

跨越山海

金融助力中国企业
“走出去”报告

第一财经
YI C H I
E A I



中國銀行
BANK OF CHINA

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

COPYRIGHT STAFF

出品人

第一财经 | 中国银行

总策划

第一财经 杨宇东

中国银行上海市分行

长三角金融研究院 张兴荣

主编

于舰

视觉总监

戴喆骏

创意总监

王方宏

报告编撰

刘昕 | 纪飞峰 | 龚一泓

视觉创意

于海蓝 | 景毅

本报告由第一财经撰写、出品。

所有文字和研究成果属第一财经及中国银行所有, 其他人不得任意转载、盗用。第一财经和中国银行拥有最终决定权。

地址: 上海市南京西路651号

BRIDGING SEAS AND MOUNTAINS

A Research Report on
Financial Support for
Chinese Enterprises
Going Global

P02

摘要

P04

PART-A 时代浪潮

新时期中国企业出海的 挑战和路径

1.中国着眼高质量“走出去”，
形成对外开放新优势 P05

2.中国企业积极探索出海新路径 P07

2-1. 地缘冲突给中国企业出海带来巨大挑战 P07

2-2. 中国企业积极应对并调整出海策略 P10

跨越山海

金融助力中国企业“走出去”报告

CONTENTS

P16 PART-B 金融护航

金融机构服务出海的模式创新与实践

1.中国金融机构扩大海外布局 P18

1-1. 持续优化全球网络布局 P18

1-2. 强化融合境外境内两个市场两种资源 P20

1-3. 丰富金融产品和服务供给 P20

1-4. 加大新兴技术的运用 P22

1-5. 加强对跨境业务及企业海外经营的风险防控 P23

2.新形势下金融机构助力中国企业出海的典型案例 P24

2-1. 全球现金管理与综合服务案例 P24

2-2. 跨境支付与数字金融服务案例 P28

2-3. 产业投资与资本赋能案例 P30

P32 PART-C 未来展望

构建金融出海新生态的建议

1.进一步深化金融机构海外网络建设 P34

2.构建多层次境外金融服务体系 P34

3.加强金融产品与服务创新 P35

4.推进海内外一体化服务 P35

5.扩大跨境人民币使用范围 P36

6.构建全链条跨境风险管理体系 P36

7.加强金融与产业协同 P36

摘要

近年来，全球地缘冲突频发，世界贸易摩擦加剧，中国“走出去”的企业面对新的外部环境，有的厚积薄发积极应对挑战，有的调整策略灵活发展。在新出海浪潮下，2024年我国全行业对外直接投资表现积极，达到1.16万亿元人民币，同比增长11.30%。

从中国对外投资的目的地来看，亚洲特别是东盟成为最重要的承接地，东盟占我国对外投资的比重由2014年的6.34%跃升至2024年的17.88%。中国对外投资的行业结构同步调整，批发零售与制造业的比重显著提升，出海企业逐渐参与全球价值链的深度布局。在企业主体方面，央企和国企依旧主导能源、矿产和基础设施等重资产项目，民营企业则迅速崛起，特别是在跨境电商领域，并成为新能源、消费品和文化创意出海的主力军。

在企业出海战略调整的过程中，中国金融机构在多个关键维度提供重要支持和服务，帮助企业实现平稳过渡、有效落地与可持续发展。

第一，进一步深化海外网络建设。以中国银行和中国工商银行为代表的国有大型商业银行分别在境外64个和49个国家和地区建立数百家分支机构，形成覆盖六大洲的服务体系。证券公司和保险公司的全球化战略稳步推进。

第二，强化境内境外资源融合。商业银行通过跨境授信、结算和资金交易支持“一带一路”共建项目，农业银行和交通银行有力服务外贸实体经济。中信证券、中信建投等帮助企业在全球资本市场开展多元化融资与并购业务。

第三，产品与服务供给不断创新。国家开发银行落实专项贷款，支持海外基础设施建设；中国银行推出跨境电商一站式综合解决方案与全球现金管理方案；农业银行、交通银行重点支持小微外贸企业和跨境电商。证券公司在股权融资和债权融资方面表现活跃。保险公司中，中国信保为客户的大型资本性货物出口、海外工程承包、海外投资并购等走出去项目及一般贸易出口提供担保支持。

第四，新兴技术广泛应用。中行“跨境e商通”推动电商结算量三年增长超5倍；地方性银行如稠州银行、宁波银行在中小币种跨境支付上提供定制化方案。PingPong、连连支付等新兴支付平台借助大数据和AI算法，实现低成本、高效率的跨境结算与合规支持。

第五，强化风险防控。国有大型商业银行完善国别风险管理与压力测试；中信证券推进境内外一体化风险系统；中国信保则为企业提供资信调查、国别风险分析与投资保险咨询，帮助企业应对海外经营不确定性。

展望未来，为更好助力中国企业“走出去”，我们提出以下对中国金融出海的建议。

一是持续优化海外布局。商业银行等机构加快海外网络建设，在东盟、拉美、非洲等地区建立区域性总部，集中服务当地的中国出海企业；建立“境内培养、境外实践”的人才梯队，吸纳当地专业人才，加强跨境金融服务团队建设。

二是完善多层次境外金融服务体系。包括政策性银行、国有大型商业银行、股份制商业银行、证券公司、保险公司、金融科技企业等，利用各自业务优势和境内外资源，错位发展，对中国企业出海的金融需求形成全面覆盖。

三是创新金融产品和服务供给。商业银行与当地的金融机构组建银团贷款，通过风险分摊机制扩大融资规模，帮助中国出海企业获得足额融资以及当地的信贷资源。证券公司通过全球信托凭证（GDR）、基金互认、跨境ETF等产品，为出海企业提供多元化的境外融资和投资工具。保险公司建立跨境风险分担机制，丰富绿色保险产品体系。基金公司与境外开发性金融机构、当地私募股权共同设立产业基金，为出海企业提供长期资本。

四是推进海内外一体化服务。商业银行打通境内外业务流程和信息系统，探索“单一账户、全球调度”的资金管理模式。证券公司打通企业境内外上市与再融资渠道，建立“境内定价、境外发行”的跨境债券承销机制。保险公司建立境内外协同的承保与理赔体系。金融集团推动内部不同业务板块（银行、证券、保险、租赁等）的联动与协同，强化前、中、后台在境内外的统一标准与数据共享机制，为企业提供无缝衔接的综合化方案。

五是扩大跨境人民币使用范围。商业银行扩大跨境人民币贷款的授信范围，为出海企业提供项目建设、并购和运营资金；除中国香港、新加坡等传统离岸人民币中心以外，探索在东盟、欧洲、拉美等地开拓人民币产品和服务。证券公司协助企业在中国香港、新加坡等地发行人民币债券，拓展人民币融资渠道。

六是构建全链条跨境风险管理体系。金融机构整合宏观与行业数据，开发智能化国别风险评估平台，强化国别风险预警机制，并将相关信息与企业客户共享，帮助企业规避地缘风险。

七是加强金融与产业协同。金融机构充分发挥与企业出海当地政府、相关组织等联系密切，对当地政治、经济、金融、市场等有长期较深入研究的优势，为新出海企业提供市场咨询、政策培训等。

PART - A

时代浪潮

新时期 中国企业出海的 挑战和路径



BRIDGING SEAS AND MOUNTAINS

A Research Report on
Financial Support for
Chinese Enterprises
Going Global

I.

The New Era:

Challenges and Pathways for
Chinese Enterprises Going Global



1.
中国着眼
高质量“走出去”，
形成对外开放新优势

2.
中国企业
积极探索出海新路径

2-1. 地缘冲突给中国企业出海
带来巨大挑战

2-2. 中国企业积极应对并调整
出海策略

PART A-1

中国着眼高质量“走出去”，
形成对外开放新优势

自2001年中国加入世界贸易组织（WTO）以来，中国政府不断鼓励企业“走出去”，参与全球市场的竞争与发展。即使在当下全球地缘冲突不断、逆全球化风潮兴起的时期，中国始终坚定不移地推进高水平对外开放，鼓励企业深度参与全球产业分工与合作，维护多元稳定的国际经济格局和经贸关系。

我们可以清晰地看到，在我国历史上的五年规划纲要中，政府对于高水平对外开放的表述是层层递进、不断提升的。从“十一五”规划中的“参与国际经济技术合作和竞争”、“十二五”规划中的“实行更加积极主动的开放战略，不断拓展新的开放领域和空间”、“十三五”规划中的“丰富对外开放内涵，提高对外开放水平，协同推进战略互信、投资经贸合作、人文交流，努力形成深度融合



的互利合作格局”到“十四五”规划中的“推动构建人类命运共同体”，中国始终走在对外开放的前沿，不断以更大范围、更宽领域、更深层次作为高水平对外开放的要求和目标。

过去20多年，中国企业纷纷响应政府号召，积极抓住历史机遇，经历了从出口导向、资源获取到全球价值链深度参与、塑造自主品牌的跃升转变，形成了规模宏大、结构多元、模式创新、风险意识强的出海格局。

从我国外贸规模来看，2024年中国商品出口占全球商品出口的比重达到14.64%，连续八年位居全球商品出口榜首；2024年中国商品进口占全球商品进口的比重为10.45%，为全球第二大商品进口国；这些数据和排名显示了中国在全球贸易中的强大竞争力和韧性。

中国政府对于高水平对外开放的论述逐步深化

五年规划纲要	标题	主题
“十一五”	第九篇 实施互利共赢的开放战略	坚持对外开放基本国策，在更大范围、更广领域、更高层次上参与国际经济技术合作和竞争。
“十二五”	第十二篇 互利共赢 提高对外开放水平	适应我国对外开放由出口和吸收外资为主转向进口和出口、吸收外资和对外投资并重的新形势，必须实行更加积极主动的开放战略，不断拓展新的开放领域和空间，扩大和深化同各方利益的汇合点，完善更加适应发展开放型经济要求的体制机制。
“十三五”	第十一篇 构建全方位开放新格局	以“一带一路”建设为统领，丰富对外开放内涵，提高对外开放水平，协同推进战略互信、投资经贸合作、人文交流，努力形成深度融合的互利合作格局，开创对外开放新局面。
“十四五”	第十二篇 实行高水平对外开放 开拓合作共赢新局面	坚持实施更大范围、更宽领域、更深层次对外开放，依托我国超大规模市场优势，促进国际合作，实现互利共赢，推动共建“一带一路”行稳致远，推动构建人类命运共同体。

资料来源：第一财经研究院根据公开资料整理

我国外商直接投资与对外投资占全球的比重同样名列前茅。即使2020年，全球受到重大公共卫生事件影响，贸易投资等活动接近停摆，中国仍然保持较为活跃的贸易投资活动。2020年，中国外商投资流入占全球外商投资流入的比重为15.17%，对外投资流出占全球对外投资流出的比重为19.72%，均创下历史最高点。

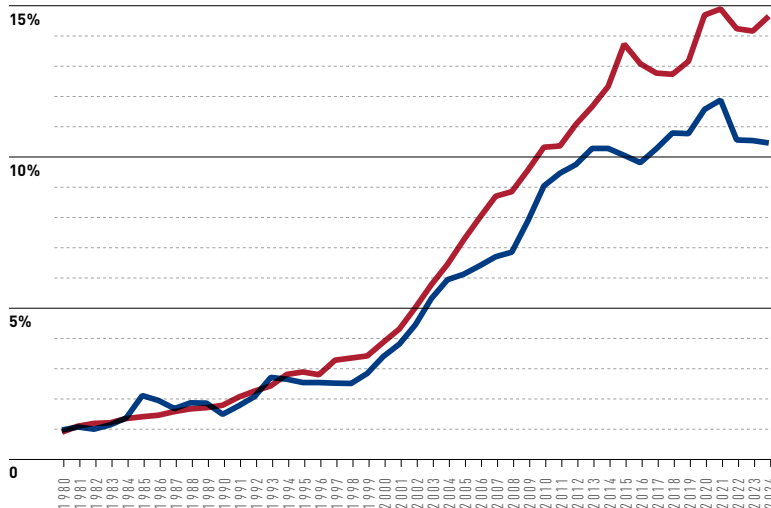
2022年以来，我国外商直接投资规模由上升趋势转变为阶段性下滑。2024年中国外商投资流入占全球外商投资流入的比重由2022年的13.61%下降至7.7%，降幅接近6个百分点；中国外商投资流入规模在全球的排名由2022年的第二位下降至2024年的第四位。

同期，我国对外直接投资则持续保持稳步上升的态势，占全球对外直接投资的比重由2022年的10.4%上升至2024年的11.95%，连续13年位列全球前三。2013年中国提出共建“一带一路”倡议以来，中国对“一带一路”共建国家的非金融类直接投资累计超过3000亿美元。2015至2024年，中国对“一带一路”共建国家的非金融类直接投资年均增速为9.6%，高于整体对外投资2.2%的年均增速。

在对外交流方面，中国企业“走出去”正在扮演越来越重要的角色。随着国内市场需求趋于稳定与全球供应链重塑，中国企业在全球范围内加快布局。与此同时，共建“一带一路”倡议和《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）为中国资本、商品和技术的全球化提供了更广阔的平台。

2024年我国是全球第一大商品出口国和第二大商品进口国

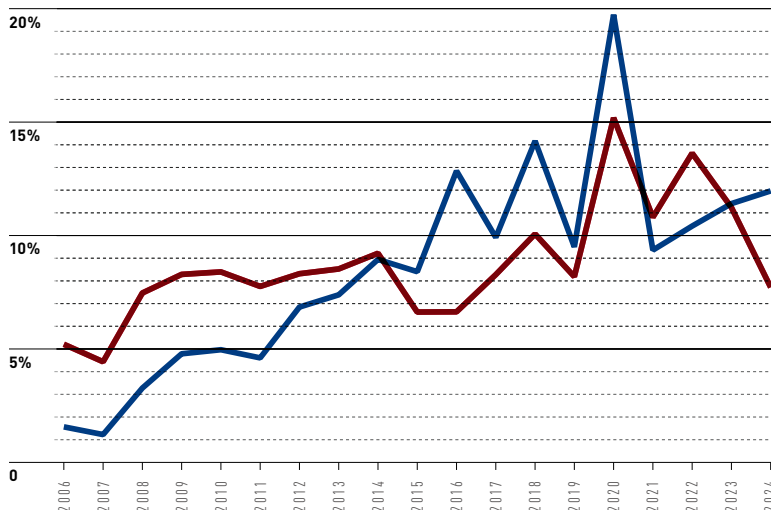
● 中国出口占全球商品出口比重 ● 中国进口占全球商品进口比重



数据来源：WTO、第一财经研究院

2022-2024年中国外商投资流入占全球的比重下滑，对外投资占比稳步上升

● 中国外商投资流入占全球外商投资流入的比重 ● 中国对外投资流出占全球对外投资流出的比重



数据来源：UNCTAD、第一财经研究院

PART A-2

中国企业积极探索出海新路径

2025年，美国政府在特朗普就任总统后在世界范围内再一次掀起逆全球化的浪潮，对世界主要经济体和贸易伙伴加征关税。美国不仅对中国加征远远高于平均水平的关税，还试图拉拢其他贸易伙伴一起遏制中国出口。在这样的外部环境下，中国企业并未放缓向外发展的步伐，并且得益于以往多年在全球经贸格局中的深度参与和竞争，中国企业正在寻找和建立在世界经济中的新角色。



2-1.

地缘冲突给中国企业出海带来巨大挑战

2025年，新一届美国政府重新实施关税政策和“脱钩”战略，对全球经济产生深远影响，给中国企业的全球化发展带来前所未有的挑战。美国的关税政策不仅直接影响了中国企业的收入和成本，也加剧了企业经营的不确定性，使许多中国企业不得不调整战略，以应对不确定性增强的国际市场环境。

2025年，美国关税政策在全球范围内进一步升级，对中国的主要措施包括：

以先打后谈的方式对中国加征关税。2025年2月至3月期间，美国以芬太尼问题为借口对自中国进口的商品加征20%的关税，4月在“解放日（Liberation Day）”宣布对所有自中国进口商品加征34%的关税，年内累计加征的关税达到54%，后续由于中国果断采取反制措施，美国对中国加征的关税一度高达125%（部分商品关税达到145%）。中美双方此后开启贸易谈判，在5月12日

内瓦联合声明以及8月12日斯德哥尔摩联合声明之后，美国暂停部分关税实施，年内美国对中国加征的关税下降至30%。

在高科技领域，尤其是半导体、人工智能（AI）等对中国进行遏制。2025年2月，特朗普签署了一项国家安全备忘录，指示美国外国投资委员会限制中国在美国的关键技术、基础设施、医疗、农业、能源和原材料等领域的投资，这一措施旨在防止中国获取敏感技术和数据。4月，美国商务部加强了对中国半导体和AI芯片的出口管制，要求对高性能芯片（如英伟达的H20系列）实施特别许可，且审批通过率极低。7月，特朗普政府在与英伟达首席执行官黄仁勋会晤后，批准了英伟达恢复向中国销售H20芯片的申请，这一决定标志着美国对中国AI芯片出口限制的有限放松。此外，美国还禁止了电子设计自动化（EDA）软件公司（如Synopsys、Cadence和Siemens EDA）向中国出售设计工具，企图限制中国芯片设计能力。

美国施压其他贸易伙伴，联合遏制中国。2025年4月，特朗普在“解放日（Liberation Day）”公布针对各国的关税之后，与世界主要贸易伙伴开启密集的谈判程序。据新闻报道，特朗普曾要求多个经济体在达成协议的前提下共同“遏制中国”，这在与越南和韩国的谈判中显得尤为明显。7月，特朗普宣布美国与越南达成贸易协议，将越南出口至美国的商品关税调整为20%，若经第三国转运则为40%，转运货品的税率被认为是针对中国制造、但标示为越南制造的产品。同月，韩国贸易政

策主管Chang Sung-gil表示，美国要求韩国在“其他领域”共同采取措施遏制中国，作为美韩开展双边船舶制造合作的“先决条件”。

截至2025年8月底，美国与多数贸易伙伴已达成贸易协定，最终加征关税的税率在10%至20%区间，美国对中国加征的关税水平依然显著高于其他经济体。虽然在日内瓦和斯德哥尔摩联合声明之后，美国对中国加征“对等关税”的期限已延至11月10日，且年内美国对中国加征的关税水平下降至30%，但叠加美国2018年所加征的301关税，目前美国对部分自中国进口商品加征的关税仍高达55%，显著高于其他经济体。此外，中美之间的贸易谈判仍在持续，最终关税税率悬而未决，使得全球资本投资中国的不确定性增加。

在特朗普掀起的逆全球化浪潮

中，其他经济体也纷纷效仿美国实施贸易保护措施。9月10日，墨西哥政府宣布将来自中国等非自贸伙伴的汽车进口关税提高至50%，该关税是墨西哥一揽子新关税政策的一部分。墨西哥政府将对纺织品、钢铁和汽车等多个领域的商品分档加税，总计影响520亿美元的进口规模，占8.6%的墨西哥进口商品清单。近年来，中国车企与墨西哥的产业链和价值链加快融合，汽配企业投资合作规模持续扩大，包括北京汽车、长安汽车、奇瑞汽车、比亚迪等在内的大型车企均已进入墨西哥市场。在墨西哥的汽车关税影响下，此前部分车企所采用的“在墨西哥进行组装、运用美墨加贸易协定进入美国市场”的策略将面临挑战，企业难以通过单纯的商品出口进入新市场，而必须增加对外投资，融入当地供应链。

2025年，特朗普政府的关税政策及“脱钩”战

2018年中美贸易摩擦爆发以来，美国占中国出口商品的比重持续下滑

●以人民币计价，中国对美出口占中国出口累计值的比重



数据来源：、第一财经研究院

略，对中国企业出海产生了深刻的影响，企业不仅面临收入下降、成本上升的挑战，还必须应对全球产业价值链格局变迁的风险。

从企业的收入端来看，特朗普政府的关税措施使得中国商品在进入美国市场时面临更高的成本，直接导致中国商品在美国进口中所占的份额下降。这一趋势并非2025年才开始，早在2018年特朗普政府的第一任任期内，中美之间已爆发了较为激烈的贸易摩擦，许多中国企业的出口业务受到了严重影响，原本依赖美国市场的中国企业不得不寻找其他市场来弥补收入损失。根据第一财经研究院的调研，美国的大型采购商包括塔吉特 (Target)、家得宝 (Home depot)、沃尔玛 (Walmart) 等在过去几年持续实行将供应链从中国转移至东南亚的战略，而在2025年特朗普再次当选总统之后，这些企业加快了供应链转移的速

度，纷纷要求中国供应商在东南亚或非洲地区寻找新的生产基地。从美国占中国出口的比重来看，自2018年特朗普第一任任期以来，已呈现逐年下降的趋势，而在2025年特朗普开启第二任任期之后，该比重加速下滑，由2024年12月的14.7%下降至2025年8月的11.5%。

从企业的成本端来看，贸易风波对中国企业的影响则更为显著。2025年特朗普“关税大棒”的波及范围几乎扩大到全球，不仅中国面临关税困境，美国对其他贸易伙伴的贸易政策也发生剧烈变化。2018年以来，很多中国企业将生产基地转移至越南、印度、孟加拉国等，而这些国家2025年也受到美国关税政策的猛烈攻击，从而被迫调整与美国的贸易关系，导致此前迁移生产基地的中国企业在这些地区的生产成本也进一步上升。例如，被誉为“果链三巨头”的立讯精密、歌尔股份和蓝思科技多年前就已在越南部署生产基地，以维持供应链的稳定，而在2025年的贸易风波中，美国曾威胁对越南加征高达46%的关税（后续该关税降至20%），很多企业不得不考虑继续转移生产基地，以规避地缘政治风险。

全球价值链同样面临持续调整的风险，不确定性大幅上升。全球贸易保护主义升温对于产业链、价值链的影响主要有以下三个方面：

一是国际分工格局不再以天然禀赋、成本优势作为主要准则，反而转向友岸外包、近岸外包等新模式。国际分工网络不再以生产效率和生产者福利作为单一的考虑目标，而是更多考虑网络参与者之间的可信度、价值观等因素，或者以更小的区域为单位形成多极化的国际分工网络，地缘经济碎片化的风险上升。

二是出海企业进入新市场无法再依赖以往的出口贸易或转口贸易形式，必须深度融合当地的产业链、价值链。贸易保护主义除了对进口商品加征关税之外，往往还伴随着吸引外资在本地大量投资，将生产和就业留在当地，与当地产业深度融



合。对于在全球范围内经营的企业而言，如果想要进入新的国际市场，就需要对当地的生产、就业以及社会责任做出更大的承诺，导致企业的经营挑战进一步增加。

三是贸易保护主义往往会引发连锁反应，贸易政策的不确定性拖累企业的出海进程。当一个国家对贸易伙伴加征关税时，往往会引发对方的反制措施。当世界主要经济体采取贸易保护措施后，也会引发其他经济体纷纷效仿。近年来，欧盟、越南、墨西哥等主要经济体均在特定行业对进口商品加征关税，很多企业在贸易政策的变化下不得不选择暂停进入国际市场，抑制了跨境投资和贸易的活力。

在目前逆全球化的浪潮下，中国政府坚定不移推进高水平对外开放，中国出海企业普遍采取市场多元化策略来对冲风险。一方面，中国政府积极推动“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进”的新发展格局，并通过共建“一带一路”倡议、RCEP机制驱动更高水平对外开放，以对冲美国关税壁垒与技术限制带来的不利影响。另一方面，中国出海企业也主动加大在东南亚、中东、拉美、非洲等地区的投资与布局，建立本地化生产和销售网络，努力分散单一市场风险。

随着这一系列举措的推进，中国企业不仅能够减轻对美国的依赖，还能在更广阔的国际舞台上培育新的增长点和竞争优势。据路透社报道，王传福在比亚迪2025年第一季度财报的电话会议上表示，由于受到地缘政治的影响，短期内公司没有进入美国和加拿大市场的计划。同时，比亚迪看到了拉丁美洲和东南亚国家快速发展的巨大机遇，这些国家的政府和民众对中国品牌持友好态度，比亚迪计划到2025年底，海外汽车销量翻一倍，达到80万辆以上。在电话会议上，王传福还表示比亚迪的海外市场有助于提升企业的盈利能力，预计“在某个阶段”，比亚迪的大部分利润将来自海外市场。



2-2. 中国企业积极应对 并调整出海策略

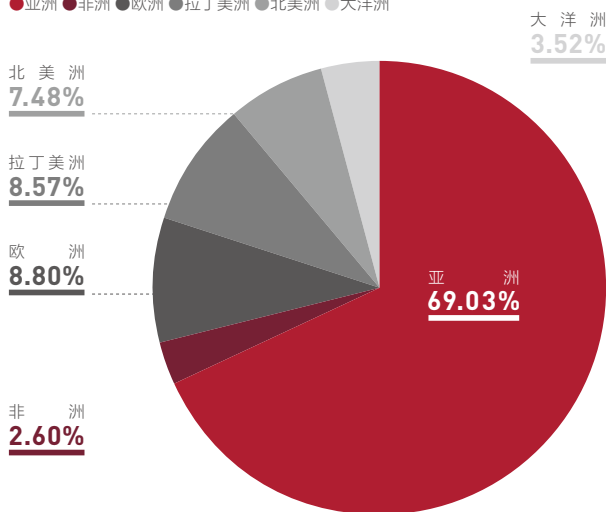
近年来，中国企业的出海路径已发生了显著的变化。这些变化不仅体现在企业出海的目的地和行业当中，还表现在战略、市场选择、风险管理、文化适应等多个层面。中国企业从最初的“走出去”战略到如今的多元化全球化路径，经历了一个不断转型和升级的过程。

从中国企业出海的国别来看，在过去十年中，中国对外直接投资的目的地变得更为集中，亚洲地区始终是中国企业对外直接投资的首选目的地。从统计数据来看，2014–2024年，亚洲占我国对外直接投资的比重从69.03%上升至79.96%，欧洲占我国对外直接投资的比重从8.8%下降至6.5%，北美洲占我国对外直接投资的比重从7.48%下降至3.13%，拉丁美洲占我国对外直接投资的比重从8.57%下降至8.09%。在出海的主要地区中，我国企业对东盟地区的对外直接投资上升幅度较大，尤其是2022年1月1日RCEP正式生效以来，中国在东盟地区的对外直接投资规模直线上升，由2021年底的197.3亿美元上升至2024年的343.65亿美元，升幅达到74.2%。与之相比，中国企业出海欧盟和北美的势头则在减弱。从比重来看，2014年东盟、欧盟和北美占我国对外直接投资的比重分别为6.34%、7.95%和7.48%，中国在东盟、欧盟和北美的投资分布较为平均；2024年，中国企业在东盟的对外直接投资占比明显上升，在欧盟和北美的投资占比下降，分化走势十分明显，东

2014年，中国对外直接投资 在欧洲、北美洲、拉丁美洲的分布较为平均

2014年中国对外直接投资流量分布

● 亚洲 ● 非洲 ● 欧洲 ● 拉丁美洲 ● 北美洲 ● 大洋洲

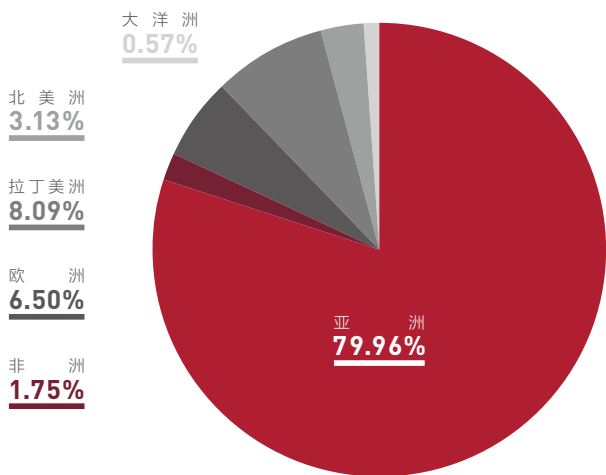


数据来源：、第一财经研究院

2024年，中国企业出海的目的地更为集中， 亚洲为中国对外直接投资首选目的地

2024年中国对外直接投资流量分布

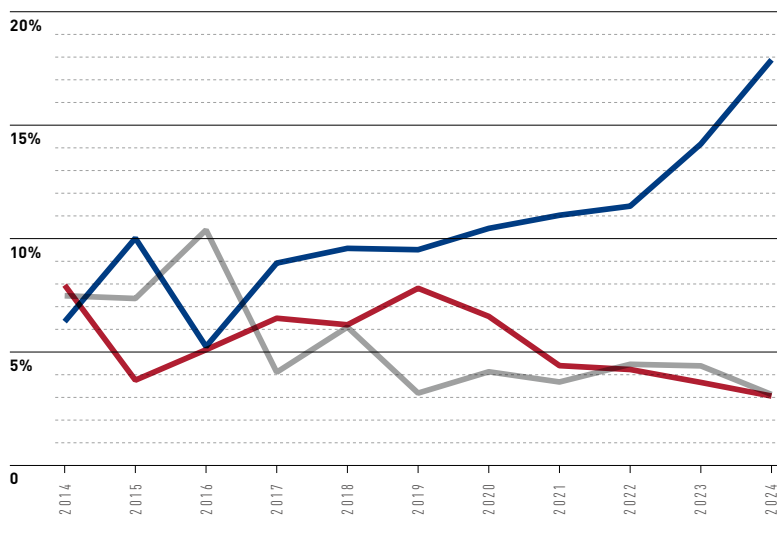
● 亚洲 ● 非洲 ● 欧洲 ● 拉丁美洲 ● 北美洲 ● 大洋洲



数据来源：、第一财经研究院

过去十年，中国企业在东盟的投资占比不断上升，在欧盟和北美的投资占比下降

中国对外直接投资在世界主要地区的比重 ● 欧盟 ● 东盟 ● 北美



数据来源：、第一财经研究院

盟占我国对外直接投资的比重达到17.88%，欧盟和北美的占比下降至3.06%和3.13%。亚洲地区始终是中国企业对外直接投资的首选目的地。

从中国企业出海的行业分布来看，2024年出海主要集中在批发和零售业、制造业、租赁和商务服务业三个类型上。2024年，中国对外直接投资流量为1921.96亿美元，其中批发和零售业占比为23.96%，制造业占比为22.29%，租赁和商业服务业占比为22.6%，是中国对外直接投资占比最大的三个行业。2014–2024年，批发和零售业在我国对外直接投资中的占比由17.06%上升至23.96%，制造业占比由8.94%上升至22.29%，租赁和商务服务业占比由34.36%下降至22.6%，这显示出我国企业出海投资的结构性变化。在我国企业对外投资的早期阶段，企业出海常常以轻资产、服

务外包、商务中介等形式试水海外市场，因此租赁和商务服务业一度占比较高。但随着制造业、能源、科技、新兴消费等行业的海外布局加速，服务型投资所占的比重下降，说明企业不再依赖“外包+服务”的模式，而是逐渐转向实业投资、产业链布局。

在三大类对外投资行业中，批发和零售业是当下中国对外投资占比最高的行业。这与近年来中国企业在跨境电商、海外仓储、全球供应链布局等方面的迅速发展紧密相关。随着共建“一带一路”倡议的深入推进以及东南亚、拉美、中东等新兴市场消费能力的不断提升，越来越多的中国批发和零售企业选择在海外直接设点，建立区域分销中心和组建本地化运营团队，以更接近终端消费者，实现快速响应和成本优化。除了跨境电商之外，越来越多的中国零售企业开始在海外开设实体门店和体验店，将线上线下渠道结合，提升品牌认知度。

制造业是过去十年中国对外投资占比上升最快的行业。2015年，国家发改委等部门联合发布《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》，标志着共建“一带一路”国家顶层规划的正式出台。2014–2017年，中国制造业对外投资占比由8.94%上升至21.15%。2018年，国家发改委、商务部、人民银行和外交部联合发布《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》，鼓励制造业、基础设施、高新技术等实业投资，限制房地产、酒店、影城、娱乐业等非实业领域，为我国制造业对外投资的蓬勃发展给出清晰指引。

从出海企业主体来看，在过去十年中，中国企业出海的主体结构呈现出明显分化：央企和国

企继续主导能源资源与大型基础设施项目，民营企业则快速崛起，成为制造业绿地投资和本地化供应链的中坚力量。央企依托庞大的资产规模

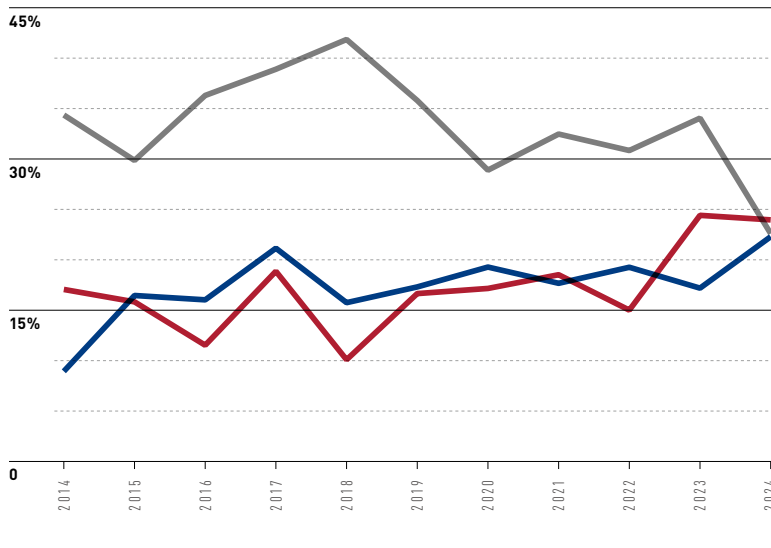
和政策支持，集中于油气、电力、矿产及基建工程等重资产、长周期的项目。例如，中国海洋石油集团在巴西Mero油田推进大规模开发，中国电力建设集团在拉美和南亚承建光伏与风电项目，均体现出了“央企工程承包”的特征。股权型对外投资则更多由民营企业主导。例如，民营制造业龙头正在成为新能源产业链出海建厂潮当中的主力，宁德时代、亿纬锂能、比亚迪等企业纷纷在欧洲和东南亚投资建设电池和整车工厂。具体的投资案例包括：宁德时代在匈牙利德布勒森投资73亿欧元建设100GWh电池工厂；亿纬锂能在匈牙利布局30GWh电池项目；比亚迪则在泰国和匈牙利同步扩建整车产能。跨境电商平台同样体现了民营企业的灵活性：SHEIN在越南布局大型海外仓与配送网络，Temu则在东南亚和土耳其与本地物流商合作，扎根当地。中国出海企业主体结构的变化，不仅反映了不同所有制企业的战略分工，也揭示了在全球贸易壁垒、产业链重构和地缘政治博弈的背景下，中国企业“走出去”的路径正在被重塑。

综上所述，我们认为在当下的新浪潮下，中国企业出海路径有以下三方面主要变化：

第一，中国企业“走出去”的业务模式发生显著变化，从最早的出口贸易驱动型全球化转向价值链主导型全球化。中国企业出海初期主要依赖低成本优势，聚焦出口贸易，更多扮演全球产业链中的“加工制造者”角色。目前，中国制造

过去十年，中国对外直接投资中，批发和零售业以及制造业的比重稳步上升

2024年，中国对外直接投资占比最高的三个行业 ● 批发和零售业 ● 制造业 ● 租赁和商务服务业



数据来源：、第一财经研究院

在诸多领域仍具有成本优势，并且向产业链高端迈进。我国出海企业正逐步从单纯的生产制造向研发设计、品牌运营、供应链管理、售后服务等环节延伸，形成涵盖研发、生产、销售、服务的全产业链全球运营模式。企业向海外输出的不再仅仅是价值低廉的产品，而更多的是新型的创新科技（如大疆无人机）、商业创意（如以抖音TikTok为代表的新型社交媒体），以及文化潮流（如泡泡玛特Labubu系列产品）。

第二，中国企业“走出去”的主体变得更为多样，最早出海的企业以国有大型企业为主，主要在海外资源开发和基础设施建设当中发挥重要作用，而现在越来越多的民营企业、创新型中小企业加入出海大军，涵盖互联网、高端制造、新能源、消费品、文化创意等多个领域。中国企业出海的驱动力由此前的政策引导更多转变为企业

自发的商业需求。在美国对中国施行的一系列贸易和科技封锁中，美国以国家安全、敏感技术、军事关联等为由，对我国许多大型央企和国企及其相关子公司实施制裁，其中包括中兴通讯、中广核、中国交建等大型企业，部分具有国际竞争力的民营企业（如华为）也同样受到影响。即使如此，在当前的外部环境下，我国民营企业几乎遍布各行各业，出海路径仍然非常灵活和多样。此外，由于国内市场竞争激烈、需求相对稳定，对外开拓成为我国许多民营企业的战略目标。

第三，中国企业“走出去”的目的地变得更加宽广，企业根据不同目的地的天然禀赋制定相应的出海策略。例如，在非洲、中亚、拉美等地区的资源型国家，中国出海企业与当地企业更多在矿产、石油、天然气、农业等方面合作；在越南、柬埔寨、孟加拉国等地，中国企业主要是投资当地低成本的制造业工厂；在欧洲、北美等地的发达国家，中国企业开始对高端品牌、技术进行并购，以扩展自身的业务范围。在中美贸易摩擦的背景下，中国企业出海无论从销售端还是生产端来看，都发生了显著的变化。从销售端来看，在关税壁垒的影响下，我国出口商在曾经溢价空间较高的欧美市场进一步发展的难度加大，出海企业不得不寻找新的市场进行替代。从生产端来看，全球主要经济体都受到美国关税政策的影响，如何在变动的贸易政策下寻找最优的替代路径成为出海企业的新挑战。

展望未来，国际政治环境深刻变革、国内经济结构转型升级，中国企业在提高自身在全球经济中的影响力上仍然大有可为。在中国经济从高速发展向高质量发展的过程中，中国企业的盈利能力、运营效率将会代替规模，成为衡量企业是否成功的更重要指标。开拓海外市场增加营收、创建自主品牌提高溢价空间、在全球寻找低成本供应链方案，都是中国企业“走出去”的重要驱动力，也是未来推动中国经济高质量发展的重要支点。



2-2.1

跨境电商成为 中国企业出海新兴模式

近年来，随着全球互联网技术飞速发展，跨境电商这一新兴出海模式应运而生。从传统的进出口业务模式到如今的跨境电商，这一转变背后体现了中国企业在国际市场上对全球消费趋势、技术创新和市场需求变化的敏锐反应。

在传统的进出口业务模式中，中国企业主要通过建立出口渠道，将产品销往海外市场。企业的角色通常是制造商或供应商，依赖于中介机构、批发商或代理商进行产品的出口和分销。在这个过程中，中国企业很多时候只能参与到供应链的某一环节，难以直接接触到终端消费者。

随着近年来互联网的不断发展和全球消费模式的变化，跨境电商逐渐成为中国批发零售企业出海的重要新渠道。与传统进出口业务相比，跨境电商有多方面的优势：

跨境电商能够实现更为广泛的市场覆盖：跨境电商的运营模式对那些尚未开设海外分公司的小型企业和创业公司尤其友好。通过跨境电商，企业能够不受地域限制，将产品销往世界各地，特别是东南亚、欧洲、北美等主要市场，以及非洲、南美等一些此前不太熟悉的市场。

跨境电商呈现出低门槛、低成本的特点：跨境电商平台通常为商家提供一站式服务，包括产品展示、在线支付、全球物流、售后服务等，减少了中介费用，并且由于跨境电商的业务形式通常不需要建立实体店面，降低了企业海外市场拓展的初期投入。

跨境电商能够实现由数据驱动的精准营销：跨境电商依托大数据和人工智能技术，使商家能够更精确地了解全球消费者的需求，并根据不同市场的消费者行为调整销售策略。相比传统出口模式，跨境电商使得市场调研、产品定价和推广策略的制定变得更加高效和精准。

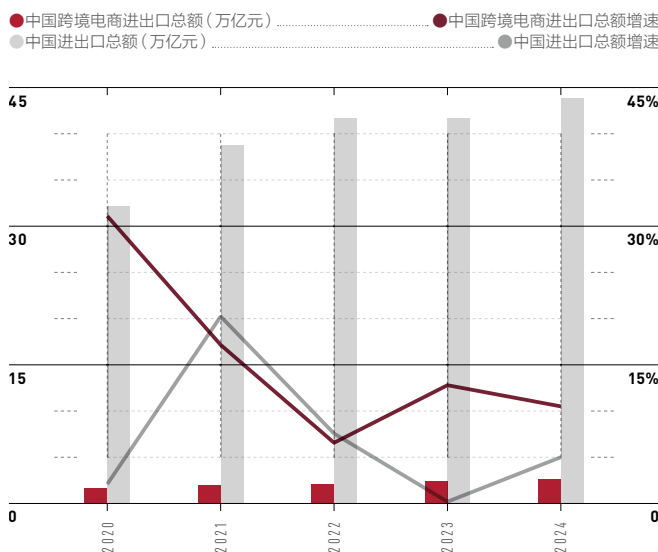
在过去五年中，我国跨境电商发展迅猛，平均增速呈现两位数增长，逐步成长为中国进出口业务的新兴支柱。从规模上看，在2020年至2024年间，我国跨境电商的进出口总额从1.69万亿元增长至2.63万亿元；从增速上看，我国跨境电商规模五年间的平均增速在15%左右。同期，我国整体的进出口总额从32.22万亿元增长至43.84万亿元，五年的平均增速仅在7%左右。

随着中国跨境电商崛起，诞生了一批耀眼的企业，如SHEIN、Temu和TikTok电商。

SHEIN在全球范围内，尤其是在欧美市场，拥有较高的市场份额。根据路透社GlobeData的统计，2023年美国是SHEIN最大的单一市场，占比高达28%以上。牛津经济研究院的报告显示，2023年SHEIN为美国经济活动贡献了16亿美元，创造了1.09万个工作岗位。SHEIN在海外市场采取“按需供给+小单快反”的经营模式，即通过小批量、多批次的生产方式，快速响应市场变化和消费者需求，以实现“以销定产”，从而形成一套有效降低库存积压并保持价格优势的供应链模式。在此模式下，SHEIN的上新速度极快，远超沃尔玛的更新频率，也比亚马逊的第三方卖家更加集中和系统化。同时，SHEIN的单件服装价格通常在5-20美元区间，远远低于沃尔玛和亚马逊的同类服装价格。

TikTok电商同样是全球跨境电商领域最具颠覆性的力量之一。TikTok最初只是一个短视频娱乐平台，如今已发展成为一个成熟的市场，推动着数百亿美元的销售总额。2025年上半年，TikTok 电商以262亿美元的全球商品交易总额（GMV）实现同比翻倍，其中印尼市场以60亿美元规模超越美国（58亿美元）成为最大单一市场。TikTok电商以其精准的内容分发，将商品转化率提升至传统电商的3倍以上。TikTok电商的产品主打美妆、快时尚、手机配件、家居小物等，这类商品本身价格较低且易有视觉冲击，容易在短视频和直播中被冲动买入，实现从流量到销售额的转化。

过去五年，中国跨境电商规模平均增速约15%，超过中国整体进出口规模增速



数据来源：中国政府网

这些成功企业的经验吸引了巨量的追随者，跨境电商市场的竞争日益激烈，价格已不再是唯一的竞争优势，越来越多的中国企业开始意识到品牌建设和消费者情绪价值在国际市场中的重要性。例如，泡泡玛特所推出的Labubu系列以其独特的“丑萌”形象和丰富的系列产品迅速在全球范围内积累了大量粉丝。Labubu的成功不仅仅是产品本身的魅力，更是中国品牌通过跨境电商平台实现全球化的成功案例，这种模式强调原创设计、文化输出与社交媒体相结合。泡泡玛特在TikTok电商上线了直播间，以更加便捷的跨境电商模式触达年轻消费群体，同时将消费者的开箱视频、晒单、复购变成了一个完整的消费生态，进一步扩大产品的影响力。

2025年以来，美国加征“对等关税”以及取消对800美元以下的跨境包裹免征关税的措施对中

国跨境电商企业造成冲击。尤其是SHEIN和Temu的核心优势在于价格低廉以及跨境直邮，一单一发的小包跨境快递曾经是中国跨境电商最低成本的物流渠道。根据晚点(Late Post)的报道，在4月关税战爆发、针对跨境包裹的新政策落地后，SHEIN和Temu立刻以涨价应对，很多加税后失去竞争力的商品被直接下架，Temu下架了大量从广东自有仓库单件直发美国的商品，并引导用户选购“不包含进口费”的商品，这些商品则由卖家自行运到美国的仓库并承担关税，用户下单后从美国本地仓库发货。其他商品则涨价以抵消关税影响，部分涨价幅度超过300%。据Bloomberg Second Measure分析，在涨价的一周内，SHEIN、Temu的销售额同比分别下降了23%和17%。

虽然近期美国关税政策的变化对跨境电商造成了短期冲击，但行业整体仍展现出强劲的增长动能。从全球范围看，消费需求的线上化和年轻消费者对低价快时尚、创意产品的青睐，使跨境电商继续保持高速扩张的势头。以SHEIN、Temu为代表的跨境平台，已经迅速调整针对关税的应对策略：一方面通过建设海外仓、优化物流链条来分散关税压力；另一方面加大在东南亚、拉美、中东等新兴市场的投入，以降低对单一市场的依赖。

2-2.2

科技创新

驱动中国企业提高出海效率

科技的持续创新和应用，特别是数字技术、人工智能、供应链数字化、内容分发机制等领域的突破，正在以颠覆性的方式重塑中国企业出海的逻辑与路径。

在供应链方面，供应链数字化正成为企业在海外取得成功的关键保障。过去，企业出海往往面临“长周期、大批量、库存风险高”等问题，而如今通过大数据，中国企业可以构建更加敏捷、可视化的供应链网络。SHEIN在这方面是出海企业



的典范，通过构建遍布华南地区的柔性供应链体系，搭建基于数字的“设计—生产—上新”系统，实现“日更”产品的能力。供应商在SHEIN的平台上接受订单的同时，系统会实时反馈销售数据，从而实现“试单—小批量生产—快速补货”的闭环，这种基于数据驱动的供应链模式，极大提升了企业对海外市场不确定性的响应能力。

在中国企业的出海过程中，如何适应当地市场并且实现本土化一直是一个难题，如今，技术的发展为企业提供了更加智能化和系统化的本地化能力。例如，通过语言大模型和AI翻译工具，企业可以迅速推出多语言版本的产品与服务，避免传统翻译人工成本高、质量不稳定的问题。在内容营销上，AI还可以基于不同市场的文化偏好自动调整广告脚本、画面风格、关键词优化等。此外，AI客服、智能翻译、语音识别等技术的应用也极大提升了用户体验，让跨语言、跨文化的沟通变得更加顺畅。

在数字经济浪潮下，云计算正成为中国企业出海过程中不可或缺的底层支撑。过去，企业在海外布局时往往需要自建或租赁本地机房，既存在投入高、周期长的问题，又难以快速适应目标市场的合规要求与业务需求。而如今，通过云计算平台，中国企业可以在极短时间内搭建覆盖全球的IT基础设施，实现从电商平台到支付系统、从视频内容到在线游戏的全方位支撑。以阿里云国际版、腾讯云境外版等中资云服务为例，它们提供的跨境数据中心和加速网络，使企业能够快速完成技术出海的第一步。阿里云国际版在东南亚、中东、欧洲、北美等多个国家和地区设立了数据中心和可用区，能够为跨境电商、数字支付、在线教育、视频娱乐等出海企业提供稳定的计算、存储和网络加速服务。阿里云通过多云架构和合规化设计，帮助企业应对欧盟《通用数据保护条例》(GDPR)、东南亚数据本地化等政策要求，解决了中国企业在全球化过程中最常见的合规与延迟难题，降低了出海企业在新市场建立业务的时间成本和试错成本。

PART - B

金融护航

金融机构服务 出海的模式创新 与实践



BRIDGING SEAS AND MOUNTAINS

A Research Report on
Financial Support for
Chinese Enterprises
Going Global

II.

Financial Safeguards:

Innovation and Practice in
Supporting Global Expansion



1. 中国金融机构 扩大海外布局

- 1-1. 持续优化全球网络布局
- 1-2. 强化融合境外境内两个市场两种资源
- 1-3. 丰富金融产品和服务供给
- 1-4. 加大新兴技术的运用
- 1-5. 加强对跨境业务及企业海外经营的风险防控

2. 新形势下 金融机构助力中国企业 出海的典型案例

- 2-1. 全球现金管理与综合服务案例
- 2-2. 跨境支付与数字金融服务案例
- 2-3. 产业投资与资本赋能案例

在新形势下，金融机构服务中国企业出海具有重要的现实意义。当前，在全球贸易格局调整的背景下，中国企业的全球化进程已从被动适应国际规则，逐步转变为“主动布局”和“战略应对”的必然选择。面对复杂多变的国际环境，企业对跨境金融资源获取、跨境结算与合规服务、全球资本运作能力等方面提出了更高要求。金融机构的全球服务网络与出海服务能力，正成为支撑中国企业全球化发展的关键要素。

第一，金融服务体系支持企业优化全球战略布局。随着国际竞争态势不断深化，单边主义、地缘冲突与供应链政治化风险上升，企业在海外经营中面临更多不确定性，促使更多企业将市场重心从美国转向东南亚、拉美、中东、非洲等新兴市场。数据显示，美国占我国对外投资比重从2014年的6.17%降至2024年的3.45%。在这一战略调整过程中，金融机构可在多个关键环节提供支持，助力企业实现平稳过渡和可持续发展。例如，具备全球网络的中资银行为企业提供多币种支付、结算及外汇服务，有效降低企业开拓新市场的后顾之忧。与此同时，在国内投行和券商的协助下，企业积极转向东南亚、欧洲等市场实现融资渠道的多元化。

第二，企业出海业务的可持续性需要金融全球化作为支撑。从宏观层面看，中国作为全球第二大经济体，在外贸与对外投资规模上已占据重要地位。企业发展到一定规模后，国际化成为必然选择。当前，许多中国企业已具备全球领先的产品、技术及品牌影响力，出海模式也从单一的贸易输出，扩展至产能出海、产业链出海、品牌出海与资本出海。金融机构若不能及时响应企业多样化、全球化的金融需求，将影响中国企业在海外的布局进程。因此，金融机构必须加快自身全球化步伐，以匹配企业全球经营的需要，保障其业务战略的可持续性。

第三，金融科技赋能，突破传统跨境金融服



务壁垒。随着科技的发展，跨境电商、数字服务贸易等新型贸易形式快速崛起，成为传统贸易之外的重要补充。这类贸易形态凭借低门槛、高灵活性、数字化等优势，迅速拓展至东南亚、拉美、中东、非洲等新兴市场。新型贸易对金融服务的速度与便捷性提出更高要求，一批跨境金融科技平台应运而生，大幅降低跨境业务门槛，推动形成更加高效、灵活的数字化金融出海模式。

第四，金融机构出海注重系统化、战略性布局。金融机构不仅是服务提供者，也是金融理念、治理模式和监管标准的重要输出方。在服务企业出海的同时，中国正积极推动以清算系统、监管科技、绿色金融标准、金融科技平台为核心的制度型输出。例如，在东南亚、非洲、拉美、中东等市场推动构建以人民币为核心的支付清算体系，通过中资银行、外资机构、支付平台、保险公司、券商等构建完整金融生态，提升中国金融体系的国际影响力。

最后，金融服务企业出海有助于推动人民币国际化。企业出海、金融出海与货币出海形成一个有机衔接的对外发展链条。近年来，人民币在国际货币体系中的地位持续提升：在跨境结算方面，2024年全国跨境人民币结算量约64.1万亿元，同比增长22.5%，更多能源、矿产及大宗商品项目采用人民币计价与支付；在金融市场方面，香港、新加坡、伦敦等离岸人民币中心快速发展，“熊猫债”市场吸引世界银行、道达尔能源等境外主体参与；在国际储备方面，人民币在IMF特别提款权（SDR）篮子中的权重已升至12.28%，2025年第一季度全球央行外汇储备中人民币占比达2.12%；在制度建设方面，截至2025年3月，中国人民银行已与32个国家和地区的央行或货币当局签署双边本币互换协议，互换规模近4.5万亿元。同时，人民币跨境支付系统（CIPS）已覆盖189个国家和地区，成为人民币国际化的重要基础设施。随着中国企业出海与金融出海的深入推进，人民币在全球的应用范围持续扩大，逐步从贸易结算货币向投融资货币与储备货币拓展，推动人民币国际化迈向新阶段。

PART B-1

中国金融机构扩大海外布局

随着中国企业“走出去”步伐加快，对高水平金融服务的需求日益增长。金融机构类型多样，可提供综合性金融解决方案，也能针对特定需求提供专业化服务，从政策、商业与科技等多层面扩大金融供给，构建稳定而灵活的服务格局，成为中国企业全球化进程中不可或缺的“金融引擎”。

1-1.

持续优化全球网络布局

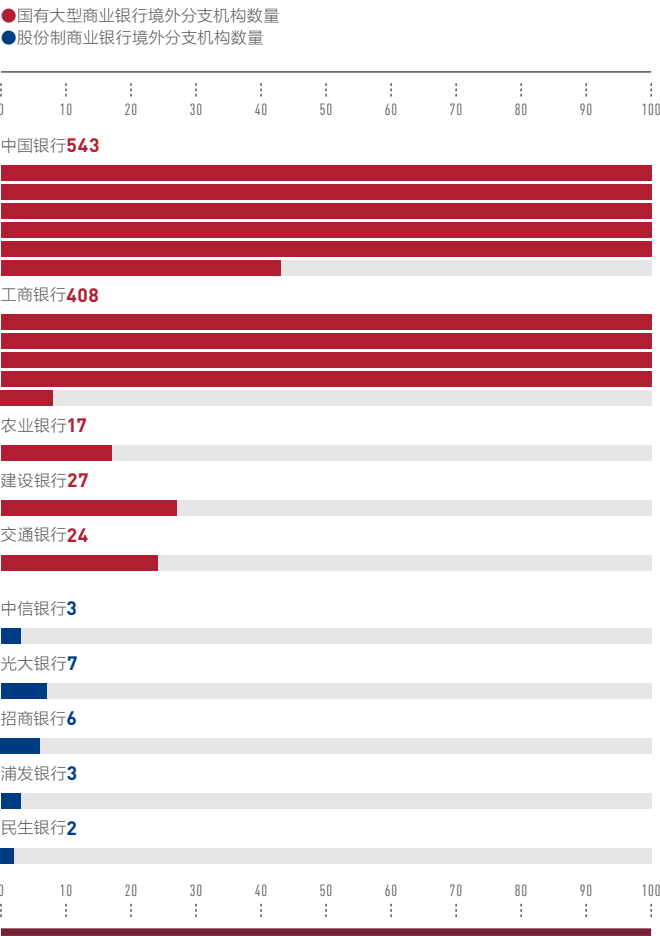
为更好服务中国企业出海，紧跟全球客户金融服务需求，中资银行持续优化全球网络布局。截至目前，国有大型商业银行的海外布局较为成熟，中国银行与中国工商银行的境外分支机构数量领先其他中资银行。

在国有大型商业银行中，截至2024年末，中国银行拥有543家境外分支机构，覆盖全球64个国家和地区，其中包括45个共建“一带一路”国家，在全球重要战略节点布局完整；此外，为进一步提升全球服务能力，中国银行制定和优化境外机构“一行一策”发展策略，深耕细作海外市场，市场竞争力不断增强。截至2024年末，中国银行境外分支机构总资产规模达到8.3万亿元人民币，其中中国香港、中国澳门和中国台湾地区占比68.83%，亚太地区（除中国香港、中国澳门和中国台湾地区）占比11.3%，欧洲地区占比11.95%。

中国工商银行在49个国家和地区建立了408家境外机构，与143个国家和地区的1461家外资银行建立了业务关系，服务网络覆盖六大洲和全球重要国际金融中心。中国建设银行拥有27家境外分支机构，覆盖全球六大洲28个国家和地区，资产规模稳中有升。

在股份制商业银行中，中信银行在境外共设有3家分支机构，光大银行设有7家分支机构，招商银行设有6家分支机构，浦发银行和民生银行分别设有3家和2家分支机构。股份制商业银行的境

国有大型商业银行的境外分支机构数量
明显领先于其他商业银行



数据来源：各商业银行2024年年报

外分支机构主要集中于中国香港、中国澳门、东京、伦敦、悉尼、卢森堡等地。

完善的全球网络为中国出海企业提供了坚实保障。无论企业拓展至哪个市场，中资银行均可提供配套金融服务。尤其在贸易保护主义抬头的背景下，中资银行始终以实际行动支持中国企业“走出去”为宗旨，为企业应对生产基地搬迁、产业链重构等挑战提供金融支持。

证券行业国际化进程加快。中信证券业务覆盖13个国家，是服务共建“一带一路”范围最广的中资投行，致力于构建全品种、全业务线、全牌



照的境外业务体系，提升跨境协同与服务创新能力，努力成为“中国企业出海及国际投资者投资中国的首选投行”。中金公司持续完善国际网络，已在香港、纽约、伦敦、新加坡、旧金山、法兰克福、东京等金融中心设立分支机构，并推进越南、阿联酋等地的网点建设。

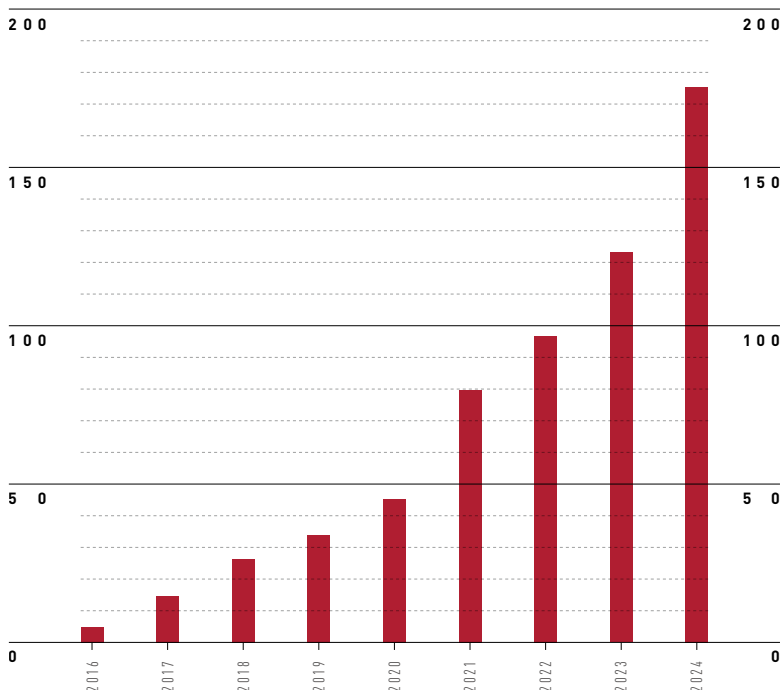
保险行业稳健推进全球化。人保香港作为人保集团国际化的重要窗口，服务网络覆盖80多个国家和地区，为中资企业及海外项目提供风险保障。人保再保险参与超30个“一带一路”再保险共同体项目，支持高水平对外开放。太平保险深化

国际化战略，卢森堡与迪拜代表处相继开业，区域布局取得新突破。中国再保险集团依托人才与技术优势，在国际再保险业务与合作中发挥协同效应，服务“一带一路”建设与中国客户海外利益保障。

除银行、证券、保险之外，建设跨境人民币支付网络、推动人民币国际化也是支持中国企业出海的重要基础设施。为应对国际支付体系的不确定性，在央行和外汇局指导下，中资银行积极推动人民币跨境使用，更好服务企业海外业务。CIPS自2015年上线以来，已成为人民币跨境清算主渠道。2016年CIPS业务金额为4.8万亿元，2024年已达175.5万亿元，增长超过36倍。截至2025年3月末，CIPS共有170家直接参与者和1497家间接参与者，业务覆盖189个国家和地区，人民币跨境支付体系建设取得显著进展。

2024年，CIPS的业务规模突破175万亿元

● 人民币跨境支付系统（CIPS）业务规模（单位：万亿元）



数据来源：、第一财经研究院

1-2. 强化融合 境外境内两个市场两种资源

为更好地服务中国企业“走出去”，中资金融机构积极整合境内外市场与资源，挖掘双边贸易与投资中的业务机会。

商业银行方面，中国银行发挥全球网络优势，与各类金融机构在清算、结算、贷款、投资、托管等领域开展合作，发布《金融支持服务“一带一路”项目最佳实践》报告，为同业提供参考。截至2024年末，在共建“一带一路”国家累计跟进公司授信项目超1200个，授信支持规模达3720亿美元。2024年，境外机构存款余额超5891亿美元，贷款和垫款余额超4237亿美元。

工商银行支持贸易强国建设，推动内外贸一体化发展，2024年为重点外贸外资企业提供融资4.8万亿元。优化跨境电商综合服务，服务支付机构及电商平台业务量2731.74亿元，覆盖超10万家中小微商户。2024年末，境外分支机构贷款余额1721亿美元，存款余额1642亿美元。

农业银行服务国家高水平对外开放，支持“一带一路”、RCEP、人民币国际化等重点领域建设。2024年，境内分行国际结算量超2万亿美元，国际贸易融资业务量1315亿美元。境外分支机构资产总额达1749亿美元。

证券公司与投行方面，中信证券深入推进国际化，2024年在港股股权融资排名第二，中资离岸债业务排名第一，并在美国、印度、澳大利亚等多地完成IPO、债券发行及跨境并购等项目。全年完成47单境外股权项目，承销规模35.81亿美元；完成72单跨境并购，交易规模300.19亿美元。

中信建投持续加强国际业务，港股IPO发行规模位列中资券商第四，保荐项目数排名第五。作为联席保荐人，助力地平线机器人完成港股IPO，募资60.87亿港元，为近两年最大科技股IPO项目；境外债券承销家数与规模均居行业第三。

1-3. 丰富金融产品和服务供给

中资金融机构不断丰富金融产品和服务供给，围绕跨境支付、融资支持、风险保障和全球资金管理等领域持续创新，助力中国企业在海外拓展市场、提升运营效率并有效应对国际化进程中的复杂挑战。

政策性银行积极服务高水平对外开放。2024年，国家开发银行以高标准、可持续、惠民生为目标，以落实好3500亿元人民币融资窗口、“一带一路”专项贷款、全球发展倡议专项资金等重大任务为抓手，以“资金融通”为支撑，稳步推动一批基础设施、产业经贸合作、金融合作、社会民生等领域重点项目取得重要进展

商业银行持续推进金融服务创新，更好满足中国企业“走出去”的需求。中国银行的跨境保函服务触达全球180余个国家和地区，提供超过30种细分类型的全系列保函产品及全流程的线上办理功能，满足基础设施、货物贸易、贷款融资、船舶建造、设备租赁、关税缴纳等不同行业、领域和场景需要，助力中国“走出去”企业拓展海外市场。中国银行还持续完善全球现金管理服务体系，成功落地一批标杆性全球现金管理项目，境外现金管理账户新增约14%。跨境保函、跨境现金管理等特色业务市场份额均居同业首位。

农业银行精准有力服务外贸实体经济，支持贸易新业态发展。2024年，中国农业银行办理新型离岸国际贸易、海外仓、市场采购、外贸综合服务、保税维修等新业态相关国际结算业务384亿美元；制定海关高级认证企业（AEO）金融服务工作方案，强化对优质外贸企业的金融支持力度；加大对小微外贸企业融资支持，建立“中小微企业+出口信保+当地政府+农业银行”风险共担机制；积极参与西部陆海新通道和面向东盟金融开放门户建设，制定境内外联动服务东盟跨境金融工作实施方案；推动自贸分账核算（FT）业务发展，2024

年自由贸易账户项下国际结算业务量达1113亿美元。

交通银行积极助力稳外资、稳外贸。交通银行创新优化丝路电商/跨境电商平台跨境结算业务，支持亚马逊等电商平台的外贸小微商户凭交易电子信息实现出口收汇；依托涉外保函支持境内企业稳健“走出去”和共建“一带一路”，2024年开立涉外保函业务量同比增长99.37%，其中，开往“一带一路”沿线国家和地区的涉外保函业务量同比增长115.10%；打造“智汇班列”场景金融方案，提供自动申报、发票匹配、汇率管理、融资支持等一揽子服务；新增巴西雷亚尔、匈牙利福林和波兰兹罗提等小币种业务，推动汇率避险服务体系升级，持续提升对外贸企业金融服务质效。

证券公司与投行持续通过股权融资和债权融资服务满足企业融资需求。中金公司凭借较早的国际化布局，发挥了服务跨境资本往来、推动金融市场双向开放的积极作用。在股权融资领域，2024年中金公司服务中资企业全球IPO合计28单，融资规模达44.24亿美元。作为保荐人，其主承销港股IPO项目19单，完成美的集团、毛戈平、茶百道、西锐飞机等知名企业的港股上市项目。在债权融资领域，中金公司协助中石油点心债以及中国华能次级永续美元债券发行，并服务产业类民企，协助阿里巴巴离岸人民币债券、携程集团美元可转换债券等。

中信建投持续推进国际业务。2024年，中信建投国际在香港市场共参与并完成港股IPO保荐项目3家，募集资金73.62亿港元。其中，中信建投国际作为联席保荐人服务智能驾驶行业领先企业地平线机器人实现港股IPO，募集资金60.87亿港元，为近两年来中国科技企业最大规模港股IPO项目；作为独家保荐人服务中国古法手工金器专业第一品牌老铺黄金实现港股IPO，募集资金10.42亿港元。

保险公司为中国企业“走出去”提供丰富的产品服务。中国信保为客户的大型资本性货物出口、海外工程承包、海外投资并购等“走出去”项



目及一般贸易出口等业务提供融资担保及投标保函、履约保函、预付款保函等非融资担保支持，为企业提供信用增级的“一站式”服务。中国信保的短期出口信用保险业务有效落实稳外贸政策要求，对重点市场限额支持力度不断加大，中小微企业服务质效稳步提升，加大支持跨境电商和服务贸易发展，产业链承保延续较快增长，业务规模再上新台阶，出口渗透率创历史新高；中长期出口信用保险业务新承保项目覆盖尼日利亚、新加坡等52个国家和地区，项目承保落实成果丰硕，“小而美”与绿色项目承保大幅增长；海外投资保险业务整体承保规模稳中有升，承保项目覆盖印尼、越南等98个国别和地区，涉及电力、矿业、制造业及相关设备等14个行业。

中国人保加快服务新能源车发展，随着中国新能源车不断驶向全球，与之配套的保险服务需求同步涌现，为险企“走出去”提供了肥沃土壤。人保财险制定了明确的区域拓展战略，即“聚焦香港、探索亚洲、规划全球”三步走。2025年年初，人保财险在中国香港成功落地首单新能源汽车车险业务，成为业内首家在境外开展新能源汽车车险业务的险企。2025年6月，人保财险结合中国新能源汽车出口布局，选定泰国作为境外业务第二站，成功实现泰国新能源车险首单落地。此外，中国人保服务出口企业应对碳关税，积极联合银行为绿色企业量身定制融资方案，探索开展“绿贷保”“碳贷保”项目，为新能源企业出海提供金融支持，提升企业国际竞争力。

金融科技企业方面，蚂蚁集团旗下的网商银行通过整合支付宝、电商平台、物流数据，构建起数字信用评估体系，为阿里国际站及相关跨境电商卖家提供信用融资与资金管理服务。2024年12月，阿里巴巴国际站与网商银行合作推出“信用支付”产品，旨在缓解跨境电商卖家的资金压力。“信用支付”针对跨境电商商家提供纯信用贷款，无需企业担保，卖家3分钟就能开通服务，享受“先赚后付”以及20天免息期。

1-4. 加大新兴技术的运用

当前，全球正在面临新一轮的科技浪潮。在金融领域，科技创新正在重新定义金融服务的边界，不断驱动改善传统跨境金融业务的模式、效率，扩大其服务范围。

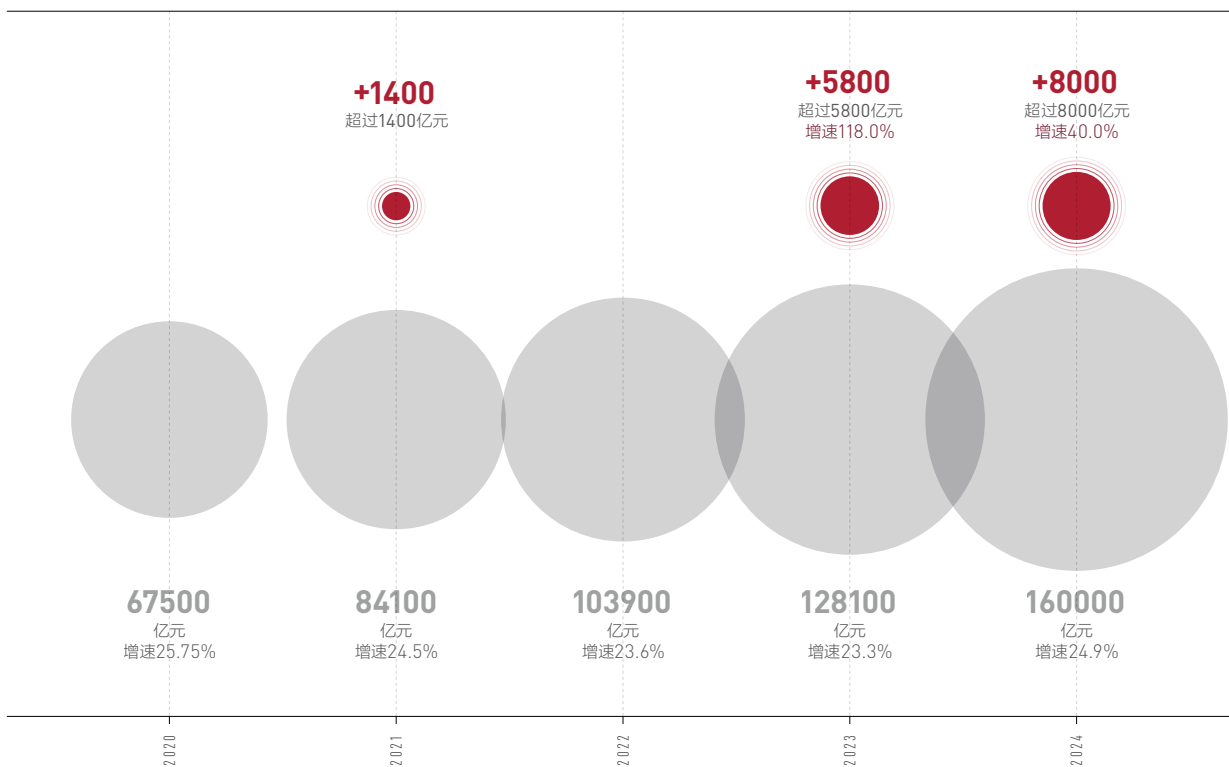
金融服务的新兴趋势就是跨境电商的发展所催生的新型金融科技需求。跨境电商的发展给传统金融带来三大挑战：第一，跨境交易频繁涉及多币种支付与兑换，传统银行渠道成本高、速

度慢，无法满足中小电商卖家的需求。第二，大量中小卖家缺乏完整的财务报表与抵押资产，难以通过传统银行获得贷款。第三，不同国家的监管要求各异，需要专业技术支持跨境发票、退税、合规报备等。

中国银行2022年上线“中银跨境e商通”系列服务，目前已成为商业银行中较为成熟的跨境电商解决方案。根据中国银行历年的年报数据，2021年中国银行跨境电商结算约为1400亿元，而2024年，中国银行的跨境电商结算量已超过8000亿元，三年间涨幅高达471.4%；中国银行的跨境人

中国银行跨境电商结算量在三年间 由1400亿元上升至8000亿元

● 跨境电商结算量 ● 跨境人民币结算量



数据来源：中国银行年报

1-5. 加强对跨境业务及企业海外经营的风险防控

在助力中国企业“走出去”的过程中,面对更趋复杂严峻的外部环境,金融机构还需要加强对跨境业务及企业海外经营的风险防控。

民币结算量由2020年的6.75万亿元上升至2024年的16万亿元,年均增幅都在20%以上。截至2024年底,中国银行已累计服务270余家海外仓企业,包括菜鸟、京东、顺丰等头部企业,涉及海外仓面积近1300万平方米,并为其中120余家企业提供授信服务。

中小银行也积极拓展细分市场。稠州银行、宁波银行、江苏银行等结合地方产业特色,打造“本地+跨境”电商金融方案。稠州银行建立超760家代理行网络,支持越南盾、韩元等小币种收付,服务东南亚与日韩市场卖家。

在跨境支付与结算领域,也出现了一批新兴的跨境支付企业。PingPong服务范围覆盖亚马逊、Shopee、eBay、Lazada、AliExpress等全球主流电商平台。其核心优势是利用自建支付清算网络与智能汇率撮合系统,为中国卖家提供更低成本、更高效率的收款服务。PingPong通过大数据对接全球银行系统和客户交易行为,优化清算路径,支持20余种币种实时结算,其AI算法可以根据实时汇率与流动性预测,自动锁定最佳结算窗口,有效规避汇率波动风险。截至2024年底, PingPong已为超百万卖家提供服务,累计交易额突破1.5万亿元人民币。连连支付则深耕“跨境+中小企业”场景,打造“收款+结算+融资+税务”的一站式服务平台,通过智能对账系统与AI合规风控引擎,帮助卖家自动识别交易异常、处理VAT税务申报、完成银行对账与合规报备。连连支付还接入中国银行、招商银行、农业银行等合作渠道,打造“多层次账户体系”,为不同业务规模的电商卖家提供灵活的结算方案。

在商业银行中,将国别风险管理纳入全面风险管理体系。中国银行通过一系列管理工具来管理和控制国别风险,包括国别风险评级、国别风险限额和国别风险敞口统计与监测等。

工商银行密切监测国别风险敞口变化,持续跟踪、监测和报告国别风险;及时更新和调整国别风险评级与限额;不断强化国别风险预警机制,积极开展国别风险压力测试,在稳健推进国际化发展的同时有效控制国别风险。

建设银行持续完善国别风险管理体系,优化国别风险管理系统,重检国别风险评级,开展国别风险评估,密切监测国别风险敞口,开展国别风险压力测试,强化风险预警和应急处置机制。国别风险敞口主要集中在国别风险低和较低的国家 and 地区,总体风险控制在合理水平。

在证券公司和投行中,业务规模增长所带来的市场风险值得关注,融资类业务等也面临信用风险的变化。中信证券持续提升全球风险管理能力,深入推进境内外一体化风险系统建设,不断加强境内外同一业务、同一客户管理,确保境内外保持基本一致的风险偏好。继续提升前瞻性风险研判能力,加强对重点业务领域的精细化、差异化、动态化管理,加大对全球资产风险排查力度,在常规风险排查外,对重点领域及重要事件开展专项风险排查,主动识别和应对潜在风险隐患。

在保险公司中,中国信保为外经贸企业提供企业资信调查、国别行业风险分析、海外投资咨询和企业信用管理咨询服务。

PART B-2

新形势下金融机构 助力中国企业出海的典型案例

当下，金融机构助力中国企业“走出去”的方式日益多元，既包括传统银行依托全球网络提供现金管理与综合服务，也包括新兴支付机构通过数字化手段打造跨境资金通道，还包括投资银行与证券机构设立产业基金，赋能企业在新兴市场实现资本与产业的深度结合。

政策性银行如国家开发银行、中国进出口银行积极参与共建“一带一路”项目融资，保障大型基础设施建设和能源项目推进。国有大型商业银行和股份制商业银行则通过在全球设立网点、提供贸易融资、跨境结算、汇率管理等服务，成为中资企业的“全球财务室”。证券公司和投行利用境内外资本市场平台，协助企业发债、股权融资和并购重组，并通过设立境外投资基金、专项基金及SPV结构，帮助企业实现长期国际化布局。出口信用保险公司通过出口信用保险、海外投资保险等，覆盖买方违约、政治风险、汇兑限制等不确定性，并与银行联动，提供“保险+融资”模式，降低企业的贷款风险与融资成本。保险公司在境外为中资企业项目及员工提供工程险、责任险、健康险等保障，成为跨境风险管理的重要支撑。金融租赁公司广泛布局航空、航运、电力设备、工程机械等行业，提供跨境融资租赁与经营性租赁，既为资本密集型行业降低资金压力，也推动人民币在跨境租赁结算中的使用。以空中云汇（Airwallex）、连连支付等为代表的金融科技企业，借助API技术、数据风控和本地清算网络，为跨境电商、SaaS出海等中小企业提供灵活高效的金融解决方案。



2-1. 全球现金管理与 综合服务案例

以中国银行和中银香港为代表，展现传统金融机构如何依托跨境网络和综合产品，为企业提供资金集中管理、跨境融资与一体化服务支持。

2-1.1 中国银行—— 为企业提供多元化的金融解决方案

中国银行作为海外布局历史最悠久的中资银行，境外机构已覆盖亚太、欧洲、美洲、非洲等区域共64个国家和地区。近年来，中国银行建立了“一点接入、全球响应”的高效服务机制，充分整合中行覆盖全球的网络资源与集团综合服务优势，通过强化境内外分支机构高效协同和优化升级跨境金融产品与服务流程，显著提升响应速度与服务效能，为中国企业稳健出海注入强劲金融动能，并巩固了自身在全球金融市场的核心竞争力。

在服务中国企业出海方面，
各类金融机构侧重不同的专业服务

机构类型	代表机构	针对出海企业的主要服务
政策性银行	国家开发银行 中国进出口银行 中国农业发展银行	● 政策性银行为企业提供中长期、低成本的融资支持，帮助企业克服初期出海的融资瓶颈。 ● 通过主权贷款、买方信贷、工程承包金融等工具，有效支持了大批基础设施、能源、交通、通信等大型项目的落地。
国有大型商业银行与 股份制商业银行	中国银行 工商银行 中信银行 招商银行	● 提供跨境结算、贸易融资、并购贷款、外汇管理、海外账户等“一站式”综合服务。 ● 在企业并购海外资产、开展跨境投资、设立海外工厂过程中，金融机构通过财务顾问、结构设计、并购贷款、联合融资等手段，提升融资效率与交易成功率。
证券公司、投行	中信证券 中信建投 中金公司	● 在境内外资本市场协助中资企业发行债券、股权融资、并购重组等。 ● 协助中国企业、产业资本设立境外投资平台、专项基金、SPV结构以实现长期布局。
保险公司	中国人保 中再保 太平保险	● 在境外为中资企业及员工提供工程险、责任险、健康险等保障。 ● 参与共建“一带一路”沿线再保险、基建项目风险分担，提供系统性风险管理服务。
出口信用保险公司	中国出口信用保险公司	● 提供出口信用保险、海外投资保险，覆盖买方违约、政治风险、汇兑限制等。 ● 通过“保险+融资”模式为企业融资提供增信，降低银行放贷风险，助力企业以更低成本获得境外资金。
金融科技企业	Ping Pong 连连支付 Airwallex	● 为Shein、TikTok等平台上的跨境电商企业提供金融服务跨境资金结算。 ● 提供跨境支付收款、税务合规、汇兑管理、FX风险对冲等综合服务。
金融租赁公司	中银金租 工银金租 招银金租	● 提供跨境融资租赁与经营性租赁，广泛覆盖航空、航运、电力设备、工程机械。 ● 助中资企业及其海外客户在资本密集型行业降低资金压力，并推动人民币在跨境租赁结算中的使用。

资料来源：第一财经研究院根据公开资料整理

助力共建“一带一路”项目建设：在秘鲁首都利马以北约80公里的钱凯湾，现代化的钱凯港已颇具规模。这是中国和秘鲁共建“一带一路”的标志性项目，建成后将成为中拉之间的陆海新通道。为保障中国在秘鲁的第一个大型交通类基础设施项目如期建成，中国银行面对参与方多元、时效要求紧迫、交易架构复杂等难点，充分发挥专业优势，作为主牵头行与多家同业机构紧密合作，为钱凯港叙做银团贷款并提供咨询、融资、跨境结算等一揽子综合金融服务，助力“钱凯到上海”真正成为一条促进中秘共同发展的繁荣之路。对这一项目的融资支持也被纳入第三届“一带一路”国际合作高峰论坛成果。

全球人民币银团贷款：2025年8月，中国银行在澳大利亚为全球头部铁矿石生产商成功筹组了142亿元人民币的国际银团贷款。这笔贷款是澳大利亚当地企业的首笔人民币银团贷款，也是迄今规模最大的非中资企业境外人民币银团贷款。中行设计了“以人民币采购设备→以人民币销售产品→以人民币收入归还贷款”的跨境闭环融资解决方案，帮助企业有效控制汇率风险，节省综合融资成本。

跨境融资服务方案：中国银行在巴西为全球种业龙头的巴西子公司提供银团贷款。企业在出海巴西的过程中，面临拉美国家普遍利率较高、汇率不稳定等问题，导致综合融资成本高企，汇率风险管理难度也较大。巴西雷亚尔近两年出现大幅贬值趋势，巴西央行为了维护雷亚尔汇率因而大幅加息，造成雷亚尔贷款利率高达16%，企业在当地的融资成本较高。

中国银行主要帮助企业解决了以下三大挑战。第一是扩大了贷款使用范围。企业希望将海外各子公司的融资权上收至香港的境外平台公司，实现统一管理和风险隔离，但境外平台公司因为主体资质不足，用途也不充分，无法获得银行较大的授信支持。中行创新性地提出了跨境融资服务方案，以境内主体提供担保，成功为企业境外平

台组建40亿元人民币银团贷款，允许贷款统筹用于平台公司和海外运营主体，既满足了企业对海外子公司提级管理的要求，又解决了平台公司作为借款人缺乏贷款用途的问题，极大便利了平台公司对海外子公司的资金管理。第二是简化了登记手续。中国银行牵头的银团，成员全部由境内银行组成，不仅免去了客户发改委中长期外债登记手续，还简化了跨境担保登记手续。第三是降低了融资成本。中行牵头银团的贷款货币全部采用人民币，融资利率不到3%。为了解决报表货币为美元，而贷款货币为人民币而带来的记账汇率问题，中行还配套提供了货币互换（CCS）服务。通过“人民币贷款+CCS互换”组合，使企业将负债币种锁定为美元，之后无论人民币对美元汇率如何变化，该笔贷款均以美元计价并结算，消除账面汇兑损益，实现财务报表稳定。

全球财资中心建设：中国银行上海市分行全面对接服务某在沪央企集团司库体系建设，助力企业上海自贸试验区建成业界首个央企在岸全球财资中心，实现了对30余个国家、3000多个境内外账户资金动态的实时掌控，以及境外资金的高效集中和在岸管理，确保了资金安全合规穿透管理。

跨境银企直连突破：2025年6月，中国银行新加坡分行携手中国石化盛骏国际投资（新加坡）有限公司，成功将中国石化集团位于斯里兰卡的成员企业接入双方共建的跨境银企直连体系。这是中银集团境外银企直连首次接入货币管制国家和小币种国家，并打通跨境交易，标志着中资银行在南亚地区跨境银企直连领域实现突破，有效解决了当地中资企业跨境结算效率低下、换汇成本偏高等难题。

一站式综合金融服务：2024年6月19日，中国宝武与西芒杜联盟完成全球最大铁矿——西芒杜铁矿项目股权交割，标志着项目进入合作开发新阶段。西芒杜铁矿作为几内亚国家战略项目和中几合作重要项目，建成投产后具有年产1.2亿吨

高品质铁矿石产能，其成功开发对促进几内亚经济与社会发展发挥积极作用，并为中国乃至全球钢铁工业的高质量发展提供绿色低碳选择。在西芒杜项目上，宝武资源的出海业务涉及西芒杜铁矿项目股权并购、项目矿山和铁路、港口等基础设施建设需求。在项目上，宝武资源积极与几内亚政府、西芒杜赢联盟和Simfer等合作伙伴精诚合作，但也面临着项目总投资较大、融资方案复杂、几内亚国别风险高、当地金融基础设施不全、汇率风险管控难度大、当地外汇管制严格、投融资及结算资金划转时效要求高、中资员工薪水发放等金融财务方面的困难和挑战。

中行在西芒杜项目的推进中，为企业提供了一站式的综合性金融服务，解决了企业在项目建设中的后顾之忧。中国银行的具体操作包括：通过构建境外机构人民币银行结算账户体系（NRA账户体系），提供了投融资资金的高效划转；通过提供短期固定资产贷款，解决了项目在银团贷款到位前的股权并购和项目建设的融资需求；通过参与宝武资源的CCS业务（二氧化碳捕集与封存），协助企业管控汇率风险；提供NRA账户代发，为企业外派员工提供薪水发放；通过提供离岸单证服务，为企业信用证项下的大额设备采购提供解决方案。在中行的支持下，中国宝武西芒杜项目进展顺利，正朝着2025年年底前出矿的目标顺利推进。

总体来看，中国银行凭借覆盖全球的网络布局和“一点接入、全球响应”的协同机制，已经成为中国企业出海过程中的重要金融伙伴。无论是在共建“一带一路”重大项目的融资保障，还是在拉美、非洲等高风险市场的跨境融资创新，中行都能够通过人民币银团贷款、跨境银企直连、全球财资中心建设等多元化工具，提供涵盖咨询、融资、结算、风险对冲的一站式解决方案。这不仅帮助企业有效管控汇率波动和融资成本，提升全球资金管理效率，还推动了人民币在国际大宗商品、跨境投融资和贸易结算中的使用与认可。中国银行在服务企业出海



中的角色已不仅是资金供给者，更是企业全球化发展的战略合作伙伴，对于支持中国企业深度融入全球产业链具有重大的积极影响。

2-1.2

中银香港—— 提供本外币一体化资金池服务

在当下地缘冲突加剧的背景下，对于已经在海外布局生产、能源、基础设施等项目的中国企业而言，国际市场的不确定性不仅表现在关税壁垒和市场准入限制上，还延伸至跨境资金流动的监管、外汇波动及融资环境趋紧等领域。在这种环境下，企业的资金运作方式直接关系到项目进程和全球供应链的稳定性。

为支持出海企业应对外部冲击，人民银行与国家外汇管理局近年来持续推动跨国公司本外币一体化资金池等跨境资金管理创新试点，鼓励企业集中管理境外资金、简化结售汇流程、提高流动性调度效率。这不仅有助于降低融资成本、减少外汇交易摩擦，还为跨境人民币结算和人民币资产配置创造条件。在这一政策框架下，金融机构的跨境资金池业务成为企业提升资金韧性的关键工具。

中银香港助力中国华电构建全球资金运营中枢就是该领域的典型案例。中国华电集团作为中国领先的能源央企，在全球11个国家运营项目，境外账户超过200个，分散在不同银行和司法辖区。这种分散导致总部在资金可视化、集中归集和跨境调度方面面临较大挑战。为此，华电于2018年在香港设立华电海外资产管理公司，定位为集团唯一的海外资金与融资平台，同时中银香港为华电海外资产管理公司量身打造了“三层式全球资金池”体系。

第一层是全球交易银行一体化平台：将中国银行体系内账户及他行账户统一接入，通过SWIFT MT940报文重整，实现总部实时穿透可视

化，无论资金在哪个国家、哪家银行，均可在同一界面查看。

第二层是跨境主/子账户资金池：在多币种维度建立5个本地资金池，境外子账户资金每日实时归集至香港主账户；当子账户付款余额不足时，系统自动下拨补足，实现“每日归集、按需下拨”的高效流动性管理。

第三层是集团利率优化机制：通过集团利率优化服务，中国华电在香港的集团账户在储蓄余额较高的情况下，可享受更高的存款利率。各币种的利率等级和水平均已预先约定，集团内所有账户的总余额越高，利率等级越高。之后，系统会根据相应的利率等级，每晚为每个账户应用相应的储蓄利率，提升整体资金收益率。

该体系已延伸至印尼、新加坡、越南、柬埔寨、加拿大等多地个市场，截至2022年，已有16家境外成员单位接入，涵盖开户、薪税支付和日常结算等功能。华电海外资产公司同时建立了“四项标准化机制”，包括海外现金管理、跨境资金规范化运行、海外债务集约化管理以及与金融机构协同合作机制，从制度上确保资金池高效、安全运行。

在贸易风波背景下，跨境资金运营的集中化与灵活性对于中资企业的全球战略至关重要。中银香港和中国华电的合作案例显示，通过跨境资金池，企业不仅能显著提升资金可视化和使用效率，还能降低对单一货币体系（特别是美元）的依赖，具备向人民币和多币种组合结算过渡的条件。

在国际金融环境波动时，全球资金池体系为企业提供更稳定的跨境资金运作平台，企业管理层能够在第一时间了解集团整体的现金状况，及时作出融资、投资、付款等决策，避免信息滞后导致的资金闲置或紧缺。当某个境外子公司临时资金紧缺时，可以直接从资金池内其他子公司的富余资金调拨，减少在当地举借短期贷款的需求，从而降低财务成本。在地缘政治风险上升的情况下，资金池平台可以优先在境外子公司之间使用人民币或当地货币结算，减少美元在跨境收付中



的主导地位，这对人民币跨境使用的规模化落地至关重要。

2-2. 跨境支付与数字金融服务案例

以连连支付和稠州银行为代表，凸显新兴支付与区域性银行如何利用科技创新和直连通道，为跨境电商和中小企业提供高效、便捷、低成本的全局资金收付方案。

2-2.1 连连支付——为跨境电商打造高效稳健的数字通道

在跨境电商业务中，资金收付的效率与成本直接影响企业的全球运营能力。然而，现实中跨境电商企业仍存在诸多痛点，其中包括：1）各国支付体系差异明显，接口不统一，导致收款复杂；2）传统跨境结算周期长，通常需要3至5个工作日，影响资金周转；3）银行跨境手续费与汇率点差较高，交易成本不透明；4）外汇及合规审查流程冗长，甚至存在资金冻结风险。

在此背景下，中国的跨境支付企业开始成为跨境电商的重要金融伙伴。作为行业代表，连连支付（LianLian Global）通过数字化手段重构跨境资金流路径，为跨境电商企业提供更快速、更稳定、更低成本的收付解决方案，帮助他们在动荡的国际市场中稳住资金链。2024年，连连支付的母公司连连数字在香港交易所主板挂牌上市，被誉为“跨境支付第一股”。

连连支付的定位是跨境电商的全球数字化支付基础设施提供商。它不仅仅是一个收单工具或转账通道，而是集支付网关、清算网络、外汇服务和合规风控于一体的综合平台，既面向中国跨境电商卖家，又连接海外银行、支付机构与本地电子

钱包，充当跨境资金流转的“中枢枢纽”。目前，连连支付已持有全球60余项支付牌照与资质，业务覆盖100多个国家和地区，支持超过130种货币收付。这一广泛的网络为中国跨境电商在不同市场的销售与回款提供了坚实的保障，也是连连支付在全球的竞争力来源。

连连支付要在全球范围内获得如此多的支付牌照并不容易，面临多重挑战。比如，在绝大多数海外地区取牌需要企业在当地成立机构来满足当地的监管要求。又比如，企业需要根据宏观政治环境的变化持续调整牌照布局思路。以美国牌照为例，连连支付大约花了三年多的时间才获得了美国所有州的牌照，而连连支付也是唯一一家在美国所有州均持有货币转移牌照的非美国公司。在欧洲地区，连连支付2018年时取得了英国的牌照，然而2020年英国正式脱欧，为了服务能够继续覆盖欧盟地区，企业又自主申请卢森堡的支付牌照，并在2024年取得该牌照。

连连支付作为新型金融科技企业，其业务内涵一直走在行业前沿。在中美贸易摩擦加剧的背景下，我国许多跨境电商企业勇于开拓新的边界，近年来我国电商平台正以强劲势头进入非洲市场，2024年1月，拼多多旗下跨境电商平台Temu登陆南非，成为拼多多进入非洲市场的第一个重要布局。与此同时，连连支付把非洲的本地支付连接上中国商家的全球结算网。跨境电商要在非洲形成规模，首先需解决“当地消费者愿意怎么付”这个问题。在非洲，很多国家的主流并不是国际信用卡，而是移动钱包、USSD（利用非结构化补充数据业务进行的支付）、银行转账等本地方式，例如肯尼亚的M-Pesa（非洲当地的移动支付服务）、尼日利亚的USSD与银行转账、乌干达/赞比亚的Mobile Money（移动货币）等。非洲各国的本地支付非常碎片化，如果中国跨境电商商家只能接受卡组织或美元路径，销售的成功率与转化率就会受限，账期也会被跨境清算拖长。

2024年12月，连连支付旗下子公司连连国际

（LianLian Global）与非洲当地跨境支付机构Klasha达成合作，将Klasha在非洲的本地化收单能力，与连连支付覆盖100+国家的跨境结算网络相衔接。对中国及亚洲卖家来说，这意味着可以用Klasha的平台/接口在非洲“直接收本币”，再由连连按商户偏好的币种与方式回款结算，这种无缝集成简化了支付流程，确保企业能够为非洲消费者提供本地化的支付体验，免除外汇和交易费用的复杂性。连连国际和Klasha的强强联手将使亚洲各地的企业能够充分利用非洲不断扩张的数字经济潜力，预计2025年，非洲数字经济的价值将超过7120亿美元。连连国际总经理Michele Fung指出：“我们很高兴能与Klasha合作，为亚洲和非洲的企业赋能。我们的共同努力简化了亚非贸易，使商家能够拓展在非洲充满活力的市场的业务。我们将携手打破贸易壁垒，为国际增长提供切实可行的解决方案。”

2-2.2

浙江稠州商业银行——深耕义乌支持商户发展

浙江稠州商业银行（下称“稠州银行”）成立于1987年，前身为义乌市稠州城市信用社，2006年改制为股份制城市商业银行，并在长三角地区布局网点，实现资产规模快速增长。目前，稠州银行的资产规模已超2000亿元，位列全球商业银行500强。

稠州银行的发展离不开其发源地义乌，义乌市作为中国的全球小商品集散中心，孕育了庞大的跨境电商群体。自2012年，进入跨境电商领域以来，稠州银行秉持“来自市场，更懂市场”的经营理念，在跨境电商领域不断取得突破。

跨境电商单笔交易金额虽然有限，平均月交易却可达数百笔，收取境外货款时往往涉及跨境买卖家、境内外支付机构、跨境电商平台、物流企业等多个主体，资金结算呈现出“高频次、碎片化、多节点”的特点。近年来，结算渠道已从传统

的“电汇”主导转向“第三方支付+银行服务”等多样化体系。在第三方平台红利期结束以及亚马逊平台封号事件频发、资源向自营业务倾斜等因素影响下，越来越多的跨境电商商户开始提前布局，谋求更多方位的发展。

一些电商卖家认为，第三方收付款平台不仅手续费高，且主要运营在境外，令其担忧资金安全，概括而言即成本高且安全性存疑。因此，许多跨境电商卖家开始使用稠州银行“易提款”产品进行收汇和结汇。

2020年，稠州银行成功获批凭交易电子信息办理收结汇资质，是国内第一家获此资质的地方性法人银行，为广大跨境电商卖家收款、结汇提供了坚实的合规支撑。通过科技赋能，稠州银行与跨境电商平台、境外收单机构系统实现“直连”，用批量采集交易电子信息、集中审核的方式，让“无感结算”成为现实。另一方面，稠州银行深化融资支持，探索基于平台数据的信用融资服务，推出“跨境电商贷”专属产品，为跨境电商高频率、强时效的囤货需求提供助力。截至2025年3月末，稠州银行已直连6个平台（机构），累计结算规模超5.5亿美元，服务商户超7000个。得益于直连模式，商户资金基本实现当日到账。

2-3. 产业投资与资本赋能案例

以中金公司和银河证券为代表，展示资本市场力量如何通过设立产业基金，帮助企业应对地缘政治风险，推动企业建立“中国+N”战略，加快海外产能布局与本地化发展。

2-3.1 中金公司和银河证券——支持中国企业推进多产地战略

在逆全球化背景下，中国企业加快多产地战



略的实施，将部分产能和供应链环节转移到东南亚、非洲、拉美等新兴市场，以规避关税风险、分散地缘政治冲击，并更好地利用RCEP等规则带来的贸易便利。

虽然东南亚在劳动力成本、市场潜力和政策优惠等方面具备吸引力，但企业在当地设立产能、并购项目、建设基础设施时仍面临显著的融资和资本运作瓶颈。例如，企业在东南亚建厂、购地、设备进口、招聘和培训人员等需要大量资金，单靠企业自有资金难以支撑；如果直接在当地银行融资，不仅面临信用评估难题，还可能遭遇高利率、短贷款期限等问题。这些痛点，使得中国企业在推进海外产能布局时，需要有专业金融机构介入，提供资本、融资结构设计、投资者网络及风险管理服务。

2025年7月，据路透报道，中金公司（CICC）与中国银河证券计划将在东南亚设立总规模超过10亿美元的产业投资基金，直接对接中国企业“走出去”的资金需求与资本市场支持，成为贸易风波背景下金融机构服务企业出海的典型案例。

中国银河证券计划在2026年推出一只规模高达10亿美元的私募股权基金，旨在促进中国与东南亚之间的投资和资本流动。该基金将重点投资医疗健康、AI、高端制造、可再生能源、消费品五大领域。这些领域与中国企业在东南亚的产能出海趋势高度吻合，例如新能源汽车电池厂、高端电子组装厂、智能家电制造等。银河海外首席执行官冯瑞亮（Carol Fong）表示随着全球关税摩擦持续，中国企业加速“中国+N”战略，并寻求东南亚本地的专业支持。在“中国+N”战略下，中国企业将供应链和业务扩展至本国之外，以降低地缘政治风险。

中金资本（CICC Capital）将与马来西亚数字经济局（MDEC）合作设立1亿美元基金，专注当地游戏与数字经济产业。此外，银河证券还与富国基金香港及马来西亚交易所合作，推动中国相关ETF在当地上市，为出海企业引入更多本地和国际投资者。

在我国企业“走出去”过程中，不少金融机构

设立了专门面向海外投资的产业基金，为企业出海提供资金支持、投后协作、合规保障等多重服务。过去，出海产业基金主要由国家开发银行、中国进出口银行等政策性银行主导，投资方向集中

在基础设施、能源等项目。随着我国企业出海的内涵更加丰富、运作机制更加市场化，商业金融机构开始创立出海产业基金，投资方向扩展至科技、新能源、消费等。

我国出海产业基金
从政策性银行主导扩大至商业金融机构

基金名称	参与金融机构	成立时间	规模	投资方向
中国-非洲发展基金	国家开发银行	2007年	100亿美元	非洲基础设施与产业、资源项目
中国-东盟投资合作基金	中国进出口银行	2010年	100亿美元	东盟十国的基础设施、能源和自然资源
丝路基金	中国进出口银行 国家开发银行	2014年	400亿美元 和1800亿人民币	“一带一路”共建国家的基建、能源、产业、交通等项目
信银“一带一路”基金	中信里昂 信银资本	2016年	2亿美元	东盟国家的基建、能源、交通及伴随而来的金融、消费等行业
平安全球领航者基金	中国平安	2021年	4.75亿美元	全球金融科技、医疗科技及相关业务
银河产业基金	银河海外	2025年	10亿美元	东南亚医疗、AI、高端制造、新能源、消费等
中金资本东南亚游戏产业基金	中金资本	2025年	1亿美元	马来西亚游戏产业

资料来源：第一财经研究院根据公开资料整理

PART-C

未来展望

构建 金融出海新生态 的建议



BRIDGING SEAS AND MOUNTAINS

A Research Report on
Financial Support for
Chinese Enterprises
Going Global

III.

Future Outlook:

Building a New Ecosystem of
Financial Globalization



1. 进一步深化金融机构
海外网络建设
2. 构建多层次
境外金融服务体系
3. 强金融产品与服务创新
4. 推进海内外一体化服务
5. 扩大跨境人民币
使用范围
6. 建全链条跨境
风险管理体系
7. 加强金融与产业协同

中国金融服务出海始终伴随企业出海模式的演进而持续升级。过去十多年间,中国企业“走出去”的方式从货物出口逐步发展为对外直接投资,进而深度融入全球价值链。与之相应,企业对金融服务的需求也从单一产品扩展至集收付款、融资、风险管理、税务合规于一体的综合解决方案。

基于对出海企业的调研,我们发现企业在金融服务方面存在若干共性挑战与迫切需求。尽管不同企业关注点各异,但在跨境支付、融资便利、合规支持等方面呈现明显共识。具体总结如下:

第一, 跨境支付效率与账户管理是当前出海企业面临的主要痛点。跨境支付效率涉及资金周转速度、支付成本、网络稳定性与合规性等多个维度。由于跨境交易规模庞大,汇款结算速度直接影响企业现金流,进而影响对供应商、员工薪酬及税款的支付安排。不同银行与支付网络收费标准不一,企业更倾向于透明、可预测的收费模式以控制



成本。在东南亚、非洲、拉美等支付基础设施尚不完善的地区,企业常面临支付延迟或失败问题,并需应对各异的外汇管理政策。此外,海外账户开设难、周期长也制约了企业的本地化运营。

第二, 境外融资与资金管理需求尚未得到充分满足。尤其对跟随核心企业出海的上下游中小企业而言,在境外获取融资难度较大。由于信息不对称、缺乏抵押物或信用记录,企业难以从当地银行获得足额融资。不同规模企业需求分化明显:大型企业侧重于全球司库与资金优化,中小企业则更关注普惠、便捷的跨境金融产品。

第三, 企业普遍希望获得更全面的财务、税务与合规支持。各国在外商投资、外汇管理、税务申报等方面的政策差异显著,企业自主应对难度大,合规风险较高。不少企业已选择借助本地专业团队进行运营,并期待金融机构能够联合会计师事务所、律师事务所等,提供一站式的政策咨询与合规服务。

出海企业在海外金融服务方面的主要痛点、需求及期望获得的服务



资料来源:第一财经研究院根据调查问卷整理

展望未来,为进一步支持中国企业高质量“走出去”,中国金融服务出海仍具有广阔的发展空间与潜力。

为此,我们提出以下建议:



PART C-1

进一步深化金融机构海外网络建设

商业银行等金融机构宜加快海外网络建设,增强资源全球配置能力。加大对东盟、拉美、非洲等新兴区域的服务投入,设立区域服务中心,探索与当地开发性金融机构、资本市场中介以及行业协会建立合作伙伴关系,融入当地金融生态。

国有大型商业银行可继续发挥网络优势,强化在重点区域的覆盖深度;股份制商业银行应结合自身特色开展差异化布局,填补特定市场或客户群体的服务空白。证券公司在中国香港、新加坡、伦敦等地加快建设跨境资本市场业务能力,为中国企业在境外IPO、再融资、并购重组提供综合服务。

同时,加强跨文化、跨区域的金融人才培养。建立“境内培养、境外实践”的金融人才梯队,并积极吸纳当地专业人才,组建既懂全球金融规则又熟悉当地市场的金融服务团队,提升机构在地化服务能力。

PART C-2

构建多层次境外金融服务体系

构建覆盖政策性银行、商业银行、证券公司、保险公司、金融科技企业等的协同服务网络,实现错位发展、功能互补。通过多层次、多类型机构的协同,实现对出海企业金融需求的全方位覆盖。

政策性银行侧重重大项目与长期融资支持;商业银行提供跨境结算、现金管理、贸易融资等基础服务;证券公司拓展股权融资、债券发行、并购顾问等资本市场业务;保险公司强化风险保障;金融科技企业则依托技术优势提升服务效率与体验。

PART C-3

加强金融产品与服务创新

商业银行与当地金融机构组建银团贷款，通过风险共担扩大融资覆盖面，助力企业获取本地信贷资源。推动在境内外搭建本外币一体化资金池，完善跨境资金归集与调拨机制，助力企业提升全球资金管理效率。在香港、新加坡等离岸中心积极发展人民币贸易融资业务，通过票据池、应收账款保理等工具降低企业融资成本。

证券公司利用全球存托凭证（GDR）、基金互认、跨境ETF等工具，为企业提供多元化跨境融资与投资渠道。完善跨境债券发行承销服务体系，支持企业利用国际债券市场进行中长期融资。发展投行与财务顾问服务，帮助企业在全球产业链整合、海外技术收购中获取合理估值及结构化融资方案。

保险公司推动与多边开发银行、国际再保险公司合作，建立跨境风险分担机制，增强对高风险、长周期项目的承保能力。丰富绿色保险产品供给，面向新能源、绿色基建等出海项目优先提供保险支持。积极探索碳汇价格保险、碳排放权交易保险等创新型碳金融保险产品，助力企业应对低碳转型风险。

基金公司与境外开发性金融机构、当地私募股权基金合作，共同设立产业基金，重点投向“一带一路”共建国家、东盟、拉美、非洲等区域，为新能源、先进制造、数字经济等产业提供长期资本。开发ESG主题基金和碳中和投资产品，为中国企业在海外绿色基建、能源转型、环保技术等项目引入长期资金。

PART C-4

推进海内外一体化服务

商业银行打通境内外业务流程和信息系统，探索“单一账户、全球调度”的资金管理模式，实现开户、授信、结算、投融资及风险管理的一体化服务。

证券公司打通企业境内外上市与再融资渠道，建立“境内定价、境外发行”的跨境债券承销机制，为企业创造更多融资机会。

保险公司建立境内外协同的承保与理赔体系，提高企业在海外项目发生风险时的响应速度。

金融集团推动内部不同业务板块（银行、证券、保险、租赁等）的联动与协同，强化前、中、后台在境内外统一标准与数据共享机制，为企业提供无缝衔接的综合化方案。



PART C-5

扩大跨境人民币使用范围

商业银行可扩大跨境人民币贷款授信覆盖面，支持企业海外项目建设、并购及运营融资。积极引导更多企业接入CIPS，提升人民币在跨境结算中的使用比例。在巩固香港、新加坡等传统离岸人民币中心的基础上，稳步拓展东盟、欧洲、拉美等地区的人民币产品与服务。

证券公司宜协助企业在香港、新加坡等地发行人民币债券，拓宽人民币融资渠道，降低汇率风险与融资成本。

PART C-6

构建全链条跨境风险管理体系

商业银行可整合全球宏观经济、政治风险与行业数据等信息，建设智能化国别风险监测与预警平台，并向客户开放相关风险信息，帮助企业识别和规避地缘风险。鼓励金融机构开发与企业项目周期相匹配的汇率避险产品组合，提升企业抗风险能力。

保险公司可完善海外投资保险体系，探索与国际多边机构建立风险共担的再保险机制，增强对长周期、高风险项目的承保能力。

PART C-7

加强金融与产业协同

金融机构宜充分利用境外分支机构对当地政治、经济、市场的深入了解，以及与政府、商会、协会等组织机构的合作资源，为到海外发展的企业提供政策解读、市场洞察与合规培训等服务。推动金融机构与律所、会计师事务所、咨询公司等第三方专业机构合作，共同打造涵盖金融、税务、法律、合规的一站式支持体系，降低企业出海过程中的运营门槛与风险。

(附录) 2025年, 美国以贸易逆差为由
威胁对全球各主要经济体加征关税

A 主要日期
● 被加征关税的对象
● 产品范围
● 主要内容

2025.02.01 加拿大、墨西哥、中国 所有进口产品 1. 特朗普于2月1日签署行政令, 对进口自墨西哥、加拿大两国的产品加征25%的关税, 其中对加拿大能源产品的加税幅度为10%。 2. 对进口自中国的产品加征10%关税。 3. 取消800美元以下小额商品的关税豁免政策。	2025.02.04 中国 所有进口产品 美国以芬太尼问题为由, 对中国加征10%的“芬太尼关税”, 并同步取消针对低价值包裹的“最低限度”关税豁免政策。	2025.02.10 全球 钢铁、铝 美国宣布对全球进口的钢铁和铝制品加征25%的关税。	2025.03.04 中国 所有进口产品 美国再次以芬太尼为由, 将对中国加征的“芬太尼关税”从10%提高到20%。
2025.03.25 全球 所有进口产品 将对购买委内瑞拉石油和天然气的国家征收25%的“二级关税”。	2025.03.26 全球 汽车及零部件 美国宣布对汽车和关键零部件(发动机、变速箱、电气元件等)加征25%的关税。对符合美墨加协定中的汽车零部件给予特殊关税豁免。	2025.04.02 全球 所有进口产品 美国将对所有进口商品征收10%的“基准关税”, 对于对美贸易逆差较大的国家征收更高的“对等关税”。在美国的主要贸易伙伴中, 中国将面临34%的关税, 欧盟将面临20%的关税, 日本和韩国分别面临24%和25%的关税, 而一些东南亚国家的商品将面临超过40%的关税。加拿大和墨西哥被排除在此次“对等关税”的列表中。	2025.04.08 中国 所有进口产品 针对中国对美国的反制关税措施, 宣布对中国进口产品额外加征50%的关税。
2025.04.09 全球 所有进口产品 针对未采取反制措施的国家, 保留10%的“基准关税”, 同时“对等关税”暂停90天并要求各国就关税问题和美国谈判。由于中国的反制措施, 美国宣布对中国加征的“对等关税”达到125%, 总加征的关税达到145%。	2025.04.11 全球 智能手机、芯片等各类电子产品 美国豁免智能手机、芯片、电脑、半导体器件等电子产品的“对等关税”。	2025.04.14 全球 半导体、制药 美国商务部就进口半导体及其部件、进口医药及其成分是否对美国国家安全构成威胁启动调查。	2025.05.12 中国 所有进口产品 中美日内瓦谈判之后, 美国对中国进口产品的“对等关税”由125%下降至10%, 为期90天, 并继续进行谈判。美国保留对中国加征的20%“芬太尼关税”。
2025.06.03 全球 钢铁、铝 美国将进口钢铁、铝及其衍生产品的关税提高至50%。对从英国进口的钢铁和铝的关税将维持在25%。	2025.07.16 全球 无人机、多晶硅 美国商务部就无人机及其零部件、多晶硅及其衍生物是否对美国国家安全构成威胁启动调查。	2025.07.30 全球 铜 美国对进口铜加征50%关税, 8月1日生效。	2025.08.11 中国 所有进口产品 对中国加征“对等关税”的期限延期至11月10日, 原期限将在8月12日到期。

资料来源: 第一财经研究院根据公开资料整理

