

奔跑吧，人民币 谁都想当“蟹券”

货币战争下，中国吹响APEC冲锋号

参加APEC会议的奥巴马、安倍、普京齐聚北京，虽然都穿上了同款新中装，但却因为汇率市场的急剧变化心潮起伏：美元汇率呈现出更强劲的回升态势，日元汇率在本国央行驱动下主动贬值，卢布受油价下挫大幅贬值。与此同时，人民币正在不断拓展国际化道路。

本报记者 张頔 实习生 周冉冉

油价传导汇率，美元杀跌卢布

汇率市场从来不缺少戏剧性情节。当美国第三轮量化宽松政策收官时，日本央行却意外地抛出了扩大量化宽松力度的重磅核弹。

美元升值、日元贬值，两种货币一进一退背后，美日又有什么心思呢？

简单来说，美国推出量化宽松已有时日，不断升值的美元汇率让全球投资者重拾对美元的信心，吸引资金流入，促使投资者买入美元资产，发行美债减轻经济赤字压力。

日元贬值对日本的最直接好处就是刺激出口，国际上大宗商品交易都用美元结算，贬值就代表本国货物在国际上的美元售价实际上比原来要便宜，有利于扩大市场占有率。

美元日元的汇率变化通过国际市场输送到其他国家。美元升值后，由于石油贸易多以美元结算，所以原油价格应声走低。

就在中东产油国小伙伴还在商量是否减产时，俄罗斯率先扛不住了。

自年中以来，俄罗斯乌拉尔牌原油价格已经下跌20%。同期卢布汇率下跌幅度也在20%左右。俄政府允许卢布贬值，主要是为了弥补油价下跌给俄财政造成的损失，但这可能会导致俄通货膨胀压力加大。

俄罗斯经济高度依赖石油等能源出口，每年财政预算几乎一半来源于石油和天然气出口。俄财政部预测，石油价格每下跌1美元，俄罗斯的财政收入就会减少15亿美元。

国际油价的下跌也让国内油价发生“八连跌”，但中国经济受到美元升值的更大影响还是在外贸领域。

按照常理，美国等西方经济体状态好转有利于我国出口，但这种有利的外部环境最终被我们利用到，就要求美元汇率升值不会对我国国内造成紧缩。要实现这一点，至关重要的一点就是需要一个更灵活的人民币对美元汇率，而目前显然不具备，这是因为人民币国际化的程度还远远不够。

用好外汇储备，从丝路基金开始

谈及货币国际化话题，不妨先讲个故事。

以前过中秋节，有供货商会印制“蟹券”方便人们采购。100元面值的“蟹券”，供货商65元卖给经销商，经销商80元卖给了消费者甲，甲买下后并没有去兑换大闸蟹，而是送给了乙。乙以40元价格将“蟹券”卖给礼品回收店，最终回收店加价10元，以50元将“蟹券”卖给供货商。

这一圈下来，大闸蟹还没有从湖水里捞出来，供货商便赚了15元，经销商赚了15元，甲花了80元送了名义价值100元的人情，乙赚40元，礼品回收店赚10元。

“蟹券”之所以空转一周就制造出80元收益，是因为大家都相信拿着“蟹券”一定能兑换出来大闸蟹来。如今处于主流货币地位的美元就有点“蟹券”的味道——中国的制造商出口产品换回了美元，中国政府把这些美元当做外汇储备去买美国的国债，而这美国国债恰好也是要用美元来还的。当然，下面这个道理大家都明白：如果美元贬值了，那中国岂不是亏大了？

作为全球外汇储备第一的国家，中国为什么不去买石油、黄金，

而要买美国国债呢？首先这些储备物资价格波动相当大，也容不下数万亿巨款。最重要的是，这些物资不符合外汇储备所要求的流动性和安全性。当国家需要外汇兑付时，你抛出黄金、石油和铁矿石，谁来接盘，会不会被压价？一旦中国主权基金大量买进黄金时，黄金价格将被人为抬高；等中国急用美元大抛黄金的时候，黄金将被狠狠地压价，这也会让中国手里的大量外汇化为乌有。

而美国国债的好处在于，容量大，需求强劲，交易活跃，流动性强，收益也比较高，而且比银行定期存款更保险和安全。当然缺点也很明显——受制于美元汇率政策的变化。

最近，习近平在APEC会议上高调宣布将大量动用外汇储备加强“一带一路”和“互联互通”建设，400亿美元成立丝路基金，500亿美元成立亚洲基础设施投资开发银行，500亿美元成立金砖银行等，这是大手笔对外汇储备的投资运用，可以说是开创性的举措。

相比购买美国国债，将外汇储备投向发展中国家基础设施建设好处多多：首先，亚洲国家特别是中国周边的小伙伴普遍存在较大基础设施建设需求，但资金不足，中国4万亿美元外汇储备可以充分发挥作用；其次美元即将进入加息周期，新兴经济体心怀忐忑，急需资金和经济发展的“新抓手”；第三，中国主导“一带一路”，将使中国国际地位更突出，中国的经济中心、贸易中心、陆路交通中心地位更稳固。此外，通过“一带一路”还可以解决中国的能源安全问题，抑制分裂势力，将西部边疆变成开放前沿。

“金融外交”加速人民币国际化

这次来参加APEC会议的外国领导人，不仅来自各成员国，孟加拉国、柬埔寨、老挝、蒙古国、缅甸、巴基斯坦和塔吉克斯坦的国家首脑也都来到了北京。吸引他们的，无疑就是这个被外界称作“中国版马歇尔计划”。

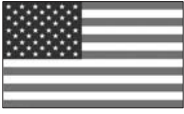
二战之后的马歇尔计划是美国为欧洲复兴提供贷款，从而逐渐稳固了自己经济霸主的地位。无论是丝路基金还是亚投行、金砖银行，都带有中国烙印，通过这些机构将巨大的外汇储备投向其他发展中国家的基础设施建设。金融输出的同时，也能加速人民币国际化，显现中国的金融影响力和规则制定权。

说来说去，中国将近4万亿美元的外汇储备好像成了累赘，储备不够无法稳定汇率，过剩的话又要想法花出去。然而已经占据国际货币主导地位的美国却几乎没有外汇储备，这是因为美元已经像“蟹券”那样获得了其他国家的认可。

人民币国际化之路就是要实现这样的目的。从2008年底美国金融危机以来，中国积极开展“金融外交”尤其是“货币互换外交”。截至目前，中国已和21个央行或货币当局签署或续签了货币互换协议，总额达2.4万亿人民币。

在货币互换的基础上，自2008年以来，已经有俄罗斯、马来西亚、韩国、菲律宾、泰国、尼日利亚、智利等新兴市场国家和澳大利亚等发达国家陆续宣称，把人民币纳入官方储备货币。根据环球同业银行金融电讯协会(SWIFT)数据，今年9月人民币占全球货币转移的份额已经升至历史新高1.72%，成为全球第七大常用货币。

中美利害关系



美国打击油价制裁俄罗斯



中国从油价大跌中受益

油价大跌给中国带来通缩压力

- 奥巴马打压油价制裁俄罗斯的同时，俄罗斯与中国的关系已经在拉近。为避免中俄关系进一步加深，奥巴马政府会竭力避免与中国的摩擦，但油价持续走低给中国带来了通缩压力。

美元走强 美国希望人民币同步升值



人民币一直跟随美元走强 这促进中国出口产业升级

- 此点中美利益一致，美希望人民币走强以缓解其对华贸易形势。而中国正积极推动产业升级和人民币国际化，因此人民币升值同样符合中国利益。

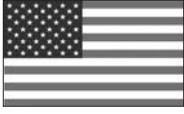
中国的算盘



启动沪港通、推出黄金国际版
以人民币计价
推动人民币跨境结算

- 1 争夺黄金、大宗商品定价权
- 2 实现人民币国际化

美国的“后招儿”



美元以难以预估的程度大幅升值

- ▲ 破趋势线，进入数十年来最大美元牛市
- ▲ 人民币无以应对，升也不是贬也不是
- 人民币“震荡加剧”
- 美联储提升短期利率
- 大量资本流出中国
- 破坏史无前例的、近5万亿美元规模的全球融资套利交易，其中中国份额接近2万亿美元。

据凤凰财经

枣庄山区小企业 客户为何全是大牌

本报记者 马绍栋



伊利、海天、太太乐、娃哈哈，还有来自欧美的一些大食品商，它们都是这家叫同泰维润的食品添加剂企业的大客户。

其实，乍听到这些食品行业的大牌时，很难把它们和眼前这家位于枣庄市山亭区的小企业联系在一起。位置偏远，交通不便，产品是苯甲酸钠等非常普通的工业产品。但由于搭上了电商这辆快车，野百合也迎来了春天。

“你稍等半分钟，我接个电话。”采访期间，销售总监刘玉涛业务非常繁忙，短短十几分钟已有两个电话打到他这里，一个来自徐州，另一个来自福建。看到现在这种忙碌景象，很难想象这家企业上半年竟然一度停工。

“2008年以后，化工行业长期低迷，我们企业前两年也比较困难。”刘玉涛坦言，公司所从事的食品添加剂行业主要生产防腐防霉类产品，近些年由于过度重复投资造成产能过剩，厂商竞相压价，行业利润率迅速走低。

产品质量没问题，那么出路到底在哪？几经研判之后，公司决心向电子商务转型。从今年春节开始，凡是在网络推广方面有点名气的，同泰维润都做了一遍。“尽管企业资金非常紧张，但在这方面老板非常舍得花钱。”同泰维润电商推广负责人顾星浩说。

同泰维润的网销是“两条腿走路，外加一个拐杖”，即B2B类的平台公司，包括中国化工网、阿里巴巴、慧聪等和专业的搜索引擎，再加上公司自建的网站、专业交易平台这一“拐杖”。一系列网络推广做下来，公司花掉了30多万，但回报显而易见，一度停产的车间再度轰鸣起来。

本周，来自著名食品巨头娃哈哈的一支由采购经理、技术人员以及质检人员组成的小团队从杭州专程赶到枣庄，来同泰维润验厂。

“这都是网上带来的客户，一开始我们也没想到。”刘玉涛表示。目前同泰维润的海外的订单八成都通过互联网。今年9月，刘玉涛接到来自广东的一个电话，对方称是荷兰一家著名面包公司在中国大区的采购经理，在网上搜到了同泰维润生产他们所需要的丙酸钙，他们已经在同泰维润的网站详细查看了公司的生产资质。

当时正好在上海有个展会，双方约定在上海见面。经过洽谈，对方将所有材料汇报给了荷兰总部。没想到的是，仅仅过了几周，荷兰总部的人竟然专程飞到中国，来到枣庄实地考察。

果然，在详细考察生产流程、样品质量后，荷兰这家企业一口气要了70多吨货。在刘玉涛看来，靠传统的跑业务方式是搭不上荷兰这家大客户的，关键是客户在哪里你不知道，而主动推销对方可能并不接招。

“电商是大势所趋，再靠传统的线下模式很难有出路，许多企业慢慢意识到这一点，但真正下决心做并不容易。”刘玉涛说，一开始公司在阿里巴巴国际版上自己装修店面，全公司集思广益，觉得效果不错，结果有一次在成都召开的网商培训会上，这个页面被专门人员拿来分解一看，差远了，老板马上决定花钱找专人装修，一点也不含糊。

如今，同泰维润的自营网站刚刚完成改版，来自枣庄当地的设计公司被换掉，厂里从济南、青岛等地找了专业设计公司来做页面，涵盖了英文、俄语、法语、西班牙语、阿拉伯语等多个区域小语种，从架构到推广全部国际化。

目前，同泰维润在俄罗斯、韩国都选择了最强势的搜索引擎合作，在美国直接放置了自家的服务器，以最快的响应速度来保证用户的体验。

刘玉涛表示，做B2B类的电商尤其要注重诚信，尤其是中小企业，往往喜欢在网络推广时夸大其词。“其实，那个荷兰客户原来也找过别的厂家，但到厂里一看跟宣传的差别太大，而我们完全按照实际宣传，他们来验厂后表示非常满意。”