

面对最擅长打贸易战的欧盟,中国如何布局这场光伏“双反”阻击战?结局只有两种:要么双输、要么逼和,决定这场战争结果的关键因素是,中国将采取什么样的战略思维。作为世界第二大经济体,中国必须学会如何打贸易战。

打贸易战最大的可能是双输。中国最需要避免的是我方单输,经营好“双输”,正是显示自己实力和筹码的绝佳时机,这与经营好“双赢”同等重要。

“双反”阻击战,中国如何出招

本报记者 孟敏 廖雯颖 实习生 贾景媛

欧盟“自伤”

A 对华“双反”将致欧洲24万人失业

在“双反”问题上法德对立,其背后是两国在与中国做生意时的地位迥异。反对“双反”者要么从对华经贸合作中受益匪浅,要么在欧债危机中获得中方财力援助;赞成者要么自认是对华贸易逆差的重灾区,要么受困于欧债危机所造成的就业压力,迫切需要一个宣泄口,以转移国内民粹,尤其是庞大工会势力要求充分就业的压力。

“双反”内部投票为何“法热德冷”

西班牙、拉脱维亚、奥地利、波兰、罗马尼亚

比利时、捷克、德国、丹麦、爱沙尼亚、希腊、爱尔兰、塞浦路斯、卢森堡、匈牙利、马耳他、荷兰、斯洛文尼亚、斯洛伐克、芬兰、瑞典、英国、保加利亚

●德国:作为欧盟最大净出口国,德国拳头产品汽车制造和机床制造业的关键市场是中国,在欧洲陷入金融危机的几年间,好几家德国大公司正是因为有中国市场撑腰才逃脱破产厄运。德国是中国在欧盟最大的贸易伙伴,2012年双边贸易额高达1440亿欧元,约占中国-欧盟贸易总额1/3,按照分析家说法,即“中国在德国找到了自己想买、德国人又想卖的东西”。

分析人士指出,欧盟对华光伏产品征收高达47.6%反倾销税,这种制裁对于欧洲也是一把双刃剑。

“一方面,少部分欧洲光伏企业依靠这种制裁掩盖经营不善的事实,依靠政府高额补贴得以苟延残喘,比如德国太阳能世界公司;另一方面,失去中国制造低价高质零部件供应,欧洲光伏企业生产成本将大幅上升,利润和需求将大幅下降。”金银岛研究所大宗产品市场分析师邵志诚说,届时消费者也不买账。

一位业内人士告诉记者,欧洲和中国被产业链紧紧相连,一损俱损,“双反”就会“双输”。高额关税阻断了中国光

伏产品进入欧洲市场的路,欧洲产业链下游的销售和物流等从业人员也会受牵连失业。据瑞士预测研究所4月发布的一份报告称,欧盟对中国光伏产品的“双反”措施,仅德国就可能减少3年内最多减少8.47万个工作岗位,德国将因此成为欧洲受影响最严重的国家,全欧盟可能失去24.2万个就业岗位。

大海新能源公司国际销售部人员孙春华说,中国光伏企业大多从国外引进生产线,大海公司就是从德国引进的设备。如果大量中国光伏企业减产或者停产,欧洲企业对华的售后服务和有偿信息提供也将中断,同样是一笔数目不小的损失。

中国反制

B 打蛇打“七寸” 反“双反”矛头直指欧盟葡萄酒

5日,商务部决定启动对欧盟葡萄酒反倾销和反补贴调查程序。虽然涉及金额不大,但中国选择“葡萄酒”这个欧盟农业最重要、最敏感的点“反击”,可谓打蛇打“七寸”。如果此次立案调查,实施制裁,或为国产葡萄酒迎来10年发展空间。

进口酒每瓶成本22元
国内出厂价每瓶33元

“早该提‘双反’申诉了。”山东省葡萄酒行业业内人士表示,欧盟为葡萄酒产业提供大量补贴,这些补贴使中国葡萄酒在同欧盟进口葡萄酒竞争中,处于极为不利的地位。

该业内人士透露说,作为全球最大的葡萄酒产区,为鼓励出口,欧盟很多国家和地区对葡萄酒有补贴,不仅种葡萄补,出口葡萄酒也补。去年他曾粗略估算过一次,进口葡萄酒通过中国海关后的成本1瓶只有22元人民币,而国内葡萄酒出厂价1瓶达到33元人民币,这明显是一种不公平竞争。

据该业内人士介绍,进口葡萄酒已占到中国葡萄酒市场30%的份额,但这些洋葡萄酒中,真正的主酒庄连1%都不到。欧盟几十万个酒庄生产国内售价仅1欧元的葡萄酒,一路通关后成本不过二三十元人民币。一些经销商抓住部分人崇洋消费观,虚抬价格,将价值50元的洋红酒卖到200元,200元的洋红酒卖到1600元。

在暴利驱使下,越来越多的进口葡萄酒进入中国。2008年金融危机后,欧盟葡萄酒主产区的货币急速贬值,大量国外葡萄酒以各种渠道进入中国市场,严重冲击我国葡萄酒企业。作为葡萄酒第一大省,山东首当其冲。

四年前山东就申请
对进口红酒反倾销调查

记者从商务部门了解到,截至2012年6月,山东省共有葡萄酒生产企业245家,其中烟台139家,占56.7%,青岛有40家,葡萄酒已经成为当地支柱产业。山东规模以上葡萄酒实现工业总产值、工业销售收入均超过全国的一半。

2009年,山东省葡萄酒行业相关协会已注意到进口红酒倾销迹象,给有关部门提交过反倾销调查资料。“如果这次商务部立案调查,实施制裁,将会大幅提高红酒进口关税。”山东有关部门负责人表示。

一位业内人士表示,一般两个周期的话,就能为国内葡萄酒迎来10年发展空间,届时中国的葡萄酒业就发展起来了。

葡萄酒板块应声大涨
张裕A表现最抢眼

商务部启动对欧盟葡萄酒反倾销和反补贴调查程序,此“双反”消息一传出,葡萄酒板块犹如打了一剂“强心针”,张裕A40分钟内由41.37元涨至43.07元。

受此消息鼓励,不仅作为中国乃至亚洲最大的葡萄酒生产经营企业张裕受益明显,相关股票应声而涨,就连莫高股份也跟着分一杯羹,股票上涨8.48%,中葡股份也传来利好消息,上涨7.55%。

据了解,今年第一季度,欧盟葡萄酒占了国内葡萄酒进口量的60%。近两年来,进口葡萄酒每年的扩张速度高达50%~60%。在进口葡萄酒的冲击下,几乎所有中国葡萄酒企业的经营状况、经营业绩和市场份额下滑严重。

企业应对

C 开辟新市场 山东企业提前自救

作为光伏大省,山东无疑将受到重创。在寒冬到来前,一些光伏企业开始开辟海外新市场自救,国内家庭分布式光伏电站被视为度过寒冬的“取暖神器”。

抓紧缓冲期往欧洲囤货

“8月如果继续涨关税,7月份就没订单了。运到欧洲路上要一个月,这个月我们正往欧洲大量发货,赶在8月前发到欧洲。”5日下午,山东大海新能源公司国际销售部工作人员孙春华告诉记者,不少企业都在抓紧6月的缓冲期囤货,“不管接单多少,大家都在冲量囤货。”

据悉,大海新能源生产的光伏产品90%以上出口外销,欧洲是重要的出口市场,2012年发往欧洲的订单占总订单的70%。孙春华说,11.8%的关税直接导致价格上浮十来个百分点,但是鉴于欧洲光伏产品平均价格高出中国20%,即使价格被迫上调仍有一定价格优势。“如果8月之后关税涨到47.6%,那基本就得放弃欧洲市场了。”

一位不愿透露姓名的光伏企业人员告诉记者,企业作为个体无力对抗欧盟反倾销制裁,希望中国政府能

坚持积极主动的斡旋沟通,解决这场贸易争端。

开辟新市场“国有化”救市

孙春华告诉记者,去年开始,大海就在努力开辟欧洲以外的新市场,开拓日本、印度甚至中东、非洲的业务,减少对欧盟市场的依赖。从去年12月开始,日本订单大量增长。“欧盟的订单量虽然大,但是杀价很猛,没什么利润。现在日本市场火了,不仅量上去了,利润也高,只是不知道能维持多久。”

东营另一家光伏企业东营光伏则走了一条“国有化”的自救道路。去年欧盟展开的反倾销调查中,八成产品出口欧洲市场的东营光伏位列应诉企业名单之中,为了扭转危局,东营光伏频频亮相日本、印度、澳大利亚等行业展会,却收效不佳。之后东营市政府介入,实现“国有化”救市,东营光伏实现了“依赖出口一转战国

内一国资控股一建光伏电站”的自救路径。

国内分布式电站成新亮点

欧盟“双反”已成事实,不愿坐以待毙的企业将目光投向国内市场,最近备受关注的家庭分布式光伏电站被寄予厚望。城乡居民能在自家屋顶或楼顶安装光伏电站,就像现在的太阳能热水器一样,自家发电自家用,剩余的卖给电网。

“这次对我们没有大的影响。欧盟以前就在折腾,我们早有准备,长期以来突出国内市场。”力诺相关人士高先生接受采访时表示。今年一季度,力诺就接连中标并开工超过100兆瓦的光伏电站项目,占公司全年产量三分之一,国内市场比重首超国外。

6月5日,从国家能源局传出的消息称,国务院已原则通过分布式光伏补贴年限为20年。



中国移动通信 CHINA MOBILE
移动通信专家

公告

尊敬的客户:

为了提升我公司业务支撑系统的整体服务能力,给客户提供更好的服务,2013年6月6日晚23:00至7日早上6:00,我公司将进行业务系统升级,升级期间业务系统将停止业务受理、业务查询、话费充值、网上营业厅等服务,由此给您带来的不便,敬请谅解。

特此公告。

中国移动通信集团山东有限公司