

反倾销

FANQINGXIAO
ANLI YANJIU

案例研究

(2000-2005) 中国十大反倾销案例解析

常亚平◎著

全面揭开反倾销秘密



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

反倾销

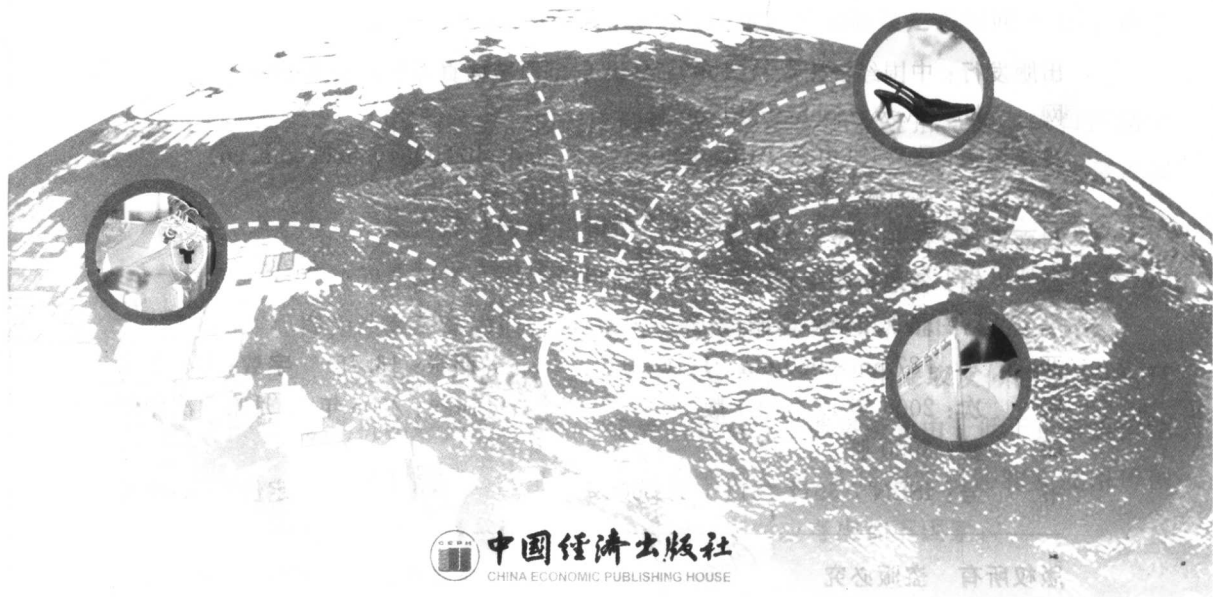
FANQINGXIAO
ANLIY ANJIU

案例研究

(2000-2005)中国十大反倾销案例解析

常亚平◎著

「全面揭开反倾销秘密」



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目(CIP)数据

反倾销案例研究:2000—2005 中国十大反倾销案例解析/常亚平著.
—北京:中国经济出版社,2006.12

ISBN 7-5017-7514-1

I. 反… II. 常… III. 反倾销法—案例—分析—中国—2000~2005
IV. D922.294.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 031803 号

出版发行:中国经济出版社(100037·北京市西城区百万庄北街3号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑:张玲玲(电话:010-68308643;E-mail:zll2200@yahoo.com.cn)

责任印制:张江虹

封面设计:任燕飞设计工作室

经 销:各地新华书店

承 印:北京市地矿印刷厂

开 本:787mm×960mm 1/16

印张:16.25 字数:207千字

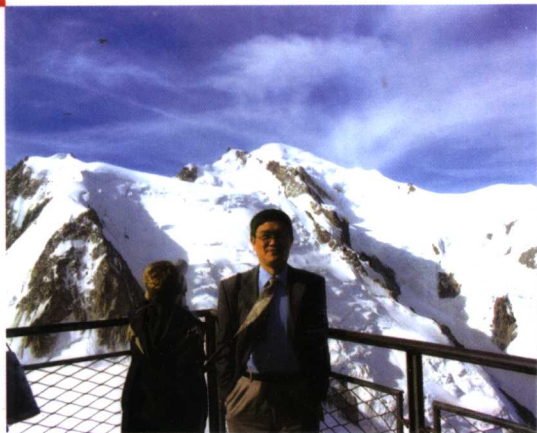
版 次:2006年12月第1版

印次:2006年12月第1次印刷

印 数:3000册

书 号:ISBN 7-5017-7514-1/F·6069

定价:36.00元

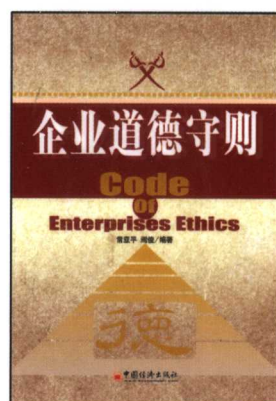
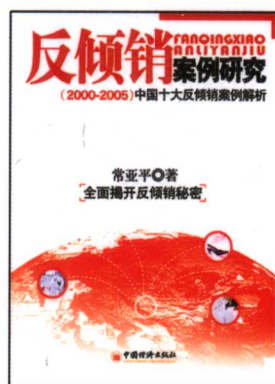


作者介绍 → 常亚平

常亚平博士是我国年轻的管理学者，享受国务院政府特殊津贴的专家。曾任美国CASECOME公司中国公司总经理（1993—1997）。

在《Journal of Euro-marketing》等国内外著名学术刊物上发表论文70余篇（其中有7篇被美国ISTP、ABI、EBSCO数据库收录）。主持完成省部级以上科研项目10项（其中有2项获得湖北省科技进步二等奖和三等奖，3项获得武汉市科技进步二等奖和三等奖，1项获得湖北省社会科学三等奖）。曾经出版《纺织品国际贸易》、《产品管理》、《服装市场营销学》、《中国纺织业的产业分析和发展战略研究》、《人力资源管理学》、《企业道德守则》等著作和教材。主持完成过49家企业的管理咨询项目。多年来长期担任多家大型企业的高级管理顾问。

E-mail: cypnew@163.com



责任编辑：张玲玲

封面设计：任燕飞设计室

前言

加入 WTO 以来,关税壁垒和最惠国待遇等问题解决以后,接踵而来的非关税壁垒又成为了中国商品走向世界的新障碍。

由于我国的很多出口企业都是走中低端的路子,具有价钱低、数量大和增长率高的特征。“反倾销”将成为西方发达国家阻碍我国出口贸易高速增长的主要手段。怎样正确看待西方国家反倾销行为中的合理的和不合理的成分,发现规律,拿出企业的应对办法,是摆在我国大多数出口企业面前的一个重要问题。

自 1979 年欧共体对我国提起第一例反倾销调查案至今,我国出口产品遭受国外反倾销立案调查的数量已近 600 起,对我国出口产品发起反倾销调查的国家或地区已达 30 多个,涉及我国出口产品 4000 余种。尤其是近年来,我国连续几年成为遭受反倾销指控最多的国家。在这 20 多年的历程中,我们走过了从不懂、害怕导致放弃,到试探应诉、大胆应诉的过程。在这个过程中,一部分企业由于缺乏知识,害怕打官司,放弃了起诉国市场;还有一部分企业大胆应诉,他们成功了,保住了自己的市场;当然,也有一部分企业由于各种各样的原因,应诉失败了,还是退出了市场。

为什么有些企业会失败,有些企业会成功,有些企业会放弃呢?这里有没有一些一般规律性可以寻找呢?如果有的话,用什么方法来发现这些规律呢?

这个研究开始的时候我们准备采用大规模统计调查的办法,经过预研发现影响因子太多,不适宜采用统计调查法,最后决定以案例法为主开展这项研究。

本书是这个研究成果的介绍。全书用相对通俗的语言描述了 10 个

发生在2000年—2005年间西方国家针对中国出口企业的反倾销典型案例,每个案例的后面都会拿出一些我们认为重要的问题来讨论,讨论结束后还附了几条我们认为是一般规律的结论,或者称为启示。为了各个阶层读者阅读方便,还在书的第一部分和最后部分收录了阅读本案例必须具备的基本法律知识和一些与“反倾销”高度相关的重要概念。

当然,这里揭示的很多一般规律可能只是一家之说,也可能仅为书生之见,肯定有很多错误的地方。读者可以根据自己的理解去归纳和总结,笔者也乐于和读者讨论这些问题(cypnew@163.com)。

案例研究是一件很困难的事情。由于研究经费有限,案例的很多原始资料来自于相关企业的网站、重要的门户网站和其他公开出版物,在这里一并致谢。当然,还要感谢那些热情接受我们采访的企业,他们表现出的对国家和民族的责任感令我们感动。还要感谢我们的研究生们,他们是方琪、郑宇、章艳、刘艳阳、范绍岩、沈斌、李荣华和刘向菊等,是他们的辛勤劳动才有了今天的这个成果。

最后我还要感谢湖北省科技厅,没有他们的经费支持,完成这样的研究是不可能的。

作者

2006年8月21日于武汉

目 录

CONTENTS

前 言	1
-----------	---

第一章 反倾销的一般理论	1
--------------------	---

/2	第一节 贸易壁垒概述
/2	一、关税壁垒
/6	二、非关税壁垒
/14	第二节 倾销与反倾销
/14	一、倾销与反倾销的界定
/16	二、倾销的特征
/17	三、反倾销的具体措施

第二章 国外对我国反倾销概述	19
----------------------	----

/20	第一节 国外对我国实施反倾销的特点
/20	一、国外对我国实施反倾销的现状与发展趋势
/23	二、我国频遭反倾销调查的原因
/27	第二节 我国企业应对反倾销调查的常见问题
/28	一、自身行为不规范
/28	二、放弃应诉
/29	三、不注意应诉期限
/30	四、商家之间的无序竞争

第三章 案例分析 33

/34	第一节 2001 年度中国苹果汁反倾销案
/35	一、“苹果汁”案背景介绍
/38	二、事件经过
/43	三、对苹果汁案的分析
/47	四、结论
/48	第二节 2000 年美国对华蜂蜜反倾销案
/48	一、蜂蜜案事件背景介绍
/52	二、事件经过
/62	三、对蜂蜜案的分析
/66	四、结论
/66	第三节 2003 年度中国彩电反倾销案
/67	一、彩电案背景介绍
/70	二、事件经过
/77	三、对彩电案的分析
/82	四、结论
/83	第四节 2002 年度中国轴承反倾销案
/83	一、轴承案背景介绍
/87	二、事情经过
/95	三、对轴承案的分析
/98	四、结论
/99	第五节 2004 年度中国节能灯反倾销案
/99	一、节能灯案件背景介绍
/104	二、事件经过
/116	三、对节能灯案的分析
/121	四、结论

/121	第六节 2004 年度中国冷冻虾反倾销案
/122	一、冷冻虾案背景介绍
/126	二、事件经过
/131	三、对冷冻虾案的分析
/133	四、结论
/134	第七节 2005 年度中国木制卧室家具反倾销案
/134	一、家具案背景介绍
/139	二、事件经过
/148	三、对家具案的分析
/155	四、结论
/155	第八节 2001 年度中国钢铁反倾销案
/156	一、钢铁案背景介绍
/163	二、事件经过
/171	三、对钢铁案的分析
/176	四、结论
/176	第九节 2003 年中国化纤反倾销案
/177	一、化纤案背景介绍
/183	二、事件经过
/186	三、对化纤案的分析
/187	四、结论
/188	第十节 2002 年中国白水泥反倾销案
/188	一、白水泥案背景介绍
/189	二、事件经过
/191	三、对白水泥案的分析
/193	四、结论

第四章 WTO 和各国反倾销机构、程序及相关法律 195

/196	第一节 WTO 反倾销机构、程序及相关法律
/196	一、WTO 的反倾销机构
/197	二、WTO 反倾销争端解决程序
/199	三、WTO 反倾销法律演变及内容介绍
/203	附件:《反倾销协议》及附件
/228	第二节 美国反倾销机构、程序及相关法律
/228	一、美国反倾销主管机构
/230	二、美国的反倾销程序
/231	三、美国反倾销法介绍
/238	第三节 欧盟反倾销主管机构、程序及相关法律
/238	一、欧盟反倾销主管机构
/240	二、欧盟的反倾销程序
/240	三、欧盟反倾销相关法律介绍
/246	第四节 韩国反倾销机构、程序及相关法律
/246	一、韩国反倾销机构
/247	二、韩国反倾销程序
/249	三、韩国反倾销的相关法律介绍

第一章

反倾销的一般理论



第一节

贸易壁垒概述

贸易壁垒又被称为国家贸易管制。简而言之,是国家为了保护本国的商品与经济,保护本国资源或出于某些政治或军事目的,通过一些关税与非关税的手段,在数量与价格上对从其他国家输入的商品进行控制。从表现形式来看,贸易壁垒又分为关税壁垒与非关税壁垒两种具体的形式。而目前,反倾销正是非关税壁垒最主要的表现形式之一。追本溯源,因此在本节中,将简单介绍一下贸易壁垒的具体内容。

一、关税壁垒

(一)关税壁垒概述

20 世纪 80 年代以来,世界经济持续衰退,各国货币汇价严重失调。国际贸易的不平衡日益加剧,各国争夺市场的贸易战愈演愈烈,从而新保护贸易政策也随之发展并危及到国际贸易的正常进行。具体来说,贸易保护(也称贸易壁垒)分为关税和非关税措施两大类。

关税是进出口货物经过一国关境时,由政府所设置的海关按照国家制定的关税政策和公布实施的税法及进出口税则,向本国进出口商所征收的一种税。由于关税是国家凭借其政治权力设置的一种税收,因此同其他税赋一样具有强制性、无偿性和固定性的特征。

关税壁垒则是指一国对进口商品征收高幅关税以保护国内市场的措

施,它是贸易壁垒的一种表现形式。一国对进口商品征收高幅关税,就会间接增加进口品的成本,从而提高其销售价格,削弱它在本国市场的竞争力。这在一定程度上就达到了限制国外商品进口、保护本国产品在国内市场竞争力的目的。

战后,随着 GATT/WTO 组织的相继建立,贸易公平已成为国际贸易交流的大势所趋,因此关税壁垒已呈现出明显的下降趋势。目前,发达国家工业品的关税已降到 3%~4%,而发展中国家则更是降到了 12%~13%。但这并不意味着关税壁垒已经消除。世界银行统计表明,虽然美国、加拿大、欧盟和日本等国家和地区的平均关税水平比较低,但它们对发展中国家具有相对优势的产品设置的关税壁垒要远远超出平均水平。上述 4 个国家和地区的高关税产品主要是农副产品,例如肉类、糖、牛奶、奶制品、巧克力等,关税税率大多超过了 100%。欧盟对进口香蕉的超配额部分征收高达 180% 的关税,日本和美国对带壳花生的关税税率分别为 550% 和 132%。大量纺织品、服装和鞋类产品的关税税率也都在 15%~30% 之间。而对于其他许多发展中国家来说,由于这些国家缺乏设置技术壁垒和绿色壁垒的能力,关税壁垒甚至还是它们保护民族工业和国内市场的主要手段!

(二) 关税壁垒的分类

1. 关税高峰(Tariff Peaks)。关税高峰是指在总体关税水平较低的情况下少数产品维持的高关税。在经过 GATT 八个回合的谈判后, WTO 各成员的平均关税水平已大幅下降,但一些成员仍在不少领域维持着关税高峰。例如,美国在乌拉圭回合谈判中同意大幅度消减关税,但同时却又在几个产业部门,包括食品、纺织品、鞋类、皮革制品、珠宝首饰、人造珠宝、陶瓷、玻璃、卡车和铁路机车等领域保留了关税高峰。其中:陶瓷的关税为 30%;玻璃杯和其他玻璃器皿的关税为 33.2% 到 38%;载重量为 5~20 吨的火车的关税为 20%。又如,日本在总体关税水平下降的

同时,在其他一些产品上仍保持着较高的关税水平,这些产品包括农产品、食糖、巧克力甜点(10%)、奶酪和牛奶制品(22.4%~40%)、甜饼干(18%~20.4%)、果酱(12%~34%)、烟熏马哈鱼(15%)。在总体关税水平较低的情况下,上述特定产品的高关税不合理地阻碍了其他国家相关产品的正常出口,构成贸易壁垒。

2. 关税升级(Tariff Escalation)。关税升级是设定关税的一种方式,即:通常对某一特定产业的进口原材料设置较低的关税,甚至是零税率,而随着加工深度的提高,相应地提高半成品、制成品的关税税率。关税升级能够较为有效地达到限制附加值较高的半成品和制成品进口的效果,是一种较为常见的贸易壁垒。关税升级目前在发达国家和发展中国家中都广泛存在。

例如,某国为保护国内加工产业或制造业,对适合做车的钢材使用5%的关税税率,而用同种钢材制成的车身零件的税率则为15%,成品汽车的税率则达到30%。这种关税升级限制了制成品的出口。又如,美国对进口中、低档陶瓷制品征收的关税高,对高档陶瓷制品征收的关税低,这就给中国陶瓷制品对美国的出口造成了严重的障碍。

3. 关税配额(Tariff Quotas)。关税配额是指对一定数量(配额量)内的进口产品使用较低的税率,对超过该配额量的进口产品则使用较高的税率。它按商品的来源可分为全球性关税配额和国别关税配额。实践中,关税配额的管理和发放方式多种多样,如先领、招标、拍卖、行政分配等。配额确定、发放和管理过程中的某些不当做法可能会造成对贸易的阻碍。在行政分配情况下,壁垒措施可能会出现在以下环节:

(1) 配额量的确定。例如,某WTO成员根据《保障措施协议》第五条第一款实施数量限制时,所确定的配额量低于其最近3个代表年份的平均出口量,因此该配额量构成贸易壁垒。

(2) 配额发放和管理。配额发放和管理缺乏透明度或公证性,也会形成贸易壁垒。如某国奶制品的关税额管理缺乏透明度,有时甚至将配额

发放给不再从事奶制品生意的企业,造成配额放空。

此外,在以拍卖、招标等方式发放关税配额的过程中,人为操纵或其他原因也可能造成对进口产品的壁垒措施。

4. 从量税(Specific Duty)。从量税是按照商品的重量、数量、容量、长度和面积等计量单位为标准计征的关税。其中,重量是较为普遍采用的计量单位,一些国家采用毛重的计量方法,一些国家采用的是净重的计量方法,或采用“以毛作净”等计量方法。从量税额的计算公式为:

$$\text{税额} = \text{商品的数量} \times \text{每单位从量税}$$

如:欧盟 1992 年的税则规定,每百升香槟酒征收 40 欧洲货币单位的关税;我国也对啤酒、原油、感光胶片等进口货物采用从量税的课税标准。

征收从量税的特点是手续简便,可以无须审定货物的价格、品质、规格,便于计算。因单位税额固定,对质量次、价格廉的低档商品进口与高档商品征收同样的关税,使低档商品进口不利,因而保护作用比较大。国内价格降低时,因税额固定,税负相对增大,不利于进口,保护作用加强。为此,有的国家大量使用从量关税,尤其被广泛适用于食品、饮料以及动、植物油的进口方面。美国约有 33% 的税目栏是适用从量关税的;挪威的从量关税也占 28%。由于发展中国家的出口商品多属较高的档次,相比发展中国家需承担高得多的从量关税税赋。

5. 从价税(Ad Valorem Duty)。从价税是以进口商品的价格为标准计征的关税,其税率表现为货物价格的百分率。计算公式为:

$$\text{税额} = \text{商品总值} \times \text{从价税率}$$

从价税是各国采用的主要征税方式。因为:第一,由于从价税是按照货物的价值计算的,可以较容易地估算出应得多少财政收入;第二,从价税税额随着商品价格的变动而变动,从价关税对加工程度高的产品或奢侈品的进口构成障碍;第三,在国际关税减让谈判当中,以从价税为基础容易比较各国的关税水平及谈判关税减让。但是,按从价税征收的关税很大程度上取决于使用何种方法确定应税的完税价格。由于各国海关估

价规定的内容不一,有些国家可以利用估价提高进口关税,形成一种形式上的贸易壁垒。

二、非关税壁垒

非关税壁垒作为贸易保护政策的主要手段开始于 20 世纪的 70 年代。当时,在关贸总协定主持的多轮全球多边贸易谈判的努力下,西方发达国家工业制成品的加权平均税率已由 20 世纪 40 年代的 40% 下降到 7%,关税的保护作用大幅度下降。但是,发达国家出于对本国利益的考虑,并不甘心放弃贸易保护政策。于是,以美国为首的西方发达国家终于掀起了一场以非关税措施为特征的新贸易保护浪潮。非关税贸易壁垒从此成为各国对外实行贸易保护政策的主体,并愈演愈烈。

(一)非关税壁垒的特点

非关税壁垒与关税壁垒都有限制进口的作用。但是,非关税壁垒与关税壁垒进行比较,非关税壁垒具有以下特点:

1. 灵活性。一般来说,各国关税税率的制定必须通过立法程序,并像其他立法一样,要求具有一定的延续性。如果调整或更改税率,需通过较为烦琐的法律程序和手续。这种立法程序和手续,往往迂回迟缓,在需要紧急限制进口时往往难以适应。但与此相比,在制定和实施非关税壁垒措施上,通常采用行政程序,制定手续比较迅速,其制定的程序也较简便,能随时针对某国的某种商品采取或更换相应的限制进口措施,较快地达到限制进口的目的。

2. 有效性。关税壁垒的实施旨在通过征收高额关税提高进口商品的成本,它对商品进口的限制是相对的。但是,当面对国际贸易中越来越普遍出现的商品倾销和出口补贴等鼓励出口措施,关税多少显得有些无能为力。而非关税壁垒就能很好地解决这个问题。比如,用进口配额制