

汉译世界学术名著丛书



分科本◎经济

纪念版

# 倾销

〔美〕雅各布·瓦伊纳 著



商务印书馆  
The Commercial Press

汉译世界学术名著丛书



纪念版

# 倾销

——国际贸易中的一个问题

〔美〕雅各布·瓦伊纳 著

沈瑶 译

熊性美 校



商务印书馆

2017年·北京

Jacob Viner

**DUMPING; A PROBLEM IN INTERNATIONAL TRADE**

Augustus M. Kelley, Publishers

New York, 1966

根据奥古斯塔斯·M.凯利出版公司 1966 年版译出

# 汉译世界学术名著丛书

## (120 周年纪念版·分科本)

### 出版说明

2017 年 2 月 11 日,商务印书馆迎来 120 岁的生日。120 年前,商务印书馆前贤怀揣文化救国的理想,抱持“昌明教育,开启民智”的使命,立足本土,放眼寰宇,以出版为津梁,沟通中西,为中国、为世界提供最富智慧的思想文化成果。无论世事白云苍狗,潮流左右激荡,甚至战火硝烟弥漫,始终践行学术报国志,不改初心。

迻译世界各国学术名著,即其一端。早在 20 世纪初年便出版《原富》《天演论》等影响至今的代表性著作,1950 年代后更致力于外国哲学和社会科学经典的译介,及至 1980 年代,辑为“汉译世界学术名著丛书”,汇涓为流,蔚为大观。丛书自 1981 年开始出版,历时三十余年,迄今已推出七百种,是我国现代出版史上规模最大、最为重要的学术翻译工程。

丛书所选之书,立场观点不囿于一派,学科领域不限于一门,皆为文明开启以来,各时代、各国家、各民族的思想与文化精粹,代表着人类已经到达过的精神境界。丛书系统译介世界学术经典,



引领时代思想,为本土原创学术的发展提供丰富的文化滋养,为推动中国现代学术和现代化进程做出了突出的贡献。

为纪念商务印书馆成立 120 周年,我们整体推出“汉译世界学术名著丛书”120 周年纪念版的分科本,延续传统分为橙色、绿色、蓝色、黄色和赭石色五类,对应收录哲学、政治·法律·社会学、经济、历史·地理和语言学等学科的学术经典著作,既利于文化积累,又便于研读查考,同时向长期支持丛书出版的译者、编者和读者致以敬意。

两甲子后的今天,商务印书馆又站在了一个新的历史时间节点上。我们不仅要铭记先辈的身影和足迹,更须让我们的步伐充满新的时代精神。这是商务人代代相传的事业,更是与国家和民族的命运始终紧密相连的事业。我们责无旁贷,必须做好我们这代人的传承与创造,让我们的努力和成果不仅凝聚成民族文化的记忆,还能成为后来人可以接续的事业。唯此,才能不负前贤,无愧来者。

商务印书馆编辑部

2017 年 5 月



# 目 录

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| 前言.....                           | 1  |
| 第一章 倾销的定义.....                    | 3  |
| 术语的来源.....                        | 3  |
| 定义问题.....                         | 4  |
| 逆向倾销.....                         | 7  |
| 假倾销 .....                         | 10 |
| 外汇倾销 .....                        | 16 |
| 运费倾销 .....                        | 16 |
| 隐蔽的倾销 .....                       | 17 |
| 第二章 倾销的分类 .....                   | 22 |
| 其他分类基础 .....                      | 30 |
| 与倾销相关的做法 .....                    | 30 |
| 第三章 1890 年以前倾销的盛行 .....           | 32 |
| 早期事例 .....                        | 33 |
| 英国在美国的倾销 .....                    | 35 |
| 其他事例 .....                        | 44 |
| 第四章 1890 年以来倾销的盛行( I )——欧洲大陆、加拿大、 |    |



|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 日本的倾销 .....                  | 48  |
| 德国的倾销 .....                  | 48  |
| 比利时、法国、奥地利的倾销 .....          | 62  |
| 加拿大的倾销 .....                 | 67  |
| 日本的倾销 .....                  | 68  |
| 第五章 1890 年以来倾销的盛行(Ⅱ)——英国和美国的 |     |
| 倾销 .....                     | 70  |
| 英国的倾销 .....                  | 70  |
| 美国的倾销 .....                  | 75  |
| 官方补贴引起的倾销 .....              | 85  |
| 结论 .....                     | 86  |
| 第六章 倾销对倾销国价格的影响 .....        | 89  |
| 垄断与倾销 .....                  | 89  |
| 倾销对国内价格的影响 .....             | 94  |
| 原料倾销对倾销国下游工业的影响 .....        | 100 |
| 第七章 倾销商的倾销赢利性 .....          | 102 |
| 偶发性倾销 .....                  | 102 |
| 短期倾销 .....                   | 103 |
| 倾销与生产的稳定性 .....              | 109 |
| 掠夺性倾销 .....                  | 111 |
| 长期倾销 .....                   | 113 |
| 有补贴的倾销 .....                 | 117 |
| 结论 .....                     | 121 |
| 第八章 倾销对进口国的影响 .....          | 123 |



|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 倾销对进口国价格的影响.....         | 123 |
| 倾销对进口国生产者的影响.....        | 127 |
| 自由贸易与倾销.....             | 133 |
| 第九章 抵御倾销的普通保护关税.....     | 137 |
| 阻止倾销的普通进口关税.....         | 137 |
| 进口关税,引起倾销的一个原因 .....     | 146 |
| 普通进口关税,不令人满意的反倾销手段 ..... | 147 |
| 保护贸易国家的反倾销立法.....        | 149 |
| 第十章 针对官方出口补贴的抵消性措施.....  | 151 |
| 出口补贴制度.....              | 151 |
| 双边协议中的反补贴条款.....         | 153 |
| 补贴抵消税.....               | 156 |
| 布鲁塞尔糖协定.....             | 164 |
| 补贴抵消税立法的新发展.....         | 171 |
| 第十一章 外国反倾销立法( I ).....   | 175 |
| 加拿大的反倾销法.....            | 175 |
| 新西兰 1905 年反倾销法 .....     | 186 |
| 澳大利亚 1906 年反倾销立法 .....   | 188 |
| 南非联邦和纽芬兰的反倾销法.....       | 191 |
| 法国 1908 年的反倾销法提案 .....   | 194 |
| 第十二章 外国反倾销立法( II ).....  | 197 |
| 英国 1921 年反倾销法 .....      | 197 |
| 澳大利亚 1921 年反倾销法 .....    | 206 |
| 新西兰 1921 年反倾销法 .....     | 210 |



|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 可变关税条款.....           | 213 |
| 第十三章  美国反倾销立法.....    | 217 |
| 倾销和不公平竞争.....         | 217 |
| 反倾销的行政措施.....         | 234 |
| 反倾销法的实施管理.....        | 241 |
| 第十四章  反倾销法的比较分析.....  | 249 |
| 受处罚的进口行为类别.....       | 250 |
| 价格比较的日期.....          | 251 |
| 实施倾销税前的最低宽容.....      | 252 |
| 对外国退税的宽容.....         | 254 |
| 对销售条件和销售方式差异的宽容.....  | 255 |
| 豁免商品倾销税的特别法律规定.....   | 256 |
| 寄售.....               | 258 |
| 确定倾销税率的方法.....        | 260 |
| 倾销税实施前的通告.....        | 262 |
| 反倾销法律中的生产成本规定.....    | 264 |
| 行政管理方法.....           | 266 |
| 第十五章  条约义务与反倾销措施..... | 270 |
| 补贴抵消税与最惠国义务的一致性.....  | 270 |
| 历史先例.....             | 275 |
| 抵消税合法性的官方争论.....      | 284 |
| 法官们的见解.....           | 287 |
| 德国与瑞士的面粉关税论战.....     | 293 |
| 一般反倾销税与最惠国义务的一致性..... | 295 |



|               |     |
|---------------|-----|
| 主要参考文献·····   | 298 |
| 索引·····       | 310 |
| 关于倾销的备忘录····· | 320 |
| 倾销·····       | 343 |
| 译后记·····      | 351 |
| 再版后记·····     | 353 |



# 前 言

倾销,不一定是“不公平”的,但至少是值得质疑的竞争方式。人们越来越多地认识到竞争有可能遭到滥用,于是大量关于不公平竞争这个一般性问题的研究应运而生。直到 1914 年,大量的文献多数只涉及国内贸易的竞争标准。广义地讲,只有在国际竞争间或加剧的时候,这类竞争的做法才受到人们的深切关注。关于德国在战争期间为获得世界贸易与工业霸权所采用的明显的不公平和掠夺性的做法有非常广泛的讨论。它有助于提高并保持公众对国际贸易竞争标准中一般性问题的关注。近几年,一些国家已经在努力寻求法律手段,限制在国际贸易中利用某些更有可能招致反对的竞争方式。然而,无论从经济学还是从法律角度看,迄今还没有关于这一问题的全面系统的研究。本书研究了倾销作为一种国际竞争方式,对倾销国和被倾销国的经济意义,以及各国国内和国际为限制倾销所采取的措施。希望本书能为国际贸易竞争标准这一更广泛的研究领域作一个铺垫。

本书第 1—5 章重印自《政治经济学》杂志和《大学商务》杂志,并有所改动和补充。美国关税委员会华莱士(B. B. Wallace)博士阅读了大部分原稿,并以其贴切深入的评述以及对资料的广泛把



握使我获益匪浅，为本书增色不少。至于书中论据上的错误和分析中的不当之处，责任仅由作者自负。

雅各布·瓦伊纳



# 第一章 倾销的定义

1

## 术语的来源

长期以来,当一个市场的生产者由于某种原因把在当地的“剩余”产品以非常低的价格在另一个市场销售时,在习惯上后一个市场被称作“倾销地”。由这种用法延伸,在一个相距遥远的市场上削价出售也就自然被称之为“倾销”。但是,直到 20 世纪最初几年,这个词似乎还没有以上述意义进入过经济学文献。1903 年和 1904 年,关税问题在大不列颠是个主要政治问题,在大量关于关税的辩论性文献中,“倾销”一词或带引号或不带引号地得到广泛使用。自那时起,它成为经济学术语进入了法语、德语、意大利语以及其他语言。然而,它最初只有一个含糊且不确定的含义,至今仍然经常不加区别地用来指各种定价行为,如残酷竞争、关税低估、“廉价销售”、“贱卖”或亏本出售、当地削价,以及在一国市场以低于另一国市场的价格出售。近年来,经济学家们确实越来越多地使用这一词语,并倾向于把它用作一个准确的术语;同时,对倾销和种种相关定价行为立法的发展,要求设法精确区分各种定价行为。这两方面都促进了该词语的标准化使用。但是,这一用语



的使用,无论其外延还是内涵,目前仍然存在着广泛歧义。

## 定义问题

作为分析倾销行为基本特性的重要因素,并且作为进一步研究的必要条件,必须对这一用语作出精确定义,并在本书正文中坚持使用。接下来尝试对倾销下一个规范的定义,并遵循下述原则:坚持尽可能使以下其他原则与著文严谨的作者对这个词的使用保持一致;在内涵中,剔除所有早已得到充分定义并且特征显著的定价行为;在外延中,剔除所有会使它变成一个含糊用语的用法,含糊用语只能把没有什么共同之处的定价行为牵强附会在一起。

即使在不精确的商业文件中,“倾销”一词也最常用来指在不同市场以不同价格出售相同商品。不过,这个词常常被商人不加鉴别地用来指低于通行价格的各种销售行为,并不区分低价是否针对所有买者。<sup>①</sup> 对于一个低价,如果除了说它低,并无其他所指,那么就不必浪费一个很好的词语来定义它,因为已经另有更简单的词恰当且充分地描述它了。如果低价所反映的是“亏本出售”,“贱卖”,“残酷竞争”,“削价”,或低于成本销售——在所有这些情况下,对所有买者都可能一视同仁,那么这些常用的词语就足

---

<sup>①</sup> 美国关税委员会在向美国康采恩发出的一份问卷中要求答卷人提出一件本人了解的外国人在美国倾销的事例,共收到 146 件申诉;其中,只有 23 例据称属于价格歧视,其他案例经分析都属于激烈竞争、威胁、商标仿冒及使用、专利侵权、仿造商品、仿造标签或关税低估等方面的申诉。参见《关于倾销和外国在美国不公平竞争的情况报告》(1919 年),第 12—18 页。

以定义这些行为了。无论买者之间是否有地区间隔,如果对某些买者的售价低于对其他人的售价,即买者接受了较低或较高的价格,则可以用“价格歧视”这一用语恰当地描述,特别是在美国关于国内贸易不公平竞争的文献中用得更多。在全国市场的某个地区以低于市场其他地区的价格向买者销售的作法,“当地削价”也已是约定俗成的用法,特别在美国法律中用得很多。较为严谨的作者在使用“倾销”这一词时,目前最常见的是指在一国市场上以低于另一国市场的价格销售。在上述提到的定价行为中,倾销最接近“当地削价”,在使用中也常常包括“当地削价”的意义。但是,根据最具权威作者的用法,并考虑到节约和精确使用专用术语,有充分理由把倾销这一用语定义为“全国性市场之间的价格歧视。”<sup>①</sup>

我冒昧地断言,这个定义是满足所有合理要求的。英国经济学家格利高里(T. E. G. Gregory)近来的著作<sup>②</sup>指出,在当前的争论中,倾销一词或多或少包含下列四种行为:

1. 低于外国市场价格出售;
2. 以(外国?)竞争者无法竞争的价格出售;
3. 低于本国通行价格在国外出售;
4. 以卖方无利可图的价格出售。

格利高里没能找出所有这些行为的某个共同特征,因而他放

<sup>①</sup> 如果考虑一个松散的王国的各个组成部分,例如不列颠帝国,会出现与倾销一词有关的“对外”或“国际”贸易等术语上的困难。为了现在研究的目的,区分“全国性”与“本地”市场的基础是将所有拥有独立关税的政治单位都算作“全国性”市场,其他市场算作“本地”市场,这样划分虽然武断却方便。

<sup>②</sup> 《关税:方法研究》,伦敦,1921年,第177页及以下各页。



弃了构建一个定义的尝试。但是，他在对一个常用术语进行定义时，要求它能涵盖所有现行用法，这未免要求过分。他提出的上述四种做法中，第三种比较接近这里提出的倾销的定义；其余的或多或少不相干。由于分析不充分，人们往往假定第三种做法的案例一定伴有一种或多种其他做法。事实经常如此，但是正如格利高里指出，并非必然。严格地讲，“低于本国通行价格在国外出售”，就应视为倾销，而不管出口价格是否低于外国市场，能否为外国竞争者所跟随，是否对卖者有利可图。我认为，倾销的一个本质特征是不同的全国性市场的买者之间存在价格歧视。<sup>①</sup> 特定的倾销价格与生产成本、倾销者利润以及竞争对手价格之间的关系，往往无法仅用定义解释。在很多情况下，难有确切解释。正如下面将要谈到的，有许多种类的倾销；把对倾销者有利可图或无利可图的倾销，把低于或不低于竞争对手价格的倾销区分开来，虽然在实际中往往极为困难，但在逻辑上却是行得通的。

当倾销是指不同国家市场之间的价格歧视时，它不仅包括较为常见的国际价格歧视，即出口价格低于国内市场价格，而且还包括较为罕见的形式：(1)当某种特定商品没有国内市场或国内市场不足时，处于不同出口市场的买者受到价格歧视；(2)当卖者的国内市场被当作倾销地时，对外国买者售价更高。英国生产的一些低等厚棉布只用于热带贸易，并无国内市场。生产这种棉布的英国厂商为了把产品打入中国市场，或者为了应付在中国的竞争，或

<sup>①</sup> 参见陶西格(F. W. Taussig),《经济学原理》(第三版),第1章,第207页:“对不同购买者制定不同价格的可能性可以解释‘倾销’这一现象——即在外国卖掉商品是一种价格,而对国内市场购买者则是另一种更高的价格。”



者为了其他目的,可能会以低于在印度和其他市场的价格在中国出售。在这种情况下,即使无法对该英国厂商卖给中国人的价格和英国国内价格作出比较,但他已是在中国倾销。这种形式的倾销有一个变形,即在某个国外市场以低于其他国外市场的价格出售,但同对国内买者所报的价格无关。前些年,一位美国驻比利时领事报告说,比利时玻璃板辛迪加的产品只有 5% 在国内市场出售,卖给美国人的价格通常要比卖给英国人的低 10%—30%;主要因为英国是比利时玻璃板的“标准”市场,而在美国只有实行价格减让,买者才会接受。<sup>①</sup> 不管卖给美国人的价格是否低于卖给比利时人的价格,这也被视为一种倾销。在一些涉及倾销的法律中,倾销的定义中就包括了这样的事例。

## 逆向倾销

人们往往认为,倾销发生时,倾销地当然总是距离较远的那个市场,而较近的市场——尤其是倾销者的国内市场——则要承受较高价格。这无疑是一般性规律,但也有重要例外。如果国内市场的重要性比相距遥远的市场较小,而且生产的主要目的就是要出口到较远的市场,那么利用“逆向倾销”这个术语就很方便,即对国内买者的售价低于对外国买者的售价。如果不是国内市场常用禁止性关税阻挡外国竞争,导致国内辛迪加可以在关税庇护下强

<sup>①</sup> 《外国制成品低于其国内价格在美国销售》,国务卿致参议院的报告(第 61 届国会,第一次会议,参议院文件第 16 号),第 1 部分,第 6 页。(该报告在下文中简称为《外国制成品在美国的销售》。)

