

国际贸易中的环境保护 与绿色贸易壁垒问题

赵海鹏

摘要: 国际贸易中自由贸易被看作破坏生态环境的重要因素之一。由于各国在环境技术标准与水平上的差异以及一些环保法规条款的缺失,使绿色贸易壁垒作为一种新兴的非关税壁垒愈演愈烈,各国种类繁多的绿色壁垒将成为 21 世纪中国外贸发展的巨大障碍。

关键词: 环境外部性;绿色贸易壁垒;绿色营销

中图分类号: F 742 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-1894(2002)01-0061-05

科学技术的迅猛发展,促进了全球经济的高速增长,也使环境恶化成为经济增长的代价之一。国际贸易中的自由贸易被看作破坏环境的因素之一,由于各国环境贸易政策、法规和条例不一,以环境保护为名、行贸易保护之实的政策法规使一种新型的非关税壁垒——绿色贸易壁垒悄然兴起。中国作为一个发展中国家,近年来生态环境的破坏已经危及对外贸易及整个国民经济的健康发展,绿色贸易壁垒也极大地影响了外贸出口。如何促进贸易与环境的协调发展,控制不断加剧的环境恶化,已成为我国对外贸易发展面临的新课题。

一、国际贸易中的环境有关问题

1. 环境资源资产化理论 环境资源是一种自然资源,它是有价值的,是国民财富的一部分。环境资源随着经济的增长与人口激增已经变得很稀缺,“牧童经济”向我们发出了黄牌警告,^①而环境污染所导致的环境整体恶化,更将威胁人类生存。因此,环境资源对人类的有用性及自身的稀缺性,随着环境保护日益受到重视,贸易与环境之间的关系越来越突出,国际贸易被指责为环境下降的根源之一。但事实上环境问题根源并不在于国际贸易,而在于环境外部性所造成的市场失灵。^②即环境的外部效果引起某些贸易结构趋向不合理,而这种不合理又加重环境问题。既然环境资源是有价值的,它的稀缺性决定必须将它视作一项生产要素,并通过市场价格机制反映出来。但现行的国际贸易商品价格不反映环境成本,从而形成价格扭曲。

2. 国际贸易中的环境外部性问题与环境产品的公共选择过程 全球性环境外部性问题是那些虽然不是所有国家造成的,但影响或潜在影响却覆盖全球范围的环境外部性问题。在国际贸易中,涉及到的此类问题主要是臭氧层耗竭与生物多样性保护问题。在解

决上述环境外部性问题上,进一步缔结国际环境公约,是一个行之有效并保证大致公平的发展趋向。资源和环境的保护需要资金和技术,发达国家在这两方面都具有优势。科斯手段要求污染者付费,^③那么在出现全球性国际贸易中,行动方一定要得到补偿。因此发达国家应尽可能向发展中国家提供资金、技术方面的援助,补偿发展中国家失去的机会成本,既达到共同保护地球上的所有物种,同时也为自身的发展创造良好的国际环境。

环境产品作为一种公共产品,在消费上具有非排他性,其环境外部效应的基本特点决定了所有成员对其的强制消费与共同消费。作为一个不可分割的整体,它的供求不能通过市场能够选择的方式。环境产品在供给上存在着“市场失灵”的问题,即环境产品的生产、贸易、消费制度安排中,市场机制无法实现资源的最佳配置,只能通过公共选择的非市场方式来决定。

二、绿色贸易壁垒的含义与种类

随着国际贸易中环境问题的不断升温,绿色贸易的国际潮流已势不可挡。绿色贸易壁垒又称环境壁垒,是指在国际贸易中进口国以保护自然环境、生态资源以及人类和动植物的健康为由,制定一系列苛求的环境标准对来自国外的产品或服务加以限制。它的种类主要包括:

1. 绿色关税和市场准入 发达国家往往借环保之名,对一些影响地球生态平衡,污染环境的进口商品征收进口附加税,或者限制、禁止其进口,甚至实行贸易制裁。

2. 绿色技术标准 发达国家的科技水平较高,在技术上处于垄断地位,因此常在保护环境的名义下,通过立法手段,制定严格的强制性环保技术标准,限制国外产品进口。

3. 绿色环境标志 也称环境标志,生态标志,它是由政府管理部门或民间团体按照严格的程序和环境标准颁发给厂商,附印产品及包装上的一种图形,以向消费者表明:该产品从研制、开发到生产、使用直至回收利用的整个过程均符合生态和环境保护要求。

4. 绿色卫生检疫制度 为了确保人类和动植物免受污染物、毒素、微生物、添加剂等的影响,许多国家特别是发达国家制定了严格的卫生检疫指标。

5. 绿色包装制度 绿色包装指能节约资源,减少废弃物,用后易于回收或再生,易于自然分解,不污染环境的包装,在发达国家广泛流行。

三、绿色贸易壁垒对中国外贸的影响

中国对外贸易正面临着越来越多的来自主要发达国家的绿色贸易壁垒的挑战。绿色贸易壁垒使中国外贸出口市场缩小,降低产品出口增长速度,并对出口产品的竞争力与经营效益产生影响。从产品的分类来讲,绿色贸易壁垒对中国外贸出口的影响具体有以下几个方面:

1. 农产品 近年来,欧美、加、日等国家为了控制农产品进口数量,不仅扩大产品检验的种类与范围,还大幅度减低农药最高残留限量,凡超标产品一律不许进口。中国作为农产品出口大国,许多农产品采用成本较低的农药导致部分农产品残留量普遍超标,影响农产品出口数量。从2000年7月起,欧盟国家对进口茶叶实行新的农药最高允许残留量标准,限制禁止使用的农药从原来的29种增至62种,部分农药残留量标准则比原有标准提高了

100 倍以上,这意味着中国茶叶今后只有达到绿色食品的 A 级标准才能进入欧洲市场。

2. 食品进口 由于食品中有毒物质残留量、严格的卫生检疫制度、食品加工规定等而导致禁止进口和退货、索赔等案例已屡见不鲜,给中国食品出口带来巨大损失。根据日本 1999 年 1 月 16 日的最新家畜传染病预防实施细则,规定全世界只有韩国、美国、菲律宾等 32 个国家和地区属于口蹄疫的“清洁地区”,中国等 9 个国家的猪牛羊肉及其制品要经过指定设备加热消毒处理后才可进口,其他国家的产品被禁止入境;允许进口一些活家禽,但要提前 1~4 天申报,出口前需要专门隔离 35 天,到岸后实行逐个检查,需耗费 10~15 天,致使出口成本过大。

3. 机电产品出口 欧美、日本等发达国家是中国机电产品出口的主要市场,其环保法规也是世界上最严格、最完善的。其中许多条款涉及机电产品的性能、兼容性、排污量限制、可回收率、节能性等多方面,这些条款对中国机电产品造成了一定限制。随着 1996 年 1 月 1 日欧盟电动产品 CE 标志的实施,澳大利亚已开始仿效,美、加、日、韩等其他国家也极有可能采取类似做法,这将给作为中国支柱出口商品之一的机电产品出口造成极大困难。

4. 纺织品与服装出口 由于欧美、日本等国严格的环保法规和日益发展的环保运动,环境因素也逐步成为纺织品贸易中一个重要影响因素。主要是对纺织品中有害化学品的限制和禁止的规定,禁止使用偶氮染料及对进口服装附件的要求等。欧洲纺织品和服装组织,正委托丹麦进行 100% 全棉 T 恤衫和棉聚酯混纺产品加附生态标签的工作,一旦标签要求进入实施阶段,将会成为中国纺织品和服装对欧出口的又一大障碍。

5. 化学产品与医药品 此类产品出口主要受到对危险化学品进行分类管理、严格的化学品管理、对进口新化学品的管理、对农药的管理、对合成洗涤剂的管理等规定的影响。如欧盟目前一直在对聚氯乙烯(PVC)产品对环境造成的危害进行调查,一旦公众异议阶段结束,聚氯乙烯产品可能就要面临被禁止的危险境地。荷兰 2000 年颁布法令,规定从 2000 年 7 月 1 日起禁止含有甲醛的产品进入荷兰。

四、跨越绿色贸易壁垒的对策思考

1. 提高环保意识,完善环保立法 为了我国外贸事业与整体经济的可持续发展,需要对全民进行生态知识和环境保护的普及教育,使保护环境成为人们的自觉行动。同时在我国消费者中普及绿色观念,引导绿色消费,为我国的绿色产业发展开拓空间。在对外经济贸易和环境保护方面的宣传上,特别要在国家环保公约和环境标准等法规上做工作。完善环保立法应着重考虑以下几个方面:(1)对 1989 年制定的《中华人民共和国环境保护法》,可在原有基础上进行内容的充实与修改。例如在“法律责任”这一部分,应注重责任主体的明确,对造成污染后促其治理的具体期限做出规定。(2)对 1994 年制定的《中国对外贸易法》,应在其中加大环境保护的内容。如采用优惠政策鼓励环保技术的进出口;在货物进出口方面,控制废物与污染物的进口与检查。(3)出台结合中国贸易特色的“绿色包装法”,对出口产品的包装制定环保标准,限制有毒包装材料的选用等。

2. 多种优惠措施扶持绿色环保产业发展

(1)积极开发、引进先进环境技术,促进对其的消化吸收,减低能源与原材料消耗、减低出口产品的污染密集度,提高环境竞争力。(2)利用经济特区、经济技术开发区、高新技术开

发区的优势,将其改造为可持续发展区,以期发挥带动作用。(3)制定扶持环保产业发展的产业倾斜政策,包括政府投资、信贷优惠、出口退税、鼓励环保技术创新、高新产品减免税收等,加快环保产业的发展,进而带动其他相关产业的绿色发展如生物技术、计算机技术、新材料等。(4)把绿色产品出口纳入进出口银行出口信贷的范围。出口发展基金应优先考虑绿色产品开发,并建立绿色产品出口发展基金,专门为开发绿色产品出口建立专向贷款和信贷担保基金。

3. 促进环境成本内在化,推行企业清洁生产 外贸企业必须将环境和资源费用计算在市场价格之内,使环境资源成本内部化。这样可以从真正意义上发现和培育具有真实的贸易比较成本优势的产品的生产和出口,不但有利于环境保护和公平竞争,还消除了由环境所造成的贸易障碍,使企业从根本上达到成功地逾越绿色贸易壁垒。同时在企业中大力推行清洁生产,克服企业管理重生产与环保分离的问题,促进企业的技术改造并使技术改造更具有针对性。外贸企业应在自身的市场和质量管理中与国际上推行的“清洁生产”体系接轨,主动与环保部门以及“清洁生产中心”联系,适应新的发展形式为突破绿色壁垒创造条件。

4. 加快认证工作,实行环境标志制度 企业应加强环境管理,建立其自身的环境保护体系,或把环境管理内容纳入质量管理体系中。环境管理体系是组织全面管理体系的一个组成部分,而不是一个孤立的管理系统。ISO 14001 标准与 ISO 9000 标准遵循共同的管理体系原则。企业可选取一个与 ISO 9000 相符的现行管理体系,作为实施环境管理体系的基础,或对现行的管理体系和管理要求加以修改,使之适应本标准的要求。原来已贯彻 ISO 9000 系列标准的企业,应将两个标准结合起来贯彻,在原来的体系中加入环境管理的内容,这样可以事半功倍,取得较好效果。

5. 转向绿色经营战略,开展绿色营销 绿色营销是一种符合消费者与社会需求并且可带来利润及持续经营的管理过程。在营销过程中,企业致力于通过国际交换过程以满足绿色消费需求,履行全球环境保护的责任和义务,实现自身的盈利所进行的国际市场调查、产品开发、产品定价和分销以及售后服务等一系列的社会营销活动。外贸企业实施目标“绿色营销”应针对营销组合的各个变量采取具体措施:

(1) 绿色产品。产品在生产、使用、废弃时应皆具有安全、无污染性,企业使用的原材料和包装要有利于环境保护。选择绿色资源,提高资源利用率;设计易于回收的产品,尽量避免使用有毒有害的原料及中间产品;减少生产过程的各种危险性因素。

(2) 价格。产品价格中应反映企业在原料、使用技术、三废处理等注重环保、有益健康和安全等方面的绿色成本,即考虑环境成本内在化,但应在各国消费者心目中“察觉价值”的基础上考虑消费者能接受的程度。

(3) 信息。提供与环保有关、并能激发市场营销者重视可持续发展的国内外绿色信息。企业应从市场需求出发,建立一个搜集整理、储存、检索和分析绿色信息的绿色营销信息系统,对绿色需求、绿色占有率、绿色价格、绿色产品生命周期、绿色营销效果等作出预测,调整策略,以使绿色营销目标符合市场需要,保持竞争优势。

(4) 促销。外贸企业可以利用绿色广告、宣传报道、人员推销、营销推广等各种促销形式,在国际市场上广泛宣传自己的绿色产品,让更多的消费者了解和熟悉企业的产品,树立企业良好的绿色形象。

(5) 分销。外贸出口企业应确保建立可靠、畅通的国际绿色分销渠道,选择有信誉的国

外批发商、零售商,设立绿色专柜、绿色专卖商店或绿色连锁店,配以回归自然、崇尚绿色的装饰为标识,广招天下顾客。还可以开展绿色产品直销活动,缩短渠道,减少污染。

6. 实行绿色包装制度 出口商品绿色包装的设计观念应从传统的强化展示功能与防损作用转向保护环境,维护生态平衡。设计绿色包装应树立“5R”观念:(1) 包装材料减量(Reduce);(2) 包装材料再利用(Reuse);(3) 包装材料循环再生(Recycle);(4) 包装材料流入回收体系(Recovery);(5) 包装材料技术和方法研究(Research)。

包装材料选择符合环保要求。避免使用含毒性材料和非循环再生材料,开发以植物为包装材料的技术,包装设计上使用单一包装材料或易于解体的包装方式。在包装设计前,设计者必须调查国际市场对环保包装的具体要求,例如进口国有关环保包装的法规、消费者环保消费观点的强度、绿色组织活动、环保包装发展趋势等,以便在包装设计时充分考虑这些因素。欧美等国的环保法规鼓励对商品进行合理的包装,不提倡重复包装和过度包装,以有利于资源的节约。欧美等国的消费者也具有较高的环保意识,在挑选和购买商品时较多地考虑产品包装对环境的污染,对产品包装的观念已由追求豪华、精美转向简明、实用和环境的保护。中国企业在这方面仍需有较大的提高,以增强中国出口产品在国际市场上的形象和竞争力。

(作者单位:上海对外贸易学院)



注释:

- ① 所谓的牧童经济是指对地球上的资源无所顾忌地进行开发,就像牧童在广阔的草原上放牧那样
- ② 即指一个国家或地区的行动所产生的环境问题影响或潜在影响覆盖其他国家的地域范围内的环境的市场失灵
- ③ 科斯手段指用污染权交易的办法,从而仍然是市场的解决方法来克服环境污染的外部性问题。作为环境的所有者,政府可以把污染废物分割成一些标准的单位然后在市场上公开出售一定数量的污染权