

应对“337条款”的战略研究

易露霞

(广东工业大学经管学院,广东 广州 510090)

摘要:对我国外贸出口屡遭“337条款”调查的现状、原因和危害进行了较为详细的分析,针对这些原因探讨了有效的应对策略。对于反倾销、特保等贸易壁垒,中国企业已经很熟悉,而对于“337条款”我国大多数企业还缺乏认识,意识不到它的危害性。因此,对“337条款”进行深入的研究和探讨,无疑将有助于中国企业在国际经济贸易领域走得更好更远。

关键词:“337条款”;贸易摩擦;知识产权;对外贸易发展;应对策略

中图分类号: F 744 **文献标识码:** A **文章编号:** 1004-390X(2006)3A-0190-05

On How our Enterprises Should do to Face “Art. 337 of US Custom and Tariff Law” Our

Yi Lu-xia

(School of Economy and Management, Guangdong University of Technology, Guangzhou 510090, China)

Abstract: This paper has shown a deep analysis on the current situation of our encountering the disputes of “Art. 337 of US Custom and Tariff Law”, the reason why we have encountered it and the serious results that will bring to our foreign trade. Accordingly, the author has studied the effective measures of how to face the problems of the “Art. 337 of US Custom and Tariff Law”. Our country is familiar with Antidumping, Special Protections and many other trade barriers, but the “Art. 337 of US Custom and Tariff Law” is quite new for most Chinese enterprises. What's more, most enterprises do not know its seriously bad impact on Chinese foreign trade. So a profound study of “Art. 337 of US Custom and Tariff Law” will greatly help Chinese export enterprises develop better and go much far away. The author in this paper has made a deep study of “Art. 337 of US Custom and Tariff Law” so as to find out effective and helpful measures to face trade barriers.

Key words: “Art. 337 of US custom and tariff law”; trade barriers; knowledge and property right; foreign trade development; measures

入世以来,中国外贸出口一直保持两位数的高速增长,表现出强劲的国际竞争力。对外贸易的迅猛发展一方面表明中国参与经济全球化程度的大幅度提高和国际竞争力的明显增强;另一方面,中国与其他国家的贸易摩擦也随之越来越多,中国外贸出口企业不得不直面日益严峻的国际贸易环境。

如众所周知的反倾销、特保方面的摩擦。此外,入世以来,中国出口美国的产品又接连不断地遭遇美国“关税法 337 条款”调查,且还有不断增多的趋势。如不引起足够重视,这一条款的永久排斥性将成为影响中国外贸出口的又一严重壁垒。

收稿日期: 2006-03-10

作者简介: 易露霞(1957-),女,副教授,主要从事国际贸易、经贸英语研究。

1 我国遭遇“337条款”调查的现状原因

1.1 我国遭遇“337条款”调查的现状

根据中国国家商务部发表的相关信息,入世以来我国遭遇30多起“337条款”调查。美国国际贸易委员会在2002年总立案17起,针对中国有5起,占总数的29%;在2003年共立案18起,中国有8起,占总数的44%;2004年共有26起,中国占11起,占到总数的42%;2005年1~9月针对中国的立案调查共有7起,涉案金额近12亿美元。从这组数字不难看出,美国针对中国的“337条款”调查案已经是越来越多,对我国外贸出口的影响也就越来越大。

1986年中国第一次遭遇“337条款”调查,到2002年中国取代日本和台湾成为遭遇美国“337条款”最多的国家。20世纪70年代日本将技术含量较高的半导体等产品出口到美国,冲击了美国的国内市场,影响了美国的相关制造业,美国就通过“337条款”设立门槛,成功阻止了日本的产品对美国市场的占领。到了20世纪80年代,台湾取代了日本成为337案件的主要调查对象,当时台湾将大量的电子产品出口到美国,“337条款”再次成功阻截。时至今日,中国是遭遇“337条款”调查最多的国家。

1.2 我国遭遇“337条款”调查的原因

缘何我国频遭“337条款”调查,这其中有多原因。首先,由于在经济全球化背景下,国际间的经济交往越来越频繁,经济发展中的不平衡和利益的不一致随之显现出来,导致各国之间的经济摩擦日趋激烈。在不断遭遇贸易摩擦的中国,仍然能在2004年跃居世界第三大贸易国,这不得不引起贸易保护主义者们的极大关注,因而对中国实施的贸易壁垒真所谓是“花样品种多”,有反倾销、反补贴、保障措施、技术性贸易壁垒、“337条款”、反规避等等,让我国出口企业防不胜防。中国经济的快速发展,外贸出口规模的迅速扩大,正在深刻改变部分商品原有的市场和利益格局,而国际贸易创造的这块“利益蛋糕”是有限的,但世界各国追逐本国最大利益的欲望则是无限的,这就是贸易摩擦频发的根本原因所在。

其次,由于美国经济不景气,美国企业被迫寻求通过市场化的各种壁垒手段来抑制中国产品出口。近几年来,在中美贸易中,中国已成为美国贸

易逆差最大来源国,按照中方统计,中美贸易1993年美方开始出现逆差62亿美元,到2004年上升到803亿美元,11年里增长了近12倍;而根据美国的统计,1983年美方开始有逆差,为3亿美元,到2004年上升到1620亿美元。按美方统计,1988年中国开始进入美国的前10位逆差国行列,1989年就从第9位发展到第6位,1990年攀升到第3位,1991年,中国成为仅次于日本的第2大逆差对象。2000年以后,中国对美贸易顺差超过日本,成为美国最大的贸易逆差国。此后贸易逆差继续攀升,到2004年,中国占美国全部贸易逆差率达到26.2%。可想而知,美国不断要求降低贸易逆差,中国出口企业自然就会越来越多地面临美国的各种贸易壁垒,其中,知识产权权利人援引“337条款”对中国出口商品进行阻拦就显得既合情又合法。

第三,由于中国企业自身存在的问题。中国企业行业价格自律不严,同时又缺乏对美国相关法律的了解,也是遭遇“337条款”的重要原因。大多数中国出口企业规模较小,但数量众多,经营方式相对单一,某种产品一旦在国际市场看好,往往容易导致其他企业一哄而起,相互压价。一定时期的某种商品在国际市场上具有相应的饱和度,中国企业产品短期内低价大量涌入的结果必然是与当地工业产生激烈竞争并最终导致“337条款”案件的发生。

目前,很多中国企业对“337条款”还不是很了解,如2005年8月有一家企业在收到美国发来的起诉书时,根本不知道“337条款”究竟是怎么回事,表现出“十分意外,很突然,没有预料”,此前,该企业设立了市场研究部,研究反倾销和知识产权,很担心怕“触雷”,但是没有关注过“337条款”,对该条款一无所知,上百万美元的应诉费用对这家企业来说其负担就可想而知。而一旦中方应诉不积极,根据规定,美方可以缺席判决,即使中方积极应诉也必须支付高昂的应诉费用。在对待知识产权方面,中国企业缺乏深入研究,忽略了知识产权建设和保护的重要性。

最后一个原因是由于国际知名品牌匮乏。近年以来,我国的经济发展的确很快,但是我们仍然是发展中国家,经济实力和科学技术远比不上美国,中国企业基本上还谈不到知识产权保护的问题。目前,在国际上我国企业拥有的知识产权很

少,属于自己的国际名牌更是少之又少,仍然还是一个技术引入国,而不是一个技术输出国。另外,许多企业对自身品牌形象的建设也重视不够,导致中国品牌普遍缺乏国际影响力,容易被诉“337 条款”。

1.3 “337 条款”的危害

“337 条款”是保护美国国内市场的一个固定的法律,它比国人耳熟能详的“反倾销法”更为严厉,因为,“反倾销法”只是增加关税,针对价格竞争,而“337 条款”主要针对的是技术和知识产权领域的竞争。“337 条款”在裁决的过程中不会考虑对方是不是非市场经济国家这一因素,更为重要的是,在“337 条款”调查中,主持案件的行政法官可根据单方证据做出缺席判决,此外,在裁决时有权颁布“普遍排除令”,也就是说,外国企业一旦“应诉缺席”或败诉,法官就可作出全面禁止该国某类产品的进口。

“337 条款”的调查在程序上非常简便,调查周期相对较短,只需证明进口产品的确有侵权事实,而无须证明美国国内产业确实受到了损害。因此,对美国企业来说,提起“337 调查”的门槛较低,申请立案较为容易,调查周期一般在一年之内即可结束。如果有必要,美国国际贸易委员会还可在立案 90 d 内作出阻止被指控进口货物进入美国市场的临时性进口禁令。一旦确认进口产品侵权,美国国际贸易委员会将依据第“337 条款”规定发布“停止令”或“排除令”。这两种命令对进口产品的影响非常大,涉案产品无论是来自源头生产厂家还是来自其他分销商,将一律禁止进入美国市场,已经进入的也要被停止销售,甚至还可以扩大到包含侵权物品的下游产品以至上游的零部件产品。如果被列为被告的中国企业不应诉,美国国际贸易委员会可以下达全面禁止进口令,殃及生产同类产品但未被列为被告的中国企业。所以,并不是你成为被告后才会受到“337 调查”的影响。另一方面“337 调查”允许可能受到其后果影响的非被告人与第三方参与诉讼,成为当事人。更为严重的是,反倾销还有一个时限的规定,而“337 调查”发出的却是“永久排斥令”。如 1995 年,北京三环新材料高科技公司和宁波科尼特实业公司向美国出口的特种磁铁就遭受“337 调查”,最后被判定侵权成立,两企业被处以 155 万美元罚款,其产品被禁止进入美国。

由于“337 条款”涉及的内容在技术上比较专

业且时间紧迫,应对起来会比反倾销更为复杂。而且所需诉讼费用非常昂贵,一般都在百万美元以上,最高可达 300 万美元,单个企业往往难以承受,直接导致企业放弃出庭抗辩。如果不应诉,出口企业将永久失去该产品在美国的市场。所以,任何一家中国企业,只要它还想保持美国市场,无论是被诉企业还是尚未被列入被告的企业都不能对“337 条款”案件置若罔闻。

2 应对之策

2.1 提高认识,防范风险

我国出口企业一定要加强对相关法律的学习和研究,如实体法和程序法,提高对“337 条款”的认识和理解,注重在一些程序和细节方面保护自己的权利,提高防范风险的意识,避免侵犯他人的知识产权。出口企业在与国外企业进行业务合作时,必须对出口国的知识产权进行调查,避免侵权。尤其是以 OEM(原始设备生产商)、ODM(原始设计生产商)方式出口的外贸企业,应注意下单的外商是否拥有该产品的商标、专利、著作权等权利的证明文件。若外商既非权利人又无适当的授权证明文件,则应考虑法律风险,应在合同中订立任何有关侵犯知识产权的情况都应由该外商负责并赔偿己方损失的条款。

我国出口企业应提高知识产权意识,加大对知识产权的投入,积极培养引进专业人才,尽快建立和完善企业知识产权的管理体系,提高知识产权应变和对抗的能力。同时,发掘企业自身的优势,实现用自己的优势与别人进行知识产权的合作交叉。

2.2 科技兴贸,创建自主品牌

名牌产品集高质量、高技术含量、高市场占有率、高信誉等特性于一身,有了自己的名牌产品,企业就可以有效地避开“337 条款”的影响。科学技术水平的提高是名牌的重要内涵,出口产品的科技含量高是实现企业创建自主国际名牌的重要保证,科学技术的创新是实施国际名牌的关键因素,企业发展名牌的过程就是创造企业灵魂的过程。在现代经济社会中,一个没有领先技术,单靠出售简单劳动力和低技术、廉价产品的企业是缺乏竞争力的企业。因此,企业通过科学技术创新,不断提高产品质量,创建国际名牌,获得国际市场的通行证。

2.3 建设企业自己的知识产权保护体系

知识产权正成为知识经济时代企业竞争的利

器,也是中国企业的心病。2003年美国思科状告华为的诉讼,向我们敲响亮了警钟。国内企业必须改变重生产,轻科研,重产品,轻产权的观念,保护知识产权迫在眉睫。在创建名牌的过程中,企业可依靠科学技术坚持自主创新,提高自主研发和创新能力,在创建自主名牌的同时注重专利的申请,从量变走向质变。一方面积极建设自主名牌,一方面注意保护自己的知识产权,使中国企业在美国及其他市场上畅通无阻。

与国外的成熟企业相比,中国企业对“337条款”不甚谙熟,所以在美国的“337条款”调查中一直处于被动地位,就算是最后能和解也因为我们没有筹码而付出高昂的学费。因此,中国出口型企业,除了要增强知识产权、专利权和商标权等方面的意识外,更要注意知识产权保护的地域性。也就是说,如果产品出口量较大,最好能在对方的市场申请知识产权保护,这样一旦遇到涉及知识产权的摩擦,企业有与对手进行交换的筹码,在知识产权中“交叉许可”时达成和解的标准可以低一些。

2.4 建立预警有效机制

建立预警机制,实现对外贸易保护的前置化。密切关注我国重点出口的国家 and 地区情况,以便及时了解国外某些贸易壁垒出台的动向,定期或不定期发布预警信息,建立一套切实有效的预警机制。无论是政府还是企业或行业协会都要密切关注国外技术壁垒信息中心和数据库,及时发布预警信息。特别是行业协会更应做好对美国市场的调研,为企业提供全方位的信息咨询服务,及时向企业提供 WTO/TBT、WTO/SPS 通报、主要贸易对象国的技术法规、国际上技术壁垒的发展动态等信息。各企业可以充分利用快捷方便的信息网络,搜集对出口有障碍的信息,及时了解主要贸易伙伴国家的技术标准,技术政策,相关法规,标准结构等的变化动向,使企业的出口商品适应和满足国际标准或进口国的要求,避免陷入技术壁垒的泥塘。

2.5 熟悉和掌握“337条款”内容,充分利用其法律程序

在面对“337条款”调查时,由于中国企业缺乏对“337条款”的深入了解,因而多采取逃避的方式。其实,只要熟悉和掌握“337条款”,就可以充分利用其法律程序,为企业赢得最后的胜利。“337条款”调查程序为被告提供了适当的法律程序来保护其利益,只要被告应诉,原告就必须克服

一系列障碍才能胜诉。原告必须证明自己有合法的知识产权,这对于未注册的知识产权,如一般外观设计尤其不容易。即使是有效专利,被告也可以提出专利无效的反诉。如在中国电池遭遇“337条款”调查案例中,中国企业始终坚持以充分和有利的证据,证明原告专利无效,表明中国企业没有侵权。最后美国国际贸易委员会的终裁充分肯定了中国企业的立场,并为中国企业继续对美国出口无汞碱锰电池扫清了障碍,保护了中国企业的合法权益。

2.6 建立政府、企业、行业协会联动应对机制

应对“337条款”调查需要政府、企业和行业协会的通力合作。政府在宏观政策方面给予支持,积极引导和帮助国内企业提高技术、服务和管理水平,不断开拓国际市场。企业可以与各有关部门通力合作,形成合力,紧贴经济的发展要求,充分发挥各相关部门优势,互通信息,维护企业的经济贸易利益。作为企业的合作组织,政府的助手,行业协会在应对贸易摩擦时有着重要的作用,代表企业并和企业一起积极参加应诉全过程。同时,在政府的帮助下,企业与企业之间还应该形成合力,建立中国信息产业知识产权联合会,把尽可能多的企业团结起来,利用大家分散的力量形成合力,最终为大部分的企业造福。政府、企业和行业协会合理构成的应对“337条款”三位一体的机制可以最有效地形成合力,满足应诉、资金、信息和人才等各方面的需要。

2.7 加强行业自律

企业是面对“337条款”调查的主体,因此,各出口企业要加强行业自律,既要遵守别人的知识产权,也要注重保护自己的知识产权。切忌盲目生产,盲目出口,一定要做好充分的市场调查。政府要对出口企业和产品进行有效的整体规划和管理,构建公平竞争环境,建立严格的市场准入、劳动保障、环境保护、技术装备、产品质量等制度标准,推动企业规范发展,鼓励企业创新,走高端发展之路,对企业的创新予以税收优惠甚至直接的奖励,促进企业的产业结构全面升级,实现外贸出口的良好发展。

2.8 借鉴日本成功经验,发展专利战略

20世纪80年代日本是遭遇“337条款”调查最多的国家。但是,近几年来,随着对知识产权、专利战略的重视和发展,日本遭遇“337条款”调查在

不断下降。除了注重知识产权外,日本越来越多地注意发展专利战略。企业专利战略是与国家的宏观性专利制度、对外贸政策及行业专利战略紧密相关的。第二次世界大战刚结束时,日本经济实力很弱,作为战败国根本无法与欧美相抗衡,加上资源贫乏,其外贸经济主要依靠进口资源加工成产品后再出口,直至 20 世纪 70 年代,日本仍然是一个专利技术的主要进口国。但随着经济和科技实力的不断加强和快速发展,日本加大了在基础研究方面的投入,采取促进原始技术的专利战略并开始向国外输出专利,至今,日本已成为技术输出的大国,在美国的专利申请量已经占全美专利申请量的 40%。日本成功应对“337 条款”的经验,值得我国企业借鉴。

2.9 积极应诉

任何一家企业都要尽量避免遭遇被“337 条款”起诉,但有时由于贸易保护主义的原因,我国企业不得不面对“337 条款”时,企业必须采取及时、主动应诉,可委托在商标和专利方面有特长的律师事务所,认真收集证据,积极抗辩,力争证明己方的专利权,对方知识产权的无效等。在选择法律事务时,要认准该事务所是否熟悉美国国际贸易委员会的诉讼程序,在商标或专利代理方面是否有特长。

企业积极应诉就有 50% 的获胜机会,放弃应诉,按照惯例,就等于放弃市场。在积极应诉时,我国企业须支付高昂的诉讼费用,同时美国起诉方也

要支付很大的费用。因为,知识产权诉讼的标的很大,费用高,如起诉公司的各种费用平均在 150 万美元,很多公司在开始时积极参与,最后承受不了而放弃。另外,在美国,一个公司的起诉并不意味着这家公司就一定获胜。所以,我国企业积极应诉,在错综复杂的国际贸易环境中,拿起法律武器,就可以很好地维护和捍卫自己的正当合法权益,使我国外贸出口更加健康地向前发展。

入世后,迅速崛起的中国对外贸易使得中国在国际贸易中的位次节节提升,同时,也步入了国际贸易摩擦的高发期。面对越来越多、越来越复杂的贸易摩擦,如果中国对外贸易想要继续向前发展,就必须认真和深入地研究国际贸易中的种种贸易壁垒,以期保护好我国的对外贸易,让中国不仅成为贸易大国,还要成为贸易强国。

【参 考 文 献】

[1] 李春富. 美国“337 条款”的危害性及应对策略[J]. 现代企业, 2004, (2): 25 - 26.
 [2] 周志俊, 闫玉秋. 浅谈中国企业如何应对美国“关税法 337 条款”调查[J]. 经济师, 2005, (4): 93 - 94.
 [3] 李少芬. 美国“337 条款”对我国贸易的影响及对策[J]. 特区经济, 2005, (5): 240 - 241.
 [4] WTO Business Information. 美国“337 调查”及我应对策略[EB/OL]. (2003 - 06 - 09) <http://www.wtoimctb.com/wto/wto/shownews.asp?typeid=4&newsid=132&typename=专家论坛>.