

文章编号:1003-8701(2010)03-0060-02

吉林省农产品应对反倾销定价策略研究

张云飞,赵丽红,包惠智,陈景翊*

(吉林工程技术师范学院,长春 130012)

摘要:以出口产品的价格策略为切入点,对吉林省农产品如何应对国外反倾销进行了分析,以期改变现有的定价策略并从根本上避免国外的反倾销指控。

关键词:吉林省;农产品;反倾销;定价策略

中图分类号:F304.2

文献标识码:A

Studies on Pricing of Agricultural Products in Jilin Province to Deal with Foreign Anti-dumping Against China

ZHANG Yun-fei, ZHAO Li-hong, BAO Hui-zhi, CHEN Jing-yi

(Jilin Normal Collee of Engineering & Technology, ChangChun, 130052 China)

Abstract: Cutting-in from price of export product, the pricing of Jilin province's exporting agricultural products to deal with foreign anti-dumping cases was analyzed in the paper. So the current pricing strategy could be changed to avoid foreign anti-dumping petition radically.

Keywords: Jilin province; Agricultural product; Anti-dumping; Pricing strategy

1 吉林省农产品的出口现状

农产品是吉林省外贸出口的重要商品。近年来,吉林省农产品出口呈现以下特点:第一,农产品出口具有一定的波动性。2001~2007年间的2004年和2006年相比上年均呈下降态势,其中,2004年降幅达到63%;而2002年、2003年、2005年和2007年相比上年均呈上升态势,增势最明显的是2002年,比上年增长42%。第二,农产品出口在全省出口总额中所占比重较大。2001~2007年间,农产品出口占全省外贸出口的比重分别为49.2%、57.7%、60.6%、28.0%、34.9%、26.7%和22.8%。其中,2002年、2003年、2005年比上年均有所上升,其余年份则均呈下降趋势。第三,亚洲是我省农产品出口的最主要市场。2004年全省农产品出口5亿美元,其中出口亚洲地区4亿多美元,占当年农产品出口总值的83%;2005年农产

品出口8.8亿美元,其中出口亚洲地区7.5亿美元,占当年农产品出口总值的85%;2006年农产品出口8.5亿美元,其中出口亚洲地区5亿美元,占当年农产品出口总值的60%。

2 我省外销农产品现行的定价策略

1980~2008年5月,国外对我国出口农产品进行反倾销调查的案件达40多起。其中亚洲发起的案件数量仅有7起,涉案产品的范围也相对狭小,只有大蒜、柠檬酸、面粉、生丝4种产品。亚洲是我省农产品最大的出口市场,所以我省并没有象其它农业大省那样成为国外反倾销的“重灾区”。但是为了从根本上避免反倾销指控的发生,制定科学合理的产品价格显得十分必要。

目前,我省外销农产品的定价方法主要是成本加成法,其理论计算公式是在单位产品成本(C)基础上加上某一固定百分比(R)作为销售利润,得到产品的最终价格P,即 $P=C(1+R)$ 。用成本加成定价法确定出口产品价格,各参数有据可依,简单易行。

而这种定价策略运用到国际市场上是极不科

收稿日期:2010-02-25

作者简介:张云飞(1980-),女,助教,主要从事国际贸易教学工作。

通讯作者:陈景翊,男,副教授,E-mail: 63577724@qq.com

学的。因为这种策略适用的前提是整个市场价格水平比较稳定,而国际市场上的价格波动却极频繁,此外,产品在国际市场上的价格是由产品的国际价值决定的,它与国内成本价之间必然存在较大差额。同时汇率的水平波动也会影响到成本价格的外币表现值。这种简单而不尽科学的定价策略目前在发达国家的外贸企业中已很少被采用。从我省的实际来看,由于劳动力成本较低,再以这种成本导向型策略来定价,产品进入国际市场后的折算价格必然异常地低,加之,我省部分出口企业为了争夺国外市场份额,极有可能再降低利润,使本来就低的价格再低更加不能为进口国同行所接受,难免极易受到蓄意倾销的指控。要改变这种局面,应该首先改变出口企业的定价策略,变“前向定价”为“后向定价”。

3 应对国外反倾销的定价策略

3.1 应对国外反倾销的“后向定价”策略

后向定价法,又称可销价格倒推法,是指企业根据产品的市场需求状况,通过价格预测和试销、评估,先确定消费者可以接受和理解的零售价格,然后倒推批发价格和出厂价格的定价方法。这种定价方法的依据不是产品的成本,而是市场的需求定价,力求使价格为消费者所接受。其理论计算公式为销售价格=市场可接受的零售价格 $\times$ (1-批零差率) $\times$ (1-进销差率)。其中,批零差率是批零差价与批发价格的百分比;进销差率是进销差价与出厂价的比率。

“后向定价”策略具体的实施步骤是:①调查了解产品的市场零售价;②倒推出厂价;③审核该出厂价的可接受性,包括对成本回收的影响,对利润、投资报酬率的影响程度等;④确定最终价格。这里要考虑本企业的目标,是扩大销售量及市场份额,还是保持原有的份额,亦或是追求短期盈利最大化等等。

实施“后向定价”策略的关键在于如何正确测定市场可接受的零售价格水平。在国际贸易中,要确定合理的出口价格必须对国际市场进行调研和分析,通过中间商、直接用户和驻外机构等多种渠道,了解国外市场供需状况、经济景气指数、该国同类产品生产和销售情况,既提高出口效益,又减少被反倾销的可能。因为反倾销调查的主要依据是产品的价格水平,而不存在过分低价促销,就

不会构成倾销事实了。

3.2 应对国外反倾销的联合定价策略

针对同行企业各自为战,盲目竞销的做法,本文提出联合定价策略,希望能够消除独立成本定价法的种种不足,有力应对国际上的种种反倾销行为。

联合定价的基本思想是,对于那些在全国范围内广泛分布,行业成熟度高,同时产品同质性高,容易引发价格竞争的劳动密集型出口产品,通过建立价格联盟,设立统一的最低出口限价标准,并严格执行,压制行业内不规范竞争,一致对外,共谋发展。行业协会在实现联合定价策略中能够发挥的作用包括两个方面:一是确保行业最低出口价格得以执行;二是使得联合定价能够作为一种长期策略运行下去。这样一来,联合定价不仅可以免除国内企业相互间的非理性竞争,还极有可能提高行业利润,有效地避免了进口国的反倾销关注。

事实上,联合定价对于缓解国外反倾销压力的有效性早已得到了证实。中国食品土畜进口商会果汁分会宣布自2004年7月1日到2005年6月1日提高对美国、日本出口苹果汁的最低限价标准(向美国市场出口最低限价提高到720~780美元/t,日本市场也提高到840美元/t),由于提高了最低限价,据海关统计,2005年1~8月,我国出口苹果汁的平均价格达到697.2美元/t,同比去年上涨7.3%。由于果汁出口价格的回升,有效遏制了出口的无序竞争,缓解了国外的反倾销压力。

联合定价策略的实现需要行业协会担当起维持行业最低价格,疏导行业参与者,平衡行业供求的重任。这就要求协会在会员企业中具有权威性,但实际情况是,目前我国行业协会的发展相对落后,大部分行业协会缺乏实权,所以必须对行业协会进行全方位的改革,否则行业协会难以在国际贸易争端(反倾销指控)中给予涉案企业足够的帮助。

参考文献:

- [1] 马明. 关于进一步推动吉林省农产品出口的研究[J]. 经济纵横, 2007(9): 51-54.
- [2] 叶红玉. 外贸企业产品出口销售价格的核算技巧[J]. 温州职业技术学院学报, 2007(5): 35-39.
- [3] 王厚双. 直面贸易摩擦—对外贸易摩擦预警机制的构建[M]. 沈阳: 沈阳辽海出版社, 2004: 354-361.
- [4] 曹建海. 过度竞争论[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2000: 120-125.