

贸易争端解决机制的演进之路

2月1日,美国宣布对中国有关产品加征10%关税。中方为捍卫自身合法权益,将美征税措施诉至世界贸易组织争端解决机制。按照世贸组织规则,中美双方有60天时间通过磋商方式寻求解决方案,如磋商未果,将再提请专家组裁决。

世贸组织争端解决机制由世贸组织前身关税与贸易总协定(GATT)框架下的争端解决机制演变而来,其最大的特点是进一步突出了平等、快捷、有效、共同可接受原则。

在关贸总协定时期,争端解决工作缺乏固定的时间表,专家组裁决容易被阻挠,导致大量争端诉讼久拖不决。

1986年9月,在乌拉圭埃斯特角城举行的关贸总协定部长级会议决定,进行一场旨在全面改革多边贸易体制的谈判,故称“乌拉圭回合”谈判。这次谈判历时7年半时间,于1994年4月在摩洛哥马拉喀什结束。

“乌拉圭回合”谈判协议强调,争端的迅速解决对于确保世贸组织有效运转作用巨大。协议将争端解决的程序细分为磋商调解、组建专家组、专家组起草和提交报告、成员采纳报告结论等环节,并通过对每一环节设定时间限制,将全过程时长控制在1年左右,如需上诉则延长至15个月。

协议的另一大贡献是确立了“反向一致原则”。在该原则下,除非所有成员一致反对,否则判决结果就可通过。

世贸组织自1995年成立以来,一直将争端解决作为其核心职能之一,截至目前,共受理633宗争端诉讼,并对其中超过350宗作出了裁决,有效地维护了国际贸易环境的稳定性和可预见性。

一个比较典型的案例是,1995年1月,委内瑞拉就美国对进口汽油采取比本国汽油更严苛的化学成分要求一事,向世贸组织争端解决机制提起关于

美违背“国民待遇”原则的诉讼。争端解决机制组建专家组,并在规定时间内作出了“认定美国违规”的判决。之后,美方提起上诉,但未能推翻专家组原判,美方随后同意修正国内有关法规,使其符合世贸规则,并将修订情况向争端解决机制进行了通报。

然而在很多情况下,贸易争端的败诉一方并不会积极配合整改。对于这种情况,相应的惩罚措施就非常必要了。由于世贸组织从性质上讲只是一个国际经济组织,本身并无执法权,因而授权利益受损方对违反规则方开展报复,就成为惩罚违规行为的主要方式。这种报复不同于单边主义报复措施,具有法律上的合规性和道义上的正当性,符合多边主义的原则和精神。

最为公众所熟知的授权报复,要数美欧航空制造企业补贴一事。美欧双方针对本国航空制造企业的补贴,长期以来一直是双方贸易争端的焦点,且由于双方对于世贸组织的补贴违规判决均未积极执行,因而催生了一系列的授权报复。2019年,世贸组织争端解决机制针对欧盟向空客公司的补贴,授权美国对欧盟输美红酒、奶酪、单一麦芽威士忌等产品加征总规模75亿美元的关税;2020年,争端解决机制又针对美国向波音公司的补贴,授权欧盟对美输欧烟草、旅行箱、游戏机等商品加征总规模40亿美元的关税。

近年来,随着贸易保护主义呈抬头之势,作为维护多边主义贸易规则关键设计的争端解决机制遭受了重创。程序严格是争端解决机制的最大特点。正是因为程序足够严格,争端解决的各个环节才能环环相扣,反之,任何一环的缺失都会破坏整个链条的有效运转。

当前,上诉机构无疑已经成为整个争端解决机制的“阿喀琉斯之踵”。

2017年上诉机构中的7位法官中先后有3位任期结束,2018年毛里求斯籍法官第二期任命未获得全部通过,2019年两名法官任期届满,2020年最后一位法官期满卸任。但由于美国的单方面阻挠,新法官的遴选程序始终未能取得进展,目前上诉机构已是有名无实。

美国对此的“官方解释”是,上诉机构存在“越权裁决”“审理超期”“超期服役”等问题。美国前贸易代表罗伯特·莱特希泽在其书中更是直白地谬称:“美国原本期待争端解决系统能够帮助美国的货物和服务打开其他国家的进口市场,但事与愿违,美国仅仅在极少数自己提出诉讼的争端中胜诉,而且还成了世贸组织中最常成为被告的国家。”“在针对美国的贸易争端中,美国在高达九成的诉讼中完全或部分败诉。”作者在书中毫不掩饰其气急败坏,揭示了美国在世贸组织“砸场子”的真正动机——通过破坏机制让自身违规行为免遭惩罚。

面对美国公然违反规则、破坏机制的做法,中国、欧盟等21个世贸组织成员共同发起了过渡性机制“多方临时上诉仲裁安排(MPIA)”,但由于加入成员不多,而且判决效力只对加入成员有约束力,无法真正替代争端解决机制。

应该说,争端解决机制的稳定存在和有效运转,对于维护基于世贸规则的多边贸易体系有效性具有重要意义。然而,当前世贸组织争端解决机制的完整性和有效性大打折扣,对于涉美个案争端的裁决效率和效力遭到削弱。为避免贸易冲突的激化与升级,多国已经发起过渡性机制,世贸组织也多次表示要建立一全面运作的争端解决体系。这些动向足以表明,基于规则的贸易多边主义仍是主流,运转顺畅的争端解决机制是人心所向。

去年年末,世贸组织理事会主席奥尔伯格表示,争端解决改革谈判取得“重大进展”。但奥尔伯格同时也表示,还有很多工作要做,包括从2025年初起与感兴趣的代表团举行磋商,听取关于进一步推进争端

解决改革工作的意见。其表态说明,截至目前,技术层面的进展尚未推动政治层面的破局,而后者关乎争端解决的前景,更关乎世贸组织存在的意义。



开往春天的中国

斯坦工程的光伏设备……成为“钢铁驼队”的常客。”山东高速齐鲁号国际陆港发展有限公司副总经理付世豪对此深有感触。在他看来,愈加密集的班列线路像一条条分布在亚欧大陆上的毛细血管,将资源要素输送到沿线各个角落。

付世豪介绍,山东中欧班列在境外已设立塞尔维亚等两个集结中心,通过境外集结中心与境内集结中心联动,为境内企业提供便利、高效的运

20时许,正面吊司机孟祥春轻推摇杆,稳稳地将一个装有激光设备的货柜抓起。他一边左右探头,仔细检查货柜与车厢的间距,一边缓缓将货柜放入列车空车厢内,整个过程用时不到3分钟。

“两年前,吊装货柜还没有这么快。货物装箱加固后,货柜偏重等情况时有发生,不少货柜需要场站工作人员重新装箱。”谈及早年吊装运输的“麻烦事”,孟祥春记忆犹新。

货柜“头重脚轻”,工人拆箱返工导致物流成本增加,一度让不少企业在选择中欧班列时“犯嘀咕”——山东中欧班列究竟方便在哪儿?

很快,一群上门服务的铁路人给企业吃下了“定心丸”。2024年,负责山东中欧班列运营的山东高速集团积极对接铁路物流中心和订舱企业,由铁路工作人员上门手把手指导如何按照集装箱装载加固要求装箱。随着装箱发车流程的不断优化,山东中欧班列稳定、高效的优势愈加突出,订舱信息纷至沓来。

“潍柴的发动机、邦德激光的切割机、山东电建三公司援建乌兹别克

张钟邵鲁美

前,济南中欧班列运行线路覆盖23个国家50个城市,通达中亚五国及俄罗斯、白俄罗斯、波兰、德国、匈牙利、塞尔维亚等国家。2024年,济南共开行中欧班列数量达到1029列,居全国前列。

23时许,完成装箱的列车缓缓驶出车站。目送班列远去,国铁济南局济南铁路物流中心董家镇营业部经理侯森掏出手机点开天气预报,上面显示,一周后济南气温将达12摄氏度。“忙了一冬天,等这班车抵达目的地,济南的春天就更近了。”

(据新华社电)



印象

“中国红”点亮“伦敦眼”

吉亚桥

“现在是伦敦时间下午3点,地面温度5摄氏度,感谢您搭乘此次航班。”经过10个小时飞行,来自浙江的钱杉女士抵达春节度假目的地英国。她兴奋地说:“今年是‘春节’申遗成功的第一年,我想体验一下在海外过年有什么特别之处。”

一边旅行,一边过年,正成为很多人的假期新选择。统计显示,今年的春运出境搜索指数同比增幅高达51%。线上旅游平台携程发布的数据显示,春节假期的首日,中国出境游订单量较去年同期呈现两位数增长,海外租车和门票订单涨幅超过七成。

在伦敦,春节元素已悄然融入城市的大街小巷中。

除夕当晚,英国地标建筑“伦敦眼”亮起了象征喜庆与繁荣的红色灯光,热闹的舞龙舞狮表演让泰晤士河畔充满中国年味。

事实上,伦敦与春节的缘分已经持续了多年。自2002年起,每年春节后的第一个周末,伦敦特拉法加广场都会举行新春庆典,这也是亚洲以外规模最大的春节庆祝活动。

乙巳蛇年的第一个周日,恰逢中国正月初五。长年阴雨绵绵的伦敦难得放晴,特拉法加广场周围灯笼高挂,当地民众和游客早早来到这里,许多小朋友拿着蛇元素的玩偶,拉花坐在父母的肩头,等待观看表演。

主舞台上的表演以高桩舞狮和舞

龙拉开序幕,传统舞蹈、川剧、武术等轮番登场,为观众带来一场传统文化盛宴。

舞台之外,特拉法加广场周边和唐人街主要街道上美食飘香,年货集市以及非遗体验区里人头攒动。在这里,游客们不仅可以满足口腹之欲,还能欣赏精美的手工艺品和非遗展示,许多人跃跃欲试,也想像摊主一样挥毫撰写春联,感受汉字之美;捏制蛇形泥塑,寓意新年好运。

伦敦市副市长黛比·威克斯-伯纳德表示,中国春节让伦敦充满活力。而且,可能是沾了“第一年”的光,今年伦敦的庆典活动尤其受到瞩目,吸引了超过70万英国民众及全球游客参与。

在体验春节文化的同时,春节经济也在遥远的大洋彼岸火了起来。英国本土特色的商品不乏添加春节元素的设计小巧思;伦敦摩天大楼“碎片大厦”内的餐厅,将英式下午茶与广式点心结合,推出春节下午茶套餐;福南梅森是以茶点为特色的百货商场,琳琅满目的货架上,印有红色灯笼和生肖蛇的春节限定饼干礼盒成为畅销品。

购物过程中,中国游客惊喜地发现,一些商场不仅可以直接使用支付宝或者微信支付,还能领取减免红包。例如,在英国比斯特购物村,支付宝用户可以享受部分商品额外九折优惠,携程会员可以享受限时返现活动。

当地旅行社也纷纷推出包含中文

讲解的特色游览路线。客服表示,美术馆游、博物馆游和城市漫步游几乎场场满员。

消费市场是观察全球文化交流的重要窗口,而春节假日又是所有时间节点中最有特色的一个。沿着伦敦著名的购物商圈逛一逛,头顶是高高挂起的大红灯笼,四周则是早已融入当地人日常生活的中国品牌;摄政街上的大疆店内,无人机和配套的摄像设备吸引了全世界摄影爱好者前来选购;牛津街上的泡泡玛特,既有众多经典IP潮流玩具,也有限定“手办”,店内还设有互动区域让顾客组装和定制属于自己的潮玩产品;邦德街附近的波司登旗舰店里,1层和2层陈列着男女装和童装,3层则作为档案室展示服装产品的技术细节和品牌历史;比亚迪、名爵等中国汽车品牌早已“驶入”英国市场,目前有超过1800辆比亚迪纯电动巴士在英国道路上运营……科技、文化、时尚,中国品牌在国际市场上遍地开花,为世界经济增添了新的活力。

当全球多个地标点亮“中国红”,中国与世界同享节日喜庆、共享发展机遇的美好一幕,像绚烂的烟花点亮了夜空,在不同颜色的瞳孔中留下唯美的光晕。正如在伦敦的春节庆典活动中,不同肤色、不同文化背景的人们身着各式节日盛装,欢笑声、音乐声交织在一起,对于蛇年的所有美好祈愿,尽在一声“春节快乐”中。