

近丰澳大利亚对外贸易的发展动向

——赴澳大利亚考察侧记

魏 嵩 寿

澳大利亚的产业结构，战后初期以农业、制造业和服务业为主。近年来，农业在其中的比重下降，矿业和服务业则有明显的上升。澳农矿业具有资本密集型和出口导向型的特点，农矿产品的出口占澳国内总产值的16%，占澳出口总收入的80%。在澳最大的20家公司中，资源开发型公司就占14家。在发达国家中，澳大利亚的制造业较为落后。在澳政府的大力扶植下，正从主要属于进口替代型向出口导向型转变。所以无论从产业结构和制造业结构来看，目前澳大利亚都正处于结构调整阶段。

近年来澳大利亚发展对外贸易的动向，主要是：

一、贸易保护主义抬头

(一)对主要的出口商品——农矿产品的出口，由政府控制监管，交私人大公司经营

就澳矿产品进出口而言，联邦政府宪法规定由政府实行控制监管。这从1938年开始实行于铁矿砂的出口。之后对所控制管理的范围不断扩大，1978年扩大到铀、煤、矾土、铝土的出口等。近年又对石油、锡、铜的出口控制作了各种规定。据政府申明，采取上述出口控制的目的，不仅在于“国家的利益”，而且有利于取得“合理”的售价和其他的有利销售条件。总之，是为了大出口公司的利益，而采取这项政策措施的。

主要农产品小麦、糖、羊毛的出口也是由国家法律规定，在政府监管下交由私人大公司经营的，或按

控制售价出口。

(二)推动出口

政府除了协助私人大公司，参加国际商品协定(如小麦等)的多边性贸易活动和同他国政府缔结长期商品供应合同的双边性贸易活动外，还从事下列活动以推动出口贸易。

(1)派出各种类型、各项级别的贸易代表团去有关国家、地区访问，开拓市场。

(2)商品展销或展览。

(3)进行出口教育活动，如举行出口销售讨论会、出口产品技术表演和演讲会等。

(4)每年颁发出口奖金、奖状给过去一年出口成绩卓著的公司。

(5)通过出版物、广告和电视等进行推动出口的报导。

(6)通过出口信贷和保险公司的业务，支持扩大出口。

(7)通过扩大对外投资、技术转让以扩大出口。

(8)通过免征澳大利亚公民国外收入的所得税，以鼓励出口的扩大。

(9)通过澳大利亚贸易部的各种组织的服务，以支持、协助出口的扩大(如全澳贸易促进委员会的关于对出口程序和文件的简化与标准化的工作等)。

(三)限制进口

澳限制进口的主要商品为国内能生产的制成品或正准备发展的制造业产品,以及与国内生产有竞争性的原料食品。

澳限制进口的措施:首先是关税。澳平均进口关税率为13.4%,较日本(11%)、美国(5.8%)、西欧共同市场(7.5%)的都高。澳按三类关税征课:(1)特别优惠税,税率最低,适用于新西兰、巴布亚新几内亚等大洋洲邻国;(2)优惠税,适用于发展中国家,包括我国于1978年11月17日起享受此税率待遇;(3)一般税,税率最高,适用于上述两类国家以外的国家,如日本、美国等。

但享有优惠税待遇常附有种种条件,且条件可随时改变。到目前,我国已有十多种商品被排除在优惠税之外,主要是服装、皮鞋、皮箱等。

其次,澳政府实行进口许可证和全球关税配额制相结合的贸易壁垒,以限制进口。配额由政府颁发,其中85%发放给有关进口公司,其余15%由政府招标发放,可自由买卖。1982年1月1日起,澳实行新的七年计划,七年配额已一次发给,逐年增长配额2%。

此外,澳政府实施“反倾销法”,只要有澳公司申诉,政府就进行调查,如情况属实,即对此项申诉的有关进口商品征收反倾销税。澳政府一般都对每项经申诉的进口商品的成本经过调查,确定一个“正常值”作为正常成本,如果进口商品售价低于这个正常值就被确认为“倾销”,应征反倾销税;如高于这正常值,就撤销申诉,不再征反倾销税。澳贸易部是决定这项申诉的最后审定机构,调查“正常值”材料是按机密材料由贸易部受理。所以一般认为倾销是否成立,决定权在贸易部。这显然带明显的政治性质,即与有关国家同澳政治经济关系如何有很大的关系。目前,我国与澳大利亚政治经济关系均较好,但澳至今仍对我近20种商品列为“反倾销”商品,然而,几经交涉,有几项已撤销诉控,有的已确认(澳把南朝鲜的同类商品的生产成本作为调查我出口商品的正常值);有的尚在调查交涉过程中。其中我国各口岸削价竞销,各有关专业出口公司因互不通气,造成如在澳销售的腊烛价格曾经低于原料石腊价格等,致使澳公司提出倾销申诉。这种工作中的失误应引起重视。

二、实行多元化贸易,贸易重点地区正从欧洲向亚太地区,尤其是西太平洋地区转移

如果说战后五十年代欧洲贸易占澳对外贸易的一半以上,六十年代占40%左右,1980~1981年仅占10%左右,在不断缩小。这是由于英国经济力量的削弱;英参加西欧共同市场后,特惠关税制的失效以及西欧共同市场对外的关税与非关税壁垒的加强,使澳大利亚与西欧共同市场时常发生贸易磨擦所致。于是,澳致力于加强同发展中国家贸易关系,并就近加强同西太平洋地区的贸易关系。

日本是西太平洋地区中与澳贸易发展最快,亦是最大的贸易国,1981年占澳外贸总额23.9%。日本钢铁工业原料铁砂与煤的一半是由澳供应的。长期以来,澳对日贸易形成顺差。

西太平洋其他国家大多数属于发展中国家。近二十年来,他们的经济发展速度比拉美、非洲的发展速度快,比发达国家的发展速度更快。东南亚联盟6国的区域性的经济贸易合作关系正在发展,澳大利亚与这地区的贸易对手国(地区)的经济贸易关系发展较快,而且从1981年来看,澳出口的54%,进口的39%是在这个地区,并且形成34.18亿澳元的顺差。^①所以澳的贸易主要地区正在移向这个地区。

中国是澳的农矿产品的大销售市场。多年以来,它对中国贸易赢得顺差。而且中国具有10

注:① W. H. Cummins "Doing Business in Australia" Jan, 1984. Westpac Banking Corporation P. 8

亿以上人口,这个潜在市场对它具有很大吸引力。中国的政治威望及其在第三国世界和整个世界中的作用,亦是澳大利亚政府力图同中国友好並加强经济贸易联系的原因。

三、实行出口商品多样化

长期以来,澳出口农产品,战后出口农矿产品,是它外汇收入的主要来源。在澳政府的扶植下,澳制造业有较大发展,1980~1981年制造业产值已达285.31亿澳元,为同年矿业产值62.13亿澳元的三倍余^①。不过澳的制成品大部分供应国内市场,在澳出口总额中,制成品出口仅占20%,销售于新西兰、东南亚联盟等国家^②。澳正通过保护贸易政策,扶植制造业的发展,即从进口替代工业向出口导向工业发展,并重视发展技术密集型工业,如计算机工业、计算机软件工业、科学仪器工业、医疗技术工业、激光器工业、工业陶瓷工业、太阳能技术工业、生物技术工业、机器人工业等。随着澳大利亚新兴工业的发展,工业结构的变化,在它的出口贸易中制成品贸易的比重必将逐步提高,对扩展澳大利亚的对外贸易将起积极的作用。

(上接第21页)

志和贸易、工业及专业性期刊等。

2. 电视与广播

澳大利亚有许多电视台和广播电台,一半以上由澳大利亚广播委员会(ABC)经营,这些不承接商业性广告,其余的则依靠广告作为其收入来源。目前大约有50个彩色电视频道可做广告。广播提供了既经济又有效的广告方法。全国约有129个商业电台可作为地方性和全国范围的广告宣传以及促销业务之用。

十一、商品交易会和展览会

每年都要举办一些商品交易会和专业性展览会,主要在悉尼和墨尔本举办。展览会和交易会给外国出口商提供向澳大利亚消费者及商人展览商品、听取反映、摸清市场行情、了解同类竞争商品情况的机会,並可与澳大利亚进口商、代理商和最终用户直接见面,增强联系。所以对外国出口商来说,如能派出代表或代理人参加展览会或交易会有好处的。有一些商品交易会和展览会得到

当地报纸强有力的支持,它们通过出版增刊或副刊等办法大力进行促销宣传。这种宣传广告方式很受欢迎,吸引了许多参加者。展览会参加者要准备大量的小册子、价目表和其他促进销售的宣传资料。

十二、产品促销

广告在澳大利亚是一种高度发展的行业,大多数企业都把广告作为其推销产品与开展服务的市场营销策略的重要部分,只有对那些直接售给制造商的、大量出售给加工者进行加工整理的以及某些专业化程度很高而须在指定市场出售等产品,广告可作为一种例外。由于澳大利亚的消费者可以从126,000个另售商店那里广为挑选他们所需要的货物,因此,设计美观、包装精良、广告宣传有效的货物必定会比那些设计、包装、广告较差的货物在市场上占有优势。在高度竞争的情况下,不做广告的产品就必须具备比其他竞争商品优越的特性,如具有非常高质量的鞋类、服装及家庭常用物品或具有价格上的优势。

摘译自《Guide to the market Australia》

注:① "1983 Australia at a Glance", Australia Bureau of Statistics

② John R. Pinkeston, "The Current Economic Scene", Westpac Banking Corp. P. 8.