

国际反倾销 法律与实务

张玉卿 编著

中国对外经济贸易出版社

718741

国际反倾销法律与实务

张 玉 卿 编著

中国对外经济贸易出版社

(京)新登字062号

国际投资法律实务

张玉卿 编著

中国对外经济贸易出版社出版
(北京安定门外大街东里28号)

邮政编码100714

新华书店北京发行所发行
北京隆昌印刷厂印刷

850×1168毫米 大32开本 12.5印张 320千字

1993年6月第1版 1993年6月第1次印刷

印数 8000册

ISBN 7-80004-346-0/D·24

定价: 8.00元

序 言

自1979年中国实行改革开放的政策以来，中国对外经济贸易的经营管理格局发生了巨大的变化，有资格经营进出口贸易的企业迅速增加，外商投资企业迅猛增长，中国的对外贸易按出口金额统计在1990年已跃升至世界的第十四位。然而，西方国家的经济这些年一直不甚理想，工业增长缓慢，农业迟迟摆脱不了政府的沉重补贴，国际贸易逆差困扰着不少国家的财政。代之而起的是西方国家贸易保护势力的抬头，国家间的贸易战此起彼伏。政府利用法律手段，限制进口、推动出口，以保护本国工业，是80年代以来西方国家开展国际贸易的最为明显的特征。由于中国参与世界经济贸易的程度在不断向纵深发展，贸易战也必然波及到中国，甚至还会被卷入其中。

贸易战不能简单地理解为国家间的政治之战。贸易战所基于的理由多属多边或双边的条约、国际上的贸易惯例，以及国家的法律规定。我们要参与国际竞争，以促进国民经济的发展，就必须了解、掌握这些条约、惯例及法律，做到知己知彼，适当借鉴与靠拢，以期站稳脚跟，达到预期目的。自二次世界大战结束以后，规范国际贸易发展前景和竞争规则的要首推《关税与贸易总协定》（GATT）（以下简称《总协定》）以及依其派生出的各项法律文件。纵观过去、现在国家间的贸易战，如限制与反限制，市场份额大小的划分，无不以《总协定》的原则为基础或以其作为维护自身利益的武器。

在过去十几年中，西方国家根据《总协定》的反倾销原则限制进口、保护本国工业达到了历史上的顶峰。反倾销成了西方国

家贸易保护主义的一件法律武器，被频繁使用。例如，自1980年至1986年，西方工业化国家利用反倾销限制进口的商品就达1252种。中国自然也是深受殃及者之一。自1979年至1990年，中国出口商品在欧共体、美国、澳大利亚、加拿大等国被进行反倾销调查的已超过100多种，已被限制进口的多达80多种。近年来，诸如巴西、土耳其、新西兰、巴基斯坦、印度尼西亚等国也开始援用反倾销法来限制中国的出口产品，其发展趋势仍在蔓延。一旦被征反倾销税或出口商承诺提高价格，就意味着出口产品的市场的丢失或急剧地收缩，对出口的潜在危害十分严重。因此，了解和掌握国外的反倾销法，设法避免或减少这些指控、调查和限制，已成为现代开展国际贸易的一项重要课题。

作者根据多年来对总协定《反倾销守则》，欧共体和美国的反倾销法的潜心研究以及在直接参与涉及中国出口产品的反倾销案件的处理过程中积累的经验，编著了《国际反倾销法律与实务》一书。书中对倾销的经济涵义、反倾销的立法历史及现状、采取反倾销措施的条件、反倾销的程序规则、反规避措施、反倾销与其它限制进口措施的区别以及如何避免或减少反倾销指控等，结合有关中国出口产品的反倾销案件做了较全面的介绍与评论。

倾销与反倾销的概念可能早已为人所知，文章也屡见不鲜，然而较为系统、简明，以反倾销为主题而撰写的专著在中国尚属首次。更可庆贺的是作者和译者花费巨大精力把总协定的《反倾销守则》，欧共体和美国的反倾销法也首次翻译出来，一并提供给读者，使本书的内容更为丰富、充实。我相信本书对我国从事国际贸易法律研究、教学的人员，对从事对外经济贸易业务与管理的工作人员以及直接参与处理反倾销案件的律师和工作人员都具有重要的参考价值。

对外经济贸易部

条约法律司司长 教授 赵承璧

1992年2月20日

编 著 说 明

一、本书是在原连载于国际经贸消息报上《反倾销实务讲座》(1989年12月至1990年7月)的基础上,经过修改、增添,重新调整而成。

二、本书介绍的反倾销法以中国出口产品经常遇到反倾销调查的国家——欧共体和美国的反倾销法律、条例及案例为主线,而对澳大利亚和加拿大的反倾销法仅就其特点做了简明介绍。介绍力求准确、可靠、易于理解。同时,尽量结合有关涉及中国出口产品的反倾销案例进行评述,以增加实际参考价值。

三、本书专用一章比较了反倾销法同其它西方国家经常用来限制进口产品的手段的区别,以利全面了解,权衡利弊。

四、附录中收集了当今在世界上最具影响与代表性的反倾销法:总协定《反倾销守则》、欧共体和美国的反倾销法及反补贴法;同时,还收集、编译了发生在欧共体及美国的涉及中国出口产品的反倾销案例,旨在帮助读者了解法律本身及有关中国出口产品的案件情况。

五、鉴于《总协定》以及欧共体和美国的反倾销与反补贴法关系密切;又基本采用同一工业损害标准及程序规则,故附件中我们也一并把反补贴法中文翻译文本提供给读者。

六、总协定《反倾销守则》 翻译:焦佩斐

审校:张玉卿

总协定《反补贴守则》

包括补贴清单

翻译:关 越

审校:张玉卿

美国反倾销、反补贴法 翻译：焦佩斐

审校：张玉卿

欧共体反倾销、反补贴法 翻译：关越

审校：张玉卿

董毅同志参加了在欧共体和美国的涉及中国出口产品反倾销案例的翻译与整理。

七、本书在书写过程中，曾得到焦佩斐等同志的支持与协助，在此表示深切的谢意。

八、由于本人水平及时间有限，本书定有缺点与不足之处，热情欢迎批评、指正。

张 玉 卿

1992年7月25日



作者简介

张玉辉 现任对外经济贸易部条约法律司处长，副研究员，律师。1965年起从事外贸工作，1982年经贸大学国际商法研究生毕业，取得硕士学位，1985年赴美乔治城法律中心攻读国际法，取得L.L.M.学位。著有《联合国国际货物销售合同公约释义》，发表了《国际采购法》、《关税与贸易总协定》、《西方的反倾销法与中国的出口贸易》等三十多篇文章。

上 编

1

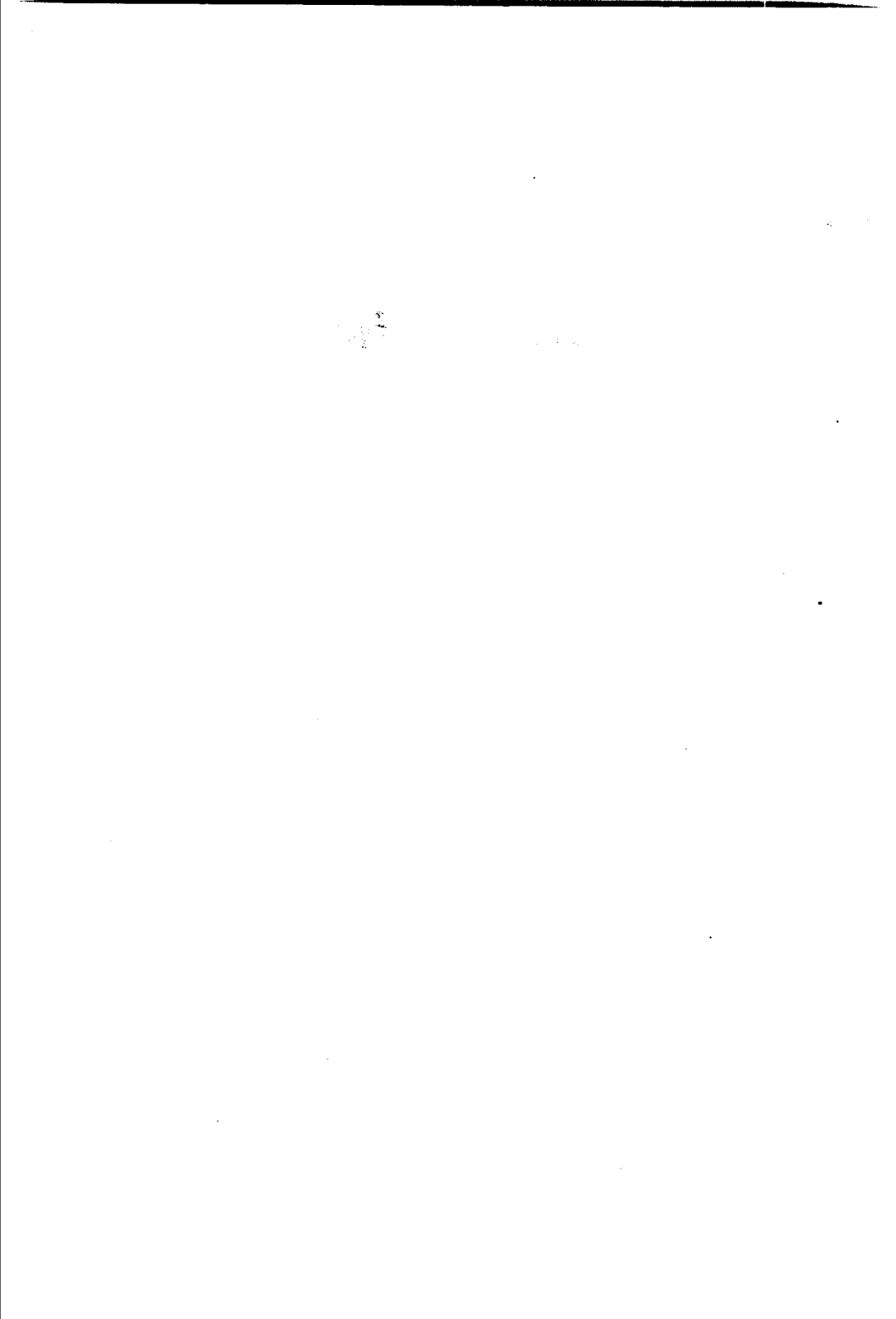
第二节	美国反倾销的调查程序	(68)
第六章	价格承担与终止协议	(77)
第一节	欧共体的价格承担	(77)
第二节	美国反倾销法的中止协议	(84)
第七章	征收反倾销税	(90)
第一节	反倾销税的种类与支付	(90)
第二节	欧共体与美国的反倾销法在征税上的差别	(93)
第三节	征税后果	(98)
第八章	反规避措施	(101)
第一节	欧共体的立法与司法实践	(101)
第二节	美国对规避行为的立法	(110)
第三节	兄弟牌打字机反倾销案	(118)
第四节	总协定新一轮的反倾销守则	(120)
第九章	澳大利亚与加拿大的反倾销法	(124)
第一节	澳大利亚反倾销法	(124)
第二节	加拿大反倾销法	(129)
第十章	反倾销、反补贴、保障条款和“406”	
条款		(137)
第一节	反补贴法与反倾销法的异同	(137)
第二节	反倾销与保障措施	(140)
第三节	反倾销与美国的“406条款”	(144)
第十一章	反倾销的趋势与对策	(149)
第一节	反倾销法的新发展	(149)
第二节	不公正的反倾销法律与实践	(154)
第三节	对反倾销措施的对策	(158)

下 编

一、《总协定》第6条与第16条关于反倾销和反补贴的	
规定	(169)

二、关于执行《总协定》第6条的协定（总协定《反倾销守则》）	(175)
三、《总协定》第6条、第16条、第23条的解释与适用的协议（总协定《反补贴守则》）	(191)
四、欧洲经济共同体理事会关于防止来自非欧洲经济共同体成员国的倾销或补贴的进口产品的条例	(212)
五、美国反补贴与反倾销法	(241)
六、欧共体向与制成品反倾销调查有关的出口商提出的最新典型问题单	(326)
七、中国出口商品在欧共体的反倾销案件汇总（1979—1991）	(333)
八、中国出口商品在美国的反倾销案件汇总（1980—1991）	(354)
参考资料	(382)

上 编



第一章 概 论

第一节 倾销的概念与分类

一、倾销的含义

倾销一词 (dumping) 原指抛掉自己不再需要的东西。20 世纪初, 在国际贸易中开始使用这一概念, 指出口商在海外市
场廉价抛售商品。这种行为的出现立即引起了西方工业国家的重视, 认为这是一种不公平的贸易做法, 是对“自由”贸易的冲击。西方经济学家认为倾销是价格歧视的一种表现, 即一种产品在出口国或原产地国卖高价, 而在外国市场却卖低价。平等的待遇与机会被视为市场经济所追求的准则之一。如果一项产品的卖价不同不是以不同的成本为基础, 或者相反成本不同却卖价一样, 这均属价格歧视的表现。价格歧视不仅包括以不同的价格向相互竞争的买主出售同一产品, 而且包括以不同的价格向相互不存在竞争的买主出售同一产品。在西方国家如果一个厂商从事价格歧视并有害于竞争, 会违反“反托拉斯法”或“反垄断法”。当然, 受到这类法律制裁时总是与厂商对某种产品的价格的控制或其产品所占市场份额等垄断地位相关。

倾销在法律上的概念通常以被广泛接受的《总协定》的第 6 条的规定为准, 即当一项产品以低于其“正常价值”的价格出口时, 则视该产品为倾销的产品。正常价值依据案件的具体情况可以是出口国或原产地国的国内销售价、或该国向第三国的出口价、或为“结构价值”、或为“替代国”的价格, 亦可以进口国

从其它国家进口同类产品的平均进口价格为准来确定。西方国家来自被其视为市场经济国家的倾销产品，主要采用前三种办法来确定正常价值；对于来自被视为非市场经济或中央计划经济国家的倾销产品主要采用后三种办法来确定正常价值。出口价格通常即为出口商的实际成交的出口价，在特殊情况下，也可采用进口商首次将倾销的进口产品向其国内的独立商人出售时的转售价格。如果正常价值大于出口价格，则被视为存在倾销，若二者相等或前者小于后者，则视为不存在倾销。正常价值减去出口价格后的余额为倾销幅度。

二、倾销的分类

按时间来划分，倾销可分以下几种：

(一) 突发倾销 (sporadic dumping)

突发倾销是指在短期内，出口商处理掉大批库存商品。著名的反倾销理论家雅各布·文纳认为这类倾销无足轻重。然而，其它许多经济学家认为这种形式的倾销对进口国的经济生活危害性最大，会对仅依赖于国内市场的进口国的生产商造成灾难性的后果。后一种观点一直在国际上占主导地位，而且在1979年的总协定《反倾销守则》中特地对此做出了规定。

(二) 短期倾销 (short-run dumping)

短期倾销是指在一段时间内倾销，当把竞争对手驱逐出市场后，再实行垄断高价。这种做法通常被视为具有“掠夺”(predation)目的。其特点是，暂时做蚀本出口，与此同时在国内维持高价，待占领海外市场后便开始提价，挽回先前的损失，随后便享受垄断利润。这类倾销一般都伴随着出口商的“掠夺目标”，以暂时的损失换取以后的高额利润。短期倾销也在反对之列，这不仅因为出口商具有掠夺的目的，使进口国工业遭受损害，也因进口国对受害工业的调整而造成资源上的浪费。对于被迫转产的工业来说，只有当其看到国外倾销厂商提价时才会回到原来的生产领域。然而现代的激烈竞争，要求高技术，高效率，

特定的生产要素，这都要求巨大规模的资本投资。如果进口国工业预计不存在长期稳定的高价，就不会转到原来的生产领域。

(三) 长期倾销 (long term dumping)

长期倾销是指长期或永久性地以低于正常价值的价格出口产品。这种倾销多数是由于国内的过量生产，出口国国内市场容纳不了产品的销售，故不得不低价在国外市场长期倾销，以维持规模生产，维持产品在出口国国内市场的高价水平。处于此种情况下的出口厂商，只要平均的售价超过平均的成本，就可以维持下去。西方一些经济学家认为，这类倾销会造成全球资源分配、使用上的错误，会给进口国工业造成损害，而且认为如果对这类倾销不课征反倾销税，则会鼓励出口国的贸易保护政策。还有人认为，一项产品是否属永久性倾销事先无法确定。

总协定《反倾销守则》并未对“短期倾销”与“长期倾销”做出区别，仅规定只要进口产品存在倾销并造成进口国工业的损害，进口国即可征收反倾销税，以消除工业损害。

三、倾销的动机与条件

出口厂商之所以对外进行倾销产品，可能出于各种不同的动机。为了确定对倾销行为是否应加以限制，经济学家曾对厂商的倾销动机做了各种分析。归纳起来，大致有以下几种：

(1) 为保持出口国市场上的价格稳定，向国外抛售大量的库存积压商品；

(2) 为击败在进口国的竞争对手，建立垄断地位，以低于平均成本的价格抛售商品；

(3) 为维持出口国内的“规模生产”，避免或减少失业，将国内市场容纳不下的产品低价出口，出口企业经过综合平衡，总收入仍大于总支出；

(4) 一项新的产品为进入进口国市场，有意识地低价出口，以取得立足之地；

(5) 以赚取外汇、完成出口任务为目的。

上述种种倾销动机，多数是无可指责的。然而，总协定《反倾销守则》以及西方各国的反倾销法并不问出口企业的倾销动机如何，只看倾销的事实与后果。

一个企业对外进行倾销，要具备一定的主客观条件。

首先，现在的所谓国际市场是由一个个相互分开的、独立的国内市场所组成的。由于在国家间仍存在关税壁垒、非关税壁垒、各种进口限制、对产品规格要求的不同以及高昂的国际运输成本等原因，使得低价的出口产品无法向原出口国或原产地国出口，或称“反向倾销”（reverse dumping）。这一情况使得出口国或原产地国市场上的同类产品缺乏需求的价格弹性。无“反向倾销”的产品的进口，也就无法迫使出口国或原产地国维持高价的产品价格降下来。因此，出口商可以无顾忌地在外国倾销，而在国内实行高价。如果没有这些限制和障碍，出口国的高价则无法维持。

其次，进行倾销的出口企业在其国内市场上具有一定的垄断地位。这种垄断地位使其可以操纵、控制国内的价格水平，保持其垄断利润，从而以垄断利润弥补其在国外倾销的损失。

另外，如果出口企业在外国倾销的情况下仍然能获取利润，出口国市场与进口国市场对同类产品的需求弹性必须不同，即进口国的需求弹性较高，而出口国的需求弹性较低。需求弹性越小，消费者与某项产品的联系就越紧密，产品价格的上升与下降都不会使消费者对产品的需求产生多大影响。相反，如果需求弹性较大，消费者就不会被仅仅捆绑在一项商品上。市场存在较充分的竞争时，一项产品价格的轻微变化就会引起较大的供求关系的变化。例如，当一项产品的价格仅有较小幅度的上升时，对该产品的需求就会有较大幅度的下降，因为消费者会立即转向其它的同类产品。由于前面所述原因，一般出口国市场的需求弹性很小，而在进口国的需求弹性却很大。这使出口商可以在国内市场维持、甚至抬高价格；而在海外市场却不得不面对激烈的竞争，制