

# Research on Countermeasures of Ceramics Export in Guangdong, China under International Anti-dumping Environment

Chenyu Liu

Guangzhou College of Technology and Business, Guangzhou, Guangdong, 510850, China

## Abstract

In recent years, the ceramic products in Guangdong province have often become the focus of international anti-dumping investigations. These events have seriously affected the competitiveness of Guangdong province's export goods in the international market, and reduced the export market share of enterprises, triggering a series of negative effects, and thus had a significant impact on the domestic ceramic industry. This research focuses on the ceramic products of Guangdong Province, and discusses the three anti-dumping problems facing the export of ceramic products in Guangdong Province. Research further analyzes the Guangdong ceramic products by anti-dumping reasons, and on this basis, put forward a series of strategies and Suggestions, such as optimizing product structure, improve the level of production and research and development of innovation, establish and promote international brand, the formation of Guangdong province ceramic brand competitive advantage and strengthen the introduction of overseas experienced digital talent. These strategies and suggestions are designed to help Guangdong ceramic enterprises overcome the challenges of international anti-dumping and promote the sustainable development of the industry.

## Keywords

ceramic products; international anti-dumping; strategy research

## 国际反倾销环境下中国广东省陶瓷出口对策的研究

刘晨煜

广州工商学院, 中国·广东广州 510850

## 摘要

近年来, 广东省的陶瓷制品经常成为国际反倾销调查的焦点, 这些事件严重影响了广东省出口商品在国际市场上的竞争力, 并缩减了企业的出口市场份额, 引发了一连串的负面影响, 从而对国内的陶瓷行业产生了显著影响。本研究聚焦于广东省的陶瓷产品, 通过对广东省陶瓷产品出口面临的三个反倾销问题的探讨。研究进一步剖析了广东省陶瓷产品受到反倾销的多元原因, 并在此基础上, 提出了一系列策略与建议, 如优化产品结构、提高生产与研发的创新水平、建立和推广国际品牌、形成广东省陶瓷品牌的竞争优势以及加强海外经验丰富的数字人才的引进。这些策略和建议旨在帮助广东省陶瓷企业克服国际反倾销的挑战, 促进行业的持续发展。

## 关键词

陶瓷产品; 国际反倾销; 策略研究

## 1 引言

陶瓷艺术历史悠久, 紧密地与人类文明相织。中国的陶艺和技术是闪耀的文化遗产。广东省亦是陶瓷传统的发源地。古代广东已制作夹沙陶和轮制陶, 随时间演进, 陶艺技术不断精进。从秦汉时期, 广东陶器不止日用, 还有陪葬和建筑陶, 青釉瓷更是经南海远销海外。唐宋年间, 广东陶瓷

遍及全国, 技艺大幅提升。梅县水车窑、潮州笔架山窑、广州西村窑、雷州窑等, 产品远销东南亚至中亚。明清石湾陶器、广彩瓷器以质美闻名, 为中国陶瓷业的佼佼者。经千年, 广东陶瓷形成完整产业, 文化遗产得以传承。

## 2 研究目标

随着中国出口业务的持续增长, 结合世界贸易组织规则和各国日益严格的商业保护主义态度, 反倾销行动愈发频繁且强硬。这对广东省的陶瓷产业构成了严重冲击, 导致其屡遭多国反倾销调查与制裁。面对这种形势, 广东省陶瓷出口企业亟须制定有效的对策。对抗国际反倾销措施, 广东省陶瓷行业可施行若干策略, 如深入研究和关注国际市场, 精

【课题项目】“高质量发展”目标下广东省高新技术产品国际数字贸易发展潜力研究(项目编号: KYB202316)。

【作者简介】刘晨煜(1993-), 男, 中国河南安阳人, 硕士, 从事国际经济与贸易研究。

确市场分割和定位。此外,应优化供应链管理,减少生产成本,以抵御反倾销的影响。同时,加强与政府及行业协会的合作,寻求政策和技术支援。考虑到反倾销调查可能源于产业结构、产品质量和市场营销等问题,广东省陶瓷业应提升生产效率,更新产品结构品质,增强品牌知名度和声誉。在生产销售中,遵循相关法规和国际贸易规则也至关重要,以避免反倾销问题的复发。广东省陶瓷出口行业必须不断增强竞争力,面对国际市场的竞争和挑战。通过技术革新、设计和品牌建设、成本控制和和服务质量提升等多方面工作,增强核心竞争力,广东省陶瓷业才能提高市场份额和盈利能力,实现可持续发展和持久增长<sup>[1]</sup>。

### 3 广东省陶瓷产品出口遭遇反倾销概况

近期,广东省陶瓷出口业务不断遭受国际反倾销的质疑。尤其是在2019年美国、2012年欧盟及2014年巴西的调查中显著。调查结果暗示中国陶瓷出口涉嫌倾销及接受不正当政府补助,这破坏了市场的公平竞争并对外国企业造成损害。这些事件给广东省的陶瓷出口带来了极大的挑战与压力。笔者建议企业要密切关注国际市场趋势,精通海外市场的贸易流向,采纳行之有效的策略以回避贸易壁垒并减少反倾销的风险。政府也需采取措施维护产业合法权益,阻止非法交易,确保国际市场公平性。企业需致力于提高产品质量和价值,探索新市场,开拓销售途径,强化竞争力。同时,企业须增进对国际贸易规则的理解与运用,严格遵循这些规范,提升企业国际化程度。政府应强化对外贸企业的政策扶持和服务,提供商务咨询和技术援助,确保企业发展的有力支持。并且,政府应主动融入国际组织,争取广东陶瓷产业的更大发展空间和利益。

### 4 国际反倾销背景下广东省陶瓷产品出口现状

#### 4.1 广东省陶瓷出口规模

作为全球最大的陶瓷制造国,中国的产量占据了全球的半壁江山,广东省内的陶瓷业主要集中于佛山和汕头两大城市。该省的陶瓷行业不仅是重要的经济支柱之一,也为省内经济贡献了大量收益。但是,面对国际市场日益尖锐的反倾销争议,广东省陶瓷的出口业务遭遇了前所未有的挑战。自2018年欧盟对中国陶瓷产品采取反倾销行动以来,广东省陶瓷的出口遭受了重大冲击。到了2020年,广东陶瓷出口的负增长率达到了29.46%,多年来持续呈现负增长趋势。根据广东省统计局2021年9月的数据,该省的陶瓷出口量同比去年有所减少。

#### 4.2 广东省陶瓷出口商品结构特点

作为国内领先的陶瓷生产基地,广东省在陶瓷出口方面的表现十分显著。但广东省的陶瓷产品在市场上通常缺乏足够的竞争力,附加价值不高,销售价格往往低于平均水平。因此,企业经常依赖于大规模生产和低价销售来获得利润,这导致了其外汇创收能力较弱。

观察广东省陶瓷产品的出口结构,可以看到其主要出口产品为瓷器、陶器、卫生陶瓷和瓷砖,其中瓷器和陶器的出口量占据较大比重。尽管2019年广东省的陶瓷出口总量相当可观,涵盖瓷器、陶器、卫生陶瓷以及瓷砖等类型,但由于这些产品大多数竞争力不强,附加价值较低,它们的销售价格一般低于行业平均水平。这使得企业主要通过大量生产和低成本销售来获取利润,这种做法使得外汇收入能力受限<sup>[2]</sup>。

### 5 广东省陶瓷产品遭受反倾销的原因分析

#### 5.1 产能过剩,产品价格低廉

广东省在全球日用陶瓷生产中占有超过60%的份额,然而,其产品出口价格与国际同类产品相比仍有较大的差距。例如,在美国市场上,日本原产的20种中端陶瓷产品的售价是80.3美元,广东省的同类产品售价仅为13至34美元,全球平均的出口外汇收入水平是0.87美元,但广东省的人均外汇收入只有0.2美元,这是日本、英国和法国的1/7。广东省的其他陶瓷产品也面临类似问题,反映出一个严重的“隐性贸易逆差”。自2001年起,广东省陶瓷频繁遭遇反倾销调查,背后的深层原因是产能过剩、市场供应过量及恶性的低价竞争。多数由小型企业和低运营成本的外贸公司主导的广东省陶瓷出口,这些企业常常为了赢得订单而采取低价销售策略。这种策略导致市场上低于成本的销售价格越来越普遍。企业依靠出口退税政策来弥补低价销售带来的利润损失。但是,这种策略的长期使用对整个陶瓷出口产业的健康发展构成了威胁,也易于引发国际反倾销调查。长此以往,这对陶瓷产品的海外销售及企业的持续发展极为不利。

#### 5.2 产品同质化严重,企业品牌意识淡薄

陶瓷出口产品在全球市场的竞争力相对较弱,这主要是由于产品等级偏低、附加价值不足,以及缺乏独立创新的能力,常导致市场上产品同质化问题严重。市场上一旦有款热销产品出现,其他企业便纷纷仿效,使得同质化趋势愈发严重。虽然部分企业已开始注重技术和附加值的提升以增强市场竞争力,但相较于发达国家的技术水平,仍有较大的进步空间。因此,强化自主创新能力、提升产品档次和附加价值成为企业在激烈市场竞争中获胜的关键。目前,企业在新产品开发上的投入与国际品牌还存在显著差距。为了争夺市场份额,一些企业甚至采取了牺牲成本和质量以降低价格的做法,这不仅引发了恶性竞争,也难以塑造良好的品牌形象。而国际知名品牌如TOTO、科勒和美标因其持续保持的高品质和价格,在市场上仍然享有高知名度和竞争力。同时,广东省的陶瓷产品在品牌建设上的缺失,也是其出口价格偏低的一个重要因素。这些问题共同构成了广东省陶瓷产品频繁面临反倾销调查的根本原因。

#### 5.3 反倾销人才匮乏,部分企业应诉不积极

在面对国外的反倾销调查时,许多国内企业表现出不够积极的态度,应诉率相对较低。这主要是由于企业缺少处理反倾销诉讼的专业人才,对相关调查流程和知识理解不足。存在一种误区,一些陶瓷企业误以为一旦国外启动反倾销调查就意味着倾销行为成立,因而放弃了应诉,错失了辩护的机会。同时,参与应诉过程耗费大量时间、精力及资金,对于资源有限的企业来说是一大负担。特别是在市场份额较小的国家,如哥伦比亚,企业在面临反倾销调查时往往得不到充分的支持与资源。故此,陶瓷出口企业应更正对反倾销调查的看法,积极寻求外部支持与合作,提升应对调查的能力和水平。

在陶瓷出口领域,多数企业倾向于放弃应对反倾销调查,只有极少数愿意应诉的企业,往往因准备不足或提交的证据材料不全,导致其辩护不被调查机关接受。这样的结果进一步降低了企业应诉的意愿和积极性。

## 6 广东省陶瓷出口应对国际反倾销的对策与建议

### 6.1 优化陶瓷产品结构

为了顺应市场的变化和提升自身在激烈市场中的竞争地位,广东省的陶瓷企业需要调整和优化他们的产品线,强化研发和设计能力,创造创新性产品来迎合消费者的多元化需求。企业应增大研发资金投入,与高校和科研机构建立合作,加快技术创新的步伐。同时,企业还应注重环保和产品质量安全,使用可持续材料,减少环境污染,并确保产品符合安全标准。此外,通过与国内外企业的合作,引进国际先进技术,共同促进行业的整体提升。通过实施这些策略,广东的陶瓷企业可以有效提高其创新能力和市场竞争力<sup>[1]</sup>。

### 6.2 打造国际品牌,建立广东省陶瓷品牌优势

尽管中国拥有诺贝尔、马可·波罗、蒙娜丽莎等一批著名陶瓷品牌,但相较于法国、德国、意大利等陶瓷制造强国,它们在国际上的知名度较低,在高端市场的份额微乎其微。在全球贸易日益便利的今天,消费者对品牌的期望不断上升,这就要求中国的陶瓷企业更加注重品牌建设。广东省需发挥其民族和地方特色,塑造独有的品牌优势,正如湖南醴陵的釉下五彩和山东的骨质瓷那样,在世界范围内建立了知名度。一方面,广东省政府需要制定培养世界级陶瓷品牌的策略,打造陶瓷质量安全示范区,制定示范区内的产品质量标准,并通过加强国内外媒体的宣传,将其推向国际高标准的水平。另一方面,鉴于近三年来中国进口陶瓷砖的数量激增,广东省的陶瓷企业应借鉴国外高端品牌如伊莫拉、佛洛瑞、依丽斯等企业的成功经验,利用广交会、陶博会等展

览平台与之进行深入交流和学习。通过加强与国际知名品牌的互动与合作,学习其先进的生产和研发技术,建立起长期的合作机制。

### 6.3 健全海外有经验的数字化人才招聘

数字化人才对于广东省陶瓷企业的出口至关重要,他们能够通过数据分析支持决策制定、开辟新的销售渠道、预见并应对反倾销风险,从而增强企业的市场竞争力,减少反倾销带来的负面影响,推动企业的持续健康成长。因此,广东省陶瓷出口企业需要采取以下措施来加强数字化人才队伍的建设:首先,企业必须明确数字化人才的具体需求,细化所需的技术技能和专业能力,并清晰定义他们在组织中的角色和责任,例如需求涉及大数据分析、物联网、人工智能等领域;其次,企业应通过各种渠道进行数字化人才的招募,包括在线招聘平台、社交网络、招聘活动等,同时也可以利用内部推荐或人才中介机构等方式寻找适合的人选。此外,企业还应强化自身品牌影响力,提高其在数字化领域的知名度和声誉,吸引更多优秀人才,增强在激烈的市场竞争中的立足点。最终,企业需完善数字化人才的管理机制,包括职业规划、绩效评价、培训发展及晋升体系等,以激发人才的积极性和创新性,提升他们的工作效率和贡献度。

## 7 结语

欧盟针对中国本土陶瓷产品实施的反倾销行动已持续7年之久。至2018年结束的日落复核尚未得出结论,本研究聚焦于广东省陶瓷产品在国际反倾销大环境中的出口现状与应对策略。通过分析广东省陶瓷出口的规模、商品结构、主要出口市场及方式,识别了引起陶瓷产品遭反倾销的内部和外部因素。在此基础上,文章提出了抗衡国际反倾销的策略和建议,涵盖产品结构优化、提高生产和研发创新水平、打造全球品牌、加强国外经验丰富的数字人才引进,政府改善反倾销政策,增强“一带一路”倡议和市场经济策略的执行力度等。这些措施旨在助力广东省的陶瓷企业缓解国际反倾销的压力,增强其在国际市场的竞争能力和抗御贸易保护主义的实力。不过,实施这些策略时还需关注企业的产能优化、品牌构建和人才发展,以增加陶瓷产品的市场价值和国际市场份额。同时,政府也应强化政策支撑和协作,以促进陶瓷行业的持续健康成长。

### 参考文献

- [1] 曹晟.浅论陶瓷产业的反倾销对策[J].陶瓷论坛,2005(1):15-17.
- [2] 陈爱娟.中国陶瓷行业应对反倾销策略研究[J].现代商贸工业,2017(11):259-260.
- [3] 佛日.陶瓷出口三个痛点[J].中华建筑报,2003(6):1.