

國際投資貿易情報

(比利時卷)

中国制造网 买家服务部

2009/11

强势品牌 踏实诚信 专注专业

www.Made-in-China.com

目录:

前言：比利时简介	
比利时对外国公司管理规定	PAGE 4
比利时商业习惯与禁忌	PAGE 4
比利时进口许可证规定	PAGE 5
比利时进出口特殊要求	PAGE 5
投资比利时：针对中国投资者的政策	PAGE 6
比利时肉产品出口特点及对我借鉴	PAGE 7
比利时家具行业数据分析	PAGE 8
比利时光伏产业现状	PAGE 8
比利时海关监管及通关程序	PAGE 10
比利时的医疗器材市场	PAGE 10
比利时涂料和油墨工业与市场	PAGE 11

免责声明

本报告的信息均来源于公开资料，我公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。我们已力求报告内容的客观、公正，但文中的观点、结论和建议仅供参考，投资者据此做出的任何投资决策与本公司和作者无关。

本报告版权仅为我公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用、刊发，需注明出处为焦点科技股份有限公司，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

国际投资贸易情报——比利时卷

Edited by: Sun tao



前言：比利时简介

比利时王国 (法语: Belgique, 德语: Belgien) 是一个与荷兰、德国、卢森堡和法国接壤的西欧国家。首都布鲁塞尔是欧盟总部和北约总部所在地。

官方语言 荷兰语、法语、德语 首都 布鲁塞尔

总面积 32,545 km² 总人口 10,309,725 (2002 年)

货币 欧元 1、比利时欧元硬币

时区 UTC +1

国际域名缩写 BE

长途电话代码 32

无论是地理上还是文化上,比利时都处于欧洲的十字路口,在过去的 2,000 年内,她见证了各种种族与文化的兴盛与衰败。也正因为这样,比利时是欧洲真正的种族熔炉,凯尔特人、罗马人、德意志人、法国人、荷兰人、西班牙人和奥地利人在此都留下了文化的痕迹。罗马将军凯撒于前 54 年征服高卢北部,即现在的比利时,当时比利时主要由凯尔特人居住。罗马帝国崩溃后,日耳曼部落于 5 世纪大举入侵比利时,其中的的一支,即法兰克人随后建立了梅罗文加王朝,其领土包括了现在的比利时。梅罗文加王朝之后由卡洛林王朝取代。比利时后来几经转手,各个地区曾由荷兰、勃艮地、西班牙、奥地利等国统治。拿破仑时期,比利时为法国的一部分,拿破仑一世战败后,比利时并入荷兰。1830 年,比利时爆发比利时革命,从荷兰统治下独立,成为世袭君主立宪王国,并选择了一个德国人、萨克森-科堡-哥达公国的王子利奥波德作比利时第一任国王。比利时立国后奉行中立政策,但在两次世界大战中都被德国占领。二战以后,比利时放弃中立原则,参加了北约。后来又参加了欧洲经济共同体(即欧盟的前身)。比利时历史上有一个主要的殖民地:比属刚果,即现在的刚果民主共和国。比属刚果于 1885 年由柏林会议赠给当时的比利时国王利奥波德二世。利奥波德将此地命名为刚果自由邦,并收为自己的私人领地,进行残酷的统治,同时大量种植橡胶,以满足当时世界对橡胶轮胎的需求。在国际舆论的压力下,利奥波德于 1908 年放弃了对刚果的私人统治,把刚果交予比利时政府,后来比属刚果于 1960 年独立。在过去的半个世纪中比利时作为一个现代化、高科技的欧洲国家而兴盛,她同时也是北约和欧盟的成员国。但是北半部说荷兰语的弗拉芒人(Fleming)和南半部讲法语的瓦隆人(Walloon)之间长期的紧张关系最终导致了近些年的宪法修正案,赋予比利时南北两半正式的自治权,因此比利时现在是一个联邦国家。

比利时经济

1. 自然资源

煤蕴藏量为此 37 亿吨,其中有开采价值的 8 亿吨,瓦隆地区的煤层已开采殆尽。此外尚有少量铁,锌,铅,铜等。森林面积约 60 万公顷,占全国总面积的 20%。

2. 经济简史

比利时是发达的资本主义国家,战后经济恢复较快。50 年代国民生产总值年平均增长 2.4%,60 年代平均增长 4.8%,70 年代由于爆发经济危机,增长速度放慢,年平均增长率为 3.6%,80 年代初再次受到经济危机的影响,增长速度降到战后最低点,1980—1982 年平均增长 0.3% (1981 年负增长 1.2%)。1983 年经济开始缓慢回升。1982—1987 年平均增长率为 1.3%。

3. 经济概况

发达的资本主义工业国家,经济高度依赖国际经济环境,80%的原料靠进口。50%以上的工业产品供出口。高债务和高失业仍是经济发展中存在的主要问题。

4. 行业概况

(1). 农业概况

战后农业在国民经济中的地位不断下降,农业产值占国民生产总值的 2%。农业就业人口约 10 万。比利时农业已实现生产的高度集约化,农业劳动生产率和农产品自给率大幅度提高。比利时农业以畜牧为主,畜牧业以养牛和养猪为主。比利时种植业发达,以园艺业为主,盛产蔬菜和花卉。比利时肉类产品自给有余,但是粮食的自给率在 90%左右。

(2). 工业概况

工业产值约占国内生产总值的 30%，主要工业部门有钢铁、机械、有色金属、化工、纺织、玻璃、煤炭等行业。工业就业人口占总劳力的 27%。

(3).服务业概况

服务业发展迅速，产值占国民生产总值的 65%，就业人数占总劳力 70%。1995 年产值为 51028 亿比郎。

比利时人口

比利时全国总人口为 1050 万，人口密度 (336/km²) 仅次于荷兰及一些欧洲小国，为欧洲人口最稠密的国家之一。民族以弗拉芒族 (约占 60%) 和瓦隆族 (40%) 为主。比利时有三种官方语言：荷兰语、法语和德语，分别对应组成联邦的三个社区。半数以上的人口说荷兰语 (55%)，法语是第二大语言 (44%)，少数人讲德语 (1%)。比利时所使用的标准荷兰语和法语与荷兰和法国所使用的略有不同。而许多人日常使用的母语是各种弗拉芒或瓦隆方言，这些方言与荷兰或法国使用的荷兰语和法语相差很大，通话较难。首都布鲁塞尔以荷兰语和法语为官方语言，居民说法语为主。

比利时地理

比利时位于欧洲大陆西北部，与英国隔海相望。北邻为荷兰，南接为法国，东南临卢森堡，东与德国接壤。国土面积 3.05 万平方公里。比利时分为三大地理区域：西部的海边平原、中部的高原、以及东部的阿登山脉。西部平原地势平坦，有诸多围海造出的洼地。中部为渐渐升高的平原地区，土地富饶，河流众多，灌溉充分，同时也有一些洞穴和峡谷。东部为阿登山脉，地势升高，最高点海拔 694 米，多森林，多处基岩裸露，不宜耕种。这也是比利时大多数野生动物的栖息处。比利时主要河流有：斯凯尔特河 (荷：Schelde；法：Escaut)，流经图尔奈、根特、安特卫普，和默兹河 (法：Meuse；荷：Maas)，流经那慕尔、列日。比利时属于温带海洋性气候——温和、凉爽、多雨，夏天平均气温 25° C / 77° F，冬天平均气温 7.2° C / 45° F。全年最低与最高气温一般在 -12.2° C / 10° F 和 32.2° C / 90° F 左右。主要城市有：布鲁塞尔 (人口：959,318)、安特卫普 (人口：445,570)、根特 (人口：224,685)、查内尔 (人口：200,233)、列日 (人口：184,550)。

比利时对外国公司管理规定

根据比利时有关法律，在国外注册的外国公司可以在比利时成立分公司，而且不必经过政府许可，但某些行业除外。例如外国公司如想在比利时开展银行金融业务，则需得到比利时银行委员会的同意。主要机构设在比利时的公司，即使它是外国法人，也同样要受到比利时法律的约束。

在比利时设立分公司的外国公司，必须将本公司的情况提交比利时有关的商事注册机构备案，并且公告该公司的章程，其方法与比利时公司一样。同时，这类公司还需将公司年度帐目提交商事法院备案，并由该法院转送比利时国家银行，以便公众查阅。

外国公司在比利时从事经营活动时，也必须像比利时公司一样在信函、文件及各种单据上载明有关的内容。外国公司可以以股份有限公司形式在比利时设立子公司。与此相反，外国公司不得以私人有限公司的形式在比利时设立子公司。因为私人有限公司的成员只能是自然人。

如果外国公司要在比利时发行股票和债券，以及使这些股票和债券在证券交易所上市，则必须将有关本公司的情况提交商事注册机构备案，并且在两家报纸上公布。

外国公司发行的募股说明书须经比利时银行委员会批准。

外国人可以担任比利时公司的董事或经理，但是这些外籍董事或经理作为具体执行人在比利时行使职责时，必须持有比利时政府颁发的“职业证”。欧盟国家公民不受此条款限制。

外国人可以购买比利时公司的股份，但是如果这种购买将会导致购买者控制比利时公司时，则必须事先通知比利时政府的经济事务大臣。

比利时商业习惯与禁忌

服饰要求

无论是南部的瓦隆人，还是北部的佛兰芒人，比利时一向对服饰非常重视。因此，在进行商业谈判的时间和场合，男人应西服革履，女士则身着时装。与美国相比，比利时人服装较为正统，在晚间社交活动场合更是如此。我国的商贸人员在与比利时人打交道时，也应十分重视衣着打扮。否则，即使对方表面上似乎不在意，但是内心很可能看轻你了。而这对商业谈判很有影响。

约会礼节

事先约会已成为一种习惯。守时观念比较强，无论参加什么样的约会，迟到会令对方很不高兴，因此迟到者应主动表示歉意。然而赴约会也不可过早到达，以提前 5 分钟较为适宜。

商务活动时间的选择

应当尽量避免在 7 月和 8 月安排商业旅行，因为这段时期人们大多外出度假，难以接待商业来访。在诸如圣诞节等公共节假日期间也同样不适宜安排商业谈判活动。周末也是如此。

告别礼节

刚到或者离开办公室时，应与每个人握手，握手时简捷而有力。

比利时进口许可证规定

比利时卢森堡同许多国家一样对进出口商品有非关税控制。对来自阿尔巴尼亚、保加利亚、中国、捷克斯洛伐克（现为捷克和斯洛伐克两国）、香港、波兰、罗马尼亚、越南和前苏联等国的某些产品实行进口许可证制度，但对大多数商品来说，取得进口许可证还是很容易的。比利时和卢森堡对来自比卢经济同盟以外的欧共体国家的某些产品也同样实行进口许可证制度。这类产品包括纺织品、钢铁产品、农产品、食品、煤、石油产品、钻石、粗加工黄金制品、武器等等。其他商品无需申请进口许可证。

比利时和卢森堡经济同盟与欧共体一样对某些商品实行配额限制。对来自欧盟成员国以外的纺织品均规定了不同数量的进口限额。此外，比经济同盟还对进口的钢铁产品实行最低限价制度。

从欧共体以外国家进口欧共体共同农业政策涉及的产品时，比利时和卢森堡要征收进口税。欧共体有从欧共体以外进口农牧产品的规定同样适用于比利时和卢森堡的进口规则。

比卢管理委员会有权颁发贸易许可证，决定进口政策，但是它现在已经把颁发进口许可证的权力移交给比卢两国的进出口管理部门。

比利时进出口特殊要求

在比利时和卢森堡进口某些门类物品时还应提供如下特殊单证：

1. 进口新鲜或精炼油脂、精制式腌制的肉类等均须提供检疫证书。证书由动物屠宰国的兽医提供。进口鲜肉须经比利时农业部兽医监察官批准。

2. 进口动物（如狗、猫、牲畜等）、鱼、鸟、蜜蜂、野兔和家兔的毛皮等物品。需要提供健康证书。此外还要注射狂犬疫苗。

3. 家禽进入比利时，必须有健康证明，表明可以屠宰。但屠宰前还需经过目测检验，并在屠宰后进行仔细检验。

4. 活的植物、嫁接植物、西红柿与茄子、新鲜水果（如苹果、梨、桃和柑桔等），必须有原产国植物检疫机构出具证明没有受到病虫害侵害的卫生证书。证书用法文或佛兰芒文书写。进口到比利时的马铃薯需要出具用法文和佛兰芒文书写的卫生检验证书，作种子用的马铃薯还必须提供证明原产地没有发生过病虫害的植物检疫证书。在这些马铃薯的生长期内还应进行检查。进入卢森堡的马铃薯和植物，以及西红柿、茄子等需要出具植物检疫证书，以表明原产地没有出现病虫害。生长在或者来自距病虫害区至少 20 公里以外地区的产品被视为没受病虫害传染产品。

5. 进口到卢森堡的制成品咖啡、咖啡精及咖啡代用品、茶叶及其代用品、食盐、香料及带有香料的食品、食用油及脂肪、食品添加剂、家禽、发酵粉、食糖、果汁及同类产品，以及蛋品等，必须按照专门法规办理。在比利时，茶叶、茶精及茶代用品属专门法规范围产品。可可及巧克力制品，须按欧共体 1973 年 7 月 24 日颁布的 73 / 241 / EEC 专门法规办理。蜂蜜须按 1974 年 7 月颁布的 74 / 4091 / EEC 法规办理。凡是出口到比利时的软饮料必须符合有关软饮料定义标准的要求；这类饮料若要在市场上零售则必须标明其成分。外包装所使用的字母形式和规格也必须符合有关规定。生产、出售和使用与食品接触的物质和材料也需符合专门规定。

6. 出口到比利时的化妆品必须符合成分中有毒物质的含量限制标准，有些物质不允许使用，有些物质只能限量使用，色素材料的使用也受到限制。比利时和卢森堡采用欧共体 76 / 768 号关于化妆品和个人卫生用品的法令。根据该法令，凡在欧共体国家市场出售的化妆品均应将其所含物质成分报告有关当局以便保护消费者。法令中的确规

定了在化妆品中严禁使用和限制使用的物质种类。还规定了已批准使用的颜料制剂和暂时允许使用的物质和颜料种类。

7. 进入卢森堡的农药及药品须经农业部批准；进入比利时则须经农业及公共卫生部批准。

8. 比利时对进口的动物园饲料的杂质及农药残存量有最高限量标准。

9. 进入比利时和卢森堡的葡萄酒必须符合欧共体证书要求，证书必须证明符合原产国的质量标准以及酿酒学的要求，并附有分析报告。

10. 欧共体从1988年开始实施机动车尾气排放标准。目前已经对发动机排气量在1400毫升以下、1400-2000毫升，以及2000毫升以上的各种新型汽车的尾气排放制定了相应的标准。欧盟还对摩托车噪音标准做了规定：发动机排气量80毫升以下的摩托车噪音不得超过78分贝；125毫升以下的，不得超过80分贝；350毫升以下的，不得超过83分贝；500毫升以下的，不得超过85分贝；500毫升以上的，不得超过86分贝。任何在欧共体市场上出售的摩托车都必须获取声音等级证书。

11. 在欧盟国家存放的任何有毒物质，如果每年存放量超过1吨，必须事前45天通知所在国的主管部门。同时应提供下列信息：物质种类、生产数据、物理化学属性、毒物学和生态毒物学数据等。这些信息将由有关部门审查以确定该物质是否符合现行规定。从1993年1月开始，欧共体开始实施一系列有关安全、环保和消费者保护的新法规，其中有各种证书要求。例如自我证明，第三者证明，制造者质量系统的国标9000注册登记。因此某些进入欧共体市场的产品将要求按照欧共体法规进行国际标准9000的质量登。

投资比利时：针对中国投资者的政策

避免双重征税协议

2004年，比利时第一个与香港签署了避免双重征税协议。根据该协议的规定，个人所得税率为5%，利息税不超过10%。该协议还规定对股息免征代扣所得税，这样通过减少汇寄到香港的收益所需承受的税收负担，为比利时的香港投资者带来了丰厚的收益。如果比利时企业的香港股东所持股票比率超过25%，该公司向其支付的股息也可免征所得税。

另一点值得注意的是，目前比利时正在与中国政府就两国避免双重征税协议的修订事宜进行磋商，意在降低股息、利息和版税方面的个人所得税率。现存协议规定个人所得股息税率不超过10%。

投资保护协议

2005年6月，中国与比利时-卢森堡经济联盟签署了关于互相促进和保护投资协议。该协议规定，任何来自协议另一方的投资者可享受“国民待遇”（与本国投资者同等的待遇）和“最惠国待遇”（给予另一方投资者的优惠待遇不得低于给予任何第三方投资者的优惠待遇）。另外，任何与投资有关的支付均可享受免费转账，包括建立或扩大投资所需资金、投资收益以及部分清算投资所得收益等。

投资基金

比中两国一致同意建立一项新的投资基金，以促进比利时的中国投资的发展。该基金主要通过购买未上市中小企业的股权来进行运作。这一新的基金将按照“中国-比利时直接股本投资基金”(China-Belgium Direct Equity Investment Fund)的模式进行操作，而后一基金的主要目的是支持中国混合资本的中小企业的发展。

民航运输协议

最近比利时与中国对双边民航运输协议进行了修订，为两国的旅客和货物运输行业提供了更多机遇。修订后的协议规定了“第五航权”，允许两国的航空公司可在其航线的任一获允许地点上下旅客和货物。

北京--布鲁塞尔直飞航线

从2006年7月开始，海南航空公司开通每周多趟北京-布鲁塞尔直飞航线（飞行时间为10小时）。

信用风险保险

2005年，中比两国从事出口信用保险的龙头企业，中国出口信用保险公司和比利时出口信用保险公司(Delcredere/Ducroire)签订了合作协议。根据该协议，在中国注册的欧洲企业在向中国企业出售或进口产品时，可通过中国出口信用保险公司对信用风险进行评估和投保。同样，欧洲的中国企业从事商业往来时也可通过比利时出口信用保险公司减少投资和出口方面的风险。

比利时肉产品出口特点及对我借鉴

一、比利时畜牧业基本情况

比利时 1830 年建国，1850 年开始了欧洲大陆最早的工业革命。自此，比利时农业在国民经济中的比重不断下降，当前农业产值仅占国民生产总值的 1%；农业劳动力比重自 1880 年的 25% 下降到 2006 年的不足 2%，现在农业就业人口约 10 万。与欧盟其他成员国一样，农业所占国民经济比重与农业就业人口不断下降的状况目前仍在继续。

由于农民数量下降的速度比农业用地总面积下降的速度更快，导致农民人均耕地面积的增加，从 1880 年的 1.5 公顷/农户增加到 2006 年的 15 公顷/农户或者是 28 公顷/农场。比利时农业以畜牧为主，畜牧业又以养猪和养牛为主。此外，比利时种植业发达，园艺业尤其发达，盛产蔬菜、花卉和水果。农业劳动生产率和农产品自给率大幅度提高，肉类产品自给有余，但是粮食的自给率在 90% 左右。

根据最新的统计数据，2006 年比利时牲畜存栏数依次为：猪，622.8 万头；牛，248.3 万头；小牛，15.5 万头。在比全国 3 个大区中，北部弗拉芒大区猪肉产量占全国的 82%，小牛肉占 98%，牛肉占 62%，弗拉芒大区畜牧业产值、出口额远高于南部瓦隆大区，而布鲁塞尔首都大区畜牧业产值为零。

尽管国土面积狭小，但比在欧洲肉类市场却是一个重要的参与者，在其农产品出口中占据主导地位。2005 年，共出口 68.3 万吨鲜猪、牛及小牛肉，加上禽类、羊、马等肉类产品，比共出口 137.15 万吨，出口额 29.53 亿欧元，在欧洲肉类产品净出口排名中位居丹麦、荷兰、西班牙、德国之后，名列第五。

在比利时的肉类出口中，猪肉占据主要位置，如 2005 年共出口猪肉 57.6 万吨，占肉类出口总额的 41.9%。比利时已无传统意义上的农业部，其农业规划、对外谈判、卫生检疫由联邦中小企业与农业部、经济部、卫生部食品安全局等分别管理，各大区及省农业部承担着协调农业生产的主要任务，负责地区级农业支持政策的制定与执行，以维护当地农业地位和保证农民利益。而各大区均成立了主要由本区财政负担的负责农产品出口的促进机构，支持本地农产品（肉类、园艺产品、粮食、奶制品等）的出口。

从统计数据上看，比 90% 以上的肉类产品出口到欧盟其他成员国（猪肉占 95%），盟外市场主要是美、日等国。依据这一市场分布特色，比市场推广活动主要集中于欧盟国家。但对美、日、韩等潜力市场，亦予以不同程度的关注和开发。

二、比利时促进肉类出口主要做法

弗拉芒大区设立了专司农产品出口促进的弗拉芒农业及渔业产品推广中心（VLAM），其与比利时肉类产品办公室为一套人马、两块牌子，代表农业及渔业生产者的利益，为业界拓展海外市场提供政策、法规、信息等咨询服务，进行市场调研和分析，定期组织企业参加或主办各种展览会，通过投放广告等方式扩大弗区农产品知名度，并在两个最主要的海外市场—德、法设立办公室（比 2005 年对德出口猪肉 28.67 万吨，几占其出口总量的一半），以更迅速地捕捉信息和商机，反馈市场需求，调整策略。VLAM 的运营主要依赖弗拉芒大区政府的支持，其余部分资金来自欧盟农业补贴、业界为开展各类推广活动所提供的赞助、VLAM 通过提供各项服务所得收入。

针对欧盟国家市场需求、销售渠道、物流方式选择的差异，比肉产品出口按图索骥，及时调整出口流向，最大限度满足销售商和终端客户的需求，赢得商机。如德国每年进口大量猪肉制作香肠，除瘦肉率外，对肉质要求不高，瘦肉率极高的比利时猪肉（平均为 59%）大显身手；英国火腿销售量最大，对原料肉的质量要求很高；而饕餮之国法兰西，出于美食、加工等需要，对猪肉、牛肉、小牛肉的不同部位需求不一，相当挑剔。比行业协会、出口商、生产商每年都要与德国、法国、荷兰、英国、意大利等主要客户多方沟通，广泛进行市场调研，根据市场变化调整生产、出口策略。

进入 21 世纪以来，比猪肉产量及消费量呈逐年下滑之态，出口量亦有所波动，与他国在海外市场的竞争日趋激烈。瑞士著名的 GIRA 肉类俱乐部所做的预测显示，2004-2015 年，欧盟 25 国鲜肉零售量增幅仅为 0.1%，这意味着激烈的价格战在所难免。VLAM 深感本国缺乏像丹麦、荷兰等大的生产及销售集团，在规避风险、拓展市场、品牌塑造上处于不利地位，但考虑到保护农业及稳定就业，比传统的农户式畜牧生产格局又很难在短期有较大改观。

三、几点启示

中比两国虽然国情有别，资源各殊，但比肉产品出口的成功做法、经验及缺失对我扩大农产品出口仍不乏借鉴意义。

（一）远交近攻。从比利时肉产品出口市场集中于欧盟国家便不难看出，农产品（粮食、油料作物等大宗产品除外）应主攻周边国家、地区市场，如日韩、港澳和东南亚。上述市场虽对我农产品有一定认知，但市场广度和深度尚大有

挖掘余地。在充分开发周边市场的同时，以点带面，积极、稳妥地拓展欧美等新市场，培育潜在客户。

(二) 细分市场。要针对市场需求的不同，选择主打产品，有的放矢。特别值得注意的是，必须认真、细致地研究不同国家(地区)的销售体系、物流特点以及民众食用、购买习惯，顺势而为，方能奏效。

(三) 扶大助小。国际农产品市场竞争日趋激烈已是不争的事实，除了美、法、加、荷等发达国家不愿放弃形形色色、或明或暗的补贴，继续扭曲市场竞争外，巴西、印度等发展中国家亦形成对国际市场强烈的冲击。以德国肉产品市场的变化为例，廉价超市肉类产品销售份额将从2004年的22%，增至2015年的33%，其他国家市场也会或多或少地出现类似趋势。不同销售业态市场份额的此消彼长，客户总体趋势的改变—尽可能低的价格，尽可能少的供货商，会进一步加剧对出口商(生产商)的价格压力，因此，工业化、集团化加工、生产、销售更具成本优势，在市场竞争中具有较强议价能力，处于有利地位。从比利时农业生产结构调整进展缓慢便可看出，早调整，积极主动，晚调整，消极被动。我们应在鼓励农民更多地从事养殖、种植，利民、富民的同时，采取有效措施，加紧培育农产品生产、销售集团和龙头企业，鼓励有实力的企业以兼并或入股等多种形式，收购国外农产品生产、加工特别是销售企业及二线品牌，加以培育，提升自身实力和知名度，逐步渗透、染指海外主要市场。

(四) 官民合作。国家应在不违背国际贸易准则的前提下，提供必要的、充足的财政支持，在重点海外市场设立农产品促销、推广机构，整合政府、企业、协会等各方力量，促进出口。以目前的建制，无论是使馆经商处，还是贸促会代表处，对农产品的推广大多既无心，亦无力，听之任之，鲜有作为。

(五) 主动推广。为促进农产品出口，扩大影响，应通过多种渠道大力加强宣传、推广力度，提高中国农产品的美誉度。如在海内外定期以国家名义主办或参加农牧产品展览，扶持、推广特色产品和民族品牌；设立出口奖；建立统一的特色农产品标志体系等。

比利时家具行业数据分析

自古以来比利时家具业就以出口为导向，同样从比利时的家纺、木材、家具业联盟的数据中也得到了证明。2007年比利时家具销售额为172.7万欧元，占了总体家具营业额的55.3%。2008年上半年比利时家具出口总额为8.78亿欧元，最重要的出口市场为荷兰，占出口总额的36.5%，法国33.9%，德国8.8%。

比利时家具业销售总额在2007年上升了3.8%，总额为31亿欧元。而在2008年上半年销售额出现了自2003年以来的再次回落，与上一年相比缩减了2.3%，这就证明比利时也不能摆脱经济危机的影响。

要对比利时家具业受经济危机影响的程度进行评估几乎是不可能的，正如Fedustria宣布的一样：“我们能保证的是：比利时家具业会尽最大的努力，以积极的策略面对未来的挑战。”如果您对这句话有怀疑可以到布鲁塞尔国际家具展来验证。

比利时光伏产业现状

据经济日报报道，2008年以来，在国际金融危机与经济衰退浪潮的冲击下，欧盟绿色与再生能源产业却依然保持着全面增长与盈利局面，欧盟各界一致看好该领域的开发与经营

逆势上扬 快速增长

近年来，欧盟成员国通过政策鼓励、资金支持和社会宣传，给再生能源产业的发展提供了强大的推动力。

在这期间，随着太阳能光伏发电的单位成本不断下降，绿色能源可持续发展及社会环保效益不断凸显，在人们心里，新能源不适合商业运作的观念开始转变。社会各界有了更加广泛的共识，那就是不能等煤、核、石油全用光了才考虑再生能源的开发与利用。特别是投入相对低廉，技术相对成熟，环保和社会效益较高的太阳能光伏发电不仅越来越受到重视，而且产业发展速度加快，规模加大。

比利时光伏技术公司的发展业绩就非常具有代表性。该公司成立于2001年，最初启动投资约1400万欧元，以研制和生产太阳能光伏接收设备为核心业务。目前，该公司的主要产品是工业和民用多晶硅太阳能电池板及其成套设备，2008年业务范围及合作公司已经发展到了英、德、法、意、西、丹麦和斯洛文尼亚等众多欧洲国家。公司近年来的营业报告显示，2006年，年收益已经达到了4000万欧元，2007年达到6500万欧元，2008年产值突破1.94亿欧元，2009年前两个月实现利润增长约16%以上。公司分析师德瑞克透露，依照目前欧洲对太阳能产业强劲的需求趋势，比利时光伏技术公司对未来的发展设想进行了重新规划，确定了继续实现产品技术创新和经营效益提

高的双目标，通过加大投资力度和不断增强光伏电池板的集约化生产和销售能力，到 2013 年，实现在该行业内占欧洲 4%至 5%的市场份额，2015 年生产能力争取进入全球太阳能市场占有率的前 10 名。

专业控股 科学决策

业界专家分析认为，欧盟太阳能产业能在国际金融危机中开拓商机和实现增长，主要依靠几个核心因素，其中之一就是专业控股，科学决策。

欧盟太阳能企业拥有一个基本共同的特性，就是多由专业化股东，及其董事会主导和控制公司的经营决策与发展战略，其控股实力大，科学化决策能力强。

以比利时光伏技术公司为例，据该公司公共关系部经理斯凯特介绍，该公司的组成主要有三个股东：第一，法国道达尔(Total)集团控股 47.8%；第二，法国苏伊士燃气公司通过比利时电力公司和比利时太阳能技术公司控股 47.8%；第三，国际校际微电子研究中心(IMEC)控股占 4.4%。其中，第一个股东是全球著名的能源开发采购、生产加工和市场销售集团公司，对全球能源资源状况，市场发展趋势和新兴投资领域都有着权威性的分析与决策能力。道达尔还具有雄厚的投资实力和调动、调配优秀管理型人力资源的能力。第二股东苏伊士公司名下的比利时电力公司，曾经是比利时国有供电机构，拥有比利时全国 80%以上的电力输送网络，并且可以与西、南欧国家输电线并网，目前是欧盟重要的电力生产与输变电公司之一，拥有比利时 70%以上的个人与企业客户。而与其合股的比利时太阳能技术公司始建于 22 年前，虽然规模不大，但它是模块型太阳能板生产领域的“鼻祖”级公司，在太阳板热源接收和电能转换行业拥有先进的制造技术和丰富的生产经验。第二股东通过比利时电力公司和太阳能技术公司实现间接控股，既突出了比利时光伏技术公司的本地和欧洲市场功能，又强化了其在太阳能领域的实际生产与安装能力。而第三股东国际校际微电子研究中心(IMEC)的总部设于比利时大学城鲁汶，该研究所是欧洲最大的独立研究纳米和微电子技术的中心，拥有 1600 多名研究人员，分别来自世界各地，其合作伙伴研究所分别设于欧、亚两洲，并在美国、日本和中国设有代表机构。

据比利时光伏技术公司市场部负责人介绍，光伏射与光电技术，绿色和再生能源是国际校际微电子研究中心的重要研究科目之一，该所在这一研究领域始终保持着世界领先的优势地位。让具有研究性质的机构入股，是比利时光伏技术公司增强科学研究、创新能力，不断提高和更新产品的技术含量，保证市场竞争能力和占有率的远见之举。可以说，比利时光伏技术公司的股东在参与企业决策时，都可以充分发挥其职业特长和专业优势。

比利时光伏技术公司公共关系部经理斯凯特表示，在国际金融危机的影响不断加重之际，在公司召开的股东大会上，由能源专家、投资经理人、高级工程师和科研人员组成的董事会表示，鉴于再生能源将成为解决未来新能源问题的根本性出路，2009 年至 2010 年度光伏技术公司的生产能力应当大幅度提高，市场经营部门也要相应扩大，年营业额将在 2008 年增长 80%的基础上，再增加一倍。股东们完全理解董事会的意图，全力支持光伏技术公司的新规划。

为此，股东大会一项重要的内容就是与董事会签署分工合作协议。其一，由道达尔公司负责联系、调动扩大生产与经营规模的融资渠道和部分配套资金，并且在管理和经营型人力资源方面给予必要支持；其二，由比利时电力公司对太阳能收集设备的质量、可靠性和稳定性标准、绿色证书的审核、剩余电能进入传输网等事项，从配套技术与设备方面提供全面的咨询和服务；其三，由微电子研究中心对新一代光伏技术和太阳能电源板的生产、制造环节做进一步的科技创新，重点是提高产能效率、降低制造成本、延长使用寿命。以上决策极大地加快了比利时光伏技术公司的扩张步伐。

逆向思维 全面发展

记者近日在比利时采访再生能源业界专家时了解到，随着目前国际原材料、石化能源价格的大幅回落，对生产太阳能板的多晶硅原料价格也产生了连带影响。而比利时多数太阳能产业的公司恰恰选择在能源与原材料市场价格进入低谷之际，制定扩展战略，积极开拓和壮大企业经营规模。

比利时光伏技术公司公共关系部经理斯凯特证实，比利时光伏技术公司的市场分析部门一直有专人对国际原材料价格的变化保持敏感的反应。从 2008 年年中开始，他们注意到石化能源价格已经达到前所未有的高度，生产太阳能电池板的多晶硅原料价格也随之攀上最高纪录，而欧洲的经济衰退刚露头。对此状况，光伏技术公司就预计多晶硅原料市价将逐渐出现下滑的趋势，太阳能产业将迎来新一轮低成本、高增长的机遇。

果不其然，2008 年下半年开始，国际多晶硅市场从 280 欧元每公斤的高价，迅速降低到 48 欧元每公斤的基本利润线。而光伏技术公司分析认为，即便如此，多晶硅原料也还有降价的空间，因为，随着国际石油价格的大幅度回落，电力成本、废料及废气回收再利用技术水平的提高等，都为原料成本的进一步降低提供了必要的条件，从而让每公斤的多晶硅售价最终降到 45 欧元完全可能。为此，比利时光伏技术公司迅速把握市场机会，拨出资金大量购进优质原材料，作为中长期投资的一部分，为获得大规模的市场发展做好了充分的物质准备。

对于太阳能市场的发展前景，光伏技术公司的分析材料显示，由于再生能源的市场需求仍不断扩大，尤其是通过技术创新和相关设备的完善过程，光伏发电成本继续呈下降趋势，当每度电的价格接近或低于 0.165 欧元以下的时候，光伏发电将有更大的商业价值。由于火电电价经常受到燃油价格波动的影响，加上二氧化碳排放处理等费用，其电价上涨已经成为长期的趋势。太阳能、风能等绿色和再生能源将大行其道，具有非常广阔的发展空间。

与此同时，从事多晶硅生产的是技术密集型、资金密集型企业，由于销售市场一直看好，多晶硅半成品生产也可以有利可图。比利时光伏技术公司通过兼并与合作的方式，与多家下游生产商达成了长期供货合同。

斯凯特透露，从 2008 年年末开始，光伏技术公司通过内部评估决定，布局横向的市场网络与纵向的产业链。为此，光伏技术公司在英、德、法、意、西、丹麦及斯洛文尼亚等众多欧洲国家建立了市场营销网。同时，将部分下游企业的生产经营活动纳入本公司的规划中。

为此，光伏技术公司通过小额入股、合作经营、联合开发等方式，与本国及德、法、英等国的 6 家下游企业建立了长期的合作关系，形成共同承担部分利益与风险的联盟机制；使用统一的管理程序，提升了下游企业的技术水平和经营能力；实现了公司间信息联网和自动化传输，从而使产品在标准化控制、质量把关方面更加严格，更加符合环保要求；对新产品的研发更加积极主动；供货效率更高，方式也更加灵活。完整产业链的形成成为光伏技术公司有效把握市场，实现企业扩张提供了可靠的保障。

比利时海关监管及通关程序

比利时的海关监管办法与欧盟其他国家一致。为了简化单证便利贸易，并使海关数据电脑化，欧盟颁布了一项统一规定。自 1998 年 1 月 1 日起，出口、转口和进口的海关申报统一使用“统一管理单证文本”（The Single Administrative Document，简称 SAD）。SAD 代替了以前由不同成员国签发的用于确认出口、进口和转口商品的大量文件。文中包含了一切按欧盟有关法规规定统一标准的所有信息。

在比利时任何一个海关办公室都可通过 SADBEL 系统进行信息加工。此系统有一个重要特点，即报关信息可以直接从报关人的厂房或仓库传输到海关的计算机上。SAD 也适用于欧盟与欧洲自由贸易联盟国家（EFTA）的清关业务。对于铁路运输 CIM（铁路货运国际协议）单据文本可以替代 SAD 文本（手续更加简便）。公路运输则采用 TIR 网络，即国际公路运输服务协议进行欧盟内外货物运输业务。大多数西欧国家和一些中、东欧国家利用这一协议。

为了便利贸易，比利时海关简化通关手续，根据新的海关规定，从欧盟之外进口的货物可以直接运到进口工厂的库内清关。同样，出口货物也可以在工厂厂房内进行报关。在此情况下，发票或发货单即可替代正式的海关单据。凡是附合条件的公司可以得到授权享受上述优惠。这使进出口企业节省了大量时间，使进出口手续简化到最低限度。

在比利时设立的众多分销公司在海关授权下，可使用简化程序报关。比利时拥有各类海关仓库，其中私人仓库最适合分拨、分销。如果货物寄存在私人仓库中，既不需交纳海关关税，也不需交纳增值税和消费税。但在私人仓库存放的货物，须由海关批准，商品代码和货值须在存放时予以申报。货物出库时可以采用简化手续办理清关业务。

此外，对于来料加工，可以申请免税。免税方式有两种：一是暂不支付方式，即在进口时暂不支付关税和增值税，保证在一定期限内把加工过的产品再出口。二是退税方式，在进口时先缴纳关税和增值税，在加工产品再出口时可申请退关税，增值税则通过支付??抵扣会计制度自动免除。海关对加工过程的监管和系统的运行可以通过企业的会计记录进行。因此，享有授权的厂商每季度需向海关报送履行货单。

比利时对部分进出口货物实行许可证制度。需要进口许可证的是一些产地不明和列入专门清单的货物，需要出口许可证的是一些战略性物资和专门列入清单的货物。

比利时的医疗器材市场

比利时有一千三百万人口，医疗保险隶属国家社会福利制度，属强制性，约有 85% 的国民参加比利时的全面医疗保险，其余 15% 的国民，多数为自我雇用业者，仅参加重大的医疗项目保险。在此种保险制度下，大多数的医疗费用包括医治及药材都可部分或全数退费。

2004 年比利时全国的医疗费用估计达到 227 亿欧元，占国内生产总值的 9%。在欧洲，仅有瑞士、德国、法国、希腊及葡萄牙的医疗保险花费超过比利时，欧洲国家平均医疗保险费用约占国民生产总值的 8.6%。

欧洲医疗器械市场估计约有 552 亿欧元，占全球的 30%，仅次于占全球 43% 的美国。德国及法国是欧洲最大的市场国家，两国占有欧洲 51% 的市场，意大利、英国及西班牙也是市场的主要角色。比利时医疗器械市场约有 10 亿欧元，平均年成长率为 5%。比利时医疗器械进口超过 85%，使得其健康器材供货商的竞争十分激烈，主要的进口来源国为德国、法国及英国。欧洲共同市场消除贸易障碍及施行货物境内自由流通的措施，有助分占比利时市场。比利时的买主十分注重售后服务，因此经常选择欧洲的供货商，他们深信欧洲供货商的售后服务要比海外供货商迅捷可靠。也有许多的比利时批发商及进口商喜爱与欧洲的供货商建立稳定长久的合作关系，相信他们提供的产品足以信赖。进口亚洲厂商提供的低价产品在最近几年也帮助他们增加不少市场占有率。竞争及创新是产品吸引消费者的重要因素。

比利时买主比较喜欢经由中介商进货，产品直接售给终端消费者较少。不同的产品在比利时有不同的市场通路。例如：物理康复设备终端消费者是医院、物理治疗师、康复中心及疗养院。或是病患个人（老人，行动障碍者，运动及意外伤害者等。）这些产品的通路多是医疗护理用品专卖店，约占 65%、医学产品经销商占 25%、药品批发商占 10%。欧洲共有 8.500 家的医疗器械公司，80% 为中小型企业，多集中于该公司具备相关特殊制造或行销的技术的产品，此类公司的员工共有 386.000 人。在欧洲，医疗器械公司设立最多的是英国，其次为德国、法国及西班牙。比利时有将近 200 家，从业员工 5.500 名，占欧盟 1.4%。医疗器械产业的高水平研发与产品终端消费者的使用密切配合。这个产业的研发费用虽占营收额的 5% 至 10%，但研发出的新产品可带给企业更多的营收。

欧盟有关医疗器械最主要的法规是 1993 年 6 月 14 日公布的 93/42/EEC 指令，比利时政府于 1999 年通过法令配合欧盟实施 93/42/EEC 指令。

比利时涂料和油墨工业与市场

1 比利时涂料和油墨市场

比利时一直拥有重要的涂料和油墨工业。直到 20 世纪 80 年代早期，这几乎还是 SME 大家庭的主要构成。随着国际重组和合并，比利时的工业前景也受到显著影响。然而比利时仍然是一个经贸高度开放的国家，较高的产品进出口水平可以证明这一点。2002 年，比利时出口 29 720t 涂料和 25 881t 印刷油墨，这大大超过比利时国内市场量。市场增长比较稳定，虽然 5 年来只有 1.3% 的增长。但汽车修补漆市场的萎缩必须受到重视。

现在比利时的涂料和印刷油墨工业主要有 100 多家企业，雇佣约 3 500 人，其中 1/3 是蓝领工人。从业人数比 5 年前下降了约 15%。由于破产和贸易中止带来的大公司重组与其它公司的停产直接导致了从业人员的减少。IVP 成员和国家贸易联合会之间每两年协商达成的共同协议决定了从业环境，并显著改善了各涂料领域之间的关系。

2 涂料油墨市场划分

装修涂料

比利时国内销售：53 289t；出口：9 297t；国内生产：43 597t。五大生产商：AkzoNobelDecorative Coatings, Sigma Coatings Deco Belux, Polyfilla-ICI Dulux, BossPaints, Mathys-RPM。主要渠道：经销商：57%；直销网络：23%；直销油工或零售：20%。比利时市场的销售主要是经销商行为，尽管 2004 年有明显下降。五大生产商几乎控制了 90% 的市场。

- (1) 整个装修市场仍然较为脆弱，虽然利润较为稳定，这得归功于销售价格上涨；
- (2) 专业市场的分配正促使 DIY 市场萎缩；
- (3) 水性产品每年以 1% 的速度增长，溶剂型产品在逐渐减少。2003 年，溶剂型产品只有 27% 的市场份额；
- (4) 直销链的集中和发展困难都会影响经销商和独立零售商，从而极大影响以后几年的市场发展；
- (5) 通过市场行为和沟通使消费者了解涂料在装修和环境保护方面的附加值。

工业涂料

工业涂料涵盖以下领域：罐壁涂料、线圈涂料、舰艇涂料、木器涂料、常规工业涂料、路标涂料、粉末涂料、防护涂料。比利时国内销售：7 570t；出口：20 423t；全国产量：79 236t。主要生产商：Dupont Performance Coatings, Sigma Coatings, Akzo Nobel Coatings, Paulypaint, Aalterpaint。主要渠道：直接销售（主要来自制造商和面向工业用户的进口商）。

- (1) 由于经济萎缩和产品应用市场重组，比利时的销售呈下降；
- (2) 出口增加。

汽车修补涂料

比利时国内销售：3 800t。主要制造商：Akzo Nobel Car Refinishes, BASF Coatings Refinish, DuPont

Performance Coatings, PPG Auto Refinish。这 4 家公司大约拥有 10 个不同的品牌。

主要销售渠道:

- ① 主要是通过经销商网络或进口商;
- ② 通过集团购买。

特点: ①可能是汽车产量的下滑导致了最近几年汽车修补漆的销量下降; ②为适应环境需要出现的水性产品带来了汽车修补漆的技术革新。然而, 该类产品对生态的显著影响并不一定带来该领域的效益增长。

印刷油墨

影像领域特别是印刷业的萧条导致了印刷油墨销量的下降。主要制造商: S i c pa Chemicals, BASF printing System, Siegwark。由于市场萎靡, 企业需要进一步重组和合并。Trenal, 最大的独立制造商, 在 2002 年已经被 AkzoNobel Inks 接管。印刷油墨领域的安全 and 环境保护投资正严重影响到该领域的利润, 其价格已经开始下滑。印刷油墨领域比其它领域更迫切需要其主要工业市场的复苏。

3 国际业务与本地需要

比利时涂料和印刷油墨市场略有起色, 然而, 其零散的特性也为一些潜在的行业创造了销售增长和盈利的机会。在单一经济地区已建立一些单一产品的相关标准, 而当地的传统和习俗较为强势, 可能会阻碍全球市场的发展。当然, 这并不会在同一程度上影响一些销售行为 (工业涂料、汽车修补漆和印刷油墨), 正是在一些全球化的产业如汽车工业, 根据当地的特殊需要应用不同产品和技术的制造商随处可见。

在装修涂料方面, 比利时消费者更愿意选择环境友好型产品, 但这并不代表他们准备对产品性能作出让步。环保涂料和所谓的天然涂料的成功也证明了这一点。比利时的出口形势非常好, 工业涂料和防护涂料都有持续的增长; 另一方面, 印刷油墨的出口却有显著的下滑, 虽然也表明会有比国内市场更大的需求。

以技术定位市场的新产品所取得的成功还是令人十分欣慰的。特殊效果的涂料继续受到大众追捧, 一些 SME 在这些诱人的、高附加值的产品领域进行技术和商业投资, 并正在盈利。

4 急需提高产品的形象

比利时的涂料和油墨工业面临的较为困难的市场环境将导致更大的竞争。同时引起价格战, 这反过来又极大影响了公司的利益。这种短期解决方法是对市场问题的不良反应, 因为这样的对策会使低质量的产品流入市场, 从而进一步损坏企业的未来利益。由于产品成本仅是产品使用价值中非常小的一部分 (在大部分 B2C 应用中仅占 1/5, 一些特殊的应用技术使用后可能有时仅占 1/50), 低质产品对策对生产企业不利。

在比利时和欧洲, 涂料工业面对的另一个主要挑战是使用者缺乏对产品附加值的认识, 特别是在产品的技术性能和销售技巧方面。企业应该努力与一般大众和特殊用户以及工业客户沟通, 使他们增进对产品的了解, 最终使公司盈利。例如 IVP 在 2000 年发起了一场沟通运动, 旨在使消费能力有限的群体提高对装修涂料的重要性认识。2003 年, 媒体和 KingBaudouin Foundation 合作大力宣传了涂料产品的社会效应。

5 展望

涂料和油墨工业的未来很大范围上将依赖客户的自信和行业市场的健康发展。尽管市场复苏主要依靠外界因素, 但是企业必须加大研发力量, 以适应客户的技术需要和满足环境法规。

市场和经济改革将在更具竞争力的市场中起到重要作用。因为全球化是现实, 但是特殊的地方经济会使最有活力的业务保证利益增长。在比利时, 如装修涂料, 还是面临着较大的挑战, 因为比利时的装修涂料大大低于欧洲平均 2.5L/人的消费水平, 但是我们必须鼓励他们消费涂料。

资料来源:

[中华人民共和国商务部网站](#)
[中华人民共和国海关统计年鉴](#)
[中华人民共和国驻阿根廷商赞处](#)
[比利时海关](#)

焦点科技股份有限公司（中国制造网）

南京市高新区星火路软件大厦A座8-12F

邮政编码：210061

电话：（025）66677777

[Http://www.made-in-china.com](http://www.made-in-china.com)

Email: suntao@made-in-china.com