

炎夏之时，争端再起。

7月15日，美国商务部宣布正式对进口自中国的乘用车和轻卡轮胎发起反倾销、反补贴调查。一旦“双反”成立，中国轮胎出口企业将被征收60.15%的惩罚性关税。物美价廉的中国轮胎面临毁灭性打击。

近年来，中国轮胎出口增长迅速，中国轮胎行业已成为国际贸易中遭受反倾销频率最高、次数最多的行业之一。从2009年的中美轮胎特保案，到此次美方再次掀起“双反”调查，背后其实是一场知识产权和创新能力的恶战。



美再对中国轮胎业发起“双反”调查

中美博弈轮胎花纹里的“秘密”

本报记者 姜宁 陈雪婉

5%的利润 60%的关税

盛夏，青岛橡胶谷。美国针对中国输美轮胎进行新一轮“双反”调查的消息，让入驻橡胶谷的100多家中国轮胎企业忧心忡忡。

这一杀招，美国在2009年的轮胎特保案中就使过，不少中国企业因此退出美国市场。尽管如此，美国市场仍然是中国轮胎企业的最大市场。

根据USW统计数据，2012年“轮胎特保案”到期失效后，2013年中国对美出口轮胎数量大幅反弹至5080万条，今年一季度再度增长24.6%。

物美价廉的中国轮胎在美国市场拥有着巨大的价格优势。以高档轮胎为例，国外品牌是中国轮胎价格的二三倍；低端轮胎中，中国轮胎与外国品牌也有30%-50%的价差。借此，中国轮胎企业占据了美国轮胎市场20%以上的份额。也正是因为此，中国轮胎行业成为贸易摩擦最为集中的行业之一。仅2004年至2011年的7年间，中国轮胎行业承受了来自8个国家的16场反倾销、反补贴和特保案调查。

对于这样的贸易壁垒，青岛橡胶谷股份有限公司总经理张焱习以为常。让他焦虑的是，当日本横滨、法国米其林这些行业巨头以知识产权为利刃，尖锐地指向中国的竞争对手，开辟新的博弈战场时，国内大多数轮胎制造企业还在埋头做代工，打价格战。低端企业大量山寨国外产品，对轮胎胎面、花纹、轮胎增强层配置进行模仿，缺乏品牌以及核心版权产品，这是引发“双反”调查的深层次原因。“这些企业，连工业版权是什么，有什么用处都不知道。”张焱说。

青岛是国内最大的轮胎产品进出

口岸，每年有60%的橡胶轮胎产品经过青岛流向世界各地。此次美国“轮胎双反”通告，波及青岛轮胎出口企业20多家，涉案总额8.2亿美元。而作为全省轮胎产业聚集区的东营市，也承受着巨大的贸易危机。此次东营涉案企业21家，涉案产品价值7.92亿美元，占去年东营轮胎出口总额的近22%。海关总署提供的信息显示，今年上半年东营市出口总额192.5亿元人民币，其中轮胎出口108.9亿元人民币，占东营出口总额的56.6%。

目前，国内轮胎加工企业整体利润率在5%以下。业内人士指出，一旦增加60%的惩罚性关税，中国很多轮胎生产企业的竞争优势将不复存在，只能退出美国市场。2009年的中美轮胎特保案，美国对中国企业增加了35%的关税，有的中国企业转型做品牌，挺过了风波。但这一次要增加60%的关税，不是简单地就能够消化得了的，这对中国企业的打击即便不是致命的，也是巨大的。

权宜之计：逃离、抢清关

贸易摩擦的硝烟下，中国企业走出去发展，通过转移生产基地，到国外一些不发达地区建厂，不失为一条权宜之计。

2012年，赛轮股份有限公司投资9500万美元，在越南设厂。国内轮胎生产巨头招远玲珑轮胎也在泰国设立了海外基地。青岛森麒麟轮胎有限公司在泰国的工厂正在建设中，这家企业一方面通过降低利润最大限度稳住美国客户，一方面期待明年通过泰国工厂的供货渠道，来规避美国“双反”贸易壁垒。

一些企业还抢在8月23日安全期前增加对美轮胎出口。目前青岛一些中小

企业厂家开始推迟其他国家的出口订单，全力保证7月底前抢先完成美国的轮胎出口。部分贸易商也开始与美国进口商商议在美国囤货。

但在青岛橡胶谷知识产权公司总经理封红雨看来，拖长市场线或是打一枪换一个阵地，或者是抢清关，都不是应对当下轮胎“双反”调查的根本，关键还要依靠增加国内轮胎制造企业的核心技术水平和版权维权意识。

据封红雨介绍，由于很多中国企业是从代工生产起家，轮胎结构尤其是花纹等与国外品牌相似度很高。而轮胎外观形状花纹属于看得见摸得着的东西，国外轮胎公司很容易发现和取证，打官司胜算把握较大。即便是现在，个别企业新产品开发还是靠解剖市场上现有的畅销轮胎，甚至原封不动照抄，这无异于授人以柄。

“国外的‘双反’调查，是对中国近几年来制造业发展的一种歧视，国内企业要破解这种歧视，就要增强版权意识，而这恰恰是国内企业所缺失的，一方面，很多企业都不知道这样做轮胎属于侵权行为，另一方面，企业也没有意识到一些核心技术属于版权范畴，需要保护。”封红雨说。

轮胎花纹，隐含商业秘密

自青岛橡胶谷建立起来后，张焱每天都在不停地与国外的轮胎企业打交道，谈合作。把橡胶谷建设成一个国际化橡胶行业服务平台，需要国际大企业加入。但在和国外公司商谈时，他们都在问张焱同一个问题：我们来中国开厂，版权如何保护？万一机密泄漏后被中国小企业大量仿制怎么办？

一直以来，轮胎上的胎纹是各大轮

胎巨头处心积虑要保守的商业秘密。轮胎花纹在车胎设计的四大要素中最为复杂，也是重中之重，不仅决定了车胎的使用特性，还决定了车胎的抓地力、排水性以及噪声。

像公共汽车轮胎上的花纹是锯齿纹，可以减少车辆噪声，经得起摩擦；拖拉机轮胎上的花纹是斜牙纹，轮胎不容易沾上泥土和泥浆；越野车的车胎花纹块大，带有宽而深的啃泥花纹沟，行驶时不易夹石、藏土和打滑。而专供F1赛事的湿地轮胎，则足够让高速行驶的F1赛车每秒排出几十升的水。对于胎纹的每个微小技术改造和进步，这些轮胎巨头会马上申请专利予以保护。

据了解，以劳动密集型为主的国内轮胎行业，整体利润率在7%左右，而国外轮胎行业整体利润率在20%以上，整个轮胎行业研发费用占销售额的1.7%，但却贡献了30%以上的利润。

世界著名的F1赛事是各大轮胎厂商角逐的赛场，米其林与普利司通在F1赛场上的竞争一直处于白热化。两家提供的轮胎都是在比赛前一天用专机运到，由数名保镖保护。比赛过程中如果爆胎，也会有专人在赛场中捡拾碎片，以防竞争对手探测自己的商业秘密。

而现在，大公司的固有市场正遭遇小企业的侵袭。美国一位专利和商标律师达雷尔·莫特利称，“当科技的门槛不再那么高不可攀，获取科技的成本在下降，如果你是一家成熟的制造商，当看到普通人能够生产出替代你公司产品，你会作何感想？那意味着什么？”

这些行业巨头打出的牌，便是以知识产权来制衡价廉物美的中国轮胎，而这正是中国轮胎产业的薄弱环节。

(下转B02版)