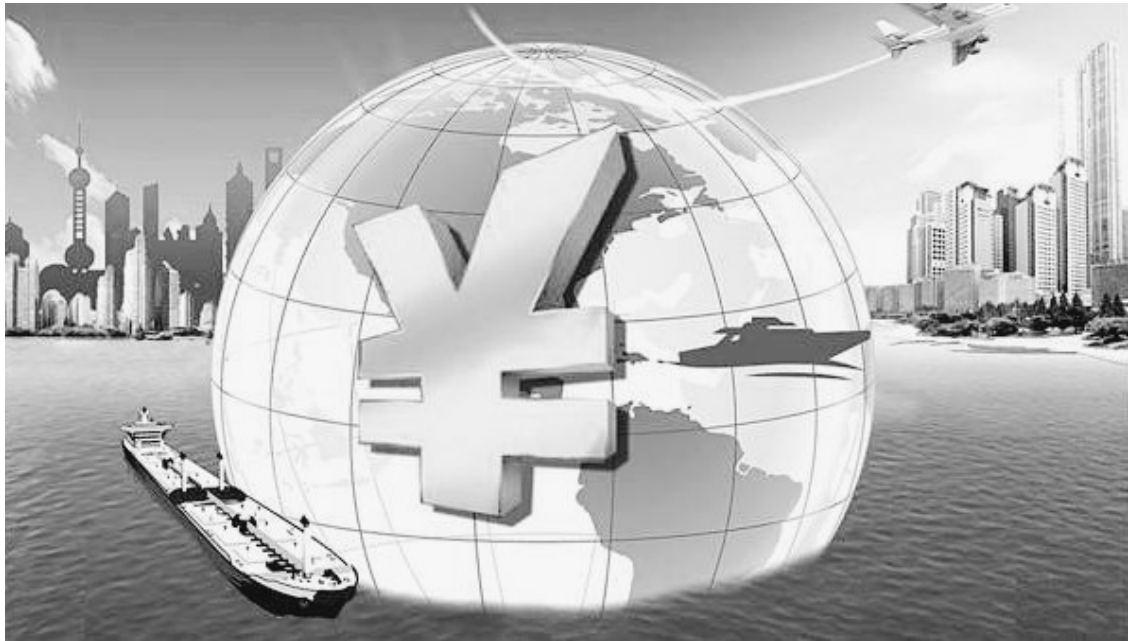


拓展中国业务丰富融资渠道

跨国企业乐用人民币结算



■ 李应齐 管克江

随着“一带一路”建设的推进,以及亚投行、金砖国家银行和丝路基金的建立,中国在国际金融体系中承担起更多的责任,人民币国际化也风生水起。有媒体评论说,发展速度尽管不会太平顺,但可能比大多数人预期的要快。一些跨国企业对使用人民币结算青睐有加。

英国安理国际律师事务所近日发布的一份名为《人民币:一款新的全球货币》的调查报告称,跨国公司对使用人民币进行交易结算的需求正在不断上升,人民币正在逐渐成为重要的全球货币。

这份报告的结论是在今年1至2月份对分布在美国、欧洲、亚太地区的150家不同领域跨国企业资深高管进行调查后得出的。90%的受访企业表示,使用人民币对他们的企业是重要甚至非常重要的,62%的受访企业表示,预期未来5年人民币跨境交易量将增长一倍以上。同时,超过一半的非中资跨国企业在中国以外的离岸市场使用人民币结算,包括新加坡、韩国、欧元区、英国等离岸市场,表明人民币交易正逐步走出国内市场,国际化进程不断加速。

“人民币同其他主要货币一样重要”
报告说,对大众、戴姆勒、福特及通用汽车等欧

美汽车制造商而言,人民币已经成为他们的第二大常用货币。未来,随着同中国贸易的不断发展,从大宗商品到机械制造业再到服务业各部门,将有越来越多的跨国企业增加对人民币的使用。

以德国大众汽车为例,第一大交易货币为其本土市场货币欧元,第二大交易货币已并非美元而是人民币,这反映了中国市场重要性的不断凸显以及双方贸易关系的不断增强。大众汽车集团(中国)市场公关部给记者的书面答复说,中国是大众汽车集团全球范围内最重要的市场,2014年,大众汽车在中国市场交付汽车370万辆,且在中国的所有业务交易均用人民币结算。

随着捷豹汽车在中国销量的不断增加,以及2014年同中国奇瑞汽车达成百亿元人民币合资工厂项目,人民币的交易及使用成为英国捷豹路虎公司财务的重要一环。该公司财务主管本·伯格保尔表示:“对我们来说,人民币同任何一种其他主要货币一样重要。我们主要使用人民币进行销售结算、合资项目股权出资、销售分红以及套期保值和现金投资。事实上,现在在伦敦,我们已经可以就人民币的交易及管理做我们想做的几乎所有的事。”

中国银行伦敦分行副行长王化斌向记者表示,过去两三年,随着人民币国际化的不断发展,越来越多的跨国企业,尤其是与中国有贸易和投资往来的

企业选择使用人民币进行交易结算、风险敞口管理以及融资管理,这一趋势正在不断发展过程中。几十家英资企业通过中行伦敦分行表达出对使用人民币金融产品的兴趣。以英国某大型汽车制造商为例,中国已经是其最大单一国家市场,人民币的使用已经成为其企业财务管理的重要部分,2014年其人民币结算量超过百亿元。随着人民币开放程度不断提高,国际化进程不断推进,未来会有更多的企业选择人民币作为日常企业经营管理的结算和交易货币之一,进而促进企业在华投资,进一步推动人民币国际化发展。

中国金融改革降低跨国企业资金交易成本

人民币国际化正在大踏步前进。环球银行金融电信协会的数据显示,今年1月,人民币取代加元和澳元,跻身全球第五大货币,仅次于美元、欧元、英镑和日元。

对于人民币在国际市场上使用的大幅增加,报告认为主要原因是中国政府实施了一系列改革措施,进一步开放了金融市场。2009年开始实行的跨境贸易人民币结算,以及李克强总理在2015年政府工作报告中表示将“稳步实现人民币资本项目可兑换”,都极大推动了人民币的国际化。例如,上海自贸区跨境人民币双向资金池的使用降低了跨国企业资金交易成本,37%的受访企业表示已开始使用这一机制,53%的企业表示未使用但正在考虑使用该机制。

今年3月起,德国伍尔特集团正式建立跨境双向人民币资金池。通过与汇丰银行合作,该集团在上海自贸区的人民币账户同在德国的人民币账户实现了直接划转。这是德国第一家建立跨境双向人民币资金池的企业,也是汇丰银行继新加坡、香港和英国之后,在德国推出的首个双向人民币解决方案。

跨境双向人民币资金池的特别意义在于,此前跨境的资金流动必须提供用途证明,但现在企业可以根据自己的需要进行资金调配,根据不同的利率、汇率进行资金安排。汇丰银行相关负责人表示,中国政府正有步骤地推进人民币国际化。跨境双向人民币资金池有助于离岸和在岸市场之间的人民币流通,能够促进人民币投资、融资和人民币风险管理产品的发展。伍尔特集团资金管理部门负责人帕特里克·伊莫兹说,有了跨境双向人民币资金池,他们可以为在德国的中国客户提供更好服务。

事实上,对于跨国企业来说,增加人民币交易已

不再只是锦上添花的选择,而是扩展国际业务的必然。受访的企业高管们纷纷表示,使用人民币有助于进一步投资中国内地,扩大其在中国的业务,增加工资和福利发放的灵活性,大大降低交易成本。跨国公司的高管在接受调查时表示,在跨境交易中使用人民币进行支付有一系列的好处:45%、42%的受访者分别表示能获得更低的交易和融资成本,41%的受访者表示将增加新的投资机会,40%的受访者表示能拓宽同中国市场买家以及供应商的渠道。

随着人民币国际化的稳步发展,越来越多的企业不仅将人民币作为结算货币使用,同时也将人民币使用作为丰富融资渠道的选择。未来,对于那些在中国市场上有着极大交易量和收入的跨国企业来说,人民币资本市场将有非常大的吸引力,蕴藏着人民币国际化新的发展空间。

跨境电商供应链巨头赴港“授业”

记者日前从跨境电商供应链巨头315BAY处了解到,受巴黎高等商学院(HEC Paris)香港校友会邀请,该公司将于5月22日在法国香港领事馆联合举办电商和电商国际供应链讲座,为法国等欧洲企业高层“传授”其独特经验。

据了解,跨境电商供应链巨头315BAY总部位于香港,在中国跨境电商中占有举足轻重的地位。自2014年以来,315BAY频繁地在香港斥资租赁下多个大型仓库,加上近期和欧洲渠道商、品牌互动频繁,大有加速扩大供应链版图趋势。

跨境电商在中国发展得如火如荼,在前端销售火热的情况下,仅靠海外扫货难以保证货品的品质和供应的稳定性,国际化供应链正迎来一个巨大的商业机会。法国作为老牌的工业国家,有众多知名品牌受制于传统店面渠道的影响,许多优质的法国产品尚不为广大的中国消费者所熟知。

微点评:跨境电商正成为眼下电商行业最引人注目的细分领域。

力拓可能以10亿美元出售部分铝资产

据英国《金融时报》报道,全球矿业集团力拓再次计划出售部分铝资产,可能的交易规模为10亿美元。

两年前,力拓曾计划出售其太平洋铝业部门(Pacific Aluminium),但后来取消了这一计划,如今可能再次考虑出售部分铝资产。《金融时报》17日援引消息人士的话说,力拓已聘请瑞士信贷为其太平洋铝业部门寻找买家,该部门由一些澳大利亚和新西兰的炼厂组成。

2007年,力拓斥资380亿美元收购加拿大铝业(Alcan),但铝业部门盈利状况一直不佳,随后蒙受了约300亿美元的资产减记和损失,这险些将力拓推向破产,并迫使力拓前首席执行官汤姆·艾博年辞职。力拓首次表示将出售太平洋铝业部门是在2011年。2013年,力拓再次表示正在考虑出售这个部门。之后却放弃了出售的努力,原因是市场对铝资产的需求疲弱,市场环境不佳。

一些分析认为,目前全球铝市场仍面临供过于求的局面,铝价格仍面临持续的下行压力,这可能推动一些生产商进行必要的减产。

但力拓本月表示,不会放慢扩大铁矿石产量的脚步,将会专注于通过缩减成本来提高利润。

微点评:看这形势,力拓出售资产的脚步不会轻易停歇。

(本报综合报道)



肯德基在华面临苦日子?

外媒称,在亿万富翁投资者丹·洛布建议百胜餐饮集团考虑剥离中国业务后,分析师近日在上海向这家美国快餐连锁集团抛出了一大堆尖锐问题。

据英国《金融时报》网站5月18日报道,百胜旗下拥有肯德基和必胜客等餐饮品牌。在上海举行的年度投资者会议上,其麻烦缠身的在华业务成为投资者最关心的问题。这次投资者会议早在洛布插手经营战略之前就已排定。

分析师估计,百胜中国业务价值可达200亿至220亿美元。但在一般投资者看来,情况却没有那么乐观。洛布认为,百胜中国旗下餐厅接待的都是有能力攀爬社会阶梯的中产阶级顾客,但这些餐厅很可能坐满了节俭的中国大妈。

一直以来,肯德基是在华外国餐饮品牌的典范。但如今的肯德基餐厅特别是大城市的肯德基餐厅,除了一部分钱包鼓鼓的顾客光临,还是老奶奶款待家中独孙、或上了年纪的媒人临时给人做媒的地方。

上海中国市场研究集团消费行业分析师詹姆斯·罗伊表示:“我不得不说,肯德基在中国最好的日子很可能已经过去了。它眼下面临许多不利因素。”

这些挑战包括劳动力成本和租金不断上涨、人工短缺、消费者口味改变、竞争日益加剧。这说明,百胜所面临的更多是结构性问题,而不止是近期食品安全丑闻带来的暂时麻烦。

“百胜中国从之前的多次业务低谷中走了出来。然而,复苏所花的时间和营销支出一次比一次多。”沃伦资本的李君衡说,百胜在中国面临的挑战大多是结构性、而非一次性的。靠一些推高股票估值倍数而忽视基本面的财务手段,不太可能解决这些结构性问题。

肯德基日益面对来自创新创业型快餐概念的



竞争。罗伊表示,这类餐厅在中国越来越不流行了。他们必须采取措施避免被边缘化,而在这方面他们没有别的企业——比如麦当劳做得好。

百胜最近的财报称,中国市场第一季度同店销售额同比下降12%,利润也同比下滑。但该公司首席执行官格雷格·克里德预计今年下半年业绩会有所好转。

在肯德基走下坡路之际,不少外国零售品牌都在华遭遇了困难,不止是快餐业,超市、电子产品和家装零售等许多行业也是如此。近年来,美国零售商百思买和家得宝等大型国际品牌都被迫退出了中国市场。

但参加了百胜上海年度投资者会议的伯恩斯

坦餐厅分析师萨拉·塞纳托雷,却对百胜在华前景持较为乐观的看法。“他们看上去正在从供应链丑闻中走出来。尽管他们承认市场竞争已变得更加激烈……但由于他们在这里一直拥有规模、品牌认知度和供应链等优势,因此有充分理由相信他们能够保住市场份额方面的领先地位。

咨询公司科尔尼大中华区零售业合伙人托尔斯滕·施托克尔表示,现在就预言一个在中国内地极为知名的品牌将走上末路还为时太早。他接着说:“像百胜这样的‘市场创造者’自然必须付出额外的努力,才能一直领先于往往由其自己孕育出的竞争对手。”

(灿考)