

生态购买是西部生态建设的新战略

吴学灿¹, 洪尚群², 李凤歧³

(1. 云南省环境科学研究院, 云南 昆明 650034; 2. 昆明市环境保护局, 云南 昆明 650032; 3. 中国海洋大学 环境科学与工程学院, 山东 青岛 266003)

摘要: 生态购买是我国西北地区的强烈要求, 也是我国“只能保证过程, 不能保证结果”生态建设模式反思的结果。“国有私营”生态购买初衷是政府收购生态建设的产品, 既帮助脱贫致富, 又确保生态建设产品的形成、巩固和转化利用。生态购买以生态建设成果(生态产品)为投资管理的重点, 确保生态产品形成效率和转化利用速度, 生态效益转化为经济效益。生态购买不仅使生态产品商品化和货币化, 实现“生态致富”, 更为重要的是培育市场意识、思维、文化, 加速培育生态建设市场, 充分发挥市场机制的作用, 整合社会资源和力量, 增强生态建设的实力、能力、吸引力和竞争力。从经济角度和政策层面, 探讨生态购买的产生背景、概念、内涵、原理、功能、方法、程序等, 为生态购买的实施提供启发和对策。

关键词: 生态购买; 市场; 生态建设; 生态结果

文献标识码: A

文章编号: 1000-288X(2005)05-0105-03

中图分类号: S181, F323, 22

Ecological Purchase: A New Strategy for Ecological Construction in Western China

WU Xue-can¹, HONG Shang-qun², LI Feng-qi³

(1. Environmental Institute of Yuannan Province, Kunming 650034,

Yunnan Province, China; 2. Environmental Bureau of Yuannan Province, Kunming 650032,

Yunnan Province, China; 3. China University of Oceanology, Qingdao 266003, Shandong Province, China)

Abstract: Ecological purchase is the requirement of ecological construction in Western China. Ecological purchase means that government purchase ecological products and help farmers to timely sell their product so that farmers can make money and get rid of poverty. Ecological purchase can guarantee the form, consolidation, transforming and utilization of ecological products. Ecological purchase can cultivate market consciousness, thinking and culture so as to accelerate cultivation of ecological construction market, make use of market mechanism and unite social resources and forces. The background, concept, connotation, theory, foundation, means and procedure of ecological purchase are mainly discusses.

Keywords: ecological purchase; ecological product; ecological benefit

江泽民同志指出:“在社会主义市场经济条件下, 加快开发西部地区, 要有新思路, 充分考虑国内外市场需求的新变化, 按客观规律办事。”西部大开发, 生态建设要先行。

1 生态购买的历史背景和现实需求

目前, 我国生态建设的弱点是生态建设结果(生态产品)难以形成、巩固和转化利用, 即仅能保证过程, 不能保证结果。众多生态建设活动, 在没有产生产品和服务前, 就失败; 只有少数生态建设活动又有过程, 又有结果, 能产生一定生态产品和服务, 但是, 因为贫困、管理不善、人为破坏等因素, 这些生态产品

(生态建设结果)不易巩固, 易被毁坏。西部地区农户对生态建设顾虑重重, 等待观望; 如何让疑虑严重的群众(农户)安心和专心地从事生态建设, 激发广大农户生态建设的欲望和激情, 是我国生态建设面临的最严峻挑战。目前, 农户生态建设只有投入, 没有产出, 尤其是生态林草, 造成极大的生活不便, 这是因为生态建设投资大, 投资期长, 风险大, 收益低, 长期的物质、资金、生产资料沉淀, 没有收入, 往往加剧生活贫困, 这在西北地区是十分普遍的现象; 许多“治沙英雄”、“绿化大户”常因生态建设而负债累累。政府投资的项目和工程, 与当地农户缺乏利益关系, 也未与当地经济结构调整紧密关联; 因中间机构和环节繁

多,没有明确责任人,管理成本巨大,腐败成风,短期行为和欺骗行为严重,造成严重浪费。项目工程的资金因层层截留和挪用,能用于实际生态工程的很少,形成“层层剥皮,打水漂”的现象。

在政府直接投资生态工程的生态建设模式中,受益者是中间环节和外地施工队,是当地权势人物,而当地贫困农户很少受益,从而引发了当地贫困农户的抵触和破坏。缺乏当地贫困农户参与、配合和支持,政府直接投资的生态工程经常因破坏或者管理不善而荒废,导致“边治理边破坏,治理速度跟不上破坏速度”,政府直接投资生态工程的模式实际上是“高投入,低效益”的模式,既无法扭转西部生态恶化的趋势,也受到西部地区群众和研究人员的质疑。有鉴于此,应改变政府生态建设投资、管理的模式和重点,将注重生态建设初始和过程的投资和管理模式改为注重生态建设末端和效益的投资管理模式,以生态建设成果(生态产品)为投资和管理重点,确保生态建设产品的形成、维持、转化和利用,确保生态效益转化为经济效益,提高生态建设末端的质量和效率。通过生态建设末端质量和效益的改善,来带动生态建设初始和过程的改善,进而提高整个生态建设过程各个环节质量和效益,才能提高整个生态建设的质量、活力、速度和吸引力。生态购买是实现这种转变的载体和途径,是提高生态建设产品形成效率和转化速度的关键手段和基础,是实现“生态致富”的平台。

2 生态购买的概念和内涵

生态购买是针对生态建设成果(生态产品)形成、巩固、转化和利用的制度安排和政策设计,是指政府创建生态银行、生态产品市场和生态购买机构组织,适时收购生态建设者的成果,让生态建设者适时收回成本和投资,用于改善生活和扩大再生产;帮助将“产品生态”转化为“商品生态”,通过生态买卖和“生态购买”,确保“生态致富”。

生态购买将产品生态商品化、价值化和货币化,将生态效益转化为经济效益,确保物流、信息流、资金流等周而复始地循环,维持和扩大再生产;生态购买可避免资金沉淀、资金周转困难,避免因生态建设引发的贫困。生态购买,就是国家为了生态环境的持久安全,在生态建设中实现国家市场经济,然后过渡到市场经济,选择生态环境极端脆弱又具有全局意义的地区,成立专门职能机构和创建生态购买市场,购买生态,购买生态建设的产品:林草、基础公共设施和加工转化企业;部分所有权、使用权仍归生态建设者拥有,一次性或逐次付结生态建设者相应的货币和劳务

工资,实现国家要“被子”与农民要“票子”的双赢效益。随着生态购买的发展,企业、个人、外资竞相介入生态建设,将生态(产品)卖给政府,成为生态购买的供给主体;也可能求购农户的生态产品,再转手卖给政府,从中赚取差别,成为生态购买需求主体,从而繁荣生态购买的市场。目前,政府为主导的生态购买系统包括:(1)生态购买条件和经费系统;(2)生态购买实施系统;(3)生态购买支持保障系统;(4)生态购买监督系统等;每个系统又可分为几个要素。

3 产业化的“国有私营”生态购买

“国有私营”的产业化生态购买目的是借助社会和企业智慧和力量,弥补政府能力和财力局限,提高生态购买的效率 and 市场化运营管理水平。生态产品的习性和特征决定生态购买必须市场化和产业化,走“国有私营”市场化运营管理道路;产业化生态购买能使投资与生产形成规模效应,有效降低成本,分散风险,实现最大限度的盈利。生态建设成果(生态产品)的形成、维持、利用和转化的规律和特点,决定生态购买,必须充分调动政府、农户、企业、民间资本、外资、科研机构、金融机构的优势和积极性,形成生态购买“各尽所能,优势互补,互惠互利,共担分险”利益共同体和接力与协力的群体。

生态产品的习性使企业 and 专业户不适宜在生态建设初始和过程中介入,因为介入会造成巨大资本和时间沉淀,又面临病虫害、地质灾害、人为破坏等各种风险;只适宜于从生态建设末端介入,从事生态产品的加工转化和多级利用,将产品生态转化为商品生态,将生态效益转化为经济效益。生态建设的“一分建设,九分管护”的特性,决定政府不可能包揽所有管护活动,只能让当地群众承担起管护的重任,因为管护投资是生态建设初期和过程投资几倍以上,需要大量劳力和闲散时间;这个特点正好可以利用农村大量闲置劳动力,变劣势为优势,为剩余劳动力寻找出路。产业化生态购买为资本和技术寻找投资机会和场所,实现“政策、资金、技术、人才、管理”等资源要素的聚合,整合和盘活社会资源和力量,克服生态购买不同主体的缺陷和弱点,增强不同生态购买主体的能力、实力和优势;例如,在产供销一体化、农工贸一体化、林纸一体化、“农户+基地+公司”等经营方式中,农户既可以使用部分生态建设成果,用于改善生活和扩大再生产,又可以赚取劳务工资,同时不为生态产品的销路发愁,农户的实力和资信明显提高,易获得金融机构和科技机构投资与扶持,从而有利于扩大生态建设规模和速度;如我国东北林区曾经因为管护不善

而陷入困境,东北林区在市场化 and 产业化管护上大做文章,充分调动林区职工和农户多种经营利用和发展生态经济的积极性,使管护变成有利可图的产业,东北林区逐步恢复生机活力。政府在产业化的“国有私营”生态购买中的投资乘数效应巨大,引发连锁性的投资反应,从而激发投资浪潮,拉动“国有私营”生态购买的需求和投资。

4 生态购买将引发我国生态建设革命

“国有私营”生态购买是“高投入,低效益”生态建设模式转化为“低投入,高效益”生态建设的动力和枢纽,是“把生态建设推向市场,明确所有权,搞活管理权,放开建设权”的关键基础和保障手段;是围绕生态建设成果形成、维持、利用和转化,进行制度安排、政策设计的平台和条件。生态购买,标志着从生态建设初始和过程要生态(效益)转为向生态建设结果要生态(效益);从计划和项目要生态(效益)转为向市场要生态(效益);从工程和技术要生态(效益),转为向制度和管理要生态(效益)。生态建设成果(生态产品)商品化和市场化,催生和培育生态建设成果形成、维持、利用和转化的市场体系,加速生态建设投资市场、期货市场、金融市场、产品市场、要素市场等发育,吸纳和聚集市场要素和主体,整合社会资源和力量,应用市场力量和物质利益激励来激发和推动生态建设。“国有私营”生态购买使生态建设成为预期稳定、利润高、风险小、操作简易的产业和投资场所,激发农户和社会资本的建设和投资的兴趣。

生态购买加速沙产业、草产业发展,拉长产业链,形成产业群,大幅度增加附加值。更为重要的是,生态购买建设和完善生态建设的进入—退出机制、渠道和救济保障机构,减缓生态建设者和创业者后顾之忧;在困难之际,生态建设者可以将生态产品卖出,变现取回投资,不会因为生态建设失败而破产和贫困。“国有私营”企业购买能给当地贫困群众带来实惠,帮

助贫困群众脱贫致富,增强生态建设灵活性、吸引力、动力和动机,例如,湖北省宜昌市为保护森林资源,决定向农民“买树”,并动员市民采资“买树”,使贫困山民不再依靠伐树卖木材为生,而以卖树致富。生态购买“以质论价,以数量论英雄”,强化激励—约束功能,孵化和壮大生态建设能人、专业户和龙头企业队伍,提高生态建设质量,扩大生态建设规模和速度。生态购买不仅具有极强行为激励,而且具有心理抚慰、镇静和激励功能,成为众生态建设者的心理依赖和精神支柱,改善生态建设心理素质,增强抗干扰、抗压力和自我调适能力,减少心理恐惧、紧张等不良心理反应和不良情绪,减少心理障碍和心理疾病;同时提高和稳定经济预期,增强风险偏好,乐于接受各种风险的挑战,从而释放出巨大心理力量和精神动力。

“国有私营”生态购买是市场经济时代生态建设重要战略制度安排。它的完善和实施需要三方面的基础和条件:(1)生态购买的法律和政策框架,明确生态购买的指导思想、精神、原则、要求、目标、标准、数量、定价、步骤、程序、规则、对象、范围等;(2)编制生态购买的“技术手册”、“法律手册”、操作规范和实施细则,以规范生态购买;(3)生态购买配套制度和运行环境的研究与建立;(4)及早开展试点工作。

[参 考 文 献]

- [1] 管军平.中国西北生态环境建设与制度创新[M].北京:中国社会科学出版社,2004.
- [2] 杨德勇.生态投融资问题研究——侧重北京及其周边地区的典型案例[M].北京:中国金融出版社,2004.
- [3] 吴晓青,陀正阳,洪尚群.生态建设系统动力学——生态建设动力凝聚、组织和发动[J].云南环境科学,2002(1):1—4.
- [4] 吴晓青,陀正阳,洪尚群.生态建设产业化道路再思考[J].云南环境科学,2002(3):1—4.
- [5] 吴晓青,洪尚群.生态融资技术和业务的设计与开发[J].生态经济,2002(7):40—42.