

新编 企业反倾销 策略技巧与案例分析

王英辉
李文陆 编 著

中国物价出版社

新编企业反倾销 策略技巧与案例分析

王英辉 李文陆 编著

中国物价出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新编企业反倾销策略技巧与案例分析/王英辉、李文陆著.
—北京:中国物价出版社, 2004.1
ISBN 7-80155-671-2

I. 新… II. 王… III. 反倾销法-基本知识-世界
IV. D912.29

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 104059 号

书 名: 新编企业反倾销策略技巧与案例分析

作 者: 王英辉 李文陆

责任编辑: 曾繁成

出版发行: 中国物价出版社

地 址: 北京市西城区月坛北小街 2 号院 3 号楼 (100837)

电 话: 编辑部(010)68026341 读者服务部(010)68022950

发行部(010)68021338 68020340 68024335 68033577

经 销: 新华书店

印 刷: 河北省高碑店市鑫宏源印刷厂

规 格: 850×1168 毫米 1/32 11.625 印张 275 千字

版 本: 2004 年 1 月第 1 版

印 次: 2004 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-80155-671-2/D·85

定 价: 29.00 元

前 言

转眼间，中国入世已经两年了，借入世的东风中国进出口贸易持续稳定的发展，这是可喜可贺的事情，但欣喜中也夹杂着一些忧虑，那就是国外对华反倾销不断上升。据相关资料显示在 2001 年，中国遭遇国外反倾销立案调查的数量占当年全球案件的 15%，2002 年则上升至 17%，被采取最终反倾销措施的案件为 36 起，涉及 4000 余种商品，影响约 160 亿美元的出口贸易，至 2003 年 10 月 3 日，全球针对中国产品的反倾销案件共有 540 多起，受反倾销损害之严重名列全球首位。究竟是什么原因使中国入世后反而成了世界各国的反倾销的首要目标了呢？我们不妨从以下几个方面分析：

1. 中国入世后，各国传统的对华贸易壁垒弱化，反倾销成为各国进行贸易保护的幌子。除了个别承诺以外，随着我国成为世界贸易组织正式成员，世界贸易组织的市场开放原则、非歧视待遇原则、透明度原则、权利与义务平衡原则、贸易自由化原则等对我国的适用，将进一步要求其他成员开放市场，降低各种关税和非关税壁垒。这些国家的一些产业在本国日渐失去行政保护手段，于是转而寻求世贸组织所允许的包括反倾销在内的贸易保护。

2. 随着中国产品国际竞争力的上升,各国为了保护本国产业纷纷对中国产品的进入采取警惕性或敌视性的态度,造成了对华反倾销的“多米诺骨牌效应”。当某个国家对我国某类产品发起反倾销调查的时候往往导致其他发展中国家担心我国该产品转而大量进入该国,从而也追随着进行反倾销调查,其结果使我国的该产品被众多国家拒之门外。类似的例子很多,比如,拉美国家在对华反倾销的行动上就相当一致,一旦某个拉美国家作出对华反倾销的调查,其他国家紧随而上。导致我国产品在发展中国家市场上迅速败退的局面很快出现,严重影响了我国企业拓展国际市场的能力。

3. 虽然我国已经成为世界贸易组织的正式成员,但短期内仍然无法摘掉“非市场经济国家”的帽子,“替代国制度”的歧视性使中国出口企业在各国反倾销诉讼中处于不利地位。大多数中国企业仍以低价竞争战略为拓展国际市场的主导战略。短期内,劳动力密集型产品在出口产品结构中仍将占较高的比重,低价格优势会给更多进口国找到反倾销的借口。再加上“替代国制度”因素,导致我国产品极易被进口国确定为反倾销目标。

4. 由于我国加入世贸组织议定书中有允许成员对中国出口产品采取特殊保障措施的承诺,加入世贸组织后,世贸组织成员纷纷加强了对华特别产品过渡性保障机制的立法工作。这些立法主要是大幅度降低立案标准,这对中国十分不利。同时这些保障措施可以仅对中国,从而又避免了对其它国家所带来的压力。

5. 越来越多的发展中国家加入到对华反倾销的队伍中来。对华反倾销立案国原来主要是发达国家。20世纪80年代中以前,绝大多数反倾销案都是由美国、欧共体、澳大利亚、新西兰和加拿大发起的,他们通常被称为对华“反倾销的传统国家”。进入21世纪,越来越多的发展中国家加强了对华反倾销的力度。2002年对我国立案最多的国家是美国和印度。美国对我国立案调查14起,其中反倾销12起,特别保障措施2起,是立案最多的国家;印度位居第二,对我国立案调查为13起,其中11起反倾销,2起保障措施;这些对华实施反倾销的发展中国家大都借鉴了美、欧的相关法规和对华反倾销经验。

6. 不容置疑,入世后我国企业对国外反倾销的能力有所提高,并且出现诸如中国苹果汁应诉反倾销胜诉案、福耀玻璃应诉反倾销胜诉案等个案,但我国企业整体应诉反倾销的能力尚需更大的提高。同时,政府、企业、行业协会协调作战能力差,同类企业在应对反倾销的问题上也往往缺乏应有的沟通。这造成我国企业在应对反倾销的案件中胜诉率仍然较低,这也是造成国外企业对华反倾销有恃无恐的主要原因之一。

虽然当前应对国外反倾销的形势不容乐观,但是我们毕竟应该看到随着《中华人民共和国反倾销条例》的实施,国内企业反倾销的意识也越来越强,国内企业提起反倾销申诉的案件数量在逐年上升,据中华人民共和国商务部统计截止到2003年7月我国企业进行反倾销申诉案件达24起,其中入世后两年来累计提起反倾销申诉

达 13 起，占全部反倾销申诉案件的 50% 以上。随着国内反倾销形势的变化，国内企业在应对国外企业的倾销方面也积累了一些经验。我国政府的反倾销职能机构也发生了变化，中华人民共和国商务部取代原国家经贸委和原外经贸部而承担起反倾销调查机构的职能以后，负责反倾销职能的机构和程序也发生了相应的变化。

基于以上的发展变化，为了帮助企业进一步提高反倾销的认识，和加强反倾销工作，我们在《入世：企业反倾销的技巧与策略》一书的基础上，对内容作了重大调整：增加了入世承诺中关于反倾销方面的内容，并对入世承诺对企业应对反倾销的影响进行了详尽的分析；结合发展中国家对华反倾销越来越严峻的形势，加大了应对发展中国家反倾销的形势分析和策略分析；随着商务部的成立，其承担起了原国家经贸委和原外经贸部的职能，增加了国内企业反倾销的实务操作部分的介绍，这样更有利于企业了解我国反倾销的程序和要求。

在编写过程中蒋春燕老师提出了很多建设性的意见并参加了第九章的编写工作。

由于笔者时间、学识有限和各方面的原因，难免会存在一些缺点和疏漏之处，敬请各位专家、学者不吝赐教。

作 者

2003 年 10 月于北京

目 录

第一编 导 论

第一章 导 论..... (3)

1. 倾销与反倾销是怎样一对“冤家”? (3)
2. 倾销的种类有几种? (4)
3. 全球反倾销的现状是怎样的? (11)
4. 倾销与反倾销的斗争史是怎样的? (12)
5. 当今国际贸易中的矛盾焦点之一是什么? (14)
6. 我国为什么成了“反倾销”的重灾区? (16)
7. 我国企业是“胆小鬼、怕事鬼和冤大头”吗? (22)
8. 入世后我国出口企业为什么仍遭受国外反倾销的
打击呢? (27)

第二编 我国企业入世后如何 应对国外反倾销

第二章 世界贸易组织的《反倾销协议》..... (33)

1. 世界贸易组织《反倾销协议》产生的背景..... (33)
2. 世界贸易组织的《反倾销协议》的主要内容..... (36)

3. 经济学家和法学家眼中的反倾销及《反倾销协议》	(39)
4. 世界贸易组织的《反倾销协议》对我国企业反倾销的借鉴	(64)
第三章 《中国入世议定书》中的反倾销	(68)
第一节 《中国入世议定书》上关于倾销与反倾销方面所作的承诺及利弊分析	(68)
第二节 入世承诺对我国企业应对倾销与反倾销的影响分析及应对策略	(79)
第四章 世界主要国家对华反倾销及我国的应对策略	(86)
第一节 美国对华反倾销	(86)
第二节 欧盟对华反倾销	(120)
第三节 其他发达国家对华反倾销	(141)
第五章 发展中国家对华反倾销及我国的应对策略	(185)
第一节 中国在发展中国家遭受的反倾销现状及发展趋势	(185)
第二节 几个主要发展中国家的反倾销法及相关机构	(191)
第三节 在发展中国家遭受反倾销后的应对策略	(206)

第六章 国内企业在遭受反倾销后的总体 应对思路及方向 (210)

第一节 事前的规避策略 (210)

第二节 事中的应对策略 (215)

第三节 事后的弥补策略 (240)

第三编 应对国外企业倾销的策略及 反倾销操作

第七章 国外企业对华倾销分析及应对策略 (245)

第一节 国外在华倾销的现状、危害及原因分析 (245)

第二节 入世后我国政府、企业如何共同反倾销 (254)

第八章 《中华人民共和国反倾销条例》下的 企业反倾销操作 (282)

第一节 立案前的操作 (282)

第二节 立案后到初裁前的操作 (308)

第三节 初裁后到终裁前的操作 (313)

第四节 终裁后的操作 (316)

第四编 反倾销法律法规

第九章	WTO《反倾销协议》与 《中华人民共和国反倾销条例》	(323)
第一节	WTO《反倾销协议》及其附件	(323)
第二节	《中华人民共和国反倾销条例》	(348)
主要参考书目		(361)

第一编

导 论

第一章

导 论

倾销与反倾销是国际经济发展的产物，是随着现代国际贸易的形成而出现的。倾销与反倾销的现象已经有 200 多年的历史了，但现代意义上的倾销与反倾销出现也不过是上个世纪的事。以 1904 年加拿大颁行的世界上第一部反倾销法为标志。随着近几十年来国际贸易的迅速发展和国际经济发展不平衡的加剧，倾销与反倾销的斗争才更加尖锐。

1. 倾销与反倾销是怎样一对“冤家”？

什么是倾销和反倾销？

按照世界贸易组织的定义通俗地讲就是：当出口国的商品以低于正常价值的价格进入到另一个国家的市场，并且因此对该国市场上某产业造成了实质性的损害或者产生了实质性的威胁，或者说阻碍了进口国同类产业的产生，就可以认定为倾销。在国际贸易实践中，倾销被认为是价格歧视的一种表现，即某种产品在国内市场实行高价，而在国外市场实行低价。根据世界贸易组织的基本原则——公平交易的原则，倾销属于一种不公平的贸易行

为，因此世界贸易组织通过《反倾销协议》来规范这种不公平贸易行为。倾销作为一种贸易歧视，扭曲了自由竞争机制下的价格水平，从而违背了公平竞争和公平贸易的原则，因此世界贸易组织允许其成员按照世界贸易组织的协议通过征收反倾销税来加以制裁。这称之为反倾销。

倾销和反倾销是怎样产生的？

由于倾销可以使出口国的产品迅速占领进口国的市场打击进口国的同类产品的竞争对手，因此倾销成为许多国家的贸易手段。同时进口国为了维护本国的产业利益，保护国内产业的生存与发展，纷纷通过立法对倾销行为加以禁止。因此倾销与反倾销的斗争就出现了。

反倾销法的制定的初衷是为了限制和抵制倾销，从而达到公平贸易的目的。它的实施可以消除或抵消不公平价格的差异，能在一定程度上起到制止倾销，保护本国产业的作用。应该说，在这个限度内，其作用是正当的、合理的，但一旦严厉程度超过这个限度，它就会称为一种贸易保护措施，一种有效程度超过关税壁垒的非关税壁垒的贸易保护措施。正因如此，不少发达国家，包括一部分发展中国家，已将反倾销立法作为对外贸易立法的一个重要组成部分。因为它在国际贸易中能起到十分重要的作用。尤其是在西方国家经济普遍不景气的时候，贸易保护主义抬头并日益增强的今天，其作用更为明显。

2. 倾销的种类有几种？

倾销作为国际贸易的一种手段，可以划分为很多种类。从最广义的角度上说，凡是在国际间进行的商品和劳务交换，都有可能发生倾销行为，例如商品倾销、外汇倾销、技术倾销等。但是，发生最多，同时也是最容易最经常的倾销，则是商品倾销。

2.1 间断性倾销和持续性倾销

按照倾销的时间不同,商品倾销可以分为间断性倾销和持续性倾销两大类。间断性倾销,又称间歇性倾销,是指一国出口商以低于国内商品的价格,甚至低于成本的价格,在某国外市场上暂时出售商品,一旦取得优势,并占领市场就会停止倾销行为。这种倾销的特例是指如果销售旺季已过,或者公司准备转向改营其他业务,但又无法在国内市场出售其“剩余货物”,而只能以低于成本或较低的价格到国外市场上抛售。这一特例又被称为偶然性倾销(SPORADIC DUMPING),其时间的间断性更为明显,一旦抛售完毕,就不再可能出现同样的商品交易行为,因而更多地带有一次性倾销的性质。持续性倾销,是指出口商出于某种需要,长期或者永久性地向别国低价销售其商品的行为。

对于间断性倾销和持续性倾销的分类,国际经济学家们也有不同称谓,著名的反倾销学者雅葛布·温纳就将其分为三类:第一类是突发性倾销,相当于前述的偶然性倾销,即出口商在短期内低价处理大批库存商品的销售行为;第二类是短期倾销,即出口商为了把竞争对手赶出市场,先以低价销售商品,等到独占市场后再实行垄断高价的销售行为;第三类则是长期倾销,即出口商出于某种需要长期或永久性地向别国低价销售其商品的行为。

2.2 技术性倾销和垄断性倾销

这一分类由美国司法部高级反倾销政策制定人罗伯特·威利格教授提出。

1993年,为了准确地界定和划分倾销的概念与种类,由经济合作与发展组织(OECD)发起,并委托美国司法部高级反倾销政策制定人罗伯特·威利格带领一个调查小组,对倾销的定义、种类和特征等进行全面地调查、分析、研究。

该调查小组经过5年分析研究,将倾销定义并划分为两大类,即技术性倾销和垄断性倾销。

罗伯特教授认为技术性倾销是指一个出口者以低价的方式试图扩大海外市场、赚取外汇或者用以平衡经济的行为。例如，在出口国国内市场不景气，而出口企业固定成本又已先期全部支出，正处于保本经营和停止经营之间时，出口商选择低于平均成本的价格向海外市场销售产品就可以看作是技术性倾销。罗伯特教授指出技术性倾销大多基于出口者的积极动机，并且按照自由贸易的原则进行，从而在客观上有利于进口国的经济发展。因此这一类倾销当然也就不应当受到反倾销的惩罚。

垄断性倾销又称纯损害性倾销，是指出口者在已经设限保护本国市场并使之免除竞争的前提下为迫使进口国生产者和第三国生产者退出竞争经营而采取的向进口国低价销售其产品的行为。很显然，这种倾销既违背国际自由贸易的原则又带有长期掠夺的战略性质，当然成为反倾销措施的主要作用对象。

2.3 价格倾销和数量倾销

这是从进行倾销所使用的方法的角度进行的区分，而且也是现实经济生活中各国最熟悉和经常使用的两类倾销方法。

价格倾销就是采用降低价格，甚至采用低于成本的价格，在国际市场向进口国销售商品，以占领市场实现垄断的行为。这里的价格是指商品的国际交换价格，或者说是商品的出口价格，由于国际贸易实务中，进口方所愿意采用的价格往往是离岸价格(F.O.B)，所以，商品的出口价格往往就是指离岸价格。至于价格低到什么程度，则又有着不同的说明。《反倾销协议》里说的是低于正常价值，即产品以通常的商业数量在正常贸易过程中出口国国内消费的价格，但在实际经济生活中却有很多经济学家提出了质疑。这是因为，以产品的出口价格是否低于该产品在出口国国内市场的销售价格确定倾销，固然直观方便，但却忽视了同一商品在不同国家销售时会因销售心理、商业习惯等差异出现合理的价差，同时也未能充分考虑到该商品的出口国的国内市场价