

# 农耕文化推动乡村生态产品价值实现研究

周海文，隋斌

(全国农业展览馆(中国农业博物馆)，北京 100125)

**摘要：**文章总结了当前中国乡村生态产品价值实现面临的困境及其原因，包括资金支持有限、社会主体参与积极性不高、优质生态产品供给稀缺、耕地固碳能力不足和文旅产业同质化现象严重等。在此基础上，深入剖析中华农耕文化蕴含的重农观、食物观、土地观、科技观、民本观、田园观和德治观等思想理念对推动乡村生态产品价值实现的实践启示。这不仅能够突破乡村生态产品价值实现面临的困境，还能进一步完善乡村生态产品价值实现机制建设，助力建设人与自然和谐共生的现代化。

**关键词：**农耕文化；乡村生态产品；思想观念；实践启示

**中图分类号：**F323.4; F062.2; G122 **文献标识码：**A **文章编号：**1672-6995(2023)01-0000-00

**DOI：**10.19676/j.cnki.1672-6995.001256

## Research on the Realization of Rural Ecological Product Value Driven by Agrarian Culture

ZHOU Haiwen, SUI Bin

(National Agricultural Exhibition Centre (China National Agricultural Museum), Beijing 100125, China)

**Abstract:** This paper summarizes the current predicaments faced by the realization of ecological product value in China's rural areas and their underlying causes, which include limited financial support, low enthusiasm for participation among social entities, scarcity of high-quality ecological products, insufficient carbon sequestration capacity of cultivated land, and severe homogenization within the cultural tourism industry. On this basis, a thorough analysis is conducted of the practical implications of the ideas and concepts embedded in Chinese agrarian culture, such as the emphasis on agriculture, food philosophy, land ethics, outlook on science and technology, people-oriented approach, vision of rural life, and concept of moral governance, for realizing the value of ecological products in rural areas. This approach not only overcomes the predicaments faced by the realization of rural ecological product value but also contributes to refining the mechanisms for realizing the value of rural ecological products, thereby facilitating the development of modernization featuring harmonious coexistence between humans and nature.

**Keywords:** agrarian culture; rural ecological products; ideological concepts; practical implications

## 0 引言

中国式现代化是人与自然和谐共生的现代化。为了满足人民群众对美好生态环境的迫切需求，推动经济增长和生态保护协同发展，习近平总书记提出了“绿水青山就是金山银山”的著名论断。生态产品价值实现是践行“两山”理论的重要途径，党的十八大报告和党的十九大报告分别提出“增强生态产品生产能力”和“要提供更多优质的生态产品”，党的二十大报告强

**收稿日期：**2025-05-30；**修回日期：**2025-08-20

**基金项目：**国家社科基金一般项目“饲料粮供给安全的联动效应与风险治理能力提升研究”(21BJY215)；国家社会科学基金重大项目“中国古农书的搜集、整理与研究”(21&ZD333)

**作者简介：**周海文(1988—)，男，山西省晋中市人，全国农业展览馆(中国农业博物馆)副研究员、博士后，管理学博士，主要研究方向为农耕文化、农业经济学。

**通讯作者：**隋斌(1964—)，男，黑龙江省绥化市人，全国农业展览馆(中国农业博物馆)研究员、博士后合作导师，管理学硕士，主要研究方向为农耕文化、农业工程、农业政策。E-mail:963883558@qq.com。

调要“建立生态产品价值实现机制”，为转化生态产品价值指明了工作方向。在推动全球可持续发展的国际舞台上，中国已成为全球生态文明建设的重要参与者、贡献者和引领者。

中国广大农村地区生态系统类型多样，自然生态资源丰富，具有普惠性的生态资源优势<sup>[1]</sup>，不仅是农耕文化的重要载体，也是生态产品价值实现与绿色共富问题的共同焦点<sup>[2]</sup>。2018年，《中共中央 国务院关于实施乡村振兴战略的意见》明确提出，将乡村生态优势转化为发展生态经济的优势，提供更多更好的绿色生态产品和服务，促进生态和经济良性循环。习近平总书记强调，把中国农耕文明优秀遗产和现代文明要素结合起来，赋予新的时代内涵，让中华优秀传统文化生生不息，让中国历史悠久的农耕文明在新时代展现其魅力和风采。因此，充分挖掘中华农耕文化的底蕴来释放生态潜能，促进乡村生态产品价值转换，能够实现经济效益、生态效益和社会效益共赢。

现有研究多聚焦于乡村生态产品价值实现的定义内涵<sup>[3-4]</sup>、理论研究<sup>[5-6]</sup>、困境问题<sup>[7-8]</sup>及路径机制<sup>[9-10]</sup>等方面，而在推进乡村生态产品价值实现中如何更好地发挥中华优秀传统文化功能，当前尚未获得学术界的足够关注。这不仅难以对国内乡村生态产品价值实现工作推进和政策制定提供精准指导，而且不利于在全球生态文明建设领域构建中国话语体系。基于此，本文深入剖析农耕文化所蕴含的思想观念对乡村生态产品价值实现的实践启示，以期完善生态文明建设相关政策提供参考。

## 1 乡村生态产品价值实现面临的挑战及原因分析

由于乡村生态产品交易市场发展较为滞后，市场供求信息不对称，缺乏统一的产品价值核算标准和方法，导致交易成本过高，造成乡村生态产品价值实现“交易难、变现难、抵押难”等现象，阻碍了乡村生态产品价值转化，进而使乡村生态产品价值实现面临困境。

### 1.1 资金支持有限

农业生产受自然环境、地理位置的制约较大，具有投资风险较高、收益率低、回报周期长等特点，造成企业、团体组织、个人等社会主体参与乡村生态产品开发的投资意愿不足。此外，当前中国绿色金融体系建设尚不健全，绿色金融产品和服务供给不足，且针对乡村生态产品价值实现的碳汇交易、生态权益交易等平台尚未建立，导致生态产品产业融资困难。因此，在社会资本投资不足的情况下，仅依赖政府财政支持，不仅面临财政资金缺口大、利用效率不高和产生“公地悲剧”等问题，也无法满足乡村生态产品价值实现的资金需求<sup>[11-12]</sup>。

### 1.2 社会主体参与积极性不高

当前乡村生态产品主要通过“政府主导”“政府主导+市场参与”的路径实现价值，企业、团体组织、个人等社会主体参与乡村生态产品价值实现行动的积极性不高<sup>[13]</sup>。主要有以下原因：一是乡村生态产品增值溢价水平较低。农产品作为乡村生态产品的重要组成部分，在储存、运输环节相比工业产品具有更为苛刻的保鲜要求，造成农产品的生产投入成本大。同时，大部分农产品特色不鲜明、交易渠道不流畅，难以发挥生态溢价效应，造成投入收益比较低，降低了社会主体参与积极性。二是乡村旅游文化产业具有投资成本高、收益率低、回报周期长的特点，

加之中国乡村文化旅游市场发育程度较低，产品交易定价机制尚不成熟，相关监督管理办法不规范，造成参与乡村文旅产业投资的社会主体之间的利益分配方案难以达成一致<sup>[14]</sup>，这也进一步抑制了社会主体参与的积极性。

### 1.3 优质乡村生态产品供给稀缺

当前中国乡村生态产品整体质量水平不高，尤其是优质产品供给数量不足，难以满足消费者的需求。主要原因包括：一方面，农产品主要以粗放式、高投入方式生产，且过量施用农药、化肥现象非常普遍，导致农产品重金属、农兽药残留超标，降低了农产品品质；另一方面，农产品监管和可追溯体系尚未完全建立，农产品在生产、加工、储存、运输、销售等环节尚未实现数字化、信息化的全过程闭环监管，导致部分农产品出现食品添加剂、防腐剂超标，影响农产品质量。

### 1.4 耕地固碳能力不足

2022年，中央一号文件提出积极推动减碳增汇型农业技术研发应用，探索建立碳汇生态产品价值实现机制。耕地土壤碳汇功能主要通过以下两个途径实现：一是外源碳被土壤中微生物群落的合成代谢功能转化为含碳物质固定并储存在土壤中；二是生长在土壤上的农作物通过光合作用吸收空气中的二氧化碳等温室气体，以有机质的方式固定在农作物体内。然而，随着中国农业机械化和规模化经营水平不断提高，农药和化肥高投入的粗放式经营模式造成土壤板结、有机质流失，进而导致耕地土壤微生物群落赖以生存的生态环境被破坏，不仅阻碍了生物群落的合成代谢功能，也影响了农作物的生长发育，不利于耕地固碳功能的发挥。

### 1.5 文旅产业发展同质化现象严重

发展休闲文化旅游产业是乡村生态产品价值实现的重要模式，但当前中国许多乡村休闲旅游、文化景观的发展业态存在相互模仿甚至抄袭和复制的情况，导致娱乐项目、景观布局、运行模式等同质化现象明显<sup>[15]</sup>。究其原因，主要是地方政府过度重视商业利益，盲目追求外在表象、现代化设施甚至打造“网红打卡地”，忽视和舍弃了对自身具有文化底蕴和历史沉淀的古村、古屋、古树等的保护，破坏了乡村原始风貌和地域风格，淡漠了民俗风情和乡土气息，原始村貌和传统风俗被改造得“千篇一律”，丧失了独特性、稀缺性。这削弱了乡村旅游相比城市旅游富有农耕文化陶冶情操价值的核心竞争力，造成游客“视觉疲劳”，难以实现乡村文化旅游产业的可持续发展。

## 2 中华农耕文化推动乡村生态产品价值实现的实践启示

中华农耕文化是中国劳动人民在从事农业生产和乡村生活中形成的智慧结晶，在长期实践中逐步形成了“天人合一”的思想精髓，并逐渐衍生出人道、地道和天道的“三才”思想，强调在尊重自然规律的前提下，充分发挥人的主观能动性。这充分启示我们，在乡村生态产品价值实现过程中，不仅需要尊重和顺应自然环境，而且需要在人类合理干预下充分利用甚至改造自然环境。现有生态产品价值实现的实践已经证实了这一观点<sup>[16]</sup>。

基于此，本文深入阐释中华农耕文化蕴含的农为邦本的重农观、粮安天下的食物观、拓土

肥田的土地观、务实创新的科技观、激发民力的民本观、崇尚自然的田园观和崇礼亲仁的德治观等思想观念<sup>[17]</sup>，并探索其对乡村生态产品价值实现的实践启示，以期突破当前乡村生态产品价值实现面临的困境，助力乡村生态产品价值有效实现（图1）。



图1 中华农耕文化推动乡村生态产品价值实现的思想观念及实践启示

## 2.1 贯彻农为邦本的重农观，开辟生态产品价值实现主战场

“务农重本，国之大纲”的重农思想和农本理念贯穿了中华民族五千多年的发展历史。习近平总书记强调“强国必先强农，农强方能国强”，这是对中华农耕文化蕴含着农为邦本的重农观的继承和发扬<sup>[18]</sup>。中国广大农村地区相比城市地区具有更加优越的生态资源禀赋，党中央把加快建设农业强国摆在建设社会主义现代化强国的重要位置。伴随着美丽乡村建设、全面乡村振兴战略的相继实施，为乡村生态产品价值实现提供了雄厚的人力、物力、财力等支持，有助于克服乡村生态产品价值实现资金、智力不足等问题，充分挖掘广大农村地区生态产品价值实现的潜力。例如，广西桂林银行针对龙胜县龙脊梯田景观品质下降等问题，开发定制绿色信贷产品，支持梯田维修、水土流失治理、生态植被维护和生态稻米种植等，助力梯田景观恢复与改善，不仅提升了农产品销量，还促进了农村生态景观的转化增值。此外，宜居宜业和美乡村建设战略的实施，能够改善农村生态环境，打造宜居的田园风光，提高农村居民的生活满意度和幸福感，进而增强农村居民参与生态产品价值实现的积极性。

## 2.2 践行粮安天下的粮食观，提高优质生态产品供给能力

习近平总书记强调，保障粮食和重要农产品稳定安全供给始终是建设农业强国的头等大事<sup>[19]</sup>。农产品是重要的生态产品，坚定践行中华农耕文化蕴含着的粮安天下的粮食观，能够提高优质乡村生态产品的供给能力。一方面，完善种粮收益保障机制，提高粮食生产能力。健全种粮有补贴、生产有保险、销售保价格等粮食生产和销售各环节的收益保障措施，降低粮食生产成本。推广农业绿色可持续生产模式，打造地理标志、“三品一标”等特色农产品品牌，延长产业链，提高农产品附加值，提升粮食生产者的积极性，保障粮食产品供给。例如，上海浦东新区推广

“稻—菇、稻—蚕豆”轮作生态农业模式，开发菌菇酱与大米精深加工产品，并打造“生飞大米”“米菇粮”等农产品品牌，亩均产值由0.2万元增长到1.5万元。另一方面，践行大食物观，构建多元化粮食供给体系。充分重视居民对食物需求多样化的趋势，调整和优化粮食生产结构，向森林、草原、江河湖海要食物，向植物、动物、微生物要热量、要蛋白，大力发展牧、畜、禽、渔等养殖业，满足人们对肉蛋奶等各类食物的消费需求。例如，2024年，黑龙江伊春市山野菜、山野果、野生药材总贮藏量分别达到84万吨、41万吨、200多万吨，其中“伊春蓝莓”品牌价值达16.5亿元。

### 2.3 坚持拓土肥田的土地观，夯实耕地碳汇功能

《IPCC第四次评估报告》显示，土壤固碳可以实现农业近90%的减排份额，中国耕地规模总量大，每年耕地固碳达11.15亿吨的CO<sub>2</sub>当量，可抵消当年温室气体排放的9%<sup>[20]</sup>。耕地固碳潜力主要是耕地土壤有机质、微生物活动和根系生长共同作用的结果<sup>[21]</sup>。土地作为最主要的农业生产资料，自古以来被中国农民所重视，并逐渐形成了合理耕作、积肥造肥、绿肥美田、施肥改土、轮作间作等土地保养观念。当前中国实施耕地数量、质量和生态“三位一体”保护战略，继承和发扬了中华农耕文化所蕴含的拓土肥田土地观。采取种养结合、休耕轮作的生态耕作模式，推行堆肥还田、测土配方施肥等土壤质量管理方式，积极推进重金属污染治理、盐渍化治理等高标准农田建设战略，能够提升耕地土壤固碳能力，夯实耕地碳汇功能。例如，福建南靖县开展保护性耕作、秸秆还田、增施有机肥、作物轮作等耕地质量提升行动，增加了土壤碳汇，于2022年完成全国首单三年0.7万吨农田碳汇交易项目，拓宽了乡村生态产品价值实现路径。

### 2.4 坚持务实创新的科技观，促进乡村生态产品增值溢价

长久以来，中国耕地面积相对有限，农业生产环境较为恶劣，古代劳动人民在农业生产实践中不断摸索，发明创造了耒耜、耨车等先进的专业化农具，取得了集防洪灌溉于一体的都江堰水利工程等一系列农业科技成就，并因地制宜打造农林牧渔复合生态系统和多层次生态农业系统，形成了务实创新的科技观，使中国古代农业长期保持世界领先地位。在新时期，中华农耕文化所蕴含的务实创新的科技观，依然能够在乡村生态产品价值实现中发挥推动作用，主要体现在以下三个方面：一是许多地区大力发展稻鱼共作、稻鸭共养、农林牧复合系统等模式，提高了农业资源和生态空间的利用效率，不仅克服了生态产品实现模式的单一性，而且提升了优质乡村生态产品供给能力。例如，宁夏贺兰县采用养蟹除草、以渔治碱、养鸭治虫等措施改善稻田生态环境，形成了“一田多用、一水多用”的“1+X”稻渔种养模式，增加了水稻、蟹、泥鳅、龙虾、鸭等生态产品的产值，稻鱼综合种养亩均净收益达到3000元，是普通水稻种植的2倍多<sup>[22]</sup>。二是利用日光温室、无土栽培等现代农业技术，在温度、光照、湿度等气候条件优良但土地贫瘠的地区开展水果、蔬菜种植，打造绿色有机等特色农产品品牌，并利用二维码、物联网等数字技术实现产品在生产、加工、物流、仓储环节的全程可追溯，保障产品品质。例如，广西桂林建设“生产机械化、肥药数控化、全程可视化”柑橘智慧园，推广水肥一体化、

病虫害绿色防控、施用酵素有机肥等绿色生产技术，并打造绿色食品品牌，实现了出口热销和农户增收。三是通过网络直播、短视频、自媒体等平台进行宣传和推介，精准发现和匹配乡村生态产品消费群体，并利用VR、虚拟仿真、分时预约、智能讲解等技术提升乡村生态旅游的顾客体验<sup>[23]</sup>，增强乡村生态产品的市场竞争力。例如，“网红”李子柒通过Youtube视频讲述中华农耕故事，展示了中国乡村生活的静谧祥和及优美的田园景象，获得国内外广泛关注，拥有1770万粉丝。

## 2.5 践行激发民力的民本观，提高多元主体参与积极性

中华农耕文化历来倡导“民本思想”，重视“养民力”“强民力”，主张通过调整利益分配制度调动农民的积极性，解放和发展生产力。因此，在乡村生态产品价值实现过程中，重视企业、团体组织、个人等社会主体的利益保护，通过政策协商、技术合作、利益分配制度完善等方式，加强政府管理部门同社会主体协同合作、价值共创、利益共享，提升多元社会主体参与积极性，改善乡村生态产品市场供求关系。例如，浙江丽水通过设立“‘两山’基金”，开发“生态贷”“两山贷”“茶商E贷”等金融支持产品，降低工商资本参与和支持生态产业培育、生态项目建设的成本投入；完善生态产品市场化定价机制，实施品牌增值溢价战略，提高“‘两山’公司”等市场主体收益；搭建排污权、碳汇权、农权产权等生态权益交易平台，带动农民分享生态红利，提高了社会多元主体参与生态产品价值实现的积极性<sup>[23]</sup>。由此可见，多元社会主体享受到乡村生态产品价值实现带来的红利，能够提高其参与积极性，助力乡村生态产品价值实现。

## 2.6 坚持崇尚自然的田园观，推进“三生”产业深度融合

中国疆域辽阔、气候多样，不同地区人民充分利用当地的自然条件和资源禀赋建造房屋，孕育出追求依山傍水、田园风光的家园文化，逐渐形成了崇尚自然的价值理念。践行中华农耕文化崇尚自然的田园观，开展宜居宜业和美乡村建设，强化人居环境整治，着力推动农村垃圾和污水治理、提升村容村貌，传承传统建筑文化，将乡土特色、地域民族特点及历史文化资源融入乡村建设与维护中。保持乡村原有建筑风貌和村落格局，充分保护和利用好文物古迹、传统村落、民族村寨、农业遗迹、灌溉工程遗产等农耕文化资源，走特色化、差异化发展之路，开展生态旅游、农业观光、“两山”教育、农家乐民宿等活动，推进生产、生活、生态相关的一、二、三产业的融合发展，促进农文旅产业高质量发展。例如，江西安远县充分开发东江源头三百山5A级景区、宋代古廊桥等旅游文化资源，举办“认养一棵橙”活动，打造赏橙花—采脐橙—游景点—农家乐等乡村休闲旅游项目，实现果产业和旅游业的深度融合。

## 2.7 弘扬崇礼亲仁的德治观，丰富生态产品价值实现模式

社会规范和村规民约作为中国传统社会治理中重要的非正式制度，逐渐形成了中华农耕文化中崇礼亲仁的德治观，并以武术、戏曲、舞龙、舞狮、锣鼓等民间艺术和民俗表演项目为主要表现形式。一方面，开发乡村文化旅游服务是乡村生态产品价值实现的重要模式。政府部门通过出台针对性的政策和资金支持措施，鼓励企业、团体组织、个人等社会团体积极保护和挖

掘具有历史底蕴、风俗习惯、文化特色的民间艺术和民俗表演项目，发掘培育农耕文化传承和从业队伍，推动乡村文化产业繁荣。另一方面，加大电视、广播、网络等媒介宣传，利用数字化技术生动形象地展示文化节目，促进农耕文化资源与现代消费有效对接，推动文化与旅游产业深度融合发展，助力乡村生态产品价值实现。例如，湖南常德市在穿紫河河畔多点布局常德丝弦、折子戏、刘海砍樵等乡村历史文化剧目实景演出，宣传当地农耕文化道德观，实现文化价值，并带动旅游、休闲等相关产业发展，每年综合收入达3000万元以上，实现了生态效益与经济效益的共赢<sup>[24]</sup>。

### 3 研究结论与对策建议

#### 3.1 主要结论

本文基于中华农耕文化蕴含的农为邦本的重农观、粮安天下的食物观、拓土肥田的土地观、务实创新的科技观、激发民力的民本观、崇尚自然的田园观和崇礼亲仁的德治观等思想观念，对应探讨了中华农耕文化推动乡村生态产品价值实现的新业态发展路径。一方面，能够有效解决当前中国乡村生态产品价值实现面临的资金支持有限、社会主体参与积极性不高、优质生态产品供给稀缺、耕地固碳能力不足、文旅产业同质化现象严重等问题，进而为推动乡村生态产品价值实现和相关机制建设提供参考和借鉴，助力经济高质量发展和生态环境高水平保护。另一方面，推动了中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展，有助于构建中国特色生态文明建设的自主知识体系，彰显中华优秀传统文化在全球生态文明建设中的文化主体性。

#### 3.2 对策建议

为了更好地发挥中华农耕文化推动乡村生态产品价值实现的功能，本文提出如下对策建议：

##### 3.2.1 充分发挥中华农耕文化在生态文明建设领域的引领作用

一方面，在推动物质文明和精神文明协同发展过程中，应坚持文化自信，充分发挥优秀农耕文化对广大群众的宣教功能。挖掘中华农耕文化蕴含的思想理念、智慧启示和经验做法，不断丰富乡村生态产品价值实现的路径和模式，加强农村环境保护和整治，推广农业低碳绿色生产模式，加快高标准农田建设，提高农产品品质。另一方面，出台专项资金支持政策措施，坚持保护和开发并重原则，加强古村、古树、古籍、农业文化遗产等农耕文化资源的保护与开发，因地制宜积极发展乡村文化旅游，带动农家乐、民宿等相关产业，推动一、二、三产业融合发展，激发广大农村地区生态资源潜力，推动乡村生态产品价值实现。

##### 3.2.2 着力提高中华农耕文化的感召力和影响力

一方面，坚持守正创新，弘扬中华农耕文化蕴含的思想智慧、文化精神和道德规范等优秀价值理念。强化政策引导，鼓励企业、团体组织、个人等多元社会主体对优秀传统农耕文化进行深入研究和创新性开发。另一方面，丰富农耕文化宣传推广模式，强化民众对农耕文化的认同感，并将其内化于乡村生态产品价值实现的行为实践。通过网络宣传、视频展示、公益讲座等形式，提高民众对中华农耕文化重要性的认知意识和弘扬热情，在乡村生态产品价值实现中更好地践行中华农耕文化的思想理念，实现中华农耕文化的使命担当和时代价值。

### 3.2.3 努力培养农耕文化传承和创新的专业化高素质人才

一方面，重视中华农耕文化的传承和弘扬，加强中华农耕文化教育体系建设，在高等院校设立中华农耕文化传承和弘扬的相关专业，培养专业化高素质人才，推动产学研深度融合，提高农耕文化相关专业人才就业和创业积极性，加强传承队伍建设。另一方面，与时俱进，结合当前中国经济社会发展的现状及未来发展的趋势和需要，加强农耕文化与生物技术、数字技术、材料科学等前沿科学技术融合的综合性和高素质人才培养，为推动农耕文化与生态经济融合发展提供智力支持，在人与自然和谐共生的中国式现代化建设中贡献力量。

## 参考文献

- [1]何龙斌,王海鑫.乡村产业振兴与生态产品价值实现:逻辑关系、耦合机理与协同路径[J].经济纵横,2023,456(11):88-94.
- [2]庄贵阳,王思博,窦晓铭.绿色共富视角下生态产品价值实现问题的再认识[J].中国软科学,2023,393(9):53-63.
- [3]朱新华,李雪琳.乡村生态产品价值实现促进共同富裕的路径选择[J].江苏社会科学,2023,330(5):85-94,242-243.
- [4]朱竝,陈晓亮,尹铎.从“绿水青山”到“金山银山”:欠发达地区乡村生态产品价值实现的阶段、路径与制度研究[J].管理世界,2023,39(8):74-91.
- [5]苟廷佳.三江源生态产品价值实现研究[D].西宁:青海师范大学,2021.
- [6]王勇.生态产品价值实现的规律路径与发生条件[J].环境与可持续发展,2020,45(6):94-97.
- [7]于法稳,林珊,孙韩小雪.共同富裕背景下生态产品价值实现的理论逻辑与推进策略[J].中国农村经济,2024,471(3):126-141.
- [8]李威.共同富裕背景下收入分配调节机制研究:基于国际比较视角[J].当代经济管理,2023,45(5):1-9.
- [9]欧阳振益,谢花林.乡村生态产品价值实现的多中心治理体系探讨[J].中国土地科学,2023,37(9):17-27.
- [10]刘耕源,何萍,王永阳.农业生态产品及其价值实现路径[J].应用生态学报,2021,32(2):737-749.
- [11]张丽佳,周妍.建立健全生态产品价值实现机制的路径探索[J].生态学报,2021,41(19):7893-7899.
- [12]包晓斌,朱小云.农业生态产品价值实现:困境、路径与机制[J].当代经济管理,2023,45(9):47-53.
- [13]谢花林,李致远.自然资源领域生态产品价值实现的多主体协同机制与路径[J].自然资源学报,2023,38(12):2933-2949.
- [14]高晓龙,张英魁,马东春,等.生态产品价值实现关键问题解决路径[J].生态学报,2022,42(20):8184-8192.
- [15]杨世成,吴永常.乡村生态产品价值实现:定位、困境与路径研究[J].中国国土资源经

济, 2022, 35(11):48-55, 65.

[16] 张林波, 虞慧怡, 李岱青, 等. 生态产品内涵与其价值实现途径[J]. 农业机械学报, 2019, 50(6):173-183.

[17] 隋斌. 中华农耕文明:历史演进、思想理念及对建设农业强国的现实启示[J]. 中国农村经济, 2023, 467(11):2-17.

[18] 张红宇, 周二翠. 宜居宜业和美乡村建设:现实基础与实现路径[J]. 中国农村经济, 2023, 465(9):36-47.

[19] 习近平. 加快建设农业强国 推进农业农村现代化[J]. 奋斗, 2023, 680(6):6-19.

[20] 白洋, 董雨瑞. 中国耕地碳汇建设实施路径与制度完善[J]. 科技管理研究, 2023, 43(22):46-53.

[21] 赵明月, 刘源鑫, 张雪艳. 农田生态系统碳汇研究进展[J]. 生态学报, 2022, 42(23):9405-9416.

[22] 自然资源部办公厅关于印发《生态产品价值实现典型案例》(第三批)的通知[EB/OL]. (2021-12-16) [2025-08-19]. [https://gi.mnr.gov.cn/202112/t20211222\\_2715397.html](https://gi.mnr.gov.cn/202112/t20211222_2715397.html).

[23] 陈倩茹, 陈彬, 谢花林, 等. 数字赋能生态产品价值实现:基本逻辑与典型路径[J]. 中国土地科学, 2023, 37(11):116-127.

[24] 自然资源部办公厅关于印发《生态产品价值实现典型案例》(第二批)的通知[EB/OL]. (2020-10-27) [2025-08-19]. [https://gi.mnr.gov.cn/202011/t20201103\\_2581696.html](https://gi.mnr.gov.cn/202011/t20201103_2581696.html).

