蓄势展翼 创享跨境金融之旅

——访招商银行国际业务部总经理冯申江

招商银行国际业务部总经理冯申江

■ 本报记者 丁翊轩

自2009年人民币跨境业务启动，在两年多时间里，人民币在境外走过遇冷、破冰、渐热的成长之道。当美国的金融家们不再狼狈不堪地为自己的金融信用买单时，当欧洲缓过一口气走上经济复苏的快车道时，当印度等亚洲国家逐渐彰显后起的经济优势时，一路闯来的人民币，是否已经有足够的力量在全球金融市场上站稳？在人民币境外起飞之时，国内商业银行又扮演了怎样的角色？

“我们推出跨境金融品牌，适应了经济形势变化及企业‘走出去’、银行‘走出去’和人民币国际化的趋势。”招商银行国际业务部总经理冯申江说。这家总部位于深圳的商业银行，秉承了敢试敢闯的精神，率先推出了跨境金融品牌，并尝试着进一步做大人民币国际市场。

打造强势跨境金融品牌

“近几年来，招商银行在服务于进出口企业的过程中，一直在思考如何形成一个统一的、有影响力的品牌。”冯申江说。

如何提高人民币境外投资在金融交易上的应用？所有希望提高市场份额的银行家都会思考这个问题。一向以零售口碑见长的招商银行，正试图在对公批发业务领域中打造一个强势品牌，而“跨境金融”恰好是这样一个品牌的突破点。

“跨境人民币从单纯的贸易项下逐渐扩大到了所有经常项目和部分资本项目，经常项目下又包括货物贸易、服务贸易、收益转移等。”冯申江介绍，“从经常项目到资本项目，已经有不少资本类的FDI（外商投资）和ODI（对外投资）项目采用了人民币。除此以外，人民币不仅要成为经常项目和资本项目的计价结算货币，还要逐步成为国际化的交易货币和储备货币。目前，要完全实现这一目标还有一些难度，比如人民币还不能完全自由兑换，而较为可行的途径是：逐步形成一个离岸的人民币交易市场，再通过这个市场来影响国内、逐步开放和完善各项监管政策，我认为这样做是非常有必要的。但这要取决于人民币利率市场化和资本项目放开的时间进度。”

尽管面临着一定的政策问题，招商银行仍坚持以自己的方式来推动跨境人民币业务的发展。

从早期的点金贸易金融“八大套餐”，到金融危机期间的“同舟共济”系列产品，再到2010年的“远航新动力”系列产品，招商银行始终能快速地洞察全球金融市场的风云变化。其最近推出的“跨境金融”品牌，将商业银行业务和投资银行业务进行了紧密结合，不仅提供跨境结算、融资、交易理财、现金管理等金融服务，还利用永隆及招银国际这两个海外的商业银行和投资银行平台，提供境外上市、境外发债等多领域的金融服务。

实际上，招商银行跨境金融的品牌已经涵盖离岸金融、避险理财、全球现金管理、跨境供应链、“走出去”金融等各类产品。

“做跨境业务最主要的，是把以前的单一产品，或是将不同时期的市场特点和产品要素，整合为一种综合化、专业化的品牌产品。我们推出跨境金融品牌，适应了经济形势变化及企业‘走出去’、银行‘走出去’和人民币国际化的趋势。”冯申江介绍。

凸显综合服务优势

作为拥有人民币境外项目融资资质的5家银行之一的招商银行，同时也是央行货币互换协议下的境外货币当局开户的3家银行之一，还是境内唯一一家获批境外放款额度和配套优惠政策的银行，这些平台与政策优势，让招商银行在跨境人民币金融这一领域做得顺风顺水。而永隆与招银国际这两个平台，也让招行拥有了投行与商行结合的全新竞争力。

利用独特优势，招商银行积极凸显其投、商行结合的发展亮点。“我们原来主要为境内企业服务。跨境金融推出以后，我们帮助企业做劳务输出或承包项目，从建筑设计到总承包，到现在的投融资与建筑承包。”冯申江说，“投融资的资金一方面来自国内银行业的资金支持，另外也借助了国际上的融资平台。在这种情况下，我们通过招商银行的海外机构与外资银行、国外同业联手，共同满足企业的海外投融资需求。”

招商银行不仅支持企业进行全套设备的出口，同时也为企业在境外收购资产或者股权提供帮助。冯申江介绍，招商银行在金融支持上符合国家支持企业“走出去”的大趋势，同时也为企业提供更好的资源全球范围内合理配置方案。

人民币跨境新旅程

随着各种利益博弈，国内货币政策正在逐步放开。人民币要想真正被全球所接受，必须做到利率市场化及放开资本项目的管制。

“人民币在海外滞留、形成离岸市场，从货币市场交易、企业计价结算、海外投融资等多渠道加以运用，逐步提高被接受的程度。”冯申江说，人民币可先在香港及新加坡形成资金池，同时充分借助香港和新加坡的国际金融中心的功能，培育人民币在全球的信誉度。

自去年人民币在香港基本实现自由兑换之后，这已经成为一个趋势。

冯申江认为，形成一定规模的人民币资金池，是人民币在境外腾飞的前提。

“如果量少的话就没有意义了。现在，我们提出人民币在区域内要有一定的量。等到时机成熟的时候，人民币利率市场化，资本项目放开，才有可能形成一个统一的全球化市场。”冯申江说，“要成为区域性的货币，正如欧元的发展过程一样，人民币走出去要先‘区域化’，这是一个过程。但是最终人民币真正走出去、被全球所接受，则一定是伴随着利率市场化和资本项目完全可兑换的。”

无疑，招商银行正在快速成长。这家总部位于深圳的商业银行，带着锐气、冲劲与勇气，开始了人民币跨境新旅程。

贸易金融

凭借全球网络优势

汇丰银行强力推动中小企业“走出去”

很多企业，尤其是大中型企业在“走出去”过程中遇到的不仅是财力方面的问题，更需要熟悉当地的整套金融解决方案。

作为一家拥有遍布全球87个国家和地区的7500多个网点的国际化银行，汇丰强大的国际网络优势和对各地的商业见解，能为企业带来哪些有价值的服务？

汇丰本地化团队专注于每个市场中不同客户的需求，例如，汇丰在西南地区有一个从事钢铁项目的国有企业客户，正计划拓展海外市场。他们了解到像越南等一些国家和地区正着力开展基础建设，未来几年将有很大的市场前景。为了抓住这些机会，他们计划拓展越南的业务。

正在这家企业为如何才能尽快了解越南市场，并顺利进军越南市场时，他们想到了汇丰银行。作为这家国企的“老朋友”，汇丰银行义不容辞地担当起客户走出去的“好帮手”。

此前，由于汇丰中国一直保持着和海外分行的充分互动，关键时刻，汇丰的客户经理通过内部资源，联系到对当地的经济形势、政策法规有着深入了解和把握的越南同事，协助联系越南当地权威的法律、经济等相关机构对此项业务进行分析，并将分析可行性报告给予这个国企所在地的相关部门，使其很快地从第三方获得有用的资料，最终帮助该企业成功拓展在越南的业务。

从以上案例看出，随着中国和海外市场的联动增加，汇丰强大的海外网络服务客户的优势凸显。汇丰对于当地企业的深入了解，与海外团队的紧密合作、良好互动，通过汇丰在全球各地的团队和资源，给予本地企业的资讯与多方位支持，提供或促进商业机会，是汇丰广阔的网络为企业所用的价值所在。

客户在遇到困难的时候，第一个想到的求助对象就是银行，这足以说明汇丰在过往的金融服务中与客户保持着良好的银企关系。而且，和汇丰中国有往来的客户到汇丰的海外分行，也会被当成“老朋友”来对待，享受的服务和国内所提供的是一致的。这与传统的“支持与被支持”的银企关系形成鲜明对比。

从另一个角度看，作为一家提供金融服务的机构，汇丰还提供与金融服务相关的附加服务。汇丰提供的服务不仅局限于前期的咨询服务，还包括协助客户在海外建立分支网络、客户海外资金账户的管理等。

除此以外，汇丰还为企业提供增值服务，例如为客户海外融资做推介，企业无需再耗费大量时间对其操作、风险控制、管理能力、财务实力向当地银行一一解释，就能很容易地获得当地银行的融资。虽然当地分行也有各种监管考量，但有了汇丰的推荐，企业海外融资会变得更加容易。

汇丰一直致力于利用其全球超过87个国家和地区的强大分行网络，为“走出去”的中国企业提供成套金融解决方案。在中国企业投资活跃的地区，如中东、拉美、英国等国家和地区，汇丰都建立了中国企业服务中心（ChinaDesk），提供针对中国客户的专属服务。（林 文）

跨境点金 特约专栏
HSBC 汇丰
环球金融 地方智慧

华夏银行首推“卖断型接力贷”

本报讯 近日，华夏银行首家推出“卖断型接力贷”业务并顺利在绍兴分行开展，开创了银行业小企业金融服务业务格局。

“卖断型接力贷”是华夏银行与小额贷款公司等第三方机构分两个融资时段共同为小企业提供信贷支持的创新产品。这一产品是华夏银行为更好地服务小企业，与第三方机构共同搭建的小企业融资平台，可以较大幅度地降低小企业直接向小额贷款公司融资的高额资金成本。同时，小额贷款公司在规模受限的情况下增加了收入来源，银行也扩大了小企业客户群体，实现了三方共赢。

据了解，华夏银行绍兴分行与汇金小额贷款股份有限公司就“卖断型接力贷”业务展开合作，首批已为7家小企业发放贷款6100万元，绍兴绿味现代生态农业科技有限公司就是其中之一。2010年下半年以来，受信贷规模限制的影响，该公司融资困难，发展受限。在华夏银行与汇金公司的共同努力下，为其发放了1000万元接力贷贷款资金，使其预计总投资1200万元的联栋大棚智能化玻璃温室建设（该项目今年被列为绍兴县“三个一批”项目）顺利启动，有效支持了当地农业企业的发展。此外，华夏银行还在北京、温州、绍兴、广州、重庆、武汉、成都、乌鲁木齐、杭州等地区的小额贷款公司开展更广泛的“卖断型接力贷”产品的推广与合作，合作额度达7.65亿元。（丁翊轩）

上海大众荣获“最佳低碳企业奖”

本报讯 近日，上海大众汽车有限公司（以下简称“上海大众”）凭借一直以来在低碳领域做出的成绩，在“2011仁商·低碳榜”的评选活动中荣获了“仁商最佳低碳企业”奖和“最佳低碳公益案例奖”，成为环境保护的先锋企业。

早在成立之初，上海大众就提倡“环境和社会和谐友好”的发展理念：把节能环保的原则贯穿到生产销售服务的各个环节，使之成为上海大众承担企业社会责任的重要组成部分。上海大众还注重对供应商和相关方施加环境影响，在全产业链上做到节能减排，提高“全过程”环境保护能力。

在刚刚公布的第六批“节能产品惠民工程”节能汽车推广目录上，上海大众旗下4款车型榜上有名。至此，上海大众双品牌已有7个系列25款车型上榜，凸显了上海大众在绿色环保技术上的优势。

前不久，上海汽车集团股份有限公司与大众汽车股份公司签署了《关于支持上海大众电动车开发的联合声明》，表明双方将共同支持上海大众在新能源技术领域的发展。在今年4月的上海车展上，上海大众总经理张海亮表示，今后将推出电动汽车项目，要在轿车产品的节能环保领域做出更多新的贡献。

上海大众对于绿色的理解随着企业整体实力不断提升也在逐渐延伸。作为国内的绿色先行者，上海大众主动承担起引导和提高中国汽车行业乃至全社会公益环保意识的重任，积极推动环保节能的进程。（黄 贞）

商业快讯