

反倾销应对 一点通

中国机电产品进出口商会 编著



中国工商出版社

反倾销应对一点通

中国机电产品进出口商会 编著

中国工商出版社

责任编辑 董云竹

封面设计 王晓武

图书在版编目 (CIP) 数据

反倾销应对一点通/中国机电产品进出口商会编著.

北京: 中国工业出版社, 2006.10

ISBN 7-80215-109-0

I. 反… II. 中… III. 反倾销法—基本知识

IV. D912.29

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 105249 号

书名/反倾销应对一点通

编著者/中国机电产品进出口商会

出版·发行/中国工业出版社

经销/新华书店

印刷/北京翌新工商印制公司

开本/850 毫米 × 1168 毫米 1/32 印张/6 字数/100 千字

版本/2006 年 10 月第 1 版 2006 年 10 月第 1 次印刷

印数/01-6000 册

社址/北京市丰台区花乡育芳园东里 23 号 (100070)

电话/(010) 63730074, 83670785 电子邮箱/zggscbs@263.net

出版声明/版权所有, 侵权必究

书号: ISBN 7-80215-109-0/D·279

定价: 15.00 元

(如有缺页或倒装, 本社负责退换)

前 言

随着我国对外开放、融入世界经济的步伐逐步加快，大量物美价廉的中国产品逐渐被世界上越来越多的国家接受。在世界各国对“中国制造”产品日益依赖的同时，中国产品也使得许多进口国的相关制造业感到了“威胁”。于是，世界上许多国家在享受进口中国产品带来的巨大利益的同时，纷纷举起了“反倾销”的大棒，期望以此达到保护本国产业的目的。而“反倾销”这一概念，也随着中国入世和媒体的宣传，开始迅速进入中国企业界，甚至是普通百姓的视野。

根据商务部反倾销“四体联动”的应诉机制，中国机电产品进出口商会（机电商会）负责机电产品的反倾销应诉组织工作。机电商会于1992年成立法律部，开始从事反倾销、反补贴、保障措施及知识产权等公平贸易案件的应诉工作。先后组织和代表企业参加了美国电风扇、美国刹车盘（毂）、美国自行车、美国打火机、欧盟打火机、日本自行车、巴西水表、欧盟铸件等100多起案件的应对工作。2006年2月，机电商会在原有法律部的基础上，又成立了法律服务中心，旨在为会员企业提供更全面的法律服务。

在长期组织企业反倾销应诉过程中，我们经常面临企业的提问和咨询。我们发现企业提出的问题往往都是

基本的、共性的，有关概念和程序上的问题，而这些问题对应诉企业理解反倾销调查的内容含义，积极参加应诉又是至关重要的。社会上有关反倾销的书林林总总，但大体上可以归类为注重理论和注重案例两种。对于大量从未接触过反倾销事务的涉案企业来说，在短短的应诉时间内要读懂这些书，并从中找到企业自身面临问题的直接答案，确定应诉策略，的确勉为其难。

为此，我们萌生了编纂本书的想法。其目的就是把企业可能遇到的问题用最通俗的语言给出解答，使企业在产生某个疑问时，能按图索骥，快速找到答案。在问题的排序上，按反倾销调查的主要程序，尽可能涵盖了其中的概念和程序上的问题。编写中主要参考了《WTO反倾销协议》的有关内容，并介绍了一些国家的具体做法，还适当地引用了一些实例。为了达到通俗的目的，法规都不是原文引用或翻译，而是在我们反倾销实践认识的基础上，直白地加以表达。有些内容在几个问题里都有涉及，但说明的侧重点不同。这样编辑的目的是便于读者从不同的角度思考问题。在问答后，我们重点介绍了美国、欧盟、土耳其等国家的反倾销调查程序，并附了最新的调查问卷，有关调查案件的案况表等。选择这些国家，主要考虑这些国家是发起反倾销调查较多的，同时也代表了发达国家和发展中国家不同的特点。如果介绍的国家过多，在加大成本的同时，也会使读者在庞

大的信息量面前，难以快速消化吸收。这无疑有悖于编纂本书的初衷。所以，我们希望提供给读者的信息是少而精的。

以专家的视点来看，书中某些表述可能存在不够严谨之处。但本书不是一本理论著作，而只是一本通俗易懂的“口袋书”。对象是针对正在遭受反倾销调查或只希望初步了解相关知识的企业和各界人士，是反倾销调查的“普及扫盲”版，是指导企业应诉的“直通车”。对于严谨的法律定义和深层次的内容和问题，限于本书讨论范围，只能删繁就简做出取舍。本书问答的第一部分和第五部分，由陈惠清执笔；第二部分和第四部分，由刘慧娟执笔；第三部分，由刘鹏旭执笔。各国介绍部分由刘鹏旭和陈惠清根据有关资料整理编写。全书的审稿和编辑工作，由高向军和刘鹏旭完成。我们希望通过本书将自己在反倾销应诉组织中粗浅的经验和大家分享。并希冀，企业能把本书作为反倾销应诉实战的辅导手册，在遇到实际问题时，能从书中相关部分找到初步答案。再根据需要，进一步深入学习研究。

由于我们的水平所限，本书中表述不精确的地方在所难免，诚恳欢迎业内人士和专家学者批评指正。

编 者

二〇〇六年五月

目 录

反倾销问答	(1)
各国介绍引言	(67)
美国反倾销调查简介	(68)
美国反倾销调查程序及时间表	(77)
美国分别税率申请文件	(78)
美国对中国实施的反倾销及反补贴措施一览表 ...	(118)
欧盟反倾销调查简介	(121)
欧盟反倾销程序表	(130)
欧盟对中国反倾销调查一览表	(131)
印度反倾销调查简介	(158)
印度已裁决的对华反倾销调查案件情况	(164)
土耳其反倾销调查简介	(173)
反倾销术语对照	(181)

反倾销问答

一、基本概念

1. 什么是反倾销？

倾销从字面上理解就是低价销售。无论是出口还是内销，企业都可能为了占领市场而降价，有时甚至低于成本销售。这种行为必然损害了同一市场上其他经营者的利益。当一国企业在出口市场上倾销时，就会损害到进口国内生产类似产品企业的利益，这时，这些企业就会寻求法律保护，使用“反倾销”来保护自己的利益。用较专业的语言来表述，倾销是指某国的制造商或出口商将某种产品以低于正常价值的价格出口到另一国的贸易行为。反倾销则指进口国主管当局主动发起或根据国内工业的申诉，按照一定的法律程序对以低于正常价值的价格在进口国进行销售的、并对进口国相关国内产业造成损害的外国产品，进行立案、调查和处理的过程和措施。反倾销是 WTO 允许的用以抵制不公平国际贸易行为的一种措施。

具体来说，在反倾销调查中，采取反倾销措施，要涉及三个要素：倾销、损害和因果关系。

2. 反倾销调查的三要素是什么？

很多企业在遭遇国外对我反倾销时常有困惑，他们

认为自己的产品不是在赔本卖，而是有利润的，没有倾销，不应该被反倾销调查。这其实是对反倾销的一种误解。

一种产品被反倾销以致被采取反倾销措施，通常须具备以下三个要素：（1）存在倾销，即该产品的出口价格低于正常价值；（2）存在损害，即该倾销行为对进口国相关产业造成损害或存在损害威胁，或实质阻碍进口国相关产业建立；（3）倾销和损害之间存在因果关系，即损害是由倾销引起的，所以，由别的因素（如进口国国内政策变化、生产方式改变等）引起的损害不能归咎于倾销进口货物。倾销和损害要由反倾销发起国通过复杂的调查、计算和论证得出，并不是说企业在出口时有利润就肯定没有倾销。但是如果出口商的利润比较高，在应诉反倾销时会比较有利。此外，有些国家对采取反倾销措施还有别的要求，比如，欧盟会综合考虑各方利益包括消费者的利益，如果欧盟整体利益认为采取反倾销措施是不适当的，即使已具备以上反倾销三要素，也可能不采取反倾销措施。

3. 什么是正常价值？

正常价值通常是指一进口产品的相同或相似产品在出口国国内正常贸易过程中消费时的可比价格。如果没有或不能得到出口国市场上的可比价格，则以该相同或类似产品出口到第三国的价格或者以该相同或类似产品的生产成本加合理费用、利润为正常价值。以上正常价

值的确定方法是针对获得市场经济地位的企业而言的，对于没有获得市场经济地位的企业来说，正常价值的确定通常需要使用替代国的数据。

4. 什么是出口价格？

出口价格是指一项产品销售到另一国的价格，通常是 CIF 价或 FOB 价。反倾销调查当局在将出口价格与正常价值做比较时，通常会将它们调整到同一水平再做比较，这一水平通常是出厂价。

如果没有出口价格或因特殊原因当局认为出口价格不可靠，可以以进口产品首次转售给独立买方的价格为基础，使用推定价格，若有特殊情况此种推定价格不可用，则在当局确定的合理基础上确定出口价格。

5. 什么是损害？

倾销行为对进口国相关产业造成损害或存在损害威胁，或实质阻碍进口国相关产业建立。这里实际包括三个方面：一是已经造成的实质性损害；二是未来可能造成的损害威胁；三是实质阻碍了进口国相关产业的建立。

考量是否造成损害，应对下列两点做客观审查：（1）倾销涉案产品的数量及对进口国国内同类产品价格的影响；（2）倾销的涉案产品对进口国国内同类产品生产商的后续冲击程度。

考量损害的幅度，应对影响工业状况的全部有关经济因素和指数进行评定，包括销售、利润、产量、市场

份额、生产率、投资收益或设备利用能力等方面的实际和潜在的下降；影响国内价格的因素；倾销幅度的大小；对现金流动量、库存、就业、工资、增长、融资或投资能力等方面的实际的和潜在的副作用。以上因素应做综合考量。

总体来说，损害大小的确定不如倾销幅度的确定那样具有相对较强的客观性，通常可以通过进口商游说等方式给反倾销调查当局施加压力以争取有利结果；并且，损害大小的确定通常需要整个行业的数据来支持。所以，整个行业的损害抗辩通常不是单个企业能完成的，如果由行业组织等出面统一组织抗辩、协调各方往往能获得更好的抗辩效果。

6. 什么是因果关系？

因果关系是确定倾销行为的三要素之一，简单说，就是损害是由倾销造成的。在具体分析中，要找出除倾销外，其他可能造成损害的所有已知原因，并把这些原因的影响——剥离进行分析。实际操作中，由于各经济因素之间实际上是互相影响的，很难将某一原因与某一结果直接联系起来。作为应诉方，应该做的工作就是尽可能找出除倾销外的其他影响进口国工业的原因，如其他未倾销产品的进口数量和价格的影响，进口国的国内需求萎缩，消费习惯改变，技术进步，进口国生产企业本身经营上的问题等。2004年南非对我钢制车轮反倾销

调查，就是以没有因果关系而结案，未采取反倾销措施。

7. 什么是不得归咎原则？

这实际上指的就是倾销与损害之间要确立因果关系，如果损害是由倾销以外其他因素造成的，则不能采取反倾销措施。

8. 什么是涉案产品？

涉案产品是反倾销调查所针对的产品，要根据反倾销发起国公布的立案公告上产品的海关编码和具体产品描述来确定。因为世界大多数国家海关编码前六位项下产品一致，通常我们可以根据海关编码确定产品的大概范围，然后通过产品的具体描述来确定涉案产品。例如，2005年8月6日欧盟对原产于中国、中国香港和马来西亚的 CD-Rs 光盘发起反倾销调查，立案公告中涉案产品的定义为“recordable compact disks (CD-Rs)”，供参考的海关编码为 85239000。由上述条件可知此案涉案产品为 CD-Rs 光盘，而在我国同一海关编码 85239000 项下的其他产品如 U 盘等则不是涉案产品。

在调查结束后，如果采取了反倾销措施，也只是针对涉案产品的。如，上述的欧盟光盘案，生产 U 盘的企业就可以不用应诉，即使最终有反倾销税，也不会针对 U 盘。在立案初期，确定涉案产品是非常重要的一项工作。由于各国海关编码存在差异，而企业有可能对立案公告中的产品描述不完全理解，这时，企业可以主动联

系调查机关，确定自己的产品是否为涉案产品。以便决定是否应诉。

9. 什么是涉案企业？

在调查期内向发起反倾销调查的国家出口过涉案产品的企业是涉案企业。有时，立案公告上会列出所谓的涉案企业的名单，但这些名单往往是由起诉方通过自己的渠道搜集并提供的，可能与真正的涉案企业并不完全相符。例如，有些企业虽然被列在名单上，但其实在调查期内并未出口过涉案产品，这些企业则不是涉案企业；有些企业虽然没有被列在名单上，但在调查期内出口过涉案产品，这些企业则属于涉案企业。

10. 什么是调查期？

调查期是反倾销当局设定的特定期间，通过对涉案企业在这期间的出口、内销、成本等情况进行调查得出倾销与否的结论。调查期包括倾销调查期和损害调查期。根据世贸反倾销协议的规定，短期内低于成本的销售是可以的。企业在正常商业经营过程中，有时为了进行商业推广、清理库存等，是会低价销售的。但在相当长的时间内低价销售行为就有可能被确定为倾销，考察是否倾销的期间通常为立案前的一年，世贸对此的解释是不能少于六个月。但也有的国家倾销调查期为一年半，甚至三年。损害调查期通常是立案前的三年，因为确定一个行业是否遭受损害，所考察的经济指标，必须在持

续的几年内才能得出较科学的分析。

11. 什么是市场经济？

在反倾销案件中，市场经济和非市场经济是调查确定倾销幅度时使用的一个重要概念。反倾销发起国的调查当局如果认定被调查商品的出口国为非市场经济国家，将引用与出口国经济发展水平大致相当的市场经济国家（即替代国）的成本数据计算所谓正常价值，并进而确定倾销幅度，而不使用出口国的相应原始数据。

目前，世界上有些国家已经正式承认中国是市场经济国家，例如亚洲、拉美的一些国家，但是欧、美等西方发达国家并未承认中国的市场经济地位。美国在反倾销案件中的做法是，由我方申请并提供证据，若美国商务部调查认为符合一定标准，可以授予中国某个行业市场经济地位（MOI）。欧盟的做法是，单个应诉企业可以申请市场经济地位，若欧委会通过调查认为该应诉企业符合欧盟授予市场经济地位的五条标准，则可以授予该企业市场经济地位，而不像美国是授予某个行业市场经济地位。

美国确定行业市场经济的标准是：（1）行业内单独企业的生产和产品价格不受政府控制；（2）行业内的企业以私营企业和集体制企业为主导，并按照市场规律运作；（3）行业内的生产商支付各主要生产要素的价格由市场决定。在 20 世纪 90 年代初，美对我电风扇、镀铬

螺母案等三起案件中，中国企业曾申请过行业市场经济地位后，我企业多年未提出过申请。直至 2003 年，在备受关注的美国对我阴极射线管彩电反倾销调查中，机电商会代表中国彩电业提出了行业市场经济地位申请，被拒绝后，在此后的家具反倾销调查中，中国家具业又提出了申请。但迄今为止，在美国对华反倾销调查中，除 1990 年美国给我电风扇行业市场经济外¹，尚未有一个行业成功申请过行业市场经济地位。这与美国此项标准的模糊性、程序上的不确定性有很大关系。各行业被拒绝的原因也各不相同，有不能代表全部行业的（而美国对代表性并无法律上的明文规定），有所有制成分不符的，有提出的时间较晚的（美国也无明确的时间上的法律规定）等等。总之，在美国申请行业市场经济地位是极其困难的。

欧盟给予企业市场经济地位的五条标准是：（1）公司根据市场供需信息、在不受国家干预情况下决定价格、成本与投入，包括：原材料、技术与劳动成本、销售与投资；同时，主要投入成本应合理反映市场价值；（2）公司具有一整套明晰的基本会计记录，根据国际会计准则接受独立审计；（3）公司的生产成本和财务状况不遭受由于以前的非市场经济制度造成的严重扭曲，尤其是关系到资产折旧、其他购销项目、实物贸易以及抵债付款；

1. Oscillating and Ceiling Fans from the People's Republic of China, 57 Fed. Reg. 24018 (Dept. of Commerce, 1992) (终裁)。

(4) 公司适用可保证其合法存续及稳定性的破产法和产权法律；(5) 汇兑采用市场汇率。相比美国的规定，欧盟的规定相对较明确，而且由于针对一个具体的企业，较容易证明。中国企业在许多欧盟的反倾销案件中都得到过市场经济地位，但也有许多企业因为所有制问题、会计上的问题被否定了市场经济地位。

市场经济地位问题在反倾销中是一个非常关键的问题。如果企业能够获得市场经济地位，能够用自己的出口价格与自己的正常价值做比较计算倾销幅度，可以得到一个相对合理的倾销幅度。反之，如果不能获得市场经济地位，需要用替代国的数据来计算倾销幅度，考虑到中国的劳动力成本较低等因素，企业得到的倾销幅度可能相对较高。

12. 什么是替代国？

替代国是指当应诉企业不能获得市场经济地位时，反倾销调查当局选用的受调查出口国以外的、用以计算正常价值的其他国家，通常是除进口国和出口国以外的第三国，但也有可能是发起反倾销的进口国。替代国选择的标准各国都有所不同，但通常认为应该是经济发展水平相当，生产相同或类似产品达一定规模的国家和地区。

替代国问题《WTO 反倾销协定》没有明确规定，各国规定不尽一致。例如，欧盟规定的提出替代国抗辩的时间为立案后 10 天内。应诉企业提出替代国抗辩应有充

分理由，并且最好能在提出的替代国里找到相应的愿意配合提供相关数据的企业。

若使用替代国的数据来计算倾销幅度，企业得到的倾销幅度通常相对较高。例如，在美国对我彩电反倾销案中，使用印度作为我国的“替代国”；在欧盟对我自行车反倾销复审中，使用墨西哥作为我国的“替代国”；在土耳其对我彩电反倾销中，使用土耳其作为我国的“替代国”；都人为地提高了我国出口企业的倾销幅度。

13. 什么是分别裁决？

分别裁决是指由应诉企业申请，调查当局调查后认为符合分别裁决条件，从而用替代国的正常价值与该应诉企业的出口价格做比较，计算出该企业的税率，这种税率低于不合作企业的全国统一税率。

欧盟在反倾销法中给予中国企业的分别待遇的五个条件：(1) 企业的资金和利润能够自由汇出（适用于外资企业或者合营企业）；(2) 出口价格和数量，销售条件和条款能由企业自行决定；(3) 多数股份由名副其实的私人企业持有，董事会或者关键管理职位上的政府官员明显为少数。政府控制的公司事先均假定为不能保证不受政府的干涉，证明此假定不成立的举证责任在出口商；(4) 外汇兑换按市场汇率进行；(5) 如企业获分别待遇，则政府的干预不会导致（通过该企业）规避反倾销措施。

美国要求申请分别裁决的企业提交分别裁决申请，

2/2