

利用新的原产地规则解决中美贸易平衡评价问题

徐
剑
华

按照“关贸总协定”(GATT)于1993年12月15日结束的乌拉圭回合最后文本的决议,新的原产地规则(以下简称新规则)定于1996年7月1日开始生效。新规则在纺织品和服装进出口贸易活动中,包括分类、标志、统计、普惠制、关税、以及尤为重要的配额管理等均适用。原产地涉及到的情形错综复杂、千变万化,即使新规则也未能在所有问题上达成一致。

老规则规定,纺织品或服装的原产地是指提供原材料的国家,而新规则是指最后制成成品的国家。对于由两个或两个以上的国家(地区)共同制造的货物,新规则规定其原产地是指进行最重要的加工或装配的国家;如果最重要的加工活动无法确定,那么,原产地是指最后一个进行重要加工的国家。

至于如何认定“最重要的”加工活动,新规则提出了以下三种可供选择的评价标准:

(1)采用标准工时或统一工时方法计算出来的所耗工时最多的加工过程。这种方法对每一道加工或装配工序都赋予一个“统一工时”。为了确定哪一个国家是进行最重要的加工或装配的国家,应该把在同一个国家进行的所有统一工时相加。

(2)生产纺织品或服装成品主要料子的国家就是原产地。

(3)利用“水准基点”理论(Benchmark Theory),对纺织品或服装的每一道接缝给予一个分数,累计分数最多的国家就是原产地。

以制造旅行包(或运动包、手提包等类似包袋)为例,假如料子是在中国生产的,然后在马来西亚裁剪下料,再在台湾省加工为半成品(例如把前块、后块和侧边块缝制到一起),最后在越南制成旅行包(例如把顶块和底块镶拼上去)。

过去,在这种情况下,对于确定哪个是“最重要的”或“最不重要的”加工装配国(地区),常常会引起争议。如果旅行包的消费国是美国,那么,其原产地常常由美国海关说了算。但是新规则指出,对最终成品进行最复杂的和/或成本最昂贵的加工装配活动的国家(地区),应该被认为是最后成品的原产地。

由于原产地规则在给予普惠国(General Preference Country)待遇、征收反倾销税和反贴补税、进行关税配额管理和外贸统计等方面所起的作用举足轻重,所以对于加工制造国的利益关系很大。值得注意的是,世界各国的原产地规则虽然其原则是相同的,但并没有统一起来,在执行过程中具有相当大的差异性。乌拉圭回合所确定的新的原产地规则在统一世界各国原产地规则方面迈出了可喜的一步,但是在新规则的具

体操作方面还可能会发生争议。尤其是美国作为世界上最重要的进口国和施惠国,人们有理由要求其海关根据新规则所推荐的评价标准,尽快地制订实施细则,合理地确定跨国生产的商品的原产地。

新规则的实施对于解决中美贸易摩擦也是一个极好的机会。中美双边贸易中,由于两国间贸易过程和内容的复杂性,以及双方对原产地规则的认识与执行不一致,导致了两国对双边贸易平衡问题的看法大相径庭。例如,1995年的中美双边贸易,按中方统计,中方出口247.1亿美元,进口161.2亿美元,中方顺差85.9亿美元;按美方统计,美方出口117.5亿美元,进口455.6亿美元,美方逆差338.1亿美元。两者估计的美方对华逆差数额相差近3倍。中美贸易统计数据的差异已成为近年来中美两国发生贸易摩擦的焦点之一。

诚然,如前所述,原产地问题错综复杂,不能对新规则寄予过高的期望。然而,不可否认,新规则在统一各国原产地规则方面与老规则相比有了明显进步。我国应该利用新规则积极同美国协商,在新规则的基础上缩小双方在地规则方面的差异,增加外贸统计的可比性,解决双方在贸易统计上的矛盾,从而促进中美贸易的进一步发展。

(上接第 54 页)

成的处理营销信息的一个连续工作和互为影响的系统。营销学权威科特勒(Philip Kotler)认为它由四个子系统组成:

1. 内部报告系统 (Internal Report System)。它提供关于销售、成本、投资、现金流量、应收和应付帐款的最新数据。
2. 营销情报系统 (Marketing Intelligence System)。它为企业领导及时提供外部市场环境的信息。
3. 营销调研系统 (Marketing Research System)。它主要调查与企业有关的一个特定营销问题的信息和撰写调查报告。
4. 营销决策支持系统 (Marketing Decision Support System)。它包括先进的统计程序和数学模型,以便企业从信息中发掘出更精确的调研结果。

在现代企业的管理系统中,一般包括四大部分内容:计划工作;经营销售;营销信息管理;监督控制。营销信息管理是诸因素中最活跃的因素。营销信息系统联系企业内部和外部的信息,并对各种营销因素的数据进行综合处理。源源不断的信息通过营销信息系统这个“中枢神经”处理,反映给领导作出决策,它已成为决定一个企业成败兴衰的关键因素。