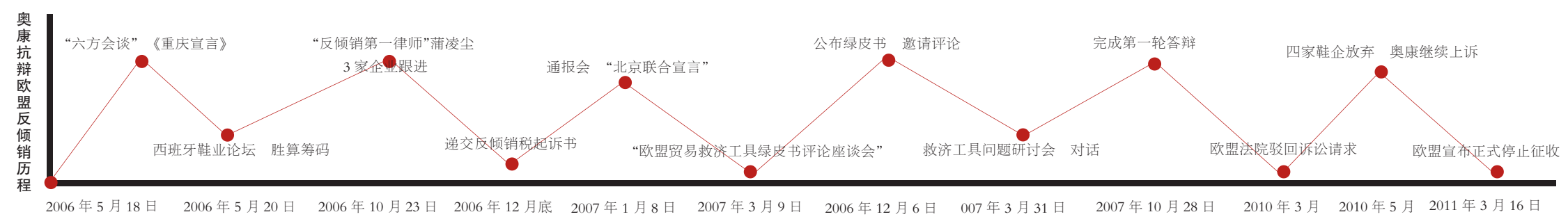


奥康胜诉 能否引发蝴蝶效应

2012年11月18日,浙江奥康鞋业股份有限公司收到欧盟高等法院的判决书,法院裁定欧盟委员会需赔付给奥康鞋业巨额数量的相关诉讼费。同时,凡与奥康鞋业有贸易往来的进出口商,皆可从欧盟相关部门退回征收长达6年之久、高达16.5%的反倾销税。这意味着,在获得2011年3月31日欧盟宣布取消对中国皮鞋产品征收反倾销税之后,针对反倾销,欧盟高等法院的判决使奥康鞋业等中国制鞋企业获得了法律意义上的胜利。



实习记者 蔡梦黎 成都报道

奥康胜诉 出口欧盟更顺利

奥康鞋业的胜诉,对我国制鞋行业影响几何?就此事,记者采访到成都艾民儿鞋业有限公司相关负责人、成都鞋业进出口商会的李秘书长。李秘书长回忆,2006年,欧盟委员会决定对中国制鞋产品征收16.5%的反倾销税,艾民儿也曾联手成都本地几家产品主要销往欧盟地区的制鞋企业,聘请了一家驻上海的法国律师事务所,对欧盟高等法院的诉讼。但后因证据不足被驳回。

“欧盟征收反倾销税,使得进口至欧盟的贸易商、国外客户不得不对生产企业以压价的形式来规避反倾销税,把这一块成本转嫁到厂家头上。这使得很大一部分中小型制鞋企业因无法做到足够低的价格而被迫放弃欧盟客户。特别是,一部分主要靠贸易商维持出口业务的企业,只得把出口重心放到了俄罗斯市场。

“不征收反倾销税,对于贸易商与采购商来说,是降低了他们在中国采购皮鞋产品的成本,他们不需再对中国制鞋企业使劲压价。这对中国皮鞋出口欧盟是一件大好事。新的政策让产品出口欧盟更为顺利与宽松,中国鞋业在欧盟所占的市场份额也会随之增大。”李秘书长如是解释。

中国鞋企 出口欧盟阻力尚存

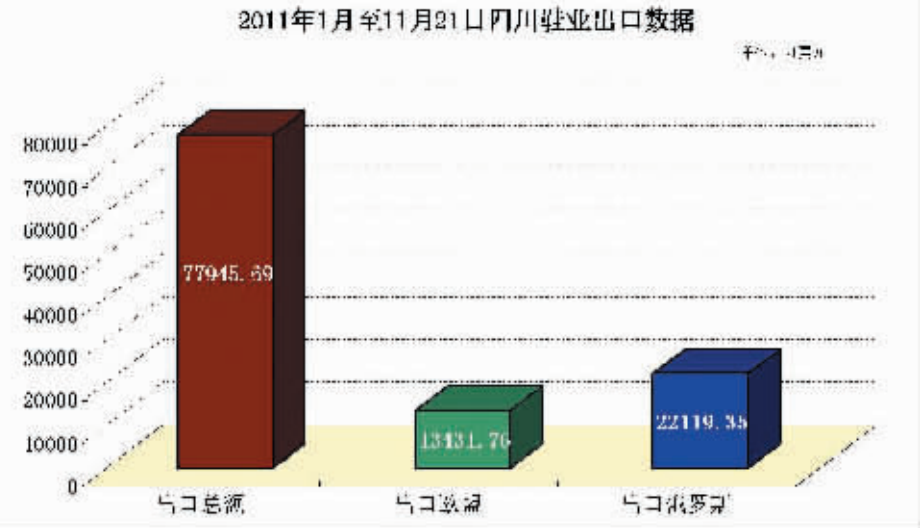
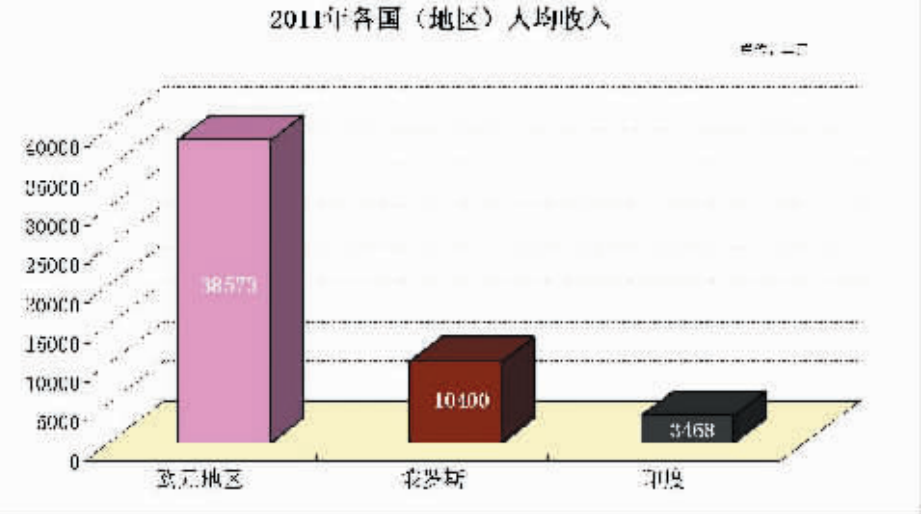
不过,就记者在成都制鞋行业的采访了解到,反倾销税政策停止一年多,并未导致成都本地大量制鞋企业立刻向欧盟大量出货。关于这方面的深层次原因,记者了解到,反倾销其实只是出口欧盟一个明显受阻的表现。制鞋行业在出口欧盟的过程中所遇到的艰难险阻,事实上远不止这一点。

据曾在成都女鞋之都多家大中型企业任过要职的业内资深外贸人员周女士介绍,欧盟的客户往往对产品的要求十分严苛。欧盟要求中国进出口检验检疫局按照进口国要求对皮鞋产品进行额外检测。但凡进口至欧盟诸国的皮鞋产品,真皮材料皆需进行偶氮、甲醛、六价铬三项化学检测;PU、人造革、合成革、纺织材料皆需进行偶氮测试。另外,相关产品及配件还需进行外底防滑性能、可触及锐利尖端和锐利边缘等相应的物理性能测试。对测试方法、样品尺寸等皆有十分详尽的要求。除此之外的,欧盟的客户还经常要求企业送样到指定的第三方测试机构去做一些特殊性能测试。客户往往要求生产企业出示相关测试报告后才会付款。要做一个欧盟的客户,所需要做的前期工作可谓相当繁琐。

周女士称,即使均满足上述要求,成都许多中小型制鞋企业仍不见得能从欧盟客户那里获得大量订单。欧盟的客户十分重视细节,细微到一颗铆钉。而不少中小型企业以代工为主,盈利点仍然在压低价格、扩大出货量上。成本的严格控制措施也相应影响到企业的设计能力、模具,以及对工人的管理上,使其存在诸多限制与不规范。因此,厂家按照客户要求制造出的成品有时还会与图纸上的设计存在差异,发出去的货中甚至不乏有缺陷的产品。由于生产技术与欧洲市场对产品的要求有较大的差距,客户在尝试性下单后则不会再次给出更多的订单。

部分制鞋企业所面临的这种尴尬,不仅是在成都,通过记者的了解,即使在温州这样拥有大量出口欧盟的制鞋企业的地区,也屡见不鲜。随便在网上一搜,便能搜出诸多温州地区的相应媒体报道与企业反思性报告。

中小型企业在应付欧盟客户诸多严格的管理与要求上已备感痛苦,从2006年开征的反倾销税更是雪上加霜,欧盟客户因此进一步压价,企业最后一点微薄的利润空间也被进一步挤压。因此,就如成都鞋业进出口商会的李秘书长所言,成都许多企



(制图/王强)

业把视线逐渐转向要求宽松的俄罗斯及东南亚市场。尽管2011年3月欧盟已在行政上免除了16.5%的反倾销税,但据海关数据统计,2012年1月至11月21日,四川鞋业产品出口总额达77945.69万美金,出口欧盟的仅为13431.76万美金,仅占总额的17%。而出口俄罗斯达22119.35万美金,占28%。

事实证明,要在短时间内呈现出对欧

盟出口的一个大幅度增长,至少对于上述中小型企业来说,记者认为尚需时日。毕竟,要结束在法律法规完善、客户对质量要求严格的欧盟市场做一单算一单的现状,转变为在这个市场长期站稳脚跟,对于做惯了发展中国家,且自身软硬实力都不强的中小企业来说,还需大量的时间与成本进行调整。事实上,免除反倾销税这一信息的第一批受益者,还是产品持续销往欧

盟市场的、熟悉欧盟客户要求的制鞋企业。

欧盟市场 吸引力依然明显

纵观全国,对于中国制鞋企业来说,欧盟市场依然是比重占17%的、仅次于美国的第二大市场。欧盟市场的吸引力依然明显。据曾在法国必维国际检验集团负责消费品检验检测工作,从进口国质量法规层面为多家出口欧美的鞋企服务的资深人士张先生分析,主要原因有以下四点:

首先,相较于俄罗斯与东南亚,欧盟地区的消费力还是相当强的。据世界银行统计,2011年欧元区的人均收入达38573美元,也就是说一个家庭就有77146美元。而一双中国制造的鞋子在欧洲的超市上架,差一点的仅卖10欧元左右,质量好的也仅能卖到近20欧元。而俄罗斯2011年的人均收入仅达10400美元,东南亚一些国家更差。

其次,虽说欧盟市场的法律法规较为严格,但在为保护进口国安全与环保利益的同时,其法治为先的进出口体系也充分保障了出口商的利益。东南亚与俄罗斯市场则混乱得多,收不到款的情况时有发生。俄罗斯盛行的“灰色清关”更是给出口企业增加了不少不稳定因素。这些问题,在欧盟市场是基本不可能发生的。

像东南亚这样的市场,本土也有不少制鞋企业,有时他们的价格做得比中国企业的价格还低。靠低价打市场,在发展中国家里见得是良药。欧盟本土则没有这种情况。中国通过长期的发展,有了相对完整的制鞋产业链和密集的代工厂,形成了集中效应,在攻占欧盟市场显得极有优势。

最后,虽然欧盟门槛较高,但许多从事外贸的人都能直观感受到,欧盟的商人相对讲诚信。一旦迈过了他们的门槛,成为其合格供应商,比在东南亚这类地区更易稳定取得订单。

奥康胜诉 中国制鞋企业可学到更多

奥康在欧盟的胜诉,有媒体报道认为“赢得了胜诉,更赢得了尊严”。还有媒体以及商务部则表示,这次胜诉最大的意义在于“为企业通过司法途径维护自身权益取得了示范性经验”。一直以来,中国的企业在国外遭到反倾销等不公待遇,我们在媒体上看到的往往是怨天尤人似的情绪化报道。此次奥康胜诉,展现在我们眼前更多的是一种通过法律手段讨回公道的理性作法。这说明我们在发声的同时,也有企业在积极地做事情。这是十分令人欣慰的。毕竟,就如前文所提到的,欧盟属法律法规极为健全的地域。欧盟委员会通过法律手段认为中国皮鞋产品在倾销,中国的制鞋企业认为这种说法是错误的,为何不充分搜集证据,利用其完善的法律平台证明我们并没有倾销呢?

(下转7版) >>>



做食品就是做良心
四川得益绿色食品集团
祝贺
《企业家日报》问世!

公司地址:四川成都新津希望大道188号
电话:028-82550338 网址:www.scdeyi.com