

反倾销调查 最终裁定分析

Fanqingxiao Diaocha Zuizhong Caiding Fenxi

本书以反倾销过程中要解决的问题为线索，
通过对69起案件最终裁定的分析，
整理了不同案件里对类似问题的解决途径，
并进而归纳了反倾销调查中通行的做法。

谢琳 韩伟 / 著

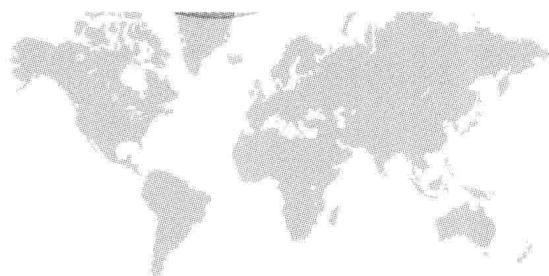
法律出版社 | LAW PRESS



反倾销调查 最终裁定分析

Fanqingxiao Diaocha Zuizhong Caiding Fenxi

谢琳 韩伟 / 著



法律出版社 | LAW PRESS

图书在版编目(CIP)数据

反倾销调查最终裁定分析 / 谢琳, 韩伟著. —北京:
法律出版社, 2015. 11
ISBN 978 - 7 - 5118 - 8392 - 6

I. ①反… II. ①谢… ②韩… III. ①反倾销—研究 IV.
①F115

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 202992 号

反倾销调查最终裁定分析

谢琳 韩伟 著

责任编辑 郑 导
装帧设计 汪奇峰

© 法律出版社·中国

开本 720 毫米×960 毫米 1/16
版本 2015 年 12 月第 1 版
出版 法律出版社
总发行 中国法律图书有限公司
印刷 三河市龙大印装有限公司

印张 65.25 字数 1035 千
印次 2015 年 12 月第 1 次印刷
编辑统筹 独立项目策划部
经销 新华书店
责任印制 张建伟

法律出版社/北京市丰台区莲花池西里 7 号(100073)

电子邮件/info@lawpress.com.cn

网址/www.lawpress.com.cn

销售热线/010-63939792/9779

咨询电话/010-63939796

中国法律图书有限公司/北京市丰台区莲花池西里 7 号(100073)

全国各地中法图分、子公司电话:

第一法律书店/010-63939781/9782 西安分公司/029-85388843 重庆公司/023-65382816/2908

上海公司/021-62071010/1636 北京分公司/010-62534456 深圳公司/0755-83072995

书号:ISBN 978 - 7 - 5118 - 8392 - 6

定价:138.00 元

(如有缺页或倒装,中国法律图书有限公司负责退换)

序 言

我国法律体系有法律、行政法规、规章等几个层次。我国反倾销法律体系已经比较完善,每个法律位阶上都有相应的规范。在法律层面有对外贸易法,在行政法规层次有反倾销条例,在规章位阶上有立案规则、抽样规则、问卷调查规则等。但实务操作中的一些做法可能在这些规则中还找不到依据,比如,在使用国内正常贸易过程中的价格确定倾销产品的正常价值时,要求被调查期内被调查产品同类产品国内销售数量占同期其向中国出口销售的数量的比例大于5%。诸如此类在实务中通行的做法在反倾销调查最终裁定中都可以找到依据。但相较于法律、法规、规章而言,反倾销调查的最终裁定数量颇多,这为参考裁定增加了不少难度。本书的目的就是使提高参考裁定的便利性。

本书以反倾销过程中要解决的问题为线索,通过对本书完稿之日止69起案件最终裁定的分析,整理了不同案件里对类似问题的解决途径,并进而归纳了反倾销调查中通行的做法,就这点而言具有开创性。反倾销调查是本书的主干,被调查产品及调查范围、国内同类产品和国内产业、倾销和倾销幅度、损害的认定和因果关系是本书的五个主支,各支下面又有小支,或者小小支等,各支都有叶子相伴。这些叶子由源自各裁定的先例扮演。小叶的作用有两个,一是修饰各支干问题,为文中归纳的各做法提供依据;二是提供线索,指引在具体哪个案件中出现过类似的问题。

本书的完成要特别感谢我在湘大读书时的老师隋平博士。隋老师曾经求学于北京大学、香港城市大学和哈佛大学,并且在实务界担任过多家大型机构的高管,在学界和实务界都有很丰富的经历。隋老师一直鼓励学生自信、自强、独立思考,不迷信所谓的学术权威,敢于挑战、质疑。2009年有幸在湘潭大学聆听了隋老师给我们以与众不同的方式讲授经济法等课程。隋老师为我们授课不局限于教室,不照搬课本,而是基于其在实务界多年的工作经验,以实务中的业务类型来讲授真实社会中的法律,展现给学生们综合、立体、活生生的法律。他不仅为我们推荐卡尔·拉伦茨、迪特尔·梅迪库斯等一些法学大家的经典著作,而且

无私地将自己珍藏的著作供学生们传阅。为了方便教学与讨论还把自己的个人办公室改成了多人学习室,给学生们分享自己的思想、书籍和茶点,随时准备为学生们授业解惑,同学生们一起奋斗。为学生们拨开了法学研究与法律实务高大上的面纱,给学生们展示了其接地气的一面,鼓励学生们挑战、质疑权威,去做自己之前觉得不可能的事情。

教师职业内的授课任务早已结束,隋老师对学生的引导与关心却一直没有间断。我到北京念研究生后,隋老师来到北京还带着学生去他的母校北京大学、去他曾经工作过的地方金融街等地方参观,给学生讲述那里的故事,最直接地感受法学院与法律实务之间的距离;在诸多法律实务界精英给北大法学院学生讲授经验的时候也不忘记发信息告诉学生去旁听学习;而且仍然不断给学生更新阅读书单……

从2009年第一次聆听恩师授课开始到现在已经整整六年了。我也经历了从法学院到法律实务的角色转换,并且在隋老师的鼓励与督促下编写了此书,期待以此回报恩师教导,为恩师所从事的法学院模拟实务教学事业增砖添瓦。当然,本书的所有不足都由笔者承担,欢迎各位读者、老师、同仁、朋友提出宝贵意见。

目 录 *Contents*

第一章 被调查产品及调查范围_1

第一节 被调查产品_2

一、概述_2

二、不同类产品的排除_3

(一)不同类产品的认定_3

1. 同类产品的认定有其特定的标准_3

2. 不能额外创造标准_5

(二)排除_6

1. 在物理化学特性、用途、生产设备和工艺等方面均与被调查产品不同的产品应当予以排除_6

2. 不同指标的具体考量_9

三、不同型号产品的存在_13

(一)同类产品中允许不同型号产品的存在,型号不同并不否定产品的相似性_13

1. 不存在实质性区别则属于同类产品,不应被排除在被调查产品范围之外_13

2. 认定不同型号的产品属于被调查产品范围并不是对被调查产品范围的扩大_13

3. 同类产品的不同型号之间可能在替代性方面存在不同_14

4. 只要不构成重大差别,允许不同型号之间存在一定差别_15

5. 不同型号的产品之间可能有不同的侧重点,但是不影响其替代性_16
6. 在不同型号产品的认定中,替代性和竞争性的认定有非常重要的作用_17
7. 不能片面理解调查机关公告,公告中列举用途不一定穷尽_18
8. 不同型号之间的差异可能导致在用途上、价格上有不同_18
9. 型号之间的差异属不同型号在同一类产品间的正常差别_20

(二)独立产品品种充分性证明责任_21

四、实质性差别与合理差异_22

- (一)基本相同,稍有不同,不构成实质差异_22
- (二)存在合理差异,属于同一类产品,应当在同一个反倾销案中予以调查_22

五、国内是否能够生产,是否生产同类产品_23

- (一)中国国内有企业能够生产_23
- (二)不存在同类产品则不存在国内产业,进而可以推定不存在损害_25

六、税则号_26

- (一)单一税则号下也可能包括其他产品_26
- (二)税则号变更_27
 1. 税则号归入错误而需要变更_27
 2. 认定被调查产品所依据的税则号可能会变更_28
- (三)税则号不等于被调查产品的范围_28
- (四)需要从物理特性等方面认定需要哪些税则号_30

七、产品范围调整_31

- (一)调查机关不接受调整通常基于以下原因考虑_31
 1. 缺乏正当理由和充分证据_31
 2. 不存在实质性差异_31
 3. 不是国内企业无法满足产品要求_31
 4. 只存在不同型号在同一类产品间的正常差别_32
- (二)调查机关在下列情形中接受了产品范围的调整_33
 1. 在物理特征、生产工艺流程、用途、生产成本及销售价格等多方面存在不同_33
 2. 同一税则号下包含非被调查产品,需要排除_34

(三)程序方面的问题_34

八、对下游产业的影响问题_36

(一)是不是下游产业本身提出_36

(二)下游产业的长远利益和最终利益_36

(三)质量上的差异难以构成终止反倾销调查的理由_36

(四)下游产业内部存在细分_37

第二节 调查范围_39

一、被调查国家_39

二、被调查企业的代表性_41

三、调查期_41

(一)少于三年的情形_41

(二)立案与调查期期末之间相隔时间_42

(三)倾销调查期与损害调查期可以不同_43

(四)调查期外的数据不考虑_44

第二章 国内同类产品 and 国内产业_45

第一节 国内同类产品_46

一、一般认定方式_46

1. 在没有相同产品的情形下才考虑相似产品_50

2. 可以而不是必须或者应当考虑每个因素_51

3. 第三方认证不能作为否定中国大陆同类产品认定的决定性因素_52

4. 关键在于对实质性差异的认定_53

5. 同类产品中可能包括不同型号_54

6. 下游企业意见_56

7. 不能额外创造标准_57

8. 证据要充分_59

二、具体指标考量_60

(一)质量_60

1. 证据是否充分_60

2. 质量标准问题_68

3. 是否取得某证书不足以影响国内同类产品的认定_71

4. 质量差异不构成实质差异则不影响同类产品的认定_73

5. 行业标准_75

(二) 可替代性_75

1. 证据性问题_75

2. 原料对可替代性的影响_76

(三) 生产流程_77

(四) 销售形式_78

(五) 生产者和消费者评价_79

1. 生产者评价_79

2. 消费者评价_79

(六) 产品用途_81

(七) 物理特性_82

1. 前后一致性_82

2. 是否达到了相关标准_83

3. 是否构成实质差别_83

(八) 生产设备_85

(九) 竞争性_85

1. 综合考虑多个指标_85

2. 应确保在同一市场对竞争性进行认定_86

3. 客户群体、销售价格相关性等因素在竞争性的认定中具有关键作用_88

(十) 制造工艺_89

(十一) 销售价格_90

(十二) 国内产业是否能够生产_90

第二节 国内产业_92

一、代表性_92

1. 是否答卷_92

2. 对产量的认定_94

3. 申请人主体资格_97

二、关联企业问题_99

(一) 主要影响因素_99

(二) 排除_102

(三) 不排除_105

1. 主要考虑因素_105
2. 肯定性证据_106
3. 世贸组织协定相关条款的解读与适用_107
4. 是否影响调查的公正性和客观性_108
5. 中国先例的援引_109

(四) 关联交易与委托加工业务_109

三、协会的代表性_110

典型案例_110

四、国内产业数据的依据_112

(一) 一家企业代表国内产业_112

1. 国内产业只有一家企业_112
2. 该企业产量占国内同类产品总产量的大部分_112

(二) 申请企业与支持申请企业代表国内产业_114

1. 如果申请人的产量占全国总产量的比例不高,为了更全面考察中国大陆产业受损害情况,调查机关通常除对申请企业进行调查外,还增加其他企业,这些企业一般是支持申请的企业_114
2. 支持申请企业与申请企业的独立性考查_115

(三) 提交答卷企业代表国内产业_115

1. 提交答卷的企业可能支持反倾销申请_116
2. 提交答卷的企业可能不支持反倾销申请_117
3. 可能只有申请企业提交答卷_118

(四) 申请时亏损停产破产的企业不算入国内产业_120

1. 是否有代表性要通过产量占全国总产量的比例来证明_120
2. 被宣告破产的企业可能已经无法提交答卷_120

(五) 产量数据来源问题_120

(六) 行业缺乏准确的行业统计数据_122

(七)产量小的副产品数据可能排除_122

五、代表性的考查期限_122

第三章 倾销和倾销幅度_127

第一节 正常价值_128

一、国内正常贸易过程中的价格(国内销售)_129

(一)国内销售量要满足数量要件_130

1. 被调查产品同类产品在被调查国国内的销售总量超过对中国出口数量的5%,每个与出口型号相应的同类产品在被调查国国内的销售数量也超过对中国出口相应型号的5%_130
2. 认定国内销售量要依据所有的调查期内的实际国内销售_132
3. 不能只是单方面认为有代表性的交易_132
4. 即使是提供了国内销售总量的45%,也还需要补充数据_133
5. 综合其他方面因素,实践中也存在根据部分国内销售来确定正常价值的情形_134

(二)不存在低于成本销售的情况_134

1. 成本认定_134
2. 低于成本测试_155

(三)关联公司_160

1. 非正常过程贸易_160
2. 正常过程贸易_162
3. 排除出口交易_167

(四)贸易环节的审查_167

(五)注意事项_168

1. 符合调查期_168
2. 数据中要将被调查产品单列一项,或者可以将被调查产品与其他产品区别_168
3. 数据和材料要具有可靠性_169
4. 数据最好要经过审计_170

5. 用中文回答,不能只是中文摘要_171
6. 材料提交注意事项_172
7. 需要排除的事项_176
8. 向其他生产商购买被调查产品的情形_179
9. 根据不同型号确定相应的正常价值_179
10. 国内销售与第三国销售的划分_179

二、第三国出口价格_180

(一)适用情形:未在国内市场销售同类产品_180

(二)适当第三国的选择_181

1. 如果第三国市场存在影响价格公平比较的特殊市场情形,影响了价格可比性则不适合被作为确定正常价值的基础_181
2. 如果第三国市场在市场结构、竞争关系、进入门槛、垂直一体化程度、客户关系、生产成本等方面与中国大陆市场接近,则可以作为适当第三国(地区)_182

(三)对出口至该第三国交易的考查_182

1. 完整充分,具有代表性_182
2. 是否存在关联交易_183
3. 低于成本测试_183

三、结构价格_184

(一)适用情形_184

1. 在出口国(地区)国内市场的正常贸易过程中没有销售的_184
2. 同类产品的价格、数量不能据以进行公平比较的_186

(二)数量要件_192

(三)成本认定_192

1. 选择能够反映公开市场价格的信息认定成本,特别注意关联交易_192
2. 向中国出口型号的特定生产成本_195
3. 散装加工量和销售量少,调查机关按数量进行加权_195
4. 原材料_195
5. 新投产问题_198

(四)利润率的计算_200

1. 亏损不是一种可持续的正常经营状态,结构正常价值计算方法中的利润应当为盈利(正值),不能为亏损(负值)_200

2. 实际利润水平_202

3. 合理方法_203

(五)费用分摊_211

1. 研发费用_211

2. 费用_212

3. 关联公司费用调整_213

4. 三项费用_213

5. 合理性_214

(六)调整_214

1. 结构正常价值一般也需要调整到出厂水平_214

2. 与被调查产品的生产和销售直接相关_215

3. 间接费用不调整_215

4. 完全成本计算结构正常价值_215

(七)小结_216

四、最佳材料_217

(一)使用情形_217

1. 不提供材料_217

2. 提供的材料不符合要求_218

(二)具体方法_219

1. 本国其他生产商的正常价值_219

2. 单月最高的从关联商采购价格_219

3. 市场平均价销售价格_220

4. 咨询公司提供数据_221

5. 申请人提供的数据_221

6. 其他公司的正常价值_222

第二节 出口价格_222

一、实际出口价格或应当支付的价格_225

(一)实际出口价格或应当支付的价格的基础_225

1. 公司和客户之间的交易价格_225
2. 公司对中国销售被调查产品的价格_225
3. 公司所提供的出口销售材料_225
4. 公司和附属公司直接对中国的销售价格_226
5. 公司与非关联公司之间的价格_226

(二) 注意事项_227

1. 如果提交的出口销售材料属实,部分材料不明也不影响调查机关依据提交的部分销售材料计算出口价格_228
2. 如果提交的材料为外文,应提交中文译文_228
3. 如果出口通过贸易商进行,需要提交该贸易商的相应材料_228
4. 如果对初裁中的认定没有意见,最终裁定予以维持_229
5. 依据不同的销售过程通过不同的方法确定出口价格_229
6. 调查机关一般会对被调查公司提供的信息进行核查,如果不能配合核查,需要有合理理由_229
7. 要特别考查是否通过关联公司销售_230
8. 要区分销售代理与关联公司_230
9. 确认是对中国大陆的出口_231

二、首次转售给独立购买人的价格_231

(一) 适用情形:通过关联贸易商出口_231

(二) 关联公司问题_233

1. 关联公司之间如果没有价格安排,能够代表公平的市场价格,则可以依据关联公司之间的销售确定其出口价格,而不需要使用首次转售给独立购买人的价格_233
2. 关联交易为非正常商业交易则应当排除_233
3. 没有关联公司详细资料的关联销售也可能被排除_234
4. 排除最终目的地不一定是中国的贸易_234

三、合理基础推定的价格_235

(一) 适用情形_235

(二) 计算方法_236

- 第一,排除关联公司经营被调查产品的成本和利润_236

第二,在数量上,反倾销调查的对象是调查期内出口到中国的被调查产品,无论是否关联销售,其数量不能任意增减,且就关联出口交易而言,只能采用其调查期内的实际关联出口数量,而不能采用其中国关联公司转售给非关联方的数量_236

(三) 计算推定出口价格的基础_237

第一,中间公司的出口销售材料_237

第二,将不能合理反映调查期内被调查产品向中国出口的价格排除在推定出口价格的基础之外_237

第三,排除进口不在调查期内的交易_238

第四,以中国关联公司首次转售至非关联客户的价格为基础推定出口价格_239

四、现有最佳材料确定的价格_240

(一) 适用情形_240

1. 公司未应诉_240

2. 没有在答卷中如实报告_240

3. 没有提交材料或提交材料不全_241

(二) 具体方法_242

1. 加权平均_242

2. 海关数据_242

3. 申请人提供的数据_243

4. 被调查方其他公司的出口价格_244

五、注意事项_244

1. 材料要全_244

2. 材料要具有可信度_245

3. 材料要具有准确性_245

4. 材料的修改_245

5. 一致性_246

6. 提交材料要及时_246

7. 出口产品销售等级与各种出口销售证明中所标明的产品等级相符,否则可能被视为未提供出口销售证明材料_246

8. 提出主张需要提供相应证明材料,否则不予以考虑_247

9. 多余的信息可排除_247

10. 非优质品仍然属于被调查产品,不应排除_247

第三节 调整及比较_248

一、概述_248

(一) 调整的法律依据_248

(二) 证据_249

1. 没证据一般不接受_249

2. 合适的证据要求_249

(三) 注意事项_256

1. 是否需要调整以是否影响价格公平比较为衡量标准_256

2. 调整依据的证明材料要充分,否则依据现有材料调整_257

3. 调整项目应为被调查产品所发生的直接费用_258

4. 国内销售与对华出口销售的费用_258

5. 不重复调整_258

6. 对调整的调整_259

二、正常价值调整_260

(一) 要求_260

1. 实际发生的_260

2. 要与生产经营活动相关,否则不予以调整_261

3. 与销售被调查产品同类产品直接相关并影响了价格的可比性_261

(二) 具体调整项目_262

1. 劳务装卸_262

2. 仓储_262

3. 运费保险费用_265

4. 研发费用_268

5. 佣金_269

6. 贸易环节_271

7. 信用费用_275

8. 包装_278

9. 广告_280
10. 折扣_282
11. 销售费用_288
12. 售后服务费用_290
13. 物理差异_291
14. 回扣_291
15. 废料处理费用_292
16. 增值税_293
17. 库存_293
18. 退款与赔偿_294
19. 坏账准备金_295
20. 退税_296
21. 汇率_298
22. 期间费用_298
23. 工厂关闭费用_299
24. 其他_299

三、出口价格调整_299

(一) 概述_299

(二) 具体调整项目_301

1. 信用费用_301
2. 退税_309
3. 运输费用_317
4. 关联公司利润_318
5. 内外销售过程及贸易环节_319
6. 佣金_321
7. 包装_324
8. 汇率_326
9. 销售费用_327
10. 装卸费用_328
11. 报关费用_328