



引导银行产品创新 促进对外经济发展

——解读《关于扩大外汇指定银行对客户远期结售汇业务和开办人民币与外币掉期业务有关问题的通知》

中国人民银行货币政策司

2005年8月2日，中国人民银行发布了《关于扩大外汇指定银行对客户远期结售汇业务和开办人民币与外币掉期业务有关问题的通知》(银发[2005]201号，以下简称《通知》)，这是人民币汇率机制改革的一项重要配套措施之一。人民币汇率形成机制改革后，人民币汇率参考一篮子货币在市场供求基础上双向浮动，企业外汇收支将面临汇率变动的不确定性。为有效规避风险，锁定未来外汇收支的汇兑成本，企业需要相应的风险对冲工具。同时，面对更大的汇率灵活性，中外资企业和金融机构需要一个逐步适应的过程。远期结售汇业务的放开，不仅为企业提供了有效的适应汇率波动的工具，也为银行逐步开发和完善人民币汇率衍生品定价工具提供了政策条件和空间。

一、《通知》的主要内容

一是明确了外汇指定银行为客户办理远期结售汇业务和掉期业务的市场准入条件。《通知》第一条规定：凡是具备结售汇业务资格，近两年结售汇业务经营中没有发生重大外汇违规行为；具备中国银行业监督管理委员会核准的衍生产品交易业务资格以及符合国家外汇管理局规定的其他条件的外汇指定银行，均可申请办理远期结售汇业务。二是扩大了为境内经济主体办理远期结售汇业务的范围。《通知》第四条规定了远期结售汇业务范围，除经常项目外，偿还银行自营外汇贷款、偿还经外汇局登记的境外借款、经外汇局登记的境外直接投资外汇收支和外商投资企业外汇资本金收入、

经外汇局登记的境内机构境外上市的外汇收入以及经国家外汇管理局批准的其他外汇收支等资本和金融项目交易均可办理远期结售汇业务。三是放宽了远期结售汇业务的期限档次、展期次数和汇率。第四条还规定：远期结售汇业务的期限结构、合约展期次数和汇率由外汇指定银行自行确定。四是有条件地放开外汇掉期业务。《通知》第五条规定：已获准办理远期结售汇业务6个月以上的银行，在比照本通知第二条规定的程序向外汇局备案后，可以办理不涉及利率互换的人民币与外币间的掉期业务。除本通知第四条第(一)、(二)款规定的资金范围外，银行可以为境内机构的人民币资金办理掉期业务。境内机构掉期换入外汇的使用应符合外汇管理规定。境内机构以经常项目外汇资金办理掉期业务，履约换回的外汇资金可以进入境内机构的经常项目外汇账户。五是对外汇指定银行申请开办远期结售汇业务的流程做了较为详细的规定。《通知》第二条规定了不同类型外汇指定银行申请办理远期结售汇业务的审核主体以及备案管理的程序和时间；第三条规定了外汇指定银行需要提交的备案材料，主要是远期定价的内部管理和风险控制制度；第六、七、八条规定了外汇指定银行办理远期结售汇业务须遵循的其他监管规定。

二、远期结售汇业务的历史背景

远期结售汇业务是外汇指定银行为企业提供的进行风险管理和资金管理的基本金融工具。为深化我国外汇市场发展，适应我国企业和银行参与国际竞争需要，1997年4月，我国开始引入远期结售汇业务并在中国银行进行试点。1997年4月1日，中国银行北京、上海等12家分行开始试办该项业务，试办初期，只有美元一个币种，最长期限为4个月，共9个固定期限，可以展期一次。1998年初，币种增加了日元、港币和德国马克，后又相继增加了欧元、澳元等22种可兑换货币，并允许企业进行择期交易。远期结售汇业务试点以后，市场反映较好，大量外资企业根据其内部财务管理规定的要求，出于保值目的，纷纷叙做远期结售汇业务。国际货币基金组织(IMF)对此也予以充分肯定，赞同此项市场化措施。

1998年年底，受金融危机的影响，资本项下远期结售汇违约率较高，为稳定预期，国家外汇管理局调整相关政策，停止了资本项下还贷远期业务，同时根据贸易项下远期外汇收支多集中在3个月到1年的特点，将远期结售汇业务最长期限延长至6个月。

2003年，随着我国对外经济规模迅速发展，国际收支规模进一步扩大，更多经济主体面临锁定未来外汇收支成本的需求。远期结售汇业务经过6年试点，在定价机制和风险管理方面日渐成熟。除中国银行外，国内其他外汇指定银行的

外汇业务量也发展很快，本外币资金运用能力大大增强，纷纷提出开办远期结售汇的申请。为适应供需两方面的需要，2003年4月1日，远期结售汇业务开办银行的试点扩大到工、农、中、建四大国有银行。由于人民币可兑换进程的加快，外汇指定银行外汇业务逐步规范，远期结售汇业务范围相应扩大，除货物贸易、服务贸易外，偿还外债和银行自身境内外汇贷款项下的外汇收支也可以办理远期结售汇业务。2004年11月，试点银行家数进一步增加，到2005年1月，交通、中信和招商银行也相继取得远期结售汇业务资格，远期结售汇业务量也稳步增加。在此期间，人民币可兑换仍稳步推进，国家外汇管理局相继出台了调高经常账户保留外汇限额、合格境外机构投资者(QFII)投资境内、放宽境内企业投资境外审批等多项放松经常项目和资本金融项目外汇管制的措施。

此次《通知》的出台不仅修改了外汇指定银行开办远期结售汇业务的市场准入条件，允许符合条件的中、外资银行申办此项业务，而且大幅度放宽了业务范围，现行外汇管理政策下可以通过即期外汇市场进行本外币转换的外汇收支，几乎都可以通过叙做远期外汇业务规避汇率风险。可以说，《通知》为经济主体提供了更多规避汇率波动风险的工具。

三、《通知》的重要意义

(一)为企业提供了锁定汇率风险的工具，有利于涉外经济的进一步发展。远期结售汇业务范围的扩大，为目前几乎所有可兑换的本外币间的交易提供了规避汇率波动的可能。《通知》第四条列举的远期结售汇业务范围，包括了目前人民币经常项目和资本项目下绝大部分可兑换的外汇收支内容，其中最普遍使用的仍是贸易项下的外汇收支。由于经常项目下的外汇收支周期通常都在1年以内，按国际贸易从发货到付款周期通常在3个月到1年的特点，企业贸易项下的远期外汇收支通常也在3个月到1年期间，而远期业务作为一项货币市场业务，通常也是在1年之内的价格最容易确定，因此，远期结售汇业务对企业规避贸易项下的远期外汇收支是最有利的。例如，一个出口企业与海外客户约定在签约后3个月后货款到账，但此时企业无法预料3个月后的人民币汇率水平。如果以签订出口合同时的汇率水平向客户报出出口价格，企业无法确定3个月后的汇率水平是否对自己有利。如果人民币升值，企业将承担汇兑损失，如果人民币贬值，企业会有汇兑收益。由于进出口企业的收入建立在出口利润的基础上，而不是建立在不可预知的汇兑收益基础上，大多数企业倾向于消除这种不确定性。企业可以向银行询问3个月的人民币远期结汇价格，并以该价格作为对客户的报价基础，这样，企业就能确定3个月后收到的货款可兑换人民币的数量，从而有效规避汇率不确定性带来的风险。

此外,企业未来可能面对的《通知》中所列资本项目下的外汇收支的风险也可规避。资本项下外汇收支周期较长,通常超过1年。对于银行来说,确定超过1年的远期结售汇价格有一定难度,只有本外币资金运用实力较强的银行才能报出相对合理的价格,因此,对企业而言,叙做超过1年以上的远期结售汇成本要高一些,但仍能有效规避风险。特别是《通知》将大部分资本和金融项目的远期外汇收支都纳入到业务许可范围,对我国企业向境外投资、实施“走出去”战略将起到非常积极的促进作用。

(二)统一了中外资银行的市场准入标准,体现了WTO的公平竞争原则。凡具备《通知》所列资质并具备风险管理等条件的中外资银行均可申请开办远期结售汇业务,充分体现了我国加入WTO后,积极履行金融开放承诺的姿态。《通知》发布之前,只有少数中资大银行能够为客户办理远期结售汇业务,准入标准也以结售汇业务量为主要门槛,同时必须具备相应的风险管理能力,定价和风险管理能力较强的外资银行受结售汇业务量的制约被排除在此项业务之外。近年来,大多数境内的外资银行陆续取得了办理人民币业务资格,参与中国市场的愿望非常强烈。《通知》的发布,为外资银行提供了国民待遇,鼓励外资银行积极参与国内金融市场,并在中国境内提供更优质的服务。

(三)促进中资银行积极开发汇率产品,为银行主动提高竞争能力提供了空间。《通知》在市场准入上的放开,在商业银行开发人民币汇率产品,提高资金运用能力方面引入了竞争机制。目前符合《通知》第一条所列市场准入条件的中、外资银行(包括分行)在50家以上,如果这些银行都成为远期结售汇业务的开办行,远期结售汇市场上将有充分的竞争。竞争的结果是大幅度提高银行的服务水平、定价水平和风险管理能力。特别是在国际市场上已经有丰富的衍生品定价经验的外资银行的加入,将间接促进中资银行在商业化改革的进程上更进一步,加速提高自身竞争力。

(四)为人民币汇率衍生产品的进一步发展夯实了基础。《通知》在远期结售汇基础上,初步许可银行对客户开办外汇掉期业务,这是进一步发展人民币汇率衍生品的一个讯号。在国际外汇市场上,外汇远期和外汇掉期属于传统的汇率衍生产品,外汇期货、外汇期权等衍生产品都是在最基础的外汇交易基础上,加上预期等因素定价并进行风险对冲的。远期结售汇业务范围的扩大和外汇掉期业务的推出,不仅为实体经济提供了规避汇率波动的有效工具,也促使银行等金融机构在提供服务的竞争过程中发现价格,提高风险控制能力,为下一步推出人民币汇率的期货和期权产品奠定基础。■

责任编辑 闫秀丽

● 词条

标杆管理

首开标杆管理先河的是施乐公司。1976年以后,一直保持着世界复印机市场实际垄断地位的施乐遇到了来自国内外特别是日本竞争者的全方位挑战,如佳能、NEC等公司以施乐的成本价销售产品且能够获利,产品开发周期、开发人员分别比施乐短或少50%,施乐的市场份额从82%直线下降到35%。面对着竞争威胁,施乐公司最先发起向日本企业学习的运动,开始使用“竞争标杆方法”(Competitive benchmarking)。这个方法是,从生产成本、周期时间、营销成本、零售价格等领域中,找出一些明确的衡量标准或项目,然后将施乐公司在这些项目的表现与佳能等主要竞争对手进行比较,找出差距,弄清这些公司的运作机理,全面调整经营战略、战术,改进业务流程。在提高交付定货的工作水平和处理低值货品浪费大的问题上同样应用标杆管理方法,以交付速度比施乐快3倍的比思公司为标杆,并选择14个经营同类产品的公司逐一考察,找出了问题的症结并采取措施,使仓储成本下降10%,年节省低值品费用数千万美元。此后,西方企业纷纷借鉴,把标杆管理作为竞争的最佳指导,通过优化企业实践,提高企业经营管理水平和市场竞争力,取得了显著的改进成效。一些企业还取得了系统突破,回报在五倍以上。标杆管理的理念是:不断寻找和研究同行一流公司的最佳实践,以此为基准与本企业进行比较、分析、判断,从而使自己的企业得到不断改进,进入赶超一流公司创造优秀业绩的良性循环过程。其核心是向业内或业外的最优企业学习。通过学习,企业重新思考和改进经营实践,这实际上是模仿创新的过程。