

DOI: 10.20152/j.np.202401290027

万世昊, 孙洪艳. 国内外国家公园生态产品价值实现及其对我国的启示. 国家公园(中英文), 2024, 2(5): - .

Wan S H, Sun H Y. Realizing the value of ecological products of national parks: comparative Insights and Implications for China. National Park, 2024, 2(5): - .

国内外国家公园生态产品价值实现及其对我国的启示

万世昊, 孙洪艳*

中国地质大学(北京)地球科学与资源学院, 北京 100083

摘要:自2013年以来,我国国家公园建设得到稳步推进,但如何有效实现其蕴含的丰富生态产品价值仍是研究重点。目前,生态产品价值实现国内外均有诸多成功案例,但其分类仍需进一步厘清,针对国家公园特征的实现路径尚待研究。为此,首先梳理了国内外生态产品价值实现的典型路径,并依据政府干预程度和交易主体的数量,将其分为公共支付、市场化交易和直接支付三大模式,包含十类具体实现手段。在此分类基础上,总结国内外国家公园生态产品价值的成功实践,并归纳出国家公园所特有的实现模式。研究发现,公共支付和直接支付是国内外国家公园生态产品价值实现的主流模式。门户城镇和设置公益岗位是国家公园的特有实现手段,其特殊性来自国家公园的社会经济属性。最后,综合国内外研究成果及实践经验,为我国国家公园生态产品价值的实现提出了科学性建议,以期推动生态文明建设的持续发展。

关键词:国家公园;生态产品价值实现;实现路径

Realizing the value of ecological products of national parks: comparative Insights and Implications for China

WAN Shihao, SUN Hongyan*

School of Earth Sciences and Resources, China University of Geosciences(Beijing), Beijing 100083, China

Abstract: Since 2013, the construction of national parks in China has been steadily promoted. However, focusing on how to effectively realize the value of their rich ecological products remains a significant challenge. At present, there are many successful cases of realizing the value of ecological products in China and abroad. However, their classification still needs to be further clarified. The realization paths for the characteristics of national parks have yet to be researched. To this end, this paper first combed the typical paths of realizing the value of ecological products at home and abroad. It classified them into three modes—public payment, market-oriented transaction, and direct payment—based on the degree of government intervention and the number of transaction subjects containing ten types of specific realization means. Based on this classification, the successful practices of the ecological product value in national parks at home and abroad are summarised. This summary includes realization modes unique to national parks. The study finds that public and direct payment are the mainstream modes of realizing the value of ecological products in national parks at home and abroad. Portal towns and the establishment of public welfare posts are the unique means of realizing the value of ecological products in national parks, and their unique characteristics come from the socio-economic attributes of national parks. Finally, combining research results and practical experiences from both domestic and international sources, the study offers scientific suggestions for enhancing the value of ecological products in China's national parks, thus contributing to sustainable ecological civilization.

基金项目:国家自然科学基金项目(72241415)

收稿日期:2024-01-29; 采用日期:2024-05-14

* 通讯作者 Corresponding author. E-mail: hysun@cugb.edu.cn

Key Words: national parks; ecological product value realization; realization path

自 2013 年十八届三中全会提出建立国家公园体制以来,历经 8 年探索和实践,我国已经成功设立了首批五个国家公园。国家公园作为我国自然生态系统中最重要、自然景观最独特、自然遗产最精华、生物多样性最富集的区域,在生态文明和美丽中国建设中具有重要战略地位^[1]。

生态产品作为新时代生态文明建设核心理念与“两山”转化的重要抓手,自 2010 年《全国主体功能区规划》首次在国家层面提出这一概念以来,国内学者的相关研究和认识不断深化^[2]。生态产品从最初仅强调自然要素(如干净的空气、清洁的水源、无污染的土壤、茂盛的森林和适宜的气候等)^[3],到更广义地涵盖生态系统提供的最终产品和服务^[4],其内涵越来越强调自然资源(Natural Capital)的社会经济属性和多元价值^[5]。研究内容上,涉及定义、类型、价值核算和价值实现路径等诸多方面^[2,6-7]。国外与生态产品相近的概念是生态系统服务(Ecosystem Services)^[8]。该概念于 20 世纪 70 年代首次提出,由 Daily 和 Costanza 等人进行了多样化的阐释^[9-10]。联合国千年生态系统评估给出了更为综合的定义,即生态系统服务是人类从生态系统中获得的各种惠益^[11-12]。

国家公园承载着丰富的生态产品价值,而我国国家公园生态产品价值实现尚处探索阶段。对于生态产品价值实现的机制和分类,以及国家公园生态产品价值实现的特殊性,仍需进一步研究。同时,国内外国家公园的诸多生态产品价值实现落地实践,为我国未来建设提供了宝贵经验。因此,本文旨在通过总结国内外生态产品价值实现路径及成功案例,为我国国家公园生态产品价值的实现提出建议,以期推动其持续发展。

1 生态产品价值实现路径及其分类

生态产品常被认为是一种开放获取或纯公共服务,其价值难以明确界定受益者和权利人,难以通过市场机制实现资源优化配置^[13]。因此,生态产品价值实现需要利用政府干预、交易机制等多元手段,在生态产品的使用价值与交换价值之间建立桥梁^[12],实现外部性的“内部化”^[7]。

根据政府干预程度和交易主体数量的不同,可以将生态产品价值实现分为三种模式:公共支付、市场化交易和直接支付。公共支付模式下,政府干预程度最高,涉及交易主体数量最多、范围最广。市场化交易模式下次之。直接支付模式下,政府干预程度最低,交易主体往往有明确的买卖双方。具体分类如图 1。

1.1 公共支付

当生态产品的受益群体相当分散,且具有一定普惠性质时,政府或一些公共机构会出于社会公共利益的考虑进行单方面的购买或补贴^[14],这种实现方式即公共支付。这一实现机制往往由政府主导,交易主体面向大众,方式包括:简单费用收购(Fee Simple Acquisition)、补贴(Subsidies)和转移支付(Payment Transfer)等。

简单费用收费适用于对环境破坏特别敏感的核心区域,由政府或公共机构向土地所有者签订协议,购买土地的所有权利,最为典型的实践是美国旧金山湾区收购计划^[15]。补贴由公共财政向原住民提供财政援助,从而激励当地居民将土地保持在自然状态。美国农业部的保护区计划(Conservation Reserve Program, CRP)根据单位货币价值的环境保护效益为签约居民补贴资金^[16]。哥斯达黎加的国家森林基金项目 FONAFIFO 以国家立法为依据,明确规定了不同生态系统类型和土地利用模式的补贴金额,直接向保护森林的家庭和农民付款^[17]。在国内,2011—2020 十年间陕西省为减少秦

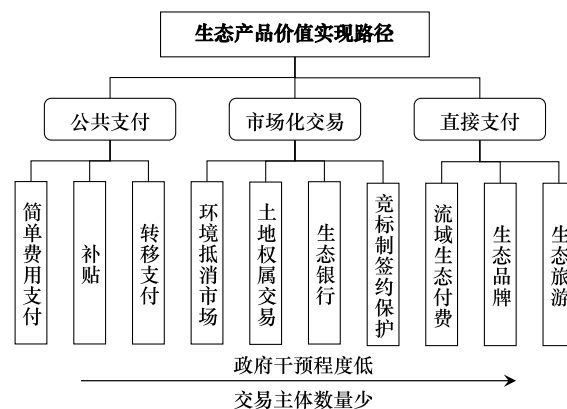


图 1 国内外生态产品价值实现机制

Fig.1 Value realization mechanism of ecological products at domestic and abroad

岭国家重点生态功能区的人为生态破坏,在区内开展生态移民,并向安置户提供直接经济补助^[18]。转移支付由政府向下级进行财政资金的再分配,包括中央转移支付和政府间专项转移支付^[19-20]。我国于 2009 年印发《国家重点生态功能区转移支付(试点)办法》,转移支付实施后生态环境质量整体好转^[21]。

1.2 市场化交易

政府干预不是解决生态产品外部性的唯一方法,适当引入市场化手段能够带来更多样、弹性的解决方案,实现生态产品供需的精准平衡。国内外市场化交易的具体实现机制有环境抵消市场(Offset Market)、土地权属交易、生态银行(Mitigation/Conservation Bank)、竞标制签约保护。

环境抵消市场常应用在开发商的建设过程中,开发商必须为开发过程造成的环境退化向生态产品供应商支付补偿。这一模式基于法律法规和补偿标准的确立,如美国的水质交易(Water Quality Trading)和碳交易(Carbon Trading),影响水质和碳排放的公司,需要采取措施平衡影响用以改善水质和降低净碳排放^[22]。土地权属交易又可细分为保护地役权(Conservation Easement)和可交易开发权(Tradable Development Rights)等模式。保护地役权在国内外被广泛采用,原住民将土地的开发权出售或捐赠给土地信托或国家机构,保持所有权并享受一部分利益的同时,还能以特定方式继续管理土地。截至 2015 年,美国保护地役权面积已有 1620 万公顷^[22]。在国内,四川平武县政府无偿委托四川桃花源生态保护基金会以专业手段对林地进行监管维护,并保留林农的林地所有权^[23]。可交易开发权模式明确了最大开发量,将开发权分配给土地所有者,限额内的未利用开发权可以出售或抵消其他开发活动。美国新泽西州的 Pinelands 项目将其与分区管理结合,保护了林地、物种多样性和其他历史遗迹^[24]。生态银行起源于美国,是美国最为成熟的生态产品市场化交易模式^[25]。开发商需要向生态银行购买信贷以抵消环境衰退的成本,生态银行则负责保护、恢复、增强或创造生态产品以创造信贷和收益^[22]。此外,美国还建立了生态银行信息管理平台,对交易全过程进行监管^[26]。在国内,福建南平在 2018 年率先开启了“生态银行”实践,其中顺昌“森林生态银行”融资 3000 万元,部分林区每公顷林地年产值增长 3 万元以上^[27]。竞标制签约保护对土地进行货币价值评估和保护拍卖,如澳大利亚昆士兰州的 NatureAssist 项目^[28]。竞标者需提交包括拟建场地保护价值、环境效益指数等信息的标书,成功者获得可持续开发权或财政补助。

1.3 直接支付

生态产品有明确的买卖双方直接交易时,适用直接支付。直接交易过程中的经济谈判,也是排除生态产品外部性的重要手段^[29]。Grima 等人提出,生态产品交易流程涉及的实体越少,其价值实现就越高效、精准^[30]。直接支付包括流域生态付费、生态品牌和生态旅游等具体实现机制。流域生态付费常用于上下游间的生态产品供需关系,由下游用户向上游生态产品供应商直接付款,如纽约市流域计划,买方是纽约市,供应商是上游卡茨基尔和特拉华流域的土地所有者^[31]。在我国新安江流域,浙江省每年向上游安徽省的水质控制付费^[32]。生态品牌通过为生态友好型产品打造认证品牌,将生态产品的保护成本附加在商品价值中,激励生态产品供应商采取绿色可持续的生产模式,同时提高消费者购买意愿。生态旅游集生态保护和旅游经济于一身,通过发展绿色旅游业降低生态环境利用,为保护地发展提供保障^[33](表 1)。

2 国内外国家公园生态产品价值实现案例

目前,国内外国家公园在生态产品价值实现方面已积累了丰富的案例。这些案例基本可以纳入前文所述的分类体系中,但亦存在部分独具国家公园特色的实现手段,难以简单归入既有分类。这些特色手段充分展现了国家公园在生态产品价值实现方面的独特性和创新性,为国家公园生态产品价值提供了宝贵实践经验。

2.1 国外国家公园

国外国家公园建设起步较早,有许多成功的生态产品价值实现落地项目,包括生态系统服务付费(Payment for Ecosystem Services, PES)、国家公园品牌增值和门户城镇建设。其中生态系统服务付费属于公共支付和直接支付,国家公园品牌增值属于直接支付,门户城镇建设则是国家公园特有的实现手段。

表 1 生态产品价值实现国内外案例分类

Table 1 Classification of domestic and international cases of ecological product value realisation

生态产品价值实现路径 Paths of realizing the value of ecological products	具体手段 Specific means	国内外案例 Domestic and international cases
公共支付 Public payment	简单费用支付	美国旧金山湾区收购计划
	补贴	美国农业部保护区计划 哥斯达黎加国家森林基金项目 FONAFIFO 秦岭国家重点生态功能区生态移民
	转移支付	2009《国家重点生态功能区转移支付(试点)办法》
市场化交易 Market-oriented transaction	环境抵消市场	美国水质交易和碳交易
	土地权属交易	美国保护地役权 新泽西州 Pinelands 可交易开发权项目 四川平武县林地开发权流转
	生态银行	美国湿地缓解银行 福建南平森林生态银行
	竞标制签约保护	昆士兰州 NatureAssist
	流域生态付费	纽约市流域计划 新安江流域支付
直接支付 Direct payment	生态品牌	意大利山地奶制品生态溢价 ^[34]
	生态旅游	日本森林体验基地 ^[35]

2.1.1 生态系统服务付费

生态系统服务是国外相关研究中与生态产品价值相近的概念。为平衡其使用价值和生态价值,生态系统服务付费应运而生。PES 遵循受益者付费的原则,激励资源供应者和使用者接受生态系统服务的价值利好,自发保护生态环境^[36],目前在外国国家公园管理中已有诸多成功实践。

(1) 阿尔金岩石礁国家公园

毛里塔尼亚阿尔金岩石礁国家公园通过公共支付模式中的转移支付方式保护海洋鱼类。该公园是世界鱼类资源最为丰富的保护区之一,众多欧洲国家在此开展捕鱼活动,被称为“欧洲鱼篮”^[37]。然而随着捕捞量增长,公园鱼类物种组成发生巨大变化,海洋生态受到威胁。为此,2006 年欧盟与毛里塔尼亚政府签订了渔业伙伴关系协议,为其渔业部门提供资金,支持渔业管理和研究的能力建设。另外欧盟每年向公园提供 100 万欧元,由公园信托基金专门管理并运营,帮助保护海洋生物多样性。该项目是世界首个国际性海洋生态系统服务付费项目^[38],其成功实践为双边共赢和生态环境保护提供了优秀范式。

(2) 塔兰吉雷国家公园

坦桑尼亚塔兰吉雷国家公园采取了公共支付模式中的补贴方式。运动狩猎是该公园的重要收入来源。为了能在更广阔的区域开发运动狩猎,坦桑尼亚政府与区内原住民签订了一项 PES 计划:政府每年向周边三个部落的成员支付约 4500 美元的补贴,以移除运动狩猎特许经营区内的农业种植和永久定居点。在补贴基础上,居民仍然可以在区内季节性放牧,并参与到公园监管保护工作中,野生动物保护协会为这些参与执法的原住民提供额外补助和设备^[39]。

(3) 安博罗国家公园

玻利维亚安博罗国家公园同样采取了补贴方式。但不同于现金补贴,公园提供生产工具和技术援助用以支付。该公园是下游九个城市重要的农业用水来源,而森林砍伐导致水源涵养能力下降。为此公园实施了一项森林水域 PES 计划:帮助林区居民开展养蜂活动创造收益,以减少对森林砍伐的经济依赖性,没有养蜂能力的居民则可以选择果树苗开展种植活动^[40]。这种支付模式得到了居民的积极响应,既缓解了上下游居民的经济矛盾,还实现了可持续的经济效益^[41]。

2.1.2 国家公园品牌增值

国家公园品牌增值属于直接支付中的生态品牌模式。依托国家公园所打造的国家公园品牌,更容易在消费者心中建立积极形象和信任关系,将生态优势向价值优势转化。与美国国家公园的严格保护不同,欧洲国家公园往往允许一些环境友好、可持续的经济和生产活动,并打造了独特的国家公园品牌,其中以意大利和法国最为典型。

意大利国家公园允许当地居民在公园内开展生态可持续的农业活动,意大利国家公园内农场的数量占全国总量的 16.7%。公园法规方面,鼓励当地农场和食品公司为自己的产品打上国家公园标签。此外,公园会聘请专家对生产活动进行监督,并验证企业的合规性^[42]。

除绿色食品外,法国国家公园还将国家公园品牌扩展到各个产业,打造一整套国家公园品牌增值体系。2015 年,法国推出了国家公园集体品牌“Esprit parc national”(国家公园精神),由生物多样性局统一管理,对国家公园相关产品和服务进行推广。目前,法国境内的所有国家公园均推出了自己的品牌商品,涵盖农产品、乳制品、药用制品、手工制品、旅游服务和文化技艺^[43]。

2.1.3 门户城镇建设

门户城镇指毗邻国家公园的城市或镇,这一概念起源于美国。20 世纪 60 年代,为应对来自国家公园界外的生态威胁,美国学者开始协调周边环境提升保护手段。到 21 世纪初,门户城镇成为跨界保护的主流手段^[44]。法律层面,《入口社区合作法》鼓励社区居民参与国家公园相关法规和决策的制定,《美国入口社区经济发展和保护法》为社区发展计划提供了法律依据,内政部将根据计划向社区拨款。规划层面,美国国家公园对门户城镇提供总体规划和方案支持,最大限度发挥社区自身资源优势^[45]。生态保护层面,门户城镇遵循维持本地物种健康、保护和改善水质与空气质量、维护社区空间景观的原则^[46]。据统计,2014 年美国国家公园周边百公里内的城镇区域内的直接消费约为 150.7 亿美元。如今越来越多的长住者、企业家、商家和第二住宅购买者开始在门户城镇进行投资^[47],带来可观的经济效益。国外国家公园生态产品价值实现项目分类见表 2。

表 2 国外国家公园生态产品价值实现项目分类

Table 2 Classification of projects to realise the value of ecological products in foreign national parks			
国外国家公园生态产品价值实现项目 Projects to realise the value of ecological products in foreign national parks	类型 Types	所属实现路径 Realisation paths belonging to	所属具体手段 Specific means belonging to
阿尔金岩石礁国家公园渔业伙伴关系协议 Fisheries Partnership Agreement for the Banc d'Arguin National Park	生态系统服务付费	公共支付	转移支付
塔兰吉雷国家公园运动狩猎区搬迁 Relocation of the Tarangire National Park sport hunting area			补贴
安博罗国家公园森林水域保护项目 Forest Watershed Protection Project in Amboro National Park			补贴(实物)
意大利国家公园农产品商标 Trademarks for agricultural products in Italian national parks	国家公园品牌增值	直接支付	生态品牌
法国国家公园品牌增值体系 Value-added system for French national park brands			
美国国家公园门户城镇 U.S. National Parks Gateway Towns	门户城镇建设	国家公园特有	

2.2 中国国家公园生态产品价值实现路径

我国国家公园的建设虽然较其他国家起步较晚,但在短时间内对国家公园体制进行了积极探索,典型实践包括:以补贴和转移支付为主的公共支付模式、创新特许经营制度,打造国家公园品牌、设置公益岗位保障民生。从分类上看,前两者分别隶属于公共支付和直接支付,公益岗位为国家公园所特有。

2.2.1 以补贴和转移支付为主的公共支付模式

公共支付仍然是目前我国国家公园生态产品价值实现的最主要模式,手段以补贴和转移支付为主。其中

补贴基本采用现金支付,主要应用于土地利用类型转变和保护地役权流转。武夷山国家公园试点区对保持林地生态的按每亩比区外多 3 元的标准进行补助;对停止砍伐活动转为保护林地的每年每亩补助 20 元^[48]。三江源国家公园试点区青海省部分实施天然草原禁牧补助,涉及草原面积约 16.7 万平方千米^[49]。南山国家公园试点区对商品林采取保护地役权流转,向转让经营权的个人和组织提供每年每亩 30 元补助^[48]。

然而目前公共支付仍存在一些问题。首先,资金来源单一,主要依靠政府转移支付。如三江源国家公园试点区,其境内玛多、治多、杂多和曲麻莱四县财政支出几乎全部来自转移支付^[48]。其次,补贴方式单一,难以激活经济活动的内生动力,甚至会影响居民生产积极性^[50]。

2.2.2 创新特许经营制度,打造国家公园品牌

我国国家公园特许经营项目主要涉及餐饮、住宿、生态旅游、交通出行和零售等方面,属直接支付模式中的生态旅游方式。武夷山国家公园将竹筏漂流体验、门票经营、物业收入和旅游开发特许给武夷山旅游发展股份公司(国资下属企业持股),收益的一部分用于补贴当地社区发展^[51]。三江源国家公园澜沧江源园区推出昂赛大猫谷自然体验生态旅游项目,由当地牧民担任自然体验向导和接待家庭,项目收入 45%为接待家庭所得,45%纳入社区基金,用于社区公共事务,10%用于昂赛区域的生态保护工作。

一些试点区还进行了打造国家公园品牌的尝试。东北虎豹国家公园试点区发展黑木耳、山野菜种植,创建“绥阳耳”“双椰子”等品牌。大熊猫国家公园试点区四川片区则获得了世界自然基金会颁发的农产品认证^[48]。但目前国内国家公园推出的品牌较为零散,没有统一的认证体系,知名度较低。商品种类也以当地土特产为主,富有区域特色的文化产品尚待开发。

2.2.3 设置公益岗位保障民生

为原住民设置国家公园公益岗位,能够有效解决保护区居民安置问题,当地居民的参与也能更好地辅助国家公园生态保护。2017 年,三江源国家公园试点区内全面落实“一户一岗”,解决 17211 名当地居民的工作问题,三年间实现户均年收入增收 21600 万元。但增设公益岗位的资金来自中央财政转支付^[49],这种方式不可避免地造成了地方政府的财政压力,仍需发掘经济效益更高的生态产品价值实现路径。我国国家公园生态产品价值实现项目分类见表 3。

表 3 我国国家公园生态产品价值实现项目分类

Table 3 Classification of projects to realise the value of ecological products in China's national parks

我国国家公园生态产品价值实现项目 Projects to realise the value of ecological products in China's national parks	所属实现路径 Realisation paths belonging to	所属具体手段 Specific means belonging to
武夷山国家公园试点区天然林保护工程 Natural Forest Protection Project in Wuyi Mountain National Park	公共支付	补贴
三江源国家公园天然草原禁牧补助 Subsidies for grazing ban on natural grasslands in Sanjiangyuan National Park		
南山国家公园试点区经营权流转补助 Subsidy for Transfer of Operating Rights in the Nanshan National Park		
三江源国家公园转移支付 Transfer in Sanjiangyuan National Park		转移支付
武夷山国家公园特许经营 Concession Wuyishan National Park	直接支付	生态旅游
三江源国家公园昂赛大猫谷自然体验项目 Angsai Big Cat Valley Nature Experience in Sanjiangyuan National Park		
东北虎豹国家公园“绥阳耳”“双椰子”品牌 Suiyang Ear and Shuanghuo Zi in the Northeast Tiger and Leopard National Park		生态品牌
大熊猫国家公园 WWF 认证 WWF Certification for Giant Panda National Park		
三江源国家公园“一户一岗” “One Household, One Post” in Sanjiangyuan National Park		国家公园特有

总结以上案例可以发现,从分类体系上看,公共支付和直接支付是国内外国家公园生态产品价值实现的主流模式。从具体手段上看,补贴、转移支付和生态品牌在国内外均有相关实践。从国家公园特殊性上看,门户城镇和公益岗位作为国家公园的特有实现手段,其特殊性来自国家公园的社会经济属性。相较于其他自然保护地或单一的生态产品价值实现项目,国家公园的覆盖范围广泛,其影响力辐射至周边区域,展现出鲜明的地理文化特征,与地方经济发展联系紧密,承担着区域协调发展的重要责任。因此,国家公园生态产品价值实现中,需要充分考虑其特性,确保多方效益可持续共生。

3 对我国国家公园的启示

经过近十年探索,我国国家公园体系正在有序建立,生态产品价值实现取得显著进展和创新,尤其在公共支付和公益岗位方面成效可观。然而相较于国外,我国在实现路径多样性上仍需加强,面临着依赖中央财政、市场化模式不成熟等挑战。结合国内外研究成果及实践经验,提出以下建议:

(1) 创新市场化交易机制。当前我国国家公园市场化生态产品价值实现案例较少,而国外市场化机制已相当成熟,为我国提供了宝贵的可借鉴经验。政府方面,应加强政策引导,吸引更多社会资本参与国家公园保护,拓宽资金渠道,如提供税务减免、贷款优惠和信用积分等激励。监管部门方面,要建立完善生态产品市场化交易规则,建立公开透明的交易平台,为生态产品市场化交易筑基。企业和组织方面,鼓励与国家公园产业协同发展,将更多技术和模式创新应用于生态产品价值实现。

(2) 提升国家公园品牌价值。尽管我国部分国家公园已积极推出了特色品牌和产品,但总体上仍显零散,法国国家公园品牌增值体系可作为优化我国品牌建设的典范。首先,应明确国家公园品牌定位和核心竞争力,针对不同客群设计产品和服务。其次,打造统一的品牌或认证,利用标志、口号、视觉形象等具有辨识度的品牌标识,以多种渠道进行宣发,提升整体品牌形象。最后,各国家公园应积极开发具有自身生态和文化特色的产品,强化公园间、自然保护地间、品牌间合作联动,协同推进国家公园品牌发展。

(3) 统筹规划区域协同发展。国家公园因其社会经济性区别于其他自然保护地,是带动区域经济发展的重要抓手。国家公园覆盖的行政区域广,公园范围内各级政府应密切协作,明确区域发展目标任务,统筹制定发展规划,推进资源要素在公园区域内的自由流动。基础设施方面,完善交通、电力等基础设施网络,提高公园与周边地区互联互通水平。对于区内产业,应背靠国家公园生态产品资源优势,开发生态农产品、国家公园文创和生态旅游等产品,积极整合产业链,形成区域产业整体竞争力。

(4) 优化居民就业保障机制。当前我国国家公园在保障区内居民就业方面主要依赖公益岗位,对财政支出依赖性大,就业保障机制尚待优化。为此,各公园管理部门应加大宣传力度,提高当地居民对就业政策的认识和参与度,确保政策有效实施。同时,要充分利用国家公园产业链优势,鼓励居民通过生态产品的加工、销售等方式实现创收。对于缺乏生产能力的居民,应积极开展职业技能培训,并提供就业指导,保障居民就业的可持续性和长期稳定性。

参考文献(References):

- [1] 唐小平, 欧阳志云, 蒋亚芳, 马伟, 徐卫华, 陈尚, 刘增力. 中国国家公园空间布局研究. 国家公园(中英文), 2023, 1(1): 1-10.
- [2] 窦亚权, 李娅, 赵晓迪. 生态产品价值实现: 概念辨析. 世界林业研究, 2022, 35(3): 112-117.
- [3] 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, 24(7): 12-17.
- [4] 张林波, 虞慧怡, 李岱青, 贾振宇, 吴丰昌, 刘旭. 生态产品内涵与其价值实现途径. 农业机械学报, 2019, 50(6): 173-183.
- [5] 欧阳志云, 王如松. 生态系统服务功能、生态价值与可持续发展. 世界科技研究与发展, 2000, 22(5): 45-50.
- [6] 张林波, 陈鑫, 梁田, 王昊, 郝超志, 任耀发, 李宇昂, 吴舒尧. 我国生态产品价值核算的研究进展、问题与展望. 环境科学研究, 2023, 36(4): 743-756.
- [7] 高晓龙, 林亦晴, 徐卫华, 欧阳志云. 生态产品价值实现研究进展. 生态学报, 2020, 40(1): 24-33.
- [8] Wunder S. Revisiting the concept of payments for environmental services. Ecological Economics, 2015, 117: 234-243.
- [9] Daily G C. Nature's services: societal dependence on natural ecosystems. Washington, DC: Island Press, 1997.
- [10] Costanza R, d'Arge R, de Groot R, Farber S, Grasso M, Hannon B, Limburg K, Naeem S, O'Neill R V, Paruelo J, Raskin R G, Sutton P, van den Belt M. The value of the world's ecosystem services and natural capital. Nature, 1997, 387: 253-260.

- [11] Millennium Ecosystem Assessment Board. Ecosystems and Human Well-being: Wetlands and Water Synthesis: A Report of the Millennium Ecosystem Assessment. Washington, DC: World Resources Institute, 2005, 1-18.
- [12] 郭宗亮, 刘亚楠, 张璐, 冯朝阳, 陈艳梅. 生态系统服务研究进展与展望. 环境工程技术学报, 2022, 12(3): 928-936.
- [13] Villagomez-Cortes J A, del-Angel-Perez A L. The ethics of payment for ecosystem services. Research Journal of Environmental and Earth Sciences, 2013, 5(5): 278-286.
- [14] 张林波, 虞慧怡, 郝超志, 王昊. 国内外生态产品价值实现的实践模式与路径. 环境科学研究, 2021, 34(6): 1407-1416.
- [15] Rissman A R, Merenlender A M. The conservation contributions of conservation easements: analysis of the San Francisco bay area protected lands spatial database. Ecology and Society, 2008, 13: art40.
- [16] Becker D A, Maas A, Bayham J, Crooks J. The unintended benefits of the conservation reserve program for air quality. GeoHealth, 2022, 6(10): e2022GH000648.
- [17] Liagre L, Pettenella D, Pra A, Carazo Ortiz F, Garcia Arguedas A, Nguyen Chien C. How can National Forest Funds catalyse the provision of ecosystem services? Lessons learned from Costa Rica, Vietnam, and Morocco. Ecosystem Services, 2021, 47: 101228.
- [18] 王凯博, 魏蓉, 孙琦, 江瑶, 徐新涵, 王益, 陈怡平. 秦岭生态补偿理论研究与实践进展. 地球环境学报, 2023, 14(3): 263-271.
- [19] 杨文杰, 韦玮. 中央转移支付、资源空间配置与相对贫困缓解. 云南财经大学学报, 2023, 39(1): 50-62.
- [20] 唐盟. 政府间专项转移支付、劳动收入份额与共同富裕. 中央财经大学学报, 2023(6): 27-41.
- [21] 李影, 李宝林, 祁佳丽, 袁烨城, 蒋育昊, 刘岩, 刘海江. 国家重点功能区转移支付对生态系统格局变化的县域对比分析. 生态学报, 2022, 42(11): 4369-4378.
- [22] Vincent Upton. Payments and markets for forest ecosystem services in the USA: lessons for Ireland. Irish Forestry, 2015, 72: 101-119.
- [23] 郭品言. 我国生态保护地役权制度研究[D]. 桂林: 广西师范大学, 2021.
- [24] Parkhurst G M. Payments for ecosystem services: mechanisms to achieve desired landscape patterns. Encyclopedia of Energy, Natural Resource, and Environmental Economics. Amsterdam: Elsevier, 2013: 68-74.
- [25] 缪若妮, 田信桥, 王萌. 美国缓解银行制度对我国生态补偿市场化运行的启示. 世界林业研究, 2014, 27(6): 65-70.
- [26] 杜健勋, 卿悦. “生态银行”制度的形成、定位与展开. 中国人口·资源与环境, 2023, 33(2): 188-200.
- [27] 吴翔宇, 李新. “生态银行”赋能生态产品价值实现的创新机制. 世界林业研究, 2023, 36(3): 128-134.
- [28] Higgins V, Dibden J, Potter C, Moon K, Cocklin C. Payments for Ecosystem Services, neoliberalisation, and the hybrid governance of land management in Australia. Journal of Rural Studies, 2014, 36: 463-474.
- [29] Ishizaki R, Matsuda S. Message for solidarity: a Japanese perspective on the payment for forest ecosystem services developed over centuries of history. Sustainability, 2021, 13(22): 12846.
- [30] Grima N, Singh S, Smetschka B, Ringhofer L. Payment for Ecosystem Services (PES) in Latin America: analysing the performance of 40 case studies. Ecosystem Services, 2016, 17: 24-32.
- [31] Yamasaki, Guillon, Brand, Patil. Market-based payments for ecosystem services: current status, challenges and the way forward. CAB Reviews: Perspectives in Agriculture, Veterinary Science, Nutrition and Natural Resources, 2010, 5(54): 1-13.
- [32] 王兰梅, 张晏. 流域横向生态补偿的“新安江模式”: 经验、问题与优化. 环境保护, 2022, 50(8): 58-63.
- [33] 朱春雨, 曹建生. 生态旅游研究进展与展望. 中国生态农业学报: 中英文, 2022, 30(10): 1698-1708.
- [34] Cavalletti B, Corsi M, Lagomarsino E. A payment scheme for the ecosystem services of mountain grasslands embedded in dairy products. Journal of Cleaner Production, 2023, 389: 136026.
- [35] 李新婷, 魏钰, 张丛林, 黄宝荣. 国家公园如何平衡生态保护与社区发展: 国际经验与中国探索. 国家公园(中英文), 2023, 1(1): 44-52.
- [36] Schomers S, Matzdorf B. Payments for ecosystem services: a review and comparison of developing and industrialized countries. Ecosystem Services, 2013, 6: 16-30.
- [37] Alder J, Sumaila U R. Western Africa: a fish basket of Europe past and present. The Journal of Environment & Development, 2004, 13(2): 156-178.
- [38] Binet T, Failler P, Chavance P N, Mayif M A. First international payment for marine ecosystem services: the case of the Banc d'Arguin National Park, Mauritania. Global Environmental Change, 2013, 23(6): 1434-1443.
- [39] Nelson F, Foley C, Foley L S, Leposo A, Loure E, Peterson D, Peterson M, Peterson T, Sachedina H, Williams A. Payments for ecosystem services as a framework for community-based conservation in northern Tanzania. Conservation Biology, 2010, 24(1): 78-85.
- [40] Silveira-Junior W J, Salvio G, Moura A S, Souza C R, Fontes M. Payment for environmental services: alleviating the conflict of parks versus people. Journal of Tropical Forest Science, 2020, 32(1): 8-16.
- [41] Asquith N M, Vargas M T, Wunder S. Selling two environmental services: In-kind payments for bird habitat and watershed protection in Los Negros, Bolivia. Ecological Economics, 2008, 65(4): 675-684.
- [42] Temperini V, Limbu Y, Jayachandran C. Consumers' trust in food quality and willingness to pay more for National Parks' brands: preliminary evidence from Italy. Journal of International Food & Agribusiness Marketing, 2017, 29(2): 120-138.
- [43] 滕琳曦, 廖凌云, 傅田琪, 刘铠宇, 董建文. 法国国家公园品牌增值体系建设过程及特征分析. 世界林业研究, 2022, 35(5): 101-106.
- [44] 庄优波. 美国国家公园界外管理研究及借鉴. 中国风景园林学会 2009 年会议论文集. 北京, 2009: 206-210.
- [45] 潘恺晨, 张玉钧. 美国国家公园入口社区发展经验及启示. 世界林业研究, 2023, 36(4): 121-126.
- [46] 吴承照, 汪长林. 国家公园入口社区性质、发展特征与政策需求. 中国园林, 2022, 38(4): 14-19.
- [47] 刘辉亮. 美国国家公园与门户城镇的建设经验与启示. 中国工程科学, 2016, 18(5): 100-108.
- [48] 臧振华, 徐卫华, 欧阳志云. 国家公园体制试点区生态产品价值实现探索. 生物多样性, 2021, 29(3): 275-277.
- [49] 刘峥延, 李忠, 张庆杰. 三江源国家公园生态产品价值的实现与启示. 宏观经济管理, 2019, (2): 68-7.
- [50] 张文兰, 才旺多杰, 白金璞. 三江源国家公园建设中公众参与的现状调查研究. 林业建设, 2018(4): 7-13.
- [51] 张静娴, 曹辉. 国家公园生态旅游项目特许经营权价值评估——以武夷山为例. 国家公园(中英文), 2023, 1(2): 87-98.