

中国使用贸易救济工具日趋到位

■ 本报记者 邢梦宇

近日,WTO发布最新统计数据,2013年,中国共启动反倾销调查11起,反补贴调查1起。此外,中国商务部去年对9起反倾销案件作出终裁,对11起反倾销和1起反补贴案件作出初裁。

截至2013年底,中国对114起反倾销案和3起反补贴案决定采取的相关措施仍在实施中,对14起反倾销案和3起反补贴案尚未作出最终裁决。

反倾销立案数增长

按照WTO的统计,2013年,中国共启动反倾销调查11起,比2012年增加2起,这11起反倾销调查分别由四川、吉林、福建等12个省的企业和1家行业协会(酒业协会)提起。2013年,中国启动反补贴调查1起,同比减少1起,降幅为50%。

据了解,随着国外产品竞争日趋激烈,中国使用贸易救济工具次数逐渐增多,参与申诉的企业范围扩大,除贵州、安徽、海南、西藏和宁夏外,其他省市均有反倾销案件涉案企业;按地区论,山东、江苏、吉林、上海涉案企业最多。

商务部贸易救济调查局一位不愿透露姓名的官员告诉《中国贸易报》记者,现阶段,随着越来越多的跨国公司进入中国,外国产品更自由廉价地进入国内市场,已经对某些行业产生一定冲击,如化工制药业、机械工业、汽车业、某些电子产业、通信设备制造业等。在WTO框架下,每个国家都被赋予使用贸易救济工具的权利,在合理的范围内保护本国产业发展。

“反倾销一直都是各个国家普遍采用的贸易救济工

具之一,其立案和调查时间都相对较短,也很好作出裁定,达到的预期效果也较好。”上述官员对记者表示。

此外,中国对外发起反倾销调查的涉案产品多为化工类产品,究其原因在于化工新材料制造业在中国还是一个新兴产业,很多产品都是在最近几个5年计划中研发成功并逐步达到工业化水平的。而国外该产业几十年甚至上百年前就已成熟,本国市场趋于饱和。中国经济的高速增长带来了巨大的化工产品需求,因此国外化工企业全力争取占领中国市场,甚至不惜采取倾销等不公平贸易手段。

欧美成为主要被起诉国

一直以来,中国都是欧美日等国家反倾销、反补贴调查针对的主要国家。与此同时,中国也开始对其涉嫌存在倾销行为的厂商展开调查。

2013年,中国启动的11起反倾销调查分别涉及美国、加拿大、欧盟、日本、印度和巴西。其中,针对美国、欧盟的各3起,对印度的是2起,对巴西、加拿大和日本的各1起。中国启动的1起反补贴调查涉及欧盟。

据了解,这11起反倾销调查主要涉及化工、冶金、食品、电子4个行业。其中,涉及化工产品的6起,冶金3起,食品和电子业各1起。另外,中国还首次对进口葡萄酒启动了反倾销和反补贴调查。

中国就葡萄酒发起“双反”调查涉及欧盟企业。该案件于今年3月,在调查持续8个月19天后告一段落。此前,有不少媒体将这一案件解读为,这是酒业协会以及商务部针对欧盟征收中国光伏企业临时反倾销税发起的一项“精准的反击”。

“实际上,中国每一次对外发起反倾销调查都是有

一定根据的,并非空穴来风。”上述商务部官员表示,“如果调查结果显示欧盟企业没有倾销行为,不存在政府非法补贴,那么调查自然不会成立,更不可能被人为地捏造出被调查国企业存在低价竞争的事实。”

规避现象普遍存在

提供转口贸易服务的刘婕告诉记者,有多种方法可以规避别国的贸易救济,不少外国企业也通过种种方式继续将产品输入中国市场,这使得中国反倾销或者反补贴调查效果大打折扣。

据刘婕介绍,目前国外对中国贸易救济的规避措施主要有两种:一是涉案企业在中国国内设立独资或合资工厂,一方面可以避开反倾销税的征收,另一方面可以直接与中国企业争夺资源、市场,使得中国国内产业难以借贸易救济措施实施获得预想的恢复和发展;二是被诉企业通过转变贸易方式、加大下游产品出口、贸易转移等方式,削弱贸易救济措施的效果;还会利用产业链效应,遏制上游,冲击下游。这都是跨国企业削弱中国贸易救济措施效果的有力手段。

有一个值得注意的现象是,当中国对国外某一产品征收反倾销税后,产品价格会迅速上升,市场开始好转,利润丰厚,这就带动原有生产商上马新项目,产能逐渐扩大,最终导致产能过剩、产品价格下跌,使企业再度陷入困境。

“因此,中国在使用贸易救济工具的时候,要先做好规避措施,同时还要进行整体的管控,防止新一轮产能过剩阻碍行业发展。”刘婕说。

本期说法

阿里巴巴投资者因中美法律差异面临风险

中国电商巨头阿里巴巴即将在美国首次公开发行(IPO),市值可能超过1000亿美元。但是,股东是否能真正获得所有权呢?美中经济暨安全委员会6月18日发表一篇报告,强调了所谓的可变利益实体(VIE)所蕴含的法律风险。许多中国企业采用VIE,使得不能直接拥有中国企业的海外投资者可以获得对这些企业的控制权并获得经济效益。

在许多中国企业赴美上市案中,投资者全盘接受了VIE的风险。而外国股东也假定,越来越多的中国企业依赖VIE前往海外上市,中国当局不会轻易找企业的麻烦。

阿里巴巴表示,通过VIE持有的企业仅管理其资产的17%左右,其余则是外资全资以及多数持有的企业。此外,阿里巴巴在其IPO文件中详细讨论了VIE安排,并援引中国律师事务所的意见称“一切都是合法的”。

然而,美中经济暨安全委员会的报告称VIE是“复杂的诡计”,并称“在中国可能是非法的”。甚至阿里巴巴也承认,在中国内地执行合同权利可能很困难。尽管该公司规

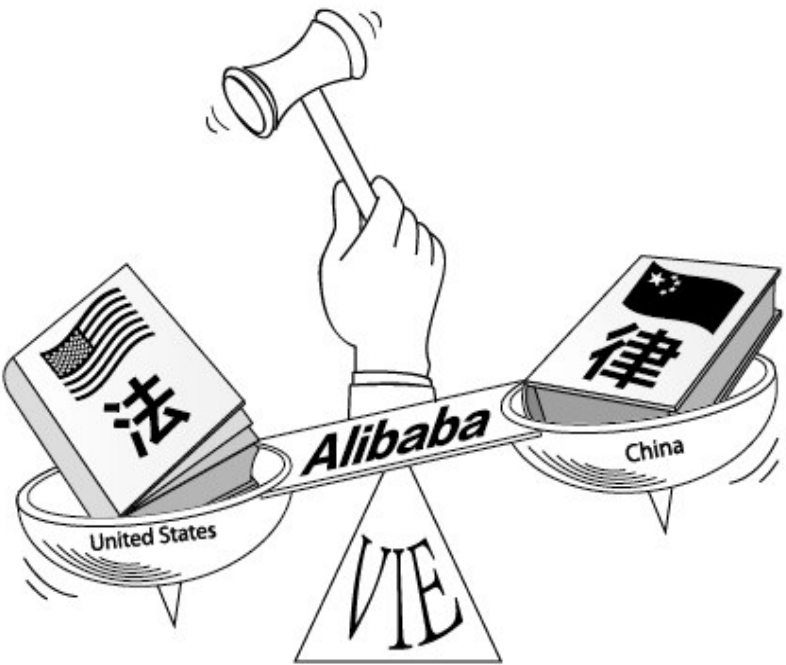
模够大、根基够牢,对于中国经济来说不容小觑,但潜在投资者面临的风险是,阿里巴巴在敏感的网络产业中树大招风,如果中国决定打击VIE,阿里巴巴很容易成为靶子。

美中经济暨安全委员会提出了另一个不太引人注意的法律问题。一旦阿里巴巴在美国上市,必将受制于美国海外反腐败法。例如,如果该公司在账目中错误描述腐败款项,美国当局可能会采取行动。

海外市场对于VIE结构的质疑以及中国政府保持缄默的做法使得无论是投资者还是需要引资的公司都对利用VIE结构进行投融资采取保守和观望的态度,很多人担心中国政府是否真会对VIE结构“开刀”甚至取缔VIE结构。上述美国报告提醒人们,中国法律安排存在不确定性,而美国法律延伸到海外是确定的,这两方面均存在风险。投资者不应该忘记,阿里巴巴是研究中美法律体系鸿沟的一个案例。

(理查德·比尔斯)

今日普法



插图设计/王春瑞

王老吉和加多宝:何不井水不犯河水

■ 刘晓春

王老吉和加多宝的马拉松官司,已经轰轰烈烈打了好几年。原本亲密的商业合作伙伴,因为品牌做大做强,终于不能“同富贵”而分道扬镳,在商场并不少见,但是围绕产品的商标、包装、广告宣传牵扯出如此多场官司,每隔一段时间就成为媒体关注的焦点,恐怕也只有这两家了。

最近的两则新闻再次把广药和加多宝推到风口浪尖。广药王老吉以加多宝广告内容侵占其商品声誉为由,首次选择将加多宝诉至北京法院。王老吉指责加多宝在店堂告示、电视媒体、户内户外媒体、报刊杂志、互联网及产品包装等各类途径发布、传播“加多宝凉茶连续7年荣获‘中国饮料第一罐’”、“加多宝凉茶荣获中国罐装饮料市场‘七连冠’”以及与此内容表达近似的广告内容,侵占了王老吉凉茶的商品声誉,构成虚假宣传,给原告造成了巨大的损害。6月9日,北京市第三中级人民法院正式受理此案。

与此同时,主营绿盒王老吉的王老吉药业被称为“面临解散风险”,两大股东签订的协议即将约满到期,股东广药集团和香港同兴药业又公然“撕破脸”。广药白云山日前突然高调发表声明指责同兴药业,并指责合资方香港同兴药业站在竞争对手加多宝一方,利用其股东身份扰乱公司经营。

凡此种种,广药和加多宝争夺的焦点,无非是市场占有率最大的红罐王老吉凉茶的商誉究竟归谁的问

题。在这场大战中,焦点从王老吉商标,到红罐包装,到“销量第一”的广告语,再到公司股东利益纠葛,角度各有不同,核心利益却是万变不离其宗。

红罐王老吉凉茶的商誉究竟应该归谁?在广药看来,一直在王老吉品牌下畅销全国的紅罐凉茶,商誉自然应该归属于自己这位商标权人。加多宝一开始放弃自创品牌,而是通过商标许可协议使用王老吉品牌,并投入巨资打造这一品牌,恰恰说明了品牌本身蕴含的巨大价值。但是加多宝也有自己的道理,在加多宝开始经营王老吉品牌之初,王老吉的品牌影响力极其有限,广药自产的绿盒王老吉也是名不见经传。是加多宝的持续投入和努力,做大了王老吉品牌,而且把紅罐王老吉的市场份额做到了领先地位。尽管加多宝并非商标权人,但却是商标产生巨大商誉的实际创造者。

商标注册人与商标实际使用人之间的分离,造成了商誉归属和分割上的难题。不过,考虑商标和商誉的问题——在消费者的眼中,究竟谁是当年叱咤风云的紅罐王老吉背后的商业巨人?紅罐王老吉的成功,一方面靠的是产品本身广受欢迎的配方,另一方面是加多宝集团持续不断的市场推广。广药自产的绿盒凉茶尽管也冠有王老吉品牌,但是在这两方面都有不及之处,才会造成市场份额上的巨大差异。即使消费者在当年购买紅罐王老吉的时候,还不知道加多宝只是一个商标被许可人,那么随着近几年加多宝的广泛宣传,大多数消费

者已经明白,当年的紅罐王老吉,实际上是由加多宝来生产和宣传的,在商品来源的说明和品牌的变更上,加多宝并无误导。对于消费者而言,有足够的信息量去做出正确选择:要想喝到与原先紅罐王老吉相同的生产商制造的相同配方凉茶,那么就应当选择加多宝。

与此相比,广药集团一直努力做的,似乎是想把自己生产的“新”紅罐王老吉与原先加多宝生产的“旧”紅罐王老吉努力联系起来。尽管配方不同、生产商不同,但是广药还是选择使用了几乎相同的紅罐包装,并且竭尽全力对加多宝各种宣传行为进行质疑和起诉。在取回价值连城的“王老吉”商标的同时,广药集团似乎想把加多宝此前的商业曝光一笔抹去,统统收拢到“王老吉”商标名下。这从商业经营的角度固然可以理解,但是对于消费者而言,却很可能形成误导。“新旧”紅罐王老吉,明明是配方不同、生产商不同的两种产品,为什么非要混为一谈呢?从这个意义上讲,广药集团显得的确不够大气,作为一个令人尊敬的企业,注意力应当更多地放在产品的开发、市场的开拓、消费者认可的争取上,而不是一味盘算从昔日的合作伙伴那里攫取对方努力经营成果。如果对自己的产品和经营能力也充满自信,何不换一个颜色的包装,与加多宝井水不犯河水,让消费者也少一些困惑,多一些选择呢?

(作者单位:中国青年政治学院法学院)

专家评法

法律干线

中国紧急叫停新西兰奶粉进口

本报讯 新西兰最大乳品出口商恒天然部分含肉毒杆菌的乳清蛋白粉流入中国,国家质检总局6月23日在其官方网站上紧急提示消费者,如以个人携带、邮寄或网购等方式购买了相关产品,请勿食用。

国家质检总局指出,经中新双方核查,现初步确定有4家中国境内进口商进口了可能受到肉毒杆菌污染的新西兰恒天然集团产品。这4家进口企业分别为:杭州娃哈哈保健食品有限公司和杭州娃哈哈进出口有限公司,进口浓缩乳清蛋白14.475吨;上海市糖业烟酒(集团)有限公司,进口浓缩乳清蛋白4.8吨;多美滋婴幼儿食品有限公司,进口原料乳粉208.55吨。

目前,涉事企业已迅速发出“召回令”,国内部分商超则在紧急排查问题批次产品,并与供应商沟通,协助召回。据悉,加上此次事件,今年新西兰乳制品巨头恒天然已发生两起质量事故。目前,中国已停止所有新西兰奶粉进口。

(南芳)

对中国服装反倾销使秘鲁获暴利

本报讯 秘鲁外贸协会(COMEX)6月21日发表评论称,自秘国家竞争和知识产权保护局(INDECOPI)于去年12月对部分中国进口服装征收反倾销税以来,今年第一季度,该局共获利1200万美元,增加了该局的预算。

COMEX指出,该案开始调查时共包括近300种服装和配饰产品,尽管最后INDECOPI只对34个税号的产品采取了反倾销措施,但这部分产品进口额仍占到秘进口中国服装总额的51%。受反倾销措施影响最严重的服装类别为裤子和衬衫类,第一季度,上述产品共计税值达900万美元,占总额的74%。

该协会还批评反倾销税率过高并举例说明:如果秘鲁进口商从中国进口一件4美元(国际市场正常价格)的非纯棉儿童短袖装,必须额外支付3.73美元的反倾销税,成本共计7.73美元,几乎比过去价格增长100%,大大高出INDECOPI当初计算的倾销幅度(60.5%)。

(尚武)

韩国企业专利申请表现积极

本报讯 全球知名资讯提供商汤姆森路透公司6月23日公布的《2014年创新现状》报告显示,三星电子集团去年申请手机专利2179项、半导体材料及工艺专利1362项、闪存存储器SM卡专利245项,在相关领域专利申请数居全球第一。此外,三星电子在医疗器材方面申请的专利数排行全球第九(246项),在替代燃料车辆方面申请的专利数排行全球第八(444项)。除三星电子外,其他韩国企业在专利申请方面也表现积极。LG电子在厨房用品方面的专利申请数排行全球第五(319项),现代汽车在替代燃料汽车方面的专利申请数排行全球第四(535项),爱茉莉太平洋公司在化妆品方面的专利申请数排行全球第三(82项),韩国航空宇宙研究院在卫星技术及宇宙飞船方面的专利申请数排行全球第三(27项)。

(韩丽娜)

双反公示

印对华塑料加工机械延长征收反倾销税期限

印度财政部6月19日发布征税公告,对来自中国的塑料加工机械延长征收1年反倾销税至2015年5月11日。

印度于2008年7月对中国塑料加工机械发起反倾销调查,2009年12月作出肯定性终裁,2014年5月发起日落复审。

阿根廷公布扳手反倾销调查问卷获取路径

阿根廷外贸国务秘书处国家外贸委员会表示,拟应诉企业可通过以下网址或邮箱获取阿方对中国、中国台北和印度产扳手的反倾销调查问卷,并应于6月28日前提交至该委员会:

网址:www.cnce.gov.ar/cuestionarios/

pw_cuestionarios_login.php

用户名:cueslaves

产品编号:2013.031

密码:llaves0614

邮箱:daniel.zuwanic@cnce.gov.ar

(本报综合整理)