

轮胎企业如何赢得反倾销战争?资深律师呼吁——

明年你还要拿小米+步枪竞争吗

本报记者 刘德峰

“大家都说今年太糟糕了,非常糟糕,比2008年还要糟糕。”中国橡胶工业协会副会长兼秘书长徐文英,在10月14日的演讲伊始,就讲出了国内橡胶行业的担忧。

今年1-7月份,中国橡胶工业协会统计了行业中398家大中型重要企业的经济数据,可不管是工业总产值、销售收入、出口交货值,还是全行业利润,“四个数据都在负增长。”徐文英说。

数据难看的,还有我国轮胎出口。相较于此前10年平均超过10%的增长,我国今年前7个月轮胎出口数量下降了1.5%。对于半数依赖出口的中国轮胎产业来说,这并不是一个好消息。

根据美国商务部今年6月份的终裁,中国轮胎厂商将被征收14.35%-87.99%的反倾销税和20.73%-100.77%的反补贴税。两项关税叠加后,一些企业进入美国市场须支付相当于产品价格一倍多的关税。某轮胎企业负责销售的人士称,美国对中国轮胎的“双反”裁决,对依靠出口化解产能过剩的国内轮胎企业来说,可能是一个毁灭性打击。

“这是我国一季度轮胎出口前十的国家,美国一直是我国轮胎的主要出口国。”长期从事反倾销案件的康达律师事务所合伙人刘馨泽说,我国轮胎企业对美国的出口量,占了整个轮胎行业出口三分之一的市场。

随着美国对中国轮胎“双反”终裁落地,8月我国轮胎产量和出口下降更为明显,同比分别下降13.8%和13.5%。

经过10年左右的高速发展之后,我国轮胎产业正陷入前所未有的低谷。

14日,中国橡胶工业协会副会长兼秘书长徐文英,在第二届中国(青岛)橡胶工业博览会上透露,今年1-7月份,协会统计了行业中398家大中型重要企业的经济数据,可不管是工业总产值、销售收入、出口交货值,还是全行业利润,都在负增长。其中轮胎企业利润同比下滑35.91%。

在产能过剩背景下,面对美欧等国家和地区市场,当地出现“双反”,国内轮胎企业不得不在其他地区市场厮杀,价格战等恶性竞争也随之出现,继而又会引发其他地区市场的“双反”调查。

对于半数依赖出口的中国轮胎产业来说,如何摆脱这样的循环,真正实现由大变强?整个行业都在思考。



国内轮胎企业产能过剩,严重依赖外销。(资料片)

除出口受挫之外,我国轮胎生产的产能过剩局面暴露无遗。“轮胎行业今年感觉到日子特别难,为什么?”徐文英说,他们统计的398家企业中,库存达到285亿元,其中轮胎的库存就有180亿元的货值,大概占了全行业库存量的66%。

“卖不到美国怎么办?我们就挤占欧盟市场,现在他们没有‘双反’。”不过徐文英也有担忧,国内大量轮胎都冲到了欧洲,可能爆发价格战。价格战的结果是谁也挣不到钱,还可能引来欧盟的“双反”调查。

在产能过剩背景下,面对美欧等国家和地区市场,当地出现“双反”,国内轮胎企业不得不在其他地区市场厮杀,价格战等恶性竞争也随之出现,继而引发其他地区市场的“双反”调查。

这已经是一条完整的恶性循环链条。而问题的症结,就出现在过剩的产能之上。

刘馨泽律师几乎参与了包括美国、欧盟、巴西在内的所有对中国轮胎行业反倾销案调查的应诉案件,“我见证了中国轮胎企业的强大,由低的产量产能到现在的产能产量过剩的过程。”刘馨泽说,这次橡博会期间他曾和某企业领导开玩笑说,现在中国轮胎企业没有2000万套产能,都不好意思跟别人打招呼。

价格战愈演愈烈,也与轮胎主要原材料橡胶价格下跌有直接关系。

为防止产成品库存过高,企业已经开始主动压低开工率。光大期货数据显示,9月25日当周,山东地区轮胎企业全钢胎开工率为62.3%,同比下降12.7个百分点;国内轮胎企业半钢胎开工率为62.1%,同

比下降26.1个百分点。

要破开目前我国橡胶行业的困局,中国橡胶工业协会也开始寻找出路。“我们协会这次会做的规划,在十二五的基础上做了一些变动,提出了一些新的观点。”徐文英说,行业协会开始试图通过主动规划,给行业带来转变。

“由产量为主导调整为质量为主导;由盲目扩张变为集约合成发展,由恶性竞争变为联合协同竞争。”在橡博会现场,徐文英说,很多人佩服日本企业,日本企业在国际市场竞争,在价格上他们是团结的,由行业协会进行协调,彼此遵守价格同盟。中国企业在这一点上还是各自打价格战,希望十三五期间协会能做些工作,让行业团结起来。

2016年,中国在人世后做出的15年非市场经济地位承诺就到期了。“2016年大家准备好了吗?我们要用自身的实力和西方抗衡。那么,我们用什么样的武器呢?是小米+步枪,还是像‘9·3’阅兵一样来展示我们的实力呢?”在第二届橡博会论坛上,刘馨泽律师这样问在座的轮胎企业。

非市场经济地位国家和替代国本身就是歧视中国,任何一个国家拿出这两点就可以向中国轮胎企业征收高额的反倾销税。在刘馨泽律师看来,2016年之后,中国轮胎企业赢得市场的真正武器,是要有良好的财务体系,不要给出口国反倾销落下口实;企业有较高的出口价格和合理的内销价格,杜绝内销的不规范销售、低价出售以及低质清关。他呼吁国内的轮胎企业,再也不要再用价格战这种最传统的方式来让自己生存了!

7万元的别克凯越,改装音响花了8万

汽车音响改装 这壶水烧开了

本报记者 任磊磊

50家参赛企业30家来自山东

据了解,EMMA欧洲汽车月媒体竞赛联盟总部在德国,世界上共有34个国家设立赛区。中国区每年9场,其中8场选择城市巡回比赛,第9场在广州进行全国总决赛。这次济南赛区是今年中国赛区的第8站。

DR中国汽车音响联盟总经理李超告诉记者,目前中国每年有三个汽车音响改装的专业赛事,EMMA是全球赛事中最权威的赛事之一。此次济南站共有50多家专业音响改装店参赛,其中30多家来自山东,还有河南、安徽、江苏的参赛者来参赛。山东选手的成绩很不错,青岛车安利汽车服务获得ESQL级别外场音质冠军。

青岛车安利老总王义春告诉记者,此次车安利参赛的车辆是一台荣威550汽车,他们用了半个月时间来改装这台车的音响设备,器材价值预估高达7万元左右,在发烧配置中属于中端配置。

作为此次赛事的协办方,李超表示,汽车音响音质是该赛事一项重要,也是最基本的大奖。“音质对一套音响设备来说,是最基本的。评判音质有几个方面:声音定位、声音的还原能力,也就是音响系统是否能达到声音的高保真,还有音响的音色、音质等情况。”此次车安利参赛的作品比较真实地还原了声音的音色,体现出我省汽车音响改装技术日益成熟。



近日,EMMA国际汽车音响赛事全国巡回赛济南站落下帷幕。青岛车安利荣获该项赛事大师组的最佳音质冠军。不到一个月时间,我省还有另外两个汽车改装赛事在济青两地举办。汽车音响改装行业本属小众,三大赛事扎堆在山东举办,这也让DR中国汽车音响联盟总经理李超感慨,山东的汽车改装市场终于迎来了春天。

5000元-30000元是主流价位

采访中,记者发现不管是汽车音响改装的专家,还是从业者都认为,未来山东的汽车音响改装行业发展前景非常可观。“汽车音响改装行业是很上瘾的。我就有一个很经典的例子。”李超告诉记者



此次山东参赛企业踊跃,显示汽车音响改装市场在我省启动。图为青岛车安利荣获最佳音质冠军。

述,曾经有一个济南的小伙来找他改装汽车音响,这个24岁的小伙子开的是一辆7万元左右别克凯越。刚开始来的时候,小伙只花了3500元改装了音响。“后来,我们就成了朋友,我就带他去试听我们的音响,和他交流音响知识。”小伙子一下子就上瘾了,在一年半的时间里,他升级了6次,最后整套设备升级完,花了8万元。

“我认为,山东的汽车音响改装市场已经在跨步发展。”李超表示,虽然一般消费者不会这样烧设备,但是山东的市场一直发展很迅速。“我从17岁开始玩发烧设备,到现在已经做了十年。上个世纪90年代,整个山东从事汽车音响改装的店仅有三四十家。但是现在,几乎每个城市都有,涉及音响改装项目的店家可达上百家。目前有不少从事汽车用品销售的企业承接汽车音响改装项目。”

李超说,对于一般消费者而言,花三四千改装车内音响就能达到一个满意效果;对于发烧友而言则是上不封顶,花七八十万改装的也有。目前,5000元-30000元是省内家用轿车音响改装的主流价位。

现在,山东省的年轻车主消费观念和消费能力都上来了。市场带动需求,市场大了,赛事也多了起来。以前山东一年都没有一场这样的专业赛事,现在每年都有。今年全国三大专业赛事都来了,济南两场青岛一场。而综观全国,每年赛事加起来多达一百多场。

不过,李超也指出,山东相比北上广还是有不少差距。“EMMA在广东站有一百多个参赛选手参赛,气氛渲染非常好。”李超说道。

延伸阅读

音响比赛比些啥 风吹向哪都要听个明白

汽车音响比赛对很多人来说是非常冷门的,汽车音响比赛都比些什么呢?

李超告诉记者,汽车音响比赛比的很全面,音响比赛分为专业组和业余组。单音质奖就根据不同的价位分为ABCD不同的组别。除了音质奖,还有音压奖、工艺奖等。

如何能知道音响设备的效果呢?李超解释称,以测音质为例,首先要检测音响设备的发声方位,然后再检测声音的保真效果。“我们有一张专业的测试音质的光盘,这张光盘一定要用正版的,盗版碟是表现不出来的。首先把这张盘插入音响后,测试设备的发声方位是否准确,比如声音是从左、左中、右中、最右发声,那就要看设备能否准确还原。再听设备发出的声音反映出歌者距离听众的声音是多远,架子鼓的位置有多远,是否能真实还原。如果其中有特效的流水声音,还要听从设备发出来的流水声是从东到西还是从南到北;树上的鸟叫声是从两米高还是三米高处传来的;风吹过来时,树叶的沙沙声是从哪个方位传出来的,树林的面积有多大。”

辨别完发生方位,就要看对不同声音的还原。比如,测试碟片里有铜铃的声音,测试者首先要反复记住真实的铜铃声音,然后放到碟片里再去辨别,看是不是接近真实的声音。