

中国钢铁企业在美“337调查”中再胜一城

明年5月或迎最终裁决



近日,中国40多家钢铁企业在美国国际贸易委员会进行的一项“337调查”中又赢得了一个诉点,对于这项调查仅剩的一个诉点,中国钢企的代理律师向记者表示乐观。

2016年4月26日,美国最大的钢铁公司美国钢铁集团公司向美国国际贸易委员会提出调查申请,指控40家中国企业在碳钢及合金钢产品钢材上存在不公平竞争行为,宝钢、河钢、武钢、首钢、沙钢、鞍钢等国内龙头钢铁企业都在起诉名单之内。

这是中国钢铁贸易史上首次遭遇“337调查”。所谓“337调查”,是指美国国际贸易委员会根据美国《1930年关税法》第337条款及相关修正案进行的调查,禁止的是所有不公平竞争行为或向美国出口产品中的任何不公平贸易行为。

并非为了经济原因应诉

2016年5月26日,“337调查”正式启动。美国钢铁集团公司共提出了三项指控:第一,阴谋操纵价格、产量和出口量;第二,侵占及使用美国钢铁公司的商业秘密;第三,原产地或制造商虚假标识。

“中国钢企选择应诉从经济角度来说肯定是有得不偿失的”,北京金诚同达律师事务所律师杨晨说。如果不应诉或败诉,中国钢企面临被诉产品被完全或有限排除出美国市场。

但2015年中国对美钢铁出口量只有240万吨,占据出口总量的2.1%,而碳钢和合金钢又只是其中的一部分。

金诚同达团队代理了宝钢、武钢(目前已合并为宝武钢铁)、首钢三家企业,也是中方企业聘用律所的牵头律所。宝钢被诉全部三项指控,其余几十家涉及一至两项指控。

“但如果选择不应诉,可能会引发欧盟、日本等国家和地区对中国钢企采取类似手

段,而且这起诉讼中有很多对中国企业的抹黑,中方企业也是为了荣誉应诉。”杨晨告诉记者。

三个诉点中,最早终结的是第二项。据报道,美国钢铁集团公司诉称其一份保密钢铁配方于2011年被中国黑客盗走,而宝钢随后推出了一个新产品系列,其中就包括这种高强钢,而这种高强钢后来被销往美国。

但美国当地时间2017年2月15日,美国钢铁公司向美国国际贸易委员会提交申请,要求撤回针对宝钢商业秘密侵权的指控。2月22日,行政法官发布初裁,宣布全面终止针对宝钢的商业秘密调查。

虚假来源诉点近日终结

近日终结的第三项诉点则破费周折。这项虚假来源指控提出,中国钢铁贸易企业,通过转口马来西亚、泰国、越南等地,非法改变

原产地证明,规避美国的反倾销税和反补贴税。

2017年1月11日,行政法官以缺乏直接证据为由,驳回了美国钢铁公司的这项指控。

但2月27日,美国国际贸易委员会又对初裁结果进行了复审。3月27日,美国国际贸易委员会推翻了行政法官的初裁结果,要求继续进行虚假来源诉点的调查,并给予原告证据开示的机会,等待其提供被告的违法证据,之后由行政法官判定,原告提供的证据能否证明被告存在违法行为。

“针对这项指控,每家涉案的中国钢企提供了少则几万份、多则几十万份的文件,由第三方电子证据供应商搭建文件平台,通过关键词检索,找出相关文件作为支持。”杨晨告诉记者。

“比如中方提供了所有的出口单据,再与财务报表一一对应,证明被指控产品没有转口第三国进入美国”,杨晨说,“而美方企业只

提供了一些表面证据,比如第三国贸易商的广告,称中国某些钢铁企业是其合作伙伴”。

“美国国际贸易委员会今年2月推翻行政法官的初裁结果,并不是认为中方企业存在问题,而是认为这项指控不应该简单地画一个句号,要让原告方通过证据开示获得更多证明的机会。”杨晨说。

据中方企业另外的代理律师、美国科文顿·柏灵律师事务所(Covington & Burling LLP)合伙人冉瑞雪介绍,经过长达4个多月的事实证据开示和企业证人、专家作证等工作,7家应诉的中国企业在7月18日起,陆续提交了申请速裁动议,以终止虚假来源诉点的调查。

10月2日,行政法官发布第103号令《关于批准被告申请速裁认定无虚假来源诉点违法行为的初步裁决》,批准所有7家应诉的中国被告申请速裁的动议,认定原告无法证明被告存在违反“337条款”的虚假来源诉点行为,裁定终止虚假来源诉点的调查,并搁置原计划的庭审。

冉瑞雪指出,作为原告的美国钢铁公司,有权于10月11日之前就法官的初裁申请复审,但美国国际贸易委员会至今未收到复审申请。11月1日,美国国际贸易委员会决定,不复审虚假来源诉点。这意味着虚假来源诉点完全终结,以及中方企业胜诉。

为未来节约成本

目前,这项“337调查”只剩下“阴谋操纵价格、产量和出口量”这项反垄断诉点还未终结。“美方企业指控中国企业之间进行了成本和价格交换,形成了价格卡特尔,但美方没有任何有直接证明力的证据,他们提供的无非是一些中国企业开会探讨了市场形势等公开信息。”杨晨说。

“除了证据不足,对方的指控有明显的法律上的瑕疵,因为垄断带来的损坏更多是给消费者的,而不是带给美国钢铁集团公司的竞争对头的。”他说。

事实上,“反垄断一般是由美国的司法或者是联邦法院管辖,美国国际贸易委员会已经有40多年没有进行过反垄断调查了”,杨晨介绍,到明年5月,整个案件或有终局,他对最终获胜表示乐观。

“2015年,中国出口美国的钢材产品只有240万吨,碳钢和合金钢又是其中的一小部分,而美国一年的进口量是4000万吨,拿区区200多万吨来挑起是非,这是愚蠢的。”冶金规划研究院院长李新创去年6月对此案表示,他认为美国的反复调查,事实早已表现出了对中国钢铁的极大偏见。

为了应诉,中国钢企付出了巨大的成本。杨晨介绍,被诉中国企业家都聘请了中方、外国律师所,第三方电子证据公司,经济学家等,多次往返国内外进行证据开示、证人作证等。有业内人士估计,一些主要企业的应诉成本可能高达几百万美元。

“但应诉的意义在于,第一维护了中国企业的荣誉和形象,第二是给予国际竞争对手以威慑,在中国钢铁产能国际合作的过程中不要毫无证据地攻击中国企业”,杨晨说,“从这个角度而言,这场应诉为未来节约的成本可能是不可估量的”。

据报道,最近三年上半年,美国对中国发起的“337”调查数量来看,2016年上半年共83起,2015年上半年22起,2017年上半年42起。

对外经济贸易大学法学院教授黄勇认为,中国企业面对“337调查”不要乱了阵脚,需要中美律师联合起来研究、搜集证据,确立抗辩策略,有效进行抗辩。

(来源:21世纪经济报道)

▶▶▶[紧接P1]

天狼科技社团等机构联合组成,致力于农植物深加工研发、生物科技、纳米技术、新能源、非药治疗等新材料、生物医药和新能源领域的成果开发。

据肖念谊介绍,虽然目前该研发中心的规模不大,但拥有各类科研专业人才近两百位,其中包括工信部人才库人才、产业科技架构师、中美联合培养化学博士、美归生物学博士后、中科院S2B绿色产业基地总工、台湾大学物理学博士、中澳联合培养化学博士和研发机构的各实验室研发团队、各技术领域研究生等。该机构与六三五四所、台湾工业技术研究院、马来西亚科学院等国内外多个著名科研机构建立长期的合作关系。拥有科研能力强大的科研创新实验室二十多个,还有三个农植物户外养殖研究试验基地。

肖念谊介绍,该企业当年选择落户广东省南沙自贸区,是因为南沙自贸区是广州的未来之城,成为广州经济发展最有活力,最有潜力,最有前途的最重要的发展引擎。南沙自贸区的综合性服务枢纽,能够给企业提供一个政府服务功能健全、发展成本低的优良环境,让市场更为开放,使得企业能够公平竞争,这是企业非常看重的。

试点污水处理 河涌水质明显改善

目前,已先后研制出MBBR污水处理工艺高效悬浮填料、一体化污水处理设备(替代小型污水处理厂)、利用甘蔗渣制活性炭、甘蔗渣活性炭制备气凝胶、甘蔗渣活性炭制备可过滤99%的重金属过滤棒、甘蔗渣活性炭进行石墨化制备石墨烯。

将甘蔗渣活性炭在高温真空中氮气炉碳化,活化后,制备成碘值大于1000ug的高品质活性碳,工艺无污染。采用分子筛均质于甘蔗渣碳中,制备成活性碳滤芯,不仅阻滞灭菌,还能过滤重金属,有望替代价格昂贵的RO膜,轻松阻滞和除去重金属滤水,达到直接饮用标准。

甘蔗渣活性炭进行石墨化制备石墨烯

将甘蔗渣活性炭在高温真空中环境下,利用

一系列技术工艺,烧结成石墨微晶,然后微波法制备大尺寸石墨烯。

本技术所制备的甘蔗渣大尺寸石墨烯具有成本低廉、工艺环保;广泛应用于电池、材料改性、导电纤维、特种蚕桑饲料等多个热门应用领域。

导电蚕丝

将石墨烯、碳纳米管、金属银和金属锗等导

电性材料混合到蚕的饲料中喂食家蚕,利用家蚕的生物反应器,将导电性材料与蚕丝纤维有机结合,能增强蚕丝的机械性能和导电性能。

其中金属银粒子添食育蚕获得的蚕丝还具有一定

的抗菌性能。获得的导电性蚕丝可用于智能服饰、光电、医用传感器领域上,获得的抗菌性蚕丝可作为人工骨骼、人造皮肤、伤口缝合线的制造原料。

蚕丝骨钉

将蚕丝素蛋白分解、与羟基磷灰石重组、

倒模、脱敏、灭菌,制备人工骨钉。通过植入人体

骨折处做固定用途。本技术制作的蚕丝骨钉在

人体内可诱导骨生长,并实现可控时间内的自

行降解,从而避免二次手术伤害。植入患者体内后,有效降低患者不适和感染的机会,能达到快

速治愈的效果。

果味醒神水

果味醒神水以能刺激人体神经使其亢奋的

极致酸味,达到即刻醒神效果。本产品为100mL

的小饮料,百分百的原果提取,不添加任何糖

分,少量即可达到显著功效,同时因其体积小而

便于携带。为长途司机等人群提供更多方便,可

预防因疲劳瞌睡引起的交通事故。(经企宣)

“新零售”模式借力“双十一”坐大

2017年“双十一”落幕,电商交易额再创新高。第三方大数据平台星图数据监测数据显示,今年“双十一”当日全网电商销售额最终锁定2539.7亿元,较2016年“双十一”的1708.7亿元大幅增长48.63%。

业界认为,在消费升级的大趋势及“新零售”概念的拉动下,今年“双十一”电商平台表现抢眼。一方面,反映出电商经济仍有强劲的增长潜力;另一方面,“新零售”“全球共振”等新的商业形态正在从概念变为现实,这将加速推动传统零售业向数字化商业转型,并引领新一轮产业机遇。

新高 全网电商销售额达2539.7亿

在消费升级的大趋势及“新零售”概念的拉动下,今年“双十一”电商销售再创佳绩。星图数据监测数据显示,今年“双十一”当日全网电商销售额最终锁定2539.7亿元,较2016年“双十一”的1708.7亿元大幅增长48.63%。“双十一”当日,天猫销售占比达66.23%,京东销售占比达21.41%。

阿里数据显示,“双十一”当日天猫销售额为1682亿元,较2016年“双十一”的1207亿元大幅增长39.35%;无线成交占比90%,支付峰值达到25.6万笔/秒,全天物流订单达8.12亿个,交易覆盖全球225个国家和地区。

京东数据显示,“双十一”期间(11月1日到11月11日)京东累计下单金额突破1271亿元,同比增长超过50%,累计售商品7.35亿件。结合星图数据的数据测算,京东“双十一”当日销售额约为543.75亿元,占其“双十一”期间销售的42.78%。

业内认为,今年“双十一”电商平台销售额再创纪录的同时,仍保持了显著的增速,这意味着电商经济仍有巨大的增长潜力。中国电子商务研究中心发布的《2016年度中国电子商务市场数据监测报告》显示,2016年中国电子商务交易额22.97万亿元,同比增长25.5%。随着宏观经济企稳,供给侧结构性改革稳步推进,以及“互联网+”向传统产业不断渗透,未来我国电商交易额仍将保持快速增长。

在我国经济保持高水平增长、国民收入不断增加的背景下,消费升级的热潮正在席卷,这被认为是未来持续推动电商经济健康发展的主因。阿里巴巴CEO张勇表示,随着我国城市化不断推进,中产阶级人群数量持续增长,使得消费升级的需求不断释放,特别是消费者在健康、个性化等新领域的需要,给电商经济带来了新的发展动力。

发力“新零售”概念加速落地

如今的“双十一”已不再是单纯的“电商卖货”,在销售之外,一大批新的商业概

念和商业模式借机得到展示和推广。今年“双十一”,几乎所有的电商平台均在“新零售”上大做文章。业内认为,今年“双十一”使得“新零售”概念深入人心,这将加速相关商业形态从概念变为现实。

2016年10月,阿里巴巴董事局主席马云首次提出“新零售”概念,指出“未来的十年、二十年,没有电子商务这一说,只有‘新零售’”。业内普遍认为,“新零售”是指企业以互联网为依托,通过运用大数据、人工智能等先进技术手段,对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造,进而重塑业态结构与生态圈,并对线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合的零售新模式。

今年“双十一”期间,阿里携手全球14万品牌1500万样商品,海内外超100万商家打通线上线下服务。今年参加天猫“双十一”活动的商家包括了10万家智慧门店、60万家零售小店、5万家金牌小店、4000家天猫小店、3万家村淘店。阿里数据显示,“新零售”正在帮助更多传统品牌线上线下叠加式增长。优衣库今年全国500多家门店都支持了天猫下单、门店自提服务,至11月11日下午5点,优衣库成交额就已达到去年“双十一”全天全渠道成交的4.5倍;绫致集团全渠道成交额也达到去年全天的173%。

京东方面,“双十一”期间在全国线下已布局的超过160家京东之家和京东专卖店、近200家京东母婴体验店、超过1700家京东帮服务店,超过5000家京东家电专卖店,以及沃尔玛在全国的400余家门店、京东合作品牌商家的近万家门店,和接入京东掌柜宝的数十万家便利店,都通过京东的数据系统,与京东线上平台的融合,共同参与了今年“双十一”的京东全球好物节。

苏宁方面透露,今年“双十一”期间,苏宁全国30家云店和1000家易购直营店,实现了购物零时差;而苏宁置业旗下的酒店,也参加了“双十一”相关活动,在业内首创沉浸式购买新场景。

不但各大电商平台不遗余力地发力“新零售”,不少其他行业的商业巨头也开始押宝“新零售”。11月8日,腾讯首席运营官马化腾在2017腾讯全球合作伙伴上宣布,腾讯将涉足“新零售”,加快面向零售业的开放步伐,推出“智慧零售解决方案”,赋

能广大品牌商、线下零售平台以及商业产等相关机构,探索零售业数字化转型完整路径。

对于“新零售”的发展前景,张勇认为这是行业发展的大势所趋,今年“双十一”让“新零售”概念被广大消费者所接受,将是“新零售”落地的开始。马云则在“双十一”当日对外表示,未来60%到80%的零售“全应该是‘新零售’”。

融合 数字化商业引领新机遇

“新零售”“全球共振”等新的商业形态从概念变为现实,这些趋势将加速推动传统零售业向数字化商业转型,并引领新一轮产业机遇。

今年“双十一”期间,包括阿里、京东、苏宁、国美在内的电商平台均表示,“新零售”“全球共振”等新商业形态的成熟和发展,不单纯依赖电商平台的销售,而是和数据、物流、支付等领域息息相关。未来,这些领域将和零售业一样,加速和数字技术融合,并相互支撑。

阿里提供的数据显示,在电商销售增长的同时,相应的物流和金融业务也在快速发展,“双十一”当日订单包裹数达8.12亿个,相当于2006年全年包裹量的8倍。“双十一”当天,全球消费者通过支付宝完成的支付总笔数达到14.8亿笔,比去年增长41%。另外,“双十一”开场5分钟,支付宝的支付峰值达到25.6万笔/秒,是去年的2.1倍,这意味着,在这一秒里,全球有25.6万笔交易同时在支付宝上完成——同时诞生的还有数据库处理峰值达到4200万次/秒。

阿里认为,今年“双十一”电商销售业绩是数字化商业发展的最佳注脚,在“双十一”这场大协同中,零售是表层,物流和支付是中层,技术、数据和制造则是支撑它到底层。多位业内专家和电商平台高管均表示,数字化商业将是传统零售业发展新方向,要求电商、金融、物流、数据等各行业进行充分协同,这不但会带动未来电商零售业的发展,还将为相关的金融、物流数据等行业提供巨大的发展机遇。

(侯云龙)

2017天猫双十一全球狂欢节

2017 TMALL 11.11 GLOBAL SHOPPING FESTIVAL

