

宝归来自行车:挣脱欧盟 20 年的枷锁

被动应战 宝归来车业一战成名

过去的一年中,杨群宝的日子不好过,作为浙江金华宝归来车业有限公司董事长,与欧盟的官司曾经一度让他备感艰难。

6月5日,布鲁塞尔,欧委会发布公告,对原产于中国的自行车反倾销期间复审做出裁决,宝归来最终反倾销税率为 19.2%,而其他未应诉中国企业则维持了 48.5%的税率,相对于之前对所有中国企业的无差别高税率,宝归来的优势看得见。

“这就意味着宝归来通过法律途径获得了比其他企业更多的市场竞争优势”,北京市天达律师事务所律师合伙人王秋律师告诉新金融记者。

曾经名不见经传的宝归来一战成名,而在此之前,官司能否胜利还是一个无人可以预测的结果。

作为历史较短的私营企业,宝归来的主要精力一直放在了电动自行车上,传统自行车并不是杨群宝的主打产品,但就是其代理商在欧盟销售的 75 辆自行车,让他无意中站在了自行车贸易战的最前线。

杨群宝从来没有想过打官司,更不用说对手是欧盟,直到 2012 年 3 月的一纸立案公告。

“价值不到 1 万美元”,6 月 28 日,宝归来董事长助理江国峰告诉记者,涉案的 75 辆自行车仅占该厂产品很小一部分,“而且是代理商在欧洲进行试销的产品。”2012 年 3 月 9 日,欧盟对原产于中国的自行车进行反倾销期间复审调查,背景则是欧委会基于中国自行车行业市场经济条件的变化以及欧盟产业结构的变化立案发起。

欧盟的主动告直接寄到了宝归来,这让杨群宝和他的企业有些措手不及。在欧盟内,这样的期间复审调查属于不定期行动,主要有欧委会动立案、欧盟产业相关企业主动提起和中国企业要求提起三种方式,这次调

2012 年 4 月 7 日,来自欧盟的自行车反补贴调查正式立案。宝归来和其他几家接受调查的企业开始了准备工作。

在面对欧盟的调查时,一直将欧洲市场作为主战场的宝归来发现,决心好下,应对很难。

时间表清晰记录了那一年夏天的忙碌和紧张。5 月 18 日,天达律师团队代表宝归来向欧委会提交了反倾销抽样问卷答复;6 月,提交了市场经济地位问卷答复;7 月提交了反倾销综合调查问卷答复,终于在 7 月的最后时刻,迎来了来自欧委会调查官的实地核查。

一般来讲,面对欧盟的调查,有两个选择,应对或者放弃。应诉有可能获得低税率,不应诉则只能维持 48.5%的高惩罚性关税。

查属于欧委会觉得情势变迁存在持续性而主动提起,这就意味着,在中国企业未主动提出的情况下,欧盟的审查不期而至。

一直以来,中国自行车行业对欧盟有着这样的印象:欧盟在国际贸易领域的制度和规定是严谨的,但同时也有傲慢的态度和保守的风格。

“其实这是给中国自行车企业提供了一个机会和舞台,去证明自己不存在所谓的倾销,”中国自行车协会一位人士告诉记者,“在此之前欧盟已经对中国企业征收了 20 年的高额反倾销税率,迫使中国企业不得不大面积从欧洲市场撤出。”

参与此次调查的一个先决条件就是,中国自行车企业在调查期内(2011 年)对欧盟出口了自行车,(包括在大陆设厂的台湾企业),而宝归来在 2011 年出口欧盟的 75 辆自行车使其拥有了站在擂台上的资格。

因为 20 年的高额反倾销税率,曾经在欧盟市场攻城拔寨的中国自行车企业早已失去了对这块市场的兴趣,找到能够配合的中国企业进行调查也曾经是欧盟的一个难题。

“这次参与反倾销调查的总共有 4 家企业,其中另外 3 家企业都是台资企业,只有宝归来是属于完全的民营企业”,王秋介绍,“能让欧盟将你列为复审调查对象的一个先决条件是该企业在复审调查期内对欧盟有出口销售行为。”

“原本属于经销商试销,发现卖得不错,正准备大规模下单的时候,对我们开展了调查,”江国峰回忆当时,“措手不及”。

有时候,调查虽然是不期而至,却也同样提供了最好的机遇。

“此事件看起来具有一定的偶然性,但就公司的长远市场布局来讲,这一步迟早要来。”杨群宝表示。



48.5%,这是欧盟对原产于中国的自行车征收的高额反倾销税率。

75 辆自行车,这是一家民营自行车企业 2011 年对欧盟的出口数量,当这两个数字相遇时,背后是欧盟对中国自行车行业 20 年的贸易壁垒。

“反倾销税持续了 20 年,这在全世界都是很少见的”,业内人士表示。20 年,无论是中国还是世界自行车产业都已经发生了变化,而套在中国企业脖子上的反倾销枷锁,却没有见到松动的迹象,直到宝归来的胜利。

过程艰难 压力山大

订单者有之,压力考验着这家中小企业的管理者。2012 年上半年,宝归来的欧洲订单是 600 万美元,下半年则差点交了白卷。“犹如被架在火上烤”,彼时的宝归来压力可想而知。

对于反倾销调查,欧盟有着严格的程序和规范要求,不会因为宝归来涉案标的仅仅为 75 辆自行车,总金额不到 1 万美元而有丝毫放松。

在维护自己权益的时候勇敢地站出来,企业如果置之不理就丧失了这个机会,在这样的考量之下,选择应诉的宝归来承担了自行车行业的希望。

数据、信息、账目是否真实可靠是欧盟调查的重点,其会在此基础上做出最终的裁决,而这样的工作繁琐单调。

“我们律师对公司去了 5 次,欧委会的调查人员来了 2 次,每次都非常正式工作量很大。”回忆起当时情景,王秋表示,“在我们这些每年代理十几起类似官司的职业律师眼里可能很平常,但是对一个民营企业来说,第一次面对这样的官司免不得有压力。”

应对调查之外,裁决同样一波三折。2012 年 12 月,欧委会以原材料铝和钢的价格受到政府干预为由,否定了中国自行车全

行业的市场经济地位,宝归来未能幸免。

在当时,面对欧盟的调查,中国自行车行业采取了积极的应对措施,在各个企业单独应对欧盟反倾销调查的同时,机电商会和行业协会全力应对损害调查。

“宝归来这样的民营企业本身规模不是很大,能够站出来应诉的确是难能可贵的”,业内人士表示,“长达 20 年的贸易壁垒,让中国自行车企业几乎忘记了欧洲市场,目前中国产自行车只占到欧盟市场的 2%左右,这一数字在美国则超过了 90%。”

2013 年 6 月,在经过了一年以上的调查和应诉之后,欧盟终于下达了最终的裁决结果:对原产于中国的自行车反倾销期间复审做出裁决,宝归来的最终反倾销税率为 19.2%,全国普遍税率则维持在 48.5%。

“我们的税率比其他企业要低 30%,这就意味着我们拥有巨大的优势,对欧洲的出口将会出现增长,”江国峰表示,“企业正在拟定新的生产计划”。

“宝归来一家取得了胜利,其他企业还是要承担着接近 50%的税率”,自行车协会人士表示,这对中国自行车行业来说,只是万里长征走了第一步,巨大的欧洲市场需要中国企业去收复失地。

欧盟 中国自行车企业的 伤心岭

事实上,对于中国产自行车的反倾销调查早已有之。1993 年开始,欧盟对原产中国自行车征收 30.6%的反倾销关税,期间中国企业进行了积极抗辩,但是鲜有胜者,直接导致中国出口到欧盟的自行车数量不断下降到现在的 60 余万辆,而整个欧盟市场的年销量是 3000 万辆。

面对欧盟的高额反倾销税率,中国自行车行业已经忍受了 20 年,而这背后是欧盟对自行车产业的独特情感和中国企业应诉意识的淡泊。

欧盟认为,中国自行车企业对其造成了冲击,而在业内人士看来,这样的理由很难站得住脚。“欧盟自行车是个传统产业,对中国产品征收反倾销税,不光是意味着产业问题,更多的是有一种文化传统和心理因素在里面,他们担心中国产品冲击他们的市场和传统工业,其实中欧之间完全可以互补的关系。他们生产高附加值产品,中国生产普通产品”。

从目前的数字来看,中国产自行车只占到欧洲 2%的市场份额,是不会造成实质的损害。

在世界范围内,中国产自行车因为性价比的巨大优势,基本上属畅通无阻的状态。类似的反倾销调查美国也曾经实施过,最后以中国企业的胜利告终,美国市场也因此向中国自行车敞开了怀抱。“国产自行车占据了美国市场 90%以上的份额,我们在全世界做得最好的。”天津一家自行车厂经理告诉记者。

欧盟却一直是中国企业的伤心岭,直到宝归来撬开一条缝隙之前,中国企业对欧洲市场的努力已经失去了动力。

“中国涉案企业如果不积极应诉,不仅会失去法律赋予的抗辩权利,同时这也会成为调查机关作出不利于中方的裁决的理由之一”,王秋告诉记者,在她的职业经历中,对中国产品实行反倾销调查的趋势在逐渐上涨,无论是涉及国家还是产品门类。“每年都有数十个,涉及各个行业,化工、机电都是比较多的行业。其他包括瓷砖、纺织品,只要是出口的都可能面对”。

少为人知的是,与宝归来同时赢得诉讼的还有其他企业,其中两家来自我国台湾的企业获得了 0 倾销税的待遇,而这与其积极应对反倾销调查不无关系。

“宝归来获胜的主要意义在于是大陆民营自行车企业取得的首个胜利,”自行车协会人士表示,“起码让我们看到了曙光,大门打开一个缝隙也许很小,但是后面有开得更大的可能。”

在宝归来,获胜之后的优势已经开始逐渐显示出来。杨群宝介绍,3 月份开始,公司订单不断,欧洲著名企业已经开出一千至少 20 万辆自行车的订单。

另一方面其已经开始了新的筹划布局,30%的税率优势之下,欧洲将会是其未来的重点目标。

而对中国自行车行业来讲,宝归来也许仅仅是开始,有了第一个吃螃蟹的更需要第二个、第三个,才能真正撬开封闭已久的大门。

“现在已经有自行车企业和我们联系要求代理企业提出新出口商复审申请,这是一个好的开始。”王秋介绍。(彭俊勇)

八大家电企业骗补近亿 长虹承认 格力推诿

计工作,做好相应整改,加强后期企业管理工作。

审计署在报告中对各个企业使用了诸如“套取”、“骗取”、“违规”等不同的字眼。

四川长虹电器股份有限公司证券事务部一名工作人员就到底是哪一个环节被最终认定为涉及骗补的问题表示:“销售渠道本身比较复杂,从厂家这边到经销商,且经销商可能分多个级别,然后再到消费者手中。中间经销商到底是怎么处理的,怎么卖给消费者的,都可能涉及到不正规的操作,因此,不光是厂家的问题。”

长虹集团新闻发言人刘海中也对长虹存在审计署所指的骗补行为做了肯定答复。

“我没有管经营,很难表达具体哪个环节出了问题。”刘海中说,“我现在可以说的就是,企业积极配合审计署,加强内部管理,积极跟审计署沟通交流,按照他们的要求加强整改。”

相较长虹目前难清楚指出具体出问题的环节,格力则在澄清说明中做了详细解释。据报道,格力表示,从 2009 年 6 月 1 日到 2011 年 5 月 31 日,第一次节能惠民政策执行期间,格力实际销售出货 2214 万套节能空调,申报 1755 万套空调的节能补贴,有 459 万套已销售节能空调没有获得补贴,原因包括:一是第一次补贴政策结束后,因支持有关部门统筹安排的原因,主动放弃 150 万套的补贴申请,涉及资金近 6 亿元;二是部分已销售空调尚不符合补贴标准,没有申报。

格力认为,审计署检查结果所指违规获

得 2157.76 万元补贴,主要原因是终端经销商填报数据不规范、不严谨所致,问题数据占公司总推广数据的比例不到 0.5%。

媒体援引格力的说法称,格力坦言“对经销商管理环节存在疏漏”。具体细节是,节能补贴数据由终端经销商填写销售时间、安装时间地点及用户资料,汇总到公司统一申请补贴。申报数据信息由格力电器近十万经销商网点填写,在申报系统中网点填报的销售、安装日期、用户资料不严谨,出现差错、误差。

与此同时,格兰仕对此事的回应是,集团采取各级代理商、零售商分销模式,而非在各地设立子公司,对于数据缺乏有效管理。

提及遭审计署点名骗补一事,美的空调市场一位负责人以“不能随便跨越相关责任部门接受沟通”以及“正在开会”为由拒绝采访,并表示:“请找国内市场部经理,她是美的公关经理,所有采访可以通过她来传递和转达。”记者随即致电美的公关经理卢雪华,她说,“没办法代表企业发言,我没有得到授权”。据她透露,可以解答此问题的领导“还在出差”。

刘海中特别指出,他注意到,审计署在报告中对各个企业使用了诸如“套取”、“骗取”、“违规”等不同的字眼,其中对长虹使用的是“套取”。但究竟这几个字眼有何不同,他说:“要问是谁定的性,这个没研究。”

据记者查阅资料了解,审计署在报告中对涉及到的各家企业所使用的定性字眼的确有所不同。比如,序列号排在第 78 家的“四川长虹空调有限公司高效节能空调推广项目”,

审计发现的主要问题是“项目单位通过虚报节能空调销售安装数量,套取中央财政高效节能空调推广补贴资金 981.78 万元”。而在格力、TCL、美的、格兰仕等企业“审计发现的主要问题”处,均为“项目单位通过多报节能空调销售量,违规获得中央财政高效节能空调推广补贴资金……”等字样。

“套取本身是违规的一种形式,不管讲‘套取’还是‘违规’,指向的都是一个行为,本质都是违反了国家节能补贴的规定。”北京诺恒律师事务所执行主任邓亮对记者说。

专业化评估机制缺失

“国家财政补贴本来用于促进消费,却被部分企业骗取,后果很严重,这是对公众以及国家政策的愚弄。”中国社会科学院财政与贸易经济研究所研究员宋则对记者说,“家电企业吃补贴吃出依赖症,突然断奶,就开始做这种手脚,不管企业怎样解释,都难被原谅。”

宋则表示,能够入围节能惠民政策的家电企业均历经“严格的招标程序”,“真正有资格享受这种补贴待遇的都是中国最好的企业”。最初的政策设计是为了防止个体骗补,现如今却出现“连这点小钱都不放过的大企业”在骗补,他认为,问题企业没有珍惜信誉。

宋则还认为,出现此次事件,表明政府相关职能部门有“失察之责”。

有观点指出,企业骗补并非新鲜事。“无论是节能减排还是新的能源技术的导入,都是好事情。但今天因为缺乏专业化的评估机制,在经济低迷的时候,企业很容易利用政府

的补贴去套取政策红利,”复旦大学经济学院副院长孙立坚对记者说,“政府应当把制度建设好,通过专业化的评估机制,对市场节能减排的效果给予科学评价、合理的资金,否则,在经济不好的时候,企业就会利用政府在该领域评估能力的不足,去套取财政资金的补偿。”

孙立坚认为,骗补行为的发生,虽然反映了企业出现道德风险,但更主要的是政府专业化能力不足。

(21 世纪网)

国药准字H46020636

快克[®]

复方氨酚烷胺胶囊

适用于缓解普通感冒或流行感冒引起的发热、头痛、四肢酸痛、打喷嚏、流鼻涕、鼻塞、咽痛等症状,也可用于流行感冒的预防和治疗。

请在医生的指导下购买和使用

海南亚洲制药生产

海南快克药业总经销