

常州 外贸 促

2024 年第 2 期

总 323 期

(内部资料 免费交流)



主 编：季 斌
副主编：张 进 欧阳俊
编 辑：姚一枝 李 华
毛熙嘉 周 虹
姜明珠

准印证号：S (2024) 04000026

印刷日期：2024 年 3 月 13 日

印 数：600 份

本 期 目 录

〔贸促动态〕

全省贸促工作会议在南京召开 (1)

喜报！我会 2 项案例获评全国优秀 (2)

〔经贸资讯〕

经贸摩擦仍处高位 贸促会持续发力商法服务... (2)

跨境电商开年忙 带动加快中国产品出海..... (4)

中国新能源汽车渐受海外欢迎 (7)

出境展助力企业破除无效“内卷” (9)

印度拟取消低税原则给中企带来挑战 (11)

〔调研报告〕

基于“双碳”目标下的常州外贸高质量发展路径研究(上)..... (12)

〔案例选编〕

调整供应链 巧获原产资格 (18)

〔贸易预警〕

美国对晶体硅光伏电池发起第二次双反日落复审调查..... (19)

〔展会推介〕

2024 年澳大利亚“中国纺织服装服饰展” (21)

2024 年俄罗斯国际汽车及零部件展览会 (24)

〔好书荐读〕

《人生的底气》《耶路撒冷三千年》..... (26)

有涉外商事争议

请找“常州市涉外商事法律服务中心”

为积极发挥常州市商事法律专家委员会作用，充分利用涉外律师的业务专长为我市涉外企业提供便捷、优质的法律服务，常州市商务局、常州市司法局共同设立了“常州市涉外商事法律服务中心”，并于2019年4月23日正式挂牌成立。

一、服务内容

1. 接受涉外法律事项咨询，帮助企业在日常生产经营活动中防控法律风险。

2. 走访有需求的涉外企业，搜集案件信息，化解潜在纠纷，提供合理化建议，帮助企业避免和应对涉外商事纠纷。

3. 提供专业代理服务，并通过涉外律师的国外网络，帮助企业在全球范围内维权。

4. 通过常州贸促会公众号、会刊及常州市律协网站等渠道发布典型案例供企业参考借鉴。

5. 定期举办法律讲座，进行法律法规解读和宣讲、国际经贸风险预警，帮助企业做好风险防控和纠纷应对。

二、工作机制

1. 服务中心律师受理企业咨询均为公益性免费服务。如需律师代理案件，代理服务收费由企业与企业与律师按照法律及国家规定另行协商确定。

2. 申请服务企业须填写“法律求助申请表”并备案。

三、服务人员

中心服务人员由涉外律师和常州贸促会法律部人员组成。律师人选为常州市律协选派的优秀涉外律师。

四、办公地点和时间

常州贸促会法律部。每周五14:00-17:00，遇节假日顺延至下一周五。

联系电话：86183691

全省贸促工作会议在南京召开

2月1日下午，全省贸促工作会议在南京召开，明确2024年为江苏贸促系统“奋进落实年”，将进一步织密服务企业网，扩大国际朋友圈，着力构建“1+7+3”工作格局，为推进中国式现代化江苏新实践作出新贡献。

会议传达了全国贸促工作会议精神，省贸促会党组书记、会长王善华作题为《奋发进取 真抓实干 为推进中国式现代化江苏新实践贡献贸促力量》的工作报告。

2023年，全省贸促系统在省委省政府的坚强领导下，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，聚焦落实“四个走在前”“四个新”重大任务，扎实开展学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育，着力深化贸易投资促进和商事法律服务，服务大局作用更加彰显，助力产业链强链补链巩固提升，推动外贸稳存量扩增量成效明显，助推经济率先整体好转扎实有效，激发市场主体活力多措并举，助力营商环境优化持续推进，赋能高质量发展保障有力，为我省塑造开放型经济新优势贡献了坚实的贸促力量。

2024年，全省贸促系统将坚持“实”的导向、突出“实”的作风、干出“实”的业绩，重点做好七项工作：一是着力拓展渠道，推动巩固外贸基本盘；二是着力培优做强，加快贸易产业融合发展；三是着力靠前服务，助力外资稳量提质；四是着力双向促进，深化“一带一路”交汇点建设；五是着力提质增效，优化涉外商事法律服务；六是着力增信赋能，增强企业国际竞争力；七是着力扩大影响，提升贸促系统服务能力。同时，重点抓好“境外机构、跨国公司江苏行”“江苏品牌产品丝路行”“贸促服务助企行”三项品牌工作。

会议还对全省贸促系统推动全面从严治党向纵深发展和安全生产工作作了部署，要求巩固拓展主题教育成果，持续加强机关党的建设，坚定不移推进正风肃纪；时刻绷紧安全生产这根弦，加强排查防范，制定完善预

案，确保安全生产工作落到实处。

我会会长季斌和会务部（国际联络部）参加会议，并围绕优化商事法律服务、提升贸易促进实效作了会议交流发言。

喜报！我会 2 项案例获评全国优秀

日前，在中国贸促会贸易推广交流中心主办的“2023 年度 FTA 推广及应用优秀案例评选”活动中，我会报送的两项自贸协定推广及应用案例分获贸促机构服务案例和企业实践案例三等奖。

2024 年 1 月，我会签发自贸协定项下（FTA）优惠原产地证书共 1417 份，同比增长 57.4%，签证金额约 6600 万美元，常州出口企业凭借原产地证书预计在进口国享受关税减让 308 万美元。

新年伊始，优惠原产地证书签证量再创新高，我会将继续做好各项自贸协定的宣传推广工作，为企业提供关税筹划、合规享“惠”应用指导等个性化商事服务，助力企业充分利用自贸协定政策红利，降低出口产品成本，积极开拓海外市场，进一步扩大产品的国际市场份额。

经贸摩擦仍处高位 贸促会持续发力商法服务

记者近日从中国贸促会 1 月例行新闻发布会上获悉，2023 年全国贸促系统累计签发原产地证书、ATA 单证册、商事证明书等各类证书 621.02 万份，较上年同比增长 16.05%。这表明过去一年，我国外贸企业虽然经历了风雨洗礼，但仍凭借顽强的韧性和拼劲扬帆出海，通过各类对外经贸活动积极拓展国际市场。中国贸促会最新的统计显示，目前全球经贸摩擦指数仍处高位，外贸企业需尽快适应快速变化的外部环境。

据介绍，2023 年全国贸促系统非优惠原产地证书签证金额共计 3822.09 亿美元，同比增长 7.13%，签证份数共计 391.43 万份，同比增长 13.44%；优惠原产地证书签证金额共计 651.52 亿美元，同比增长 7.07%，签证份数

共计 167.69 万份，同比增长 21.54%；RCEP 原产地证书签证金额共计 72.10 亿美元，同比增长 5.54%，签证份数共计 21.81 万份，同比增长 38.15%。对此，中国贸促会新闻发言人杨帆表示，全国贸促系统签发原产地证书特别是优惠原产地证书签证量的稳定增长，说明随着我国加大自贸协定实施推广力度等稳外贸政策效应逐步显现，我国外贸企业出口享惠的能力和水平也不断提升。此外，RCEP 生效两年来，区域贸易成本大幅降低，也为成员和企业带来实实在在的政策红利。

此外，2023 年全国贸促系统共签发出境 ATA 单证册 9273 份，同比增长 191.97%；相关 ATA 单证册涵盖货值约 26.20 亿元人民币，同比增长 150.34%；办证企业 3729 家，同比增长 266.31%，均呈现大幅跃升态势。

然而，值得注意的是，出海企业仍面临全球经贸摩擦高企的总体形势。杨帆表示，2023 年 11 月全球经贸摩擦指数为 170，继续处于高位区间，比 2022 年同期上升 29 个点，比前月下降 135 个点。全球经贸摩擦措施涉及金额同比上升 8.5%，环比下降 41.8%。从国别指数看，巴西、美国和墨西哥经贸摩擦指数在 20 个国家（地区）中位居前三，欧盟、美国和墨西哥经贸摩擦措施涉及金额排名前三。从行业指数看，电子、机械设备和运输设备行业是经贸摩擦措施的主要冲突点。在监测的 13 个主要行业中，电子行业全球经贸摩擦指数居首位。

从分项指数看，监测的 20 个国家（地区）共发布 29 项进出口关税措施，启动 21 起贸易救济调查，向 WTO 提交 TBT（技术性贸易壁垒）通报和 SPS（卫生与植物卫生措施）通报 96 项，发布进出口限制措施 8 项，发布其他限制性措施 156 项。其中，贸易救济措施指数在五类措施指数中居首位。2023 年以来，除贸易救济措施同比增长外，其他四类分项措施同比继续呈下降态势。在涉华经贸摩擦方面，19 个国家（地区）涉华经贸摩擦指数为 152，处于高位，较前月下降 1274 个点。当月 19 个国家（地区）涉华经贸摩擦措施涉及金额同比下降 13.3%，环比下降 55.6%。机械设备、电子、运输设备、轻工和医药行业涉华经贸摩擦指数处于高位。

此外，记者从该发布会上获悉，2023 年 12 月全球知识产权保护指数

月度观察报告有三个主要发现。一是知识产权政策措施方面，美国专利商标局将实施“申请前试点”审查计划，旨在通过使用专利工具检索，帮助首次申请专利的申请人评估其发明是否具有本领域的创新性。日本就“专利非公开申请”颁布新法令，对日本专利局和专利申请人之间的必要手续等进行规定。韩国特许厅和警察厅联合发布全球首份国际刑警组织在工业产权领域的紫色通缉令，旨在预防公司生产和销售假冒产品，提高各国公民对假冒产品的认知。

二是知识产权全球治理方面，世界知识产权组织发布新版《绿色技术手册》，介绍减少排放和推进可持续实践的绿色技术，旨在弥合发达国家和发展中国家对减缓气候变化解决方案的迫切需求与其实际情况之间的差距。

三是知识产权国际合作方面，中国与欧盟继续就知识产权领域开展双边合作。中国—丹麦、中国—智利专利审查高速路试点项目延长。越南与欧盟签署合作备忘录，就开发信息技术系统、数据库建设、实务审查等知识产权领域相关问题展开合作。

商事法律服务是中国贸促会四条业务主线之一。杨帆介绍，过往一年，中国贸促会在多元化纠纷解决领域持续发力，各项工作可圈可点，主要表现在受理案件量质双升，国际合作走深走实，涉外智库建设取得丰硕成果，涉外法治人才培养持续加强。2024年，中国贸促会将继续调动各方资源，用好各类平台，广泛宣介仲裁、调解等多元争议解决业务，大力促进诉调对接、诉调仲对接等多元纠纷解决融合发展，努力实现多元纠纷解决更高质量、更高水平发展。

来源：中国贸易报

跨境电商开年忙 带动加快中国产品出海

繁忙的远洋货轮、海外仓中穿梭忙碌的叉车，一个个包裹被分拣后发往全球各地……今年一开年，我国外贸展现蓬勃发展势头。外贸是观察中国经济的重要窗口。中央经济工作会议指出，要加快培育外贸新动能，巩

固外贸外资基本盘，拓展中间品贸易、服务贸易、数字贸易、跨境电商出口。《中国贸易报》记者在采访中注意到，在技术创新、模式创新、监管创新的加持下，跨境电商以其方便快捷、即时性和高流量的特点，正日益成为外贸企业积极拓展的外贸形式，也成为引领中国外贸转型发展的重要引擎。

“公司初九复工，员工百分百到岗，目前我们还忙着招聘新员工，扩充线上运营团队。”浙江沐家家居股份有限公司总经理杨君介绍，目前公司旗下的窗帘品牌 Deconovo 共上新了 100 余款产品，欧美市场迅速回暖，订单已恢复到节前的水平。“新的一年，企业将继续稳扎稳打、强化内功，进一步加强与海外设计师合作，助力品牌世界影响力不断提升。”

据了解，“沐家家居”已在新三板上市，主要从事家居纺织品的生产和销售，产品包括窗帘、靠垫、沙发套等。公司自 2014 年入驻亚马逊以来，已构建了以品牌为导向的多元化发展模式，如入驻亚马逊等欧美主要电商平台、开设独立网站、TikTok 直播等。

跨境电商将大量货物通过跨境小包裹形式运往更多的国家和地区，顺应了外贸发展新趋势。“电子商务对贸易领域的影响可以用‘一降一升’来形容。”商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇认为，跨境电商一方面降低了贸易壁垒，因为在传统贸易方式下，市场主体更多只能依靠一些既有渠道拓展业务，不仅效率较低，还可能受到各种贸易壁垒的限制。与之相比，跨境电商的数字化手段大幅增加了潜在贸易合作伙伴之间的接触机会，降低了跨境贸易的交易成本。

“另一方面，跨境电商提升了贸易效率。因为跨境电商平台通过建立高效的物流和支付体系，加速商品的跨境运输和清关过程，提高交易的便捷性和效率。而且，跨境电商平台还能提供丰富的数据和分析工具，帮助企业特别是小微企业更好地了解国际市场需求趋势，从而更加柔性、精准地生产出口商品。”洪勇说。

据商务部此前公布的数据，2023 年，中国跨境电商进出口 2.38 万亿元，同比增长 15.6%。其中，出口 1.83 万亿元，同比增长 19.6%。目前全国有外贸进出口实绩的企业达 64.5 万家，其中跨境电商主体超过 10 万家。中

国制造的独特优势与海外市场的旺盛需求，为跨境电商从业者增添了信心。跨境电商是助推出口增长的重要“加速器”，也是中国外贸高质量发展的新增长点。

海关总署新闻发言人、统计分析司司长吕大良公开表示，跨境电商快速发展，既满足了国内消费者多样化个性化需求，又助力中国产品通达全世界，成为外贸发展重要动能。

商务部国际贸易谈判代表兼副部长王受文表示，美国跨境电商平台企业很有名，现在中国也有非常强大、有名的跨境电商平台，APP 下载量位居全球前列。

“中国跨境电商市场的快速发展，得益于国家政策的支持、技术的不断创新以及消费需求的持续增长。”在河北省沙河市从事童车和儿童玩具出口生意的王帅在接受记者采访时表示，近年来，中国政府相继出台了一系列扶持跨境电商的政策措施，为行业发展提供了良好的政策环境。同时，随着大数据、云计算、人工智能等技术的广泛应用，跨境电商平台能够更好地分析消费者需求，提供更加精准、个性化的服务。目前，王帅的团队已经入驻沃尔玛、亚马逊、Temu 等平台，销量稳定。他介绍，通过线上交流能让他们的团队快速了解消费者偏好的变化，这十分有利于新品的开发。

我国工业体系是比较完整的，特别是具有较强的配套能力，综合比较优势依然比较明显。洪勇表示，相比美欧等经济体的跨境电商平台，中国的跨境电商平台更加多元，也更具创新力。如今，中国跨境电商不仅涵盖了 B2B、B2C、C2C 等多种交易类型，而且覆盖了服装、家居、食品、电子产品、美妆日化等多种品类，可以充分满足不同国家和地区消费者的需求。

“我们产品品类多，款式、材料不断创新，得到广大消费者认可。今年，我们对公司的外贸业绩销量依然有强劲信心。”来自浙江金华的飞剑工贸有限公司的销售经理卢双双介绍，公司已经与海外客户建立了“产供销”的深度合作关系，赢得了客户的高度信任。这也得益于企业拥有较为发达的产能体系和完整的产业链条，不仅可以依据客户需求提供个性化生产方案，也能保证产品质量。另外，该公司还注重新赛道超车，专注于钛

材料研发运用，生产出的钛杯、钛壶以其轻便等特质赢得市场。如今，“每隔两三天就要发一次货”已成为飞剑工贸的业务常态。

洪勇表示，近年来，中国的跨境电商平台注重整合“社交”和“购物”两大功能，及时通过直播电商等新潮形式为海外客户提供互动性更强的购物体验。在全球经济复苏动能不足、贸易保护主义抬头的背景下，如何抓好跨境电商这个“新增长点”，对于未来中国经济持续向好乃至世界经济复苏都有着重要意义。

来源：中国贸易报

中国新能源汽车渐受海外欢迎

2023年，中国新能源汽车产销分别完成958.7万辆和949.5万辆，产销量连续九年位居全球第一。伴随整车出口提速，新能源汽车产业链加速出海。

这一态势同样体现在会展活动中。在各大国际车展上，各种先进技术的爆款产品令观众目不暇接，中国智能电动汽车技术获得海外市场认可。中国有关产品利用多种方式展示、展销，让更多海外消费者感知其魅力。

参展国际车展

深度参与国际竞争

新年伊始，上海外高桥海通国际汽车码头驶出一艘船。“上汽安吉申诚”号汽车滚装船首航前往欧洲。船上搭载的近5000辆中国自主品牌新车有将近一半是新能源汽车。

一端是中国，一端是欧洲。在比利时泽布吕赫港，来自上海的汽车滚装船靠港，在当地引起轰动。

这是中国新能源汽车保持产销两旺发展势头的一个缩影。

据悉，欧洲成为中国汽车出口的一大增量市场。比利时、英国、斯洛文尼亚、法国等国是中国新能源汽车出口欧洲的热门目的地。中国新能源汽车出口国家数量不断增加，欧美发达经济体逐步成为目标市场。

在 2023 年德国慕尼黑国际车展上，中国整车、三电系统、汽车软件等领域的 50 多家中国汽车产业相关公司与观众见面。比亚迪、名爵、零跑、小鹏、阿维塔等中国汽车品牌吸引了许多观众。他们驻足了解、登车体验。

据悉，凭借优良的品质，中国新能源汽车在传统汽车巨头云集、要求严格的欧洲市场中获得认可，为中国汽车产业深度参与国际市场竞争奠定了良好基础。

积极展示展销

不断助力产业发展

在泰国曼谷大型商场里的哪吒汽车海外直营店，曼谷市民威查猜陪朋友选车。

“油价太贵，我换了一辆哪吒新能源汽车，驾驶体验很不错。当朋友需要换车时，我将他带到了这里。”威查猜说。

作为东南亚主要汽车生产基地，泰国近年迎来越来越多投资生产新能源汽车的中国企业。中国企业在东南亚地区不断完善电动汽车配套服务，优化电动汽车使用环境，进一步激发消费者需求。

其中，长城汽车 App 覆盖泰国 85% 的公共充电网络，长城汽车还推出 G—Charge 超级充电站，为泰国电动汽车用户提供更便捷的服务，中国石油国际事业新加坡公司下属企业新加坡石油公司与新加坡能源集团签署充电合作协议，加大布局车辆便利充电业务。

随着东南亚国家扶持新能源汽车产业的一系列政策落地实施，中国车企逐渐转变发展模式，由出口产品和服务转向关键零部件的本土化生产，推动新能源汽车产业链出海。

蜂巢能源董事长兼首席执行官杨红新说：“依托中国的动力电池技术、泰国的政策环境，我们将中国先进的锂电技术引入泰国，打造当地电池供应链体系，持续在新能源领域开拓市场。”

展示、展销，拉近了海外消费者与中国新能源汽车的距离。

在埃及开罗热闹繁华的穆罕迪森区，阿拉伯国家联盟大街车水马龙。在一家汽车展销店的一众知名品牌汽车中，来自中国的新能源汽车格外引

人注目。

销售经理叶哈亚指着一辆中国制造的沃尔沃 XC40 纯电版汽车对顾客说：“中国新能源汽车进入埃及市场，助力减少碳排放、降低污染、实现绿色出行。”

中国新能源汽车正在中东、非洲等地区占据越来越多市场份额，成为当地汽车产业电动化转型的重要推动力量。其中，2022 年 10 月，红旗新能源汽车成为首个加入阿联酋迪拜警车队伍的新能源汽车品牌；2022 年底，吉利旗下的新能源商用车品牌远程汽车与阿联酋企业签署 1000 台新能源商用车订单；去年 6 月，比亚迪在阿联酋推出 ATTO 3 车型。

在许多非洲国家，飞驰的中国制造电动汽车成为一道亮丽的风景线。肯尼亚汽车销售商马库卡说：“中国电动汽车具有良好的性能和优秀的设计，希望肯尼亚与中国在电动汽车领域开展更多合作。”

来源：中国贸易报

出境展助力企业破除无效“内卷”

随着中国品牌从“卖出去”朝“卖得好”转变，中国产业出海已然走过了最初级的阶段。当下，越来越多的中国企业迫切希望“走出去”，以拒绝无效“内卷”。有专家学者认为，在产业转移的“雁阵理论”下，日本、亚洲“四小龙”连续接棒，随后轮到的是中国大陆。

亚马逊全球开店发布的《2023 中国出口跨境电商白皮书》显示，中国品牌卖家比非品牌卖家的销售额年复合增长率高出超过 50%。可见，品牌出海正在成为时代的新命题。

根据相关估测，2022 年总零售额迈过千万美元大关的中国出海品牌超过 2200 个，其中 230 个头部品牌将超过 5000 万美元。

有关方面的研究指出，企业在出海过程中存在不少亟待解决的痛点。其中，最大的一个常见问题是渠道，另一个是品牌营销需要转型。尽管不乏为中国品牌转型升级提供平台和工具的海外平台，但不菲的价格不是所

有企业都能承受的。这意味着，更多国内企业在“走出去”过程中迫切需要触达面广、关联性强、有成效的平台，以助力“走出去”企业在最合适的区域实现效益最大化。

有鉴于此，将于3月上旬在新加坡举办的亚洲光电博览会致力于搭建一个光电综合性品牌推广及商贸洽谈平台，汇聚亚洲光电行业最新前沿创新科技及新兴应用市场，促进光电行业上下游的深度交流及商业合作。笔者认为，亚洲光电博览会作为已举办24届的中国国际光电博览会（简称光电博览会）的首次出境展，将从材料、器件、模块、设备到解决方案覆盖光电全产业链。这一尝试，既助力光电企业“走出去”，也促进光电博览会“品牌”转型升级。这也是中国本土自由会展品牌的“走出去”、实现国际化布局这一发展趋势的体现。

不可否认，光电博览会“走出去”，有赖于过去数十年“中国制造”“走出去”。从代工开始，“中国制造”实现了由弱到强的快速发展，中国品牌由此实现蜕变。同时，中国各产业带集中了中国供应链的优质要素。从规模、分类和基础设施完善程度来看，中国企业具备“走出去”的实力，中国本土制造业的实力积累和创新能力推动着品牌出海。水到渠成，出海势在必行。

中国企业参与国际分工越来越积极、越来越深入。如今，“中国制造”成为世界经济的重要组成部分。快速发展的中国经济和庞大的工业制造体系，让“中国制造”成为世界上认知度最高的标签之一。无论是服装、礼品，还是电子产品，消费者都能找到“MADE IN CHINA”这一标签。

破除无效“内卷”，逐步实现品牌升级，向全球价值链上游攀升，正在成为“中国制造”当下的新命题。无论是从生产制造品到服务转型，还是提高生产效率，企业都在抓住新机会，做好品牌建设。这导致更多企业站在外贸的全新起点上。如此看来，展会主办方“走出去”，在为更多中国品牌“走出去”搭建平台的同时，也为自身品牌建设提供新发展机遇。

（作者系深圳贺戎博闻展览有限公司执行总经理）

来源：中国贸易报

印度拟取消低税原则给中企带来挑战

根据最新消息，印度财政部在 2024 年 1 月 31 日至 2 月 9 日召开的联邦预算会议上审议取消印度反倾销调查中的低税原则。如果通过，这一变革将不再单独计算损害幅度，而直接以倾销幅度作为反倾销税率。值得注意的是，印度曾于 2019 年考虑过取消低税原则的可能性，但未能达成共识。今年再度提上议程，若获通过，则将修订相关法律并适用于新的反倾销调查案件。鉴于印度大多数案件以较低损害幅度结案，如取消低税原则后，倾销幅度势必会大幅提高，对中国企业在印度市场造成不利影响。

法律规定的变化

目前，印度反倾销调查中的低税原则规定在《1995 年海关关税法》第 4 条（d）款，要求所征反倾销税额应当足以消除对国内产业产生的损害，也就是说如果以较少的征税可达到消除损害之目的，则最终反倾销税为损害幅度，可少于倾销幅度。早在 2019 年印度计划废除低税原则时，便提议修改该条款，即按照不超过倾销幅度的税率征收反倾销税。但未获通过，今年将再度提上议程。

计算方式的变化

在低税原则的要求下，调查机关需要同时计算损害幅度和倾销幅度以作比较。倾销幅度是正常价值与出口价格相比较，即（正常价值-出口价格）/出口价格×100；损害幅度是国内产业的无损害价格和涉案产品进口的落地价格相比较，即（无损害价格—落地价格）/落地价格×100。

由于印度不承认中国的市场经济地位，印度调查机关在倾销幅度计算时拒绝使用中国应诉企业的数据计算正常价值，而往往采用结构正常价值的方法，导致了正常价值和倾销幅度都较偏高。在这种情况下，较低的损害幅度是对倾销幅度的一种修正，企业往往可以因更低的损害幅度而“受益”。比如印度在 2023 年 9 月作出的轮式装载机反倾销裁决中，应诉企业之一广西柳工机械股份有限公司的倾销幅度为 80%至 90%，损害幅度是 50%至 60%，最后调查机关按照损害幅度的 55.18%对企业征收了反倾销税。

应对意义及建议

在以往的情况下，低税原则的应用使得企业在较低的伤害幅度下获得相对较低的反倾销税率。取消了低税原则，将使倾销幅度成为最终征税基础，增加实际征税水平，对中国企业在印度市场带来更大的负担。中国企业在印度市场可能面临更为严峻的竞争环境，征税水平的上升可能使其产品在印度变得更昂贵，相应地减弱了市场竞争力。

尽管取消低税原则尚未最终确定，仍需引起中国企业的警觉。面对这一变化，瑞银律师提出以下建议：

如企业遇到反倾销调查，首先要积极参与应诉。目前印度的反倾销调查不再采用抽样程序，而是要求涉案产品相关的所有生产商和出口商都必须配合调查，因此积极参与是确保企业权益的重要前提。比如在刚刚作出的印度印刷电路板反倾销终裁决中，可以看到获得单独税率的企业达 30 家。没有提交反倾销答卷的企业最终获得较高的反倾销税率。所以，中国企业应该积极地参与应诉，以确保其出口数据得到充分考虑。通过主动参与调查，企业有望获得更为公正和合理的税率，避免受到较高的惩罚性税率。

其次，反倾销调查时间一般会持续一年至一年半，建议中国企业要全程配合并提交详实的反倾销答卷。在调查中，争取获得单独税率对中国企业至关重要。通过提交详实的反倾销答卷，提供准确的出口数据，并积极配合核查，以增加获得单独税率的机会，降低最终征税水平，保持在印度市场的竞争力。

来源：北京市瑞银律师事务所

基于“双碳”目标的 常州外贸高质量发展对策建议（上）

对外贸易是推动经济发展的“三驾马车”之一，是落实我国“双循环”战略的重要支撑。常州作为外向型经济发展城市，对外贸易起到了举足轻重的作用。当前，国际政治格局错综复杂，世界经济格局面临重构，新一轮以人工智能为标志的第四次工业革命正在蓬勃发展。在如此复杂多变的

经贸形势下，发展绿色外贸、提升外贸水平和质量、走绿色发展道路，不仅是顺应绿色发展新时代主题的必经之路，也是常州外贸突破绿色国际贸易壁垒的有效路径，更是常州经济贸易发展转型的必然选择。破除困境、寻找对外贸易发展新路径，已然成为完成“双碳”目标承诺、推动经济高质量发展的新课题。

一、常州外贸发展特征

常州自 1992 年获得进出口经营权之后，初期主要从事代购、代销、代发运，并逐步走向自主经营、自负盈亏、自我积累和发展的道路，近年来，积极开拓国际市场，不断调整和优化出口商品结构，对外贸易蓬勃发展。

1. 外贸依存度微降，进出口总值微升。改革开放以后很多年，常州的经济发展主要是外向型经济，以服务于出口为主。对外贸易是拉动经济增长的主要力量，到 2008 年前后，常州经济对外贸的依存度高达 56%。2011 年后，常州开始主动调整经济结构，注重科技创新、引进大项目，重视内需和消费对于经济发展的促进作用，外贸出口依存度出现趋势性下降（图 1），最新数据至 2022 年，常州外贸依存度 33.81%，而近十年的出口依存度长期维持在 30% 以内。常州外贸总体呈现稳中有升的发展态势（图 2），常年处于贸易顺差状态，近十年来，外贸总额从 2013 年的 292 亿美元增长至 2022 年的 485 亿美元，增长幅度达 66.1%。但由于受国际因素影响，2014-2015 年曾出现小幅下滑。

图1： 2013—2022年常州外贸依存度走势

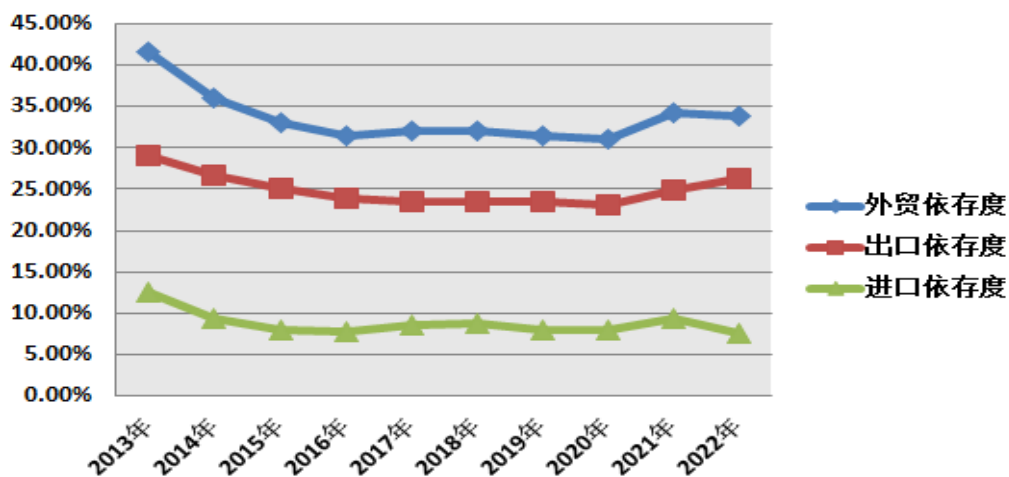
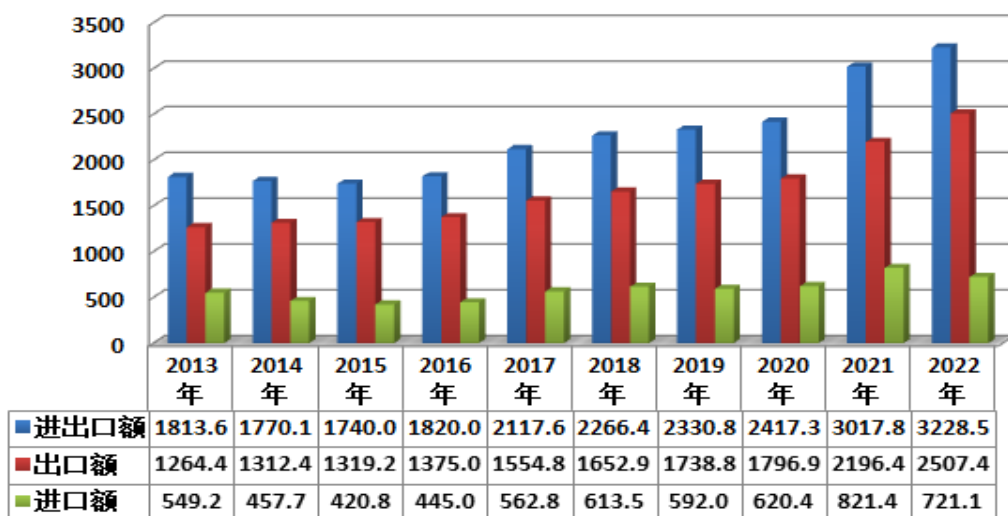
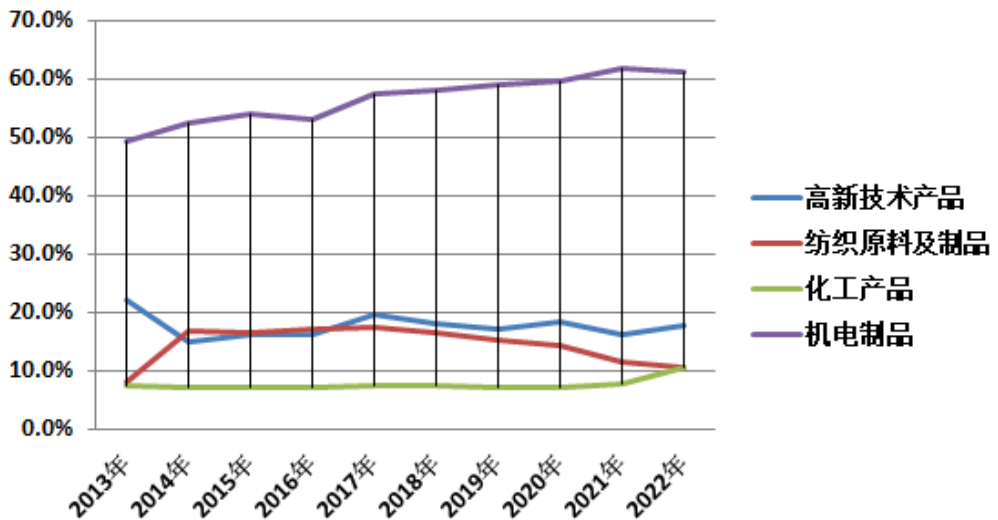


图2：2013—2022年常州外贸规模（单位：亿元）



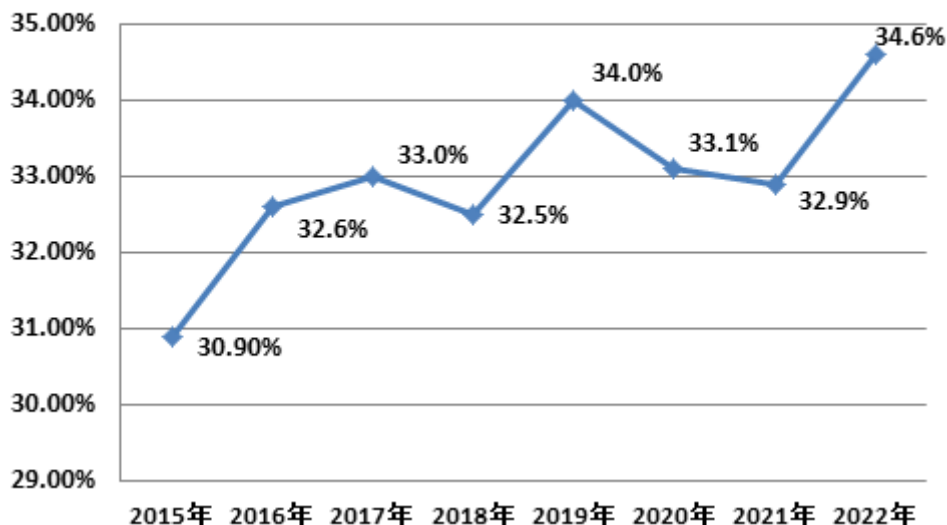
2. 外贸结构现优化，高附加值产品存增长。从产品类别看（图 3），高新技术产品出口比重仍较低，总体在 20% 以内波动。经过调整，化工产品出口量基本维持在 8% 不到，纺织原料及制品曾是常州出口的主力产品，现已回落到较低水平。而机电制品一直是常州外贸出口的主力军，呈缓慢上升趋势，并连续多年保持在出口总值的 60% 左右。近年来，常州外贸出口产品从以轻工、纺织等传统产品为主，逐渐向高科技含量、高附加值产品出口为主的结构转变，高新技术产品国际竞争力显著增强，光伏新能源和装备制造业成为全市出口新增长极。据市统计局公布数据，从 2021 年开始，作为新能源汽车核心部件的动力电池产业发展迅速，当年度锂电池、汽车零配件出口分别增长 111.7% 和 18.5%。机电产品进口增长 17.7%，占进口总值的 39.3%，其中半导体制造设备进口增长 20.9%。到 2022 年，高新技术产品、动力电池、光伏产品出口分别增长 26.9%、30.4%、30.7%。这些高附加值产品的快速增长显示出常州外贸行业较强的技术创新能力和竞争力。

图3： 2013-2022年各产品类别出口增长趋势



3. 传统市场较集中，“一带一路”和 RCEP 市场效应显。“常州智造”产品出口全球 230 多个国家和地区，传统的前五大贸易伙伴分别为欧盟、美国、东盟、日本和韩国，出口份额占半数以上，地区依赖性较强，但欧美等发达国家也是最重视碳排放问题的市场。自 2013 年“一带一路”倡议实施以来，与沿线国家和地区的出口比重持续增长，截至 2022 年底，全市对“一带一路”沿线国家的进出口占总值比重 31.4%，印度、越南等国已位居常州出口前 10 名，其中尤以越南、波兰等国的表现最为突出。2022 年 1 月 RCEP 协定正式实施，常州对 RCEP 成员国全年共实现进出口 1101.1 亿元，占全市进出口比重达 34.1%，成为高于欧盟、美国的第一大贸易市场。出口方面，常州对老挝、印尼、菲律宾、日本、泰国、澳大利亚、新加坡等国增势明显；进口方面，增幅表现突出的国别依次为缅甸、印尼、文莱、越南、泰国、菲律宾等，尤其缅甸呈现出井喷式增长，幅度高达 2603.8%。

图4：2015-2022年
“一带一路”出口占贸易总值比重



4. 一般贸易占主导，民营企业担主力。从贸易方式看（图 5），一般贸易出口长期居主导地位，近十年来由 70% 逐渐攀升至 80% 并维持稳定，但常州的一般贸易发展中，过度集中于劳动密集型企业，由于多为初级产品，对产品的附加值获得较少。常州民营企业进出口增长快于整体，三资企业增速进一步放缓。尤其近三年（图 6），民营企业出口额稳步增长，年出口总值稳定在 1000 亿元以上，占出口总额 55% 左右，同比增长幅度趋于 20%，同期，三资企业出口额度不足 1000 亿元，占出口总值不到 4 成，明显低于民营企业，且同比增幅有升有降，表现出不稳定性。至 2022 年，一般贸易进出口占全市比重 82.1%，而民营企业进出口占全市比重为 54.8%，这表明常州进出口贸易主要以一般贸易为主，并且民营企业在对外贸易中发挥了重要作用，外贸主体活力激发。

图5： 2013-2022年一般贸易出口占比趋势

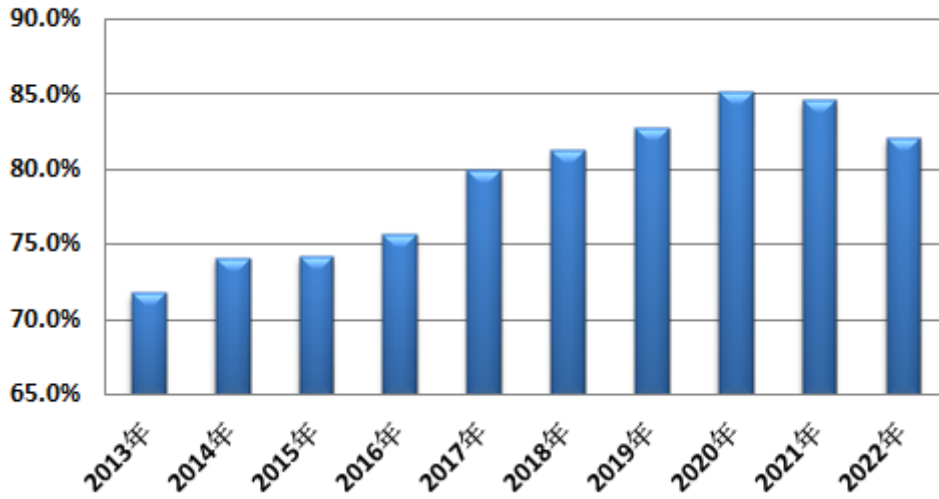
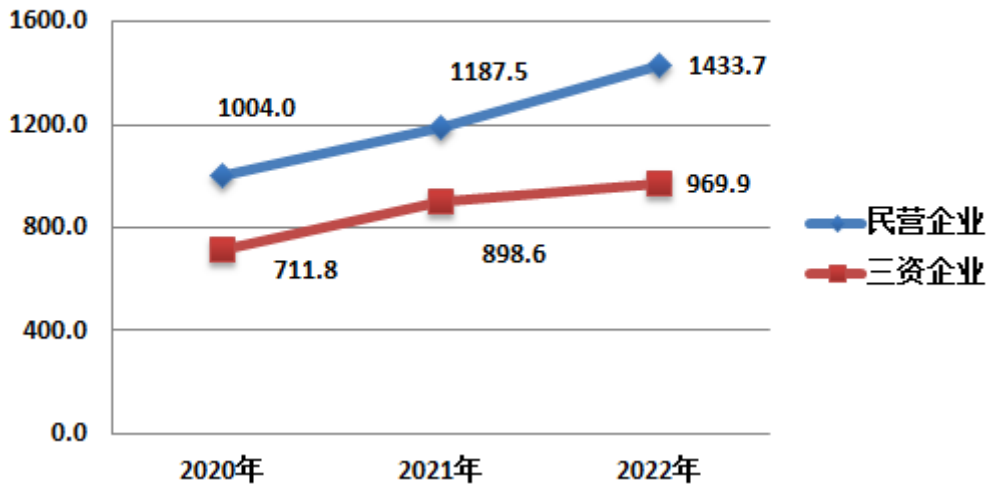


图6： 2020-2022年民营企业与三资企业出口额
(单位：亿元)



来源：常州贸促会 周虹

调整供应链 巧获原产资格

一、案例简介

常州某客车制造公司主要从事客车底盘研发、制造、整车进出口业务，因澳大利亚客户与公司订购一批客车，客户要求客车底盘必须使用指定进口品牌，并提出于出口时提供中国与澳大利亚自贸协定项下的优惠原产地证，于是该公司业务员向我会工作人员咨询办理手续，并按规定提交产品原材料信息，希望申请中澳优惠原产地证书。

二、案例分析

根据企业提交备案的原材料信息，该批次生产的客车（HS:87021091）使用了客户指定品牌的底盘（HS:87060030），进口国为瑞典，因产品使用了含进口成分的原材料，需先查询中国-澳大利亚协定下的产品特定原产地规则清单所适用的规则。经查，该产品适用的规则为从任何其他品目改变至本品目，并且区域价值成分不低于45%。根据备案HS编码，发现税则号4位已发生改变，满足品目改变要求，再按中澳自贸协定区域价值成分运算公式，核算出产品区域价值成分RVC为38.8%，低于特定原产地规则规定的区域价值成分标准45%的要求，因而不能同时满足特定原产地适用的规则，无法申请中澳优惠原产地证书。

贸促会工作人员向企业给出建议，根据中澳自贸协定原产地累积规则，从中国国内供应商采购的原产材料，以及在中国境内使用澳大利亚原产材料进行生产，均可视为使用中国原产材料。因此，企业一方面可寻找国内供应链替代从瑞典进口的客车底盘，另一方面，可选择从澳大利亚进口客车底盘，满足协定累积规则，即可获得原产资格。

最终，该企业通过调整供应链的方式，将瑞典进口的客车底盘改为国内采购，即使用中国原产的原材料生产，满足了中澳自贸协定原产地判定标准要求，中澳自贸协定给予该产品零关税待遇，可为企业节省货值5%的关税。

三、案例提示

建议产品出口澳大利亚的外贸企业，在贸易过程中，应和进口商充分沟通，尽可能考虑在我国购买或者从澳大利亚本国购买原产材料，这样即可满足区域价值成分 45% 及以上的要求，进而符合中国-澳大利亚原产地规则。对于贸易双方，不但可享受到关税优惠带来的红利，还能降低生产和出口成本，有利于促进合作关系的长期稳定发展，实现共赢。

常州市贸促会全面落实自贸协定（FTA）项下各成员国原产地证书签发工作，确保出口企业充分利用原产地规则，优化产业链供应链布局，使产品更容易获得协定项下的原产资格，及时享受自贸协定政策红利，促进企业积极开拓相关国际市场，拓展进出口贸易。

来源：常州市贸促会

美国对晶体硅光伏电池发起第二次双反日落复审调查

2024 年 2 月 1 日，美国商务部发布公告，对进口自中国的晶体硅光伏电池（无论是否组装入模块）发起第二次反倾销和反补贴日落复审调查。与此同时，美国国际贸易委员会（ITC）对进口自中国的晶体硅光伏电池发起第二次反倾销和反补贴日落复审产业损害调查，审查若取消现行反倾销和反补贴措施，在合理可预见期间内，涉案产品的进口对美国国内产业构成的实质性损害是否将继续或再度发生。利益相关方应于本公告发布之日起 10 日内向美国商务部进行应诉登记。利益相关方应于 2024 年 3 月 4 日前向美国国际贸易委员会提交回复意见，并最晚于 2024 年 4 月 10 日就该案回复意见的充分性向美国国际贸易委员会提交评述意见。

（编译自：美国联邦公报）

土耳其对涉华聚丙烯薄膜启动反倾销调查

2024 年 2 月 1 日，土耳其贸易部发布第 2024/4 号公告称，应土耳其生

产商 Polibak Plastik Film Sanayi ve Ticaret A.Ş .、Polinas Plastik Sanayii ve Ticaret A.Ş .、Süperfilm Ambalaj Sanayi ve Ticaret A.Ş .提交的申请，对原产于中国、埃及和俄罗斯的聚丙烯薄膜启动反倾销调查，涉案产品的土耳其税号为 3920.20.21.00.19，本案损害调查期为 2020 年 1 月 1 日~2023 年 6 月 30 日，公告自发布之日起生效。

（编译自：土耳其官方公报）

澳大利亚对华铝型材双反案启动复审调查

2024 年 1 月 30 日，应 Criterion Industries Pty Limited、Tai Shan City Kam Kiu Aluminium Extrusion Co., Ltd 以及 Press Metal International Ltd 的申请，澳大利亚反倾销申诉复审机构（Anti-Dumping Review Panel,简称“ADRP”）就澳大利亚工业科技部长对进口自中国的铝型材作出的反倾销和反补贴期中复审裁决（参见反倾销委员会第 ADN2023/051 号公告）发起复审调查。

（编译自：澳大利亚反倾销委员会）

欧盟对华玻璃纤维纱线发起反倾销调查

2024 年 2 月 16 日，欧盟委员会发布公告称，应 Glass Fibre Europe 于 2024 年 1 月 3 日提出的申请，欧盟委员会对原产于中国的玻璃纤维纱线发起反倾销调查。本案涉及欧盟 CN 编码 ex 7019 13 00 和 7019 19 00（TARIC 编码为 7019 13 00 10、7019 13 00 15、7019 13 00 20、7019 13 00 25、7019 13 00 30、7019 13 00 50、7019 13 00 87、7019 13 00 94、7019 19 00 30 和 7019 19 00 85）项下的产品，但不包括玻璃纤维薄片和玻璃纤维绳。本案倾销调查期为 2023 年 1 月 1 日~2023 年 12 月 31 日，损害调查期为 2020 年 1 月 1 日至倾销调查期结束。除另行延期（最长 1 个月）外，本案初裁

将于 7 个月内作出。

(编译自：欧盟委员会网站)

澳大利亚对涉华焊缝管发起双反豁免调查

2024 年 2 月 9 日，澳大利亚反倾销委员会发布第 2024/005 号公告称，应澳大利亚国内企业 MGN Civil Pty Ltd 提交的申请，对进口自中国大陆、韩国、马来西亚以及台湾地区的焊缝管发起反倾销豁免调查，同时对中国大陆的焊缝管发起反补贴豁免调查。调查的豁免产品如下：350 级 60 毫米 x120 毫米 x10 毫米厚的钢制矩形管，长度 11.9 米。涉及澳大利亚海关编码 7306.61.00.22 和 7306.61.00.25 项下的产品。

利益相关方应不晚于 2024 年 3 月 12 日提交调查问卷及相关材料至 investigations1@adcommission.gov.au 或传真至：+61 3 6276 1599 或邮寄至：The Director, Investigations Unit 1, Anti-Dumping Commission, GPO Box 2013 Canberra ACT 2601, Australia。

(编译自：澳大利亚反倾销委员会)

巴西决定对涉华非外科乳胶 和 PVC 手套征收临时反倾销税

2024 年 2 月 20 日，巴西外贸委员会管理执行委员会发布 2024 年第 568 号决议，决定对原产于中国、马来西亚和泰国的非外科乳胶和 PVC 手套征税为期 6 个月的临时反倾销税，分别为中国 4.83~20.94 美元/千只、马来西亚 15.30~30.17 美元/千只、泰国 1.38~14.25 美元/千只（征税详情见附表）。涉案产品的南共市税号为 4015.12.00、4015.19.00 以及 3926.20.00。以下产品不在征税范围内：手术手套；不符合 2023 年 10 月 26 日 Collegiate Board of ANVISA 第 547 号决议或同等标准的工业手套或其他类型的手套。

(贸易预警)

本决议自发布之日起生效。

附表：巴西对涉华非外科乳胶和 PVC 手套征收临时反倾销税表

序号	原产国家/地区	生产商/出口商 (中文译名仅供参考)	临时反倾销税 (美元/千只)
1	中国	Blue Sail Medical Co., Ltd. (蓝帆医疗股份有限公司)	6.52
2	中国	Shandong Blue Sail Health Technology Co., Ltd. (山东蓝帆健康科技有限公司)	6.52
3	中国	Shandong Blue Sail Innovation Co., Ltd. (山东蓝帆新材料有限公司)	6.52
4	中国	Zibo Blue Sail Health Technology Co., Ltd. (淄博蓝帆健康科技有限公司)	6.52
5	中国	Zibo Blue Sail Innovation Co., Ltd. (淄博蓝帆新材料有限公司)	6.52
6	中国	Zibo Blue Sail Protective Products Co. Ltd. (淄博蓝帆防护用品有限公司)	6.52
7	中国	Blue Sail (Hong Kong) Trading Limited (蓝帆(香港)贸易有限公司)	6.52
8	中国	Intco Medical Technology Co., Ltd. (英科医疗科技股份有限公司)	4.83
9	中国	Anhui Intco Medical Products Co., Ltd. (安徽英科医疗用品有限公司)	4.83
10	中国	Jiangxi Intco Medical Co., Ltd. (江西英科医疗有限公司)	4.83
11	中国	Intco Medical (Hk) Co., Limited (英科医疗用品(香港)有限公司)	4.83
12	中国	Intco Medical International (Hong Kong) Co., Limited (英科医疗国际(香港)有限公司)	4.83
13	中国	Shandong Intco Medical Products Co., Ltd. (山东英科医疗制品有限公司)	4.83
14	中国	Anhui Ancho Rubber&Plastic Technology Co., Ltd. (安徽安成橡塑科技有限公司)	6.02
15	中国	Bundhand Medical And Safety Products Company Limited	6.02
16	中国	Bundhand Plastic And Rubber Products Co. Ltd. (蚌埠祥利塑胶制品有限公司)	6.02
17	中国	Bytech (Dongtai) Co., Ltd.	6.02
18	中国	Changzhou Universal Medical Equipment Co. Ltd. (常州万能医疗器材有限公司)	6.02
19	中国	Hebei Sanxing Medical Latex Products Co., Ltd. (河北三星医用乳胶制品有限公司)	6.02
20	中国	Jiangsu Nanfang Medical Co.,Ltd. (江苏南方卫材医药股份有限公司)	6.02
21	中国	Lyncmed Technology International Limited(领邁科技(国际)有限公司)	6.02
22	中国	Niujian Technology Co., Ltd. (牛剑科技有限公司)	6.02
23	中国	Puyang Linshi Medical Supplies Co., Ltd. (濮阳林氏医疗制品有限公司)	6.02

序号	原产国家/地区	生产商/出口商 (中文译名仅供参考)	临时反倾销税 (美元/千只)
24	中国	Qingdao Seari Medical Equipment Co.,Ltd.	6.02
25	中国	Shijiazhuang Hongray Group Co.,Ltd. (石家庄鸿锐集团有限公司)	6.02
26	中国	Zhang Jia Gang Huamao Gloves Co., Limited	6.02
27	中国	Zhonghong Pulin Medical Products Co., Ltd. (中红普林医疗用品股份有限公司)	6.02
28	中国	其他生产商/出口商	20.94

(编译自: 巴西官方公报网)

欧盟对进口钢铁产品发起保障措施复审调查

2024年2月9日, 欧盟委员会发布公告, 对钢铁产品发起保障措施复审调查, 以评估目前对某些钢铁产品实施的保障措施是否应在2024年6月30日到期之后继续延长。本案涉及欧盟CN编码7208 10 00、7209 15 00、7209 16 10、7210 20 00、7210 70 80、7209 18 99、7208 51 20、7219 11 00、7219 31 00、7214 30 00、7214 20 00、7222 11 11、7221 00 10、7213 10 00、7216 31 10、7301 10 00、7306 30 41、7306 61 10、7304 11 00、7304 51 12、7305 11 00、7306 11 10和7217 10 10等项下的钢铁产品。

(编译自: 欧盟委员会网站)

2024年澳大利亚“中国纺织服装服饰展”

一、展会概况

时间: 24年11月19日-21日

地点: 墨尔本会议展览中心 MCEC

二、展会介绍

澳大利亚“中国纺织服装服饰展”自2001年起每年举办,至今已举办24届,是澳大利亚最大的纺织服装类专业国际展会。2023年开始一年两届,分别在悉尼和墨尔本举办。2023年第24届澳展展出面积约8000平米,参

〔 展会推介 〕

展企业 453 家,展位总数达 500 个。2024 年两届澳展仍将与澳洲本土的“澳大利亚国际采购展 GSEA”（Global Sourcing Expo Australia）同期同地举办。

三、展品范围

各类服装、家用纺织品、家居、装饰、礼品、面料、鞋类、箱包等。

四、补贴政策

该展已列入《江苏省商务厅 2024 年贸易促进计划》境外线下重点展会项目,对我省外经贸企业展位费将按有关规定给予支持。相关费用由参展企业展前据实支付,展后统一拨付补贴款项。

2024 年俄罗斯国际汽车及零部件展览会

一、展会概况

展览会时间：2024 年 8 月 19-22 日

展览会地点：俄罗斯 莫斯科

二、展会介绍

2023 年俄罗斯（莫斯科）国际汽车零配件及售后服务展览会（MIMS Automobility Moscow）于 2023 年 8 月 21-24 日在莫斯科成功举办。尽管仍然受到国际旅行限制的影响，展会仍吸引到来自 21 个国家的 1585 家展商参展，展览面积超过 60,000 平方米，观众 54,749 人。中国参展商也在展会上收获满满，非常多的展商表示效果“令人惊喜”。

在 2023 年复杂的国际经济政治形势影响下，欧美等西方企业撤出俄罗斯，导致俄罗斯进口市场的供应端出现很大缺口。在汽车零部件市场上，原有库存迅速耗尽，急需新的供应方补充库存，这正是中国企业可以抢占的市场份额，而且空间巨大。

中国商务部数据显示，中国已连续 12 年成为俄罗斯第一大贸易伙伴。2021 年两国双边贸易额超过 1470 亿美元，同比增长 35.9%。俄罗斯有大约

三分之二的汽车配件来源于进口，汽车及汽车配件已经成为俄罗斯从中国进口的主要商品之一，而且在快速增长。截至 2022 年年中，俄罗斯已保有 8298 万辆中国品牌汽车，占已注册乘用车总量的 1.8%。仅 2022 年前两个月，俄罗斯人在中国汽车品牌上已共花费 413 亿卢布（约 50 亿人民币），占购买新乘用车总花费的 9.7%，比去年同期市场份额翻了一番。至今仍然日趋增长的汽车保留有量，也为中国企业在汽车后市场的发展提供了强劲动力和空间。

三、展品范围

部件及组件 1 附件及改装 1 管理及数字化解决方案 1 可替代能源及燃料，智能网联 1 油品、保养及清洗 1 电池及电子 1 诊断及修理

该项目已列入《2024 年江苏省商务厅贸易促进计划》重点展会目录，摊位费享受高额补贴。

欲进一步了解有关境内外展会详情，请随时咨询我们。

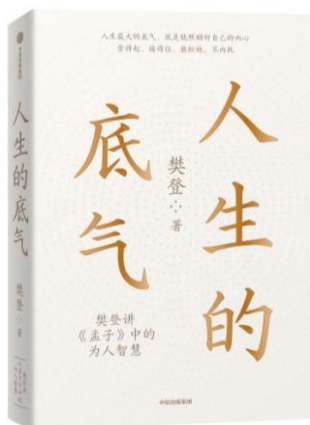
联系方式如下：

联系人：朱静、毛熙嘉

联系电话：86180795、88110165

人生的底气

作者：樊登



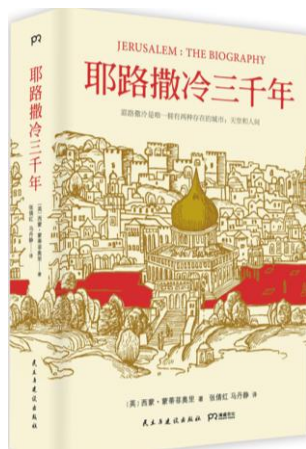
《孟子》位列“四书”之一，长于论辩、文气磅礴，两千年来家传户诵，深刻塑造了中国人的精神内核，更留下“生于忧患，死于安乐”“我善养吾浩然之气”“虽千万人，吾往矣”等名句，警醒、激励了古往今来无数有为之人。

樊登博士反复钻研《孟子》多年，颇有心得，成功打造了现象级课程“樊登讲《孟子》”。《人生的底气》以课程为基础，选择与我们的日常最切近的内容，结合现代生活的实际，阐释《孟子》中的经典篇章，从初心、人生节奏、选择、交友、反思、善念、成长方向这七个方面，为我们讲解修身、为人的智慧，让我们在这个不确定的时代获得心灵的安顿。

推荐人：欧阳俊

《耶路撒冷三千年》

自诞生之日起，耶路撒冷就被披上了“神”的外衣，它是人类文明冲突的中心，是三大宗教矛盾的汇聚地，更是中东民族纷争的引爆点，恐怕世上还没有哪座城市的影响可与它相提并论；在这本书中，作者西蒙·蒙蒂菲奥里花费了数年时间，以耶路撒冷几大家族的兴衰更替为主线，呈现出这座城市千余年来波澜壮阔、血泪交加的历史，尽量以客观、中立的态度去还原一个相对真实、世俗的耶路撒冷；有句话叫“因为一个人，爱上一座城”，但耶路撒冷是例外，这座城本身就是传奇。



推荐人：姚一枝