

中國2006年傾銷第一案

中國輪胎再遭傾銷調查

文◎中自協

2005年末，南非等國家發起的對中國輪胎行業的反傾銷調查，在中國引起廣泛關注，被稱為「中國2006年反傾銷第一案」。這次提起的反傾銷調查，涉及的產品主要包括轎車、輕卡及重卡輪胎。一些企業如山東威海的成山集團聘請了律師積極應訴。

中國躍居世界第二大輪胎出口國

據瞭解，在中國，輪胎行業是遭受國外反傾銷調查最多的幾個行業之一。有資料顯示，中國是世界上第二大輪胎生產國，每年有1/3的輪胎要出口海外。近幾年來，壟斷國際市場近60%份額的跨國公司在中國頻頻建廠，通過各種營銷手段來擠佔中國輪胎企業的內需市場，迫使中國企業只能加大力度開拓歐美、南美、亞洲和非洲等海外市場。

中國橡膠工業協會輪胎分會一位人士說：「這是中國輪胎行業在過去五年裏經歷的第五次沉重打擊，從委內瑞拉、秘魯到印度、土耳其，再到今天的南非，中國輪胎出口企業的國際化戰略正遭遇各國反傾銷壁壘的挑戰。」中國輪胎出口近期連連遭受一些發展中國家的反傾銷調查，與中國已經躍居為世界第二大輪胎出口國的情景相比不足為奇。在WTO沒有真正建立起統一的公平貿易環境和機制的情況下，各國為了保護自身國內市場，或濫用各種規則，或設置各種貿易壁壘，因此中

國將會面臨包括反傾銷在內的各種貿易壁壘，業者應當分析原因，積極尋求對策。

對於中國輪胎企業存在的市場集中度低、出口產品和出口市場結構不合理等問題，首先要通過聯合、改組等形式，加速大中型企業的併購和合併，培育幾個能與世界輪胎十強相抗衡的大型企業。其次，要提高產品質量和調整產品結構，增強出口產品競爭能力。

採認證制度避免削價競爭

對於出口企業搞低價競銷的問題。首先，對於沒有通過「3C」認證、ISO 9000國際質量體系認證和產品質量低下且沒有輪胎生產許可證的企業，要堅決予以取締。其次，行業協會要充分發揮管理協調作用，加強自律，日本協會的管理經驗值得借鏡。在日本，擾亂輪胎出口價格不僅要被取締出口資格，還要加倍處罰。其次，商務部和海關要聯合建立出口價格預警機制，規範輪胎出口市場。

中國企業今後應進一步增強品牌意識，不僅要通過科技創新提高產品質量、服務質量，而且要加大廣告宣傳投入和市場營銷力度，創出一批知名產品品牌。從戰術來講，輪胎出口企業應將出口商標在國外註冊，儘快把一批名優產品和品牌推向國際市場，以名牌開拓市場、佔領市場。 ■