



中国银行人民币 国际化业务白皮书

——走进全球财富500强的人民币

2014
年度

2014年11月

目录

Contents

前言	01
要点	02
一、对人民币国际化的预期	03
(一) 境外企业对人民币国际地位的预期更加积极	03
(二) 境内企业对人民币跨境交易使用水平的评估更加乐观	03
(三) 跨境人民币的使用意向进一步提升	04
二、人民币跨境使用的状况	05
(一) 人民币在跨境交易中的使用水平明显提高	05
(二) 人民币境外流转取得积极进展	05
(三) 人民币计价结算主动权明显改善	06
三、人民币国际化产品和服务	08
(一) 人民币国际化金融产品中，结算和贸易融资的普及程度最高	08
(二) 对人民币国际化金融产品的需求更趋多样化	08
(三) 境外人民币金融服务更加普及，产品种类更趋丰富	10
(四) 中行海内外一体化服务最受客户认同	10
四、走进全球财富500强的人民币	11
(一) 对人民币国际化的预期更加乐观	11
(二) 参与人民币国际化业务的领域更广泛	12
(三) 使用人民币的意向受汇率波动的影响更小	13
(四) 银行品牌和国际化经营优势是选择合作银行首要考虑因素	13
五、结论和启示	16
(一) 人民币国际化自我发展的内生动力在逐步形成	16
(二) 人民币计价结算职能进一步增强	16
(三) 扩大人民币跨境使用应完善基础产品，推进关键产品创新	16
(四) 扩大人民币跨境使用，应关注和服务跨国经营及走出去企业	16
附件：调查样本和调查方法	17

前 言

2013年7月,《中国银行跨境人民币业务白皮书》首次发布获得媒体广泛报道。凭借全球化经营网络和广泛的客户基础,中国银行组织的人民币国际化业务调查涵盖境内外3000多家企业,是迄今为止样本数量较大、覆盖区域较广的人民币国际化业务调查之一,在此基础上统计整理形成的《白皮书》,其权威性和参考价值获得了较高的社会认同。

2014年,中国银行在上年度全球客户调查报告的基础上进行了改进和完善。一是进一步扩大了调查样本,收集的有效问卷反馈较上一年度增加200多份,总计达3162份,其中来自境外企业的反馈807份,较上年增加105份,涵盖境外22个国家和地区;二是更新了部分问卷选题,及时反映企业对跨境人民币业务新形势、新市场和新产品的看法;三是增设了“走进全球财富500强的人民币”专题调查,以反映大型跨国企业使用人民币国际化金融产品的总体状况。全球财富500强中,开展跨境经营的非金融企业¹ 384家,本次调查得到了其中147家企业的大力支持和积极反馈,客户覆盖率约为38%。

中国银行以“担当社会责任,做最好的银行”为战略目标,是人民币国际化业务规模最大、参与人民币国际化业务最为活跃、人民币国际化业务专业能力最为突出的大型跨国银行集团。中国银行编制并发布《中国银行人民币国际化业务白皮书(2014年度)》,旨在从银行所服务的客户维度反映人民币国际化业务的发展状况,吸引更多企业和个人关注并参与人民币国际化进程,帮助客户更好地选择和使用人民币国际化产品和服务,共同推动人民币国际化更好更快发展。

¹ 剔除金融企业及其他大型本土企业后



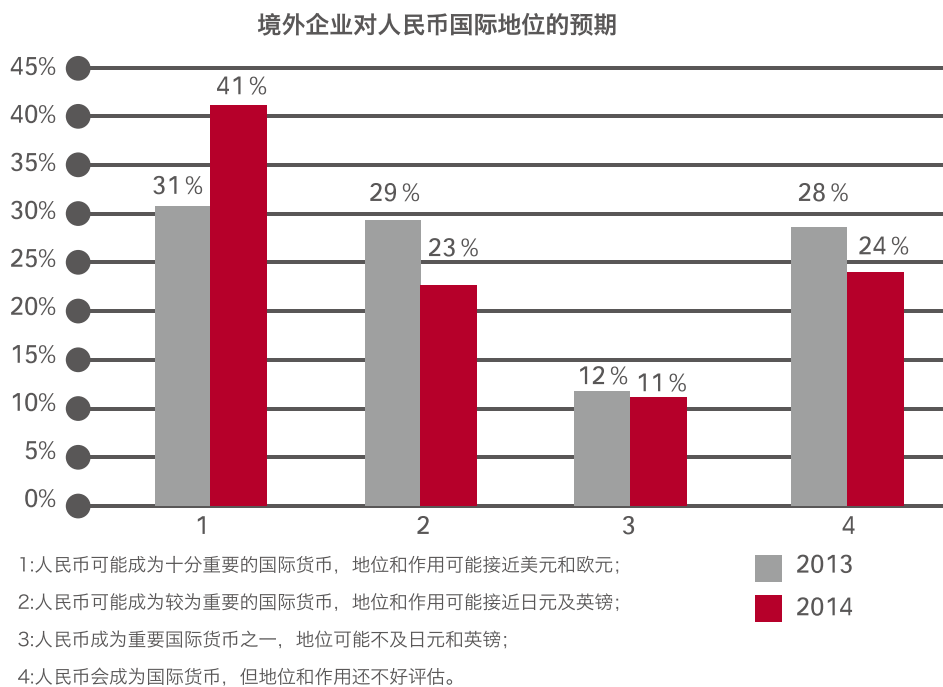
要点

- ▶ 境内外企业对人民币国际地位的预期更加积极，人民币跨境使用的客户需求基础更加深厚
- ▶ 人民币在境外第三方之间的收付使用水平明显改善，国际计价职能进一步增强
- ▶ 境外人民币金融服务更加普及，产品种类更加丰富。结算产品是普及程度最高的跨境人民币产品，对人民币跨境使用便利性的影响最突出
- ▶ 财富500强企业对人民币国际化业务的参与更为广泛，对待人民币汇率波动更加成熟，对人民币结算产品的使用水平还有进一步提升空间
- ▶ 中行人民币国际化产品和服务受到客户积极评价，海内外一体化服务水平最受客户认同

对人民币国际化的预期

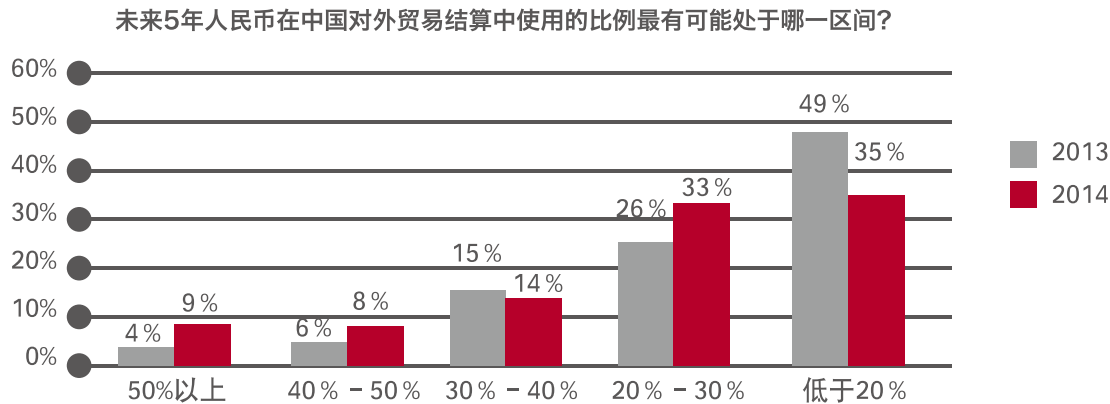
（一）境外企业对人民币国际地位的预期更加积极

与2013年的调查结果相比，受访境外企业对“人民币可能成为十分重要的国际货币，地位和作用可能接近美元和欧元”的认同度达到41%，较去年提升10个百分点，而认为“对人民币国际地位和作用还不好评估”的企业占比下降4个百分点，说明人民币国际化经过5年的发展，已有越来越多的境外企业对人民币作为国际货币的前景和地位形成更加积极的认识和判断。



（二）境内客户对人民币跨境交易使用水平的评估更加积极

境内企业对未来5年人民币在中国对外贸易结算中的使用比例持有更加乐观的预期，认为人民币在对外贸易结算中的使用比例将超过40%的企业合计占受访企业的17%，较去年提升了7个百分点；认为人民币结算使用比例将处于20%—30%之间的企业占比为33%，也较去年提升7个百分点。

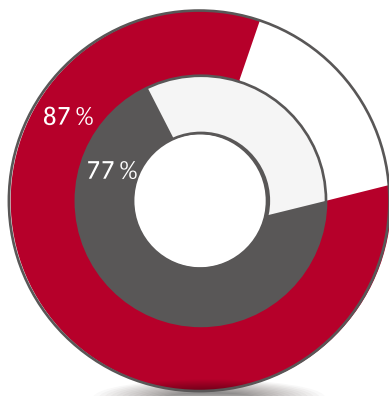


（三）跨境人民币的使用意向进一步提升

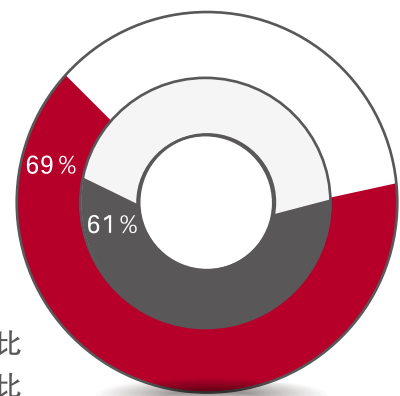
约有87%的境内企业和69%的境外企业打算在跨境交易中使用人民币结算或进一步提升人民币在收付结算中的使用比例，分别较2013年的调查结果上升了10个和8个百分点。

未来是否打算使用人民币或进一步提升人民币在跨境结算中的使用比例？

境内客户



境外客户



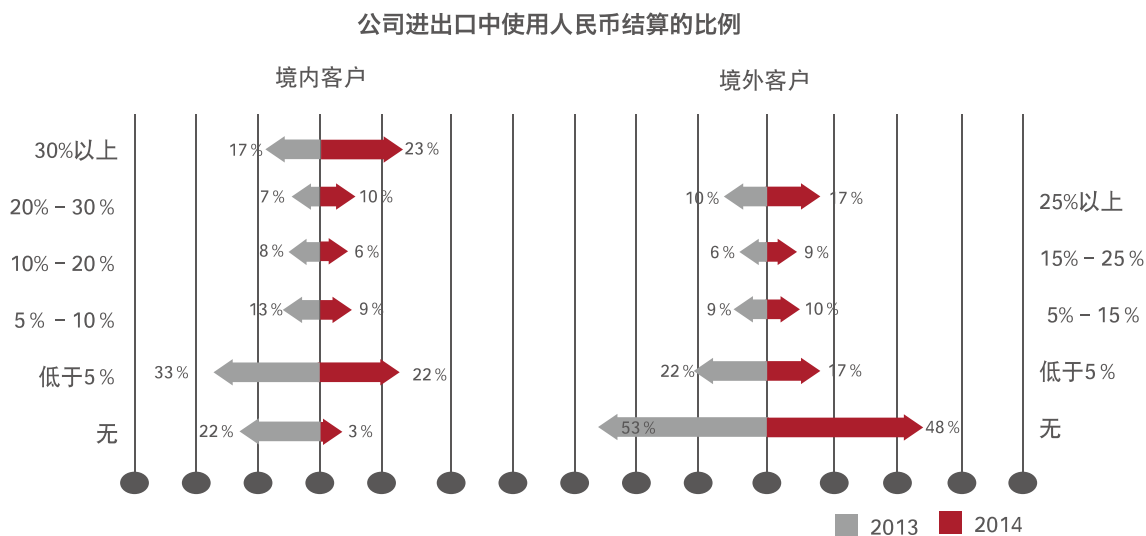
■ 2013年选择“是”的客户占比
■ 2014年选择“是”的客户占比



人民币跨境使用的状况

（一）人民币在跨境交易中的使用水平明显提高

受访企业在跨境交易中实际使用人民币的水平较去年有了明显提高。境外企业进出口过程中使用人民币结算比例超过15%的企业占比达26%，比2013年的调查结果提升了10个百分点；人民币结算比例不足5%的企业占比则下降了5个百分点。对境内企业的调查反馈也显示了相似的结果。

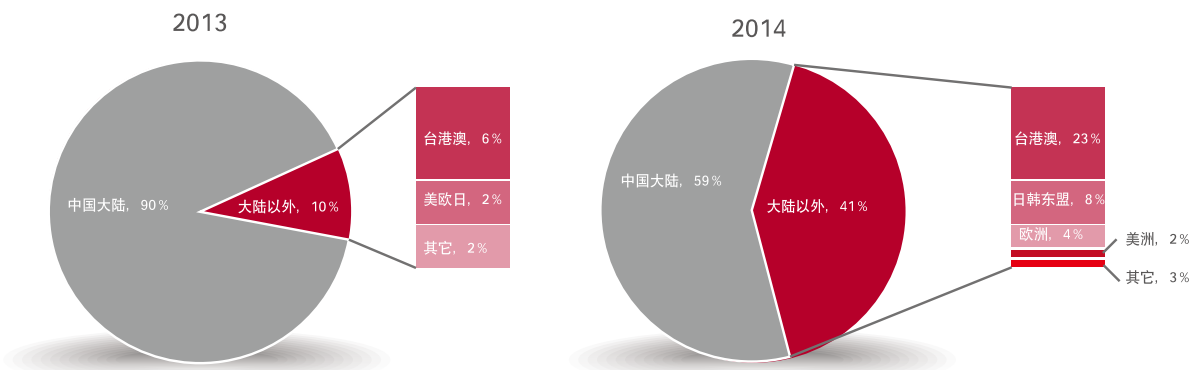


（二）人民币境外流转取得积极进展

境外企业跨境人民币结算的交易对手区域分布呈分散化趋势。在2013年的调查中，仅有10%的境外企业反馈其与中国大陆以外的第三方之间发生过人民币跨境收付，而2014年这一比例提升至41%，其中反馈与日韩及东盟、欧洲和美洲发生过跨境人民币结算的境外企业占受访境外企业的比例分别为8%、4%、2%。

调查显示，中国大陆以外第三方之间发生人民币收付的企业分布区域较上年度更加广泛，发生在第三方之间的人民币往来将进一步提升人民币境外流转使用水平，这也是人民币国际化发展所取得的一项重要进展。

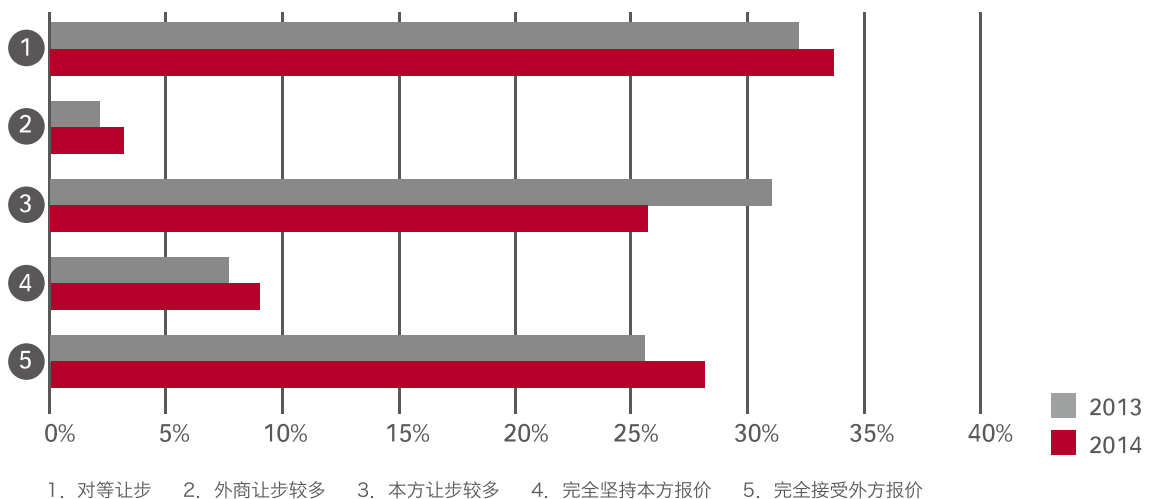
境外客户跨境人民币结算交易对手的区域分布



（三）人民币计价结算主动权明显改善

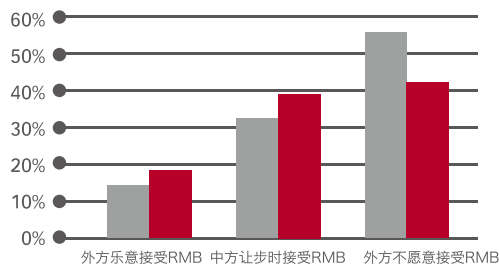
反映人民币计价主动权的一个重要标志是，当汇率变动对境内企业不利时，境内企业是否能基本坚持本方报价，使价格不受或少受汇率变动的影响。从调查结果来看，反馈“完全坚持本方报价、外商让步较多以及双方对等让步”三种情形的境内企业比例均出现一定提升，而反馈“本方让步较多”的比例有了明显下降，这说明境内企业本币报价的主动权有了较大改善。总体来看，境内企业人民币计价主动权仍相对偏弱，在汇率变动不利时，完全接受外商报价而承担汇率风险的企业仍占受访境内企业的26%。

汇率变动对本方不利时双方的议价结果

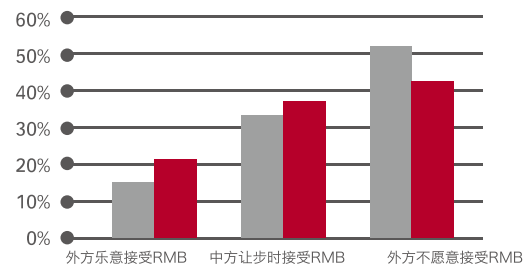


此外，对比2014年和2013年两次调查结果还发现，在进出口业务中，外商愿意接受人民币结算的比例稳步提升，不接受人民币结算的比例明显下降，这也在一定程度上反映出中方企业选择以人民币结算的主动权趋于改善。

进口业务中外商对人民币的接受情况



出口业务中外商对人民币的接受情况



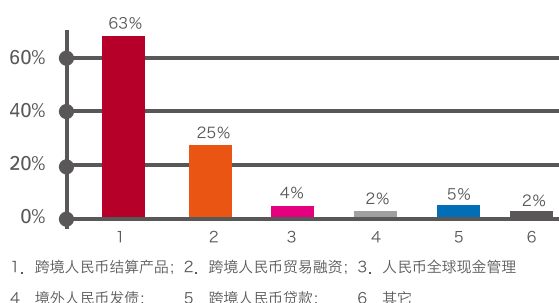


（一）人民币国际化金融产品中，结算和贸易融资的普及程度最高

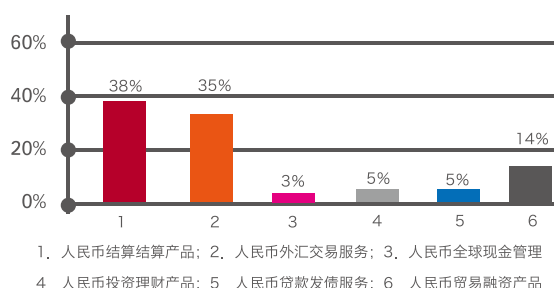
从境内外企业对人民币国际化金融产品的使用情况来看，63%的受访境内企业和38%的受访境外企业在过去一年中曾经使用过跨境人民币结算产品；25%的受访境内企业和14%的受访境外企业使用过跨境人民币贸易融资产品，表明跨境人民币结算与融资是最普及的人民币金融产品，客户参与度最高，而人民币现金管理、贷款及发债等产品的使用水平相对较低。

调查还显示，境外企业对人民币贸易融资的使用水平低于境内企业，这反映出境外企业可能更偏向于以本币进行贸易融资；境内外企业对外汇交易产品使用率上的差异，主要是因为人民币相对境外企业是外币，外汇兑换需求更高。

过去一年使用过的人民币产品和服务（境内客户）



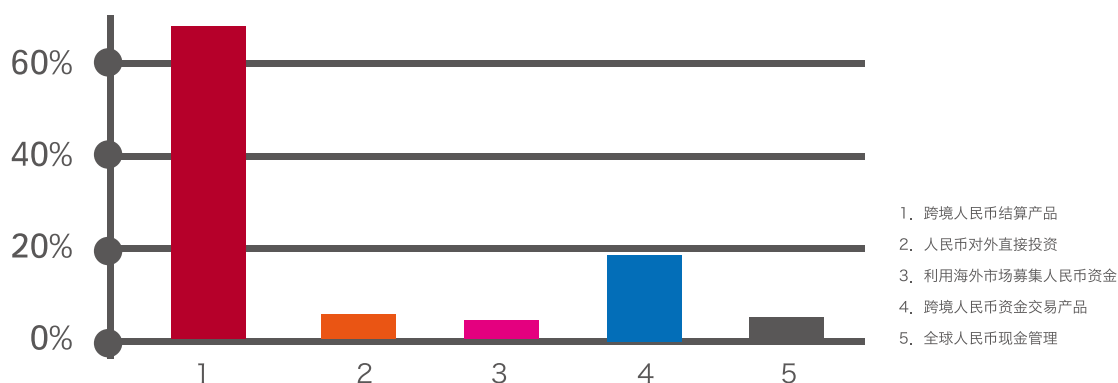
过去一年使用过的人民币产品和服务（境外客户）



（二）对人民币国际化金融产品的需求更趋多样化

调查发现，有相当比例的境内企业打算在未来进一步提高跨境人民币结算产品的使用水平，有望推动人民币在跨境结算中的使用比例继续提升；接近20%的企业打算提高人民币外汇资金交易的使用水平，表明企业管理汇率风险的意识逐步增强；约7%的企业打算增加人民币对外直接投资的使用水平，这一趋势意义十分积极，表明企业“走出去”对人民币“走出去”的拉动作用有增强趋势；此外，打算使用全球人民币现金管理产品、到海外市场筹资的企业也分别占有一定比例，反映出境内企业对人民币国际化金融产品的需求逐渐多元化。

未来打算提升哪些人民币产品或服务的使用水平？

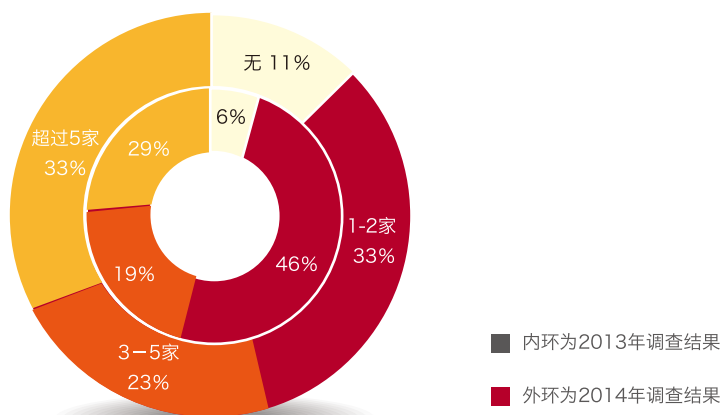




（三）境外人民币金融服务更加普及，产品种类更趋丰富

与2013年的调查结果相比，2014年受访境外企业中，反馈当地有3家以上银行提供人民币金融服务的比例上升了8个百分点，而反馈当地只有1-2家银行提供人民币金融服务的比例大幅下降²。调查还显示，境外人民币金融产品的种类也更趋丰富，反馈当地银行能够提供3-5种人民币金融产品的比例较2013年提升7个百分点。越来越多的境外银行加入人民币市场并尝试提供更丰富多样的人民币金融产品，有利于进一步改善离岸人民币市场广度和深度，提升人民币国际化金融服务整体水平。

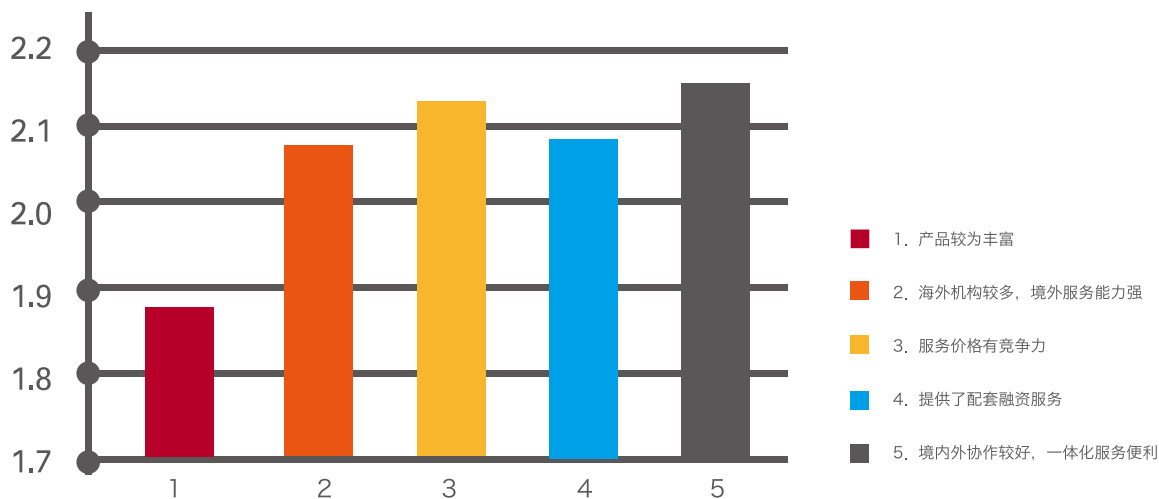
境外人民币产品和服务普及程度



（四）中行海内外一体化服务最受客户认同

中行服务最让客户满意的因素排名中，“境内外协作水平好、一体化便利程度高”等选项的客户认可度最高；“服务价格有竞争力、海外服务能力强、提供配套融资”等也得到较高认可，客户满意度较为接近，这些因素反映出中行在人民币国际化业务领域的综合竞争力。凭借海外机构优势网络、海内外良好的协作联动，以及同等服务品质下更具竞争力的价格优势，客户在使用中行跨境人民币产品和服务时获得了满意的体验。

中行跨境人民币服务最令客户满意因素排序



² 反馈当地暂无人民币产品和服务的比例有所上升，主要是因为本年度客户调查问卷样本的选取范围更广，基本覆盖全球500强客户所处的各个国家和地区。

走进全球财富500强的人民币

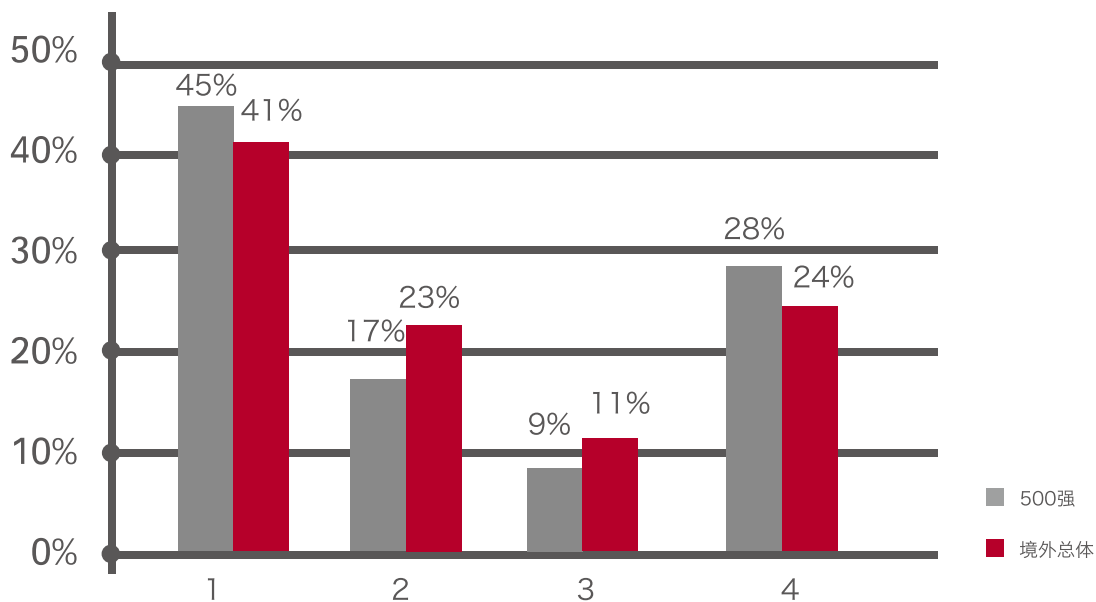
随着经济全球化程度的不断提高，全球财富500强企业在全球金融资本流动、技术转移、供应链管理、国际收支平衡等方面发挥着越来越重要的作用。作为活跃于国际经济舞台上的重要客户群体，全球财富500强企业广泛参与跨境、多币种的贸易收支和资本运作，在推动货币国际化使用方面也扮演着重要角色。人民币在全球财富500强企业中的普及和使用情况如何，是了解人民币国际化使用水平的一个重要观察维度。为此，本次调查将全球财富500强企业作为一个单独群体，对其反馈的信息进行整理并与调查总体样本进行比较，以期反映财富500强看待和使用跨境人民币的具体特征，更好地揭示人民币国际化发展状况。

（一）对人民币国际化的预期更加乐观

境外财富500强企业对人民币国际地位的预期较受访境外企业整体更为乐观。有45%的受访境外财富500强企业认为未来人民币可能成为十分重要的国际货币，地位和作用接近美元和欧元，这一占比高于境外企业样本总体水平。

但是也有28%的受访境外500强企业对人民币作为国际货币的地位暂未做出明确评估，这一比例同样高于境外企业样本总体水平，表明仍有不少境外财富500强企业对人民币国际化地位的预期尚不明确。

境外财富500强与境外客户样本的人民币国际化预期对比

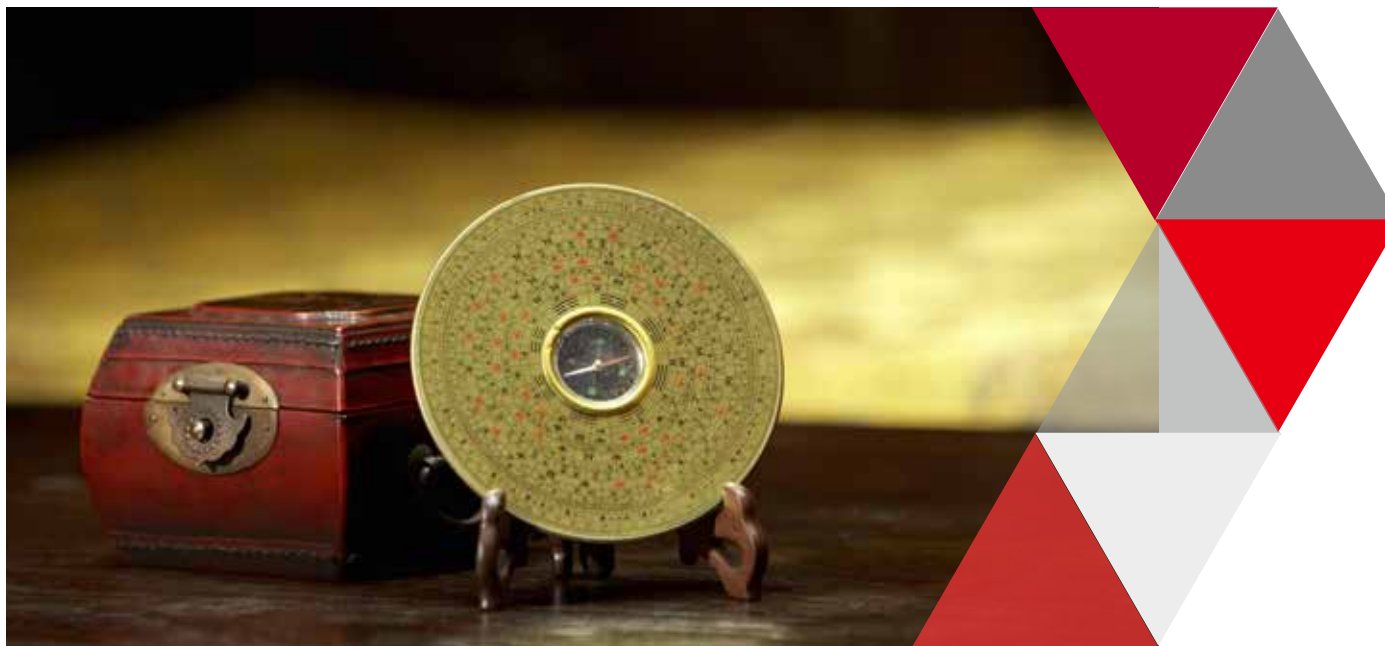
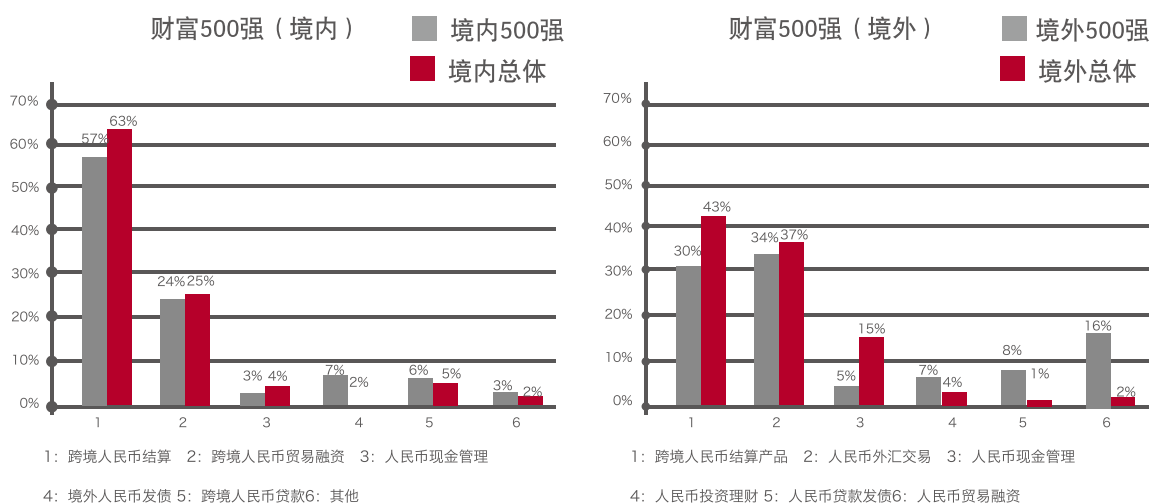


1. 人民币可能成为十分重要的国际货币，地位和作用可能接近美元和欧元
2. 人民币可能成为较为重要的国际货币，地位和作用可能接近日元及英镑
3. 人民币成为重要国际货币之一，地位可能不及日元和英镑
4. 人民币会成为国际货币，但地位和作用暂不好评估

（二）参与人民币国际化业务的领域更广泛

调查显示，财富500强企业参与人民币国际化的领域更广，更注重人民币国际化金融产品的丰富性。值得注意的是，受访财富500强企业中，发行境外人民币债券、开展人民币信贷和贸易融资的比例明显高于一般企业样本，表明财富500强企业对于离岸人民币市场的参与更为活跃，能够在全球范围内开展人民币借贷、发债与人民币资产配置。

全球财富500强客户使用跨境人民币产品和服务的情况



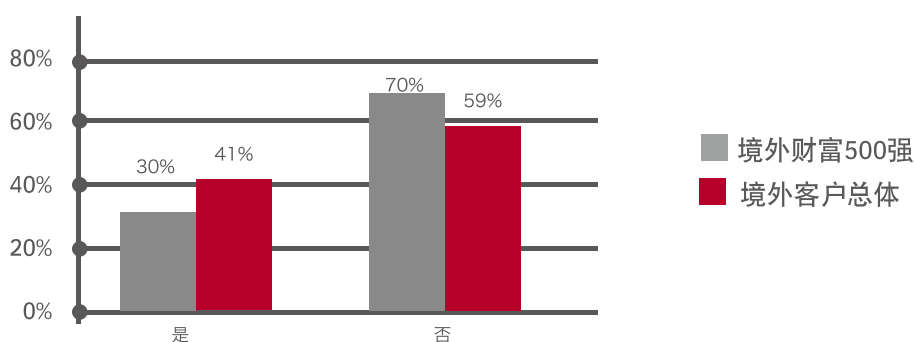
走进全球财富500强的人民币

（三）使用人民币的意向受汇率波动的影响更小

70%的受访境外财富500强企业认为，2014年一季度人民币对美元汇率贬值没有对公司使用人民币的意向产生实质性影响，这一比例较境外一般企业样本高11个百分点。

调查还显示，境外财富500强企业中不保留汇率风险敞口或管理净汇率风险敞口的企业占比较境外一般企业样本高6个百分点，表明境外财富500强企业相对更加注重对人民币汇率风险的对冲和管理，其使用人民币的意向受短期汇率波动的影响较小，对人民币币值保持长期稳定更具信心。

2014年一季度人民币对美元汇率贬值是否实质影响公司使用人民币的意向？



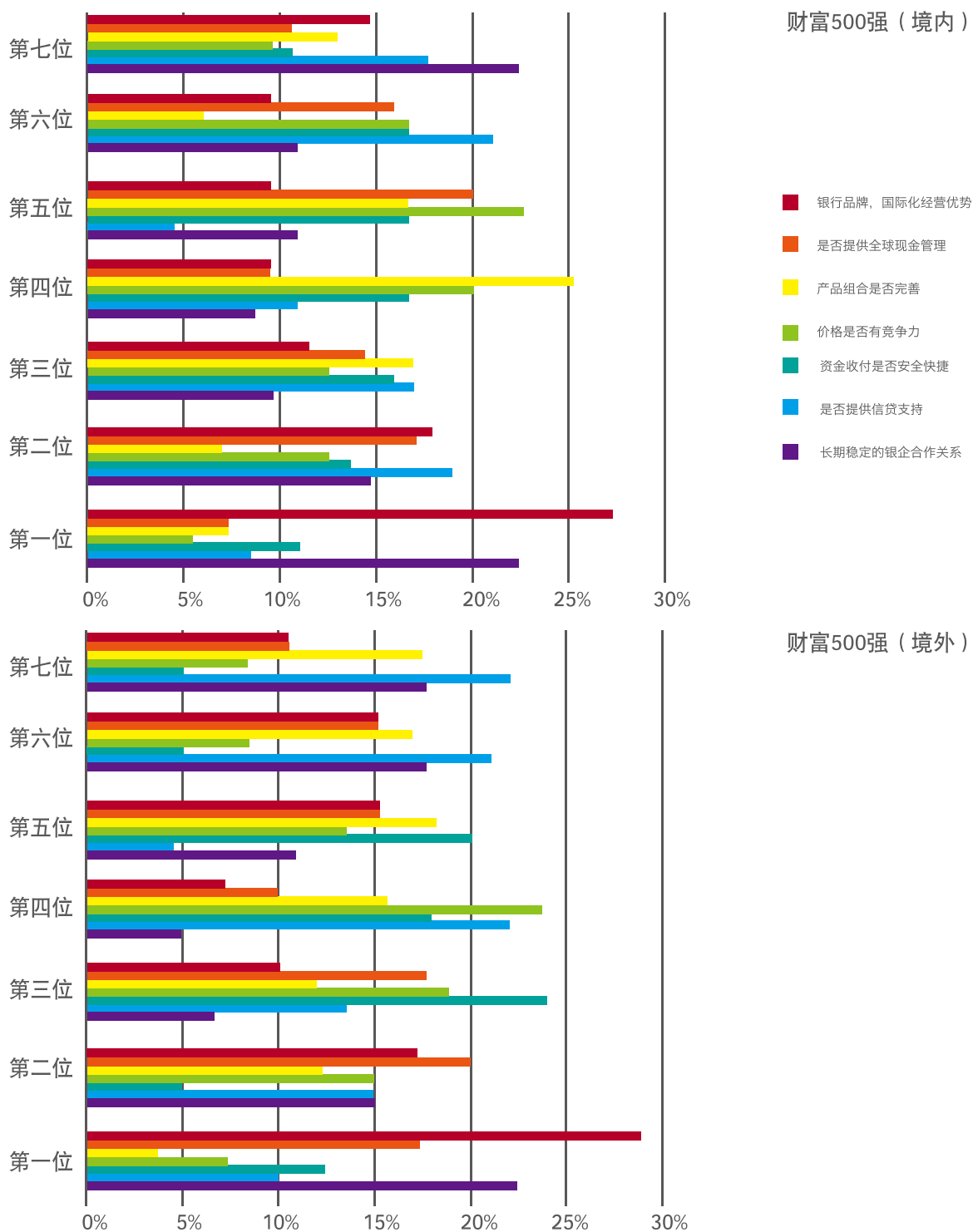
（四）银行品牌和国际化经营优势是选择合作银行首要考虑因素

在“长期稳定的银企合作关系、是否提供信贷支持、价格竞争力、产品组合是否完善、银行品牌及国际化经营优势”等诸多企业选择跨境人民币业务合作银行的考虑因素中，将“银行品牌和国际化经营优势”置于首要位置的财富500强企业占比最高，其次对“长期稳定的银企合作关系”也给予较高的考虑权重。

境内财富500强企业其次考虑的重要因素依次为“是否提供信贷支持”以及“产品组合是否完善”，境外财富500强企业其次考虑的因素依次为“是否提供全球现金管理”以及“资金收付是否安全快捷”，反映出境内财富500强企业看重银行的信贷资源投入及产品完善程度，而境外财富500强企业更关注现金管理服务质量和资金收付是否安全快捷，两者存在不同的偏好。



财富500强选择跨境人民币结算合作银行的考虑因素





（一）人民币国际化自我发展的内生动力在逐步形成

人民币跨境使用的基础是客户需求。与2013年的调查结果相比，本年度受访企业对人民币国际化地位和人民币跨境流通使用水平的预期更加积极乐观；实际跨境交易中使用人民币结算的比例稳步提高；中国大陆以外的第三方之间发生人民币实际收付的范围和规模明显上升；跨境人民币使用意愿持续高涨。从这些积极变化中可以看到人民币国际化自我发展的蓬勃内生动力。未来一系列新的跨境人民币业务试点政策将进一步增强这种动力，逐步形成人民币跨境使用的网络效应，即使用跨境人民币的客户越多，使用人民币的支付结算成本会降低而便利性会提升，从而吸引更多客户加入使用跨境人民币的行列，形成一个自我强化的过程。

（二）人民币计价结算职能进一步增强

调查显示，当境内企业面临不利的汇率变动时，表示能够完全坚持本方报价或者外方做出较大让步的企业占比在逐步上升，而反馈本方做出较大让步、承担更多汇率变动损失的企业比例明显下降，说明境内企业以人民币定价的主动权逐步得到改善，人民币作为计价货币，在规避对外贸易汇率风险中的作用得到更充分的体现。

（三）扩大人民币跨境使用应完善基础产品，推进关键产品创新

调查显示，超过五成的境外企业认为交易结算是否便利是影响人民币跨境使用便利性的主要因素，跨境人民币结算和融资等传统产品是受访企业中使用最为普及的产品。这些调查结果说明，进一步推广人民币跨境使用，仍应着眼于完善跨境人民币结算等基础产品，进一步简化业务流程，提升资金结算的安全、快捷和便利性。

同时，外汇交易、全球现金管理等组合产品也是境内外受访企业在跨境交易中关注度较高的产品。其中，外汇交易产品是衔接人民币与其他国家货币的纽带，是管理汇率风险的重要工具；全球现金管理是便利跨国经营企业加强全球资金归集使用、提升资金使用效益和效率的重要手段。推进上述关键产品的创新，如开发更多人民币直接交易品种，拓宽资金归集和运用渠道等，对人民币的跨境使用将产生重要的推动作用。

（四）扩大人民币跨境使用，应关注和服务跨国经营及走出去企业

调查显示，财富500强企业的跨境人民币业务更加全面，不仅有人民币收付需求，也有人民币资产负债管理的需要，此类企业的人民币业务发展对于活跃离岸人民币市场供求发挥着重要作用。调查还显示，境外设立的中资企业是跨境人民币结算使用比例最高的境外客户群体，也是推广普及跨境人民币贸易结算和投融资潜力最大的客户群体之一。跨国经营企业和“走出去”企业将成为人民币跨境使用的重要带动者，而人民币国际化程度的不断提高，也将为相关企业带来更多的融资结算便利，为企业跨境经营提供可靠保障。

附录：调查样本和调查方法

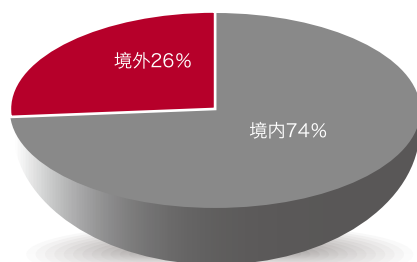
中国银行2014年度客户调查共计收到3162个企业的有效反馈，其中境内企业2355个，占比74%；境外企业807个，占比26%。

（一）区域分布

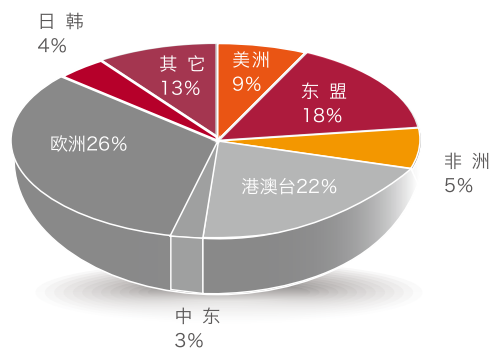
境内外企业样本的区域分布与我国跨境人民币结算量的分布状况基本吻合，符合分层抽样的比例要求。

在807家境外企业中，主要以欧洲、港澳和东盟企业为主，合计占受访境外企业总数的66%，其余地区企业分布较为分散。

区域分布图



区域分布图（境外）

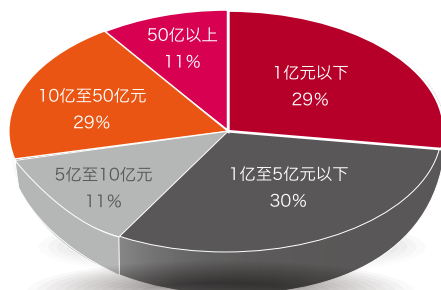


（二）销售收入分布

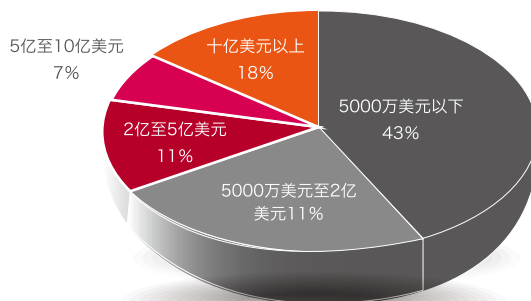
2355家境内企业当中，销售收入在1亿元人民币以下的公司549家，占比29%；销售收入在1亿元至5亿元的公司567家，占比30%；销售收入在5亿元至10亿元的公司212家，占比11%；销售收入在10亿元至50亿元的公司362家，占比19%；销售收入在50亿元以上的公司205家，占比11%。境内企业样本中小企业占比稍高，但总体较为均匀地涵盖了不同规模的企业。

807家境外企业当中，销售收入在5000万美元以下的公司288家，占比43%；销售收入在5000万美元至2亿美元的公司141家，占比21%；销售收入在2亿美元至5亿美元的公司74家，占比11%；销售收入为5亿至10亿美元的公司48家，占比7%；销售收入在10亿美元以上的公司121家，占比18%。境外企业样本也较好地涵盖了不同规模企业，且在样本的中分布较为均匀。

销售收入分布（境内）



销售收入分布（境外）

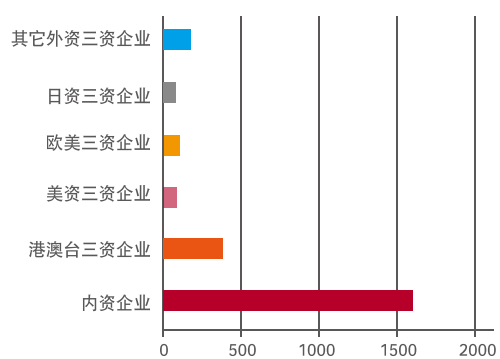


（三）企业性质分布

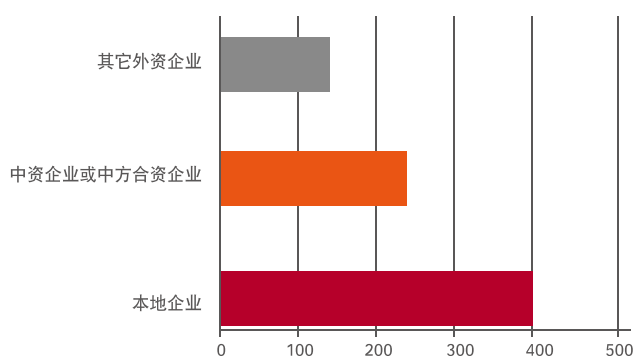
境内企业主要分为六大类：内资企业、港澳台资、欧资、美资、日资及其他三资企业。其中内资企业1589家，占比68%；其次是港澳台三资企业391家，占比17%；美资、欧资、日资以及其他三资企业占比较少，总计在15%左右。

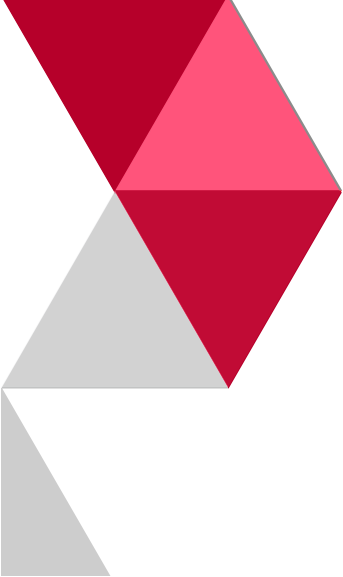
境外企业中，本地企业最多，占比约50%；其次是中方独资或中方合资企业，占比约31%；其他外资企业占比约为19%。

企业性质分布（境内）



企业性质分布（境外）





重要声明

本报告所包含的调查结果和分析基于本次客户调查样本，本公司不保证接受调查的客户能够形成比较理想的市场随机样本，也不保证报告的调查结果完全避免由于样本的原因而产生的倾向性。报告中的内容和意见仅供参考，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何机构的建议。对于本报告所提供信息所导致的任何直接或者间接的投资盈亏后果，本公司不承担任何责任。

本报告（《中国银行人民币国际化业务白皮书》）的版权属中国银行股份有限公司所有。未经本公司同意，不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用发布，需注明出处为中国银行股份有限公司，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。



中國銀行

BANK OF CHINA