值增殖为目的的一个载体。正是由于具有较强的公益属性和非逐利性,生态劳动总体上不受商品经济条件下价值规律的支配,不会导致不同的生产资料占有者因相互竞争而引发的生产的无政府状态,而是表现为劳动者之间的相互协作。但在社会主义市场经济条件下,生态劳动需利用价值规律降低成本,提高效率。社会主义生态劳动是基于土地公有制、对生态环境进行有目的的修复改造。

生态产品价值实现具有空间特征

人与自然共同参与生态产品的生产过程,在不同空间维度上体现出不同的性质。随着空间尺度增大,生态产品的公共属性会越发明显。生态产品的供给需要完整的生态系统治理作为保障,各类生态产品供给水平具有较强的联动性,无论是生产投入,还是产品供给,均存在完整性与规模性门槛。它既表现为宏观国土空间规划下的环境改善,也表现为微观主体行为向绿色低碳发展的转型。其供给的根本动机并非迎合市场需求,而在于满足社会生存和发展的共同利益。由于生态劳动及其产品的特殊使用价值,无论是生产性消费还是生活性消费,都具有显著的公共产品性质,是人、社会、自然发展目标高度统一的社会进程。

生态劳动对象及其治理活动的空间不平衡分布,是生态劳动及其产品价值实现过程的基本特征。生态产品具有空间属性,在超大宏观、中宏观、微观三大空间视域下,表现出不同的生产劳动性质与价值特征。就超大宏观空间视域而言,全球生态系统被各个主权国家的疆域所分割和管辖。例如,落实《巴黎协定》、推进共建“一带一路”绿色发展、加强全球海洋生态环境保护等,生态产品生产活动表现为各国按照“共同但有区别的责任”原则开展气候治理、生物多样性保护等全球性生态治理合作。而在主权国家或地区内,就中宏观视域层面来考察,生态产品生产活动表现为省际及省内地市际生态国土规划与局域性生态环境质量改善的不平衡不充分发展。就微观视域而言,生态产品生产活动表现为单个的国有经济企事业单位或农业生产单位村集体参与商品物质生产发展的绿色转型程度,包括市场机制下的生态价值补偿、生态权益交易过程中的货币循环,旨在增强人民群众参与生态劳动的内生激励,降低局域内所有微观个体单位物质生产破坏生态环境的影响程度,在人与自然和谐共生中实现共同富裕,这是生态治理的重中之重。

生态产品价值实现离不开体制机制的改革和创新

社会主义初级阶段的生态产品供给与价值实现,虽在总体上不受价值规律支配,但为避免传统计划经济体制带来的弊端,需要进一步深化生态文明体制改革,加快完善落实“绿水青山就是金山银山”理念的体制机制。政府应在生态产品供给中发挥导向和支撑作用,构建分类分层、有机互补的生态产品供给机制。考虑到国家财政支付能力有限,需要在宏观视域构建的生态安全框架下,确保生态保护区和生态劳动者获得必要资金与合理报酬,增强微观视域下多元主体参与生态劳动的内生动力。

各部门、各地区积极探索可复制可推广的绿水青山向金山银山的转化模式,生态产品价值实现探索也与区域协调发展、共同富裕、乡村振兴等国家战略形成有机融合,但仍需深化制度改革与实施保障。市场与政府在绿水青山转化为金山银山的过程中都发挥着不可替代的作用,二者相互补充、缺一不可。生态产品具有很强的公共产品属性,生态产品价值实现不只是通过市场方式交换的经济变现。一是通过生态产业化,把生态财富转化为经济财富,使显性的生态产品价值得到市场认可。二是通过生态补偿机制等制度和政策设计,使隐性的生态服务价值得到制度的认可,以激励保护修复生态环境的行为。

完善生态产品价值实现机制,还必须充分尊重区域差异和要素禀赋。对可依托市场开发的地区,要推动自然资本、人造资本、人力资本和社会资本有机耦合,加快要素自由流动,促进产业深度融合,把生态优势转化为高质量发展新动能;对以生态安全为主体功能的地区,则需通过转移支付、横向补偿与特许经营等方式弥补机会成本,落实“发展同权、保护同责”。系统摸清资源资产家底,搭建价值交易平台,疏通供需对接通道,可在城市、乡村和流域层面形成多元场景的转化路径,带动农民就地就业增收,塑造区域协调与共同富裕新格局,为建设人与自然和谐共生的现代化提供坚实支撑。

当前,我国已开启全面建设社会主义现代化国家新征程,继续推进人与自然和谐共生的现代化,必须牢固树立“绿水青山就是金山银山”理念,进一步深化生态文明体制改革,完善生态文明基础体制,加快培育和发展绿色生产力,激发经济社会发展全面绿色转型的活力和动力,以高水平保护推动经济高质量发展,进而为全球绿色发展提供宝贵的实践经验。

【作者分别为中国社会科学院生态文明研究所副所长、研究员,北京工业大学经济与管理学院讲师】

人才、科技与乡村全面振兴

吕美萍　张春莉

之江青年论坛

乡村振兴作为共同富裕的主战场,正经历着从要素驱动向创新驱动的深刻转型。破解乡村发展面临的瓶颈,激发其内生动力,需要系统性的战略思维与创新性的实践路径。以精准培育乡村振兴亟需之才为根基,以深耕多智能体等数字技术创新应用为引擎,以构建人才培养与区域发展需求动态适配机制为桥梁,形成“三重路径”协同发力的系统方略,是实现人才、科技与地方需求高效对接,支撑乡村全面振兴、促进区域协调发展、迈向共同富裕的重要举措。

精准培育乡村振兴的多元化人才队伍

乡村振兴,关键在人。当前,我国乡村人才队伍建设已取得显著成效,但对照新时代乡村全面振兴的宏伟蓝图,人才的总量、结构与素质仍存在提升空间。我们必须深刻认识到,乡村振兴所需的人才,并非单一类型的“农技员”,而是涵盖农业生产经营、农村二三产业发展、乡村公共服务、乡村治理、农业农村科技创新等多个维度的复合型、应用型、创新型人才矩阵。

明确人才需求导向,优化人才结构与质量。当前乡村人才培养面临的首要挑战,在于部分地区对“新农人”内涵的认知尚存偏差,人才培养与实际需求之间存在“两张皮”现象。为此,政策导向应更加精准,着力解决经营型人才不足、高层次科技人才匮乏、本土实用人才流失等问题。一要强化培育高素质农民。突出培育家庭农场经营者、农民合作社带头人,实施现代农民培育计划,鼓励他们应用新技术、发展新业态、拓展新市场。二要壮大农村产业发展人才。培育农村创业创新带头人,加强农村电商人才、乡村工匠的培养,打造具有区域特色的劳务品牌,促进农民工技能提升与就地就近创业。三要培养乡村公共服务与治理人才。加强乡村教师、卫生健康人才、文化旅游体育人才、规划建设人才队伍建设;优化乡镇党政人才和村党组织带头人队伍,大力实施“一村一名大学生”培育计划,健全农村社会工作、经营管理及法律人才队伍。

创新人才培养模式,激发人才内生动力。人才培养非一日之功,应在坚持本土培养与外部引进相结合、城市支持与乡村内生并重的基础上久久为功。一要发挥多元主体协同作用。推动政府、高校、职业院校、科研院所、企业及各类社会组织形成合力。二要完善教育培训体系。加强涉农高校耕读教育,发展面向农村的职业教育,依托各级党校(行政学院)培养基层党组织干部,发挥各级开放大学等机构的培训作用。三要健全激励与保障机制。创新农村专业技术人才评价机制,如探索技术标准、专题报告等视同论文的评审方式,对有突出贡献的“土专家”“田秀才”给予政策倾斜。

深耕多智能体等数字技术的创新应用

数字技术是引领新一轮科技革命和产业变革的核心力量,也是实现乡村振兴的强大引擎。多智能体系统作为人工智能领域的重要分支,通过多个自主智能体之间的协作与交互,为解决农业生产、乡村治理、公共服务等复杂问题提供了新的范式。

多智能体的核心优势在于其分布式、自组织、协同性与学习能力,能够有效提升乡村各类系统的智能化水平和运行效率。一是赋能精准农业与智慧农业。通过部署集成了传感、决策、执行能力的智能体,实现对农作物生长环境的实时监测、变量投入的精准控制、病虫害的智能诊断与防治、农产品的自动化采收与分级。二是优化农村电商与物流体系。构建基于多智能体的智能推荐、智能客服、智能仓储与智能配送系统,能够分析用户行为,优化商品匹配,提升物流效率,降低运营成本。三是提升乡村治理与公共服务效能。在乡村环境监测、公共安全预警、医疗资源调度、养老服务匹配等方面,多智能体可以整合多源信息,实现资源的优化配置和服务的精准供给。四是促进数字乡村管理平台建设。多智能体可作为构建数字乡村综合管理平台的技术底座,将农业生产、乡村政务、便民服务、文化旅游等模块进行智能化整合与协同管理,实现“一网统管”。

因此,要推动多智能体等数字技术与乡村实际深度融合。一方面要加强核心技术攻关与转化。鼓励科研机构和企业针对乡村应用场景的特殊性,研发低成本、易维护、高可靠的多智能体解决方案。另一方面要完善基础设施与政策配套。加快乡村信息基础设施建设,降低数字技术应用门槛。同时,在数据安全、隐私保护、技术标准等方面提供政策支持和规范引导。

构建人才培养与区域发展需求的联动机制

人才培养的最终目标是服务于经济社会发展。乡村振兴战略的深入推进,对人才供给的规模、结构和质量提出了动态变化的需求。因此,建立一套灵敏高效的人才培养与区域发展需求动态适配机制至关重要。

构建多维度、系统化的动态适配路径。一是强化需求预测与反馈。建立健全区域人才需求预测预警系统,定期发布人才需求目录。鼓励行业协会、龙头企业深度参与人才培养规划和专业设置论证。二是优化高等教育与职业教育结构布局。支持不同类型高校和职业院校根据区域发展定位,办出特色、办出水平。引导高校面向国家战略急需和区域重点产业,动态调整学科专业设置。例如,可探索设立“新农人”相关专业或方向,开设切合实际的课程。三是深化产教融合与协同育人。大力推行订单式培养、现代学徒制、产业学院等模式,促进教育链、人才链与产业链、创新链的有机衔接。鼓励企业设立实训基地,科研院所与高校共建创新平台。四是健全终身学习与技能更新体系。乡村振兴对人才能力的要求是持续发展的。要构建覆盖城乡的继续教育和职业技能培训网络,聚焦先进制造、数字经济等领域,推动乡村人才知识更新和技能转型。

完善政策保障与评价激励。动态适配机制的有效运行,离不开坚实的政策支持。一是制定有前瞻性与实效性的政策。相关政策应立足当前经济社会发展实际,兼顾未来趋势和人才成长规律。二是实现资源配置的精准化。建立差异化生均拨款机制,对服务国家战略和区域发展急需的学科专业给予倾斜。三是建立具有科学性和引领性的评价体系。改革人才评价方式,将服务乡村振兴的实绩、解决实际问题的能力、推广应用新技术的成效等作为重要评价指标。

总之,全面推进乡村振兴是实现中国式现代化的题中应有之义,也是一项长期而艰巨的系统工程。我们必须坚持党对乡村人才工作的全面领导,将乡村人力资本开发置于优先地位。持续深化对“三重路径”内在逻辑与实践要求的理解和把握,不断破解体制机制障碍,优化政策供给,营造良好环境,为乡村地区注入源源不断的发展活力,为扎实推动共同富裕、全面建成社会主义现代化强国提供坚实支撑。

【作者分别为新昌县教师进修学校校长、北京师范大学教授】

知名专家说

『逆向思维』考

邓伟志

邓伟志:1938年生,安徽萧县人,研究员、编审,上海大学终身教授,第九届、十届全国政协常委。1960年毕业于上海社会科学院,先后在上海社会科学院、中共中央华东局、中国大百科全书出版社上海分社工作。

创新正在成为时代的最强音。常识告诉我们“新”不同于“旧”,至少是不完全同于旧。你革故鼎新,“故”不会马上俯首帖耳接受你的“新”。你有的放矢,“矢”一出手,“的”就会出来挡“矢”。新与旧是不折不扣的一对矛盾。况且新与新也不尽相同,这体现在理论上会出现矛盾叠加,更加错综复杂。因此,60年前毛泽东就在给郭沫若的信中写道:“笔墨官司,有比无好。”

历史也证明了这一点。文史哲经法社、数理化天地生各个学科一直有笔墨官司在打。正因为有此起彼伏的笔墨官司,中国的学术理论才一浪高过一浪地澎湃向前。

谁都知道,打官司少不了律师。同样的,打笔墨官司也少不了辩护律师。学术上的“辩护律师”就是逆向思维,或者叫“证伪法”。不要一听“逆向思维”“证伪法”就头痛。“真金不怕火炼”。“逆向”与“证伪”是从严要求,是鉴定,是考核,是评比,是送你“千锤”,让你“百炼”。有人对你质疑,你站出来“释疑”不就得了。“释疑解惑”不正是学者应做的本职工作嘛!何惧之有?逆向思维让我们从往日的结论往回推论,倒过来反问,貌似“歪打”说不定是“正着”。逆向思维能够帮助我们突破习以为常的老框框,走进新天地,增强创新能力。经过证伪后证明不伪,更能说明是无可挑剔、毋庸置疑的,从而扩大战斗力、影响力、传播力,是增光,是添彩。“温州模式”出现时,受到过多少人的怀疑、责难?结果这个发轫于浙南沿海的经济现象,塑造了中国民营经济发展的经典范式。如今全世界都有温州企业,民营经济正在成为国家发展的支柱。曾记否?20世纪80年代出现的四大经济特区得益于自由贸易区的启发,但又碍于当时人们认识上存在差异,才把自由贸易区取了个“特区”的别号。曾几何时,“南风”迅速“北伐”,如今国内不分南北,都有响当当的自由贸易区。显而易见,这里少不了逆向思维的功劳。

害怕“证伪”是心虚,是缺乏自信。经不起证伪的范式、观念,该抛弃的只好抛弃。天文学上的“地心说”流传了好长时间,后来被哥白尼给证伪掉了,换成了“日心说”。“日心说”认为太阳是宇宙中心,又维持了一段时间,随着天文望远镜的发展又把“日心说”证伪掉了。人们发现太阳只不过是银河系中几千亿颗恒星之一,而且是被边缘化的一颗小恒星。否定之否定就是肯定,从而推动学术界更上一层、百层楼。

逆向思维符合人类思维的规律。毛泽东之所以在抗日战争和解放战争中始终保持清醒的头脑,就是因为他在处理问题时能够像他多次说过的那样,“从最坏处着眼,向最好处努力”。既正向思维又逆向思维,方能胜不骄、败不馁,一步一个脚印地从容不迫地向前进。

都说逆向思维是由当代西方哲学科学家卡尔·波普尔(Karl Popper)提出来的。殊不知早在老子的《道德经》中就提到“有无相生,难易相成,长短相形,高下相倾”。这里的四个“相”就是四个“正”和“逆”的互动,充分体现出一种从对立、相反的角度看待事物的思维方式。

逆向思维是千百年来中华文化的助推器,也是当下理论创新、科技创新、产业创新的高架路。逆向思维正在促使创新真正成为驱动经济增长的核心引擎,在全球化竞争中抢占战略制高点。

实践探索

推动消费模式绿色转型

孟　宇

促进绿色消费是生态文明建设的题中之义,也是实现人与自然和谐共生的有效路径。今年的《政府工作报告》提出,要“健全绿色消费激励机制,推动形成绿色低碳的生产方式和生活方式”。健全绿色消费激励机制,可从政策引导、市场驱动、宣传教育、基础设施建设这四个着力点精准发力。

强化政策引导,夯实绿色消费制度保障。一是健全法律法规。完备的法律法规是规范绿色消费市场秩序的基石。当前,应加快制定和完善绿色生产和绿色消费相关法律法规,明确绿色产品在生产、销售、使用等各个环节的标准与责任。二是优化财政补贴政策。政府可从供需两端综合发力,通过加大对绿色产品和服务的补贴力度,降低消费者进行绿色消费的成本,激发消费者购买意愿。三是完善绿色标准体系。相关部门应加强与国际标准衔接,加快建立区域内统一的标准体系,明确绿色产品的技术要求、认证程序、评价机制和标识规范。通过完善绿色标准,让消费者在选择产品时有据可依,同时也为生产端提出明确要求,推动绿色消费市场的规范化发展。

发挥市场驱动,释放绿色消费内生动力。一是培育绿色优质品牌。鼓励企业加强绿色品牌培育力度、加大绿色品牌建设投入、健全绿色品牌保护机制,通过技术创新、产品升级和服务优化,打造更有市场竞争力的绿色产品。同时,企业也要注重绿色品牌形象塑造,提高品牌的市场辨识度。二是促进绿色供应链发展。绿色供应链是推动绿色消费的重要支撑。企业应通过在原材料采购、生产、销售等环节构建绿色供应链,实现产品全生命周期的绿色化,为绿色消费提供有力保障。三是创新绿色金融产品。政府和金融机构可通过设立绿色消费专项基金、推出系列绿色消费信贷产品、发行绿色债券等手段,引导更多金融资本流向绿色消费领域,全方位助推绿色消费发展升级。

加强宣传教育,培育绿色消费文化土壤。一是多渠道展开宣传。可充分利用电视、报纸等传统媒体,微博、微信、短视频平台等新兴媒体形成传播矩阵,加强绿色消费正向引导。联合宣传部门举办绿色消费主题展览、专家讲座和互动式体验活动,从而进一步增强消费者对绿色消费的认同感。二是发挥家校教育作用。应将绿色消费教育纳入学校教育体系,按照不同学段循序渐进地融入绿色消费知识、教授绿色消费技能。重视家庭教育在绿色消费习惯养成中的枢纽作用,通过日常生活中旧物利用、垃圾分类等行为,促进绿色消费习惯养成。三是放大社会组织功效。应尽可能地鼓励环保公益组织、消费者协会等社会组织积极参与绿色消费宣传活动,在社会上营造出绿色消费氛围,传播绿色消费理念。

夯实基础设施,畅通绿色消费内外环境。一是完善绿色产品流通体系。构建覆盖城乡的绿色产品流通网络,加强绿色产品销售渠道建设。在城市和乡村,为消费者提供多元化的绿色消费场景,拓宽绿色产品的销售范围。同时,加强绿色产品物流配送体系建设,降低物流过程中的污染排放,提高绿色产品的配送效率和质量。二是健全废旧产品回收体系。企业可提供废旧产品一站式回收服务,政府规范二手交易市场,推动建立适用于旧家电及具备二手流通价值产品的交易规则。三是优化绿色消费服务。企业应秉承全过程服务意识,为消费者提供专业的消费咨询服务与购买建议,并提供完善的售后服务保障。同时,全社会强化绿色产品的安全责任保障,搭建绿色产品追溯体系,实现产品从生产到流通全过程溯源可控,营造良好绿色消费环境。

【作者为浙江生态文明干部学院区域经济研究所研究员】