

贸议天下

中企深耕拉美如何用好金融工具

■ 孙心悦 辛育成

2025年,中国与拉丁美洲和加勒比地区贸易额达到5652.8亿美元,同比增长6.5%,连续两年超过5000亿美元。中国企业出海拉美市场的方式也正在不断拓展。从商品贸易、工程承包到投资建厂、资源开发和本地运营,越来越多企业开始把拉美作为长期经营的海外市场。

与中国企业加快出海拉美同时发生的是,中国与拉美国家的金融往来也在加快。2024年中国与拉美人民币跨境收付金额达到1441.7亿元,同比增长53.9%,其中货物贸易人民币结算489.3亿元;境内银行向拉美企业发放人民币贷款103亿元,同比增长63.5%。

中国企业在拉美经营方式的变化也带来了金融需求的变化。企业做贸易时,关注的往往是结算是否便利、货款能否及时收回;到了海外投资建厂阶段,需要考虑的则是资本金从哪里来、建设期如何融资、当地运营资金如何解决;进入长期经营以后,还要面对汇率波动、融资成本、利润汇回以及不同市场的金融和政策风险。对越来越多深耕拉美的中国企业而言,如何获得资金仍然重要,但如何根据海外经营特点配置和管理资金,正在成为一个更加现实的问题。

企业深耕拉美后,金融需求发生了哪些变化?

最直接的变化是企业对资金期限的要求变了。传统贸易通常围绕订单和账期安排资金,资金周转周期相对较短。制造业、矿业、能源和基础设施项目则不同,从前期投资、建设到形成稳定收入往往需要较长时间。特别是大型项目,企业不仅要考虑

主体项目的建设资金,还要考虑电力、道路、水资源等配套投入。如果长期依赖母公司资金或者期限较短的融资,不仅会增加总部资金压力,也容易出现融资期限与项目回报周期不匹配的问题。

更复杂的变化来自多币种经营。企业可能从中国采购设备,以人民币或美元融资,同时以墨西哥比索、巴西雷亚尔等支付工资、税费和当地供应商,形成持续的币种收入。但拉美不同市场的资金环境差异明显。2026年8月,巴西基准利率仍为14%,墨西哥政策利率则为6.5%。对企业而言,本币融资可以减少收入与负债的币种错配,却未必意味着综合成本更低;如果转向人民币或美元融资,即使名义融资成本较低,也可能重新增加汇率风险。因此,企业真正需要比较的是融资成本、汇率风险和避险成本共同构成的综合资金成本。

随着企业在当地拥有长期资产,金融风险与经营风险也越来越难完全分开。贸易企业要面对客户账期和回款风险,制造业企业要管理汇率、利率对成本和投资回报的影响,大型项目还可能受到外汇管理、政策调整和政府履约等因素影响。因此,不同经营场景需要匹配不同的融资和风险管理方式。

对于产品出口企业,首先要管好账期和买方信用。企业在国内生产时已经支付原材料、人工和运输成本,如果出口到拉美后再给予客户90天、120天甚至更长账期,实际上是在用自己的资金为海外客户提供信用。订单增长越快,应收账款占用的资金可能越多,一旦客户延迟付款、发生违约,或者当地出现外汇短缺和汇兑限制,企

业就可能出现“有订单、有利润,却没有现金”的情况。

这类企业可以把信用保险与贸易融资结合起来,在接单前通过资信调查和信用限额判断买方风险,交易形成后通过出口信用保险分担部分商业和政治风险,并利用应收账款融资缓解资金占用。但信用保险不能替代客户管理,客户和市场过度集中仍会增加经营风险。付款条件、保险和融资成本最好在报价和签约阶段就纳入测算。

对于在墨西哥、巴西等市场投资建厂的制造业企业,难点在于人民币、美元和当地货币之间如何组合。从中国大量采购设备和零部件的企业,可以根据交易对手接受程度使用人民币结算或融资;具有稳定美元收入的企业,可以配置相应的美元负债;主要在当地销售的企业,则可以用部分本币融资对应工资、税费和采购。本币融资能够减少币种错配,但在巴西等本币利率较高的市场,资金成本也可能更高。因此,企业不能只比较贷款利率,而要同时计算换汇、汇率波动和避险成本,比较不同融资方案的综合成本。

汇率管理首先应尽可能让收入、支出和负债的币种自然匹配。对于已经确定或确定性较高的外币收支,再根据需要使用远期、掉期等工具锁定部分汇兑成本。但这些工具也有现实约束,不仅需要支付避险成本,部分还会占用授信或保证金,不同拉美国家能够获得的产品和期限也存在差异。对尚不确定的收入过度套期保值,反而可能产生新的汇率风险。

矿业、能源和基础设施等大型项目建设周期长、资本投入大,如果主要依靠母公

司资金或集团信用,不仅资本占用较大,项目风险也更容易传导到集团资产负债表。对于现金流具有一定可预测性的项目,可以通过项目公司以及相应的合同、担保和风险分配安排,使融资更多建立在项目自身偿债能力基础上。

金融机构真正关注的是项目建成以后“钱从哪里回来”:矿业项目要看资源条件、生产成本以及长期销售或包销安排;电力项目要看购电协议、电价机制和购电方信用;基础设施项目则要看特许经营期限、收费机制和实际需求。不同工具承担的功能也不同,商业银行重点评估项目偿债能力,保险和担保可以分担部分商业或政治风险,银团融资则可以满足大额长期资金需求。

大型项目还要解决融资的完整性。以拉美矿业项目为例,矿山本身获得融资并不意味着项目就具备投产条件,电力、水资源、道路和港口等配套设施如果没有同步落实,同样可能影响投资决定和建设进度。因此,融资设计需要同时考虑主体工程 and 关键配套设施,明确项目公司、政府、公用事业企业和第三方投资者各自承担的投入。任何一个关键环节没有形成资金闭环,都可能成为整个项目推进的约束。

企业能否用好金融工具,不仅取决于选择了什么产品,更取决于能否把金融安排真正融入投资和日常经营。

首先,金融安排要前置。从近年来中国企业投资和项目落地的实际情况看,一些融资问题在投资测算阶段就已经埋下。总部通常首先关注项目投资回报和融资成本,但到了当地运营,还会面对本币支出、汇率变

化、资金回流等实际问题。因此,企业在测算土地、厂房、设备、人工和税费的同时,还需要把融资币种、期限、汇率风险、避险成本和利润汇回等纳入投资模型。拉美各国利率水平和外汇制度差异较大,企业不能只比较贷款利率,还要把汇率变化、避险成本和资金跨境流动等因素纳入测算。

其次,要逐步建立与当地经营相匹配的信用和融资能力。总部和拉美子公司看待资金的角度往往并不完全相同:总部更关注集团整体融资成本、授信使用资金回报,当地团队则需要保证工资、税费、供应商付款和日常运营资金的稳定。以巴西等本币利率较高的市场为例,总部可能更倾向于使用成本较低的境外资金,而当地公司则需要考虑外币负债与本币收入错配后的汇率风险。因此,本地化融资需要随着业务稳定,逐步积累当地银行信用,并在境内外、本外币资金之间形成更符合实际现金流的组合。

最后,要把金融管理真正融入经营决策。很多风险在产品报价、客户账期、采购合同和结算币种确定时就已经形成。总部关注的投资回报、利润汇回和资金调度,也需要与当地团队关注的客户回款、库存、供应商付款和日常流动性结合起来。金融管理应前移到订单、采购、投资和重大合同决策环节。

随着中国企业从产品出口走向本地投资和长期运营,金融能力也正在成为企业国际化能力的一部分。真正成熟的金融出海,是能够在融资成本、币种风险和当地现金流稳定之间找到平衡。这将越来越影响中国企业能否在拉美市场真正扎下根、走得远。
(作者单位:鲸纬咨询)

汽车出海的金融底盘

■ 董泽萱



新疆霍尔果斯市金诺投资控股集团与兴业银行成功研发并落地实施的全疆首单创新型供应链金融产品对霍尔果斯汽车出口发挥了重要支持作用,图为工作人员正在办理有关业务。
图片来源:霍尔果斯市政府网站

今年上半年,我国汽车整车出口509.6万辆,同比增长65.3%,半年度出口规模首次突破500万辆;7月单月出口104.3万辆,同比增长81.3%。乘用车出口占车企批发销量比重升至41%。汽车出口正从行业增长的增量变量,加快转变为支撑产业发展的重要引擎。

比规模增长更具标志性意义的,是发展模式之变。从整车贸易到海外建厂,逐步自建经销、售后、研发与服务网络,中国汽车产业正经历从整车出口到市场全球化、生态本地化和品牌全球化的深刻转型。

汽车产业链每向海外延伸一步,金融服务半径就必须同步延伸一步。传统贸易金融主要以单笔订单为锚点,而产业链金融延伸至海外投资、本地运营与市场销售等长期环节,要求金融从单一结算融资拓展为覆盖企业全生命周期的综合服务。金融只有嵌入产业链各环节,联通境内外主体,覆盖跨境汽车出海全过程,才能切实帮助车企出海降低资金成本、分散跨境风险,真正成为产业出海的同行者。

出海升级: 金融需求格局深度重塑

中国汽车产业全球化正沿着清晰的路径逐级推进,每进入一个新阶段,金融需求的性质与结构都将随之发生深刻变化,金融服务的供给能力也必须同步提升。

第一阶段是整车贸易。企业在国内组织生产,通过海运销往海外市场,金融需求集中于贸易融资范畴,包括订单融资、出口信用保险、信用证结算、跨境收付、汇率避险与应收账款转让等。

第二阶段是渠道落地。企业开始设立海外销售子公司、建设海外仓、发展总代理与经销商网络,金融需求从单笔交易转向持续性的渠道资金支持,经销商库存融资、供应链金融、海外仓融资、保函与跨境现金管理的重要性显著上升。这一阶段的核心挑战,已从“货物能否安全交付”转向“渠道能否持续运转”,销售渠道信用评估、库存周转风险、回款周期与资本管制,构成了新的金融课题。

第三阶段是产能本地化。企业通过新建工厂、并购或合资方式建设海外生产基地,金融需求从短期贸易融资转向中长期资本支持,项目贷款、银团贷款、ESG挂钩贷款、跨境并购融资、跨境担保、海外投资保险、本币营运资金贷款与跨境资金池等工具的重要性显著上升。这一阶段资金规模大、回收周期长、风险结构复杂,金融机构面临的关键性问题已从会不会做一笔贸易融资,深化为能不能看懂一个国家、一个产业,对其国别风险判断与项目评审能力构成真正考验。

第四阶段是市场深耕。工厂投产后,汽车进入当地零售体系,消费者需要汽车贷款与融资租赁,车辆需要保险与售后保障,二手车流通与电池残值管理逐步纳入经营范畴。这一阶段最能体现汽车金融的

属地属性,也是中资金融机构当前最为薄弱的领域,它要求金融机构真正理解当地消费者的信用习惯、购车行为与监管环境,因地制宜、融入市场。

这四个阶段序时演进,并将在同一市场叠加共存,这意味着金融服务不能局限于单一产品或阶段,而必须具备全周期、一体化的综合服务能力。与此同时,金融服务的供给主体也随产业深入而发生转换:贸易环节,境内银行、政策性金融与出口信用保险占据主导;进入海外经销与本地生产阶段,中资境外机构的联动作用逐步体现;到终端消费金融等环节,适配当地监管和具备客户基础的属地优势更为明显。这也要求中资金融机构主动转变角色定位,立足比较优势选择参与路径。

供需错配: 汽车出海金融服务的四个瓶颈

近年来,我国持续支持汽车产业“走出去”,对金融机构的激励政策已逐渐形成体系。商务部、工业和信息化部等部门多次在相关文件中明确“鼓励境内外供应链金融”“提升汽车出口金融服务水平”等政策导向,金融监管总局2023年修订的《汽车金融公司管理办法》也允许“汽车金融公司设立境外子公司”,天津、上海等地也相继推出租赁创新示范区建设与跨境金融服务便利化方案。行业实践层面,政策性银行、四大国有银行、兴业银行、中国信保等金融机构多已形成较为成熟的贸易端工具,并逐步丰富经营服务端。例如,中国进出口银行湖北省分行运用“跨境福费廷”“出口信通”等产品,帮助车企加速跨境资金回笼;中国工商银行重庆分行与工银泰国联动为长安汽车开通跨境人民币便利化结算绿色通道;中国银行对上汽五菱印尼汽车

公司提供2亿元人民币跨境贷款等。

但汽车跨境金融服务体系仍处于起步阶段,存在制约汽车出海的痛点难点问题。

一是金融跨境服务能力较弱。A股上市银行中,约三分之二已设立国际业务部或跨境金融部,但在墨西哥、越南、泰国、巴西等汽车产业链转移的核心区域,服务网点相对稀疏。在汽车出海领域,金融跨境版图没有形成与之匹配的金融服务能力。

二是境内外金融机构分属两条管理线,服务体系割裂。部分境外子行具备独立法人资格,业务操作、合规风控、监管责任、资金管理与境内相互独立。车企境内对公授信、海外子公司项目融资、外派跨境薪酬代发等需求分散在银行的不同部门与不同地区机构,客户面对的是一家银行,却对应多套审批标准、多套服务流程,全球服务体系的搭建存在体制机制障碍。

三是车企出海面临跨境信用断层。银行传统授信逻辑高度依赖境内母公司担保与固定资产抵押,难以基于海外长期订单与本地供应链现金流为中小出海企业增信。例如,连续多年为头部车企供货的供应商,在国内拥有稳定订单与良好履约记录,但海外新设子公司在当地几乎没有经营历史,也缺乏足够的抵押物,仍可能按新客户授信。中国信保以出口信用保险和海外投资保险为主,承保范围、保额及赔付条件有边界,无法覆盖车企海外建厂与本地运营中面临的复杂风险;进出口银行的政策性贷款在高风险长期限项目中也需多重工具配合,单一机构难以独担全链条风险。

四是终端消费金融适应能力不足。在泰国、巴西等市场,汽车信贷渗透率超过70%,消费者能否便捷获得贷款直接影响购车决策。丰田金融、大众金融等品牌附属

金融公司经过数十年深耕,已建立成熟的经销商网络与本地化风控体系。中国品牌进入海外市场时,往往只能与当地金融机构合作,融资成本偏高,审批标准不受自身掌控。新能源汽车还面临电池残值评估体系不成熟、二手车流通机制缺失等新问题,进一步加大了终端金融的服务难度。

协同破局: 强化全球化金融服务能力建设

破解以上痛点难点问题,需要多维度协同推进,加快构建专业化、全球化、数字化的跨境金融服务体系,助力车企在全球市场实现高质量发展。

打造一体化跨境服务网络,提升金融服务能力。一方面,金融服务应紧跟新能源汽车企业出海节奏,重点加强东南亚、拉美、中东欧与中东等新兴市场的机构布局。在企业出海的核心区域,鼓励金融机构通过设立分行、子行或代表处等方式,提升新兴市场覆盖率,不能仅以短期盈利为衡量标准,更应考虑战略卡位价值,在车企密集布局的市场提前落子,实现与企海外生产、销售与服务布局的空间匹配。另一方面,打破行政、业务等部门壁垒,整合境内外与条线间资源,建立全球统一的客户识别体系与信息共享机制。形成一点接入、全球响应的服务体系,让车企在全球任何一个市场提出的金融需求,都能被及时识别、快速响应。

打造境内外“接力式”授信模式,破解跨境授信难题。一是依托境内成熟的车企授信优势,将信用传导至海外子公司、经销商与零部件配套企业等产业链末梢,实现境内增信与境外融资相结合,破解境外主体缺乏本地信用记录与抵押资产不足的困境。二是建立境外主体信用评估的产业与交易双维度模型,整合企业海外交易数据、

核心企业合作年限与区域市场需求等信息,降低对传统抵押物的依赖。三是借鉴国际经验,加大政策性金融出海参与力度。日本国际协力银行以政策性资金承担银团中长期限、高国别金融风险的部分,联合商业金融机构提供长期限低成本融资,在丰田美国电池工厂、日资车企印度供应链等项目中形成了“政策性引领、商业性跟进”的成熟模式。应加大进出口银行与中国信保对制造业大额海外投资银团的参与力度,以政策性资金配套分担商业金融机构的国别风险与长期风险,形成政策性金融引领、商业金融跟进、信用保险兜底的接力式风险分担格局。

采取“自建+联动”模式,因地制宜、开放协同补齐终端金融短板。终端消费金融具有较强的属地性,中资金融机构不可能也不需要每个市场都自建完整体系。应根据不同市场的成熟度、银行自身布局强度与监管环境,采取差异化的终端服务策略。在重点战略市场,支持中资境外机构增强自建能力,基于汽车金融业务实践经验,输出国内成熟的产品体系。在更广泛的市场,探索中资融资与属地零售相结合的协同模式,例如,由中资银行在当地的分行或子行为海外厂商金融提供资金支持、开发与当地银行的银团联合贷款等,由属地化金融机构负责征信查询、贷款发放、车辆抵押与贷后催收等具体实务;针对新能源汽车残值波动大的痛点,通过属地化承保与中资机构再保险合作分散风险,稳定金融机构残值预期,进一步释放消费者购车需求。

双向塑造: 汽车出海与金融国际化共生共荣

汽车产业正在从“产品出海”走向“产业出海”,金融也需要从“产品出海”走向“能力出海”。中国汽车产业的全球化,对中国金融体系而言也是一次真实的压力测试。这场测试检验的,不再是一家银行能否再增设一个海外机构,推出一款出海专项贷款产品,而是能否打通条线形成统一的全球客户视图,在全球范围内配置资源、管理风险、运营渠道,为客户企业的跨境供应链布局提供从海内到海外的全生命周期金融解决方案。

中国汽车在海外能走多远,取决于产品与技术,也越来越取决于金融服务链能否延伸至产业真正扎根的地方。当金融体系真正具备了服务全球产业链的能力,受益的将不止于汽车行业,高端装备、电子信息技术等更多中国优势产业,都将在这套全球化金融能力的支撑下获得更稳固的海外发展基础。

从这个意义上说,产业链的全球化与金融的全球化,不是单向的赋能与被赋能,而是相互塑造、彼此成就的过程。金融的底盘铺到哪里,产业的车轮才能驶向哪里;产业扎根到哪里,金融的能力也才会在那里真正生长出来。
(作者系行业分析师)