

欧盟对华反倾销与中国的应对策略

杨 励 副教授

编者按：入世六年来，欧盟对华反倾销已逐渐演变为影响中欧贸易健康发展的重要因素，成为中国对外贸易可持续发展中必须积极应对的重大问题。对此，本文作者在描述入世以来中国对欧贸易发展基本态势的基础上，系统地分析了欧盟反倾销实践特点的最新变化，深入研究了我国频繁遭遇欧盟反倾销的内外动因，并从政府、企业和行业协会三个层面提出了应对欧盟反倾销的总体性策略。

一、入世以来中国对欧贸易的基本发展态势

入世以来，随着双边市场的进一步开放，中欧经贸发展迅速，几乎每年一个台阶。2001—2006年，中国对欧贸易呈现出贸易规模不断增长（见表1）、贸易结构进一步变化等新的发展态势。

表1显示，在贸易规模上，自中国加入世贸组织以后，2001—2006年中国对欧贸易进出口总额从766.3亿美元增加到2723亿美元，增长率为255.3%；中国对欧出口额从409.1亿美元增加到1819.8亿美元，增长率为344.8%；中国对欧进口额从357.2亿美元增加到903.2亿美元，增长率为152.9%；中国对欧贸易顺差从51.9亿美元增加到916.6亿美元，增长率高达1666.1%。这些数据表明，中国对欧贸易的增长速度是非常快的，它从总体上反映了入世以后，随着欧盟进一步对我国开放市场，随着我国享有和履行世贸组织的权利与义务，中欧间贸易产品特别是中国的一些出口产品获得了较之入世前更宽松的出口条件。

表1 2001—2006年中国对欧盟进出口贸易统计

单位：亿美元，%

年份	进出口额	增长率	出口额	增长率	进口额	增长率	净出口额	增长率
2001	766.3	11.0	409.1	7.1	357.2	15.8	51.9	-29.3
2002	867.5	13.2	482.1	17.9	385.4	7.9	96.7	86.3
2003	1252.2	44.4	721.6	49.7	530.6	37.7	191.0	97.5
2004	1772.8	33.6	1071.6	36.9	701.2	28.2	370.4	93.9
2005	2173.1	22.0	1437.1	22.6	736.0	5.0	701.1	89.2
2006	2723.0	25.3	1819.8	26.6	903.2	22.7	916.6	30.7

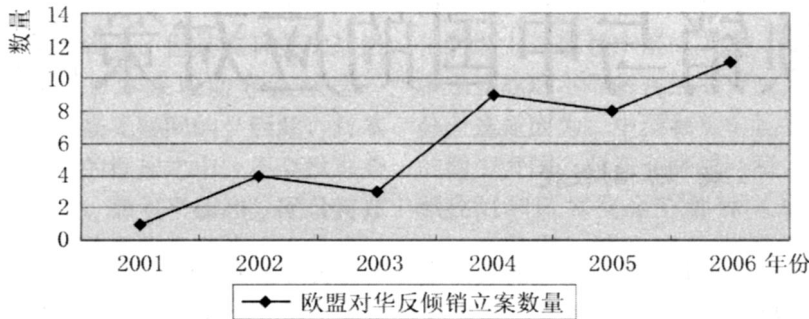
资料来源：根据《中国海关统计年鉴》（中国统计出版社）2000—2006年数据计算

另外，在贸易结构上，中国对欧出口产品既有传统的劳动密集型产品，例如农产品、皮革、鞋帽、纺织品和服装等初级、低档产品，也有逐步增多的资本和技术密集型产品，例如化工、机电、运输设备、仪器仪表等产品。而欧盟则是中国累计第一大技术供应方。2006年我国一共从欧盟引进技术2597项，合同金额86.6亿美元，占全国技术引进合同总额的39.3%，接近日、美技术引进的总和。这表明，当前中国对欧出口产品结构相比于欧盟对华出口，仍然以低附加值产品结构为主。

二、欧盟对华反倾销实践特点的变化

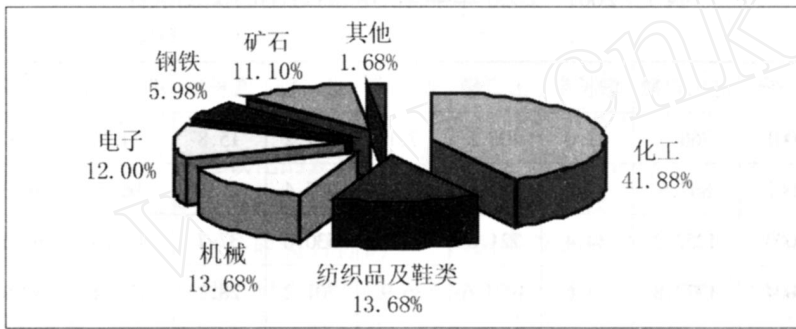
欧盟是世界上对华实施反倾销最早和最多的地区。随着中国对欧贸易规模的发展和贸易结构的不断变化，出于保护国内市场的需要，欧盟对华反倾销也“水涨船高”，其反倾销实践特点发生了新的变化。

1. 欧盟对华反倾销调查数量不断上升，愈演愈烈。自1979年欧共体首次对我国出口的糖精钠发起反倾销调查以来，欧盟已成为世界上对华发起反倾销调查最多的地区之一。中国出口至欧盟的产品中，约有10%受到了欧盟反倾销



资料来源：具体数据来源于 WTO 官方网站

图 1 2001—2006 年欧盟对华反倾销立案数量走势图



资料来源：具体数据来源于 WTO 官方网站

图 2 欧盟对华反倾销产品部门分布图

的影响。入世六年来，欧盟对华反倾销立案调查数量总体上呈上升趋势，据统计，2002 年欧盟对华反倾销立案调查 4 件，2004 年 9 件，2006 年则多达 11 件（截至 2006 年 12 月 25 日），几乎占欧盟全年对外反倾销数量的 1/3（见图 1）。另外，欧盟对华反倾销不仅数量多，而且与此前相比，涉案额越来越大，对华反倾销愈演愈烈，所涉及的焦炭、钢板、塑料袋、皮鞋等案件，金额都在数亿美元以上。

2. 欧盟对华反倾销调查程序越来越严格。欧盟对华反倾销不但立案数量多，而且调查程序也越来越严格。在对待提出申请市场经济地位的企业时，欧盟委员会要求中

国企业提供相关经营状况的期间由 5 年增加到 10 年，且经常以我国企业会计制度不符合国际会计准则为由拒绝给予市场经济地位，由此导致我国企业申请市场经济地位越来越难。2004 年，在已做出裁决的案件中，只有碳酸钡案中有两家中国企业获得市场经济地位，在手推车案中，申请的 4 家企业均遭拒绝。2006 年 10 月，在欧盟对华皮鞋反倾销案的终裁中，只有南海金履鞋业经抗辩获得“市场经济地位”，被征收 9.7% 的关税，其他鞋企则被征收 16.5% 的反倾销税。

3. 欧盟对华反倾销所涉领域越来越广泛。在欧盟对华反倾销调查所涉产品领域中，20 世纪 80 年

代主要集中于化学品、矿石和机械产品，90 年代以来，电子产品和机械制品成为欧盟对华反倾销的新对象。截至目前，欧盟对华反倾销几乎涉及所有出口行业，并重点集中在化工、纺织、机械、电子、钢铁、矿产品等类别上（见图 2）。此外，欧盟在对我国产品发起反倾销调查时，通常还会就某类产品的多个税则号产品进行反倾销调查，这往往导致更多的企业被卷入，波及的范围相当广泛。

4. 欧盟对华反倾销多以征收反倾销税结案，且征税幅度较高。欧盟对华产品发起反倾销调查，绝大多数都以对中国不利的裁决结案。其中，超过 60% 的案件中的产品被征收了最终反倾销税，且税率较高。而在涉及多个国家的反倾销案件中，中方被征收的税率往往最高。例如，2005 年 11 月，欧盟在不锈钢紧固件和相关零件反倾销案中，裁定对中国的最终反倾销税为 27.4%，而对中国台湾、印尼、泰国等的税率分别是 23.6%、24.6% 和 15.9%。在上述对华皮鞋反倾销案中，中国企业适用了 16.5% 的税率，而同案的越南输欧鞋类则被征收 10% 的最终反倾销税。

三、欧盟对华反倾销的动因及背景分析

在全球反倾销案件自 2001 年以来总体呈下降趋势情况下，欧盟频繁对华采取反倾销措施，其原因是非常复杂的，具体而言主要体现在以下内外动因及背景：

（一）外因：欧盟的原因

1. 欧盟贸易保护主义的抬头。

受国际经济大环境影响，欧盟近年来经济增长乏力。表现在对外贸易上，旨在保护国内产业利益的贸易保护主义重新抬头。而根据 WTO 的要求，成员必须遵循贸易自由化的宗旨，不断降低关税壁垒，取消非关税措施。特别是经过多轮多边贸易谈判，依靠关税壁垒保护市场的作用已逐步降低。这样，在 WTO 框架下具有形式合法、易于实施等特点的反倾销措施自然成为欧盟的首选。可以说，贸易保护主义的存在是中欧贸易摩擦愈演愈烈的根源。

2. 欧盟对华连续多年的贸易逆差。中国入世以来，欧盟对华贸易逆差呈逐年增长态势。例如，2002 年欧盟对华贸易逆差为 96.7 亿美元，2004 年为 370.4 亿美元，2006 年则高达 916.6 亿美元。连年贸易逆差构成了欧盟对华反倾销的直接诱因，引发了欧盟成员国相关产业及劳工组织的不满。另外，加上欧盟一些国家持续经济低迷和失业率居高不下，欧盟厂商便把原因归咎于国外产品的冲击，企望通过对华实施反倾销来缓解国内产业的困境。

3. 欧盟对华反倾销的歧视政策。在欧盟对华反倾销政策中，最典型的当属不公平的替代国制度。关于替代国的选择标准，欧盟理事会 2423/88 号条例只是含糊地规定要采取“适当的方法”，这给欧盟委员会在实践上提供了较大的自由度。欧盟委员会在选择替代国时，往往会选择韩国、新加坡，甚至美国等发达国家，不考虑替代国与中国在经济发展水平上的可比性，从而人为地达到征收高额反倾销税的

目的。2005 年，欧盟委员会在对原产于中国的氧化镁反倾销进行行政复审中，就是不考虑经济发展水平的巨大差异，而仅以市场开放性为由选择美国作为替代国。

4. 欧盟厂商“挑拨防卫”式的倾销陷阱。欧盟厂商“挑拨防卫”式的倾销陷阱，指的是一些欧盟跨国公司采用非正常的低价办法压价收购中国产品，然后将其投放于本国市场，从而挑起对中国产品的反倾销诉讼，并达到将中国产品驱逐出市场的目的。例如，中国的节能灯案就是典型的例子，当面对中国节能灯的市场竞争优势时，飞利浦公司为保护其欧洲市场份额，设计了“挑拨防卫”式的倾销陷阱，最终使上百家中国企业被赶出欧盟市场。

(二) 内因：中国自身的原因

1. 中国对欧出口的迅速增长。入世以来，我国对欧盟出口年均增速在 20% 以上，2006 年更高达 1819.8 亿美元，同比增长 26.6% (表 1)。根据国际经验，一个国家或地区在经济快速增长和出口迅速增加的时期，对外贸易摩擦是不可避免的。再加之，欧盟对华反倾销案中的涉案产品大多具有价格较低、数量较多、市场份额急剧扩大等特征，这对欧盟市场的确造成了不同程度的冲击和影响。

2. 中国出口企业国际营销战略的失误。中国出口企业国际营销战略的失误主要表现为：一是出口产品重量不重质，低附加值产品居多。相关出口产品忽视品牌塑造，缺乏市场规划，习惯采用低价竞争开拓市场，易将自身拖入倾销的困局。例如，2005 年中国因大量向

欧盟出口价格低廉的皮鞋，将欧盟鞋类产品价格拉低近三成，最终导致欧盟的反倾销报复。二是出口市场过于集中。对美、欧、日等国和地区的出口占据了我国对外出口的很大比重，这种对发达国家或地区的集中出口容易对当地市场造成冲击，并使自己成为反倾销的对象。例如，2002 年以来，中国对欧盟草莓出口增长了约 380%，这导致当地草莓价格 3 年内下降了近四成，最终引来欧盟的反倾销报复。

3. 中国企业反倾销应诉不力。尽管最近 10 年中国企业遭遇的反倾销案件位居全球第一，但是国内企业反倾销应诉的态度并不积极，仍然有 1/4 的案件没有应诉。这其中一个重要原因，是我国多数出口企业规模较小，在缺少强有力的行业协会的协调下，一旦面对反倾销指控，各企业利益博弈和“搭便车”现象严重，企业间难以形成联合。此种情况不仅恶化了中国企业的海外经营环境，而且极易导致对华反倾销的连锁反应。

四、欧盟对华反倾销的应对策略

从欧盟对华反倾销的复杂动因与背景看，应对欧盟对华反倾销应是一个总体性战略。这其中，政府、企业和行业协会的作用缺一不可。

(一) 政府层面

1. 政府要继续加强对外贸易谈判的力度。市场经济待遇问题一直是中国企业在反倾销案件中所面对的不公正问题。据《2005 中国市场经济发展报告》统计，2003 年中国的市场化指数已达 73.8%，远超市场经济 60% 的临界水平。

因此,我国政府应据理力争,通过不断的外交谈判与磋商促使更多的国家承认中国的市场经济地位。此外,还要通过谈判积极参与修改WTO协议中某些不利于发展中国家的条款,以争取对我国有利的成员待遇。

2. 政府要进一步完善反倾销应诉机制。针对我国涉案企业实力单薄以及应诉反倾销的消极态度,政府可考虑设立反倾销应诉基金,用以为涉案企业提供必要的经费支持,并激励那些积极应诉的企业,提高中国企业在反倾销案中应诉和胜诉的概率。同时,政府还要进一步完善反倾销资料数据库以及反倾销调查、评议机构的职能,及时搜集信息、掌握动态、提供咨询,给应诉企业以信息和技术上的支持。

3. 政府要进一步强化对出口企业的调控。有鉴于我国一些出口企业一直存在的无序出口状态,政府应积极采取措施,科学调控和规范企业的出口秩序,以建立良好的出口形象,避免授人以柄。为此,政府必须尽早完善相关法规和管理机制,从制度层面重构出口秩序,制止出口企业互相倾轧、低价竞销、冲击对方市场的短期行为,以实现出口的有序增长。

(二) 企业层面

1. 出口企业要着力提高产品的技术含量,并树立品牌意识。面对低价无序竞争以及欧盟频繁的反倾销举措,我国出口企业必须大力调整产品结构,加大科技投入,增加高附加值产品出口,以削弱欧盟反倾销的价格诱因。同时,出口企业还要树立强烈的品牌意识,增加产品特色,突出产品的差异性,学

习运用多样化现代营销手段,精心培育产品的国际形象。

2. 出口企业要积极实施市场多元化以及“走出去”战略。为摆脱某些出口产品过于依赖欧盟市场的局面(例如纺织品和服装),我国出口企业还需在巩固原有市场的基础上,积极实施市场多元化战略,开辟包括中东、拉美、非洲等在内的新兴市场。有条件的企业更可以考虑直接到相关地区投资设厂,变产品销地为产地。这是进入国外市场最便捷、最安全的途径,它不仅可以避免反倾销壁垒,还可以避开其他复杂的非关税贸易壁垒。

3. 出口企业要联合起来积极应诉。针对我国涉案企业凝聚力不强的问题,出口企业必须学会联合起来,摒弃“搭便车”陋习,维护共同的利益,否则很容易被各个击破。例如,在2005年中国家具业面临的反倾销调查中,以相关家具龙头企业为首,并联合涉案中小家具企业积极应诉,最后赢得了反倾销案的胜诉。而在2006年的反倾销调查中,由于家具龙头企业已经“上岸”,剩余中小企业只求自保,多选择赔偿和解,结果处于任人要价的被动地位。

(三) 行业协会层面

1. 行业协会要积极协助建立有效的反倾销预警机制。作为行业利益代言人,行业协会要协助有关政府部门建立完善的反倾销预警机制。通过该机制对行业内重要产品出口价格、出口数量、出口地区以及进口国市场动态等信息进行有效监控和及时发布,对可能发生的反倾销调查进行预警,以便企业防患

于未然,及时采取措施,避免欧盟反倾销调查的实施。

2. 行业协会要充分担当起反倾销应诉的组织者角色。当已经面临反倾销调查时,行业协会应积极动员、组织企业,整合行业资源,召开应诉会议,为企业应诉提供组织、信息、技术和对策咨询等服务。同时,行业协会还要积极配合对方做好反倾销调查证据搜集工作,提供有关本行业产品的全面资料,以期欧盟做出公正、合理的裁决。例如,在2003年温州打火机成功应诉欧盟的反倾销案件中,温州烟具行业协会就发挥了关键性作用。

3. 行业协会还要努力协调好对外和对内关系。对外,行业协会要加强和欧盟相关行业组织的联系,为出口企业营造良好的国际贸易环境。这样不但可以了解欧盟反倾销的最新规定,做到“知己知彼”,而且在发生贸易争端时,可以争取欧盟相关利益方的支持,把贸易摩擦程度降到最低。对于协会内企业成员,行业协会要加强协调管理,充分发挥行业协会在沟通政府和企业关系上的桥梁作用,积极与政府有关部门沟通,维护会员间公平竞争的权利,协调好各出口企业的贸易行为和出口竞争秩序。

[本项研究得到广东外语外贸大学科研创新团队项目资助(项目编号:GW2006-TB-011)]

(作者单位:广东外语外贸大学国际经贸学院,国际经贸研究中心;责任编辑:王锦红)