

# 绿色金融推动成渝打造区域绿色公共品牌的机制与路径研究

黄玲<sup>通讯作者</sup>

重庆市南岸区重庆工商大学，重庆市，400000；

**摘要：**随着全球对绿色经济的重视，成渝地区双城经济圈在国家“十四五”规划中被赋予了探索绿色转型发展新路径的任务。但目前成渝区域绿色公共品牌建设成绩不佳，面临品牌定位不清晰、创新力度不够、市场推广经费不足等挑战，绿色公共品牌是成渝经济双圈实现可持续发展的关键因素。绿色金融作为推动成渝打造区域绿色公共品牌的重要动力和支撑，通过市场运作机制、产品创新机制和基础设施建设机制，可以有效促进绿色公共品牌的发展。本文深入探讨了绿色金融在成渝地区绿色公共品牌建设中的应用，分析了成渝地区在推进绿色品牌过程中所面临的难题与挑战，并提出了政策支持与规划引领、金融产品创新与优化、基础设施建设与信息共享等路径，以促进成渝区域绿色公共品牌的全面发展和壮大。通过案例剖析，本文进一步验证了绿色金融在推动区域绿色公共品牌建设中的有效性，为成渝地区及其他地区的绿色发展提供了有益的借鉴。

**关键词：**绿色金融；绿色公共品牌；机制；路径

**DOI：**10.69979/3029-2700.25.02.020

## 引言

绿色经济已成为全球产业变革的主基调之一，成为推动经济社会发展绿色化、低碳化以及实现高质量发展的关键环节。2021 年，中共中央国务院印发的《成渝地区双城经济圈建设规划纲要》，为成渝地区的绿色发展提供了明确的指导和支持。成渝地区在国家“十四五”规划中被赋予了探索绿色转型发展新路径的任务，旨在推动产业结构、能源结构的绿色转型，以及生态环境质量的持续改善。成渝双城经济圈是中国经济版图的重要一级，深化成渝地区“双碳”合作、加快建设“绿色经济圈”，是推动成渝地区双城经济圈实现碳达峰碳中和目标的重要支柱。

而成渝区域绿色公共品牌是成渝经济双圈实现可持续发展的关键因素，特别是对于区域经济的绿色转型将发挥着至关重要的作用，区域品牌已成为体现一个地区经济活力的重要象征，以区域品牌创新带动区域经济高质量发展是当前经济发展中的一个重要趋势。但成渝区域绿色公共品牌的打造还是面临着不少挑战，整个产业链并不是很成熟，在这条绿色发展道路上还缺一个强有力的推手。

绿色金融是推动成渝打造区域绿色公共品牌重要动力和支撑。在经济高质量发展的过程中，金融作为资源配置的核心要素，其可以利用自身的优势对现有资源进行重新整合，以增强经济增长动力，提高资源配置效

率。金融在绿色发展过程中发挥了至关重要的作用，从而衍生出了以绿色发展和保护环境为主的新型金融模式—绿色金融。绿色金融是实现可持续发展、打造绿色与低碳的现代化经济体系的重要途径，以绿色金融体系为支撑，使绿色经济的发展更加强劲。

目前成渝区域绿色公共品牌的建设成果不佳，未能打造出成渝发展主轴绿色经济强市品牌，绿色品牌的发展是需要金融的支持和市场的推广，而绿色金融不仅能够成渝地区打造绿色公共品牌提供坚实的资金和政策支持，还能够促进区域经济的可持续发展，提升生态环境质量，增强公众的环保意识，从而共同推动成渝地区绿色公共品牌的建设和发展。因此，对于绿色金融推动成渝打造区域绿色公共品牌的机制与路径研究是十分有必要的。本研究旨在深入探讨绿色金融在成渝地区绿色公共品牌建设中的应用，分析并应对该区域在推进绿色品牌过程中所面临的难题与挑战，通过有效利用绿色金融工具和策略，本文将提出一系列创新机制和实践路径，以促进成渝区域绿色公共品牌的全面发展和壮大。

## 1 相关概念界定

### 1.1 绿色金融的概念界定

尽管绿色金融在近年来受到广泛关注并频繁被讨论，但至今尚未形成一个广泛认可的统一定义。当前，国际上普遍接受的定义是由 2016 年 G20 绿色金融研究

小组所提出的：“绿色金融可被定义为能够产生环境效益，以支持可持续发展的投融资活动。这些环境效益包括减少空气、水和土壤污染，降低温室气体排放，改善资源使用效率，应对和适应气候变化及其协同效应”。2016 年，中国人民银行等七部委联合印发的《关于构建绿色金融体系的指导意见》中将绿色金融定义为：“为支持环境改善、应对气候变化和资源节约高效利用的经济活动，即对环保、节能、清洁能源、绿色交通、绿色建筑等领域的项目投融资、项目运营、风险管理等所提供的金融服务”，这也是现有绿色金融领域研究中较为常用的定义。

尽管上述关于绿色金融的定义在具体表述上存在不同，但它们都以最终目标为导向，核心内容均聚焦于推动经济社会的可持续发展。

## 1.2 区域绿色公共品牌的概念界定

### 1. 品牌

品牌一词源自古挪威语“Brand”，意为“烧灼”。早期，人们通过在牲畜身上烙印不同标记来区分所有权，这便是品牌最早的形态。随着市场经济的演进和产品竞争的加剧，品牌的概念从单纯的商品标识逐步拓展至企业、地区乃至国家层面，其内涵也日益丰富。在本文中，品牌被定义为一种由名称、符号或设计构成的标识，或这些元素的组合，用于区分特定的产品和服务，使其与竞争对手的产品和服务相区别。

### 2. 区域绿色公共品牌

目前学术界尚未对区域绿色公共品牌给出明确统一的定义。在本研究中，区域绿色公共品牌主要表现为“区域名+产品名”的形式。具体而言，它是由相关农业组织进行注册和管理的，在拥有独特自然生态、人文背景或加工传统的特定区域内，由多个主体共同打造，并授权给多个农业生产经营者使用的品牌。在法律层面，这种品牌通常体现为集体商标或证明商标，属于绿色品牌范畴。

## 2 绿色金融推动成渝打造区域绿色公共品牌的现状分析

### 2.1 成渝地区绿色公共品牌的现状分析

目前成渝地区绿色公共品牌在建设过程当中品牌意识逐渐增强、品牌数量有所增加以及品牌影响力初步显现，从重庆的“三峡柑橘”、成都的“郫县豆瓣”

等品牌都能得以体现。但目前存在的主要问题是品牌定位不够清晰、创新不足以及市场推广资金不足，需要在品牌打造过程中不断完善。

### 2.2 绿色金融推动成渝打造区域绿色公共品牌的现状分析

成渝地区对于绿色金融的发展虽有一定的政策支持和激励措施，但成渝金融机构共同开发的绿色金融产品少，尤其是绿色保险、绿色债券、绿色股权、绿色基金等市场发展滞后，片面依赖于绿色信贷市场融资。但要借此推动绿色公共品牌的发展还是需要具体的措施和手段，需要建立一定的机制与路径，来促进区域绿色公共品牌的建设。

## 3 绿色金融推动成渝打造区域绿色公共品牌的机制研究

### 3.1 市场运作机制

结合绿色信贷、绿色债券等重要金融工具用于区域绿色公共品牌的建设当中来。像绿色信贷通过金融机构为环保和可持续发展项目提供贷款服务，支持了一系列绿色项目。例如，人民银行成都分行创新推出的“川碳快贴”政策产品，2023 年前三季度为 22 家符合条件的企业提供了 85.47 亿元资金支持，发放的碳减排贷款达到 193.17 亿元，对应的年碳减排量为 514.89 万吨。成渝在打造自己区域绿色公共品牌过程中要有意识去利用金融工具，推动绿色项目的实施。

### 3.2 产品创新机制

绿色信贷产品、绿色债券融资都有在不断的创新。通过发行绿色债券，可以为绿色项目提供重要的融资渠道，绿色信贷产品不断创新，如“绿色信贷+绿色保险”“绿色信贷+碳账户”等创新路线进一步丰富，尤其在可持续发展挂钩类等信贷产品方面也有较多实践。绿色公共品牌要更好的发展，需要在运用金融工具的过程中学会创新。

### 3.3 基础设施建设机制

为了进一步推动成渝地区绿色公共品牌的建设和发展，可以尝试建立一个涵盖两地的信息共享平台。通过这个平台，探索实现绿色企业或项目库的互通互认，打破区域间的信息壁垒，促进资源的高效配置。同时，加快统一圈内的环境信用评价指标和等级标准，确保评

价体系的科学性和一致性。在此基础上,利用先进的数字化技术,实现圈内绿色项目的精准识别和认定,提高绿色融资的对接效率和监测精度,确保资金流向真正符合绿色标准的项目。此外,通过精准测算环境效益,为政策制定和调整提供数据支持,进一步推动成渝地区绿色金融与绿色产业的深度融合,提升区域绿色公共品牌的整体竞争力和影响力。

## 4 绿色金融推动区域绿色公共品牌建设案例剖析镜鉴

### 4.1 背景

作为首批绿色金融改革创新试验区,浙江湖州市牢记“金融支持传统产业转型升级”主线,加快构建区域绿色金融和转型金融制度体系。湖州借鉴绿色金融标准制定经验,出台《深化建设绿色金融改革创新试验区探索构建低碳转型金融体系的实施意见》,明确区域绿色低碳转型发展方向;对照《G20 转型金融框架》,围绕重点行业转型规划、转型金融支持目录等建立转型标准,牵头制定银行业金融机构转型贷款实施规范等省级团体标准六项,降低经济主体识别转型活动成本。同时,湖州还出台新一轮绿色金融政策 16 条,进一步激发经济主体活力,对达到转型目标时序进度的企业给予 0.5% 补助,每家企业补助金额不超过 30 万元,对开展转型信息披露、实现公正转型的企业,补助金额上浮 10%。此外,湖州还通过建设企业“碳账户”综合服务平台,利用数字化、智能化手段实现“测碳、评碳”进而“减碳、降碳”,并创新绿色金融产品服务模式,助力深化湖州绿色金融改革。

### 4.2 具体措施

首先,政策支持。2023 年新出台绿色金融及转型金融相关政策 16 条,出台《深化建设绿色金融改革创新试验区探索构建低碳转型金融体系的实施意见》,不断完善转型金融标准及支持目录。

其次,金融产品的创新。金融机构创新推出多款转型金融产品,如绿色小微贷、纺织转型贷、绿色转型升级贷等 30 余款。

最后,加大资金投入。2024 年 4 月获批浙江省转型金融改革创新试点城市,截至 2024 年 6 月末,银行共授信 26 亿元,以支持 43 个项目开展绿色低碳转型。

### 4.3 成效

通过绿色金融的支持,湖州的绿色产业得到了快速发展,如当地的纺织产业通过绿色转型升级贷等金融产品,实现了从传统高污染、高能耗向绿色低碳的转型,提升了区域绿色公共品牌的影响力,使“湖州绿色制造”等品牌逐渐在市场上树立了良好的形象。

## 5 绿色金融推动成渝打造区域绿色公共品牌的路径研究

### 5.1 政策支持与规划引领

成渝地区应出台相关政策,《成渝共建西部金融中心规划》中明确推进绿色金融改革创新的任务。川渝两市政府办公厅联合印发《成渝地区双城经济圈碳达峰碳中和联合行动方案》,提出推进区域绿色低碳财税金融一体化行动,加强金融支持绿色低碳发展。

在此基础上搭建政策平台,为绿色金融发展提供有力支撑,促进各类金融要素资源合理流动和高效集聚,实现绿色产业链与绿色资金链相匹配。

### 5.2 金融产品创新与优化

重庆金融机构创新推出 330 余款绿色金融产品,包括林权抵押贷、排污权抵押贷、知识产权质押贷等。四川天府金融租赁等金融机构也在积极开展绿色金融业务,为区域绿色产业发展提供多元化的金融支持。鼓励金融机构按照货币政策工具运用要求,创新“央行再贷款+”“央行再贴现+”信贷产品,扩大对两省市三农企业、污染防治企业等的信贷投放。同时,推动符合条件的市场主体发行碳中和债券、可持续发展挂钩债券等创新产品,支持符合条件的地方法人金融机构发行“三农”、小微企业、绿色等专项金融债券。

绿色公共产品要充分借助金融产品逐步发展。绿色信贷可以为绿色公共产品的研发、生产和推广提供资金支持,帮助相关企业解决资金瓶颈问题。绿色债券市场的发展也为绿色公共产品提供了新的融资途径,通过发行绿色债券,可以吸引更多的社会资本投入到绿色公共产品的建设中。此外,绿色基金、绿色保险等金融产品的创新和推广,也为绿色公共产品的发展提供了风险保障和资金支持。不仅要学会利用金融产品,也需要在运用过程中不断创新更好的作用于绿色公共品牌当中。

### 5.3 基础设施建设与信息共享

重庆依托人民银行重庆市分行自主开发“长江绿融通”,覆盖重庆市九十多家金融机构,打通市级和区县



政府信息平台，实现了绿色项目、环境评价、绿色绩效等上万条信息的共享。四川绿色金融融资对接平台“绿融蓉”已经与省金融信用信息综合服务平台“绿色金融”板块实现互联互通。

绿色公共品牌要充分利用上信息共享来扩大影响力。通过信息共享，可以打破区域和行业的信息壁垒，使消费者、企业、政府等各方能够更全面、及时地了解绿色公共品牌的相关信息。例如，建立统一的绿色公共品牌信息平台，整合品牌产品、企业、认证等信息，方便消费者查询和识别。同时，利用大数据、互联网等技术手段，对品牌进行精准推广和营销，提高品牌知名度和美誉度。

### 参考文献

[1]王笑音.绿色金融对经济低碳转型的影响效应及机制研究[D].吉林大学,2023.  
[2]莫舒婷,陆试群,胥若男.绿色金融支持湖南生态农产品区域品牌建设问题研究[J].全国流通经济,2022,(03):120-122.  
[3]朱洪艳.质量强市背景下区域公共品牌建设的现状、问题及对策探析——以重庆市为例[J].中国标准化,2024,(S1):195-199+203.

[4]杨肖丽,薄乐,牟恩东.农产品区域公共品牌培育:运行机制与实现路径[J].农业经济,2020,(01):125-127.  
[5]王小璟,万怡,邱欢.我国区域公用品牌基本状况分析[J].宏观质量研究,2023,11(02):12-23.  
[6]杜志向.我国区域公共品牌发展现状及对策建议[J].质量与认证,2024,(05):63-66.

项目:重庆工商大学研究生创新型科研项目;yjscxx2024-284-174

作者简介:黄玲(2002.06),女,汉,江西吉安,学生,研究生在读,重庆工商大学,绿色金融

注释:1 中国人民银行.G20 绿色金融综合报告[EB/OL], (2016-09-05)[2016-09-14].  
<http://www.pbc.gov.cn/goutongjiaoliu/113456/113469/3142307/2016091419074520153.pdf>  
2 中国人民银行 财政部等七部委.[EB/OL], (2016-08-31)[2016-08-31].  
[https://www.mee.gov.cn/gkml/hbb/gwy/201611/t20161124\\_368163.htm](https://www.mee.gov.cn/gkml/hbb/gwy/201611/t20161124_368163.htm)