

人民币国际化对中国跨境电商出口业务的影响分析

■ 王 玫 山西工程科技职业大学

摘 要:自实施人民币国际化战略以来,我国在跨境结算、计价标准、货币储备及金融基础设施建设等方面取得初步成效。人民币国际支付排名得以大幅跃升,并对我国跨境电商发展带来长足影响。但是,当前人民币国际化面临着诸多困境,一定程度上会对跨境电商出口业务的出口重心、出口价格、出口收款造成影响。为此提出及时调整出口产品定价策略、构筑人民币计价标准、加强民族品牌新兴市场布局等应对策略,以此促进我国跨境电商产业升级。

关键词:人民币国际化;中国跨境电商;出口业务;影响分析

自加入 SDR(货币篮子)以来,人民币国际化进程不断加快,支付货币功能稳步增强,在国际支付与贸易投融资中的影响逐渐提升。据环球银行金融电信协会报告显示,2017年7月-2019年7月,全球金融机构使用人民币支付的数量从1989家增至2214家,增加11.31%。2020年3月,疫情影响致使人民币国际支付份额降至1.85%,但人民币国际支付排名仍位于世界第五。在全球美元流动性短缺情况下,人民币国际化为国际贸易结算提供更多选择。对此,我国跨境电商出口业务也受益良多,对外市场占有率比重不断扩大,综合竞争力日益提升。但是,我国人民币国际化也面临着金融风险、“特里芬难题”等诸多困境,对跨境电商出口业务拓展形成不利影响。在此特定环境下,我国跨境电商出口业务如何实现稳定增长与发展,需加以深刻探讨。

一、当前我国人民币国际化面临的困境

(一)国别金融风险较大

各国金融市场建设水平不等,以及政治体制截然不同,造成人民币国际化进程中面临相应的国别金融风险。基于政治角度分析,国外部分地区时局动荡,破坏当地经济发展,导致人民币流入市场的金融风险加剧。意味着人民币的国际投资或将遭遇资金供应链中断,政府偿债能力丧失等问题,从而无法安全收回人民币投资。因此,东道国国家层面风险是导致中国企业海外直接投资失败的重要因素之一。例如,利比亚内战导致中国企业在当地基建项目遭受巨大冲击,墨西哥政府迫于国内政治压力取消中国企业高铁中标结果。基于经济角度分析,因全球经济经贸投资规则正在重构,我国与部分国家的经贸关系处于持续摩擦状态,导致人民币国际化面临汇率波动频繁、货币贬值等金融风险。以中美经贸关系变化来看,在两国贸易持续摩擦下人民币国际化面临汇率频繁波动的风险。2020年1月15日,中美正式签署第一阶段经贸协议,两国贸易摩

擦形势缓和,对华加征关税税率从15%降至7.5%,驱动人民币汇率升值。同年4月,受疫情影响,美国彼得堡森国际经济研究所公布数据显示,美国对肺炎治疗物资征收高达25%的关税,再次引发人民币汇率大幅调整。频繁波动的汇率,不利于人民币币值保持稳定,阻碍人民币国际化进程的顺利推进。

(二)“特里芬难题”

“特里芬难题”是指货币国际化与固定汇率之间难以调和的矛盾。即国际货币为充分发挥国际结算与储备,要保持国际贸易长期逆差,但为维持币值稳定与坚挺,又需要保持长期贸易顺差,从而形成悖论。随着人民币国际化水平提高,人民币也将陷入“特里芬难题”的局面。为了承担国际货币结算储备职能,我国需要大量发行人民币。但是,人民币市场发行量过大,会引发国际贸易中收支逆差现象与货币贬值问题,难以保持人民币币值稳定。导致国际市场降低对人民币信心,减少人民币储备量。与此同时,为稳定人民币汇

[作者简介]王玫(1979—),女,山西工程科技职业大学讲师;研究方向:多边贸易规则、服务贸易。

率,我国必须严格控制流出境外的人民币数量,此限额由中国央行在维持汇率稳定时动用外汇干预市场的数量所决定。目前,我国经常账户和资本账户呈现双盈余态势,人民币难以大量输出,持有外汇反而不断增加。据中国央行公布数据显示,2019年6月,外汇储备31192.34亿美元,环比增加182.3亿美元,升幅为0.6%,保持连续增加态势。而“特里芬难题”将使得人民币国际化与我国宏观经济结构呈两难局面。

(三)自由兑换度不够

资本项目下人民币自由兑换是人民币国际化实现的重要前提。一般来说,货币兑换分为三个层次,即国际收支经常项目下可兑换、经常项目和资本项目下均可以自由兑换以及不可兑换。我国虽早于1996年实现人民币国际收支经常项目下可兑换,但经常项目和资本项目下可自由兑换目前仍未实现。主要原因在于人民币迈入国际化进程较晚,国际化程度不高,国内金融市场建成水平不高。据相关调查资料显示,在总贸易额中,跨境企业使用人民币进行支付结算的贸易额占比较低。且境外企业对主要人民币贸易融资产品了解不足,对人民币计价贸易产品整体认知度较低。以“一带一路”沿线国家为例,尽管我国与沿线国家贸易保持良好态势,但当前无法为沿线国家国际收支资本项目提供充足资金储备。据中国新闻网发布数据显示,2019年中国与“一带一路”沿线国家贸易依然保持顺差,货物贸易额超过1.3万亿美元,增长达到6%,占对外贸易总额的29.4%。但该地区目

前主要对外计价货币仍为美元,人民币与美元难以达到一致的国际自由流通度。总之,人民币自由兑换度不够,难以保持人民币跨境流通与可持续融资。

(四)金融期货市场建设程度较低

当前我国已与全球多个国家签订货币互换协议,人民币也顺利纳入特别提款权(SDR)货币篮子。但是,人民币因尚未成为某类大宗商品的依托,难以作为计价和结算货币被各国广泛接受和认可。从本质来看,人民币国际化进程中缺乏锚定物,如美元的锚定物为原油,并借此成为全球金融市场的锚定货币。而我国原油期货市场于2018年3月才诞生,与美国相比明显滞后。并且,我国金融期货市场发展历程也较短,市场交易品种略少。受到宏观审慎监管、创新能力的制约,与美元、欧元相比,境内人民币金融产品体系仍存在差距。据统计,截至2019年9月,股指期货的机构投资者持仓占比为58.64%,国债期货机构投资者的持仓占比为86.13%。对此,中国金融期货交易所党委委员、副总经理张晓刚提出,与国际市场相比,我国金融期货市场机构投资者的结构还不够均衡。此外,目前期货市场监督管理手段无法充分匹配国际社会需要,使得非居民尚无便捷化的人民币使用渠道和使用方式,对人民币国际化进程产生负面效应。

二、人民币国际化对我国跨境电商出口业务的影响

(一)影响出口贸易重心地区

人民币国际化是对美元主导地位的巨大挑战,需要在开放的资本市场环境中实现人民币资本项下兑换,但中国全面开放资本市场与兑换账户仍需要一定时间。目前,人民币国际化已在中国周边一些国家和地区取得良好进展。人民币得到广泛使用,基本完成“周边化”。与此同时,中国经济继续保持健康发展势头,加上利用人民币结算有利于防范汇率风险,境外市场对人民币产生巨大信心,企业也更愿意使用人民币。人民币国际化将改写亚洲贸易结构,中国与亚洲发达经济体的贸易合作,促使人民币正在东亚“软美元区”逐步实现区域化。随着“一带一路”倡议的深入推进,人民币在跨境贸易与出口业务中广泛使用,中国与东盟国家已成为世界经济的增长中心,推动全球贸易重心进一步向亚洲地区转移。前瞻产业研究院发布的最新报告显示,2018年,亚洲对外贸易额为13.68万亿美元,同比增长了10.4%,占全球对外贸易总额的35%。从我国跨境电商出口国家分布来看,近年来,印度、泰国、越南等新兴市场蓬勃发展,吸引大量电商企业纷纷布局。1688跨境专供统计数据 displays,截至2019年3月,境外访问流量分布占比最高的地区是越南,远远超过美国。在人民币国际化进程中,出口贸易中心地区向亚洲转移,在进出口贸易发展中应得到足够重视。

(二)影响出口价格

由于不同国家货币兑换人民币汇率不同,且受到国际经济影响的程度也在不断加深,导致我国跨境电商出口产品价格也受到

不同程度的影响。人民币国际化进程将推进人民币持续升值,会使得原料成本上涨。我国跨境电商为保持出口业务的利润,会提高出口商品的销售价格。但是,出口产品提价会进一步弱化我国跨境电商在国际市场的价格优势,不利于企业提高国际市场占有率。据国家外汇管理局公布外汇汇率指数显示,2019年3月28日,人民币兑美元汇率上涨122个基点。受到汇率影响,当日国内多晶用料区间修正至9.00-9.87美元/千克,均价下调至9.72美元/千克,海外价格则上调至9.60-11.80美元/千克,均价上升至10.01美元/千克。特别是我国当前跨境电商出口的产品,主要为劳动密集型初级加工产品,产品附加值与科技含量较低。一旦上调产品出口价格,非常容易被东南亚等地的产品所取代,从而影响着我国跨境电商交易规模的扩大。但是,如果在人民币国际化进程中,我国跨境电商保持出口产品国际市场价格不变,会一定程度压缩企业利润空间,利润下滑会直接对跨境电商企业造成冲击。

(三)影响出口收款

跨境电商是国际贸易中活力属性良好的业态模式之一。但随着人民币国际化深入推进以及跨境支付规模扩大,一定程度上持续放大金融风险负面效应,对跨境电商出口收款造成不利影响。在对外经营活动中,跨境电商的交易时间间隔较长,存在外币计价结算情况,因此出口收款很容易产生金融风险引致的外汇风险。据亿邦动力网统计,2018年,以8%汇率波动计算,我国跨境电子商务出

口受外汇波动影响的资金规模为769.34亿美元。尤其随着“一带一路”倡议的深入推进,沿线国家逐渐成为我国跨境电商出口业务的主要增量市场,新兴市场国家的汇率震荡更加明显。据汇通财经报道,菲律宾比索汇率不断下滑,2020年4月,比索兑美元汇率跌至最低,下跌了近5.41%,相较于年初贬值超30%。又据新浪财经报道,2019年,外汇市场迎来十年以来最大规模的“闪崩”现象,委内瑞拉、意大利、土耳其、阿根廷、巴西汇价大幅波动,印度、俄罗斯、南非、印度尼西亚、越南也相继陷入外汇危机。而这些地区的汇率波动,将引发人民币计价方式出现差异,我国跨境电商出口企业将遭遇金融风险,从而对出口收款活动产生负面影响。

三、以人民币国际化推动跨境电商出口业务发展的策略

(一)及时调整出口产品定价策略

人民币国际化一定程度会引起金融市场变化,对跨境结算、出口贸易都造成显著影响。为有效应对人民币国际化带来的冲击出口产品价格问题,我国跨境电商企业可参考国际货币体系确定世界及各国货币的汇率制度,不断调整产品出口价格,打造有利于跨境电商出口业务扩张的优势局面。我国跨境电商要根据国际市场价格趋势与人民币国际化进程,及时调整出口产品定价策略。当人民币汇率以及国际市场价格波动激烈时,跨境电商企业可采用约定合同定价方式,与长期、大宗供

货商签订交付合同。按照合同中约定的某交易所某交易日价格成交,从而降低人民币国际化汇率波动造成的收益损失。当人民币汇率波动相对稳定,跨境电商企业要围绕出口产品核心价值,为产品设计价值标签,从而保证中高价值产品价格同样维持稳定。具体的标签设计,可从产品属性出发,着重表达功能、可靠性、耐久性等产品价值,从而让消费者明确感受到产品的价值,保持着长期稳定的消费需求。总之,跨境电商企业要依据市场需求与汇率波动,依托人民币境外流通能力合理选择定价策略,不断优化我国出口产品价格,提升海外市场跨境电商出口业务竞争力。

(二)设立人民币计价标准,降低跨境电商成本

人民币在国际支付排名不断得到提升,设立人民币计价标准,将为我国跨境电商出口业务提供更多便利性,进而推动人民币海外市场发展战略。一方面,相关政府部门鼓励跨境电商企业要积极采用人民币计价出口货物,改善跨境人民币计价环境,统一跨境电商出口货币标准,降低跨境电商货币兑换流程成本,促进人民币计价标准快速发展。另一方面,建议中国商务部加快推进与周边国家,就跨境电商企业使用人民币计价标准进出口货物,制定相关交易规则、条款等各项措施。通过构筑以人民币计价标准为主的区域全面经济伙伴关系,协调国内跨境电商贸易产生的纠纷,减少因纠纷产生多余复杂的流程与环节,降低跨境电商境外争端解决成本。总之,以提高人民币计价、

结算比例,促使我国跨境电商企业出口规避汇率风险,降低跨境电商出口成本,提高在国际上人民币的接受和使用程度,进而加快人民币计价标准完善与使用。

(三)构建跨境电商的本币互换协议和人民币回流机制

目前,人民币国际化进程取得良好进展,在亚洲地区基本实现“周边化”,以“硬通货”形式覆盖东南亚、东盟国家等主要新兴市场。为迎合这种发展趋势,我国应加强与周边国家的协商交流,建立宽领域、多层次的合作关系,进一步扩大与亚洲国家签订或完善双边本部互换协议。根据我国与周边国家的建交情况,打造双边货币结算机制。在此过程中,需要特别注意人民币回流问题,才能完全实现人民币国际化趋势下的跨境电商市场拓展。对此,我国相关部门应放宽人民币流出限制,允许周边国家企业与个人在我国境内银行开设账户。同时,我国相关部门利用人民银行的CIPS支付清算系统,邀请亚洲其他国家的境外银行加入此系统,从而进一步拓展跨境电商的覆盖范围。此外,我国可与周边国家建立区域金融市场,提供多种金融工具,促进人民币在境内外流转,从而有效规避出口收款的负面效应。

(四)完善跨境电商出口业务监管

得益于人民币国际化的发展机遇,跨境电商行业正迎来新一轮的政策红利期,出口业务迅猛发展,覆盖范围越来越广。在此过程中,人民币境外流通扩大导致人民币国际化进程加快,意味着我国跨境电商出口业务监管规则要逐

渐与国际接轨。因此,相关主管部门要不断完善跨境电商出口业务监管,合理构筑健康、安全的跨境电商市场环境,提升跨境电商出口产品品质,也有助于加快人民币国际化进程,增强人民币结算在各国的信任。海关部门可建立多部门电子监管体系,通过跨境电商通关服务平台,对跨境电商出口业务相关信息开展在线收集。跨境电商企业及其他相关主体须分别向海关传输交易、支付或收款、物流等电子信息,向海关开放原始数据。同时,海关部门根据国际通行标准,构建跨境电商进出口包裹检验检疫标准,防止假冒伪劣、粗制滥造与违反行业道德的产品流入我国或流出其他国家。通过不断完善我国跨境电商出口业务监管,提高海外出口监管力度,进而增加我国出口产品被认可度,更好地实现监管与效率的平衡,提升跨境电商企业出口监管达到国际标准,增加人民币国际化认可度。

(五)与 PayPal 平台合作,提升国际支付水平

PayPal 支付平台是当前全球支付平台霸主,服务于全球在线支付。人民币国际化进程需要增加人民币海外市场的知名度与认可度,使我国跨境电商出口业务更容易增加海外市场份额,提高跨境电商出口竞争力。因此,我国跨境电商企业通过与 PayPal 合作,完善与革新第三方支付系统,实现在欠发达国家地区与较远国家建立人民币跨境国际结算中心,提升人民币境外流通能力,加快人民币国际化步伐。加快与 PayPal 支付平台合作,实现在线支付,确

保买家信息安全,促使买家与全球市场卖家快速建立联系。在此过程中,商业银行要积极参与跨境电商——PayPal 合作,在人民币国际化覆盖的国家及地区设置银行分支机构,与境外银行互设本币结算账户,推进人民币结算业务发展,扩展跨境电商在当地的业务范围,增加人民币国际化海外市场影响力。政府相关部门也可通过制定相关政策与制度,鼓励跨境电商与 PayPal 支付平台合作,给予一定的政策优惠与扶持。通过依托 PayPal 国际支付平台,不断提升人民币国际结算水平,提高跨境电商出口业务结算效率,增强跨境电商出口业务实力,提升人民币在世界范围内地位。▲

参考文献:

- [1] 邢晓溪. 上海自贸区推进人民币国际化的目标方向与具体路径[J]. 对外经贸实务, 2019(10): 58-61.
- [2] 叶前林, 刘海玉. “一带一路”倡议下人民币国际化的新进展、新挑战与新举措[J]. 对外经贸实务, 2019(2): 56-59.
- [3] 张思迪. 新形势下我国跨境电商出口业务发展策略探究[J]. 对外经贸实务, 2019(8): 21-23.
- [4] 中国金融网. SWIFT 人民币追踪报告: 10 月人民币成为国际支付第六大活跃货币 [EB/OL]. <http://www.financeun.com/newsDetail/28801.shtml?platform=jrw>. [2019-11-25].
- [5] 李虹含. 跨境电商与人民币国际化[J]. 中国金融, 2016(3): 88-89.
- [6] 褚学力. 金融互联互通支持中小企业跨境电商发展探索——基于我国与一带一路沿线国家和地区经济发展的思考[J]. 中国流通经济, 2016(11): 66-74.