

改进我国银行业对 在华跨国公司的金融服务

周娟

摘要: 加入世界贸易组织之后,我国投资环境会变得更好,跨国公司 will 加速在华投资扩张规模,其对金融服务的需求将呈现出新的特点,如较一般国内企业更具个性化、水平更高、条件更苛刻等。目前,外资银行发挥国际关系网络优势,利用与母公司长期的合作关系进行业务渗透,国内银行业也纷纷将跨国公司作为营销重点。但如何改进对跨国公司的金融服务?这是目前困扰国内金融服务业的难点。我国银行业需要针对在华跨国公司的金融服务需求以及目前外资银行的营销特点,加强对跨国公司的金融服务创新。

关键词: 跨国公司 银行 金融服务

一、跨国公司在华经营现状及趋势分析

自 20 世纪 90 年代中期起,经济全球化以及信息化进程促进了跨国公司的迅猛发展,使其成为国际金融和贸易投资的主体,跨国公司进入了全球化经营时代。世界著名的跨国公司纷纷在中国进行大规模、系统化的投资,将中国纳入了其全球化的经营战略安排,这给中国的经济和中国的企业提出了严峻的挑战,同时也为中国的金融业带来了前所未有的机遇。只有全面、系统地了解跨国公司在华的经营现状和金融服务需求,了解跨国公司在中国投资的战略和策略,同时在世界贸易组织(WTO)体制下多多借鉴外资银行在对跨国公司金融服务中的一些先进做法和经验,我国的银行业才能在跨国公司的金融服务需求与中国银行业的金融服务这一互动过程中不断开拓创新,才能合理有效地改进我国银行业对在华跨国公司的金融服务现状和水平,从而在与跨国公司的银企合作中争取更多主动。

联合国经济合作组织把跨国公司定义为:至少在两个以上国家拥有生产设施的企业。在 1996 年联合国贸发会议的《世界投资报告》中,跨国公司被定义为:拥有一定量的股权资本,从而控制外国经济实体所拥有资产的企业。控制权的界限是 10% 以上有投票权的普通股。《世界投资报告》每年发布的“世界最大的 100 家跨国公司”是以公司的海外资产为依据进行统计的,并且不包括金融业领域中的跨国公司。本文所指的跨国公司,也主要是界定在非金融业跨国公司的范围之内,而且主要关注进入中国的或者已经在华投资的跨国公司。

(一) 跨国公司在华经营现状

1. 投资规模

据美国《财富》杂志 2002 年排名的全球 500 家最大公司中,已有 400 家在中国设立了企业,投资了 2 000 多个项目。通过与中国的贸易和技术合作,特别是通过在华大规模、系统化投资以及战略调整,跨国公司把中国逐步纳入其价值链之中或者经营网络之中。据外经贸部统计,2001 年以来外商

对华投资合同金额和实际使用金额均大幅度增长。2001 年新增批准外商投资企业 26 139 家,比 2000 年增长 16.01%;合同外资金额 691.91 亿美元,同比增长 10.43%;实际使用外资金额达 468.46 亿美元,增长 14.9%。2002 年全国新批设立外商投资企业 34 171 家,同比增长 30.72%;合同外资金额 827.68 亿美元,增长 19.62%;实际使用外资金额 527.43 亿美元,增长 12.51%。截至 2002 年 12 月底,全国累计批准设立外商投资企业 424 196 个,合同外资金额 8 280.60 亿美元,实际使用外资金额 4 479.66 亿美元。随着加入 WTO 之后我国市场的逐步开放,投资将继续呈持续增长态势。

2. 地域分布

外商在华直接投资的地域分布不平衡,尤其是东部地区和中西部地区之间存在着较大的差距。在沿海地区的投资,累计仍占全部投资额的 88%。我国的对外开放采取的是先发展东部沿海地区,然后带动中西部地区发展的基本模式。在这一模式的引导下,为了促进东部地区的经济发展,我国在利用外商投资中实施地区倾斜政策,加上东南沿海的客观优势条件,外商投资在很大程度上集中于东南沿海地区,而投向中西部地区所占的比重较小。从城市分布来看,北京、上海、深圳、广州、天津、苏州等城市吸收跨国公司投资最多。以深圳为例,跨国公司在深圳投资踊跃,增资迅速。2003 年上半年实际利用外资 18.86 亿美元,比上年同期增长 22.2%。其中外商直接投资 14.83 亿美元,比上年同期增长 34.4%。截至目前,世界 500 强中已有 83 家来深投资举办企业或设立分支机构。

3. 行业分布

据 2002 年财富全球 500 强统计显示,分布较多的行业除银行和保险外,依次有零售业、汽车、电信、炼业、电力煤气、航空、电子电气、贸易、制药等。截至 2001 年底,我国吸收外商投资中,农业约占 2%,制造业占 60%,服务业占 40%(其中房地产和商业饮食服务业占绝大部分)。从跨国公司投资的潜力行业来看,汽车是今后有较大发展潜力的领域,但目前由于我国的政策限制,制约着汽车行业进一步吸收外

资。此外,商业领域吸收外商投资潜力巨大。中国的商品零售总额中,以连锁超市等先进业态经营的仅占微不足道的份额,如果引进外商投资对商业流通网络进行大规模的改造,跨国公司将会占据很大的市场。目前发展势头极为迅猛的信息产业、电信服务业、生物制造业等,也都具有继续吸纳外商投资的潜力。

4. 母国分布

据 2002 年财富全球 500 强排名统计显示,母国分布较多的有美国、日本、韩国、新加坡、德国、英国等。在华跨国公司对华直接投资资金的地区来源结构可分为四个层次:一是美国和日本,二是韩国和东盟国家,三是德国、英国、法国等欧盟国家,四是港、澳、台资本,以及维尔京群岛、开曼群岛、西萨摩亚这些名不见经传的自由岛。今后来自于欧美的外商投资比重会有所加大,但亚洲地区仍是最主要的来源地。这是由于我国加入世贸组织后投资环境的改善对于成熟市场经济国家的投资吸引力更大些,市场开放尤其是服务贸易领域市场准入扩大对具有国际竞争优势的欧美投资来说也更有利。而韩国、日本等国家对中国内地的投资可能继续大幅增长,并且亚洲地区仍是我国吸收外商投资最主要的来源地。

(二) 加入世界贸易组织对在华跨国公司的影响及变动趋势

我国加入 WTO 对跨国公司在华投资和经营带来了深远的影响,加入世界贸易组织带来的扩大市场开放和全面引进市场经济体制及规则,通过逐步降低关税、增加进口配额、减少非关税壁垒以及逐步放开服务业准入等,将使我国市场在更大范围内开放,全面融入世界经济潮流,日益与国际市场接轨。与此同时,我国适应世界贸易组织要求修订了有关外商投资的法律,制订了促进外商投资的新政策,包括法制环境、政策环境和行政环境等在内的投资软环境都得到了进一步的完善。这些都使跨国公司在我国实施其全球化战略的投资环境日趋优化,使我国成为跨国公司的地区总部或营运管理中心也有了可能。面对中国加入世界贸易组织,许多世界著名的跨国公司紧跟中国市场,根据其全球战略的需要,重新考虑中国在其全球战略中的定位,并对其在华投资战略进行了相当广泛的调整,主要表现在如下几个方面:

1. 跨国公司加速在华投资扩张规模

最近几年来,跨国公司纷纷开始调整在华投资的战略布局,实施全方位投资的扩张战略,并掀起了一股地区总部迁入中国的热潮。美国《财富》杂志 2002 年公布的调查显示,有 92% 的跨国公司计划在中国设地区总部,首选上海、北京、深圳的分别为 30%、15%、11%。随着加入 WTO 我国进一步拓宽对外开放的区域和领域,跨国公司的在华投资将面对又一轮扩张高潮。

2. 高新技术产业是跨国投资的重点领域之一

高新技术是高度全球一体化的产业,例如通信、生物制药、光机电一体化、航空航天产业等掌握着先进技术、资金实力雄厚的跨国公司引导着全球范围内高新技术产业的发展。高新技术产业领域的跨国公司其跨国程度和全球化指数明显高于其他制造业,其全球扩张能力也明显高于其他制造业中的跨国公司,使得高新技术产业成为全球化程度最高的产

业。在高新技术领域,有巨额资金和大量的技术、产品在跨国流动。自 20 世纪 90 年代中期以来,我国高新技术产业吸引了较多的跨国投资,外商投资高新技术企业已经成为推动我国高新技术产业发展的主力军之一,举足轻重的地位。我国的“十五”计划,对高新技术产业特别重视,提出要加快高新技术产业发展的步伐,这将为跨国公司投资我国的高新技术领域提供更加有利的机遇。

3. 服务业比重大幅增加,尤其是金融、电信、商贸等,但同时制造业仍有较大市场

当今世界经济正在向服务型产业发展,导致国际直接投资加速向服务业倾斜,许多跨国公司纷纷把经营重点从制造业转向服务业,从硬件产品转向软件产品,突出主营业务,强化核心竞争力。全球以服务业的需求市场潜力巨大,当今世界对外直接投资的流量和存量有一半以上是发生在服务业当中,只有不到 10% 的服务性产品得以进入国际贸易领域。随着电子信息技术的高速发展,服务业的贸易特性不断加强,这将成为跨国公司加大对服务业投资力度的主要原因。从我国来看,由于市场经济的发展和加入世界贸易组织,我国对服务业的需求也呈迅猛上升的趋势,服务业外资将会以快于制造业的速度迅猛发展。如目前零售业在中国的发展就可见一斑,其已经成为一个竞争空前激烈的领域,超级市场、便利店、连锁店、仓储式商店等国外先进业态竞相占据我国的零售业市场。

4. 在投资方式上,并购将成为市场投资的主导

在经济日益全球化背景下,跨国公司以强化市场地位、降低成本、提高效率、优化资源配置为目的的国际购并异常活跃。我国以往吸引外资,主要采用“绿地投资”的方式(即新设合资或独资企业),但从全球趋势来看,近年来,大型跨国公司购并方式在我国展开的投资活动呈上涨趋势。随着中国加入 WTO,外国投资者将加快对中国的投资与产业整合。跨国企业收购中国相关公司,尤其是其中的龙头企业,利用它们的多种资源开拓跨国公司在中国的业务,并进行产业整合。外资并购在我国将形成一股热潮,并购方式也将呈多元化趋势。按照联合国贸发会议编写的《2001 世界投资报告》显示,跨国公司绝大多数跨国投资都是通过跨国并购实现的。在中国的跨国并购每年大概是 10~20 亿美元。我国近年来引进的外商直接投资其中约 1/20 是跨国并购,其他多数则是新建项目的投资。跨国并购活动行业集中,最活跃的行业是电信、汽车、能源、制药和金融服务业,欧美企业成为在全球企业并购舞台上最活跃的角色。跨国公司收购兼并国内企业给银行业带来的最直接的影响将是投资银行业务带来巨大商机。

5. 跨国公司的本地化经营趋势

跨国公司为巩固其在中国的投资,近年来都纷纷实施“植根中国”的本土化战略——人力资源本地化、生产本地化、市场本地化、营运管理本地化等。在深圳,随着沃尔玛、家乐福、IBM、通用、索尼、三洋电机等一个个知名跨国大公司全球采购总部相继前来安营扎寨,深圳已成为引人注目的跨国公司采购中心集中城市,目前已有 20 多家知名跨国公司在深圳设立了采购中心,反映了跨国公司在华的本地化经营趋势。与此同时,许多跨国公司建立和加强了在华的营运管

理中心。到 2002 年 9 月底,我国一共批准建立了 218 家投资性管理公司。所谓投资性管理公司就是以投资和再投资为主要业务的公司,这些公司虽然是中国企业法人,但其投资企业享受外宾待遇。随着未来三五年内金融领域和流通领域的逐步开放,跨国公司所需要的具有金融和流通领域经营权的真正意义上的地区总公司将成为可能,这将进一步促进跨国公司的本地化经营趋势,实现其在华企业管理的一体化。

二、在华跨国公司的金融服务需求类别及其特点分析

在 WTO 体系下,“金融服务”是指由一成员方的金融服务提供者所提供的任何金融性质的服务。《金融服务协议》所指的是银行及其他金融服务业务,包括公众储蓄及其他存款业务;各类借贷,包括消费借贷、抵押贷款、信用贷款、保理及贸易融资等;融资租赁;支付和货币汇兑业务,包括信用卡、旅行支票、银行汇票等;担保和保管业务;金融资产的结算和清算服务,包括证券、衍生金融工具业务和其他可转让票据业务,以及其他辅助性金融服务业务。

作为国际金融服务领域主要业务的银行业随着世界经贸的发展而日趋活跃。20 世纪 90 年代,在各国开始普遍对金融市场加强监管的前提下,金融服务经营者不断寻求金融创新,使金融服务业发生了深刻的变化。首先,国际金融资本流动加快,证券等虚拟资本在经济活动中的地位上升。其次,电子化、信息化引起了金融服务品种的不断创新,期货、期权、基金等各种金融衍生产品迅猛发展。再者,银行业兼层出不穷,特别是 1995 年以来,日本三菱银行、东京银行的合并,美国一系列的银行兼并案给金融服务业带来巨大的影响。与此同时,发展中国家也积极推动着金融改革,力图打破国家垄断金融服务业的局面,在银行业走向市场化、自由化的同时,逐步开放保险、证券等资本市场。

在这种形势下,国际金融服务业呈现出了范围多元化、扩大化的特征,金融服务业的竞争也是愈演愈烈。各类形式的金融创新纷纷涌现,特别是具有金融价格发现功能的金融衍生工具的运用日趋活跃和广泛;离岸金融市场逐步形成并走向成熟和规范;同时,电子、信息技术等一些高新技术的崛起也为金融服务带来了全球化经营的思路,欧美等国家由于信息高速公路、国际信息网络的架设迈入了信息化社会,从而率先使金融服务进入到无纸化经营时代,能在 24 小时之内在全球范围内实现无时差经营。这些都是跨国公司在实施其全球化战略中所需要的金融服务创新,且跨国公司对金融服务创新的需求将随着其经营规模和市场的拓展变得日益迫切。

我国的银行业要争揽跨国公司的金融服务市场,无疑还面临着许多挑战,与国际上先进的金融服务市场相比,尚需进行全方位的改进。如何顺应国际金融服务市场的发展趋势,抛开现有政策和金融服务环境的限制不谈,我们应着力分析在华跨国公司的金融服务需求,以最大限度地发挥出我国银行业对在华跨国公司的金融服务潜力,展开有针对性的金融营销。跨国公司具有资信优良、规模庞大、经营网络完备、行业竞争力强等特点,因此针对跨国公司的这种特点,要

为其度身定制综合服务方案,并注重服务与产品相结合,提供高附加值的服务。通过调查分析,目前在华跨国公司的金融服务需求表现在如下方面:

(一) 授信业务

授信业务需求主要产生在制造业的跨国公司当中,尤其是对于那些在中国实行扩张战略的跨国公司来说,融资需求最为突出。从跨国公司融资需求的期限来看,可分为中长期项目融资需求和短期流动资金的需求;在授信方式上,有一般贷款和票据贴现,也有涉及各个领域的结算融资。从目前跨国公司在华授信类别来看,主要如表 1 所示:

表 1 我国银行业对跨国公司的主要授信业务种类

主要需求类别	主要品种或特点
固定资产贷款	数额较大、期限较长,需要分期偿还。
流动资金贷款	期限短,周转性强。
委托贷款需求	满足母公司与子公司之间、子公司与子公司之间的资金融通。
各种贸易融资产品	买方信贷、卖方信贷、国际保理业务、保函业务、出口押汇业务、出口打包放款、进口押汇业务、票据贴现业务、福费庭业务等。
临时性短期融资	如活期存款透支贷款。
银团贷款	数家银行共同对贷款额大、期限长的大中型项目提供贷款。
定额周转贷款	在规定的时间和限额内,随借随用随还的周转性融资安排。
国内保理业务	人民币应收帐款收购。

(二) 现金管理业务

跨国公司需要银行帮其统筹管理现金,寻求现金保值增值的机会。如我国银行业目前针对跨国公司存款保值增值需求而提供的人民币协定存款、外汇理财等多种产品,就在很大程度上满足了跨国公司的需求。对于数额较大的外币定期存款,银行还可给予比一般水平更高的存款利率。除此之外,有的跨国公司还有资产管理、融资租赁等金融需求。随着中国金融业的开放和发展,跨国公司现金管理水平的不断提高,其对银行的理财服务需求会日趋多样化。

(三) 结算业务

由于在华跨国公司的行业类型、市场定位等的不同,其对银行结算服务的需求的侧重点也有所不同。如有的企业是区域管理总部(如杜邦中国),扮演投资管理财务中心的角色,其结算主要是对子公司资金的统筹调度进行有效监控;有的企业是跨国集团的全球性或区域性生产基地(如 IBM),其结算主要集中在因各种原材料和生产资源采购引起的本外币、国内外、集团内外的支付;有的企业是跨国集团的区域性采购、批发和分配中心(如沃尔玛),其结算的重点在对区域内各地批发零售客户的销售货款回笼;也有的是“两头在外”的加工中心(如爱普生),其日常结算几乎都为外汇收支。因此,不同的跨国企业,对银行结算服务的需求不同,有的注重人民币付款的安全快捷,有的则注重人民币收款的全国网络覆盖率、到账速度、信息反馈等服务,也有的注重国际结算的业务品种、国际网络的覆盖率、资金汇划时效和审单效率等。

(四) 清算业务

从总体上看,跨国公司往往具有较强烈的建立内部化市场以取代外部市场的倾向,在资金管理上尤其如此。近年来,一些在华投资企业较多,关联交易较多的跨国公司为加

强财务管理,在中国发展其集团内联网清算业务(NETTING),即集团内关联企业通过其内部系统定期结算其相互间的应收应付款项,减少关联企业的相互付款笔数,避免相互拖欠等。而此类业务离不开一家由关联公司共同往来的银行提供后台清算服务、电子帐务信息、实时查询及打印回单等增值服务。而对银行而言,要配合跨国公司实现这一方案则需要有完善、快捷的与结算账户系统“直联”的国际国内清算系统,以及提供良好的电子银行操作平台来满足客户的此类需求。

(五) 特殊金融服务需求

为满足某些大型跨国公司的特殊需求,有时需要为其量身打造金融创新产品,或为其设计、设置专用系统,并指定专业人员为其提供专门服务。如对于零售和餐饮业的跨国公司而言,它们对银行网点的代收服务有较大需求。这类公司在选择合作银行时,就很注重银行能否为其提供上门收款、柜台收款、现金管理、通存、零钞找赎、VIP服务等一条龙服务。

(六) 顾问咨询服务需求

跨国公司企业无论是在初创阶段还是成长发展阶段,都需要银行、保险公司、投资银行等金融机构提供专业化的咨询服务。这种咨询不仅包括财务方面的咨询和政策法规方面的咨询,更多的还会涉及到行业调研、企业资信评级等多个领域。例如,跨国公司企业在计划其业务发展后评价经营状况时,它们会向银行咨询一些宏观经济的参数和分析报告,以及本行业或其他行业企业的经营状况和经营水平等;在希望通过兼并和收购的方式实现自身发展和扩张时,它们需要投资银行的咨询服务;要掌握全国各地的客户资源和信用状况时,它们可以通过银行的全国网络进行信用咨询和调查;在外汇管理的政策法规咨询方面,银行由于是直接的操作者,它们的咨询意见相对于律师和注册会计师更加具体和及时;另外,还有对利率、汇率等金融指标走势的分析和预测方面,银行利用其专业水平和市场地位,更可以提供跨国公司企业所需求的权威咨询服务。

三、目前外资银行对在华跨国公司的金融服务现状

跨国公司大多属于银行10%的高端客户,拥有优质的资产和较大的现金流,能为银行带来较大利润,因此外资银行会采取许多措施不遗余力地争夺这群VIP客户。中国加入WTO后,外资银行进入中国金融市场的速度不断加快,与中资银行的竞争与合作将全方位展开,因而认真调查研究外资银行在华业务竞争状况及发展趋势,已是当务之急。随着中国加入WTO后金融市场的进一步开放,外资银行服务对象的限制将逐步取消。一些在中国的跨国公司包括世界500强的跨国公司一直是外资银行的全球客户,作为分支机构,跨国公司的经营战略服从于母公司,甚至连银行的选择也不例外,尤其是欧美、日本企业都是首选熟悉的本土银行甚至指定选择与母公司有长久业务关系的银行。必须承认中资银行在争夺跨国公司客户方面存在一定的劣势,因为跨国公司往往与一些外资银行进行的是全球范围内的合作,并且外资银行在国际运作经验和跨国网络系统等方面具有优势,但中资银行具有的本土优势和在国内完善的服务网络也是外

资银行所不能比的。因此我国的银行业要争揽跨国公司的金融服务市场,就必需深入了解外资银行的服务现状和特点,以期能最大限度地改进自身的金融服务水平,提高中资银行的有效竞争力。总体来说,相对于国内银行业,外资银行有如下的经营特点:

1. 突出其国际关系网络优势

跨国公司发挥国际关系优势,利用与母公司长期的合作关系进行业务渗透,这一良好的合作基础使得外资银行在吸引跨国公司时具有明显的优势。为此,外资银行首先把目标定位在本国的跨国公司客户上,同时,外资银行还借助国际发达的分支网络吸引跨国公司客户。

2. 实行缜密的市场细分

外资银行在中国开展业务,它不会与中资银行去争揽低端客户,因为银行传统服务所带来的利润已经消失,它们对能带来较大利润的跨国公司无疑会有所偏爱。在融资方面外资银行采取灵活的弹性定价方式,即根据客户风险水平的高低对外汇贷款利率进行较大幅度的浮动。虽然外资银行人民币较少,但是外资银行可以通过人民币同业拆借获得期限在1年以上的人民币资金。此外,外资银行对于信誉较好的跨国公司还展开量身定做的优质服务。如花旗银行的客户发展战略是首先对客户群进行细分,在公司业务方面采取特别服务的市场体制,专门设立全球关联银行业务部门,为全球跨国公司及其子公司提供各种商务结算服务。如在其选定的享受特别服务的220家大公司中,有三分之一的企业来自亚太地区的日、韩等国的跨国公司。

3. 充分利用中间业务优势

2002年3月爱立信南京公司转投花旗银行上海分行事件,无疑是给中资银行当面一记重拳。其主要原因是中外银行在服务和技术方面存在较大的差异。爱立信公司有大量应收账款,希望银行能提供无追索权应收账款买断服务,以尽快得到流动资金。由于这种业务风险较大,需要保险公司参与提供保险服务,而目前中资银行还无法像外资银行那样得到该种保险服务,因此不能满足爱立信的要求,它们只好转向外资银行寻求支持。实际上爱立信南京公司在外资银行的融资成本比在中资银行还要高。这一事件提醒国内银行业,外资银行进入中国不会在机构设置等方面和中资银行竞争,而是会借助其技术、产品开发、定价等方面的优势扩大业务,尤其是一些风险小、成本低、利润高的中间业务,更是它们竞争的重点,如银行卡、代收代付、信用证、金融衍生业务、基金托管业务、投资咨询、资产管理等业务。

4. 不断为客户开发个性化的金融服务产品

在营销服务中外资银行频繁与在华跨国公司沟通,大众就曾示意花旗银行多次与其接触,我国银行业营销人员也了解到多家外资银行到大型外资企业做产品演示。与外资银行相比,我国银行业的新产品开发机制远未成熟,外资银行已建立了一套高效的金融产品开发机制,业务创新速度非常快,品种也相对丰富。特别是当前,跨国公司的许多业务需求都涉及中间业务,且国外的金融环境又相对宽松,外资银行能适应跨国公司对产品的需求。如2003年台湾当局宣布放宽两岸贸易结算业务后,花旗银行台北分行和大陆分行很快就推出了直开台湾信用证业务,大大方便了两岸的跨国公

司的经贸往来。

5. 增强网上银行优势

我国网上银行潜在市场巨大,必将成为中外银行竞争焦点之一。外资银行不惜花费巨大成本加大网上银行投入,利用科技手段完善电子产品。同中资银行相比,外资银行在经营机构的设置和对本地市场的了解等方面处于劣势,因此它们会避实就虚,从中资银行的相对薄弱环节网上银行入手。据了解,许多在华外资银行除了加强对网上银行技术和功能的改进外,将着重加强网上银行的综合理财服务,构建全球的现金管理平台。如花旗银行就在技术保障上投入大量资金,借助其在全球的交易网络和信息技术实施其网络化交易战略,通过流程管理,实现了交易的便捷性和低成本。

6. 积极拓展与中资银行的合作关系

外资银行瞄准了中资银行发达的网点资源、丰富的客户群和本币资源优势,希望在与中资银行的合作中扩张在华市场。例如,花旗银行等外资银行就与工行和建行签订了资金汇划方面的协议,共同服务跨国公司。

四、改进我国银行业对跨国公司金融服务的对策和建议

随着国际间经济与金融合作的不断加强,以及中国市场在加入WTO之后的逐步开放,中国市场将继续引领跨国公司的在华投资热潮,对跨国公司的金融服务将存在一个日益广阔的市场。中国的银行业如何把握住新的、更多的机遇,就在于我们如何改进对跨国公司的金融服务现状和水平。尽管国内的银行业在对跨国公司的金融服务上采取了一些新举措,加大了服务力度,开发了不少金融创新产品,如母公司担保、法人帐户透支业务、异地贷款、委托贷款以及网上银行产品创新等等,但相对于跨国公司对金融服务的需求水平尚有一定的差距,与外资银行相比在许多方面也存在着先天的局限性。为逐步满足在华跨国公司的金融服务需求,也为了向国际金融服务水平靠拢,我国的银行业还有许多尚需进一步改进或完善的地方,现提出如下对策和建议:

(一) 借鉴外资银行的“先先行”机制,有效地平衡集团联动中的利益分配问题

针对跨国公司在国内分散投资这一特点和前面提到的联动机制的制约因素,建立一种联合营销的运作机制和利益平衡机制以增强分行之间业务合作的积极性就显得非常重要了。分行希望总行能出面进行高层次的统一营销或在有收益权衡的各分行间由上往下协调进行,以减少各自为阵的松散格局;同时希望总行能协调各分行利益的分配,完善考核体制,避免因各分行利益冲突而影响整体营销力的问题。关于如何有效联动的问题,我国银行业可以借鉴外资银行信贷业务中常用的一种机制——“先先行”机制。即当某一家银行的多家分行在国内外与某一企业集团的多家子公司进行业务往来时,该银行会指派总行或一家分行,制定和协调整个银行对该企业集团的信贷政策,并与该企业集团的决策中心保持紧密联系,起到先导的作用,故称为“先先行”。先先行可以是总行、或客户总部所在地分行、或客户财务中心所在地分行。对在华跨国公司而言,先先行从中国区总部了解其在华的长远规划,掌握跨国公司在华的投资动态;收集

财务资讯,进行利润贡献度分析,从而进行风险评级和信贷审核等。目前,中资银行向外资企业贷放人民币,一般以外资银行开立的备用信用证作为担保。在开立备用信用证时,外资银行要向外资企业收取手续费。为节省手续费,越来越多的外资企业要求中资银行直接接受其母公司的担保甚至软担保。此时,评估母公司的担保或软担保以及控制母公司的风险等问题都需要由先导行会同海外分行共同解决。我国银行业在联动机制建设上如果能较好地借鉴外资银行的这一先先行制度,将对我国银行业的整体营销效率有所改善。

(二) 深化与外资银行的合作,借其优势补我国银行业劣势

通常,跨国公司的母国银行是我国银行业的主要竞争对手。但在华外资银行尽管有先进的技术和成熟的管理经验等先天优势,但受制于政策和经营地域的局限,难以满足竞标条件。而我国银行业可利用众多的网点资源和充足的人民币资金与外资银行合作,这有利于实现双赢。此外,对于有的跨国公司提出的现金管理需求,我国银行业与外资银行的合作可以满足跨国公司的某些我国银行业暂时无法达到的金融需求,从而稳定这样的客户,同时此合作也可吸引其他现金流量充沛的潜在客户。

(三) 对跨国公司客户实行供应链营销

以往在华的制造类跨国公司一般都担负的是生产基地的角色,采购和销售则由母公司、地区总部或分布在其他国家的子公司完成,这是一种进料加工,“两头在外”的模式。随着我国市场的进一步成熟和开放,这种模式正在逐步改变,采购与销售将转移到本土直接进行,即在我国形成一种新的供应链管理新模式,在华跨国公司跟当地供应商、战略伙伴以及制造商共同执行产品开发计划,以保证准时交付新产品。相对于传统的供应链管理而言,这种新的供应链管理更强调与上下游企业的整合,即外部协调性。此外,对于商业零售业的跨国公司也有这种供应链本地化的趋势,近来许多跨国零售巨头纷纷将采购中心对华迁移就是这种转变的表现。对此我国银行业应在营销模式上有所创新,了解跨国公司的采购、制造和分销渠道,把握其供应链上的各个环节,关注其资金流,从我国银行业现有的客户或从供应链上的核心企业切入营销,然后利用这种客户关系和信息资源优势积极拓展其上、下游企业,有针对性展开营销,提供不同企业所需要的不同服务产品。

在跨国公司的实际经营中,由于其经营的复杂性,供应链将远远不只一条那么简单,它有可能是由多个供应商,多个制造商或多个销售商组成的复杂的“供应网”。此时我国银行业的营销将面临更多的选择机会,但同时也将隐藏着更多的风险。

从更深层次的服务方面看,由于相当一部分在华跨国公司仍属“来料加工”型企业,其供应链的部分环节如采购或销售仍在海外,目前深圳、东莞、昆山的不少台资企业的供应链即显现出此种特点。对此我国银行业一方面可利用我国银行业的国际结算优势和海外代理行的优势争揽此类业务;同时,我国银行业可以抓住人行恢复离岸业务试点的契机,申请开办此项业务,把在岸业务与离岸业务结合起来,对跨国

公司的供应链实施一体化的营销。

(四)以台资、韩资企业为重点目标客户,欧美跨国公司也应积极关注,日资则较慎重

据台湾方面的估计,台商在大陆的投资已超过500亿美元,投资项目超过5万个。产业投资的扩张同时是台商对于金融服务的强烈需求,如在苏州、昆山、东莞等地,就已形成了台资集中的制造业基地,投资建厂所需的巨大资金产生了大量的融资需求。随着台湾对大陆不必再经过第三地间接投资的两岸经贸往来日益紧密,两岸的金融业务也将有重大突破,台湾资本的未来流动将呈现出直接投资、通过与台湾银行合作的大陆银行以及直接通过获准在大陆设立分行的台湾银行的多元化趋势。随着内地银行与台湾商业银行代理关系的建立和发展,在华台资企业将进一步加大与中资银行的合作,因而我国银行业应关注台资企业,争取抢先从这种资本流动趋势中受益。此外,韩资企业也是我国银行业营销的重点,总行通过全球统一授信进一步推动了我国银行业对韩资跨国公司的授信业务,使下一阶段的全面合作具有了良好基础。我国银行业也应积极争取在华欧美跨国公司的金融业务,由于这类跨国公司的本土化经营趋势,它们需要借助中资银行的本土优势,且目前在华外资银行的优势还未获充分表现,因而欧美跨国公司也愿意与中资银行合作。对日资跨国公司而言,据我国银行业从公司和结算业务部门的了解,营销难度较大,且常常是得不偿失。这是因为日本的主办银行体制和银企相互持股政策,令日本企业非常忠实于本国银行;且它们一向经营稳健,风格趋于保守,对与之合作的金融机构抱挑剔态度,故一般都倾向于对本国银行发生资金业务。对此我国银行业也应考虑成本因素,以有的放矢地开展营销,坚持有进有退的原则。

(五)加强银行产品创新,为跨国公司客户提供综合财务顾问业务

银行也可针对跨国公司的需求,运用金融专业知识向跨国公司客户提供各种业务咨询,如关于公司并购、资产管理、项目融资以及为公司提供战略规划建议和各种理财建议等。如有些跨国公司要求银行充当其财务顾问,以加强债务管理、规避汇率风险,降低筹资成本。特别是在大型投资项目中,从项目的可行性研究报告到贷款合同的签订,银行往往以财务顾问的身份参与整个项目的筹建过程,主要任务是帮助跨国公司从价格和资金条件等方面获得最佳综合方案,以降低成本,规避汇率风险,获得项目成功。具体包括对投资项目进行经济分析和财务分析、寻求最佳筹资方案、起草招标文件的资金条件及评估标书等程序。此外,还可通过邮寄、传真、电子邮件等多种方式,向跨国公司客户提供国内外经济、金融方面的信息或某一行业、市场和产品的分析等等,让客户对银行建立起一种超出业务范围的依赖关系,与客户加强联系和沟通,增进感情,形成一种银企战略伙伴关系。事实上,目前国内的一些大型项目,在招标投标以前都需要选定一家财务顾问银行,负责就项目有关的一系列问题给予咨询服务,包括召集融资、项目分析等。今后,银行对跨国公司的顾问、咨询服务将成为争揽优质客户的一道重要筹码,

我国银行业因此也不能稍有懈怠。

(六)加强客户数据库的建设

数据库是现代银行成功进行市场营销的核心,通过以数据库和支持体系的业务处理和决策分析系统为基础的客户关系管理(CRM),我国银行业可以衡量跨国公司客户的金融需求、忠诚度、满意度、盈利能力、潜在价值、风险系数等指标,据此对客户进行分类;可以对信息进行功能性的查询、分析和提出决策建议,实现针对目标客户群提供的一对一式的、符合客户需求的个性化服务;可以开发适应客户的金融创新产品,甚至在客户还未认识到自己的某种需求之前,就能准确预测并提供相应的产品;可以发现目前为银行创造效益的客户群和发掘具有创造效益潜力的客户群;能分析和预测跨国公司客户的合作倾向以及离开银行的风险,并能帮助银行及时调整策略,留住收益类客户。数据库的建设有赖于数据处理能力的提高,同时CRM也要求对数据从格式定义到数据清洗一系列的专业对应能力,能对属于同一客户的不同帐号进行识别,采取相应的手段进行合并等。对企业客户来说,当企业能力进一步提高时,应当能对属于同一企业客户的行为进行自动识别,以便采取相对应的营销、服务策略。而这一切对于管理效率要求颇高的跨国公司客户来说尤其重要。

加拿大皇家商业银行(Canada Imperial Bank of Commerce, CIBC)在全球10个国家有分支机构,为了提高对风险的防范能力和加强对分支行的管理,该行建立了基于数据库的风险管理系统。它每天处理遍布全球的30万笔以上的交易,并把这些数据存放到数据库中,第二天清晨就将战略风险预防措施送往各个交易部门。该系统不仅可以方便地控制交易过程,也为开发新的投资产品提供信息,还可为国际客户提供银行服务。另据美国银行家协会(ABA)对美国排名前100位的商业银行调查显示,已有50多家实施数据库和数据挖掘项目,其余的银行正在试点准备实施。该项调查还预测数据库和数据挖掘技术在美国商业银行的应用增长率是14.9%。从国内银行业来看,招行的“一卡通”产品自推出以来,市场青睐有加,实际上是一种建立在较完备的客户交易数据库基础之上的信息技术产品。由此可见数据库在同业科技产品竞争中的重要性,我国银行业应充分意识到数据库建设的必要性和紧迫性,加快科技保障的建设步伐。

参考文献:

1. 吴文武 著:《跨国公司新论》,北京,北京大学出版社,2000。
2. 包昌火、谢新洲 主编:《竞争战略与竞争优势》,北京,华夏出版社,2002。
3. 外经贸部国际经贸研究院 编著:《2001 跨国公司在中国的投资报告》,北京,中国经济出版社,2001。
4. 王志乐 主编:《2002 - 2003 跨国公司在华投资报告》,外经贸部国际经贸研究院、跨国公司研究中心,2003年1月版。
5. 康荣平 主编:《大型跨国公司战略新趋势》,北京,经济科学出版社,2001。

(作者单位:武汉大学世界经济系博士生 武汉 430072)
(责任编辑: N)