

文件总页数：93 页

公开文本

此呈：

中华人民共和国商务部

中国白羽肉鸡产业申请对原产于美国的进口白羽肉鸡产品所适用的反倾销措施
进行期终复审调查

白羽肉鸡产品反倾销措施期终复审调查申请书

期终复审申请人：

中国畜牧业协会

申请人全权代理人：

北京市博恒律师事务所

二〇一五年六月二十三日

期终复审申请人：

名 称： 中国畜牧业协会
地 址： 北京市朝阳区曙光西里甲 6 号，时间国际大厦 A 座 9 层
邮政编码： 100028
法定代表人： 张宝文
案件联系人： 黄建明
联系电话： 010 – 58677700
传 真： 010 – 58677809

申请人全权代理人：

名 称： 北京市博恒律师事务所
地 址： 北京市西城区黄寺大街 23 号，北广大厦 1205 室
邮政编码： 100120
代理律师： 郭东平、贺京华、蓝雄
联系电话： 010-82230591/92/93/94
传 真： 010-82230598
电子邮箱： gdp@bohenglaw.com
网 址： www.bohenglaw.com

确 认 书

作为申请对原产于美国的进口白羽肉鸡产品所适用的反倾销措施进行期终复审调查的申请人的全权代理人，我们已经全部审阅了本次反倾销措施期终复审调查申请书及其附件，并代表申请人签署本反倾销措施期终复审调查申请书。根据我们目前掌握的信息和资料，我们确认本反倾销措施期终复审调查申请书的内容以及所附的证据是真实、完整的。

根据《中华人民共和国反倾销条例》的有关规定，特此正式提起本次反倾销措施期终复审调查申请。

申请人全权代理人：北京市博恒律师事务所 (盖章)

中国注册律师：

郭东平 律师 律师执照号码：11101200310402136 (签字)

贺京华 律师 律师执照号码：11101199510115344 (签字)

蓝 雄 律师 律师执照号码：11101200310817778 (签字)

二〇一五年六月二十三日

目 录

前 言	8
一、 原审案件的基本情况	8
二、 更名申请的基本情况	8
三、 再调查案件的基本情况	9
四、 新出口商复审、期中复审、行政复议和行政诉讼	9
五、 目前所适用的反倾销措施的产品范围和税率	9
六、 反倾销措施措施到期公告	10
七、 本次期终复审申请的理由和请求	10
第一部分 申请书正文	11
一、 利害关系方的相关情况及信息	11
(一) 申请人和国内同类产品生产企业	11
1、 申请人的相关信息	11
2、 申请人委托的代理人	12
3、 国内同类产品生产企业的相关信息	12
4、 申请提出之日前申请人代表的同类产品产量占国内同类产品总产量的比例	14
(二) 国内白羽肉鸡产业介绍	15
(三) 申请调查产品的初步描述及已知的生产商、出口商和进口商的情况	18
1、 申请调查产品的初步描述	18
2、 已知的申请调查产品的生产商、出口商和进口商	18
2.1 生产商	18
2.2 出口商	20
2.3 进口商	20
二、 申请调查产品、国内同类产品的完整说明及二者的比较	21
(一) 申请调查产品的具体描述和申请人申请的调查范围	21
(二) 申请调查产品与国内同类产品的比较	22
1、 国内企业生产的白羽肉鸡产品与申请调查产品在感观项目、理化指标方面的相同或相似性	23
2、 国内企业生产的白羽肉鸡产品与申请调查产品在种鸡品种、饲料方面的相同或相似性	23
3、 国内企业生产的白羽肉鸡产品与申请调查产品在生产工艺方面的相同或相似性	23
4、 国内企业生产的白羽肉鸡产品与申请调查产品在消费领域和用途方面的相同或相似性	24
5、 国内企业生产的白羽肉鸡产品与申请调查产品在销售渠道和客户群体方面的相同或相似性	24
6、 结论	24
三、 申请调查产品向中国出口的基本情况	24
(一) 原审案件调查期间被调查产品的进口情况	24

(二) 反倾销措施实施期间申请调查产品的进口情况	25
1、申请调查产品的进口数量、进口金额和进口价格情况	25
2、申请调查产品进口数量变化情况	25
2.1 申请调查产品绝对进口数量变化情况	26
2.2 申请调查产品相对进口数量变化情况	27
2.2.1 中国同类产品的表观消费量	27
2.2.2 申请调查产品的相对进口数量变化情况	28
3、申请调查产品进口价格变化情况	28
四、倾销继续或再度发生的可能性	29
(一) 反倾销措施实施期间，原产于美国的进口白羽肉鸡产品继续存在倾销	30
1、第一种倾销幅度估算方法	30
1.1 倾销幅度的计算方法	30
1.2 申请调查产品的出口价格	30
1.3 正常价值	32
1.4、估算的倾销幅度	34
2、第二种倾销幅度估算方法	34
2.1 倾销幅度的计算方法	34
2.2 出口价格	34
2.3 正常价值	35
2.4、估算的倾销幅度	35
(二) 如果终止反倾销措施，倾销可能继续发生	36
1、在存在反倾销措施的情况下，美国申请调查产品对中国出口仍存在倾销，一旦终止反倾销措施，倾销行为很可能继续发生，甚至更加严重	36
2、美国市场严重供过于求，潜力巨大且需求稳定增长的中国市场对美国白羽肉鸡厂商具有极大的吸引力，其很可能继续以倾销方式重新抢占中国市场	36
2.1 全球市场白羽肉鸡产品的整体供需状况	36
2.2 全球主要市场（包括美国）的白羽肉鸡产品严重供过于求	37
2.3 中国白羽肉鸡市场潜力巨大，需求稳定增长，中国市场对美国厂商具有极大的吸引力	38
2.4 美国厂商始终觊觎中国市场，其很可能继续以倾销方式抢占中国市场	39
3、美国白羽肉鸡产品的生产、消费以及出口等情况表明，如果终止反倾销措施，其对中国的倾销行为有可能继续发生	40
3.1 美国白羽肉鸡产品的出口能力	40
3.2 美国白羽肉鸡产品对国外市场的依赖程度	41
3.3 美国白羽肉鸡产品对中国市场的出口情况	42
3.4 美国白羽肉鸡产品对第三国（地区）低价出口情况	43
3.5 美国政府对玉米和大豆继续实施农业补贴，廉价的饲料原料保证了美国白羽肉鸡产品的成本优势，加大了美国申请调查产品对中国倾销的可能性	46
3.6 美国白羽肉鸡产品受其他国家实施反倾销措施的情况	47

3.7 美国对中国市场的销售具有竞争优势，加大了其对中国低价倾销的可能性	47
(三) 结论：如果终止反倾销措施，美国申请调查产品的倾销可能继续发生	47
五、损害继续或再度发生的可能性	49
(一) 原审案件调查期间国内产业遭受损害的情况	49
1、原审调查期间被调查产品对中国的出口情况	49
2、原审调查期间被调查产品大量低价进口对国内产业造成的影响	49
(二) 反倾销措施实施期间中国产业的发展状况	50
1、反倾销措施实施期间申请调查产品的进口数量变化情况	50
2、反倾销措施实施期间申请调查产品的进口价格变化情况	52
3、反倾销措施实施期间国内同产业的发展状况	56
3.1 中国白羽肉鸡产业的整体状况	56
3.1.1 国内同类产品的表观消费量	56
3.1.2 国内产业商品代白羽肉鸡雏鸡的养殖情况	57
3.1.3 国内产业同类产品的产量情况	58
3.1.4 国内产业同类产品的内销数量情况	58
3.1.5 国内产业同类产品的市场份额情况	59
3.1.6 国内产业同类产品的就业人数情况	59
3.1.7 小结	59
3.2 申请人同类产品的相关经济指标分析	60
3.2.1 申请人同类产品的产能、产量和产能利用率变化情况	60
3.2.2 申请人同类产品的内销数量情况	61
3.2.3 申请人同类产品的市场份额情况	62
3.2.4 申请人同类产品的销售价格情况	63
3.2.5 申请人同类产品的销售收入情况	63
3.2.6 申请人同类产品的毛利润情况	64
3.2.7 申请人同类产品的期末库存情况	65
3.2.8 申请人同类产品的就业人数情况	66
3.2.9 申请人同类产品的劳动生产率情况	66
3.2.10 小结	67
3.3 国内主要生产企业的经济指标分析	67
3.3.1 国内主要生产企业同类产品产能、产量和开工率的变化	68
3.3.2 国内主要生产企业同类产品内销数量的变化	69
3.3.3 国内主要生产企业同类产品市场份额的变化	70
3.3.4 国内主要生产企业同类产品期末库存的变化	71
3.3.5 国内主要生产企业同类产品内销价格的变化	71
3.3.6 国内主要生产企业同类产品内销收入的变化	73
3.3.7 国内主要生产企业同类产品税前利润的变化	74
3.3.8 国内主要生产企业同类产品投资收益率的变化	75
3.3.9 国内主要生产企业同类产品与经营活动有关的现金净流量的变化	76

3.3.10 国内主要生产企业同类产品工资和就业的变化	77
3.3.11 国内主要生产企业同类产品劳动生产率的变化	78
3.3.12 国内主要生产企业同类产品投融资能力的变化	79
4、反倾销措施实施期间，尽管国内白羽肉鸡产业得到一定的恢复和发展，但仍非常脆弱，容易受到进口产品的冲击和影响	79
4.1 反倾销措施实施期间，国内市场竞争秩序有所好转，国内产业获得了恢复性的发展.....	79
4.2 国内产业仍然非常脆弱，容易受到进口产品的冲击和影响.....	80
(三) 终止反倾销措施后申请调查产品可能的进口量.....	80
1、中国同类产品的供需状况分析	81
1.1 国内需求量.....	81
1.2 国内同类产品的供应量.....	81
2、终止反倾销措施后申请调查产品数量大幅增加的可能性	81
(三) 终止反倾销措施后申请调查产品可能对中国同类产品价格的影响.....	83
1、申请调查产品价格趋势预测	83
2、中国同类产品价格趋势预测	84
(四) 终止反倾销措施后申请调查产品可能对国内产业的影响.....	86
(五) 结论：如果终止反倾销措施，国内产业的损害可能再度发生.....	87
六、公共利益考量	88
七、结论和请求	91
(一) 结论	91
(二) 请求	91
第二部分 保密申请.....	92
一、保密申请.....	92
二、非保密性概要	92
第三部分 证据目录和清单.....	93

前 言

一、 原审案件的基本情况

1、 提交申请

2009年8月14日，中国畜牧业协会作为申请人，代表国内白羽肉鸡产业向商务部提起反倾销和反补贴调查申请，请求对原产于美国的进口白羽肉鸡产品进行反倾销调查。

2、 立案调查

2009年9月27日，商务部分别发布年度第74号公告，决定对原产于美国的进口白羽肉鸡产品分别进行反倾销立案调查。案件的倾销调查期为2008年7月1日至2009年6月30日，产业损害调查期为2006年1月1日至2009年6月30日。

3、 初步裁定

2010年2月5日，商务部发布公告，初步裁定原产于美国的进口白羽肉鸡产品存在倾销，国内白羽肉鸡产业受到实质损害，而且倾销与实质损害之间存在因果关系，决定自2010年2月13日起对原产于美国的进口白羽肉鸡产品实施临时反倾销措施。

4、 最终裁定

2010年9月26日，商务部发布年度第51号公告，最终裁定原产于美国的进口白羽肉鸡产品存在倾销，国内白羽肉鸡产业遭受了实质损害，而且倾销和实质损害之间存在因果关系。根据上述最终裁定公告以及《中华人民共和国反倾销条例》的有关规定，国务院关税税则委员会决定对原产于美国的进口白羽肉鸡产品征收反倾销税，实施期限自2010年9月27日起5年。

二、 更名申请的基本情况

2013年6月3日，美国普渡农场有限责任公司向商务部提交《关于对普渡农场股份有限公司白羽肉鸡反倾销、反补贴税率继承的申请》，申请继承普渡农场股份有限公司在白羽肉鸡产品反倾销和反补贴案中适用的税率。

2013年8月26日，商务部发布年度第56号公告，决定由普渡食品有限公司继承原普渡农场股份有限公司在白羽肉鸡反倾销和反补贴措施中的权利义务，其中对中国出口被调查产品适用51.8%的反倾销税税率，继续以普渡农场股份有限公司名称向中国出口的被调查产品，适用

白羽肉鸡反倾销措施中其他美国公司所适用的105.4%的反倾销税税率，自2013年8月27日起执行。

三、再调查案件的基本情况

2013年9月25日，世贸组织争端解决机构通过了“中国一对原产于美国白羽肉鸡产品的反倾销和反补贴措施”争端案件的专家组报告。

2013年12月25日，商务部发布立案公告，决定自公告发布之日起，依照世贸组织有关报告的裁决和建议对原产于美国的进口白羽肉鸡产品所适用的反倾销措施和反补贴措施进行再调查。

2014年7月8日，商务部发布年度第44号公告，经再调查裁定，原产于美国的进口白羽肉鸡产品存在倾销和补贴，中国国内白羽肉鸡产业受到了实质损害，而且倾销、补贴与实质损害之间存在因果关系，并自2014年7月9日起对原产于美国的进口白羽肉鸡产品按照调整后的税率征收反倾销税和反补贴税。

四、新出口商复审、期中复审、行政复议和行政诉讼

自2010年9月27日实施反倾销措施实施以来，没有利害关系方就反倾销措施提起过任何新出口商复审、期中复审、行政复议以及行政诉讼的请求。

五、目前所适用的反倾销措施的产品范围和税率

根据商务部2014年第44号公告，中国对原产于美国的进口白羽肉鸡产品所征收的反倾销税税率如下表所示：

1、产品范围

原审反倾销案件所确定的被调查产品为白羽肉鸡产品。具体描述为：活体白羽肉鸡屠宰加工后的肉鸡产品，包括整鸡、整鸡的分割部位、肉鸡的副产品，不论是鲜的、冷的或冻的。活鸡、以罐头和其他类似方式包装或保藏的肉鸡产品、鸡肉香肠及类似产品、熟食肉鸡产品均不在被调查进口产品范围之内。

该产品归在《中华人民共和国进出口税则》：02071100、02071200、02071311、02071319、02071321、02071329、02071411、02071419、02071421、02071422、02071429和05040021。

2、反倾销税税率

企业名称	反倾销税税率
美国皮尔格林公司	73.8%
泰森食品有限公司	49.5%
楔石食品有限责任公司	46.6%
其他应诉企业	60.7%
其他美国公司	73.8%

美国各公司更详细的反倾销税税率请参见“附件一”列表。

六、反倾销措施到期公告

2015年1月20日，商务部发布“关于2015年反倾销和反补贴措施到期情况的公告”。根据上述公告的相关规定，对原产于美国的进口白羽肉鸡产品适用的反倾销措施将于2015年9月26日到期，自公告发布之日起，国内产业或者代表国内产业的自然人、法人或者有关组织可在措施到期日60天前以书面形式向商务部提出期终复审申请。

七、本次期终复审申请的理由和请求

鉴于本申请书中所述原因和理由，申请人认为：如果终止反倾销措施，原产于美国并向中国出口的白羽肉鸡产品的倾销行为有可能继续发生；如果终止反倾销措施，原产于美国的进口白羽肉鸡产品对中国白羽肉鸡产业造成的损害有可能再度发生。同时，申请人认为，继续采取反倾销措施符合中华人民共和国的公共利益。

因此，为维护中国白羽肉鸡产业的合法权益，依据《中华人民共和国反倾销条例》（以下简称“《反倾销条例》”）及其他有关规定，申请人请求商务部对原产于美国的进口白羽肉鸡产品所适用的反倾销措施进行期终复审调查，并向国务院关税税则委作出建议，对原产于美国的进口白羽肉鸡产品按照商务部2014年第44号公告所确定的产品范围和税率继续征收反倾销税，实施期限为5年。

第一部分 申请书正文

一、利害关系方的相关情况及信息

（一）申请人和国内同类产品生产企业

1、申请人的相关信息

名称： 中国畜牧业协会
地址： 北京市朝阳区曙光西里甲 6 号，时间国际大厦 A 座 9 层
邮政编码： 100028
法定代表人： 张宝文
案件联系人： 黄建明
联系电话： 010 - 58677700
传 真： 010 - 58677809

（参见“附件二：申请人社会团体法人登记证书及授权委托书”）

本次期终复审案件的申请人“中国畜牧业协会”系原审案件申请人。

中国畜牧业协会，英文名称 China Animal Agriculture Association(CAAA)，是由从事畜牧业及相关行业的企业、事业单位和个人组成的全国性行业联合组织，是具有法人资格的非营利性社会团体，下设禽业、猪业、牛业、羊业、犬业、兔业、草业、蜂业、特种养殖业、兽医等分支机构分管不同畜牧业领域。

中国畜牧业协会的一项重要职责是：“建立市场预警机制，参与行业相关的反倾销、反补贴等对外贸易争端的产业损害调查和应诉协调工作，保护产业安全”。

白羽肉鸡产业是我国畜牧业的重要组成部分，行业的宏观管理工作由中国畜牧业协会负责。目前，中国畜牧业协会会员单位共有 44 家白羽肉鸡生产企业（详见附件三：白羽肉鸡生产企业会员单位的生产经营情况说明）。这些生产企业规模较大，在行业中具有代表性和影响力。

鉴于我国对原产于美国的进口白羽肉鸡产品所适用的反倾销措施即将到期，根据白羽肉鸡会员企业的决议，决定以中国畜牧业协会作为申请人，依据《反倾销条例》的相关规定，代表国内白羽肉鸡产业向商务部提出对美国进口白羽肉鸡产品进行反倾销期终复审调查的申请（参加附件四：会议决议）。

2、申请人委托的代理人

为申请题述反倾销措施期终复审调查之目的，申请人授权北京市博恒律师事务所作为其全权代理人，代理题述期终复审的申请及调查工作，具体代理权限见授权委托书。（请参见“附件二：申请人社会团体法人登记证书及授权委托书”）

根据申请人的委托，北京市博恒律师事务所指派该所郭东平律师、贺京华律师和蓝雄律师共同处理申请人所委托的与本案有关的全部事宜。（请参见“附件五：律师指派书和律师执业证明”）

期终复审申请人全权代理人：

北京市博恒律师事务所

郭东平 律师	律师执照号码：11101200310402136
贺京华 律师	律师执照号码：11101199510115344
蓝 雄 律师	律师执照号码：11101200310817778

地 址：北京市西城区黄寺大街 23 号，北广大厦 1205 室
邮 编：100120
电 话：010-82230591/2/3/4
传 真：010-82230598
电子邮箱：gdp@bohenglaw.com
网 址：www.bohenglaw.com

3、国内同类产品生产企业的相关信息

根据申请人的了解，目前国内同类产品的生产企业包括（以下排名不分先后）：

- (1) 公司名称： 山东民和牧业股份有限公司
地 址： 山东省蓬莱市南关路 2-3 号(265600)
联系电话： 0535-5828599
- (2) 公司名称： 山东凤祥股份有限公司
地 址： 山东省聊城市阳谷凤祥工业园
联系电话： 0635-6778259

- (3) 公司名称: 福建圣农发展股份有限公司
地 址: 福建省光泽县十里铺 (354100)
联系电话: 0599-7951300
- (4) 公司名称: 大成食品(大连)有限公司
地 址: 大连瓦房店炮台经济开发区天马路 26 号 (116308)
联系电话: 022 - 27922737
- (5) 公司名称: 山东春雪食品有限公司
地 址: 山东省莱阳市五龙南路 89 号 (265202)
联系电话: 0535 - 7313533
- (6) 公司名称: 诸城外贸有限责任公司
地 址: 山东省诸城市密州路东首 (262200)
联系电话: 0536-6326001
- (7) 公司名称: 北京华都肉鸡公司
地 址: 北京昌平小汤山沟流路 101 号 (102211)
联系电话: 010 - 82079060
- (8) 公司名称: 河南大用(集团)实业有限公司
地 址: 河南省鹤壁市淇县 (456761)
联系电话: 0392 - 7628155
- (9) 公司名称: 新希望六和股份有限公司
地 址: 四川省成都市锦江工业园区金石路 376 号 (610063)
联系电话: 028 - 82000876
- (10) 公司名称: 山西大象农牧集团有限公司
地 址: 山西省文水县胡兰镇大象村往西一公里 (032100)
联系电话: 0538 - 7818336
- (11) 公司名称: 青岛九联集团股份有限公司
地 址: 青岛.莱西市上海西路 (266611)
联系电话: 0532-87469977
- (12) 公司名称: 山西粟海集团有限公司
地 址: 山西省永济市许家营村 (044507)
联系电话: 0359 - 8120108

- (13) 公司名称: 河北荣达畜禽有限公司
地 址: 河北省保定市定兴县 (072650)
联系电话: 0312-6876088
- (14) 公司名称: 河南陈州华英禽业有限公司
地 址: 河南省淮阳县南环路 6 号 (466700)
联系电话: 0376-7798008
- (15) 公司名称: 山东仙坛股份有限公司
地 址: 烟台市牟平工业园区 (城东) (264117)
联系电话: 0535-4658757
- (16) 公司名称: 中红三融集团有限公司
地 址: 河北省承德市开发区上板城镇西三家村 (067411)
联系电话: 0314-5932899
- (17) 公司名称: 临沂市太合食品有限公司
地 址: 临沂高新区马厂湖工业三路南段 (276015)
联系电话: 0539-8520666

如上文所述, 申请人是中国白羽肉鸡产业的行业组织, 目前共有 44 家白羽肉鸡生产企业会员单位。上述所列企业均为申请人会员单位 (集团) 企业。由于篇幅的问题, 申请人在正文中仅列出有限的企业联络信息, 更多白羽肉鸡生产企业请详见“附件三: 白羽肉鸡生产企业会员单位的生产经营情况说明”。

4、申请提出之日前申请人代表的同类产品产量占国内同类产品总产量的比例

数量单位: 吨

项目 / 期间	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年
申请人代表的白羽肉鸡产品合计产量	437.49	489.17	535.83	575.71	616.93
国内白羽肉鸡产品总产量	798	894	954	930	960
申请人占国内总产量比例	54.82%	54.72%	56.17%	61.90%	64.26%

注: (1) 申请人代表的白羽肉鸡产品合计产量数据参见“附件三: 白羽肉鸡生产企业会员单位的生产经营情况说明”;

(2) 国内白羽肉鸡产品总产量数据参见“附件六: 关于我国白羽肉鸡市场情况的说明”。

上述数据显示: 2010 年至 2014 年期间, 申请人代表会员单位的合计产量占同期全国总产

量的比例均超过 50%，占全国总产量的主要部分，符合《反倾销条例》有关申请人主体资格的规定。

（二）国内白羽肉鸡产业介绍

肉鸡产品是全球肉类食品的重要来源，其“一高三低”的营养特点，即高蛋白质、低脂肪、低热量、低胆固醇，使其成为健康肉类食品而不断地为大众所接受，而易于加工、口感美味的特点，也使其消费竞争力不断增强。

同时，肉鸡产业作为一种快速、高效、节粮的产业，在原材料价格处于高位的情况下，相对于其他肉类产业的竞争优势越来越明显，具体表现在：（1）与猪肉、牛肉相比，鸡肉的饲料转化率最高，平均每生产 1kg 肉，猪肉的饲料消耗量约为 3kg，牛肉约为 6kg，而鸡肉则为 1.8kg；（2）同时，随着育种水平的提高和饲养条件的改善，肉鸡的生产的生长周期不断缩短，但平均体重却在不断增加。正因为如此，肉鸡产业已发展成为全球增长速度最快、供应最足的肉品产业。

我国居民食用的肉鸡主要包括黄羽肉鸡和白羽肉鸡。黄羽肉鸡，又称为优质鸡，是指除白羽肉鸡以外的全部有色羽肉鸡，主要为国内地方优势品种（如北京油鸡、河田鸡、文昌鸡、麻鸡、路西斗鸡等），当然也包括改革开放以后导入外血的仿土鸡（即由地方黄羽鸡种和引进肉鸡鸡种杂交选育）。黄羽肉鸡具有一定的地方特色，一是鸡种因地域而有所不同，二是不同地域的消费方式也有所区别。

改革开放以后，随着人们消费习惯和消费理念的转变，传统的黄羽肉鸡已经满足不了市场的需求，尤其是快餐市场和加工领域。在这种情况下，我国开始从欧美国家引进快大型的白羽肉鸡，通过初加工或深加工方式制成不同的肉鸡产品，以丰富城镇居民菜篮子和提高人民生活质量。

在这种背景下，1982 年，在国务院领导的关心下，北京华都肉鸡公司正式成立，成为国内第一家现代化的大型白羽肉鸡生产企业，并拉开了中国白羽肉鸡产业发展的序幕。

从上世纪 80 年代到 90 年代，白羽肉鸡产业完成了产业发展周期的导入期。首先，从国外引进先进品种，逐步建立了良种繁育体系；其次，引进国外先进技术和管理方法，更新传统的养殖管理观念；最后，建立饲料生产体系，完善疫苗兽药、饲养设备的配套发展，为大规模生产提供饲料和技术保障。由于大量人力物力的投入，在此期间，国内白羽肉鸡产业发展迅速，产量逐年增长，极大地满足了市场的需求。但是，数量增长型的发展模式也给企业的进一步发展造成了瓶颈效应。

90 年代末，国家农业部正式提出转化畜牧业增长模式，即从数量增长型向质量效益型转变。为贯彻和执行国家政策，国内白羽肉鸡生产企业大力发展屠宰加工和食品加工环节，并

不断强化质量管理体系认证，特别是 HACCP 质量保障体系，进而保障肉鸡产品的安全和卫生，增强参与国际竞争的能力。同时，在行业竞争日益激烈的情况下，国内白羽肉鸡生产企业的经营方式也逐渐从单纯的资产运作转向资本运作，通过上市、合资等方式完成自身的发展。

经过近 30 多年的发展，目前我国已经成为全球三大白羽肉鸡生产国家之一，并形成了一个拥有核心技术、资金优势和有能力带动农户饲养的核心企业群体，包括正大集团、新希望、大成集团、大用集团、九联集团等。由于从一开始便借鉴和引入国外先进的生产理念、品种和技术，洋为中用，白羽肉鸡产业在中国畜牧业领域中已经发展成为产业化体系最完善、市场化运作最典型、生产链运行最顺畅、集约化程度和品牌集中度最高、规模化和标准化程度最高、与国际接轨最密切的行业。

尽管我国是肉鸡生产大国，但受 13 亿人口基数的约束，我国的人均鸡肉消费量低于国际水平，并且远远落后于欧美发达国家。由于中国肉鸡市场潜力巨大，对国外肉鸡厂家具有极大的吸引力，促使美国厂商在 2006 年至 2009 年期间大量向中国出口白羽肉鸡产品，并采取低价和降价策略，对中国白羽肉鸡产业造成了严重的损害。

为了遏制为了遏制美国不公平的贸易做法，防止企业亏损进一步扩大，2009 年 8 月 14 日，中国畜牧业协会代表中国白羽肉鸡产业向商务部提交了反倾销和反补贴调查申请，请求对原产于美国的进口白羽肉鸡产品进行反倾销和反补贴调查。对此，商务部于 2009 年 9 月 27 日正式立案调查，2010 年 8 月 29 日作出反补贴最终裁定，决定自 2010 年 8 月 30 日起对美国进口产品采取反补贴措施，2010 年 9 月 26 日作出反倾销最终裁定，决定自 2010 年 9 月 27 日起对美国进口产品采取反倾销措施，实施期限均为 5 年。

在反倾销措施和反补贴措施的制约下，与措施实施前相比，措施实施之后美国白羽肉鸡产品的进口数量以及所占中国市场份额均明显下滑，国内不公平竞争的市场环境有所改善。同时，在市场需求量由 2009 年 791.04 万吨进一步增至 2014 年 986.79 万吨的背景之下，中国白羽肉鸡产业投入大量资金、新建和扩建白羽肉鸡生产线，全国总产量显著增长，由 2009 年的 731 万吨增至 2014 年的 960 万吨，极大地提高了市场供应量，供需基本平衡。

与此同时，国内产业的经营状况也有所改善。相关经济指标，如销售数量、市场份额、销售收入、就业人数、员工工资、劳动生产率等均呈现不同程度的增长或上升趋势。在双反措施实施初期，受销售价格上涨的积极影响，国内产业还成功扭亏为盈，2010 年和 2011 年连续盈利并呈上升趋势。

然而好景不长，自 2012 以来，由于销售价格再度下滑，导致中国白羽肉鸡产业连续三年严重亏损，多数企业面临生存和发展的巨大危机，整个产业仍非常脆弱，抗风险能力相对较弱，亟需措施的继续实施，以获得产业可持续发展的空间和时间。

初步证据表明，在反倾销措施实施期间，美国白羽肉鸡产品对中国市场出口继续存在倾销。如果终止反倾销措施，美国白羽肉鸡产品对中国市场的出口数量极有可能会通过低价倾销策略行为大量增加。

美国是全球最大的白羽肉鸡生产国家，但市场严重供过于求，2014 年须依赖出口的过剩产量已经高达 418 万吨，占总产量的比例约为 23%，其中鸡爪及其他鸡杂碎过剩产量约为 91 万吨，占过剩产量的比例高达 22%，这些部位的产品在美国基本上没有市场，几乎完全过剩，必须依靠海外市场吸收消化。

在全球市场严重供过于求尤其是主要消费市场无法吸收更多过剩产量的情况下，潜力巨大且需求稳定增长的中国市场无疑是美国转移过剩产能的必争之地。而且，对于美国而言，几乎完全过剩的鸡爪以及其他鸡杂碎大部分只能出口到中国市场，因此中国市场对于美国厂商的吸引力更为突出。

事实上，中国市场一直以来都是美国极为重要且不容易放弃的目标市场。反倾销措施实施前，美国对中国出口白羽肉鸡的产量占其总出口量的比例一度高达 20.14%。虽然措施的约束导致该比例出现下滑，但自 2012 年以来美国仍通过进一步的低价或降价方式重新扩大了对中国市场的出口，对中国出口数量所占其总出口量的比例已经明显反弹。因此，如果终止反倾销措施，解除其在中国市场的束缚，美国对中国出口数量很可能会进一步大幅增长。

而且，从对第三国（地区）的出口情况来看，美国低价寻求海外市场的需求非常强烈，在南非和墨西哥同样还遭受反倾销措施的制约。如果终止反倾销措施，中国市场相对其他第三国（地区）的竞争力将会大幅提高，美国极有可能会调整出口策略，将对第三国（地区）的低价出口转移到对中国的出口。

自 2012 年以来，美国白羽肉鸡产品对中国市场的出口价格已经大幅下降至极低水平，在不考虑双反措施的情况下，不仅明显低于措施实施前的价格水平，也大幅低于中国同类产品的销售价格，如果终止反倾销措施，在美国进口产品大幅增长极有可能破坏市场平衡秩序的情况下，美国厂商很可能会进一步采取降价或低价方式来进行竞争，届时将会对中国同类产品造成明显的价格削减，甚至有可能进一步拉低中国同类产品的销售价格。

届时，中国白羽肉鸡产业的生产状况和财务状况有可能会进一步恶化，产品销售价格将与成本继续倒挂，导致亏损更加严重，无法有效收回新增投资。在进口数量大幅增长的不利影响下，产量、销量、市场份额、销售收入等指标也将受到负面影响，并影响到员工的就业稳定和收入增长。

基于上述情况以及申请书下文所述的其他相关理由，申请人认为：如果终止反倾销措施，原产于美国的进口白羽肉鸡产品的倾销行为可能继续发生，其产品很可能继续以低价或降价方式重新大量进入中国市场，并对目前已经非常脆弱的中国白羽肉鸡产业再度造成损害。

因此，为维护中国白羽肉鸡产业的合法权益，申请人代表中国白羽肉鸡产业请求商务部对原产于美国的进口白羽肉鸡产品所适用的反倾销措施进行期终复审调查，并向国务院关税税则委作出建议，对原产于美国并向中国出口的白羽肉鸡产品按照商务部2014年第44号公告所确定的产品范围和税率继续征收反倾销税，实施期限为5年。

（三）申请调查产品的初步描述及已知的生产商、出口商和进口商的情况

1、申请调查产品的初步描述

此次期终复审申请的调查产品范围与原审反倾销调查的被调查产品范围相同。具体如下：

中文名称：白羽肉鸡产品

英文名称：Broiler Products or Chicken Products

申请调查范围：原产于美国的进口白羽肉鸡产品

2、已知的申请调查产品的生产商、出口商和进口商

申请人在合理可获得的信息和资料的基础上，提供如下已知的申请调查产品的生产商、出口商和进口商名单：

2.1 生产商

- （1） 公司名称：Pilgrim's Pride Corporation（美国皮尔格林公司）
地 址：4845 U.S. Highway 271 North, Pittsburg, TX 75686 USA
联 系 人：BILL LOVETTE
电 话：+1 903-434-1000
传 真：+1 972-290-8390
网 址：<http://www.pilgrimspride.com>
- （2） 公司名称：Tyson Foods, Inc（泰森食品有限公司）
地 址：2210 Don Tyson Parkway, Springdale, AR
联 系 人：Donnie Smith
电 话：479-290-4706
传 真：479-290-7967
网 址：<http://www.tyson.com>

- (3) 公司名称: Keystone Foods LLC (楔石食品有限责任公司)
地 址: Five Tower Bridge, 300 Barr Harbor Drive, Suite 600
West Conshohocken, PA 19428-2998
联 系 人: Frank Ravndal
电 话: 610-667-6700
网 址: <http://www.keystonefoods.com>
- (4) 公司名称: Sanderson Farms, Inc (桑德森农场公司)
地 址: 127 Flynt Road, Laurel, Mississippi U.S.A.
联 系 人: John H. Baker, III
电 话: +001 (601) 426-1311
传 真: +001 (601) 426-1319
网 址: <http://www.sandersonfarms.com>
- (5) 公司名称: Wayne Farms LLC
地 址: 4110 Continental Drive, Oakwood, Georgia 30566
联 系 人: Elton H. Maddox
电 话: 800-392-0844
传 真: (601) 426-1461; (770) 538-2120
网 址: <http://www.waynefarmllc.com/>
- (6) 公司名称: Mountaire Farms
地 址: P.O. Box 1320, Millsboro, DE. 19966
联 系 人: Mike Little
电 话: 302-934-1100
传 真: (601) 426-1461; 877-887-1490
网 址: <http://www.mountaire.com/>
- (7) 公司名称: Perdue Farms
地 址: 31149 Old Ocean City Road Salisbury, MD 21804.
联 系 人: Jim Perdue
电 话: 800-992-7043; 410-543-3579
网 址: <http://www.perdue.com/>

更多美国白羽肉鸡生产企业请参见“附件一：美国公司反倾销税税率表”。

另外，申请人获悉美国禽蛋品出口协会（USA Poultry & Egg Export Council）是美国白羽肉鸡生产企业的行业组织，在反倾销原审案件中曾代表和协助32家美国白羽肉鸡生产企业提

供相关应诉材料。因此，申请人提供该协会的联系方式，以便调查机关能更方便地掌握美国白羽肉鸡生产企业并进行联系。

(8) 协会名称: USA Poultry & Egg Export Council

地 址: 2300 West Park Place Blvd. Suit 100, Stone Mountain, GA 30087 USA

联 系 人: Mike Little

电 话: 001 – 770 – 413 - 0006

网 址: <http://www.usapeec.org/>

2.2 出口商

根据申请人的了解，上述主要生产商本身从事出口业务，即亦为出口商。

2.3 进口商

根据申请人的了解，中国已知的进口商名单包括但不限于如下：

(1) 公司名称: 广东省惠州水产进出口公司

地 址: 广东省惠州市下角江边路 13 号二楼 (516001)

联 系 人: 陈俊明

联系电话: 0752-2232624

传 真: 0752- 2228467

(2) 公司名称: 上海鑫圣杰国际贸易有限公司

地 址: 上海市浦东新区浦东大道 200 号 17 楼 B 座 (200135)

联 系 人: 吴国鑫

联系电话: 021-58360188

(3) 公司名称: 广州市南亿贸易发展有限公司

地 址: 广州市番禺区市桥镇黄编村华怡居 1 座 11 号铺(511400)

联 系 人: 胡伟全

联系电话: 020-84603633

(4) 公司名称: 广东省商业贸易进出口公司

地 址: 广东省广州市龙津东路 819 号 4 楼

联 系 人: 刘峥嵘

联系电话: 020-81856158

传 真: 020-81862009

- (5) 公司名称： 上海大江(集团)股份有限公司
 地 址： 上海市莲花路 1555 号
 联 系 人： 李向东
 联系电话： 021-34225023
 传 真： 021-34225056

二、申请调查产品、国内同类产品的完整说明及二者的比较

(一) 申请调查产品的具体描述和申请人申请的调查范围

此次申请调查产品的范围是原反倾销措施所适用的产品，具体描述与原反倾销调查案件的被调查产品相同，具体如下：

1、产品名称

中文名称：白羽肉鸡产品

英文名称：Broiler Products or Chicken Products

2、产品具体描述

白羽肉鸡产品为活体白羽肉鸡屠宰加工后的肉鸡产品，包括整鸡、整鸡的分割部位、肉鸡的副产品，不论是鲜的、冷的或冻的。活鸡、以罐头和其他类似方式包装或保藏的肉鸡产品、鸡肉香肠及类似产品、熟食肉鸡产品均不在本次申请调查进口产品范围之内。

3、主要用途

白羽肉鸡产品在国内市场的基本用途是用于人的食用，一般通过农贸市场和超市等批发或零售方式以及餐饮等渠道直接或间接面向消费者。

4、申请调查产品在中华人民共和国关税税则中的序号（税则号）

申请调查产品在中华人民共和国海关进口税则号中列为：

序号	税则号	描述
1	02071100	整只鸡，鲜或冷的
2	02071200	整只鸡，冻的
3	02071311	鲜或冷的带骨鸡块
4	02071319	鲜或冷的其他鸡块

5	02071321	鲜或冷的鸡翼（不包括翼尖）
6	02071329	鲜或冷的其他鸡杂碎
7	02071411	带骨的冻鸡块
8	02071419	其他冻鸡块
9	02071421	冻鸡翼（不包括翼尖）
10	02071422	冻鸡爪
11	02071429	其他冻鸡杂碎
12	05040021	冷冻的鸡肫

注：请参见“附件七：中华人民共和国进出口税则（2009年—2014年版）”。

5、申请调查产品的进口关税税率、增值税和监管条件

进口税率：进口自美国的白羽肉鸡产品均适用最惠国税率，其中：

- （1） 2009-2014 年，进口税则号 02071100、02071311、02071319、02071321、02071329 采用从价计征关税，适用的最惠国税率均为 20%；
- （2） 2009-2014 年，进口税则号 02071200、02071411、02071419、02071421、02071422、02071429、05040021 采用从量计征关税，其中：
 - ① 进口税则号 02071200 和 05040021 适用的从量税均为 1.3 元/千克；
 - ② 进口税则号 02071411 适用的从量税为 0.6 元/千克；
 - ③ 进口税则号 02071419 适用的从量税为 0.7 元/千克；
 - ④ 进口税则号 02071421 适用的从量税为 0.8 元/千克；
 - ⑤ 进口税则号 02071422 适用的从量税 2009 年至 2013 年为 0.5 元/千克，2014 年上调至 1 元/千克；
 - ⑥ 进口税则号 02071429 适用的从量税均为 0.5 元/千克。

（附件七：中华人民共和国进出口税则，2009 年—2014 年版）

增值税税率：13%。

（二）申请调查产品与国内同类产品的比较

根据原审案件最终裁定以及再调查案件的裁定，原产于美国的进口白羽肉鸡产品与国内

企业生产的白羽肉鸡产品的质量、品种、饲养、加工生产流程、产品消费领域和用途、销售渠道和客户群体等方面基本相同，具有相似性和可比性，可以相互替代，属于同类产品。在反倾销措施实施期间，原产于美国的进口白羽肉鸡产品与国内企业生产的白羽肉鸡产品均未发生实质性变化。申请人认为，国内企业生产的白羽肉鸡产品与此次申请调查产品属于同类产品。国内企业生产的白羽肉鸡产品与申请调查产品的相同性或相似性包括：

1、国内企业生产的白羽肉鸡产品与申请调查产品在感官项目、理化指标方面的相同或相似性

白羽肉鸡产品质量可以从感官指标、加工精细程度、规格、理化指标和食品安全指标（农残、药残、微生物和致病菌检测等）等进行判断。通常客户最关心的项目是肉鸡产品能否达到国家的食品安全标准。

此次国内企业生产的白羽肉鸡产品和申请调查产品的理化指标和食品安全指标均能够满足国内食品安全标准。在感官和加工精细程度上，由于自动化程度和人工操作的不同，申请调查产品上稍逊于国内企业生产的同类产品。申请调查产品加工精细度较低，而国内企业生产的同类产品的加工精度好。尽管产品之间存在差异，但是经过处理或再加工后产品之间并没有并未改变产品的理化指标。因此，二者产品在质量上没有实质性的区别，能够互相替代。

2、国内企业生产的白羽肉鸡产品与申请调查产品在种鸡品种、饲料方面的相同或相似性

国内企业生产的白羽肉鸡产品和美国申请调查产品的种鸡饲养品种基本相同，主要包括爱拔益（AA）、罗斯（Ross）和科宝（Cobb）三大品种，而且国内企业的大部分祖代鸡种鸡从美国引进。另外，二者产品关于白羽肉鸡的饲养方式也基本相同，因为从一开始国内白羽肉鸡企业便开始借鉴在国外繁殖体系、饲养方式和管理观念，与美国申请调查产品不存在实质性差异，饲料来源也主要是玉米和豆粕。

3、国内企业生产的白羽肉鸡产品与申请调查产品在生产工艺方面的相同或相似性

国内企业生产的白羽肉鸡产品与申请调查产品的加工生产流程基本相同，可以概括为：活鸡经过宰杀，浸烫后脱羽去头，然后切肛开膛、摘除内脏进行分类，鸡体再经过冲洗被分割成不同部位并装袋称重，最后经过处理包装出库。

二者产品生产装置和分割工艺的最大不同之处在于美国采用自动化设备比较多，国内多为人工，如：在掏膛环节，美国为自动掏膛机，国内大部分为人工掏膛，但也部分企业已经采用自动掏膛机；在精细化分割环节，国内企业以人工分切为主，美国则主要依靠自动设备完成大部分工作，辅以个人独立分割。尽管存在差异，但是自动化操作或手工分割并不影响最终产品的理化指标和用途，二者产品的质量没有实质性的区别。

4、国内企业生产的白羽肉鸡产品与申请调查产品在消费领域和用途方面的相同或相似性

国内企业生产的白羽肉鸡产品与申请调查产品在我国市场上的基本用途是用于人的食用。二者产品一般通过农贸市场、超市等批发或零售方式，以及通过餐饮等渠道直接或间接面向消费者。

5、国内企业生产的白羽肉鸡产品与申请调查产品在销售渠道和客户群体方面的相同或相似性

国内企业生产的白羽肉鸡产品一般则是在本土市场销售，主要通过直销或分销形式，市场遍及全国各地。申请调查产品一般通过海运方式进入华东和华南等地区，采用然后以分销或直销方式在国内进行销售。

由此可见，国内企业生产的白羽肉鸡产品与申请调查产品在销售方式和销售地域上具有一定的相同性或重叠性，并且互相竞争。而且，国内企业生产的白羽肉鸡产品与申请调查产品的部分群体客户完全重合，如中国百胜、麦当劳等快餐企业。这些客户既采购和使用申请调查产品，也同时购买和使用国内企业生产的白羽肉鸡产品。

6、结论

综上分析，此次国内企业生产的白羽肉鸡产品与申请调查产品在感官项目、产品质量、种鸡品种、饲料、生产分割流程、消费领域和最终用途、销售渠道和客户群体等方面基本相同，具有相似性和可比性，完全可以相互替代。因此，二者属于同类产品。

三、申请调查产品向中国出口的基本情况

（一）原审案件调查期间被调查产品的进口情况

1、进口数量的变化情况

根据原审案件最终裁定以及再调查案件裁定：调查期内（2006年至2009年上半年），被调查产品进口数量呈持续增长趋势。2006年、2007年、2008年和2009年上半年被调查产品进口数量分别为39.69万吨、52.02万吨、58.43万吨和30.56万吨。2007年和2008年分别比上年增长了31.06%和12.34%，2009年上半年比上年同期进一步增长了6.54%。

调查期内，被调查产品进口数量所占中国同类产品总进口数量的比例总体呈上升趋势，并且处于较高水平。2006年、2007年、2008年和2009年上半年分别为68.64%、66.21%、73.09%和89.24%。2007年有所下滑，2008年起开始反弹，2009年上半年占据了国内主要进口市场。

调查期内，随着进口数量的持续增长，被调查产品所占国内市场份额也不断提高。2006 年、2007 年、2008 年和 2009 年上半年分别为 7.04%、8.42%、8.87%、10.96%。2009 年上半年的市场份额比 2006 年提高了 3.92 个百分点。

2、进口价格的变化情况

根据原审案件最终裁定和再调查案件裁定：2006 年、2007 年、2008 年和 2009 年上半年，被调查产品对华出口价格（CIF 价格）分别为 759.06 美元/吨、1152.17 美元/吨、1329.89 美元/吨和 1174.78 美元/吨。2007 年和 2008 年分别比上年提高了 51.79%和 15.43%，2009 年上半年比上年同期下降了 8.35%。

（二）反倾销措施实施期间申请调查产品的进口情况

1、申请调查产品的进口数量、进口金额和进口价格情况

2009 年至 2014 年申请调查产品进口情况统计表

单位：吨；美元；美元/吨

期间	国别	进口数量	进口金额	进口价格	数量所占比例
2009 年	中国总进口	732,007	959,373,473	1310.61	100.00%
	美国	622,948	804,589,178	1291.58	85.10%
2010 年	中国总进口	517,941	921,890,106	1779.91	100.00%
	美国	86,686	131,445,249	1516.34	16.74%
2011 年	中国总进口	386,406	804,898,214	2083.04	100.00%
	美国	53,347	58,656,725	1099.53	13.81%
2012 年	中国总进口	473,912	870,964,686	1837.82	100.00%
	美国	176,937	191,865,532	1084.37	37.34%
2013 年	中国总进口	548,015	935,026,441	1706.21	100.00%
	美国	314,509	351,189,669	1116.63	57.39%
2014 年	中国总进口	442,780	820,705,982	1853.53	100.00%
	美国	180,154	169,097,697	938.63	40.69%

注：（1）数据来源于“附件八：中华人民共和国海关总署肉鸡产品进出口数据统计”；

（2）上述进口数据为申请调查产品在我国 12 个海关进口税则号项下的数据合计，这些海关进口税则号包括 02071100、02071200、02071311、02071319、02071321、02071329、02071411、02071419、02071421、02071422、02071429 和 05040021；

（3）所占比例为美国申请调查产品对中国出口数量占中国总进口数量的比例。

2、申请调查产品进口数量变化情况

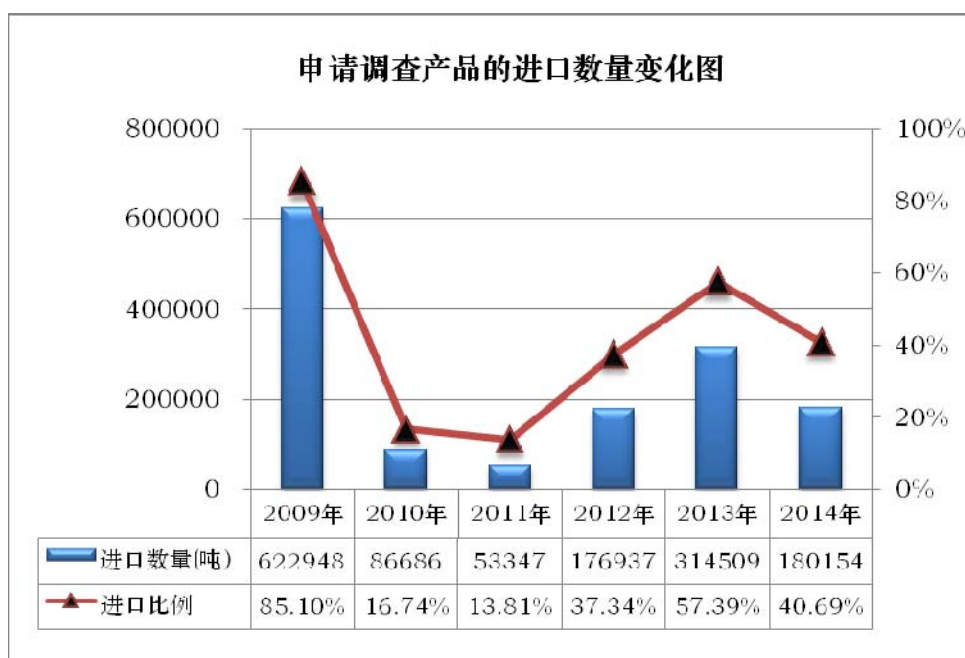
2.1 申请调查产品绝对进口数量变化情况

2009 年至 2014 年申请调查产品的进口数量统计表

单位：吨

国别	期间 项目	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年
中国总进口	进口数量	732,007	517,941	386,406	473,912	548,015	442,780
	变化幅度	-	-29.24%	-25.40%	22.65%	15.64%	-19.20%
其中：美国	进口数量	622,948	86,686	53,347	176,937	314,509	180,154
	变化幅度	-	-86.08%	-38.46%	231.67%	77.75%	-42.72%
美国所占比例		85.10%	16.74%	13.81%	37.34%	57.39%	40.69%

注：数据来源于“附件八：中华人民共和国海关总署肉鸡产品进出口数据统计”。



从上述图表可以看出：与反倾销措施实施前相比，美国申请调查产品的进口数量总体大幅减少。2009 年至 2014 年，进口数量分别为 62.29 万吨、8.67 万吨、5.33 万吨、17.69 万吨、31.45 万吨以及 18.02 万吨。2010 年比 2009 年减少 86.08%，2011 年比 2010 年进一步减少 38.46%，2012 年之后进口数量出现反弹，比 2011 年增长 231.67%，2013 年比 2012 年进一步增加 77.75%，2014 年进口数量再次减少，比 2013 年减少 42.72%。总的来看，2014 年进口数量比 2009 年大幅减少了 71.08%

在所占中国总进口数量比例方面，与反倾销措施实施前相比，美国申请调查产品所占比例总体也呈大幅下降趋势。2009 年至 2014 年的进口比例分别为 85.10%、16.74%、13.81%、37.34%、57.39%和 40.69%，2014 年比 2009 年下降了 44.41 个百分点。

因此，从进口数量变化来看，反倾销措施对美国申请调查产品的进口起到了明显的遏制作用。但是，美国申请调查产品的进口数量自 2012 年以来出现明显的反弹，这也说明中国市

场是美国白羽肉鸡厂商极为重要且不容放弃的目标市场。

2.2 申请调查产品相对进口数量变化情况

2.2.1 中国同类产品的表观消费量

中国同类产品的表观消费量变化情况

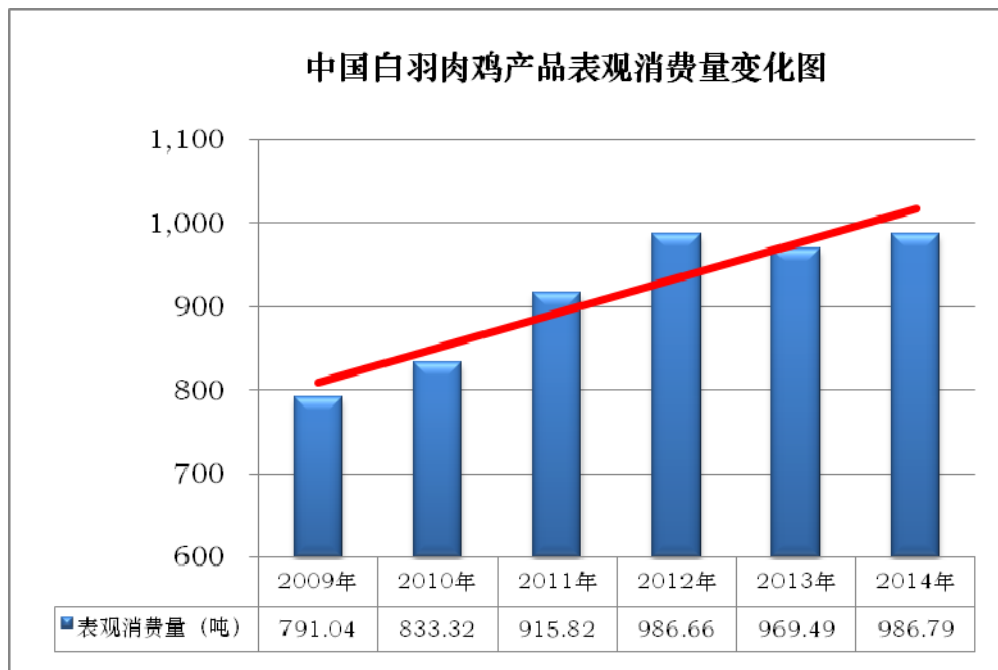
单位：吨

期间	中国总产量	中国总进口量	中国总出口量	中国表观消费量	变化幅度
2009 年	7,310,000	732,007	131,642	7,910,365	-
2010 年	7,980,000	517,941	164,698	8,333,242	5.35%
2011 年	8,940,000	386,406	168,243	9,158,163	9.90%
2012 年	9,540,000	473,912	147,275	9,866,637	7.74%
2013 年	9,300,000	548,015	153,093	9,694,922	-1.74%
2014 年	9,600,000	442,780	174,892	9,867,888	1.78%

注：（1）中国总产量数据请参见“附件六：关于我国白羽肉鸡市场情况的说明”；

（2）中国总进口量和总出口量请参见“附件八：中华人民共和国海关总署肉鸡产品进出口数据统计”；

（3）表观消费量=中国总产量 + 中国总进口量 - 中国总出口量。



近年来，中国白羽肉鸡产品的消费量总体呈增长趋势。一方面，白羽肉鸡产品属于高蛋白、低脂肪、低热量、低胆固醇的肉食品，“一高三低”的营养特点使其成为健康食品而不断为大众所接受。另一方面，我国餐饮业（尤其是快餐业）飞速发展拉动了白羽肉鸡产品需求的增长，同时白羽肉鸡下游深加工产品（如熟食等）市场也在不断拓宽。

从上述图表可以看出，2009 年至 2014 年中国白羽肉鸡产品的表观需求量分别为 791.04

万吨、833.32 万吨、915.82 万吨、986.49 万吨、969.49 万吨和 986.79 万吨。除 2013 年比 2012 年下降 1.74% 之外，其他年份均呈增长趋势，其中 2010 年比 2009 年增长 5.35%，2011 年比 2010 年增长 9.90%，2012 年比 2011 年增长 7.74%，2014 年比 2013 年增长 1.78%。总的来看，中国白羽肉鸡产品的表观消费量 2014 年比 2009 年增长了 24.75%。预计未来，中国白羽肉鸡产品的需求量仍将稳定增长。

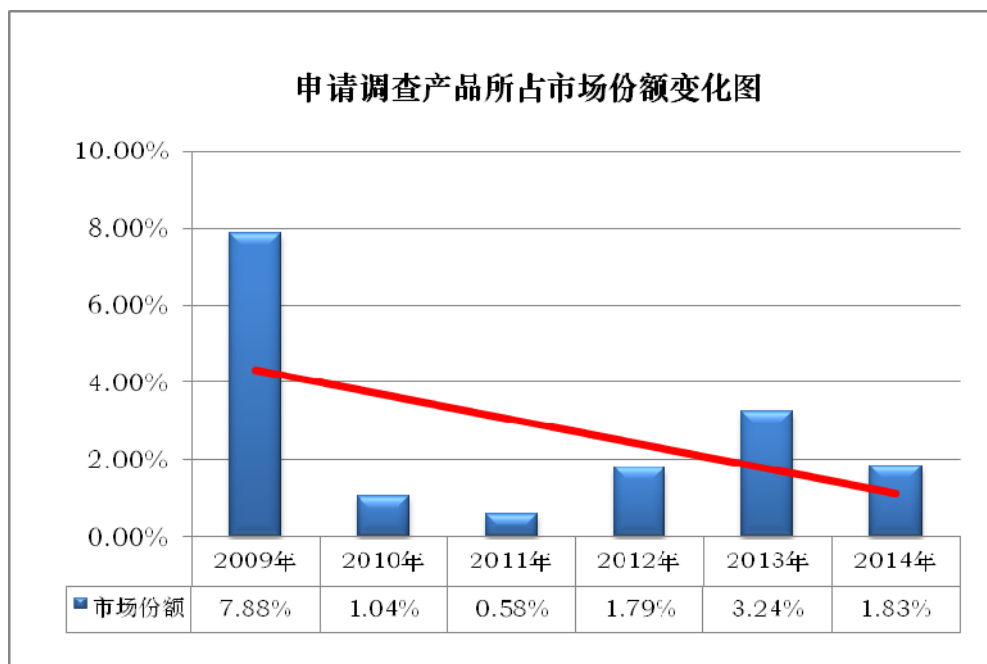
2.2.2 申请调查产品的相对进口数量变化情况

2009 年-2014 年申请调查产品进口量所占中国市场份额的变化情况

数量单位：吨

期间	中国表观消费量	美国进口数量	市场份额	变化情况
2009 年	7,910,365	622,948	7.88%	-
2010 年	8,333,242	86,686	1.04%	下降 6.83 个百分点
2011 年	9,158,163	53,347	0.58%	下降 0.46 个百分点
2012 年	9,866,637	176,937	1.79%	提高 1.21 个百分点
2013 年	9,694,922	314,509	3.24%	提高 1.45 个百分点
2014 年	9,867,888	180,154	1.83%	下降 1.42 个百分点

注：市场份额=美国进口数量/ 中国表观消费量。



从以上图表可以看出：与反倾销措施实施前相比，受进口数量大幅减少的影响，美国申请调查产品所占中国市场份额总体也呈下降趋势。2009 年至 2014 年，市场份额分别为 7.88%、1.04%、0.58%、1.79%、3.24% 和 1.83%。2014 年市场份额比 2009 年下降了 6.05 个百分点。

3、申请调查产品进口价格变化情况

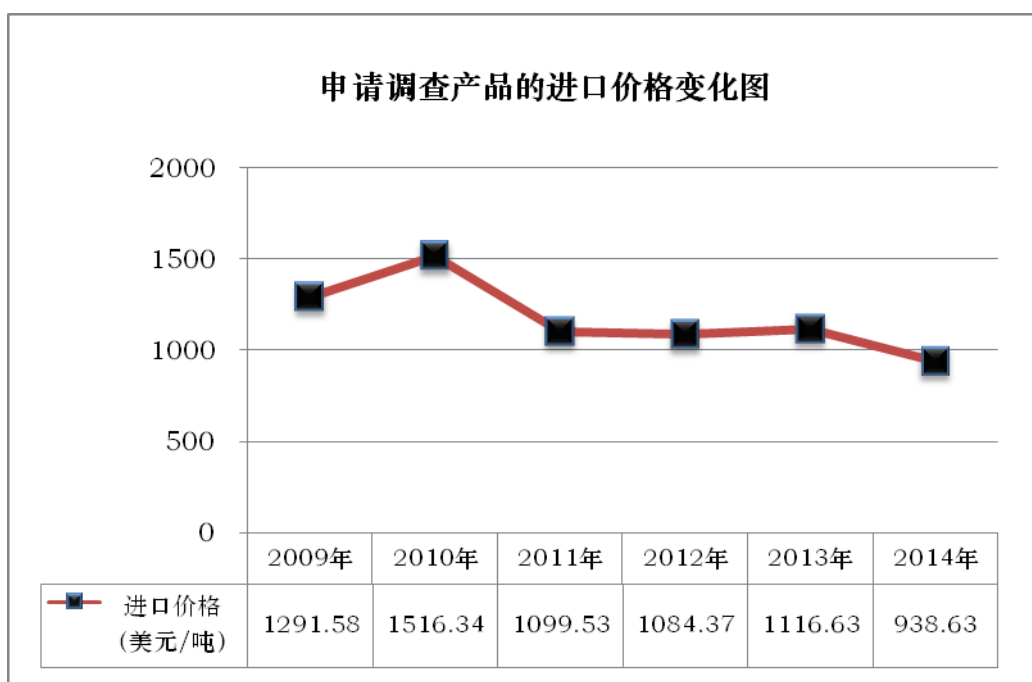
申请调查产品进口价格变化情况

价格单位：美元/吨

期间 项目	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年
进口价格	1291.58	1516.34	1099.53	1084.37	1116.63	938.63
变化幅度	-	17.40%	-27.49%	-1.38%	2.97%	-15.94%

注：（1）数据来源请参见“附件八：中华人民共和国海关总署肉鸡产品进出口数据统计”；

（2）进口价格=进口金额/进口数量。



从上述图表可以看出：与反倾销措施实施前一年相比，美国申请调查产品的进口价格总体呈下降趋势。2009年至2014年，进口价格分别为1291.58美元/吨、1516.34美元/吨、1099.53美元/吨、1084.37美元/吨、1116.63美元/吨和938.63美元/吨。2014年进口价格比2009年下降了27.33%。

结合进口数量的变化情况看，反倾销措施实施初期，在进口价格总体呈增长趋势的情况下，美国申请调查产品的进口数量一度下降至2011年5.33万吨的极低水平，比2009年大幅减少了91.44%。之后，随着进口价格的总体持续下降，美国申请调查产品的进口数量明显反弹，由2011年的5.33万吨反弹至2014年的18.02万吨，增长237.70%，2013年甚至一度反弹至31.45万吨。这些数据变化说明，美国申请调查产品不以低价或降价方式无法保持其在中国的市场份额，即使受反倾销措施的约束，美国不得不通过进一步降价或低价方式来维持对中国市场的出口。

四、倾销继续或再度发生的可能性

（一）反倾销措施实施期间，原产于美国的进口白羽肉鸡产品继续存在倾销

根据申请人目前掌握的初步证据表明，反倾销措施实施期间，美国向中国出口的白羽肉鸡产品继续存在倾销行为。以下，申请人以 2014 年为期间，根据目前掌握的资料和数据，初步估算原产于美国并向中国出口的白羽肉鸡产品的倾销幅度。

1、第一种倾销幅度估算方法

1.1 倾销幅度的计算方法

（1）美国白羽肉鸡的市场成熟度高，申请人暂认为美国本土白羽肉鸡产品的销售是在市场经济条件下进行的，其价格具有代表性和可比性。目前申请人没有证据表明美国白羽肉鸡厂商的销售是在非正常渠道中进行的，申请人暂以所能获得的 2014 年白羽肉鸡产品在美国本土市场销售价格作为调整前的正常价值。

（2）申请人无法详细了解到原产于美国的白羽肉鸡产品在 2014 年对中国出口的具体交易价格，申请人暂根据中华人民共和国海关统计的数据计算出的加权平均价格作为计算其出口价格的基础。

（3）受限于资料收集的困难，申请人目前只能获得美国本土市场上白羽肉鸡产品的平均批发价格以及带骨鸡腿肉的平均价格，申请人以此价格为基础进行适当调整，在出厂价水平估算原产于美国并对中国出口的白羽肉鸡产品的倾销幅度。

（4）申请人根据进一步的资料和信息收集，对正常价值和出口价格以及倾销幅度的计算保留进一步变动和主张的权利。

1.2 申请调查产品的出口价格

（1）调整前的出口价格

单位：吨；美元；美元/吨

2014 年	出口数量	出口金额	出口价格
所有白羽肉鸡产品	180,154	169,097,697	938.63
其中：带骨冻鸡腿肉 (税则号 02071411)	32,517	33,678,348	1035.71

注：（1）数据来源参见“附件八：中华人民共和国海关总署肉鸡产品进出口数据统计”；

（2）出口价格 = 出口金额 / 出口数量；

（3）该税则号下产品名称为带骨冻鸡块，但主要是带骨冻鸡腿肉。

（2）价格调整

根据法律规定，关于价格调整 and 价格比较，申请人应当对正常价值、出口价格在销售条件、条款、税收、贸易环节、数量、物理特征等方面做适当调整，在对正常价值和出口价格进行比较时，应当尽可能在同一贸易环节、相同时间的销售、出厂前的水平上进行。

为估算倾销幅度之目的，申请人进行下列调整：

A、进口关税、增值税的适当调整

由于申请人了解到的出口价格是根据中华人民共和国海关统计的数量和金额计算所得，是加权平均 CIF 价格，并不包括进口关税、增值税等，此项调整不应适用。

B、销售条件和贸易环节的适当调整

由于申请人了解到的出口价格是根据中华人民共和国海关统计的数量和金额计算所得，是加权平均 CIF 出口价格，为了和正常价值在出厂价的水平上进行比较，应该在上述价格的基础上扣除美国从出厂到中国的各种环节费用，包括国际运费、国际保险费、港口杂费、国内或地区内运费、国内或地区内保费、包装费、折扣、佣金、信用成本、仓储、商检费和其它费用等等。总体而言，上述环节费用大致可以分为境外环节费用和境内环节费用。

关于境外环节费用，根据申请人的了解，美国申请调查产品出口到中国采用 20 尺集装箱海运方式进行运输，每柜可以装载 12 吨产品。为了对海运费和保险费进行合理调整，申请人暂以初步获得的美国到中国的海运费价格和以及中国到美国的保险费率作为基础对出口价格进行调整。根据申请人获得的初步证据，20 尺柜集装箱的海运费为 1166 美元，按每柜平均装载 12 吨产品计算，平均单价为 97.17 美元/吨，保险费率为 0.45%（参见“附件九：海运费和保险费报价”）。根据国际惯例，保险费是根据货物 CIF 价值的 110% 进行计算，所以保险费等于 $CIF \times 110\% \times 0.45\%$ 。关于其他费用，根据稳健原则，暂不予以扣除。

关于境内环节费用，申请人暂无法获得申请调查产品在美国实际发生的境内环节费用。为了对境内环节费用进行合理调整，申请人暂以从世界银行集团（World Bank Group）了解到的美国出口贸易境内环节费用（包括准备文件、清关费用、装卸费、内陆运输费等）作为基础对出口价格进行调整。根据世界银行集团的报告（附件十），美国出口贸易 20 尺柜集装箱的境内环节费用合计 1275 美元，按每柜平均装载 12 吨产品计算，每吨申请调查产品的境内环节费用约为 106.25 美元。

由此，本项调整如下：

2014 年	出口价格调整
所有白羽肉鸡产品	$938.63 \times (1 - 0.45\% \times 110\%) - 97.17 - 106.25$
其中：带骨冻鸡腿肉 (税则号 02071411)	$1035.71 \times (1 - 0.45\% \times 110\%) - 97.17 - 106.25$

C、销售数量和物理特征等其它方面的调整

由于美国在其境内销售以及向中国出口销售的数量均具有代表性和可比性，而且在物化特性等方面基本相同，此项调整暂不应考虑。

(3) 调整后的出口价格

经过上述调整，调整后美国申请调查产品的出口价格为：

单位：美元/吨

2014 年	调整后的出口价格
所有白羽肉鸡产品	730.56
其中：带骨冻鸡腿肉 (税则号 02071411)	827.17

1.3 正常价值

1.3.1 调整前的正常价值

目前，申请人从美国农业部网站获得了美国本土市场关于肉鸡产品的综合平均销售价（批发价）。2014 年 1 月至 2014 年 12 月，美国肉鸡产品的综合平均价格如下表所示：

期间	肉鸡产品综合平均批发价 Wholesale broiler composite		带骨鸡腿肉价格	
	美分/磅	美元/吨	美元/磅	美元/吨
2014 年 1 月	74.936	1652.03	1.536	3386.24
2014 年 2 月	75.612	1666.93	1.579	3481.04
2014 年 3 月	79.854	1760.44	1.554	3425.93
2014 年 4 月	85.908	1893.91	1.538	3390.65
2014 年 5 月	90.425	1993.49	1.559	3436.95
2014 年 6 月	92.894	2047.92	1.548	3412.70
2014 年 7 月	94.030	2072.98	1.553	3423.72
2014 年 8 月	92.250	2033.73	1.564	3447.97
2014 年 9 月	92.347	2035.87	1.575	3472.22
2014 年 10 月	90.404	1993.02	1.620	3571.43
2014 年 11 月	87.906	1937.97	1.629	3591.27
2014 年 12 月	86.088	1897.88	1.609	3547.18
算数平均	86.888	1915.51	1.572	3465.61

注：（1）价格资料来源于美国农业部官方网站，上述数据统计由美国 Economic Research Service（简称 ERC）进行整理和汇总，请参见“附件十一：美国肉鸡产品的本土销售价格表”；

- (2) 上述价格为肉鸡产品的综合平均批发价格，即整鸡和分割部位的整体加权平均批发价格；
- (3) 1 磅 = 0.4536 千克。

1.3.2 价格调整

根据法律规定，关于价格调整 and 价格比较，申请人应当对正常价值、出口价格在销售条件、条款、税收、贸易环节、数量、物理特征等方面做适当调整，在对正常价值和出口价格进行比较时，应当尽可能在同一贸易环节、相同时间的销售、出厂前的水平上进行。

为估算倾销幅度之目的，申请人进行下列调整。

A、销售条件和贸易环节的调整

为了计算倾销幅度之目的，申请人在出厂价的基础上和出口价格进行比较。鉴于 ERC 在价格统计表中白羽肉鸡产品销售价格并非出厂价，申请人应当在上述价格的基础上扣除美国从出厂到国内客户的各种环节费用，包括境内运费、境内保费、包装费、折扣、佣金、信用成本、仓储和其它费用等等（统称境内环节费用）。

关于境内环节费用，申请人暂无法获得申请调查产品在美国实际发生的境内环节费用。为了对境内环节费用进行合理调整，申请人暂以从世界银行集团（World Bank Group）了解到的内陆运输费作为基础对国内销售价格进行调整。根据世界银行集团的报告（附件十），美国 20 尺柜集装箱的境内运输费用为 465 美元，按每柜平均装载 12 吨产品计算，每吨产品的境内环节费用约为 38.75 美元。

B、税收的调整

由于申请人了解，美国市场上白羽肉鸡的销售价格不含增值税，此项调整不应考虑。

C、销售数量和物理特征等其它方面的调整

根据申请人的初步了解，美国申请调查产品包括多种分割产品，并且在其本土市场上和对中国市场均有一定的销售，上述价格为美国本土市场的整鸡和分割产品的平均价格，与前述对中国出口的加权平均价格具有可比性，因此此项调整暂不应考虑。

(3) 调整后的正常价值

经过上述调整，调整后美国的正常价值为：

单位：美元/吨

2014 年	调整后的正常价值
所有白羽肉鸡产品	1915.51-38.75 =1876.76
其中：带骨冻鸡块	3465.61-38.75 =3426.86

1.4、估算的倾销幅度

单位：美元/吨

2014 年	所有白羽肉鸡产品	其中：带骨冻鸡腿肉
出口价格（CIF）	938.63	1035.71
出口价格（调整后）	730.56	827.17
正常价值（调整后）	1876.76	3426.86
倾销绝对额*	1146.20	2599.69
倾销幅度**	122.11%	251.01%

注：（1）倾销绝对额* = 正常价值（调整后）—出口价格（调整后）；

（2）倾销幅度** = 倾销绝对额 / 出口价格（CIF）。

2、第二种倾销幅度估算方法

2.1 倾销幅度的计算方法

（1）申请人从美国海关获得了 2014 年美国白羽肉鸡产品在所有税则号项下对所有国家（地区）的出口数据。申请人以所获得的美国对中国的 FOB 出口价格作为出口价格调整的基础；申请人以所获得的美国对其他第三国的 FOB 出口价格作为正常价值调整的基础；

（2）根据法律规定，申请人应当对正常价值、出口价格在销售条件、条款、税收、贸易环节、数量、物理特征等方面做适当调整，在对正常价值和出口价格进行比较时，应当尽可能在同一贸易环节、相同时间的销售、出厂前的水平上进行。鉴于美国对中国的 FOB 出口价格和对第三国的 FOB 出口价格已经处于同一贸易水平，在估算倾销额时，申请人不再对 FOB 出口价格进行调整；

（3）倾销幅度等倾销额度乘以 CIF 出口价格。鉴于申请所获得的美国对中国的出口价格为 FOB 价格，未考虑海运费和保险，因此申请人以 FOB 贸易水平的基础上将出口价格调整到 CIF 水平；

（4）申请人根据进一步的资料和信息收集，对正常价值和出口价格以及倾销幅度的计算保留进一步变动和主张的权利。

2.2 出口价格

美国海关关于白羽肉鸡产品对中国出口的统计数据

单位：吨；美元；美元/吨

税则号	出口金额	出口数量	出口价格 (FOB)	海运费	保险费率	出口价格 (CIF)
207140045 冻鸡爪	94578814	77712.214	1217.00	97.17	0.45%	1320.19
207140090 其他冻鸡块	89657881	59523.011	1506.00	97.17	0.45%	1610.62
207140030 冻鸡翅和鸡翼	34719660	34643.193	1002.00	97.17	0.45%	1104.13
207140025 冻鸡腿	25046539	19897.074	1259.00	97.17	0.45%	1362.40
207140050 冻鸡杂碎	2307082	2704.402	853.00	97.17	0.45%	954.39
207140010 冻四分之一鸡边腿	1500030	1162.108	1291.00	97.17	0.45%	1394.56
207120040 冻的整鸡	95197	25.400	3748.00	97.17	0.45%	3863.72
207110040 冰鲜的整鸡	22400	31.548	710.00	97.17	0.45%	810.68
合计/加权平均	247927603	195698.950	1266.88	97.17	0.45%	1370.32

注：（1）出口数据来源参见“附件十四：美国农业部关于白羽肉鸡产品的出口统计数据”；

（2）出口价格 = 出口金额 / 出口数量；

（3）海运费和保险费数据来源于“附件九：海运费和保险费报价”，计算方法同第一种倾销幅度估算，保险费按货物价值的 110% 计算。

2.3 正常价值

美国海关关于白羽肉鸡产品对第三国（地区）出口的统计数据

单位：吨；美元；美元/吨

税则号	出口金额	出口数量	出口价格 (FOB)
207140045 冻鸡爪	347077184	235092.267	1476.34
207140090 其他冻鸡块	579206157	422346.222	1371.40
207140030 冻鸡翅和鸡翼	126035207	73246.212	1720.71
207140025 冻鸡腿	321181054	248589.288	1292.01
207140050 冻鸡杂碎	22243372	26717.927	832.53
207140010 冻四分之一鸡边腿	1761517624	1674543.178	1051.94
207120040 冻的整鸡	36735680	22303.409	1647.09
207110040 冰鲜的整鸡	25896255	27549.146	940.00
合计/加权平均	3219892533	2730387.649	1179.28

注：（1）数据来源参见“附件十四：美国农业部关于白羽肉鸡产品的出口统计数据”；

（2）出口价格 = 出口金额 / 出口数量。

2.4、估算的倾销幅度

单位：美元/吨、吨、美元

税则号	对中国 CIF 出口价格	对中国 FOB 出口价格	对第三国（地区） FOB 出口价格	单位倾 销额度	对中国出 口数量	倾销额度
207140045	1320.19	1217.00	1476.34	259.34	77712.214	20154238.13
207140090	1610.62	1506.00	1371.40	-134.60	59523.011	-8011720.03
207140030	1104.13	1002.00	1720.71	718.71	34643.193	24898275.65
207140025	1362.40	1259.00	1292.01	33.01	19897.074	656899.10
207140050	954.39	853.00	832.53	-20.47	2704.402	-55369.61
207140010	1394.56	1291.00	1051.94	-239.06	1162.108	-277814.46
207120040	3863.72	3748.00	1647.09	-2100.91	25.400	-53363.16
207110040	810.68	710.00	940.00	230.00	31.548	7256.11
合计/加权平均	1370.32	1266.88	1179.28	190.69	195698.950	37318401.73
倾销幅度	13.92%					

注：（1）单位倾销额度 = 对第三国（地区）出口价格 - 对中国 FOB 出口价格；

（2）倾销额度 = 单位倾销额度 * 对中国出口数量；

（3）倾销幅度 = 单位倾销额度 / 对中国 CIF 出口价格。

（二）如果终止反倾销措施，倾销可能继续发生

1、在存在反倾销措施的情况下，美国申请调查产品对中国出口仍存在倾销，一旦终止反倾销措施，倾销行为很可能继续发生，甚至更加严重

如上文所述，在反倾销措施实施期间，美国对中国出口的申请调查产品在措施实施期间仍存在明显的倾销行为。根据申请人的初步估算，与国内正常价值相比，2014 年美国向中国出口的申请调查产品的倾销幅度远远高于目前所适用的反倾销措施。同时，与对第三国出口价格相比，美国向中国出口的申请调查产品也存在明显的倾销嫌疑。

上述情况表明：在存在反倾销措施约束的情况下，美国申请调查产品对中国的出口价格仍属于倾销价格，尤其是自 2012 年以来大幅下降且明显低于反倾销措施实施前的价格水平，说明美国低价抢占中国市场的意图十分明显。可以预见，一旦终止反倾销措施，美国厂商对中国的倾销行为很可能继续发生，甚至更加严重。

2、美国市场严重供过于求，潜力巨大且需求稳定增长的中国市场对美国白羽肉鸡厂商具有极大的吸引力，其很可能继续以倾销方式重新抢占中国市场

2.1 全球市场白羽肉鸡产品的整体供需状况

全球白羽肉鸡产品的供需情况表

单位：万吨

期 间	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年
产 量	7206	7727	8067	8293	8431	8672
消费量	6835	7308	7616	7810	7961	8163
过剩产量	371	418	451	483	469	510

注：（1）数据来源参见“附件十二：美国农业部关于家畜和禽肉的全球市场和贸易报告”；

（2）过剩产量 = 产量 - 消费量。

从上表数据可以看出，自 2009 年以来全球白羽肉鸡产品一直处于供过于求的状态，并且过剩产量呈增长趋势。2009 年至 2014 年，全球过剩产量分别为 371 万吨、418 万吨、451 万吨、483 万吨、469 万吨和 510 万吨，过剩产量 2014 年比 2009 年增长了 37.47%。

2.2 全球主要市场（包括美国）的白羽肉鸡产品严重供过于求

全球主要白羽肉鸡市场的供需情况表

单位：万吨

期 间	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年
全球总产量	7206	7727	8067	8293	8431	8672
其中：（1）美国	1677	1743	1757	1750	1787	1821
（2）巴西	1160	1296	1354	1331	1296	1336
（3）欧盟	922	969	981	1007	1043	1063
全球总消费量	6835	7308	7616	7810	7961	8163
其中：（1）美国	1295	1347	1366	1335	1369	1403
（2）巴西	780	904	942	914	883	914
（3）欧盟	871	896	901	920	950	967
全球总过剩产量	371	418	451	483	469	510
其中：（1）美国	383	396	391	415	418	418
（2）巴西	380	392	412	417	413	422
（3）欧盟	51	73	80	87	93	96

注：（1）数据来源参见“附件十二：美国农业部关于家畜和禽肉的全球市场和贸易报告”；

（2）过剩产量 = 产量 - 需求量。

在全球市场上，美国、巴西和欧盟是全球前三大白羽肉鸡生产国（地区），其中：（1）美国是最大的白羽肉鸡生产国，产量由 2009 年的 1677 万吨增至 2014 年的 1821 万吨；（2）巴西是第二大白羽肉鸡生产国，产量由 2009 年的 1160 万吨增至 2014 年的 1336 万吨；（3）欧

盟是第三大白羽肉鸡生产地区，产量由 2009 年的 922 万吨增至 2014 年的 1063 万吨。2014 年，美国、巴西和欧盟白羽肉鸡产品合计产量占全球总产量的比重为 48.66%，其中美国占 21.00%、巴西占 15.41%、欧盟占 12.25%。

美国、巴西和欧盟也是全球白羽肉鸡产品的主要消费市场，其中：（1）美国是最大的白羽肉鸡消费国，消费量由 2009 年的 1295 万吨增至 2014 年的 1403 万吨；（2）欧盟巴西是第三大消费市场¹，消费量由 2009 年的 871 万吨增至 2014 年的 967 万吨；（3）巴西是第四大白羽肉鸡消费市场，消费量由 2009 年的 780 万吨增至 2014 年的 883 万吨。2014 年，美国、巴西和欧盟白羽肉鸡产品合计消费量占全球总消费量的比例为 40.23%，其中美国占 17.19%、欧盟占 11.84%、巴西占 11.19%。

结合白羽肉鸡产品产量和消费量的供需状况，美国、巴西和欧盟已经呈现供过于求的市场状况。其中：（1）美国过剩产量由 2009 年的 383 万吨增至 2014 年的 418 万吨，2014 年过剩产量占其总产量的比例高达 22.93%；（2）巴西过剩产量由 2009 年的 380 万吨增至 2014 年的 422 万吨，2014 年过剩产量占其总产量的比例高达 31.91%；（3）欧盟过剩产量由 2009 年的 51 万吨增至 2014 年的 96 万吨，2014 年过剩产量占其总产量的比例为 9.03%。

鉴于美国、巴西和欧盟白羽肉鸡产品的市场成熟度非常高，市场需求不太可能会出现爆发式的增长，可以预见未来这三个主要消费市场白羽肉鸡产品供大于求的市场状况不会发生实质性的改变。

在这种背景之下，美国大量过剩的白羽肉鸡产品一方面不能通过本土需求增长解决问题，另一方面也无法通过巴西、欧盟主要消费市场进行消化，只能转移到其他海外市场。

2.3 中国白羽肉鸡市场潜力巨大，需求稳定增长，中国市场对美国厂商具有极大的吸引力

中国白羽肉鸡产品需求量情况表

单位：吨

期 间	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年
产 量	7,310,000	7,980,000	8,940,000	9,540,000	9,300,000	9,600,000
表观消费量	7,910,365	8,333,242	9,158,163	9,866,637	9,694,922	9,867,888
变化幅度	-	5.35%	9.90%	7.74%	-1.74%	1.78%

注：引用上文数据。表观消费量 = 产量 + 进口量 - 出口量。

中国是全球第四大白羽肉鸡产品生产国，产量由 2009 年的 731 万吨增至 2014 年的 960 万吨，2014 年产量占全球总产量的比例为 11.07%。同时，中国是全球第二大白羽肉鸡产品消费国，仅次于美国，消费量由 2009 年的 791.04 万吨增至 2014 年的 986.69 万吨，增幅 24.75%，

¹ 在全球市场上，中国白羽肉鸡产量排名第三，消费量排名第二。

绝对量的增额高达 195.75 万吨，2014 年消费量占全球总消费量的比例为 12.09%。

相比美国，中国白羽肉鸡产品的市场成熟度还不是很高，潜力巨大，增长速度也超过美国。预计未来，随着消费者对健康肉鸡产品营养价值的认识以及快餐业的飞速发展，中国白羽肉鸡产品的需求量还稳定增长。

在美国市场严重供过于求且 2014 年过剩量已经高达 418 万吨左右的情况下，潜力巨大且需求稳定增长的中国市场无疑对美国厂商具有极大的吸引力，是美国厂商转移过剩白羽肉鸡产品的必争之地。

而且，从两国的产品消费结构和消费习惯来看，中国市场对于美国厂商的吸引力更加强烈和突出。美国消费者对于白羽肉鸡产品的需求以鸡胸肉为主，其他如鸡爪、鸡翼、鸡胗、鸡心等分割产品则基本上不食用。中国则正好相反，消费者对于鸡爪、鸡翼、鸡胗、鸡心等分割产品的喜好程度远远高于鸡胸肉。因此，鸡爪、鸡翼、鸡胗、鸡心等分割产品对于美国市场而言基本上完全过剩，而中国市场则可以为美国厂商提供市场空间。

引用美国禽蛋品出口协会会长吉姆·萨姆纳的公开言论，“我们出口到中国的主要部位是爪子和翼尖，中国是我们的爪子的主要出口市场之一……很少有其他市场需要这个产品……”（请参见附件十三）。也就是说，美国不需要的鸡爪、鸡翼以及其他鸡杂碎等部位的产品大部分只能出口到中国市场。

因此，中国市场对于美国白羽肉鸡产业的重要性是不言而喻的，中国市场是美国转移过剩供应量的必争之地，只有中国市场才能帮助美国消化其不食用的鸡爪、鸡翼以及其他鸡杂碎等其他产品，中国市场对美国厂商具有极大的吸引力，一旦终止反倾销措施，申请调查产品对中国的倾销行为很可能继续发生。

2.4 美国厂商始终觊觎中国市场，其很可能继续以倾销方式抢占中国市场

如下文相关部分所述，美国白羽肉鸡产品具有强大的出口能力，在本土市场严重供过于求的情况下，对国外市场的依赖程度非常高，而中国也成为重要目标市场。

根据中国海关数据统计，即使受到反倾销措施的制约，美国白羽肉鸡厂商也始终觊觎中国市场。反倾销措施实施期间，美国申请调查产品的进口数量一度由措施实施前一年（2009 年）的 62.29 万吨大幅减少至 2011 年的 5.33 万吨，但随后美国厂商通过低价和降价方式重新扩大了出口，在价格 2014 年比 2010 年下降 38.10% 的刺激下，进口数量迅速反弹至 2014 年的 18.02 万吨，2013 年甚至高达 31.45 万吨。也就是说，美国厂商并不愿意放弃中国市场，并仍然通过进一步的低价倾销方式来维持市场份额。

在中国市场上，国内产业生产的白羽肉鸡产品已经占据了绝对的市场份额。相比中国总产量，美国进口量占中国总产量的比例已经不到 2%。而且，中国白羽肉鸡产品的分割程度要比美国产品更加精细。在没有其他明显优势的情况下，美国要继续重新抢占和扩大白羽肉鸡产品在中国的市场份额，只能采取一贯的低价和降价手段，甚至以不正当的倾销方式进行。

因此，从美国进口产品在原审案件中存在大量倾销的历史以及在采取反倾销措施的情况下仍进一步向中国市场倾销的事实表明，中国市场将继续成为美国白羽肉鸡厂商低价转移过剩供应量的必争之地。一旦终止反倾销措施，申请调查产品对中国的倾销行为很可能继续发生，甚至更加严重。

3、美国白羽肉鸡产品的生产、消费以及出口等情况表明，如果终止反倾销措施，其对中国的倾销行为有可能继续发生

3.1 美国白羽肉鸡产品的出口能力

美国白羽肉鸡的产量、需求量及出口能力

单位：万吨

期 间	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年
美国白羽肉鸡产品总产量	1677	1743	1757	1750	1787	1821
其中：（1）鸡肉	1594	1656	1669	1662	1698	1730
（2）鸡爪及其他鸡杂碎	84	87	88	87	89	91
美国需求量	1295	1347	1366	1334	1369	1403
须依赖出口的过剩产量	382	396	391	416	418	418
须依赖出口的过剩产量 占总产量的比例	22.78%	22.72%	22.25%	23.77%	23.39%	22.95%

注：（1）数据来源参见“附件十二：美国农业部关于家畜和禽肉的全球市场和贸易报告”；

（2）须依赖出口的产量 = 产量 - 需求量。

如上文所述，美国是全球第一大白羽肉鸡生产国和消费国，但市场严重供过于求，并且过剩产量呈增长趋势，须依赖出口的过剩产量由 2009 年的 382 万吨增至 2014 年的 418 万吨，增幅 9.42%，须依赖出口的过剩产量占总产量的年平均比例维持在 23% 左右，处于较高水平。

而且，如上文所述，由于消费习惯的原因，美国消费者很少食用鸡爪、鸡胗、鸡心等鸡杂碎，这些部位的产品在美国市场上几乎完全过剩，大部分只能对中国市场出口，否则只有废弃处理。根据重量比例大致推算，鸡爪及其他鸡杂碎的产量由 2009 年的 84 万吨增至 2014 年的 91 万吨，占过剩产量的比例在 22% 左右。

因此，在美国白羽肉鸡产品严重供过于求的情况下，潜力巨大且需求稳定增长的中国市场势必成为其重点出口的对象。一旦终止反倾销措施，美国过剩产量很可能会更多地转移到中国市场，其对中国出口白羽肉鸡产品的能力将大大增强，对中国市场的倾销行为很可能继续发生。

3.2 美国白羽肉鸡产品对国外市场的依赖程度

美国白羽肉鸡产品的对外出口情况（美国农业部数据）

单位：万吨

期 间	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年
美国白羽肉鸡产品总出口量	309	307	317	330	333	331
美国白羽肉鸡产品总产量	1677	1743	1757	1750	1787	1821
总出口量占总产量比例	18.43%	17.61%	18.04%	18.86%	18.63%	18.18%
美国对华出口数量	62.29	8.67	5.33	17.69	31.45	18.02
对华出口量占总出口量比例	20.14%	2.83%	1.68%	5.36%	9.44%	5.44%

注：（1）美国白羽肉鸡产品的产量和出口量来源于美国农业部，请参见“数据来源参见“附件十二：

美国农业部关于家畜和禽肉的全球市场和贸易报告””；

（2）美国白羽肉鸡产品对华出口数量来源于中国海关统计，具体请参见“附件八：中华人民共和国海关总署肉鸡产品进出口数据统计”。

从上表数据可以看出，美国白羽肉鸡产品具有强大的出口能力，出口数量由 2009 年的 309 万吨增至 2014 年的 331 万吨，2014 年比 2010 年新增出口量 22 万吨，出口数量所占产量比重总体维持在 18% 左右，对海外市场的依赖程度处于较高水平。

中国是美国白羽肉鸡厂商极为重要且不容放弃的目标市场。在反倾销措施实施前，中国市场占美国总出口量的比例一度高达 20.14%。之后，受反倾销措施的制约，中国场所占出口比例大幅下降至 2014 年的 5.44%，2014 年比 2009 年下降了 14.70 个百分点。但是，这不代表中国市场已经失去吸引力，因为美国厂商在 2011 年以来重新扩大了对中国市场的出口，2014 年 5.44% 的比例比 2011 年 1.68% 的最低值已经反弹了 3.76 个百分点，2013 年甚至高达 9.44%。

美国白羽肉鸡产品主要出口国家情况（美国海关数据）

单位：万吨

期 间	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年
总出口量	351	329	344	359	355	353
其中：墨西哥	36	43	45	56	64	70
中国香港	16	44	54	29	17	33
安哥拉	8	15	16	18	21	23
中国	71	10	10	24	28	20
其他 182 个国家（地区）	220	218	218	232	225	208

注：（1）上表出口数据来源于美国海关，具体请参见“附件十七：美国海关关于白羽肉鸡产品的出口统计数据”。需要说明的是，由于统计口径的问题，美国海关统计的出口数据与美国农业部对外披露的出口数据存在差异，美国海关关于中国的出口数据也与中国海关统计的美国进口数据存在差异；

（2）2009 年以来，美国对全球 186 个国家出口过白羽肉鸡产品，由于出口国家（地区）比较分散，上表申请人仅列出 2014 年超过 20 万吨及以上出口量的主要国家。

事实上，如果根据美国海关统计的出口数据，可以发现美国在进口产品被中国采取反倾销措施之后已经被迫调整出口策略，将对中国减少的出口量转移到其他国家（地区）。从上表数据可以看出，2009 年至 2014 年，美国白羽肉鸡产品的出口总量并没有明显发生变化，2009 年为 351 万吨，2014 年 353 万吨。但是，主要出口国的位置明显发生变化，比如对中国出口量由 2009 年 71 万吨降至 2014 年 20 万吨，对墨西哥出口量则由 2009 年的 36 万吨增至 2014 年 70 万吨，对香港出口量由 2009 年的 16 万吨增至 2014 年 33 万吨，对安哥拉出口量由 2009 年的 8 万吨增至 2014 年 23 万吨。

因此，申请人认为，鉴于反倾销措施实施前中国市场占美国总出口量的比例高达 20%，以及美国厂商在反倾销措施实施中后期重新抢占中国市场的行为来看，可以预见如果终止反倾销措施，解除其在中国市场的出口约束，美国厂商很可能会重新调整出口战略，将更多的过剩产量转移到中国市场，进一步加大其对中国市场的倾销出口力度。

3.3 美国白羽肉鸡产品对中国市场的出口情况

美国白羽肉鸡产品对中国出口情况

单位：吨；美元/吨

期 间	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年
对中国出口数量	622,948	86,686	53,347	176,937	314,509	180,154
对中国出口价格	1291.58	1516.34	1099.53	1084.37	1116.63	938.63
中国总进口量	732,007	517,941	386,406	473,912	548,015	442,780
美国对中国出口占中国总进口量比例	85.10%	16.74%	13.81%	37.34%	57.39%	40.69%

注：数量来源参见“附件八：中华人民共和国海关总署肉鸡产品进出口数据统计”。

受反倾销措施的制约，美国申请调查产品的进口数量一度大幅减少，由措施实施前一年（2009 年）的 62.29 万吨下降至 2011 年 5.33 万吨的较低水平。但是，自 2012 年以来，由于美国厂商再次采取低价或降价策略，加大了对中国市场的倾销力度，导致申请调查产品进口数量由迅速反弹至 2014 年的 18.02 万吨，2013 年甚至一度高达 31.45 万吨。

美国申请调查产品进口数量的增减与进口价格的变化密切相关。措施实施初期，美国申

请调查产品的进口价格一度由 2009 年的 1291.58 美元/吨上涨至 1516.34 美元/吨，价格优势下降导致进口数量迅速减少。但之后，随着进口价格大幅下降至 2014 年的 938.63 美元/吨，措施的实施效果被严重抵消，因为进口价格已经低于措施实施前的价格水平，而且倾销幅度加大，导致进口数量大幅反弹。这些事实充分说明，美国申请调查产品不以低价倾销方式不足以保持在中国的市场份额。

因此，在有反倾销措施约束的情况下，美国申请调查产品况且可以进一步通过降价或低价对中国市场出口，并加大倾销力度，如果终止反倾销措施，美国申请调查产品的价格优势将更加明显，可降价空间将进一步放大，其对中国市场的倾销行为很可能更为严重。

3.4 美国白羽肉鸡产品对第三国（地区）低价出口情况

2014 年，美国白羽肉鸡产品的本土销售价格为 1915.51 美元/吨。根据申请人获得的美国海关统计的白羽肉鸡产品出口数据，在不考虑调整因素的情况下，美国白羽肉鸡生产商、出口商同时对除中国以外的其他国家（地区）大量低价出口白羽肉鸡产品。

美国白羽肉鸡产品对除中国以外的其他国家（地区）低价出口情况

单位：吨；美元；美元/吨

美国白羽肉鸡 产品内销价格	国别	出口数量	出口金额	出口价格	价格差额
1915.51	墨西哥	703,897	708,327,605	1006.29	-909.22
	香港	326,017	496,317,024	1522.36	-393.15
	安哥拉	231,948	260,792,193	1124.36	-791.15
	古巴	143,582	147,577,736	1027.83	-887.68
	俄罗斯	142,768	148,063,090	1037.09	-878.42
	台湾地区	117,611	137,526,467	1169.33	-746.18
	伊拉克	87,513	87,965,612	1005.17	-910.34
	格鲁吉亚	87,253	83,830,897	960.77	-954.74
	阿拉伯联合酋长国	74,596	74,583,504	999.84	-915.67
	危地马拉	73,362	83,709,530	1141.06	-774.45
	菲律宾	72,374	68,692,894	949.14	-966.37
	韩国	66,617	95,427,576	1432.48	-483.03
	土耳其	60,261	52,163,022	865.62	-1049.89
	越南	57,141	63,491,643	1111.14	-804.37
	加纳	54,934	69,152,625	1258.84	-656.67
	海地	53,345	58,202,232	1091.06	-824.45
	哈萨克斯坦	41,747	39,766,244	952.54	-962.97
	智利	38,926	48,343,358	1241.92	-673.59
	刚果(ROC)	35,853	37,730,237	1052.36	-863.15
	刚果 (DROC)	35,609	37,177,568	1044.05	-871.46
	牙买加	34,085	23,020,529	675.39	-1240.12
	立陶宛	29,359	33,927,119	1155.58	-759.93
	卡塔尔	27,501	26,222,357	953.51	-962.00

哥伦比亚	26,435	30,428,226	1151.07	-764.44
新加坡	24,531	32,399,546	1320.76	-594.75
加蓬	23,525	27,087,151	1151.42	-764.09
阿塞拜疆	21,034	20,753,366	986.65	-928.86
特立尼达和多巴哥	20,323	26,035,693	1281.07	-634.44
巴基斯坦	19,960	19,175,704	960.71	-954.80
阿富汗	19,921	19,935,447	1000.71	-914.80
土库曼斯坦	19,499	19,236,339	986.52	-928.99
多米尼加共和国	18,739	21,823,586	1164.58	-750.93
苏里南	17,731	21,178,395	1194.41	-721.10
沙特阿拉伯	17,415	21,857,903	1255.14	-660.37
约旦	16,324	19,269,230	1180.42	-735.09
利比亚	15,074	16,974,074	1126.02	-789.49
阿曼	14,744	14,101,422	956.39	-959.12
南非	14,718	13,649,896	927.42	-988.09
波利尼西亚	14,314	22,467,300	1569.65	-345.86
毛利塔尼亚	13,905	15,456,184	1111.55	-803.96
科威特	12,652	16,183,312	1279.08	-636.43
巴哈马群岛	11,466	19,504,475	1701.05	-214.46
阿尔巴尼亚	10,405	10,803,550	1038.30	-877.21
贝宁湾	10,336	13,541,003	1310.08	-605.43
亚美尼亚	10,309	11,004,491	1067.44	-848.07
拉脱维亚	10,308	10,663,811	1034.47	-881.04
洪都拉斯	9,425	9,166,315	972.53	-942.98
马来西亚	9,369	8,396,411	896.17	-1019.34
萨摩亚群岛	8,241	8,347,383	1012.90	-902.61
圣卢西亚	8,117	8,901,581	1096.72	-818.79
汤加	8,065	10,844,757	1344.63	-570.88
巴拿马	7,428	10,101,512	1359.88	-555.63
冈比亚	6,869	7,225,513	1051.86	-863.65
科索沃	6,828	7,259,263	1063.09	-852.42
蒙古	6,400	8,683,553	1356.82	-558.69
摩尔多瓦	6,337	6,003,547	947.32	-968.19
St Vinc & Gren	5,935	6,796,806	1145.26	-770.25
塔吉克斯坦	5,890	5,714,087	970.15	-945.36
萨尔瓦多	5,769	6,511,583	1128.75	-786.76
塞拉利昂	5,718	7,008,701	1225.67	-689.84
吉尔吉斯斯坦	5,512	5,219,430	946.97	-968.54
巴林	5,482	5,493,985	1002.10	-913.41
秘鲁	5,237	5,970,089	1140.06	-775.45
安提瓜和巴布达	5,022	7,809,852	1555.07	-360.44
Eq Guinea	4,676	6,994,837	1495.89	-419.62
尼加拉瓜	4,394	5,427,180	1235.12	-680.39
几内亚	4,175	4,643,055	1112.00	-803.51
乌克兰	2,997	2,719,269	907.45	-1008.06
哥斯达黎加	2,946	4,607,512	1563.90	-351.61
多米尼克	2,836	4,084,509	1440.03	-475.48

密克罗尼西亚	2,709	3,663,829	1352.44	-563.07
塞尔维亚	2,589	3,073,346	1187.17	-728.34
圣基茨和尼维斯	2,535	4,112,273	1622.05	-293.46
坦桑尼亚	2,487	2,976,011	1196.43	-719.08
佛得角	2,292	2,518,939	1098.94	-816.57
荷兰	2,186	3,787,860	1733.16	-182.35
格林纳达	2,097	2,879,454	1372.96	-542.55
纳米比亚共和国	2,072	2,165,512	1045.15	-870.36
特克斯和凯科斯群岛	1,845	3,289,199	1783.11	-132.40
马绍尔群岛	1,687	2,192,871	1300.15	-615.36
莫桑比克共和国	1,576	1,696,828	1076.58	-838.93
黑山	1,377	1,331,747	967.09	-948.42
利比里亚共和国	1,250	1,399,772	1120.26	-795.25
乌兹别克斯坦共和国	1,219	1,329,492	1090.53	-824.98
库克群岛	1,080	1,740,417	1611.38	-304.13
德国	869	1,282,634	1475.73	-439.78
圭亚那	745	1,029,993	1382.51	-533.00
马其顿王国	743	902,182	1213.54	-701.97
塞舌尔	525	532,541	1014.27	-901.24
帕劳共和国	524	723,409	1381.17	-534.34
几内亚比绍共和国	504	688,645	1366.96	-548.55
科摩罗伊斯兰联邦共和国	493	617,101	1250.77	-664.74
以色列	478	671,760	1404.62	-510.89
图瓦卢	409	521,051	1275.44	-640.07
希腊	392	375,142	957.13	-958.38
安圭拉岛	389	690,999	1776.92	-138.59
直布罗陀	261	258,930	992.07	-923.44
多哥共和国	242	245,583	1013.59	-901.92
泰国	232	278,227	1197.19	-718.32
塞浦路斯	190	159,188	837.28	-1078.23
阿根廷	170	240,020	1414.55	-500.96
蒙特塞拉特	157	260,658	1662.51	-253.00
肯尼亚	124	163,415	1319.69	-595.82
印度尼西亚	109	164,300	1507.77	-407.74
丹麦	89	169,695	1912.44	-3.07
塞内加尔	82	61,829	750.04	-1165.47
厄瓜多尔	73	103,410	1418.99	-496.52
黎巴嫩	59	93,147	1584.48	-331.03
喀麦隆	53	52,421	983.77	-931.74
索马里	53	65,680	1247.48	-668.03
英国	45	46,176	1018.75	-896.76
巴拉圭	42	35,097	826.94	-1088.57
意大利	39	69,319	1781.29	-134.22
基里巴斯	35	59,118	1704.97	-210.54
罗马尼亚	34	37,116	1083.93	-831.58
瑞典	29	37,305	1292.44	-623.07

文莱	27	44,403	1673.75	-241.76
博茨瓦纳	26	25,263	970.16	-945.35
老挝国	24	20,992	881.83	-1033.68
巴布亚新几内亚	21	19,976	964.09	-951.42
尼日利亚	19	31,136	1666.45	-249.06
缅甸	11	18,536	1630.69	-284.82
爱尔兰	6	5,196	826.99	-1088.52
对第三国（地区）低价出口合计	3,160,964	3,538,431,039	1119.42	-796.09
对第三国（地区）出口合计	3,338,278	4,021,370,777	1204.62	-710.89
对第三国（地区）低价出口占对第三国（地区）总出口比例		94.69%		

注：（1）上表的出口数据根据美国海关统计的出口数据整理，见“附件十四：美国海关关于白羽肉鸡产品的出口统计数据”；

（2）价格差异为美国对第三国（地区）出口价格与美国白羽肉鸡产品国内销售价格的差价；

（3）本表中美国海关对外出口价格为 FOB 价格；

（4）上述美国白羽肉鸡产品国内销售价格请参见附件十一。

从上表数据可以看出，2014 年美国对除中国以外的其他国家（地区）低价出口白羽肉鸡产品的合计数量占同期其对第三国（地区）总出口量的比例高达 94.69%，说明其低价寻求海外市场的需求非常强烈。如果终止反倾销措施，该情形可能发生在对中国市场的出口中，这些对第三国（地区）低价出口的数量很可能转移到中国市场，加大了对中国市场低价倾销的可能性。

3.5 美国政府对玉米和大豆继续实施农业补贴，廉价的饲料原料保证了美国白羽肉鸡产品的成本优势，加大了美国申请调查产品对中国倾销的可能性

玉米和大豆是白羽肉鸡的主要饲料原料，占肉鸡成本的比重在 70%左右。如上文所述，受益于农业补贴，美国玉米和大豆的价格非常便宜，这也保证了美国白羽肉鸡产品的生产成本优势。

根据美国农业部披露的数据推算，2014 年美国玉米价格为 1001 元/吨²。同期，中国国内饲料厂收购国产玉米的进厂价格在 2200 元/吨以上。可见，美国玉米价格远远低于中国国产玉米价格。而且，2015 年 1 季度，美国玉米价格进一步降至 919 元/吨。（具体价格请参见“附件十五：美国农业部玉米价格数据”和“附件十六：中国玉米价格数据”）。

由于中国对进口玉米实行配额制度，且实际年进口数量只有几十万吨，中国白羽肉鸡企业基本上只能使用国产玉米饲料，在玉米饲料方面的成本支出远远高于美国白羽肉鸡生产企业。另外，众所周知，美国大豆的价格也比国产大豆价格便宜，比国产大豆更具有竞争力。

² 美国农业部公开披露的玉米价格按照“美元/蒲式耳”统计。2014 年，玉米价格为 4.14 美元/蒲式耳。2015 年 1 季度为 3.80 美元/蒲式耳。玉米上述人民币价格按照（1）1 吨玉米等于 39.37 蒲式耳以及（2）1 美元大约兑换人民币汇率进行折算。

因此，与中国企业相比，美国白羽肉鸡生产企业的成本优势非常明显，在农业补贴促使饲料原料极具价格优势的情况下，美国白羽肉鸡产业的市场竞争力非常强，保障其产品可以大量低价对中国市场出口，加大了对中国市场继续低价倾销的可能性。

3.6 美国白羽肉鸡产品受其他国家实施反倾销措施的情况

根据 WTO 网站公布的资料了解到，2000 年 12 月 10 日南非对原产于美国的带骨冻鸡块采取反倾销措施，每千克加征反倾销税 940 分³。经 2006 年和 2012 年两次日落复审，该反倾销措施仍延续至今。（请参见“附件十七：南非关于反倾销措施的实施报告”）

根据 WTO 网站公布的资料了解到，2012 年 9 月 11 日墨西哥对原产于美国的鸡腿肉采取反倾销措施，反倾销税税率为 25.7%-127.5%。（请参见“附件十八：墨西哥关于反倾销措施的实施报告”）。

根据美国海关的出口数据统计，2009 年美国对中国出口数量高达 71.04 万吨，而对墨西哥出口只有 36.21 万吨。而在中国采取反倾销措施之后到 2014 年，美国对中国出口数量降至 19.54 万吨，而对墨西哥出口增至 70.39 万吨。也就是说，因为中国对美国进口产品实施反倾销措施，且税率远远高于墨西哥实施的反倾销税率，导致美国在一定程度上被迫调整出口策略，部分减少的出口量被转移到墨西哥市场。

因此，如果终止反倾销措施，解除了美国产品在中国市场的出口约束，受南非和墨西哥反倾销措施限制的美国产品很可能会转向没有约束的中国市场，其很可能通过低价方式扩大对中国市场出口，加大了对中国市场继续倾销的可能性。

3.7 美国对中国市场的销售具有竞争优势，加大了其对中国低价倾销的可能性

由于长期以来在中国大量低价出口，美国白羽肉鸡厂商已经对中国市场已经非常熟悉，其在华销售渠道仍较为健全，容易融入中国市场，随时可以加以发展和扩张。事实上，美国白羽肉鸡厂商也一直充分利用这些便利条件，继续以低价或降价方式重新抢占中国市场份额，使得中后期进口数量大幅反弹。由此可见，如果终止反倾销反措施，美国白羽肉鸡厂商很可能利用其熟悉的销售渠道和客户群体迅速扩大对中国出口，加大其继续倾销的可能性。

（三） 结论：如果终止反倾销措施，美国申请调查产品的倾销可能继续发生

综合上述分析表明：

- 1、 原审案件中美国白羽肉鸡产品对中国出口存在倾销的历史，以及在反倾销措施实施期间美国白羽肉鸡产品仍继续存在倾销且倾销幅度加大的事实说明，如果终止反倾

³ 南非货币单位，1 兰特 = 100 分。

销措施，原产于美国的进口白羽肉鸡产品的倾销可能继续发生，甚至更加严重；

- 2、 在全球市场严重供过于求尤其是主要消费市场无法吸收更多过剩产量的情况下，潜力巨大且需求稳定增长的中国市场对须依赖出口的美国白羽肉鸡厂商具有极大的吸引力；
- 3、 美国是全球最大的白羽肉鸡生产国家，白羽肉鸡产品的产量巨大，但明显超过需求量，过剩产量总体逐年增长，尤其是鸡爪以及其他鸡杂碎等产品几乎完全过剩，这些产品大部分只能出口到中国市场。如果终止反倾销措施，美国对中国市场的出口能力将大大提高，很有可能将过剩的产能以倾销方式转向中国市场；
- 4、 美国白羽肉鸡产品具有强大的出口能力，对海外市场的依赖程度处于较高水平，并将中国视为极为重要且不容放弃的目标市场。在反倾销措施的约束下，中国市场占美国总出口量的比例大幅下降，被迫将对中国减少的出口低价转移到其他国家（地区）。如果终止反倾销措施，美国厂商极有可能重新调整出口战略，将更多的过剩产量转移到中国市场，加大对中国市场倾销的可能性；
- 5、 中国海关统计数据表明，美国进口产品不以低价或降价方式不足以保持在中国的市场份额。在有反倾销措施的约束下，美国厂商况且不愿意放弃中国市场，甚至加大倾销力度重新抢占中国市场，导致进口数量大幅反弹。如果终止反倾销措施，美国进口产品的价格优势将更加明显，其对中国市场的倾销行为很可能更为严重；
- 6、 美国厂商以低价甚至倾销的价格向第三国（地区）大量出口白羽肉鸡产品，说明其低价寻求海外市场的需求非常强烈，低价出口是美国消化过剩产量，解决市场供应量过剩问题的重要途径。如果终止反倾销措施，中国的竞争优势将会得到提高，美国对第三国的低价出口很可能会转移到对中国的出口中，加大了对中国市场低价倾销的可能性；
- 7、 美国政府对玉米和大豆继续实施农业补贴，廉价的饲料原料保证了美国白羽肉鸡产品的成本优势，相比中国企业具有更强的竞争力，加大了美国厂商对中国市场继续低价倾销的可能性；
- 8、 美国相关白羽肉鸡产品同时还遭受南非和墨西哥反倾销措施的约束，如果终止反倾销措施，解除美国进口产品在中国市场的出口约束，受南非和墨西哥反倾销措施限制的美国产品很可能会转移到没有约束的中国市场，对中国市场的低价倾销行为很可能会进一步加剧；
- 9、 美国白羽肉鸡厂商熟悉中国市场，在华销售渠道仍较为健全，容易融入中国市场，随时可以加以发展和扩张。如果终止反倾销措施，美国厂商可迅速扩展中国业务，加大了对中国市场继续倾销的可能性。

鉴于上述情形，申请人认为，如果终止反倾销措施，原产于美国并向中国出口的白羽肉鸡产品的倾销有可能继续发生。

五、损害继续或再度发生的可能性

（一） 原审案件调查期间国内产业遭受损害的情况

1、原审调查期间被调查产品对中国的出口情况

根据原审案件最终裁定以及再调查案件裁定：调查期内（2006 年至 2009 年上半年），被调查产品进口数量呈持续增长趋势。2006 年、2007 年、2008 年和 2009 年上半年被调查产品进口数量分别为 39.69 万吨、52.02 万吨、58.43 万吨和 30.56 万吨。2007 年和 2008 年分别比上年增长了 31.06%和 12.34%，2009 年上半年比上年同期进一步增长了 6.54%。

调查期内，被调查产品进口数量所占中国同类产品总进口数量的比例总体呈上升趋势，并且处于较高水平。2006 年、2007 年、2008 年和 2009 年上半年分别为 68.64%、66.21%、73.09%和 89.24%。2007 年有所下滑，2008 年起开始反弹，2009 年上半年占据了国内主要进口市场。

调查期内，随着进口数量的持续增长，被调查产品所占国内市场份额也不断提高。2006 年、2007 年、2008 年和 2009 年上半年分别为 7.04%、8.42%、8.87%、10.96%。2009 年上半年的市场份额比 2006 年提高了 3.92 个百分点。

根据原审案件最终裁定和再调查案件裁定：2006 年、2007 年、2008 年和 2009 年上半年，被调查产品对华出口价格（CIF 价格）分别为 759.06 美元/吨、1152.17 美元/吨、1329.89 美元/吨和 1174.78 美元/吨。2007 年和 2008 年分别比上年提高了 51.79%和 15.43%，2009 年上半年比上年同期下降了 8.35%。

调查期内，被调查产品的人民币价格始终低于国内产业同类产品的平均销售价格，对国内产业同类产品造成了明显的价格削减，同时对国内产业同类产品的销售价格产生了抑制作用，导致国内产业同类产品盈利水平下降。

2、原审调查期间被调查产品大量低价进口对国内产业造成的影响

根据再调查案件裁定：“调查期内，为了满足国内市场需求的增长，2006-2008 年，国内产业同类产品产能、产量、销量均有所增长，市场份额、就业人数、人均工资、劳动生产率等指标有不同程度上升。但是，同期国内产业同类产品产能利用率始终处于较低水平，期末库存呈不断上升趋势。由于国内产业同类产品销售价格长期与销售成本倒挂，导致国内产业同类产品始终无法获得合理的利润空间，调查期内国内产业同类产品税前利润均为负值。尽管 2007 年国内产业同类产品一度减亏，但此后同类产品价格受到进一步的削减和抑制，致使

国内产业同类产品销售价格再次与销售成本倒挂，税前利润率和投资收益率均处于低水平。调查期内，同类产品的经营活动现金净流量呈较大波动，也影响到国内产业投融资活动。2009年上半年，国内产业各项经济指标继续恶化。在国内市场需求持续增长的情况下，国内产业同类产品产能利用率下滑至66%，同类产品产量、销量、市场份额、销售收入、就业人数等经济指标也出现了不同程度的下降。国内产业同类产品的销售价格继续与成本倒挂，亏损加剧，2009年上半年亏损额接近2008年全年亏损额。因此调查机关认定，国内产业受到了实质损害”。

根据再调查案件裁定：“通过对整个调查期间相关情况的分析，被调查产品的进口变化与国内产业的生产经营状况存在明显的关联性：在国内市场需求持续增长的情况下，一方面是被调查产品进口数量持续增长，另一方面则是国内产业产能的无法有效利用以及库存的持续增长。

调查期内，被调查产品进口数量的增长是以低价销售而获得的。这种低价销售行为对国内产业同类产品的销售价格产生了价格削减，进而对国内产业同类产品的价格造成了严重的价格抑制，导致国内产业同类产品无法获得应有的利润空间，出现大幅亏损，并呈恶化趋势。

2009年上半年，被调查产品与国内同类产品的这种关联性更加明显。国内产业同类产品的产量、销量与被调查产品的进口数量呈反向变动关系，国内产业同类产品的市场份额与被调查产品的市场份额呈反向变动关系，国内产业同类产品的价格与被调查产品的价格呈同向变动关系，导致同类产品价格随之大幅下滑，并出现更为严重的亏损。

上述情况表明，被调查产品的进口数量和价格的变化对国内产业同类产品的经营状况和经济效益产生着直接的影响。

综上，调查机关认为，证据显示，调查期内，原产于美国的倾销进口产品的大量进口，致使国内白羽肉鸡遭受了实质损害，倾销进口产品与实质损害之间存在因果关系。”。

（二）反倾销措施实施期间中国产业的发展状况

1、反倾销措施实施期间申请调查产品的进口数量变化情况

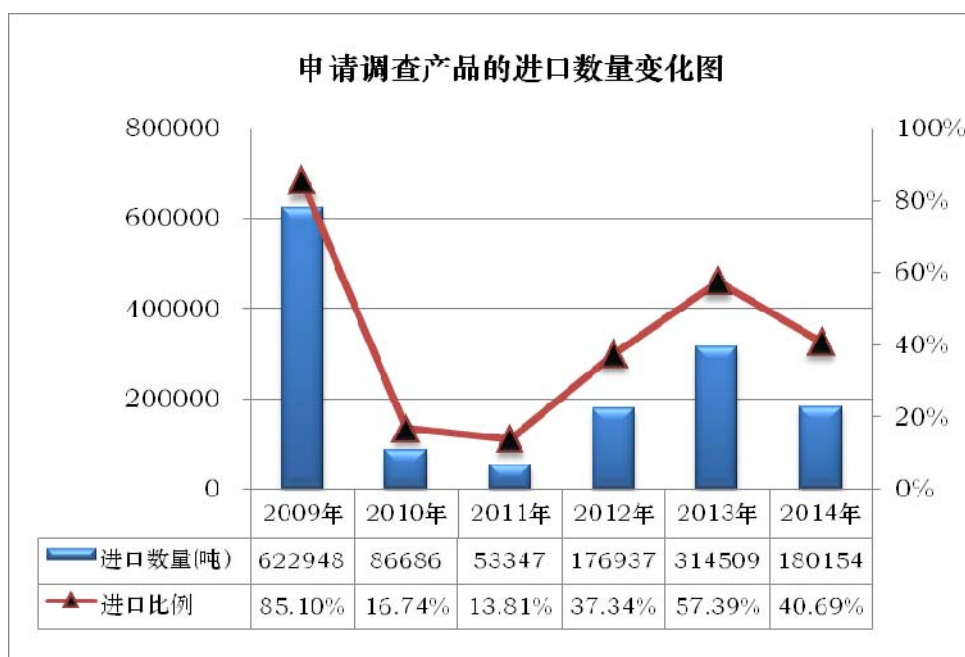
1.1 申请调查产品绝对进口数量变化情况

2009年至2014年申请调查产品的进口数量统计表

单位：吨

国别	期间 项目	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
中国总进口	进口数量	732,007	517,941	386,406	473,912	548,015	442,780
	变化幅度	-	-29.24%	-25.40%	22.65%	15.64%	-19.20%
其中：美国	进口数量	622,948	86,686	53,347	176,937	314,509	180,154
	变化幅度	-	-86.08%	-38.46%	231.67%	77.75%	-42.72%
美国所占比例		85.10%	16.74%	13.81%	37.34%	57.39%	40.69%

注：数据来源于“附件八：中华人民共和国海关总署肉鸡产品进出口数据统计”。



从上述图表可以看出：与反倾销措施实施前相比，美国申请调查产品的进口数量总体大幅减少。2009年至2014年，进口数量分别为62.29万吨、8.67万吨、5.33万吨、17.69万吨、31.45万吨以及18.02万吨。2010年比2009年减少86.08%，2011年比2010年进一步减少38.46%，2012年之后进口数量出现反弹，比2011年增长231.67%，2013年比2012年进一步增加77.75%，2014年进口数量再次减少，比2013年减少42.72%。总的来看，2014年进口数量比2009年大幅减少了71.08%

在所占中国总进口数量比例方面，与反倾销措施实施前相比，美国申请调查产品所占比例总体也呈大幅下降趋势。2009年至2014年的进口比例分别为85.10%、16.74%、13.81%、37.34%、57.39%和40.69%，2014年比2009年下降了44.41个百分点。

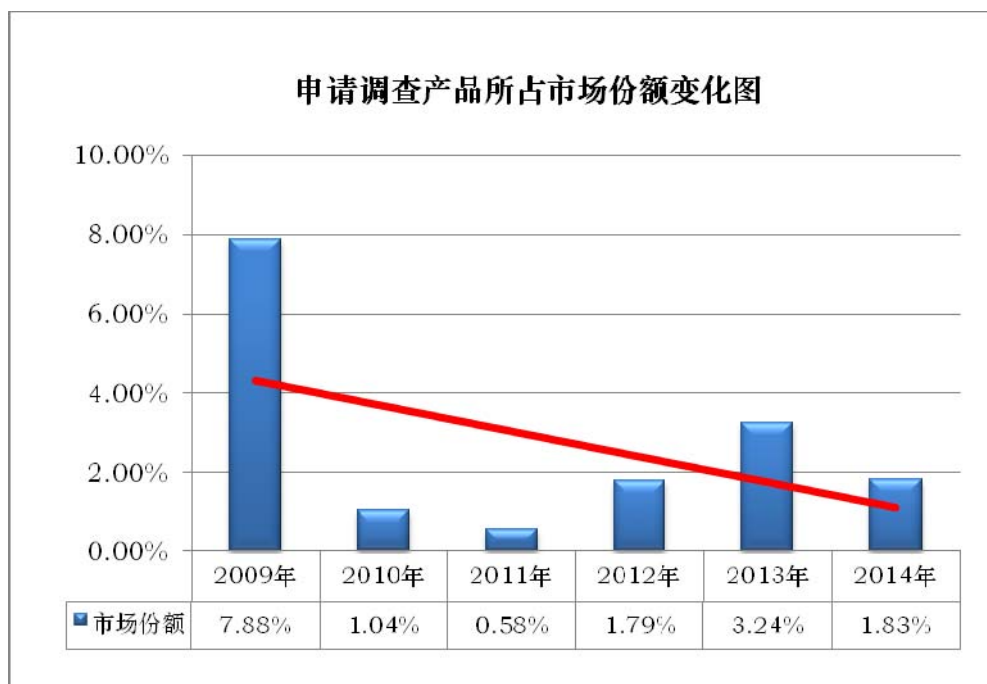
1.2 申请调查产品相对进口数量变化情况

2009年-2014年申请调查产品进口量所占中国市场份额的变化情况

数量单位：吨

期间	中国表观消费量	美国进口数量	市场份额	变化情况
2009年	7,910,365	622,948	7.88%	-
2010年	8,333,242	86,686	1.04%	下降 6.83 个百分点
2011年	9,158,163	53,347	0.58%	下降 0.46 个百分点
2012年	9,866,637	176,937	1.79%	提高 1.21 个百分点
2013年	9,694,922	314,509	3.24%	提高 1.45 个百分点
2014年	9,867,888	180,154	1.83%	下降 1.42 个百分点

注：市场份额=美国进口数量/中国表观消费量。



从以上图表可以看出：与反倾销措施实施前相比，受进口数量大幅减少的影响，美国申请调查产品所占中国市场份额总体也呈下降趋势。2009年至2014年，市场份额分别为7.88%、1.04%、0.58%、1.79%、3.24%和1.83%。2014年市场份额比2009年下降了6.05个百分点。

2、反倾销措施实施期间申请调查产品的进口价格变化情况

2.1 申请调查产品的进口价格变化情况

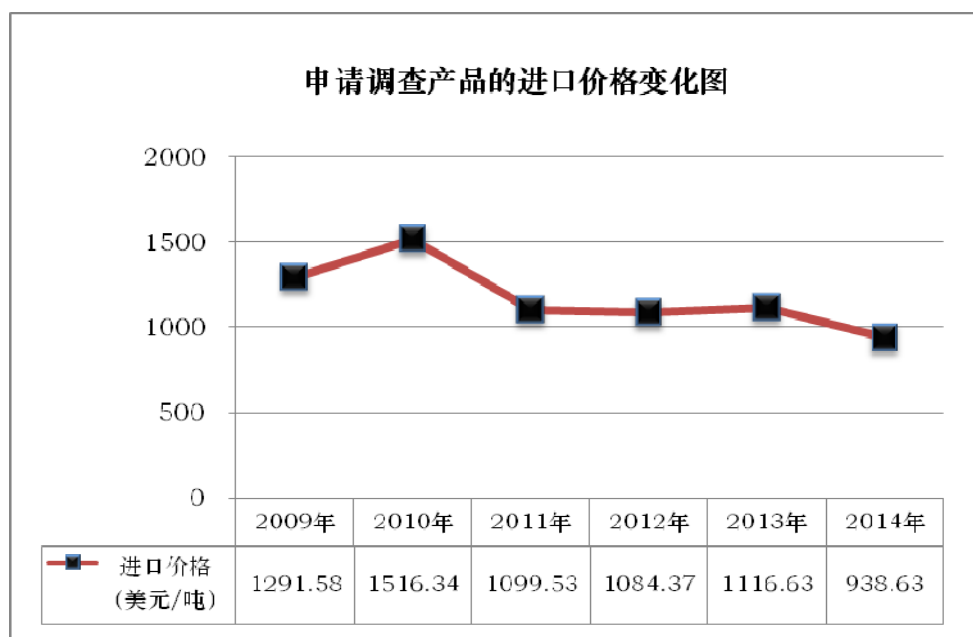
申请调查产品进口价格变化情况

价格单位：美元/吨

期间 项目	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年
进口价格	1291.58	1516.34	1099.53	1084.37	1116.63	938.63
变化幅度	-	17.40%	-27.49%	-1.38%	2.97%	-15.94%

注：（1）数据来源请参见“附件八：中华人民共和国海关总署肉鸡产品进出口数据统计”；

（2）进口价格=进口金额/进口数量。



从上述图表可以看出：与反倾销措施实施前一年相比，美国申请调查产品的进口价格总体呈下降趋势。2009年至2014年，进口价格分别为1291.58美元/吨、1516.34美元/吨、1099.53美元/吨、1084.37美元/吨、1116.63美元/吨和938.63美元/吨。2014年进口价格比2009年下降了27.33%。

2.2 申请调查产品的进口价格对国内同类产品价格的影响情况

（1）申请调查产品和国内产业同类产品的市场竞争分析

申请人认为，申请调查产品和国内产业同类产品在中国市场上存在直接竞争关系，主要表现在：

第一、申请调查产品和国内产业同类产品在种鸡品种、感官项目、产品质量等方面不存在实质性差异，产品之间可以互相替代。

第二、申请调查产品和国内产业同类产品的销售渠道和销售范围基本相同，主要通过直销或分销形式在国内市场上进行销售。

第三、申请调查产品和国内产业同类产品同时在中国市场上销售竞争，并且部分群体客户完全重合，如中国百胜、麦当劳等快餐企业，这些客户既采购和使用申请调查产品，也同时购买和使用国内企业生产的白羽肉鸡产品。

中国白羽肉鸡市场是一个透明且充分竞争的市场，申请调查产品与国内产业生产的白羽肉鸡产品同时在中国市场上进行销售竞争。鉴于二者产品属于同类产品，存在直接的竞争和替代关系，因此产品的价格对下游用户的采购决定具有重大影响。

(2) 申请调查产品进口价格与国内产业同类产品销售价格的比较

表 1：美国申请调查产品和国内产业同类产品的平均价格对比表

价格单位：美元/吨；元/吨

期 间	申请调查产品销售价格			国内产业同类产品	
	美元价格	人民币含税价格	人民币含税价格	申请人	主要生产企业
	不考虑双反税率		考虑双反税率	统计价格	销售价格
2010 年	1516.34	10827.63	17843.94	9500	9473.27
2011 年	1099.53	8006.21	13194.24	11500	11204.46
2012 年	1084.37	7850.85	12938.20	10000	9918.94
2013 年	1116.63	8091.80	13335.29	9500	9705.17
2014 年	938.63	7159.51	11798.87	9900	9942.99

注：（1）美元进口价格数据来源于“附件八：中华人民共和国海关总署肉鸡产品进出口数据统计”；

（2）从价计征关税的税则号的完税人民币进口金额 = 进口美元价格×（1+进口关税税率）×美元兑人民币汇率 × 进口数量；

（3）从量计征关税的税则号的完税人民币进口金额 = 进口数量×每吨计征税额 + 进口美元金额 × 美元兑人民币汇率；

（4）汇率来源于中国人民银行，具体请参见“附件十九：美元兑人民币汇率表”；

（5）申请调查产品含反倾销和反补贴税的人民币价格按照应诉企业的平均税率（反倾销税率 60.7% 和反补贴税率 4.1%）进行计算；

（6）国内产业同类产品的申请人统计价格请参见“附件三：白羽肉鸡生产企业会员单位的生产经营情况说明”，主要生产企业的销售价格请参见“附件二十：申请人会员单位财务数据和报表”。

从上述表格 1 数据可以看出，在双反措施的有效制约下，美国申请调查产品的平均进口价格始终高于国内产业同类产品的销售价格。与原审调查期相比，国内产业同类产品受到的价格削减明显得到改善。

表 2：美国申请调查产品和国内产业同类产品的平均价格对比表 - 鸡爪

价格单位：美元/吨；元/吨

期 间	申请调查产品			国内同类产品
	美元价格	人民币含税价格	人民币含税价格	主要生产企业
	不考虑双反税率		考虑双反税率	销售价格
2010 年	1825.87	12861.95	21196.49	14240.16
2011 年	1255.06	8165.90	13457.40	13687.61
2012 年	1132.26	8165.90	13457.40	13560.38
2013 年	1162.73	8372.16	13797.33	13582.53
2014 年	990.84	7708.43	12703.49	13020.53

注：（1）鸡爪海关税则号为 02071422，美元价格换算成人民币价格方法同上；

(2) 主要生产企业的销售价格请参见“附件二十：申请人会员单位财务数据和报表”。

表 3：美国申请调查产品和国内产业同类产品的平均价格对比表 - 鸡腿

价格单位：美元/吨；元/吨

期 间	申请调查产品销售价格			国内同类产品
	美元价格	人民币含税价格	人民币含税价格	主要生产企业 销售价格
	不考虑双反税率		考虑双反税率	
2010 年	1146.64	8363.25	13782.63	11781.75
2011 年	1395.63	10211.73	16828.93	14405.68
2012 年	1419.66	10211.73	16828.93	12902.76
2013 年	1200.90	8730.62	14388.06	12233.98
2014 年	1035.71	7612.20	12544.91	12682.89

注：（1）鸡腿海关税则号为 02071411，美元价格换算成人民币价格方法同上；

（2）主要生产企业的销售价格请参见“附件二十：申请人会员单位财务数据和报表”。

表 4：美国申请调查产品和国内产业同类产品的平均价格对比表 - 鸡肫

价格单位：美元/吨；元/吨

期 间	申请调查产品销售价格			国内同类产品
	美元价格	人民币含税价格	人民币含税价格	主要生产企业 销售价格
	不考虑双反税率		考虑双反税率	
2010 年	1231.83	9640.04	15886.79	15339.69
2011 年	1018.23	8193.85	13503.47	18907.57
2012 年	1048.68	8400.00	13843.20	15681.71
2013 年	988.20	7990.52	13168.38	16511.05
2014 年	917.70	7513.20	12381.75	18943.72

注：（1）鸡肫海关税则号为 05040021，美元价格换算成人民币价格方法同上；

（2）主要生产企业的销售价格请参见“附件二十：申请人会员单位财务数据和报表”。

表 5：美国申请调查产品和国内产业同类产品的平均价格对比表 - 其他鸡杂碎

价格单位：美元/吨；元/吨

期 间	申请调查产品销售价格			国内同类产品
	美元价格	人民币含税价格	人民币含税价格	主要生产企业 销售价格
	不考虑双反税率		考虑双反税率	
2010 年	1290.24	9235.49	15220.08	6180.50
2011 年	738.82	5502.10	9067.47	7522.95
2012 年	872.71	6408.60	10561.37	6066.68
2013 年	896.09	6566.94	10822.32	5582.05
2014 年	740.64	5514.47	9087.84	6027.98

注：（1）鸡肫海关税则号为 02071429，美元价格换算成人民币价格方法同上；

（2）主要生产企业的销售价格请参见“附件二十：申请人会员单位财务数据和报表”。

如果分不同规格产品进行价格比较，双反措施的总体效果也是比较明显的。在考虑反倾销税和反补贴税的情况下，美国鸡爪 2010 年的进口价格明显高于国内产业同类产品销售价格，2011 年至 2014 年尽管始终低于国内产业同类产品的销售价格但基本持平，美国鸡腿 2010 年至 2014 年的进口价格始终高于国内产业同类产品的销售价格，美国鸡肫 2010 年的进口价格高于国内产业同类产品的销售价格但 2011 年至 2014 年仍低于国内产业同类产品的销售价格，美国其他鸡杂碎产品 2010 年至 2014 年始终高于国内产业同类产品的销售价格。

基于上述价格分析，申请人认为，反倾销措施实施期间，尽管美国申请调查产品仍然通过低价或降价的方式进入中国市场，但反倾销措施的实施抬高了美国申请调查产品的进口价格，有效维护了市场竞争秩序，为国内产业的健康发展提供了保障。

3、反倾销措施实施期间国内同产业的发展状况

3.1 中国白羽肉鸡产业的整体状况

3.1.1 国内同类产品的表现消费量

中国同类产品的表现消费量变化情况

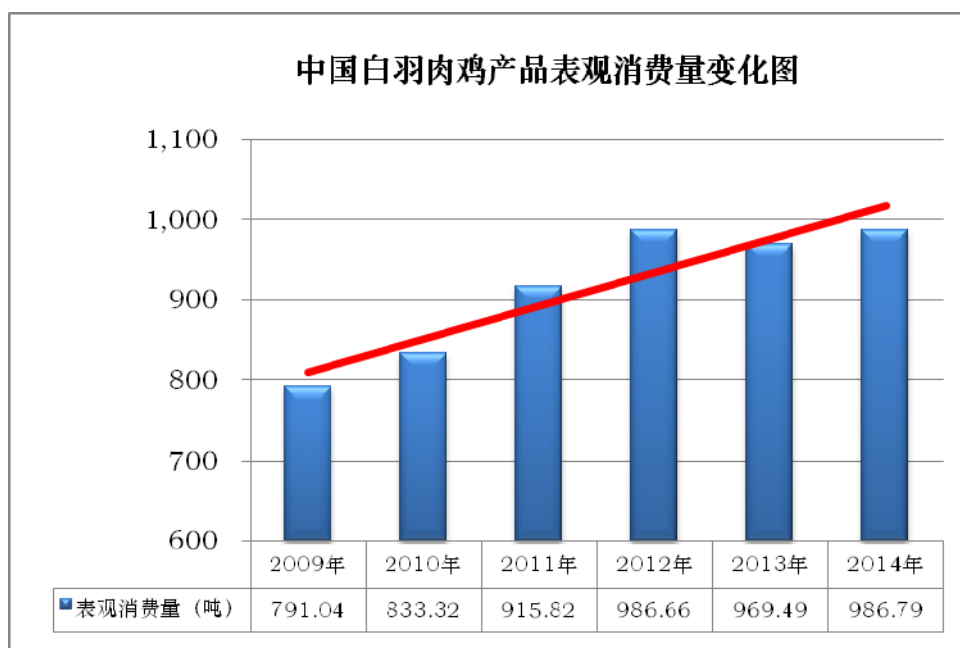
单位：吨

期间	中国总产量	中国总进口量	中国总出口量	中国表现消费量	变化幅度
2009 年	7,310,000	732,007	131,642	7,910,365	-
2010 年	7,980,000	517,941	164,698	8,333,242	5.35%
2011 年	8,940,000	386,406	168,243	9,158,163	9.90%
2012 年	9,540,000	473,912	147,275	9,866,637	7.74%
2013 年	9,300,000	548,015	153,093	9,694,922	-1.74%
2014 年	9,600,000	442,780	174,892	9,867,888	1.78%

注：（1）中国总产量数据请参见“附件六：关于我国白羽肉鸡市场情况的说明”；

（2）中国总进口量和总出口量请参见“附件八：中华人民共和国海关总署肉鸡产品进出口数据统计”；

（3）表现消费量 = 中国总产量 + 中国总进口量 - 中国总出口量。



近年来，中国白羽肉鸡产品的消费量总体呈增长趋势。一方面，白羽肉鸡产品属于高蛋白、低脂肪、低热量、低胆固醇的肉类产品，“一高三低”的营养特点使其成为健康食品而不断为大众所接受。另一方面，我国餐饮业（尤其是快餐业）飞速发展拉动了白羽肉鸡产品需求的增长，同时白羽肉鸡下游深加工产品（如熟食等）市场也在不断拓宽。

从上述图表可以看出，2009年至2014年中国白羽肉鸡产品的表观需求量分别为791.04万吨、833.32万吨、915.82万吨、986.66万吨、969.49万吨和986.79万吨。除2013年比2012年下降1.74%之外，其他年份均呈增长趋势，其中2010年比2009年增长5.35%，2011年比2010年增长9.90%，2012年比2011年增长7.74%，2014年比2013年增长1.78%。总的来看，中国白羽肉鸡产品的表观消费量2014年比2009年增长了24.75%。

3.1.2 国内产业商品代白羽肉鸡雏鸡的养殖情况

国内产业商品代白羽肉鸡雏鸡的产能、产量和产能利用率变化情况

单位：亿只

期 间	中国总产能	中国总产量	产能利用率
2010 年	48.18	42.25	87.69%
2011 年	49.58	46.00	92.78%
2012 年	58.35	49.32	84.52%
2013 年	57.27	47.77	83.41%
2014 年	52.36	47.94	91.56%

注：（1）数据来源请参见“附件四：关于我国白羽肉鸡市场情况的说明”；

（2）商品代白羽肉鸡雏鸡经周期饲养后将被屠宰成白羽肉鸡产品。

反倾销措施实施期间，为顺应市场需求的持续增长，国内产业不断扩建白羽肉鸡饲养基地，并大量从国外引进祖代种鸡进行繁殖。上表数据显示，白羽肉鸡商品代雏鸡的理论产能由 2010 年的 48.18 亿只提高到 2014 年的 52.36 亿只，实际产量由 2010 年的 42.25 亿只增至 2014 年的 47.94 亿只，产能实际利用率由 2009 年的 87.69%提高至 2014 年的 91.56%。

3.1.3 国内产业同类产品的产量情况

国内产业同类产品的产量变化情况

单位：吨

期间	总产量	变化幅度
2010 年	7,980,000	-
2011 年	8,940,000	12.03%
2012 年	9,540,000	6.71%
2013 年	9,300,000	-2.52%
2014 年	9,600,000	3.23%

注：数据来源请参见“附件四：关于我国白羽肉鸡市场情况的说明”。

反倾销措施实施期间，国内产业同类产品的产量总体呈增长趋势。2010 年至 2014 年的年产量分别为 798 万吨、894 万吨、954 万吨、930 万吨和 960 万吨，2014 年比 2010 年增长了 20.30%。

3.1.4 国内产业同类产品的内销数量情况

国内产业同类产品的内销数量变化情况

单位：吨

期间	总内销数量	变化幅度
2010 年	7,840,000	-
2011 年	8,460,000	7.91%
2012 年	9,140,000	8.04%
2013 年	8,850,000	-3.17%
2014 年	9,230,000	4.29%

注：数据来源请参见“附件四：关于我国白羽肉鸡市场情况的说明”。

反倾销措施实施期间，国内产业同类产品的内销数量总体呈增长趋势。2010 年至 2014 年的内销数量分别为 784 万吨、846 万吨、914 万吨、885 万吨和 923 万吨，2014 年比 2010 年增长了 31.33%。

3.1.5 国内产业同类产品的市场份额情况

国内产业同类产品的市场份额变化情况

数量单位：吨

期 间	中国总出库量	中国总出口量	表观消费量	市场份额
2010 年	8090000	164698	8,333,242	95.10%
2011 年	8770000	168243	9,158,163	93.92%
2012 年	9480000	147275	9,866,637	94.59%
2013 年	9210000	153093	9,694,922	93.42%
2014 年	9650000	174892	9,867,888	96.02%

注：市场份额=（中国总出库量 - 中国总出口量） / 表观消费量。

反倾销措施实施期间，国内产业同类产品所占市场份额总体呈上升趋势，2010 年至 2014 年的市场份额分别为 95.10%、93.92%、94.59%、93.42%和 96.02%，2014 年比 2010 年提高了 0.92 个百分点。

3.1.6 国内产业同类产品的就业人数情况

国内产业同类产品的就业人数变化情况

单位：万人

期间	就业人数	变化幅度
2010 年	19.95	-
2011 年	22.35	12.03%
2012 年	23.85	6.71%
2013 年	23.25	-2.52%
2014 年	24.00	3.23%

注：数据来源请参见“附件四：关于我国白羽肉鸡市场情况的说明”。

反倾销措施实施期间，国内产业同类产品的就业人数总体呈增长趋势。2010 年至 2014 年的年的就业人数分别为 19.95 万人、22.35 万人、23.85 万人、23.25 万人和 24 万吨，2014 年比 2010 年增长了 20.30%。

3.1.7 小结

综合上述情况，申请人认为，反倾销措施实施期间，在国内市场表观消费量持续增长的拉动下，国内白羽肉鸡产业整体获得了一定程度的恢复和发展，同类产品的产量、内销数量、就业人数等指标均获得了不同程度的增长，供需也基本保持平衡。然而，下文相关部分所述，

反倾销措施实施期间，国内白羽肉鸡产业仍非常脆弱，容易受到倾销进口产品的冲击和影响。

3.2 申请人同类产品的相关经济指标分析

如前文所述，申请人是中国白羽肉鸡产业的行业组织，目前共有 44 家白羽肉鸡生产企业会员单位，所代表的白羽肉鸡产品合计产量占中国同类产品总产量的比例在 50%以上。根据《反倾销条例》的相关规定，申请人有权代表中国白羽肉鸡产业提起对原产于美国的进口白羽肉鸡产品所适用的反倾销措施进行期终复审调查申请，申请人会员单位的生产和财务数据可以代表国内产业的情况，并可作为认定国内白羽肉鸡产业经营状况的依据。

以下，在上述国内产业整体状况的基础上，本申请书对申请人会员单位在 2010 年至 2014 年同类产品的产量、产能利用率、销量、市场份额、期末库存、销售收入、生产成本、毛利率、就业人数、劳动生产率数据进行分析，以进一步说明国内白羽肉鸡产业在反倾销措施实施期间的发展状况。如无特殊说明，以下所提国内白羽肉鸡产业数据均指申请人所有会员单位的统计数据。

通过以下对申请人的相关指标数据进行分析可以看出，反倾销措施实施期间，尽管申请人同类产品获得了一定的恢复和发展，同类产品的产能、产量、销量、销售收入、就业人数和劳动生产率等指标均呈现不同程度的增长趋势，但 2012 年以来随着销售价格的大幅下降，申请人同类产品再度陷入亏损状态，几乎所有会员单位面临生存和发展的困境。具体分析和说明如下：

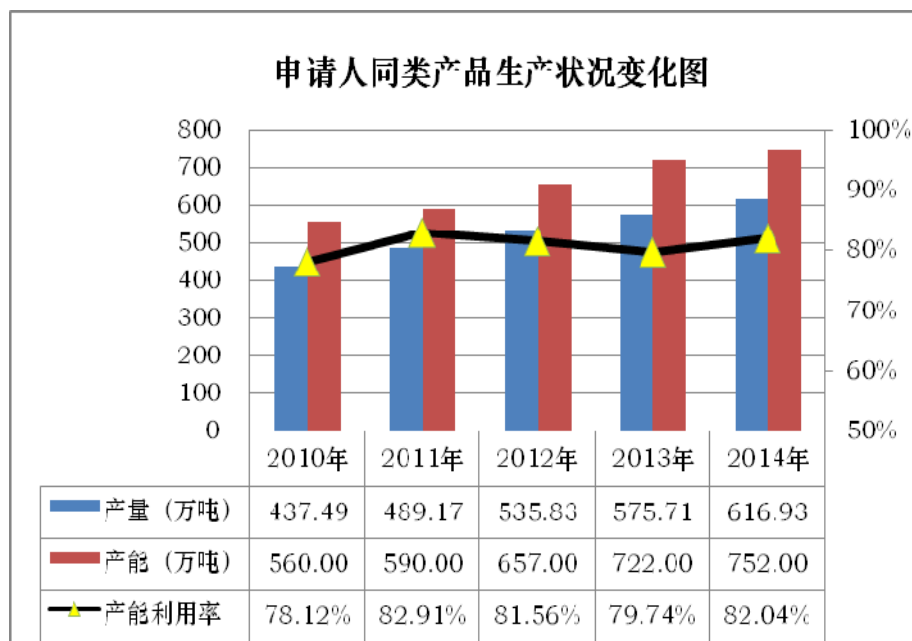
3.2.1 申请人同类产品的产能、产量和产能利用率变化情况

申请人同类产品的产能、产量和产能利用率变化情况

单位：万吨

期 间	产能	产量	产能利用率
2010 年	560.00	437.49	78.12%
2011 年	590.00	489.17	82.91%
2012 年	657.00	535.83	81.56%
2013 年	722.00	575.71	79.74%
2014 年	752.00	616.93	82.04%

注：数据来源请参见“附件三：白羽肉鸡生产企业会员单位的生产经营情况说明”。



反倾销措施实施期间，申请人同类产品的产能、产量均持续增长。其中：产能由 2010 年的 560 万吨提高到 2014 年的 752 万吨，2014 年比 2010 年增长 34.29%；产量由 2010 年的 437.49 万吨提高到 2014 年的 616.93 万吨，2014 年比 2010 年增长 41.02%。

同期，申请人同类产品的产能利用率总体也呈上升趋势，由 2010 年的 78.12% 升至 2014 年的 82.04%，2014 年比 2010 年提高了 3.92 个百分点。

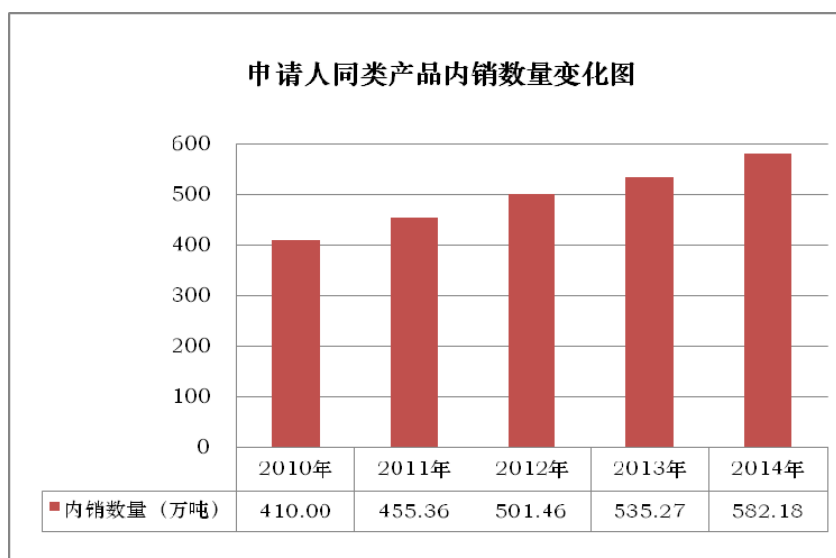
3.2.2 申请人同类产品的内销数量情况

申请人同类产品的内销数量变化情况

单位：万吨

期间	内销数量	变化幅度
2010 年	410.00	-
2011 年	455.36	11.06%
2012 年	501.46	10.12%
2013 年	535.27	6.74%
2014 年	582.18	8.76%

注：数据来源请参见“附件三：白羽肉鸡生产企业会员单位的生产经营情况说明”。



反倾销措施实施期间，申请人同类产品的内销数量总体呈增长趋势。2010年至2014年的年内销数量分别为410万吨、455.36万吨、501.46万吨、535.27万吨和582.18万吨，2014年比2010年增长了42.00%。

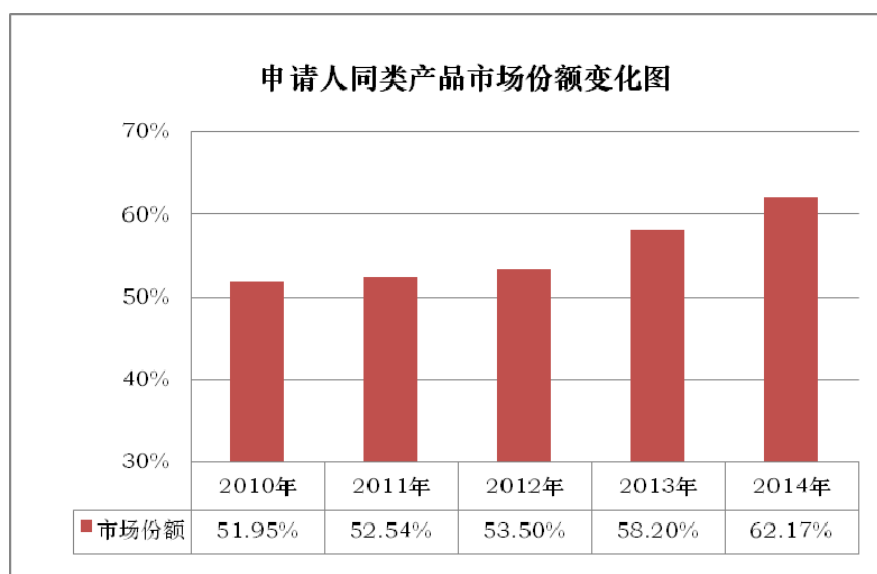
3.2.3 申请人同类产品的市场份额情况

申请人同类产品的市场份额变化情况

数量单位：万吨

期 间	内销数量	自用量	表观消费量	市场份额
2010 年	410.00	22.88	8,333,242	51.95%
2011 年	455.36	25.81	9,158,163	52.54%
2012 年	501.46	26.39	9,866,637	53.50%
2013 年	535.27	29.01	9,694,922	58.20%
2014 年	582.18	31.30	9,867,888	62.17%

注：（1）内销数量和自用量数据来源请参见“附件三：白羽肉鸡生产企业会员单位的生产经营情况说明”；
（2）市场份额=（内销数量 + 自用量）/ 表观消费量。



反倾销措施实施期间，申请人同类产品的市场份额总体呈上升趋势，由 2010 年的 51.95% 升至 2014 年的 62.17%，2014 年比 2010 年提高了 10.22 个百分点。

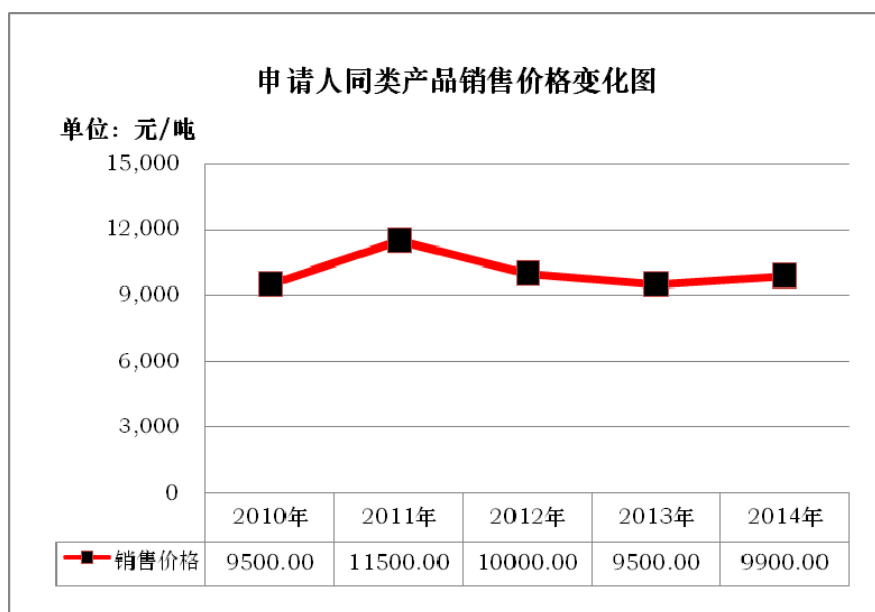
3.2.4 申请人同类产品的销售价格情况

申请人同类产品的国内销售价格变化情况

单位：元/吨

期间	国内销售价格	变化幅度
2010 年	9500.00	-
2011 年	11500.00	21.05%
2012 年	10000.00	-13.04%
2013 年	9500.00	-5.00%
2014 年	9900.00	4.21%

注：数据来源请参见“附件三：白羽肉鸡生产企业会员单位的生产经营情况说明”。



反倾销措施实施期间，申请人同类产品的国内销售价格先升后降。2010 年至 2014 年，申请人同类产品的平均销售价格分别为 9500 元/吨、11500 元/吨、10000 元/吨、9500 元/吨和 9900 元/吨，2011 年比 2010 年上涨 21.05%，2012 年比 2011 年下降 13.04%，2013 年比 2012 年进一步下降 5.00%，2014 年比 2013 年上涨 4.21%。2014 年比 2011 年，申请人同类产品的平均销售价格下降了 13.91%。

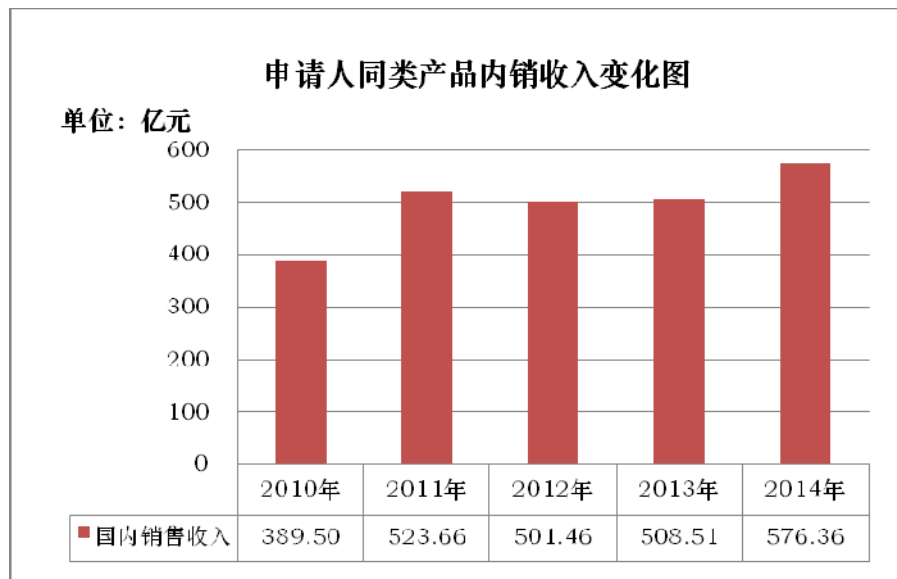
3.2.5 申请人同类产品的销售收入情况

申请人同类产品的国内销售收入变化情况

单位：亿元

期间	国内销售收入	变化幅度
2010 年	389.50	-
2011 年	523.66	21.05%
2012 年	501.46	-13.04%
2013 年	508.51	-5.00%
2014 年	576.36	4.21%

注：数据来源请参见“附件三：白羽肉鸡生产企业会员单位的生产经营情况说明”。



反倾销措施实施期间，受销售数量增长的影响，申请人同类产品的国内销售收入总体呈增长趋势，由 2010 年的 389.50 亿元增至 2014 年的 575.36 亿元，2014 年比 2010 年增长了 47.97%。

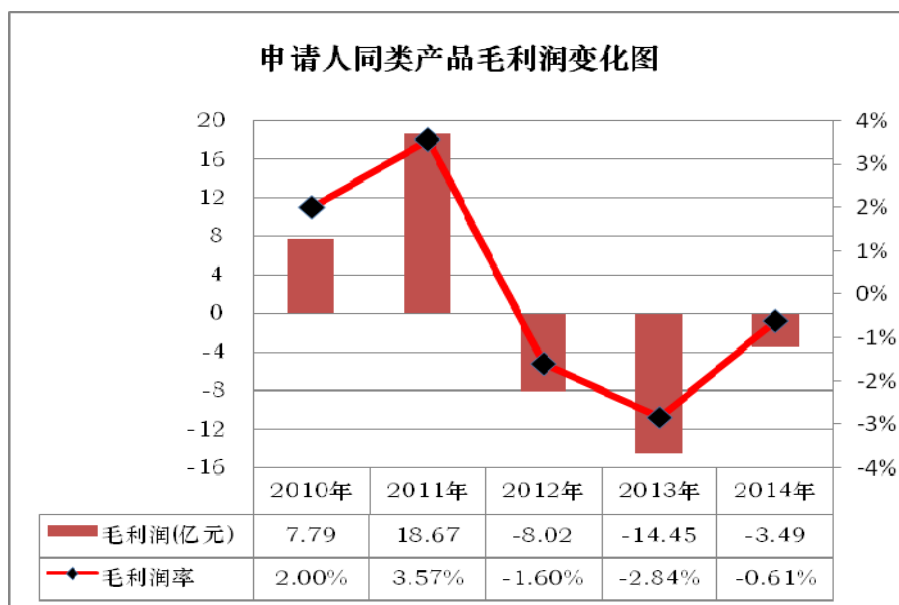
3.2.6 申请人同类产品的毛利润情况

申请人同类产品的毛利润变化情况

单位：亿元、%

期间	国内销售收入	国内生产成本	毛利润	毛利润率
2010 年	389.50	381.71	7.79	2.00%
2011 年	523.66	504.99	18.67	3.57%
2012 年	501.46	509.48	-8.02	-1.60%
2013 年	508.51	522.96	-14.45	-2.84%
2014 年	576.36	579.85	-3.49	-0.61%

注：数据来源请参见“附件三：白羽肉鸡生产企业会员单位的生产经营情况说明”。



申请人同类产品毛利润、毛利润率的变化趋势与销售价格的变化趋势完全一致，先增后减。2010年至2011年，在销售价格呈增长趋势的情况下，申请人同类产品成功扭亏为盈，毛利润由2010年的7.79亿元增至2011年的18.67亿元，毛利润率由2010年的2%提高至2011年的3.57%。2012年至2014年，在销售价格总体呈下降趋势的情况下，申请人同类产品再度连续亏损，年亏损额分别为8.02亿元、14.45亿元和3.49亿元，亏损率分别为1.60%、2.84%和0.61%。

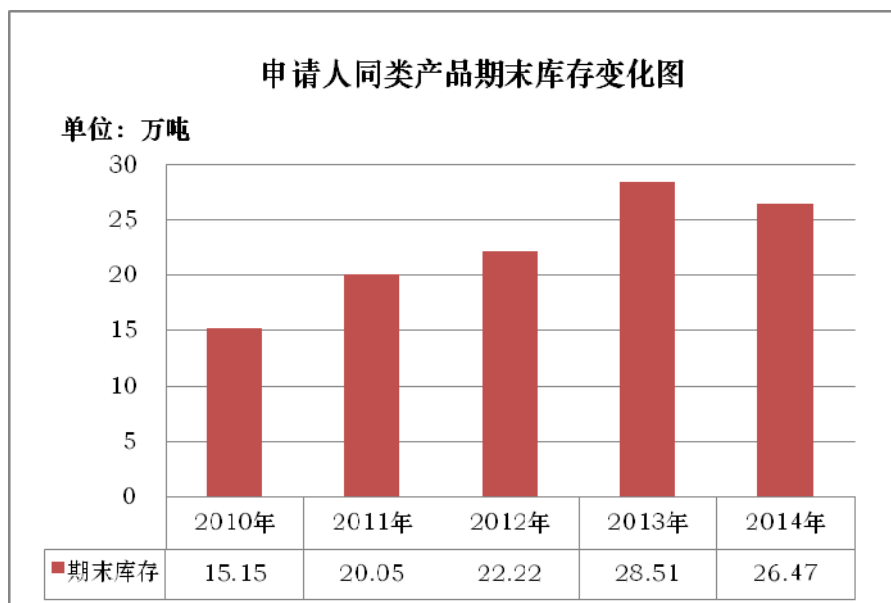
3.2.7 申请人同类产品的期末库存情况

申请人同类产品的期末库存变化情况

单位：万吨

期间	期末库存	变化幅度	期末库存占产量比重
2010年	15.15	-	3.46%
2011年	20.05	32.34%	4.10%
2012年	22.22	10.82%	4.15%
2013年	28.51	28.31%	4.95%
2014年	26.47	-7.16%	4.29%

注：数据来源请参见“附件三：白羽肉鸡生产企业会员单位的生产经营情况说明”。



在生产规模不断扩大的情况下，申请人同类产品的期末库存总体也呈增长趋势，由 2010 年的 15.15 万吨增至 2014 年的 26.47 万吨，2014 年比 2010 年增长了 74.72%。但是，与产量相比，申请人同类产品的期末库存率在 4% 左右，基本处于合理水平。

3.2.8 申请人同类产品的就业人数情况

国内产业同类产品的就业人数变化情况

单位：万人

期间	就业人数	变化幅度
2010 年	12.60	-
2011 年	13.60	7.94%
2012 年	14.10	3.68%
2013 年	14.80	4.96%
2014 年	14.90	0.68%

注：数据来源请参见“附件三：白羽肉鸡生产企业会员单位的生产经营情况说明”。

反倾销措施实施期间，在生产规模不断扩大的同时，国内产业同类产品的就业人数也呈增长趋势，由 2010 年的 12.60 万人扩至 2014 年的 14.9 万人，2014 年比 2010 年增长了 18.25%。

3.2.9 申请人同类产品的劳动生产率情况

国内产业同类产品的劳动生产率变化情况

单位：吨/人

期间	劳动生产率	变化幅度
2010 年	34.72	-
2011 年	35.97	3.59%
2012 年	38.00	5.65%
2013 年	38.90	2.36%
2014 年	41.40	6.44%

注：数据来源请参见“附件三：白羽肉鸡生产企业会员单位的生产经营情况说明”。

反倾销措施实施期间，申请人同类产品就业人员的劳动生产率水平明显提高，由 2010 年的 34.72 吨/人提高至 2014 年的 41.40 吨/人，2014 年比 2010 年提高了 19.25%。

3.2.10 小结

综合上述情况，申请人认为，反倾销措施实施期间，在国内市场表观消费量持续增长的拉动下，申请人所代表的国内产业获得了一定程度的恢复和发展，同类产品的产能、产量、产能利用率、内销数量、就业人数、劳动生产率等指标均获得了不同程度的增长。然而，在销售价格自 2012 年以来呈下降趋势的不利影响下，申请人同类产品连续 3 年严重亏损，国内生产企业已经面临生存和发展的危机。

3.3 国内主要生产企业的经济指标分析

为进一步评估和分析国内产业的经营状况，在国内产业整体状况以及申请人所代表的产业状况的基础上，申请人进一步整理了 17 家集团共 26 家白羽肉鸡生产企业的生产和财务数据，这 26 家企业分别是：山东民和牧业股份有限公司、山东凤祥股份有限公司、山东春雪食品有限公司、诸城外贸食品冷藏有限公司、诸城外贸食品销售公司、山东凤祥食品有限公司、河南大用（集团）实业有限公司、新希望六和股份有限公司、福建圣农发展股份有限公司、大成食品（亚洲）有限公司、北京华都肉鸡公司、河北滦平华都食品有限公司、山西大象农牧集团有限公司、汾西县朝阳食品有限责任公司、闻喜县象丰农牧科技有限公司以及孝义市大象农牧食品有限公司、山西粟海集团有限公司、青岛九联集团股份有限公司、河北荣达畜禽有限公司、河南陈州华英禽业有限公司、河南淮滨华英禽业有限公司、山东仙坛股份有限公司、中红三融集团有限公司、秦皇岛中红三融农牧有限公司、秦皇岛三融食品有限公司和临沂市太合食品有限公司。

基于以下方面的理由，申请人认为，这 17 家集团共 26 家白羽肉鸡生产企业具有很强的代表性，其生产和财务数据可以反映国内产业的发展状况。首先，这 26 家生产企业 2014 年的合计产量占申请人（协会）总产量的比例在 50%左右，占全国总产量的比例也超过 30%，占国内总产量的主要部分。其次，国内白羽肉鸡生产企业较为分散，生产企业数量多达上千

家，大部分企业生产规模较小，竞争力较弱，但是这 26 家生产企业均是国内生产规模较大并且产量排名靠前的企业，在全国以及当地市场也都具有一定的影响力。再次，这 26 家生产企业分布在国内各主产省市（包括山东、河北、四川、山西、河南、福建、北京等），大部分是当地龙头企业，对当地的经济增长、农村人口就业增长和农民收入增长发挥着重要作用。最后，这 26 家生产企业大部分是农业部关于肉鸡产业体系的重点监测对象，其生产和经营数据对于政府决策具有重要的参考意义。

以下，申请人对这 26 家主要生产企业过去五个完整年度（2010 年至 2014 年）同类产品的相关数据进行分析，以进一步说明中国白羽肉鸡产业在反倾销措施实施期间的发展状况。

3.3.1 国内主要生产企业同类产品产能、产量和开工率的变化

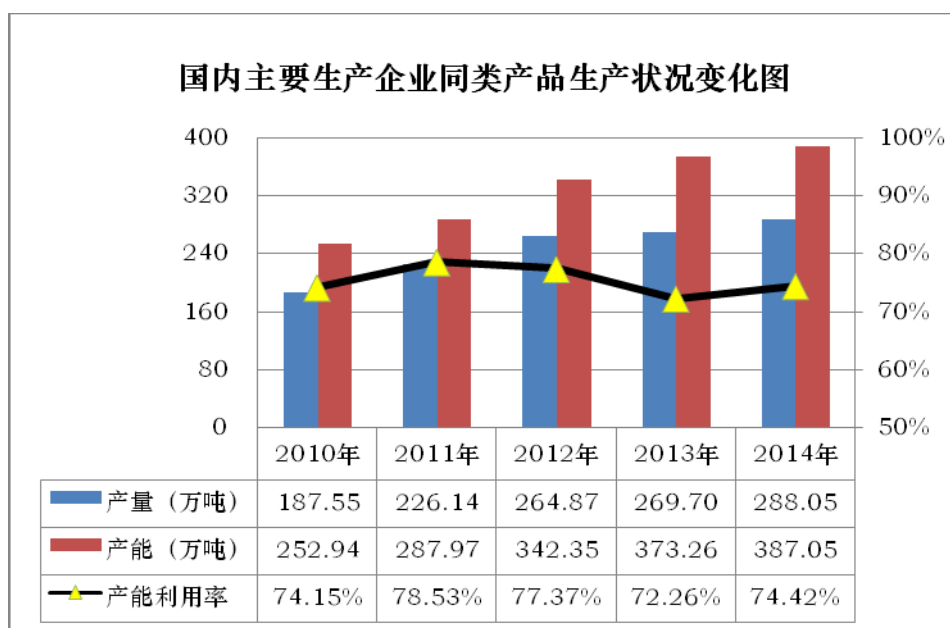
同类产品产能、产量和产能利用率变化情况

数量单位：吨

期间	产能	产能变化幅度	产量	产量变化幅度	产能利用率
2010 年	2,529,421	-	1,875,533	-	74.15%
2011 年	2,879,684	13.85%	2,261,364	20.57%	78.53%
2012 年	3,423,476	18.88%	2,648,682	17.13%	77.37%
2013 年	3,732,551	9.03%	2,697,041	1.83%	72.26%
2014 年	3,870,466	3.69%	2,880,510	6.80%	74.42%

注：（1）资料来源参见“附件二十：申请人会员单位财务数据和报表”；

（2）产能利用率 = 产量 / 产能。



反倾销措施实施期间，在市场需求量总体大幅增长的背景之下，国内主要生产企业增加投资，新建和扩建了生产装置，同类产品的产能和产量均呈现增长趋势。

2010 年至 2014 年，国内主要生产企业同类产品的产能分别为 252.94 万吨、287.97 万吨、342.35 万吨、373.26 万吨和 387.05 万吨。2011 年至 2014 年分别比上年增长 13.85%、18.88%、9.03%和 3.69%，2014 年比 2010 年增长 53.02%。

2010 年至 2014 年，国内主要生产企业同类产品的产量分别为 187.55 万吨、226.14 万吨、264.87 万吨、269.70 万吨和 288.05 万吨。2011 年至 2014 年分别比上年增长 20.57%、17.13%、1.83%和 6.80%，2014 年比 2010 年增长 53.58%。

2010 年至 2014 年，国内主要生产企业同类产品的产能利用率先升后降，分别为 74.15%、78.53%、77.37%、72.26%和 74.42%，2011 年比 2010 年提高 4.38 个百分点，2012 年比 2011 年下降 1.16 个百分点，2013 年比 2012 年下降 5.11 个百分点，2014 年比 2013 年提高 2.17 个百分点。

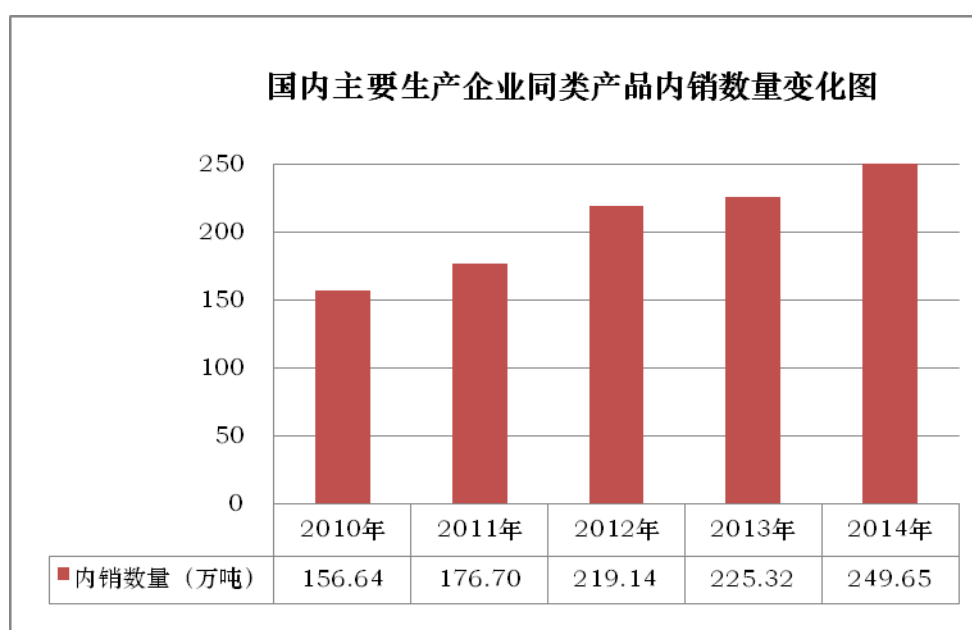
3.3.2 国内主要生产企业同类产品内销数量的变化

同类产品内销数量变化情况

单位：吨

期 间	内销销售数量	变化幅度
2010 年	1,566,378	-
2011 年	1,767,024	12.81%
2012 年	2,191,381	24.02%
2013 年	2,253,178	2.82%
2014 年	2,496,491	10.80%

注：资料来源参见“附件二十：申请人会员单位财务数据和报表”。



反倾销措施实施期间，在市场需求量总体大幅增长的背景之下，国内主要生产企业同类产品获得了更多的市场空间，内销数量呈增长趋势。

2010 年至 2014 年，国内主要生产企业同类产品的内销数量分别为 156.64 万吨、176.70 万吨、219.14 万吨、225.32 万吨和 249.65 万吨。2011 年至 2014 年分别比上年增长 12.81%、24.02%、2.82%和 10.80%，2014 年比 2010 年增长 59.38%。

3.3.3 国内主要生产企业同类产品市场份额的变化

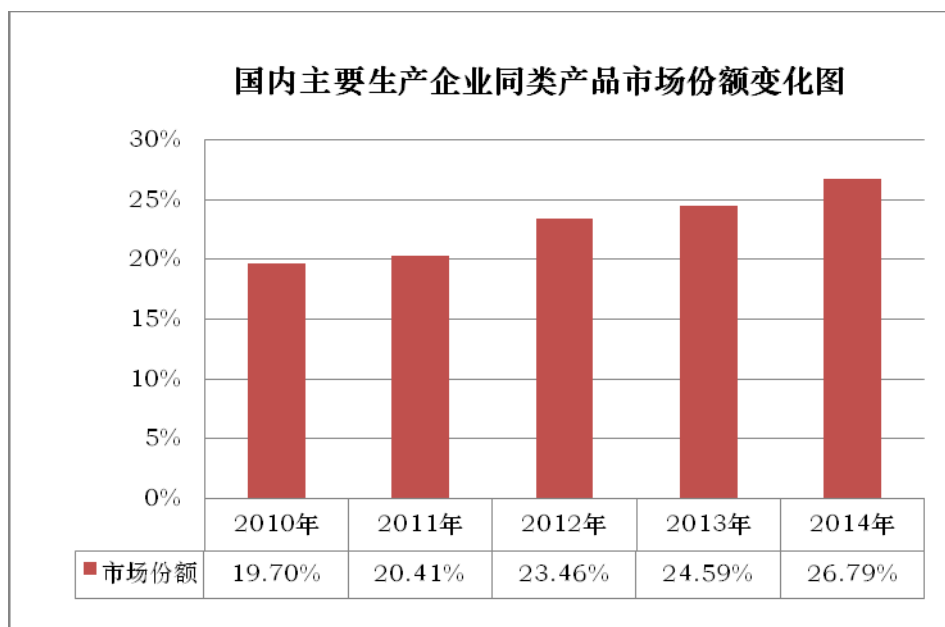
同类产品市场份额变化情况

单位：吨、%

期间	内销数量	自用量	中国表观消费量	市场份额
2010 年	1,566,378	75,316	8,333,242	19.70%
2011 年	1,767,024	102,087	9,158,163	20.41%
2012 年	2,191,381	123,174	9,866,637	23.46%
2013 年	2,253,178	130,343	9,694,922	24.59%
2014 年	2,496,491	147,477	9,867,888	26.79%

注：（1）资料来源参见“附件二十：申请人会员单位财务数据和报表”；

（2）市场份额 = （内销数量 + 自用量）/ 中国表观消费量。



反倾销措施实施期间，在市场需求量总体大幅增长的背景之下，国内主要生产企业同类产品获得了更多的市场空间，所占市场份额也呈增长趋势。

2010 年至 2014 年，国内主要生产企业同类产品的市场份额分别为 19.70%、20.41%、23.46%、24.59%和 26.79%，2011 年至 2014 年分别比上年提高 0.71 个百分点、3.05 个百分点、

1.13 个百分点和 2.21 个百分点，2014 年比 2010 年提高 7.09 个百分点。

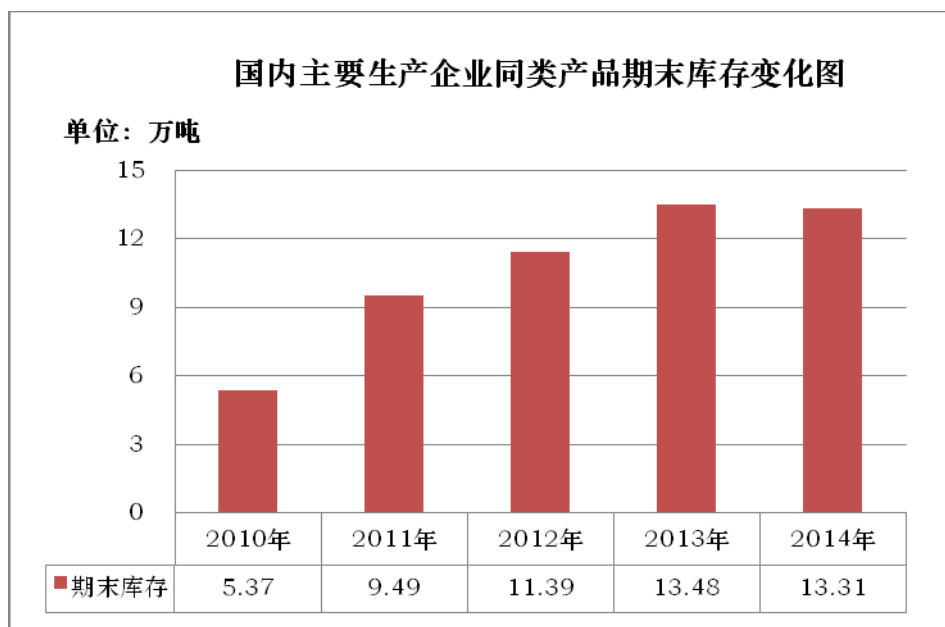
3.3.4 国内主要生产企业同类产品期末库存的变化

同类产品期末库存变化情况

单位：吨

期 间	期末库存	变化幅度
2010 年	53,654	-
2011 年	94,948	76.97%
2012 年	113,947	20.01%
2013 年	134,803	18.30%
2014 年	133,077	-1.28%

注：资料来源参见“附件二十：申请人会员单位财务数据和报表”。



反倾销措施实施期间，在产量不断增长的背景之下，国内主要生产企业同类产品的期末库存总体也在增长，但所占产量总体处于较低水平。

2010 年至 2014 年，国内主要生产企业同类产品的期末库存分别为 5.37 万吨、9.49 万吨、11.39 万吨、13.48 万吨和 13.31 万吨。2011 年至 2013 年分别比上年增长 76.97%、20.01%和 18.30%，2014 年比 2013 年下降 1.28%，2014 年比 2010 年增长 1.48 倍。但是，与产量相比，期末库存基本上控制在 5%以下的合理水平。

3.3.5 国内主要生产企业同类产品内销价格的变化

(1) 国内主要生产企业同类产品的绝对价格变化

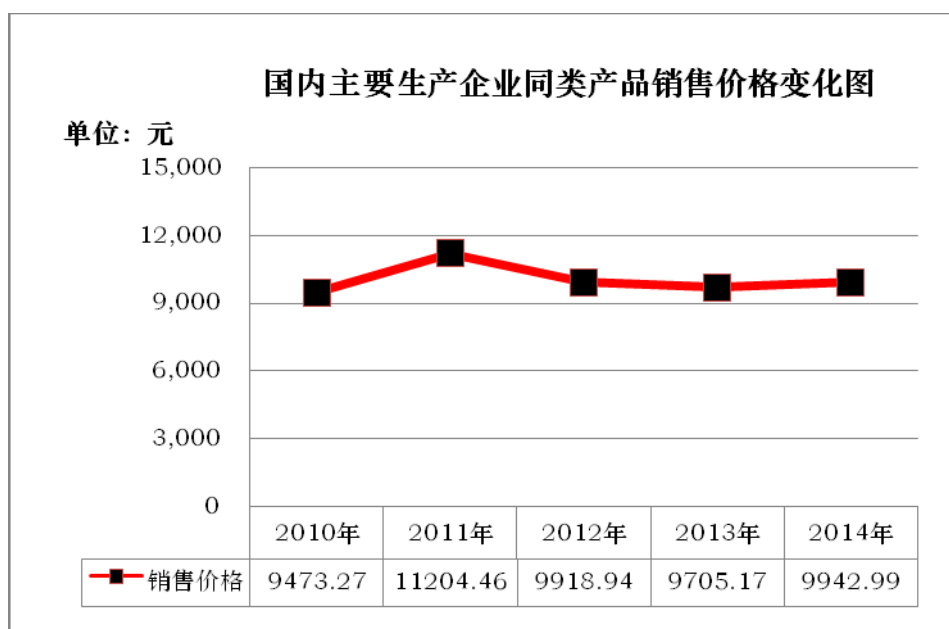
同类产品内销价格变化情况

单位：元/吨

期 间	销售价格	变化幅度
2010 年	9473.27	-
2011 年	11204.46	18.27%
2012 年	9918.94	-11.47%
2013 年	9705.17	-2.16%
2014 年	9942.99	2.45%

注：（1）资料来源参见“附件二十：申请人会员单位财务数据和报表”；

（2）内销价格=内销收入/内销数量。



反倾销措施实施期间，国内主要生产企业同类产品的内销价格总体呈上涨趋势，但 2012 年至 2014 年价格明显回落。

2010 年至 2014 年，国内主要生产企业同类产品的内销价格分别为 9473.27 元/吨、11204.46 元/吨、9918.94 元/吨、9705.17 元/吨和 9942.99 元/吨。2011 年比 2010 年上涨 18.27%，2012 年比 2011 年下降 11.47%，2013 年比 2012 年下降 2.16%，2014 年比 2013 年上涨 2.45%。2011 年的内销价格为过去五年的最高值，与之相比，内销价格至 2014 年已经下降了 11.26%。

(2) 国内主要生产企业同类产品的相对价格变化

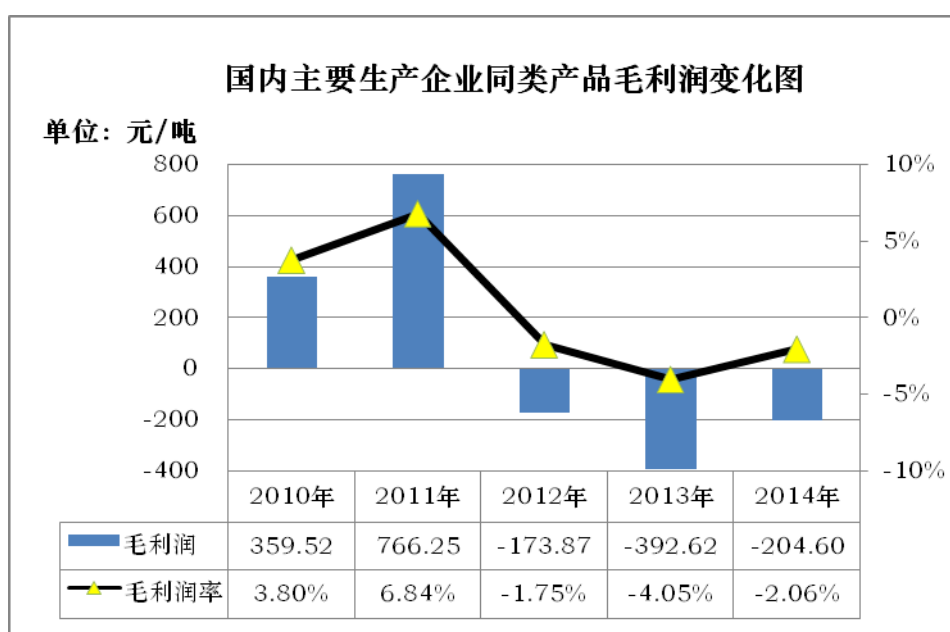
同类产品毛利润和毛利润率变化情况

单位：元/吨

期 间	销售价格	销售成本	单位毛利润	毛利润率
2010 年	9473.27	9113.75	359.52	3.80%
2011 年	11204.46	10438.21	766.25	6.84%
2012 年	9918.94	10092.81	-173.87	-1.75%
2013 年	9705.17	10097.79	-392.62	-4.05%
2014 年	9942.99	10147.59	-204.60	-2.06%

注：（1）资料来源参见“附件二十：申请人会员单位财务数据和报表”；

（2）单位毛利润=销售价格-单位销售成本；毛利润率=单位毛利润/销售价格。



反倾销措施实施期间，国内主要生产企业同类产品一度扭亏为盈，但 2012 年至 2014 年再度出现价格成本倒挂的现象。

2010 年至 2014 年，国内主要生产企业同类产品的单位毛利润分别为 359.52 元/吨、766.25 元/吨、-173.87 元/吨、-392.62 元/吨和-204.60 元/吨，与之对应的毛利润率分别为 3.80%、6.84%、-1.75%、-4.05%和-2.06%。

国内主要生产企业同类产品的毛利润、毛利润率变化趋势与内销价格的变化趋势完全一致，内销价格的高低决定了毛利润水平。2010 年至 2011 年，内销价格上涨，国内产业同类产品能够获得一定的盈利空间。2012 年至 2014 年，内销价格下降，国内产业同类产品价格成本倒挂，并导致国内产业连续 3 年大幅亏损，具体请参见下文分析和说明。

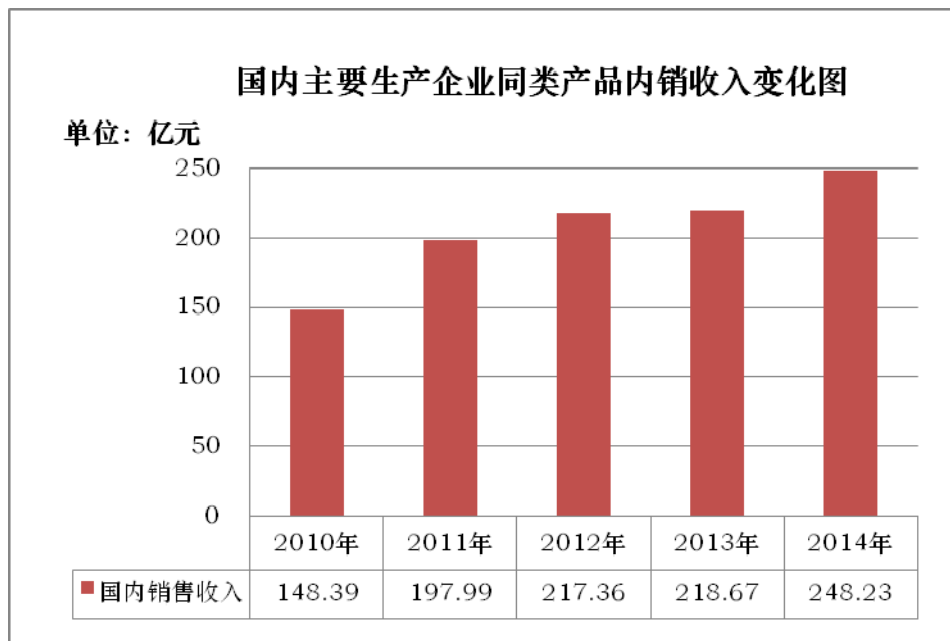
3.3.6 国内主要生产企业同类产品内销收入的变化

同类产品内销收入变化情况

单位：元

期 间	内销收入	变化幅度
2010 年	14,838,724,240	-
2011 年	19,798,545,940	33.42%
2012 年	21,736,169,242	9.79%
2013 年	21,867,475,464	0.60%
2014 年	24,822,577,188	13.51%

注：资料来源参见“附件二十：申请人会员单位财务数据和报表”。



反倾销措施实施期间，得益于内销数量的大幅增长，国内主要生产企业同类产品的内销收入总体也在大幅增长。

2010 年至 2014 年，国内主要生产企业同类产品的内销收入分别为 148.39 亿元、197.99 亿元、217.36 亿元、218.67 亿元和 248.23 亿元。2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年分别比上年增长 33.42%、9.79%、0.60%和 13.51%，2014 年比 2010 年大幅增长 59.38%。

3.3.7 国内主要生产企业同类产品税前利润的变化

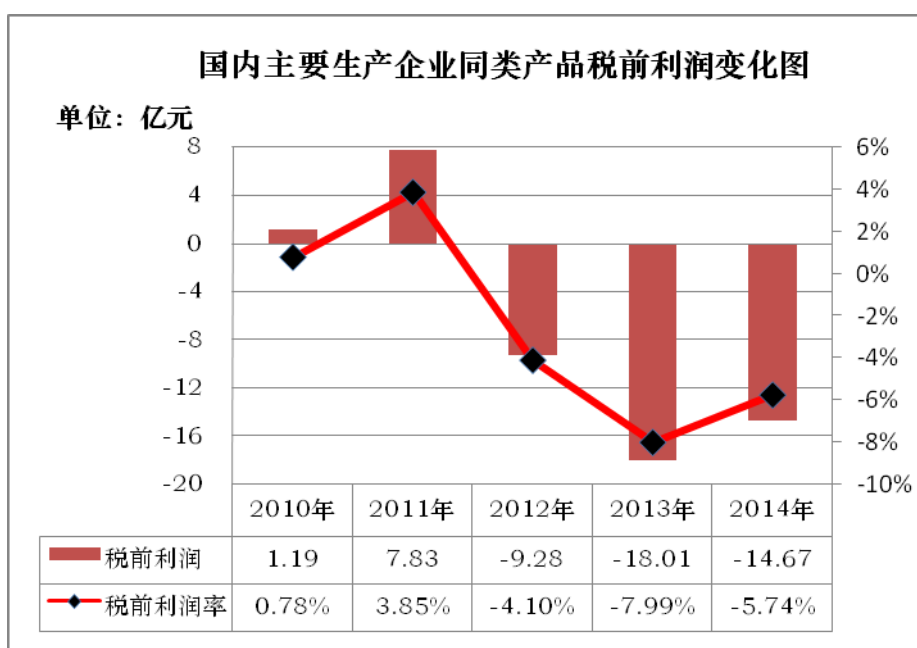
同类产品税前利润变化情况

单位：元

期 间	税前利润	变化幅度	税前利润率
2010 年	119,107,433	-	0.78%
2011 年	783,357,132	增盈 557.69%	3.85%
2012 年	-927,814,513	减少 218.44%	-4.10%
2013 年	-1,800,815,799	增亏 94.09%	-7.99%
2014 年	-1,467,071,196	减亏 18.53%	-5.74%

注：（1）资料来源参见“附件二十：申请人会员单位财务数据和报表”；

（2）税前利润率 = 税前利润 / 白羽肉鸡产品总销售收入。



反倾销措施实施期间，国内主要生产企业同类产品 2010 年和 2011 年一度扭亏为盈，但之后 3 年连续亏损。2010 年至 2014 年，国内主要生产企业同类产品的税前利润分别为 1.19 亿元、7.83 亿元、-9.28 亿元、-18.01 亿元和 -14.67 亿元，与之对应的税前利润率分别为 0.78%、3.85%、-4.10%、-7.99% 和 -5.74%。

税前利润的变化与内销价格的变化存在明显关联关系。2011 年比 2010 年，内销价格上涨 18.27%，税前利润增长 557.69%。2012 年比 2011 年，内销价格下降 11.47%，税前利润下降 218.44%，出现亏损。2013 年比 2012 年，内销价格进一步下降 2.16%，亏损进一步增加 94.09%。2014 年比 2013 年，内销价格反弹 2.45%，亏损减少 18.53%。

3.3.8 国内主要生产企业同类产品投资收益率的变化

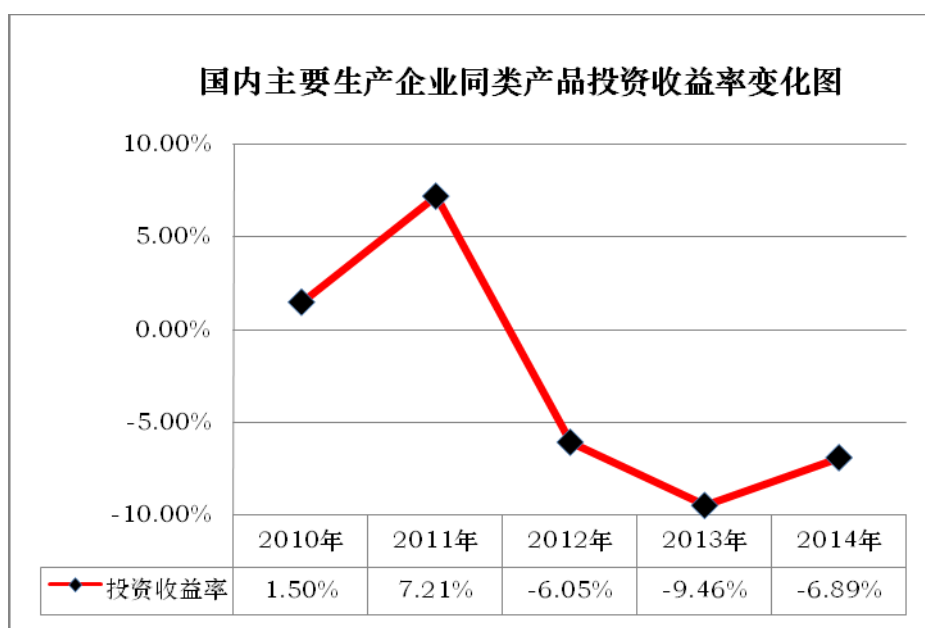
同类产品投资收益变化情况

单位：元

期 间	平均投资总额	税前利润	投资收益率
2010 年	7,946,837,511	119,107,433	1.50%
2011 年	10,857,773,622	783,357,132	7.21%
2012 年	15,334,000,333	-927,814,513	-6.05%
2013 年	19,033,234,041	-1,800,815,799	-9.46%
2014 年	21,309,438,720	-1,467,071,196	-6.89%

注：（1）资料来源参见“附件二十：申请人会员单位财务数据和报表”；

（2）投资收益率=税前利润/平均投资总额。



反倾销措施实施期间，由于新建和扩建产能，国内主要生产企业的投资总额明显呈增长趋势。但是，受税前利润变化的影响，国内产业同类产品的投资收益率总体先升后降。

2010年至2014年，国内主要生产企业同类产品的投资收益率分别为1.50%、7.21%、-6.05%、-9.46%和-6.89%。2011年比2010年提高5.72个百分点，2012年比2011年下降13.27个百分点，2013年比2012年下降3.41个百分点，2014年比2013年提高2.58个百分点。2012年至2014年，由于连续亏损，国内主要生产企业同类产品的投资收益率均为负值，无法有效收回投资。

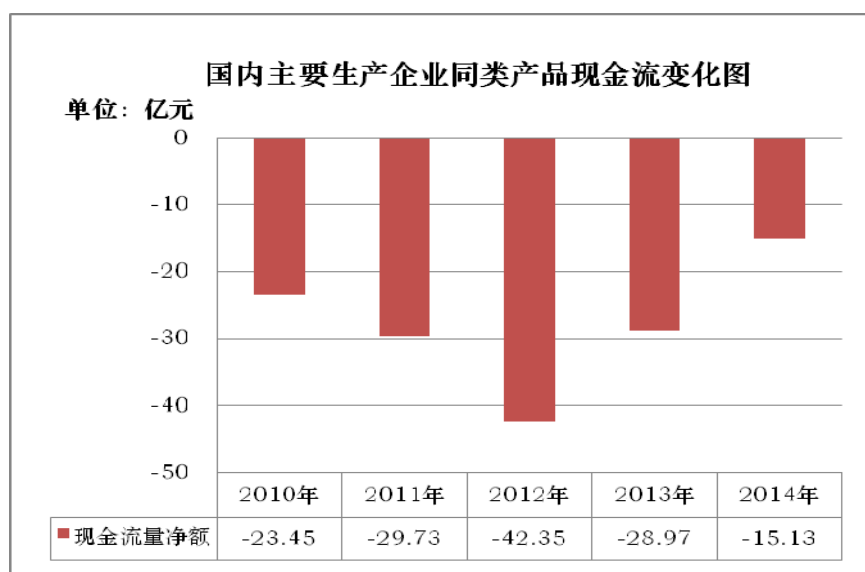
3.3.9 国内主要生产企业同类产品与经营活动有关的现金净流量的变化

同类产品应摊的现金净流量变化情况

单位：元

期 间	现金净流量	变化幅度
2010 年	-2,345,457,114	-
2011 年	-2,972,586,232	净流出增加 26.74%
2012 年	-4,234,683,569	净流出增加 42.46%
2013 年	-2,896,501,488	净流出减少 31.60%
2014 年	-1,512,834,321	净流出减少 47.77%

注：资料来源参见“附件二十：申请人会员单位财务数据和报表”。



反倾销措施实施期间，国内主要生产企业同类产品的现金流呈净流出。2010年至2014年，国内产业同类产品的现金流分别为-23.45亿元、-29.73亿元、-42.35亿元、-28.97亿元和-15.13亿元。2011年净流出比2010年增长26.74%，2012年净流出比2011年进一步增加42.46%，2013年净流出比2012年减少31.60%，2014年净流出比2013年进一步减少47.77%。与2011年相比，2014年净流出减少了49.11%。

3.3.10 国内主要生产企业同类产品工资和就业的变化

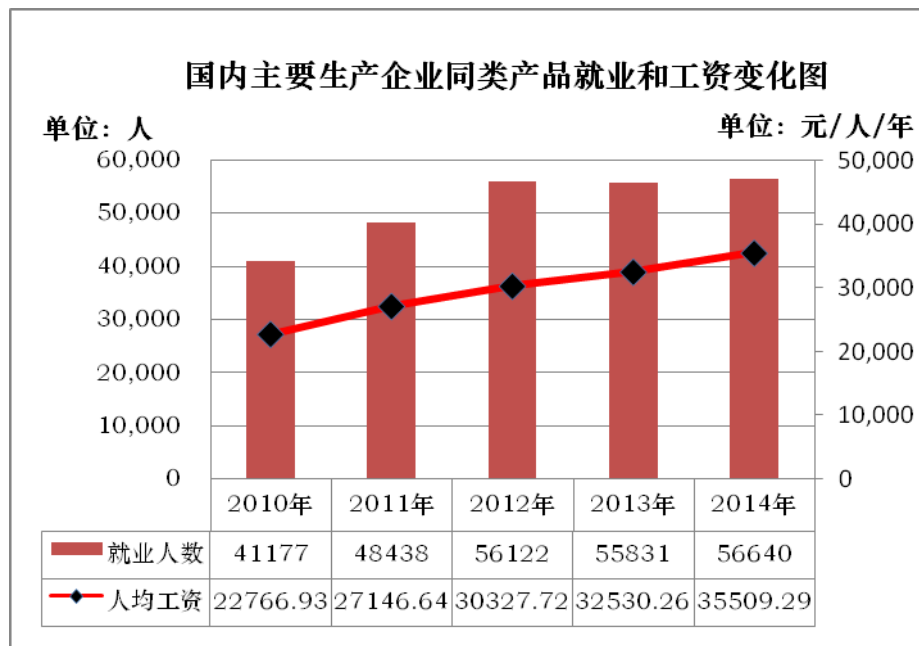
同类产品工资总额、就业人数和人均工资变化情况

单位：元、人、元/人

期间	工资总额	就业人数	就业人数 变化幅度	人均工资	人均工资 变化幅度
2010 年	937,475,701	41,177	-	22,766.93	-
2011 年	1,314,935,805	48,438	17.63%	27,146.64	19.24%
2012 年	1,702,044,474	56,122	15.86%	30,327.72	11.72%
2013 年	1,816,180,681	55,831	-0.52%	32,530.26	7.26%
2014 年	2,011,257,902	56,640	1.45%	35,509.29	9.16%

注：（1）资料来源参见“附件二十：申请人会员单位财务数据和报表”；

（2）人均工资 = 工资总额 / 就业人数。



反倾销措施实施期间，国内主要生产企业新建和扩建产能增加了就业机会。2010年至2014年，国内产业同类产品的就业人数分别为41117人、48438人、56122人、55831人和56640人，2014年比2010年增加了37.55%。同期，人均年平均工资也呈上涨趋势，分别为22766.93元/人、27146.64元/人、30327.72元/人、32530.26元/人和35509.29元/人，2014年比2010年上涨了55.97%。

3.3.11 国内主要生产企业同类产品劳动生产率的变化

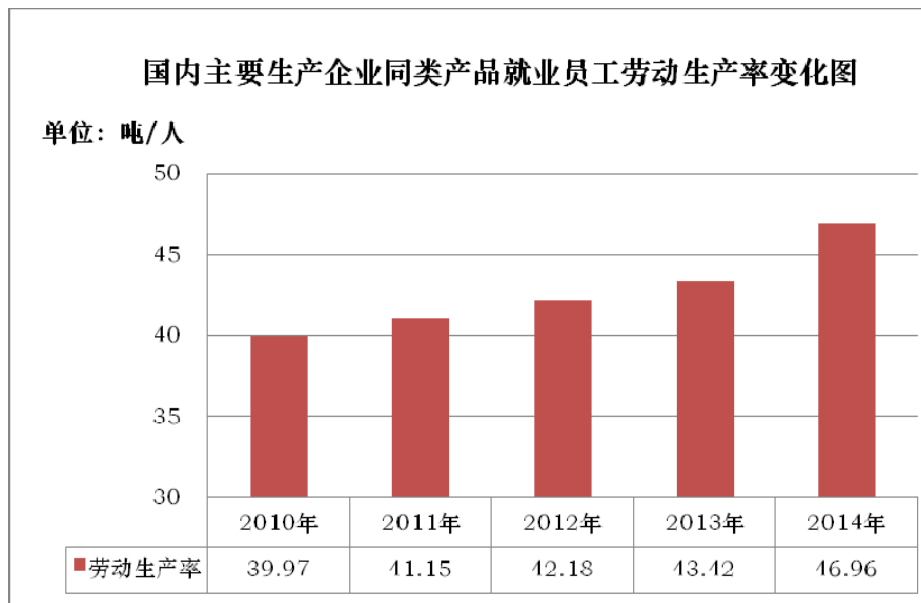
同类产品劳动生产率变化情况

单位：吨/人

期间	劳动生产率	劳动生产率变化幅度
2010 年	39.97	-
2011 年	41.15	2.96%
2012 年	42.18	2.50%
2013 年	43.42	2.94%
2014 年	46.96	8.15%

注：（1）资料来源参见“附件二十：申请人会员单位财务数据和报表”；

（2）劳动生产率 = 产量 / 就业人数。



反倾销措施实施期间，国内产业就业人员的劳动生产率明显提高。2010年至2014年的年平均劳动生产率分别为39.97吨/人、41.15吨/人、42.18吨/人、43.42吨/人和46.96吨/人，2014年比2010年提高了17.49%。

3.3.12 国内主要生产企业同类产品投融资能力的变化

同类产品投资总额变化情况

单位：元

期 间	平均投资总额	变化幅度
2010 年	7,946,837,511	-
2011 年	10,857,773,622	36.63%
2012 年	15,334,000,333	41.23%
2013 年	19,033,234,041	24.12%
2014 年	21,309,438,720	11.96%

注：资料来源参见“附件二十：申请人会员单位财务数据和报表”。

反倾销措施实施期间，国内主要生产企业投入大量的资金新建和扩建了生产线。2009年至2014年，国内主要生产企业同类产品的平均投资总额分别为79.47亿元、108.58亿元、153.34亿元、190.33亿元和213.09亿元，2014年比2010年增长了1.68倍。

4、反倾销措施实施期间，尽管国内白羽肉鸡产业得到一定的恢复和发展，但仍非常脆弱，容易受到进口产品的冲击和影响

4.1 反倾销措施实施期间，国内市场竞争秩序有所好转，国内产业获得了恢复性的发展

如上文相关部分所述，反倾销措施实施期间，受到反倾销措施的制约，美国申请调查产品对中国的出口绝对数量总体呈下降趋势，所占中国市场份额也呈下降趋势。尽管美国申请调查产品的进口价格总体呈下降趋势，但如果考虑反倾销税和反补贴税，美国申请调查产品的进口价格总体要高于国内产业同类产品的销售价格。

在相对公平竞争的市场环境下，国内白羽肉鸡产业获得了一定程度的恢复和发展。为顺应市场需求的稳定增长，国内产业增加投资，新建和扩建生产线，同类产品的产能和产量均获得较大幅度的增长，并获得了更多的市场空间，销量稳定增长，市场份额也逐年提高，期末库存也保持在合理水平。销售收入、现金流、就业人数、人均工资和劳动生产率等指标也呈不同程度的增长或提高。此外，在反倾销措施实施前两年（即 2010 年和 2011 年），销售价格的上涨提高了企业的利润空间，一度促使国内产业成功扭亏为盈。

4.2 国内产业仍然非常脆弱，容易受到进口产品的冲击和影响

反倾销措施实施期间，国内产业的多个经济指标有所好转，但是整个产业仍非常脆弱。主要表现在以下方面：

第一、在反倾销措施实施前，由于美国进口产品的冲击，国内产业连续多年大幅亏损，并呈恶化趋势，虽然 2010 年和 2011 年扭亏为盈并连续盈利，但税前利润率也处于极低水平，尚不能完全弥补之前受到的损害。

第二、自 2012 年以来，由于销售价格总体大幅下降并与成本倒挂，导致国内产业再度连续 3 年严重亏损，毛利润、税前利润、投资收益率等指标总体均呈下降趋势，刚有所恢复和发展的国内产业再度陷入困境。

第三、反倾销措施实施初期，顺应市场需求的增长，国内白羽肉鸡产业投入大量资金扩建和新建生产线，正处于发展的重要阶段，生产规模在不断扩大的同时，面临的市场竞争也更加激烈。而且，白羽肉鸡产业属于劳动密集型产业，整个产业较为分散，生产企业数量较多，抗风险能力相对较弱。在投入巨额资金无法得到有效回收的情况下，多数企业已经再度面临生存和发展的巨大危机。

在上述困难下，国内白羽肉鸡产业非常脆弱，容易受到倾销进口产品的冲击和影响，亟需良好的外部环境提供保障，以获得产业可持续发展的空间和时间。此时，如果终止反倾销措施，大量低价的进口产品势必涌入中国市场，国内产业将不足以抵挡进口产品的不公平竞争行为，并有可能受到进口产品的进一步冲击，并最终再度遭受到实质损害。

（三） 终止反倾销措施后申请调查产品可能的进口量

1、 中国同类产品的供需状况分析

1.1 国内需求量

近年来，中国白羽肉鸡产品的消费量总体呈增长趋势。一方面，白羽肉鸡产品属于高蛋白、低脂肪、低热量、低胆固醇的肉类产品，“一高三低”的营养特点使其成为健康食品而不断为大众所接受。另一方面，我国餐饮业（尤其是快餐业）飞速发展拉动了白羽肉鸡产品需求的增长，同时白羽肉鸡下游深加工产品（如熟食等）市场也在不断拓宽。

2009 年至 2014 年，中国白羽肉鸡产品的表观需求量分别为 791.04 万吨、833.32 万吨、915.82 万吨、986.49 万吨、969.49 万吨和 986.79 万吨。除 2013 年比 2012 年下降 1.74% 之外，其他年份均呈增长趋势，其中 2010 年比 2009 年增长 5.35%，2011 年比 2010 年增长 9.90%，2012 年比 2011 年增长 7.74%，2014 年比 2013 年增长 1.78%。总的来看，中国白羽肉鸡产品的表观消费量 2014 年比 2009 年增长了 24.75%。预计未来，中国白羽肉鸡产品的需求仍将稳定增长。

1.2 国内同类产品的供应量

反倾销措施实施期间，在相对公平竞争的市场环境下，为顺应市场需求的增长，国内白羽肉鸡产业投入大量资金，新建和扩建白羽肉鸡生产线，产量大幅增长，全国总产量由 2009 年的 731 万吨增至 2014 年的 960 万吨，2014 年比 2009 年增长了 31.33%，极大地提高了市场供应量，自给率由 2009 年的 92.41% 提高到 2014 年的 97.29%，市场供需已经基本平衡。

但是，如上文所述，中国白羽肉鸡产业非常脆弱，容易受到进口产品的冲击和影响。在这种背景下，如果终止反倾销措施，美国进口产品极有可能重新大量低价涌入中国市场，尤其是美国白羽肉鸡产品 2014 年过剩产量高达 418 万吨（其中过剩鸡爪及其他鸡杂碎约为 91 万吨），占中国白羽肉鸡总产量的比例高达 43.54%（其中鸡爪及其他鸡杂碎则是中国同类产品的 1.9 倍），大量进口将会破坏已经基本平衡的供需秩序，导致市场供过于求。

届时，已经面临生存和发展巨大压力的中国白羽肉鸡产业极有可能被迫减产和停产，进而造成国内同类产品供应量的减少。

2、 终止反倾销措施后申请调查产品数量大幅增加的可能性

初步证据表明，自 2009 年以来全球白羽肉鸡产品一直处于供过于求的状态，并且过剩产量呈增长趋势，由 2009 年的 371 万吨增至 2014 年的 510 万吨，2014 年比 2009 年增长了 37.47%。在全球前四大主要消费市场中，除中国之外，美国、巴西和欧盟消费市场严重供过于求。其中：（1）美国过剩产量由 2009 年的 383 万吨增至 2014 年的 418 万吨，2014 年过剩产量占其总产量的比例高达 22.93%；（2）巴西过剩产量由 2009 年的 380 万吨增至 2014 年的 422 万吨，

2014 年过剩产量占其总产量的比例高达 31.91%；（3）欧盟过剩产量由 2009 年的 51 万吨增至 2014 年的 96 万吨，2014 年过剩产量占其总产量的比例为 9.03%。由于美国、巴西和欧盟白羽肉鸡产品的市场成熟度非常高，市场需求不太可能会出现爆发式的增长，因此可以预见未来这三个主要消费市场白羽肉鸡产品供大于求的市场状况不会发生实质性的改变。

美国是全球最大的白羽肉鸡产品生产国家，产量由 2009 年的 1677 万吨增至 2014 年的 1821 万吨，2014 年产量占全球总产量的比例高达 21%。但是，产量与需求严重不匹配，导致市场严重供过于求。在这种情况下，美国白羽肉鸡产品须依赖出口的过剩产量由 2009 年的 382 万吨增至 2014 年的 418 万吨，占总产量的比例维持在 23%左右，处于较高水平。而且，在过剩产量中，鸡爪以及其他鸡杂碎过剩产量高达 91 万吨，占过剩产量的比例高达 22%，这些部位的产品在美国基本上没有市场，几乎完全过剩，必须依靠海外市场吸收消化。

事实上，美国白羽肉鸡产品也具有强大的出口能力。根据美国农业部的数据披露，美国出口量由 2009 年的 309 万吨增至 2014 年的 331 万吨，2014 年比 2010 年新增出口量 22 万吨，出口数量占产量的比重约为 18%，可见美国白羽肉鸡产品对海外市场的依赖程度处于较高水平。

中国是全球第二大白羽肉鸡消费市场，消费量由 2009 年的 791.04 万吨增至 2014 年的 986.69 万吨，增幅 24.75%，绝对量的增额高达 195.75 万吨，2014 年消费量占全球总消费量的比例为 12.09%。与美国市场相比，中国白羽肉鸡产品的市场成熟度还不是很高，潜力巨大，预计未来随着消费者对健康肉鸡产品营养价值的认识以及快餐业的飞速发展，中国白羽肉鸡产品的需求量还稳定增长。在全球市场已经严重供过于求尤其是主要消费市场无法吸收更多过剩产量的情况下，潜力巨大且需求稳定增长的中国市场无疑对美国厂商具有极大的吸引力，是美国厂商转移过剩白羽肉鸡产品的必争之地。而且，中国消费者尤其偏好鸡爪以及其他鸡杂碎等产品，中国市场对美国白羽肉鸡厂商的吸引力尤为突出和强烈，美国几乎完全过剩的鸡爪以及其他鸡杂碎大部分只能出口到中国市场，否则将会被废弃处理。

根据中国海关统计，在反倾销措施实施前的 2009 年，美国对中国出口数量一度高达 62.29 万吨，占其总出口量（美国农业部数据）的比例为 20.14%。虽然受反倾销措施的约束导致 2014 年进口数量减少至 18.02 万吨，占其总出口量的比例下降至 5.44%，但是相比 2011 年 5.33 万吨的最低值，美国进口数量已经反弹了 237.70%，所占总出口量的比例已经反弹了 3.76 个百分点。这充分说明，即使受反倾销措施的约束，美国厂商也不愿意放弃中国市场，并试图重新抢占中国市场份额。在这种情况下，如果终止反倾销措施，解除对美国产品的约束，美国进口数量极有可能进一步大量增加。

在上述期间，受中国反倾销措施的约束，美国厂商被迫调整出口策略，将对中国减少的部分出口量转移到其他国家（地区）。根据美国海关的统计数据，2009 年至 2014 年，美国白羽肉鸡产品对外出口总量并没有明显发生变化，2014 年 353 万吨的出口量仅仅比 2009 年增加了 2 万吨，但同期对中国出口量减少了 49 万吨，而对墨西哥、香港、安哥拉主要国家（地区）的出口增加了 66 万吨。另外，美国以低价寻求国外市场的需求非常强烈，2014 年美国向除中

国以外的其他国家（地区）低价出口白羽肉鸡产品数量合计高达 316.10 万吨，占同期其对第三国（地区）总出口量的 94.69%。而且，由于低价倾销行为，南非和墨西哥正在对美国相关鸡肉产品实施反倾销措施。

在这种情况下，如果终止反倾销措施，与其他国家（地区）相比，中国市场的竞争力将得到提高，美国厂商极有可能会重新调整出口策略，并以低价倾销的方式将对其他国家的出口再度转移到中国市场。而且，相对于中国企业，美国白羽肉鸡生产企业的成本优势非常明显，在农业补贴促使饲料原料极具价格优势的情况下，可以为其进一步低价出口提供保障，其对中国的出口数量极有可能会大幅增长。

最后，美国白羽肉鸡生产厂商熟悉中国市场，也更容易融入中国市场。在被采取反倾销措施的情况下，其对中国出口仍然保持一定的数量并在后期大幅反弹，说明其在中国市场的销售渠道仍保留较为健全。一旦终止反倾销措施，美国厂商可迅速扩展其对中国的出口业务，加大了对中国出口数量大量增长的可能性。

因此，申请人认为，如果终止反倾销措施，中国市场必将成为美国厂商继续转移过剩产能的重要市场，美国白羽肉鸡产品对中国的出口数量很可能大幅增加。

（三）终止反倾销措施后申请调查产品可能对中国同类产品价格的影响

1、申请调查产品价格趋势预测

与反倾销措施实施前一年相比，申请调查期内美国产品的进口价格总体呈下降趋势。在 2010 年比 2009 年上涨 17.40% 之后，进口价格总体大幅下滑，2014 年比 2010 年下降了 38.10%，2014 年的进口价格甚至已经低于反倾销措施实施前一年的价格水平，比 2009 年下降了 27.33%，倾销幅度加大。

结合进口数量的变化情况来看，反倾销措施实施初期，在进口价格总体呈增长趋势的情况下，美国申请调查产品的进口数量一度下降至 2011 年 5.33 万吨的极低水平，比 2009 年大幅减少了 91.44%。之后，随着进口价格的总体持续下降，美国申请调查产品的进口数量明显反弹，由 2011 年的 5.33 万吨反弹至 2014 年的 18.02 万吨，增长 237.70%，2013 年甚至一度反弹至 31.45 万吨。这些数据变化说明，美国申请调查产品不以低价或降价方式无法保持其在中国的市场份额。

而且，如上文所述，中国市场是美国白羽肉鸡厂商极为重要且不容放弃的市场，是美国厂商转移过剩产量的必争之地，尤其是大部分鸡爪以及其他鸡杂碎只能出口到中国市场。目前，在中国市场上，中国白羽肉鸡产业已经占据主导地位，产品精细化程度也远远高于美国进口产品。在产品规格、产品质量、下游用途、销售渠道无明显优势的情况下，价格因素将继续成为美国申请调查产品同中国白羽肉鸡产业争夺市场的唯一或主要手段，只有继续通过

低价或降价方式才能重新抢回和扩大在中国市场的份额。

综上所述，申请人认为，如果取消反倾销措施，美国申请调查产品的价格很可能会进一步下降并处于较低水平。

2、中国同类产品价格趋势预测

反倾销措施实施期间，国内产业同类产品的内销价格总体呈上涨趋势，但 2012 年至 2014 年价格明显下降。2010 年至 2014 年，国内产业同类产品的内销价格分别为 9683.99 元/吨、11383.55 元/吨、9994.37 元/吨、9889.51 元/吨和 10096.13 元/吨。2011 年比 2010 年上涨 17.55%，2012 年比 2011 年下降 12.20%，2013 年比 2012 年下降 1.05%，2014 年比 2013 年上涨 2.09%。2011 年的内销价格为过去五年的最高值，与之相比，内销价格至 2014 年已经下降了 11.31%。

如上文所述，中国白羽肉鸡产业目前的整体状况非常脆弱，尤其是在销售价格对产品经营效益具有决定作用的情况下，国内产业对任何可能不利影响销售价格的因素非常敏感，进口产品的价格就是其中之一。以下是美国申请调查产品和国内产业同类产品的价格比较：

表 1：美国申请调查产品和国内产业同类产品的平均价格对比表

价格单位：美元/吨；元/吨

期 间	申请调查产品销售价格			国内产业同类产品	
	美元价格	人民币含税价格	人民币含税价格	申请人 统计价格	主要生产企业 销售价格
	不考虑双反税率		考虑双反税率		
2010 年	1516.34	10827.63	17843.94	9500	9473.27
2011 年	1099.53	8006.21	13194.24	11500	11204.46
2012 年	1084.37	7850.85	12938.20	10000	9918.94
2013 年	1116.63	8091.80	13335.29	9500	9705.17
2014 年	938.63	7159.51	11798.87	9900	9942.99

表 2：美国申请调查产品和国内产业同类产品的平均价格对比表 - 鸡爪

价格单位：美元/吨；元/吨

期 间	申请调查产品			国内同类产品
	美元价格	人民币含税价格	人民币含税价格	主要生产企业 销售价格
	不考虑双反税率		考虑双反税率	
2010 年	1825.87	12861.95	21196.49	14240.16
2011 年	1255.06	8165.90	13457.40	13687.61
2012 年	1132.26	8165.90	13457.40	13560.38
2013 年	1162.73	8372.16	13797.33	13582.53
2014 年	990.84	7708.43	12703.49	13020.53

表 3：美国申请调查产品和国内产业同类产品的平均价格对比表 - 鸡腿

价格单位：美元/吨；元/吨

期 间	申请调查产品销售价格			国内同类产品
	美元价格	人民币含税价格	人民币含税价格	主要生产企业
	不考虑双反税率		考虑双反税率	销售价格
2010 年	1146.64	8363.25	13782.63	11781.75
2011 年	1395.63	10211.73	16828.93	14405.68
2012 年	1419.66	10211.73	16828.93	12902.76
2013 年	1200.90	8730.62	14388.06	12233.98
2014 年	1035.71	7612.20	12544.91	12682.89

表 4：美国申请调查产品和国内产业同类产品的平均价格对比表 - 鸡肫

价格单位：美元/吨；元/吨

期 间	申请调查产品销售价格			国内同类产品
	美元价格	人民币含税价格	人民币含税价格	主要生产企业
	不考虑双反税率		考虑双反税率	销售价格
2010 年	1231.83	9640.04	15886.79	15339.69
2011 年	1018.23	8193.85	13503.47	18907.57
2012 年	1048.68	8400.00	13843.20	15681.71
2013 年	988.20	7990.52	13168.38	16511.05
2014 年	917.70	7513.20	12381.75	18943.72

表 5：美国申请调查产品和国内产业同类产品的平均价格对比表 - 其他鸡杂碎

价格单位：美元/吨；元/吨

期 间	申请调查产品销售价格			国内同类产品
	美元价格	人民币含税价格	人民币含税价格	主要生产企业
	不考虑双反税率		考虑双反税率	销售价格
2010 年	1290.24	9235.49	15220.08	6180.50
2011 年	738.82	5502.10	9067.47	7522.95
2012 年	872.71	6408.60	10561.37	6066.68
2013 年	896.09	6566.94	10822.32	5582.05
2014 年	740.64	5514.47	9087.84	6027.98

从上述 5 张表格数据可以看出，在不考虑反倾销税和反补贴税的情况下，2014 年美国申请调查产品仍明显低于国内产业同类产品的销售价格。也就是说，目前申请调查产品和国内产业同类产品之所以能够在相对公平、有序的环境下竞争，完全是因为双反措施对申请调查产品不公平竞争行为的有效遏制。一旦没有双反措施的保护，申请调查产品的进口价格将会

对国内产业同类产品造成明显的价格削减。

此外，如上文所述，如果终止反倾销措施，申请调查产品大量低价涌入中国市场，将会破坏市场的平衡秩序，导致市场供过于求。美国厂商为了重新抢占甚至扩大其在中国的市场份额，降价促销就成为其不得不依靠的竞争手段。而中国白羽肉鸡产业面对进口产品的进一步冲击和市场压力，为维持市场份额将不得不被迫进一步降低价格，价格和成本将继续严重倒挂。

（四）终止反倾销措施后申请调查产品可能对国内产业的影响

反倾销措施实施期间，在相对公平竞争的市场环境下，国内白羽肉鸡产业获得了一定程度的恢复和发展。为顺应市场需求的稳定增长，国内产业增加投资，新建和扩建生产线，同类产品的产能和产量均获得较大幅度的增长，并获得了更多的市场空间，销售数量、市场份额、销售收入、就业人数、人均工资和劳动生产率等指标也呈不同程度的增长或提高，期末库存也保持在合理水平。在反倾销措施实施前两年（即 2010 年和 2011 年），销售价格的上涨提高了企业的利润空间，一度还促使国内产业成功扭亏为盈。

但是，国内白羽肉鸡产业仍非常脆弱，容易受到进口产品的冲击。一方面，在反倾销措施实施前，国内产业就已经面临连续多年的大幅亏损，虽然 2010 年和 2011 年国内产业成功扭亏为盈，但极低的利润率不足以完全弥补之前因进口产品而遭受的损害，而且国内产业自 2012 年以来再度连续 3 年严重亏损，刚有所恢复和发展的国内产业再度陷入困境。另一方面，国内产业较为分散，生产企业数量较多，抗风险能力相对较弱，多数企业在投入巨额资金无法得到有效回收的情况下，已经再度面临生存和发展的巨大危机。

如上文所述，美国白羽肉鸡产品 2014 年过剩产量 418 万吨，占中国总产量的比例高达 43.54%，其中鸡爪及其他鸡杂碎几乎完全过剩，产量约为 91 万吨，是中国同类产品总产量的 1.9 倍。在这种背景下，如果终止反倾销措施，申请调查产品很可能大量涌入国内市场，尤其是过剩的鸡爪及其他鸡杂碎大部分只能出口到中国市场，届时基本平衡的市场秩序将遭到严重破坏，进而会造成市场严重供过于求。届时，国内产业不仅要面对本土企业的激烈竞争，还要承受与进口产品的不公平竞争，生产状况和财务状况极有可能会大幅下滑。

而且，从反倾销措施实施期间美国申请调查产品进口数量的变化与国内产业的损害状况变化来看，二者之间存在一定的关联性，即进口数量下降，经营效益好转，进口数量增长，经营效益下降。2010 年，美国进口数量下降至 8.67 万吨，国内产业扭亏为盈，实现税前利润率 0.78%。2011 年，进口数量进一步下降至 5.33 万吨，国内产业税前利润率进一步升至 3.85%。2012 年，进口数量反弹至 17.69 万吨，国内产业再度亏损，亏损率为 4.10%。2013 年，进口数量进一步反弹至 31.45 万吨，国内产业亏损率进一步升至 7.99%。2014 年，进口数量回落至 18.02 万吨，国内产业亏损率也下降至 5.74%。

另外，在其进口价格已经明显低于原审案件调查期价格水平以及明显低于国内产业同类产品价格水平的情况下，如果终止反倾销措施，国内产业同类产品将遭到严重的价格削减，并继续与成本倒挂，亏损将更加严重，由于新建和扩建生产线而投入的巨额资金将无法得到有效回收，甚至付诸东流。在市场受到挤占的同时，国内产业同类产品的产量、销售数量、开工率、市场份额可能会出现不同程度的减少和下降，销售收入也将减少，并影响到员工的就业稳定和收入增长。

因此，一旦终止反倾销措施，在美国进口数量极有可能进一步量增加跌的冲击下，国内产业可能会再度遭受损害。

（五）结论：如果终止反倾销措施，国内产业的损害可能再度发生

以上分析表明：

- 1、反倾销措施实施期间，在相对公平竞争的市场环境下，国内白羽肉鸡产业获得了一定程度的恢复和发展，多个经济指标有所好转，如产能、产量、销售数量、销售收入、现金流、市场份额、就业人数、员工工资、劳动生产率等指标均呈不同程度的增长或上升趋势。反倾销措施实施初期，国内产业甚至一度扭亏为盈；
- 2、但是，中国白羽肉鸡产业仍非常脆弱，容易受到进口产品冲击和影响。一方面，在反倾销措施实施前，国内产业就已经面临连续多年的大幅亏损，虽然 2010 年和 2011 年国内产业成功扭亏为盈，但极低的利润率不足以完全弥补之前因进口产品而遭受的损害，而且国内产业自 2012 年以来再度连续 3 年严重亏损，刚有所恢复和发展的国内产业再度陷入困境。另一方面，国内产业较为分散，生产企业数量较多，抗风险能力相对较弱，多数企业在投入巨额资金无法得到有效回收的情况下，已经再度面临生存和发展的巨大危机；
- 3、证据显示，美国是全球最大的白羽肉鸡生产国家，但市场严重供过于求，须依赖海外市场消化过剩产量。在全球市场严重供过于求尤其是主要消费市场无法吸收更多过剩产量的情况下，潜力巨大且需求稳定增长的中国市场对美国厂商具有巨大的吸引力，是美国厂商转移过剩产能的必争之地。尤其是，美国几乎完全过剩的鸡爪以及其他鸡杂碎的大部分只能出口到中国市场；
- 4、原审案件美国申请调查产品对中国出口存在大量低价出口的历史以及反倾销措施实施期间美国通过进一步降价或低价方式重新抢占中国市场份额的行为表明，即使受反倾销措施的约束，美国厂商也不愿意放弃中国市场，中国市场是美国厂商极为重要且不容丢失的目标市场，如果终止反倾销措施，美国进口产品的数量极有可能会大幅增加；
- 5、美国以低价寻求海外市场的需求较为强烈，对第三国（地区）大量以低价方式出口白

羽肉鸡产品，甚至还遭到南非和墨西哥的反倾销制裁。如果终止反倾销措施，美国厂商极有可能将对第三国（地区）的低价产品转移到对中国市场的出口；

- 6、在上述背景下，如果终止反倾销措施，美国进口产品的大幅增长将会破坏基本平衡的市场秩序，造成市场严重供过于求，加剧市场竞争。在其进口价格已经明显低于原审案件调查期价格水平以及明显低于国内产业同类产品价格水平的情况下，国内产业同类产品将遭到严重的价格削减，并继续与成本严重倒挂。国内产业为了维持市场份额，甚至有可能被迫降价销售，进而造成生产状况和财务状况的进一步恶化。届时，国内产业的亏损将更加严重，无法有效收回新增投资。在市场份额受到挤占的同时，国内产业同类产品的产量、开工率、销量、市场份额等指标也将受到负面影响，销售收入也将减少，并影响到员工的就业稳定和收入增长。

综上所述：如果终止反倾销措施，原产于美国的进口白羽肉鸡产品对国内产业造成的损害可能再度发生。

六、公共利益考量

（一）发展白羽肉鸡产业符合国家政策，继续对美国申请调查产品实施反倾销措施，符合国家公共利益

2000年10月8日，农业部、原国家计委、原国家经贸委、财政部、原外经贸部、中国人民银行、国家税务总局和中国证监会联合印发的《关于扶持农业产业化经营重点龙头企业的意见》中明确指出：“龙头企业是发展农业产业化经营的关键。……产业化经营的龙头企业与其它工商企业不同，它的兴衰不仅影响企业自身的发展，而且关系到农业增效、农民增收和农村稳定。因此，扶持龙头企业就是扶持农业、扶持农民。”

2002年11月6日，国务院办公厅印发了《关于促进农产品加工业发展意见的通知》(国办发〔2002〕62号)，文中指出：“发展农产品加工业，实现农业产业化经营，是促进农业和农村经济结构战略性调整的重要途径，具有十分重要的意义。发展农产品加工业，可以促进优化农产品区域布局和优势农产品生产基地的建设，延长农业产业链条，提高农产品的综合利用、转化增值水平，有利于提高农业综合效益和增加农民收入；通过扩大农产品深加工，提高产品档次和质量，促进农产品出口，有利于提高我国农业的国际竞争力；通过发展农产品加工业，以农业产业化经营为基本途径，吸纳农村富余劳动力就业，提高技术装备能力和水平，有利于推进农业现代化。”

在《全国食品工业“十一五”发展规划建议》中，政府进一步提出了“十一五”期间食品工业行业和产品的发展重点，其中一项就是“大力发展奶品、畜禽、水产品加工产业”，“不断增加速冻小包装分割肉的产量和新品种，进一步完善冷链和现代配送连锁营销方式建设，以利于更多优质速冻小包装分割肉产品进入普通家庭”。而《食品工业“十二五”发展规划》的一项重点任务就是“调整生产结构，稳定发展猪肉、牛羊肉和禽肉加工”。

白羽肉鸡是典型的加工型农产品，也是劳动密集型产业。白羽肉鸡生产企业基本上是一条龙企业，除了养鸡，还包括饲料生产、屠宰、加工和深加工等环节，创造的就业机会远远多于传统的养殖方式。而且，与之配套的饲料种植、疫苗兽药、机器设备、产品包装、仓储、运输、销售、餐饮等产业也会因此受益，还将创造更多的就业机会。目前，仅肉鸡行业牵涉的农民就业岗位就高达上千万个。

因此，中国白羽肉鸡产业的健康发展有利于推动国家农村产业结构调整，也有利缓解“三农”问题，在解决农村剩余劳动力的就业问题和提高农民收入能够起到积极的作用。如果终止反倾销措施，美国进口产品将再度大量低价对中国出口，并进一步破坏市场供需秩序，如果企业因生存压力被迫减产或停产，将会给国家造成严重的社会问题，继续对美国申请调查产品实施反倾销措施符合国家相关政策和公共利益。

（二）白羽肉鸡产业在国民经济中具有重要地位，具有自身明显的特点和优势，继续对美国申请调查产品实施反倾销措施，维护白羽肉鸡产业的生产稳定意义重大，符合公共利益。

为解决吃肉难的问题，我国在上世纪 80 年代引入快大型的白羽肉鸡。经过 30 多年的快速发展，白羽肉鸡产业在国民经济中已占有相当重要的地位，并具有自身明显的特点和优势。

第一、白羽肉鸡产业对提高我国现代畜牧业发展水平方面具有重要意义。由于从一开始便借鉴和引入国外先进的生产理念、品种和技术，洋为中用，白羽肉鸡产业在中国畜牧业领域中已经发展成为产业化体系最完善、市场化运作最典型、生产链运行最顺畅、集约化程度和品牌集中度最高、规模化和标准化程度最高、与国际接轨最密切的行业。

第二、可为国民健康提供重要保障。鸡肉具有“一高三低”的营养优势，使其成为健康肉类食品而不断为大众所接受。消费者食肉摄取主要是蛋白质，鸡肉是动物蛋白质第一大来源，鸡肉的蛋白质是猪肉的 2.5 倍。另外，作为白肉，鸡肉还具有低脂肪、低热量、低胆固醇的特点。我国城乡居民目前的肉类消费结构大体上是猪肉占 64%、禽肉占 21%、牛羊肉及其他占 15%，相关的科学研究证明，这样的肉类消费结构导致肥胖的发生几率很高，提高鸡肉在肉类消费中的比例可有效降低肥胖的发生，保证消费者的生活健康。

第三、可大幅度降低粮食消耗，有效缓解“畜地”矛盾和“人粮”矛盾。白羽肉鸡的饲料转化率最高，就料肉比而言，在我国鸡肉为 1.8:1（即 1.8 吨饲料可转化成 1 吨鸡肉）、猪肉为 3:1、牛肉为 6:1。在发达国家，鸡肉料肉比已达到 1.5:1，成本优势非常明显，同时大大降低了粮食消耗。如果我国将肉鸡占比提高到 34.6%，将可节约粮食将近 2 千万吨。如果把节约下来的粮食折算成耕地，可节约耕地近千万亩。

第四、可有效减少温室气体排放，促进生态文明建设。在集约化动物饲养体系中，按照生产每千克肉排放的二氧化碳当量的温室气体计算，生产 1 千克牛肉产生二氧化碳当量的温

室气体为 14.8 千克，生产 1 千克猪肉为 3.8 千克，生产 1 千克鸡肉只有 1.1 千克。如果将目前我国猪肉产量的 30% 转变为鸡肉生产，那么每年可降低近 4000 万吨的二氧化碳当量。此外，肉鸡产业还能提供大量优质有机肥，可以替代化肥使用，为发展有机农业提供必要条件，进而形成资源再利用的循环经济体系。

因此，白羽肉鸡产业作为低碳环保型的行业，对发展国民经济、提高居民生活和健康水平、节约粮食和成本、保护环境等方面均具有重要的作用，发展白羽肉鸡产业意义重大，继续对美国申请调查产品实施反倾销措施，对保障国民经济的稳定能够起到积极的作用，符合公共利益。

（三）继续对美国申请调查产品实施反倾销措施不会对下游企业和最终消费者造成实质性的不利影响。

申请人认为，继续对美国申请调查产品实施反倾销措施并不是为了抵制正常的对外贸易，将美国正常的进口产品挡在国门之外，也不是为了抬高白羽肉鸡产品的价格，增加下游客户的采购成本和提高最终消费者的成本支出，而是为了维护市场的公平竞争秩序，遏制不公平的恶性竞争。

国内白羽肉鸡产业的正常发展有利于下游深加工企业、经销商（批发商）乃至餐饮等企业的正常生产经营，合理预测和控制原材料成本并合理规划今后发展规模，而不至于受到进口产品低价行为的误导，甚至出现市场混乱或者原材料的异常波动，进而影响正常的生产经营。只有上游市场得到规范，价格保持在一个合理、稳定和有序的水平，上下游企业才能共存共荣，下游企业才能从稳定的市场中最终获益。因此，从长远的角度来看，白羽肉鸡的下游深加工生产企业、经销商（批发商）乃至餐饮等企业 with 白羽肉鸡产业的最终利益是一致的，对申请调查产品继续实施反倾销措施有利于白羽肉鸡产业和下游产业链的共同发展。

另外，继续对美国申请调查产品实施反倾销措施还将为保护下游消费者的最终利益发挥作用。如上所述，反倾销措施的实施是为了维护市场的公平竞争秩序，目前申请调查产品与国内产业同类产品之所以能够在相对公平、有序的环境下竞争，完全是因为反倾销措施对申请调查产品不公平竞争行为的有效遏制。一旦没有反倾销措施的保护，申请调查产品的进口价格将远远低于国内产业同类产品的销售价格。

国内产业同类产品是市场的供应主体，如果同类产品的销售价格进一步被迫降价并长期与成本倒挂，那么生产企业为了逐利极有可能为了控制饲料、疫苗、包装等成本，采取以次充好、甚至劣质的产品。白羽肉鸡产品的质量直接关系到消费者的利益，关系到消费者的生命健康和生活水平，如果产品质量将无法得到保障，最终损害的将是消费者的利益。

综上，申请人认为，对美国申请调查产品继续实施反倾销措施符合中华人民共和国的公共利益。

七、结论和请求

（一）结论

在反倾销措施实施期间，原产于美国并向中国出口的白羽肉鸡产品继续存在倾销。虽然中国白羽肉鸡产业的生产经营状况虽然得到一定程度的恢复和发展，但是整个产业仍非常脆弱，容易受到倾销进口产品的冲击和影响。

申请人认为：如果终止反倾销措施，原产于美国并向中国出口到白羽肉鸡产品的倾销行为可能继续发生，美国白羽肉鸡产品对国内产业造成的损害可能再度发生。同时，申请人认为，继续实施反倾销措施符合中华人民共和国的公共利益。

（二）请求

为维护中国白羽肉鸡产业的合法权益，依据《中华人民共和国反倾销条例》及其他有关规定，申请人请求商务部对原产于美国的进口白羽肉鸡产品所适用的反倾销措施进行期终复审调查，并向国务院关税税则委作出建议，对原产于美国并向中国出口的白羽肉鸡产品按照商务部2014年第44号公告所确定的产品范围和税率继续征收反倾销税，实施期限为5年。

第二部分 保密申请

一、保密申请

根据《中华人民共和国反倾销条例》第 22 条的规定，申请人请求对本申请书中的材料以及附件作保密处理，即除了本案调查机关及《中华人民共和国反倾销条例》所规定的部门可以审核及查阅之外，该部分材料得以任何方式进行保密，禁止以任何方式接触、查阅、调卷或了解。

二、非保密性概要

为使本案的利害关系方能了解本申请书以及附件的综合信息，申请人特此制作申请书以及附件的公开文本，而有关申请保密的材料和信息在申请书及附件的公开文本中作了有关说明或非保密性概要。

三、保密处理方法说明

对于本申请书中涉及申请人会员单位商业秘密的有关数据，申请人业已在申请书公开文本中通过合计数据或加权平均数据、变化幅度、图表以及具体文字说明等方式进行了披露。

第三部分 证据目录和清单

- 附件一： 美国公司反倾销税税率表
- 附件二： 申请人社会团体法人登记证书及授权委托书
- 附件三： 白羽肉鸡生产企业会员单位的生产经营情况说明
- 附件四： 会议决议
- 附件五： 律师指派书和律师执业证明
- 附件六： 关于我国白羽肉鸡市场情况的说明
- 附件七： 中华人民共和国进出口税则（2009 年—2014 年版）
- 附件八： 中华人民共和国海关总署肉鸡产品进出口数据统计
- 附件九： 海运费和保险费报价
- 附件十： 世界银行集团关于美国出口产品的境内环节费用报告
- 附件十一： 美国肉鸡产品的本土销售价格表
- 附件十二： 美国农业部关于家畜和禽肉的全球市场和贸易报告
- 附件十三： 关于美国禽蛋出口协会会长公开言论的报道
- 附件十四： 美国海关关于白羽肉鸡产品的出口统计数据
- 附件十五： 美国农业部玉米价格数据
- 附件十六： 中国玉米价格数据
- 附件十七： 南非关于反倾销措施的实施报告
- 附件十八： 墨西哥关于反倾销措施的实施报告
- 附件十九： 美元兑人民币汇率表
- 附件二十： 申请人会员单位财务报表和资料