



中国对外经济贸易文告

CHINA FOREIGN TRADE AND ECONOMIC COOPERATION GAZETTE

2006 年第 25 期(总第 265 期)

中华人民共和国商务部 主管

中国对外经济贸易文告

商务部办公厅

2006 年 4 月 19 日

第 25 期(总第 265 期)

目 录

商务部规章及政策措施

1. 中华人民共和国商务部、中华人民共和国海关总署公告 2006 年第 14 号 (4)
2. 中华人民共和国商务部公告 2006 年第 18 号,公布关于对原产于日本、韩国的进口不锈钢冷轧薄板所适用的反倾销措施的期终复审裁定 (5)
3. 商务部关于开展零售企业分等定级试点工作的通知 (20)
4. 商务部对外援助项目招标委员会通告 2006 年第 6 号 (36)

各部门和地方有关规章及政策措施

1. 中华人民共和国海关总署公告 2006 年第 18 号 (37)
2. 中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局公告 2006 年第 30 号,公布关于暂停进口吉百利巧克力的公告 (37)
3. 中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局公告 2006 年第 45 号,公布关于禁止旅客携带泰国“红牛”饮料入境的公告 (38)
4. 山东省人民政府令第 185 号,公布《山东省著名商标认定和保护办法》 (39)

CHINA FOREIGN TRADE AND ECONOMIC COOPERATION GAZETTE

General Office of MOFCOM

April 19, 2006

No. 25 (Series Issue No. 265)

Contents

Rules and Other Measures of the Ministry of Commerce

1. Announcement No. 14, 2006 of the Ministry of Commerce, the General Administration of Customs of the People's Republic of China
..... (4)
2. Announcement No. 18, 2006 of the Ministry of Commerce of the People's Republic of China, Releasing the Sun—set Review Determination of the Anti—Dumping Measures Applicable to Imported Cold—rolled Stainless Steel Sheet and Strip Originated from Japan and South Korea
..... (5)
3. Circular of the Ministry of Commerce of the People's Republic of China, on Initiating the Pilot Work on the Grading of the Retail Enterprises
..... (20)
4. Notification No. 6, 2006 of the Tendering Board for Foreign Assistance Projects of the Ministry of Commerce of the People's Republic of China
..... (36)

Department Rules and Other Measures of Government Departments and Local Governments

1. Announcement No. 18, 2006 of the General Administration of Customs of the People's Republic of China
..... (37)
2. Announcement No. 30, 2006 of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the People's Republic of China, on Notification of Suspending the Import of the Cadbury Chocolate
..... (37)
3. Announcement No. 45, 2006 of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the People's Republic of China, on

Notification of Prohibiting the Entry of Red Bull Beverage from Thailand
through Passengers

..... (38)

4. Decree No.185 of the People's Government of Shandong Province,
on Promulgating the Measures for the Accreditation and Protection of Famous
Trade Marks of Shandong Province

..... (39)

中华人民共和国商务部
中华人民共和国海关总署
公 告

2006 年 第 14 号

根据《中华人民共和国反倾销条例》的有关规定,经国务院关税税则委员会决定,并由商务部发布中华人民共和国商务部 2003 年第 49 号公告,规定自 2003 年 9 月 9 日起,对原产于俄罗斯、韩国和日本的进口初级形状未作任何加工的丁苯橡胶、初级形状充油丁苯橡胶、其他未列名初级形状丁苯橡胶及羧基丁苯橡胶(初级形状包括为便于运输,对初级形状进行压缩、挤压等简单成形处理)征收反倾销税,涉及的海关税则号列为 40021911、40021912、40021919(上述产品以下简称为丁苯橡胶)。

按照《中华人民共和国进出口税则》和海关归类规则,商务部 2003 年第 49 号公告中所述“为便于运输,对初级形状进行压缩、挤压等简单成形处理”的丁苯橡胶,根据其形态,有些虽应归入税则号列 40021990,但仍属于商务部 2003 年第 49 号公告规定应征收反倾销税的产品范围。为此,特就有关问题公告如下:

一、自本公告发布之日起,海关对属于商务部 2003 年第 49 号公告规定征收反倾销税的产品范围,但按海关归类规则应归入税则号列 40021990 的进口丁苯橡胶,按照海关总署 2003 年第 53 号公告的规定征收反倾销税。进口货物收货人在办理上述产品(为便于运输,对初级形状进行压缩、挤压等简单成形处理的丁苯橡胶)进口申报手续时,商品编号应填报 40021990.10。商品编号(税则号列)40021990 项下的其他进口产品(包括为便于运输对初级形状进行压缩、挤压等简单成形处理的热塑丁苯橡胶、充油热塑丁苯橡胶)应填报 40021990.90。

二、本公告发布前,进口货物收货人进口应归入税则号列 40021990 项下,属于应征收反倾销税范围的原产于俄罗斯、韩国和日本,且为便于运输对初级形状进行压缩、挤压等简单成形处理的丁苯橡胶,海关未予征收反倾销税的,不再补征。

三、商务部 2003 年第 49 号公告规定应征收反倾销税的其他丁苯橡胶,仍按照海关总署 2003 年第 53 号公告的规定执行。

特此公告。

中华人民共和国商务部
中华人民共和国海关总署
二〇〇六年三月二十三日

中华人民共和国商务部 公 告

2006 年 第 18 号

依据《中华人民共和国反倾销条例》的规定,商务部于 2005 年 4 月 8 日发布 2005 年第 15 号公告,决定对原产于日本、韩国的进口不锈钢冷轧薄板所适用的反倾销措施进行期终复审立案调查。

复审产品范围是原反倾销措施所适用于的产品,即不锈钢冷轧薄板,与原对外贸易经济合作部 2000 年第 15 号公告规定的产品范围一致。

依据《中华人民共和国反倾销条例》第四十八条、第五十条规定,商务部对如果终止不锈钢冷轧薄板反倾销措施,倾销和损害继续或再度发生的可能性进行了调查,并根据调查结果向国务院关税税则委员会提出了对原产于日本、韩国的进口不锈钢冷轧薄板继续征收反倾销税的建议。

根据调查结果及国务院关税税则委员会的决定,现将有关事项公告如下:

一、裁定

经调查,商务部裁定,如果终止原反倾销措施,原产于日本、韩国的进口不锈钢冷轧薄板对中国的倾销有可能继续发生,对中国国内产业造成的损害有可能再度发生。

二、维持原反倾销措施

依据《中华人民共和国反倾销条例》第五十条规定,根据商务部的建议,国务院关税税则委员会决定自 2006 年 4 月 8 日起,继续按照原对外贸易经济合作部 2000 年第 15 号公告规定的产品范围,对原产于日本、韩国的进口不锈钢冷轧薄板征收反倾销税,实施期限为 5 年。该产品归在《中华人民共和国进出口税则》税则号:72193100、72193200、72193300、72193400、72193500、72199000、72202010、72202090。

各公司税率如下:

日本

新日铁住金不锈钢株式会社(Nippon Steel & Sumikin Stainless Steel Corporation):24%

日本金属工业株式会社(NIPPON METAL INDUSTRY CO.,LTD.):26%

日新制钢株式会社(NISSHIN STEEL CO.,LTD.):17%

日本冶金工业株式会社(NIPPON YAKIN KOGYO CO.,LTD.):27%

日本金属株式会社(NIPPON KINZOKU CO.,LTD.):58%

高砂铁工株式会社(TAKASAGO TEKKO K.K.):58%

NAS 钢带株式会社(NAS STAINLESS STEEL STRIP MFG CO.,LTD.):58%

JFE 钢铁株式会社(JFE Steel Corporation)自 2006 年 4 月 8 日起继续适用原价格承诺协议的有关规定。

其他日本公司:58%

韩国

株式会社 POSCO(POSCO)、INI STEEL 株式会社(INI STEEL Company)、BNG STEEL 株式会社(BNG STEEL COMPANY)、大韩电线株式会社(Taihan Electronic Wire Co., Ltd.)、株式会社大洋金属(DAIYANG METAL CO.,LTD.)、三原精密金属株式会社(SAMWON PRECISION METALS CO.,

LTD.)等6家韩国公司自2006年4月8日起继续适用原价格承诺协议的有关规定。

其他韩国公司:57%

三、行政复议和行政诉讼

根据《中华人民共和国反倾销条例》第五十三条规定,对本复审决定不服的,利害关系方可以依法申请行政复议,也可以依法向人民法院提起诉讼。

特此公告

附件:中华人民共和国商务部关于对原产于日本、韩国的进口不锈钢冷轧薄板所适用的反倾销措施的期终复审裁定

中华人民共和国商务部

二〇〇六年四月八日

附 件

中华人民共和国商务部关于对原产于日本、韩国的进口 不锈钢冷轧薄板所适用的反倾销措施的期终复审裁定

一、原反倾销措施

中华人民共和国原对外贸易经济合作部于2000年12月18日发布2000年第15号公告,决定对原产于日本、韩国的进口不锈钢冷轧薄板征收反倾销税,实施期限为自2000年4月13日起5年。其中,有部分出口商和生产商与中华人民共和国原对外贸易经济合作部签订了价格承诺协议。

2002年1月22日,原对外贸易经济合作部同意由韩国INI STEEL株式会社继承韩国仁川制铁株式会在价格承诺协议中的权利和义务。

2002年7月31日,原对外贸易经济合作部同意由韩国BNG STEEL株式会社继承韩国三美特殊钢株式会在价格承诺协议中的权利和义务。

2003年2月19日,原对外贸易经济合作部同意由韩国株式会社POSCO继承韩国浦项综合制铁株式会在价格承诺协议中的权利和义务。

2003年3月,经中华人民共和国全国人大十届一次会议批准,由新组建的商务部承担反倾销调查职能。

2003年4月10日,商务部同意由日本JFE钢铁株式会社继承日本川崎制铁株式会在价格承诺协议中的权利和义务。

2004年12月30日,商务部同意由日本新日铁住金不锈钢株式会社继承新日本制铁株式会社、住友金属株式会社的反倾销税率。

二、复审调查程序

(一)到期公告

2004年10月13日,商务部发布2004年第56号公告,公布中华人民共和国对原产于日本、韩国的进口不锈钢冷轧薄板所适用的反倾销措施将于2005年4月13日到期。根据《中华人民共和国反倾销条例》规

定,经复审确定终止征收反倾销税有可能导致倾销和损害的继续或者再度发生的,反倾销税的征收期限可以适当延长。自该公告发布之日起,国内产业可在原反倾销措施终止日 60 天前,向商务部提出书面复审申请。

(二)申请

2005 年 2 月 6 日,中华人民共和国商务部收到太原钢铁(集团)有限公司、上海克虏伯不锈钢有限公司、山西省晋中万邦工贸有限公司等三家企业代表中国不锈钢冷轧薄板产业正式递交的反倾销期终复审调查申请,申请人请求商务部对原产于日本和韩国的进口不锈钢冷轧薄板所适用的反倾销措施进行期终复审并裁定维持该反倾销措施。申请人的理由为如果终止反倾销措施,原产于日本和韩国的进口不锈钢冷轧薄板对中国的倾销行为可能继续或再度发生,倾销行为给中国不锈钢冷轧薄板产业造成的损害可能再度发生。2005 年 3 月 11 日,申请人递交了申请书补充材料,对申请书中有相关内容进行了解释和说明。

(三)公告立案和继续实施反倾销措施

经审查,申请人以及支持该申请的其他国内企业不锈钢冷轧薄板产量之和占全国总产量的主要部分,符合《中华人民共和国反倾销条例》第十一条、第十三条和第十七条规定,有资格代表国内产业提出申请。

商务部对申请书中关于倾销和损害继续或者再度发生的可能性及相关证据材料进行了审查,认为申请书符合《中华人民共和国反倾销条例》第四十八条的要求。

根据上述审查结果及《中华人民共和国反倾销条例》第十六条、第四十八条、第四十九条、第五十一条、第五十二条规定,商务部于 2005 年 4 月 8 日发布 2005 年第 15 号公告,决定对原产于日本、韩国的进口不锈钢冷轧薄板所适用的反倾销措施进行期终复审调查,在复审调查期间原反倾销措施继续有效。

没有利害关系方就本次复审立案发表评论。

(四)复审范围和内容

复审调查范围为原产于日本、韩国的进口不锈钢冷轧薄板所适用的反倾销措施。

复审内容为确定终止对原产于日本、韩国的进口不锈钢冷轧薄板所适用的反倾销措施是否可能导致倾销和损害的继续或再度发生。

(五)调查期

本次复审的倾销调查期为 2004 年 1 月 1 日至 2004 年 12 月 31 日,损害调查期为 2000 年 1 月 1 日至 2004 年 12 月 31 日。

(六)立案通知

商务部在发布立案公告之前将申请有关事宜通知了涉案国驻中国大使馆。2005 年 4 月 8 日,商务部向涉案国驻中国大使馆提供了立案公告和申请书公开文本,并通知了已知的涉案国生产商和出口商。同日,商务部将本案立案情况通知了本案申请人。

(七)登记应诉

2005 年 4 月 8 日,商务部在 2005 年第 15 号公告中对外公布,任何利害关系方可于立案公告发布之日起 20 天内,向商务部申请参加应诉。就倾销调查,被调查国家和地区的有关出口商或生产商应提供 2004 年对中国及其它市场出口被调查产品的数量及金额;就产业损害调查,利害关系方应提供产业损害调查期内的生产能力、产量、库存以及在建和扩建的计划。如利害关系方未在立案公告规定的时间内向商务部登记应诉,则商务部有权拒绝接受其递交的有关材料,并有权根据掌握的现有材料做出裁定。

在规定的应诉期限内,有 5 家日本生产商、出口商和 5 家韩国生产商、出口商以及 2 家中国进口商向商务部提交了倾销应诉登记表,有 6 家日本生产商、出口商和 5 家韩国生产商、出口商以及 10 家中国进口商和下游用户向商务部提交了损害调查应诉申请,商务部审查后依法予以了登记。

(八)倾销调查与损害调查

1、倾销调查

(1)收集证据。立案后,调查机关利用下述方法和渠道,收集了有关证据:

向登记应诉倾销调查的日本、韩国生产商、出口商发放了倾销调查问卷和补充问卷,在规定期限内部分生产商、出口商提交了答卷和补充答卷;

向申请人提取了有关世界不锈钢冷轧薄板市场和中国不锈钢冷轧薄板市场等方面的相关数据;

向国内产业了解了实施反倾销措施前后原产于日本、韩国的进口不锈钢冷轧薄板对国内产业的影响、国内产业近几年来的发展情况和未来的发展计划等等;

向海关调取了2000年—2004年被调查产品的进口数量、价格、金额等统计数据;

向有关行业协会调查了中国不锈钢冷轧薄板产能、产量、进口量、表观消费量、市场份额、投资情况、设备利用率等情况;

查阅了原始调查档案中被调查产品、中国企业产能产量、产能利用率、销售价格、及日本、韩国不锈钢冷轧薄板产业的产能、产量、销售价格、库存有关资料;

收集了其他国家和地区对日本、韩国不锈钢冷轧薄板采取贸易救济措施的案例及有关情况。

调查机关对收集的证据和材料在可能的范围内进行了审查核实,并对有关证据进行了充分的分析和考虑。

(2)裁定前的披露。

本案裁定前,调查机关依据《中华人民共和国反倾销条例》第二十五条、《反倾销调查信息披露暂行规则》第三条的规定,向在反倾销调查过程中提供信息的利害关系方披露了进行倾销继续或者再度发生的可能性调查时所依据的基本事实,并给予有关利害关系方提出评论意见的机会。

在规定时间内,申请人和部分生产商、出口商提交了对披露的评论意见。申请人提出调查机关应接受其关于涉案国生产商开工率、涉案国国内消费需求以及根据估算结果得出的涉案国部分型号不锈钢热轧产品存在倾销等方面的主张。个别生产商、出口商提出调查机关应重新计算倾销幅度以及应接受公司提供的产能、产量数据等方面的主张。调查机关在充分考虑上述评论意见后认为,由于上述主张缺乏客观的事实基础和充分的证明材料,因此决定对上述有关利害方的评论意见不予接受。

2、损害调查

(1)成立产业损害调查组

立案后,调查机关成立了不锈钢冷轧薄板反倾销期终复审案产业损害调查组(以下简称“调查组”)负责本案调查工作。

(2)发放和回收调查问卷

2005年4月29日,调查机关向已知的利害关系方发放了不锈钢冷轧薄板反倾销期终复审案《国内生产者调查问卷》、《国内进口商调查问卷》和《国外(地区)生产者/出口商调查问卷》。在规定期限内,共回收相应调查问卷23份。

(3)听取各利害关系方陈述和接收书面陈述材料

调查过程中,调查机关听取了利害关系方对本案相关问题意见的陈述,还接收了利害关系方提交的有关书面陈述意见。

调查机关对各利害关系方的上述意见依法给予了考虑。

(4)实地核查

2005年9月中旬,调查机关赴申请企业进行了实地核查,对申请书、调查问卷以及其他书面材料中提供的信息进行了核实,并对核查中所了解的情况和其他相关证据,进行了认真的分析和研究。

(5)召开听证会

2005年12月2日,根据《反倾销条例》第二十条和商务部《产业损害调查听证规则》有关规定,应日本、韩国应诉企业的请求,调查机关召开了不锈钢冷轧薄板反倾销期终复审案产业损害调查听证会。听证会上各利害关系方围绕着进口被调查产品是否对中国国内产业继续存在损害,和该反倾销措施终止后损害继续或再度发生的可能性分别陈述了各自意见和观点。

(6)信息披露

根据《反倾销条例》第二十五条的规定,调查机关于2006年2月21日向本案有关利害关系方披露了产业损害调查裁定中所依据的基本事实,并给予其提出评论意见的机会。在规定的时间内调查机关收到了申请人、日本和韩国应诉企业递交的书面评论意见,调查机关依法予以了充分的考虑。

调查机关对申请书及所附证据、回收的调查问卷答卷、实地核查情况、听证会及各利害关系方递交的书面意见等进行了认真的审查和分析,在裁决时给予了充分的考虑。

三、被调查产品

复审产品范围是原反倾销措施所适用于的产品,即不锈钢冷轧薄板,与原对外贸易经济合作部2000年第15号公告规定的产品范围一致。该产品归在《中华人民共和国进出口税则》税则号:72193100、72193200、72193300、72193400、72193500、72199000、72202010、72202090。

产品名称:不锈钢冷轧薄板

英文名称:cold-rolled stainless steel sheet and strip

依照中华人民共和国国家标准(GB3280-92和GB4239-91),不锈钢冷轧薄板共分为五大类:奥氏体型钢、奥氏体-铁素体型钢、铁素体型钢、马氏体型钢和沉淀硬化型钢,主要包括但不限于下列牌号:0Cr18Ni9、0Cr18Ni9Ti、1Cr18Ni9、1Cr18Ni9Ti、1Cr17Ni7、0Cr17Ni7、00Cr17Ni7、0Cr19Ni9、0Cr19Ni10、0Cr18Ni12、00Cr17Ni14Mo2、00Cr19Ni10、1Cr17、0Cr17、0Cr13、2Cr13、00Cr12Ti等20余种。该产品主要以铬铁、锰铁、钛铁、金属锰、硅铁、镍铁、氧化镍等、铬镍不锈钢返回料及普通废钢为原材料加工制造而成,具有优良的不锈性、耐腐蚀性、抗氧化性、高韧性、热稳定性、外观精美、易于成型、使用寿命长的综合性能,至今尚无其他相似产品能够替代。不锈钢冷轧薄板用途十分广泛,主要用于石油、化工、航天、海洋、机械、电子、纺织、核工业、电力、汽车、家电、通讯、食品、制药、冶金、交通、建筑行业、装潢和景观工程。

四、国内同类产品和国内产业

(一)同类产品

根据原反倾销调查的最终裁定,在原反倾销调查中,调查机关认定中国国内生产的不锈钢冷轧薄板与被调查产品物理、化学性质相同,用途基本相同且可以相互替代,包装及销售渠道也基本相同,属于同类产品。在反倾销措施实施期间,原产于日本、韩国的进口不锈钢冷轧薄板和中国国内生产的不锈钢冷轧薄板未发生实质性变化,应属同类产品。

(二)国内产业

根据《中华人民共和国反倾销条例》有关规定,调查机关对代表中国国内产业申请期终复审的3家企业,太原钢铁(集团)有限公司、上海克虏伯不锈钢有限公司、山西省晋中万邦工贸有限公司进行了审查。申请人以及支持该申请的其他国内企业不锈钢冷轧薄板产量之和占全国总产量的主要部分。

五、倾销继续或再度发生的可能性

(一)调查期内倾销情况

在规定时限内有4家日本生产商、出口商和4家韩国生产商、出口商向调查机关提交了倾销调查答卷,其中1家日本生产商未能提供包含充分信息的合格答卷。调查机关在可能的范围内,对生产商、出口商提交的合格答卷进行了审查。

1、正常价值

调查机关在审查有关答卷的基础上,依据《中华人民共和国反倾销条例》第四条的规定,对各公司的正常价值分别进行了认定,以各公司报告的国内销售价格作为确定正常价值的基础。

2、出口价格

调查机关在审查有关答卷的基础上,依据《中华人民共和国反倾销条例》第五条的规定,对各公司的出口价格分别进行了认定,以各公司报告的实际出口价格作为确定出口价格的基础。

3、调整及比较

根据《中华人民共和国反倾销条例》第六条的规定,正常价值和出口价格应按照公平合理的方式进行比较。调查机关在审查有关答卷的基础上,对影响正常价值和出口价格可比性的因素进行了调整,并在同一贸易环节对各公司的正常价值和出口价格进行了比较。

4、倾销幅度

调查机关将各涉案企业经过调整的正常价值和出口价格在同一贸易水平进行比较后,计算出各公司的倾销幅度。其中,有关日本公司的倾销幅度为 0.47%—29.1%,有关韩国公司的倾销幅度为 10.3%—13.86%。

(二)倾销继续或再度发生的可能性

1、调查期内存在倾销

前述倾销调查表明,在复审调查期内,原产于日本、韩国的进口被调查产品对中国仍然存在倾销。如果终止实施原反倾销措施,日本、韩国被调查产品对中国市场的倾销有可能继续发生。

2、涉案国出口能力

日本

(1)产能和产量

根据 CRU 统计资料,日本是全球第三大不锈钢冷轧薄板生产国,其 2004 年产能约占全球总产能的 12.36%。日本不锈钢冷轧薄板的产能和产量情况见下表:

单位:万吨

项目 \ 年份	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年
产 能	196.8	193.8	193.8	191.9	191.9
产 量	159.14	173.22	175.91	182.75	188.63

数据来源:CRU 统计

由上表可知,自 2000 年以来日本一直拥有不锈钢冷轧薄板产品的巨大产能和产量。经比较,产量自 2000 年以来逐年上升,2004 年比 2000 年增加 29.49 万吨,增长比例为 18.53%。

(2)日本国内市场需求情况

单位:万吨

项目 \ 年份	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年
世界市场表观消费量	1035.8	1039.5	1121.5	1246	1326.3
日本市场表观消费量	114.2	129.3	108.1	121.4	138.7

数据来源:CRU 统计

经分析,从 2000 年到 2004 年,世界不锈钢冷轧薄板的表观消费量逐年增长,年平均增长率达到 7.01%,而同期日本国内市场对不锈钢冷轧薄板的表观消费量年平均增长率为 5.36%,低于世界平均增长水平。

(3)对国外市场的依赖程度

单位:万吨

项目 \ 年份	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年
出口数量	51.09	50.91	71.35	65.42	61.57
出口量占产量比例	32.10%	29.39%	40.56%	35.80%	32.64%

数据来源:CRU 统计

上表数据显示,自 2000 年以来日本不锈钢冷轧薄板产品的出口数量占其总产量的比例基本维持在 30%以上,最高达 40.56%,说明日本产品对国外市场的依赖程度很高。

(4)对华出口能力

单位:万吨

项目 \ 年份	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年
对华出口数量	14.4	16.4	24.67	21.88	20.31
中国总进口量	49.12	66.24	104.17	85.42	88.32
所占比例	29.32%	24.76%	23.68%	25.61%	23.00%

数据来源:CRU 统计、中国海关

上表数据显示,中国是日本不锈钢冷轧薄板的主要出口市场,自 2000 年以来日本对华出口量占中国总进口量的比例基本维持在 25%的水平。另根据出口商提供的数据,自 2000 年以来日本不锈钢冷轧薄板存在较大库存,占日本同期对华出口数量的比例很高,最高达到 66.6%。因此,如果日本生产商、出口商将其剩余产能和库存释放并转向中国市场,日本不锈钢冷轧薄板产品对华出口能力将会进一步增强。

以上分析表明,日本不锈钢冷轧薄板产品存在巨大的产能、产量、库存,出口依赖程度很高,对中国市场具有很大的出口能力。

韩国

(1)产能和产量

根据 CRU 统计资料,韩国是全球第四大不锈钢冷轧薄板生产国,其 2004 年产能约占全球总产能的 7.77%。韩国不锈钢冷轧薄板的产能和产量情况见下表:

单位:万吨

项目 \ 年份	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年
产能	96.7	99.4	102.1	110.6	120.6
产量	81.17	80.71	86.5	94.95	106.08

数据来源:CRU 统计

上表显示,韩国不锈钢冷轧薄板产业拥有巨大的产能和产量。自 2000 年以来,韩国产能和产量均持续增长,2004 年产能比 2000 年增长 24.7%,同期产量增长则达到 30.7%。另据 CRU 公布,2005—2007 年韩

国将再增加 25 万吨产能,届时韩国总产能将达到 145.6 万吨。

(2)对国外市场的依赖程度

单位:万吨

项目 \ 年份	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年
出口数量	30.5	28.1	25.49	29.16	39.74
出口量占产量比例	37.58%	34.82%	29.47%	30.71%	37.46%

数据来源:CRU 统计

上表显示,自 2000 年以来韩国不锈钢冷轧薄板产品的出口数量占其总产量的比例基本维持在 30%以上,最高可达 37.58%,说明韩国产品对国外市场的依赖程度很高。

(3)对华出口能力

单位:万吨

项目 \ 年份	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年
库 存	4.57	3.26	3.5	3.47	4.9
闲置产能	15.53	18.69	15.6	15.65	14.52
对华出口数量	9.65	10.13	10.76	13.86	13.91
中国总进口量	49.12	66.24	104.17	85.42	88.32

数据来源:CRU 统计、中国海关

上表显示,韩国不锈钢冷轧薄板存在较大库存和闲置产能。自 2000 年以来韩国不锈钢冷轧薄板库存及闲置产能占韩国对华出口数量的比例最高达到 216.68%。同期韩国不锈钢冷轧薄板对华出口数量占中国总进口量的比例基本维持在 15%的水平,最高达到 19.65%。因此,如果韩国生产商、出口商将其库存和闲置产能完全释放并转向中国市场,韩国不锈钢冷轧薄板产品对华出口能力将会大大加强。

以上分析表明,韩国不锈钢冷轧薄板产品存在巨大的产能、产量、库存以及闲置产能,出口依赖程度很高,对中国市场具有很大的出口能力。

3、涉案国对华出口情况

日本

(1)在华市场份额

单位:万吨

项目 \ 年份	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年
对华出口数量	20.75	14.4	16.4	24.67	21.88	20.31
中国表观消费量	90.6	114.5	145.77	205.7	255.9	274
在华市场份额	22.90%	12.58%	11.25%	11.99%	8.55%	7.41%

数据来源:中国海关、中国钢铁协会

上表数据显示,自 1999 年以来,中国不锈钢冷轧薄板市场表观消费量不断增长,但同期日本对华出口数量却未获相应增长,且日本被调查产品在华市场份额明显下降。与 1999 年的 22.9%相比,2004 年日本被

调查产品在华市场份额仅为 7.41%，下降幅度达 67.64%。

(2)对华出口价格

单位:美元/吨

项目 \ 年份	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年
对华出口价格	1321	1718	1476	1472	1600	1906

数据来源:中国海关

根据中国海关统计数据,1999 年日本被调查产品对华出口价格为 1321 美元/吨,2000 年反倾销措施实施后升至 1718 美元/吨,此后再度下降,2004 年回升至 1906 美元/吨。

根据申请人提供的资料以及调查机关的调查结果,经分析,不锈钢冷轧薄板产品价格受焦炭、铁矿石等原材料价格波动的影响较大,镍金属作为生产该产品的一种重要原材料,其价格波动是导致不锈钢冷轧薄板产品价格变化的重要因素。据 LME(伦敦金属市场)数据,2004 年国际市场镍价格大幅上升,如果剔除原材料价格上涨因素,日本被调查产品 2004 年对华平均出口价格并未出现明显上涨。倾销调查结果表明,2004 年日本不锈钢冷轧薄板产品仍在以倾销价格对华出口。

综上所述,反倾销措施实施后,受到反倾销措施制约,日本被调查产品在华市场份额明显减少,对华出口价格在考虑原材料价格波动因素后未出现明显上涨,甚至在复审调查期内仍然存在倾销。因此,如果终止对原产于日本的被调查产品的反倾销措施,日本不锈钢冷轧薄板产品可能继续以低价或倾销价格向中国大量出口。

韩国

(1)在华市场份额

单位:万吨

项目 \ 年份	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年
对华出口数量	14.33	9.65	10.13	10.76	13.86	13.91
中国表观消费量	90.6	114.5	145.77	205.7	255.9	274
在华市场份额	15.82%	8.43%	6.95%	5.23%	5.42%	5.08%

数据来源:中国海关、中国钢铁协会

上表数据显示,自 1999 年以来,中国不锈钢冷轧薄板市场表观消费量不断增长。2000 年反倾销措施实施后韩国被调查产品对华出口数量明显下降,降幅达 30%。虽然自 2002 年以来又有所增长,但仍低于措施实施前的水平,而且相对于中国不锈钢冷轧薄板市场表观消费量的不断增长,韩国被调查产品在华市场份额却明显下降。与 1999 年的 15.82%相比,2004 年韩国被调查产品在华市场份额仅为 5.08%,下降幅度达 67.9%。

(2)对华出口价格

单位:美元/吨

项目 \ 年份	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年
对华出口价格	1178	1734	1563	1589	1690	2037

数据来源:中国海关

根据中国海关统计数据,1999 年韩国被调查产品对华出口价格为 1178 美元/吨,2000 年反倾销措施实施后升至 1734 美元/吨,此后再度下降,至 2004 年回升至 2037 美元/吨。

如前所述,镍金属等原材料价格的波动是导致不锈钢冷轧薄板价格波动的重要因素。如果剔除原材料价格上涨因素,韩国被调查产品 2004 年对华平均出口价格并未出现明显上涨。倾销调查结果表明,2004 年韩国不锈钢冷轧薄板产品仍在以倾销价格对华出口。

综上所述,反倾销措施实施后,受到反倾销措施制约,韩国被调查产品在华市场份额明显减少,对华出口价格在考虑原材料价格波动因素后未出现明显上涨,甚至在复审调查期内仍然存在倾销。因此,如果终止对原产于韩国的被调查产品的反倾销措施,韩国不锈钢冷轧薄板产品可能继续以低价或倾销价格向中国大量出口。

4、涉案国向第三国出口情况

日本

根据生产商、出口商的答卷,日本不锈钢冷轧薄板产品 2004 年国内市场平均售价为 2073 美元/吨。根据申请人提供的日本海关统计数据,在不考虑其他调整因素的情况下,2004 年日本生产商、出口商向除中国外其他市场低价出口不锈钢冷轧薄板产品:

单位:美元/吨

出口市场	出口价格	价格差异
香 港	1986	-87
台 湾	1843	-230
意大利	1579	-494
澳大利亚	1741	-332
越 南	1538	-535
比利时	1100	-973
印度尼西亚	2064	-9
巴基斯坦	1250	-823
丹 麦	1354	-719
印 度	1739	-334

注:本表中的价格为 FOB 价格水平。

韩国

根据生产商、出口商的答卷,韩国不锈钢冷轧薄板产品 2004 年国内市场平均售价为 2294 美元/吨。根据申请人提供的韩国海关统计数据,在不考虑其他调整因素的情况下,2004 年韩国生产商、出口商向除中国外其他市场低价出口不锈钢冷轧薄板产品:

单位:美元/吨

出口市场	出口价格	价格差异
比利时	1190	-1104
澳大利亚	2227	-67
越南	2154	-140
印度尼西亚	2102	-192
印度	1530	-764
菲律宾	2094	-200
阿联酋	1961	-333
乌拉圭	1066	-1228
泰国	1883	-411

注:本表中的价格为 FOB 价格水平。

上述数据表明,日本、韩国不锈钢冷轧薄板产品存在以低价向第三国市场出口的情况。如果终止原反倾销措施,日本、韩国不锈钢冷轧薄板产品将有可能以低价甚至倾销价格出口至中国市场。

5、第三国对原产于日本、韩国的进口不锈钢冷轧薄板进行贸易救济调查及采取贸易救济措施的情况

(1)美国对原产于日本、韩国的进口不锈钢冷轧薄板采取反倾销措施和反补贴措施。

WTO 和美国商务部资料显示,美国自 1999 年 7 月 27 日起开始对原产于日本、韩国等国家(或地区)的进口不锈钢冷轧薄板实施反倾销措施;自 1999 年 8 月 6 日起开始对原产于韩国等国家的相同产品实施反补贴措施。

2004 年 6 月 1 日美国商务部和国际贸易委员会决定对上述贸易救济措施发起日落复审调查。2005 年 8 月 4 日,美国商务部公布了对原产于日本、韩国等国的进口不锈钢冷轧薄板继续征收反倾销税和对原产于韩国的相同产品继续征收反补贴税的决定。

(2)巴西

WTO 和巴西政府资料显示,巴西于 2000 年 5 月 26 日开始对原产于日本等国的进口不锈钢冷轧薄板采取反倾销措施,并于 2005 年 5 月 25 日开始对该反倾销措施进行期终复审。在期终复审调查期间,原产于日本等国的进口不锈钢冷轧薄板继续适用原反倾销措施。

(3)印度

WTO 和印度政府资料显示,印度于 2002 年 12 月 5 日开始对原产于日本等国的进口不锈钢冷轧薄板征收反倾销税。

2004 年 9 月 14 日,印度商工部开始对上述反倾销措施进行期中复审调查,并 2005 年 11 月 25 日发布公告,决定继续对原产于日本等国的进口不锈钢冷轧薄板征收反倾销税。

(4)泰国

申请人提供的证明材料和 WTO 资料显示,泰国于 2003 年 3 月 13 日开始对原产于日本和韩国的进口不锈钢冷轧薄板采取反倾销措施,目前措施正在实施中。

综上所述,美国等四国对原产于日本和(或)韩国的进口不锈钢冷轧薄板采取贸易救济措施,如果中国终止原反倾销措施,受到美国等国家贸易救济措施制约的日本、韩国不锈钢冷轧产品薄板有可能向中国进

行大规模的贸易转移。

(三)结论

调查表明:

1、在期末复审调查期内,原产于日本、韩国的进口被调查产品仍然存在倾销。

2、日本、韩国不锈钢冷轧薄板产品存在巨大的产能、产量、库存以及闲置产能,出口依赖程度很高,具有很大的对华出口能力。

3、受到反倾销措施的制约,日本、韩国被调查产品在华市场份额下降,出口价格在剔除原材料价格波动因素后未出现明显上升。如果终止原反倾销措施,日本、韩国不锈钢冷轧薄板产品可能继续以低价或倾销价格向中国大量出口。

4、日本、韩国不锈钢冷轧薄板产品存在以低价向第三国市场出口的情况。如果终止原反倾销措施,日本、韩国不锈钢冷轧薄板产品将有可能以低价甚至倾销价格向中国市场出口。

5、第三国正在对原产于日本和(或)韩国的进口不锈钢冷轧薄板采取贸易救济措施,如果终止原反倾销措施,受第三国贸易救济措施制约的日本、韩国不锈钢冷轧薄板有可能向中国进行大规模的贸易转移。

综上所述,如果终止对原产于日本、韩国的被调查产品的反倾销措施,被调查产品对中国的倾销有可能继续发生。

六、产业损害继续或再度发生的可能性

(一)调查期内国内产业恢复情况

调查机关对国内产业相关的经济因素和指标进行了调查,主要证据事实如下:

1、国内同类产品表观消费量

调查期内,国内同类产品表观消费呈现持续增长。2000年为114.5万吨,2001年为145.77万吨,2002年为205.7万吨,2003年为255.9万吨,2004年为274万吨。其中,2000年比1999年增长26.38%,2001年比2000年增长27.31%,2002年比2001年增长41.11%,2003年比2002年增长24.4%,2004年比2003年增长7.07%。

2、国内产业同类产品生产能力

调查期内,国内申请人同类产品生产能力持续增长。2000年为13万吨,2001年14.2万吨,2002年23.2万吨,2003年43.4万吨,2004年已达48.4万吨。其中,2000年比1999年增长30%,2001年比2000年增长9.23%,2002年比2001年增长63.38%,2003年比2002年增长87.07%,2004年比2003年增长11.52%。

3、国内产业同类产品产量

调查期内,国内产业同类产品产量逐年增长。2000年比1999年增长48.84%,2001年比2000年增长1.28%,2002年比2001年增长73.51%,2003年比2002年增长91.87%,2004年比2003年增长18%。

4、国内产业同类产品开工率

调查期内,国内产业同类产品开工率个别年份下降,总体呈上升趋势。2000年比1999年增长12.16%,2001年比2000年下降6.99%,2002年比2001年上升5.52%,2003年比2002年上升2.43%,2004年比2003年上升5.64%。

5、国内产业同类产品销量

调查期内,国内产业同类产品销量呈上升趋势。2000年比1999年增长47.03%,2001年比2000年增长3.48%,2002年比2001年增长63.63%,2003年比2002年增长98.15%,2004年比2003年增长20.63%。

6、国内产业同类产品市场份额

调查期内,国内产业同类产品占中国国内市场份额调查前期增长缓慢,后期增长较快,但未达到公平贸易环境下理应达到的市场份额。2000 年比 1999 年上升 1.51%,2001 年比 2000 年下降 2.01%,2002 年比 2001 年上升 1.31%,2003 年比 2002 年上升 5.83%,2004 年比 2003 年上升 0.55%。

7、国内产业同类产品期末库存

调查期内,国内产业同类产品期末库存总量随着产销变化而波动,库存略有增加。2000 年至 2004 年各年度,中国国内产业期末库存占产量的比例分别为:2.69%、1.93%、5.88%、4.75%和 3.48%。

8、国内产业同类产品销售价格

调查期内,国内产业同类产品平均销售价格个别年份下降,总体呈增长趋势。2000 年比 1999 年增长 23.09%,2001 年比 2000 年下降 17.53%,2002 年比 2001 年增长 1.78%,2003 年比 2002 年增长 5.02%,2004 年比 2003 年增长 33.47%。

9、国内产业同类产品销售收入

调查期内,国内产业同类产品销售收入总体呈上升趋势,但个别年份出现下降。2000 年比 1999 年增长 82.3%,2001 年比 2000 年下降 17.21%,2002 年比 2001 年上升 77.75%,2003 年比 2002 年上升 112.38%,2004 年比 2003 年上升 43.44%。

调查期的 2001 年国内产业经济效益大幅下滑,国内产业产品销售收入呈现负增长,究其原因,除主要原材料镍的价格出现较大幅度的增长外,被调查产品的倾销进口也造成了国内市场价格的一路下跌。2002 年我国政府对部分钢铁产品采取了保障措施,在保障措施的作用下,随着国内产业新增产能的发挥,国内产业同类产品的销量增加,所占市场份额有所增长,市场价格逐步回升,使国内产业销售收入迅速增长。

10、国内产业同类产品销售毛利率

调查期内,国内产业同类产品销售毛利率水平仍然偏低。2000 年,国内产业销售成本的增长幅度高于销售收入的增幅 17.17 个百分点,2001 年销售成本的下降幅度低于销售收入的降幅 3.43 个百分点,造成申请人销售毛利率递减,由 1999 年的 15.54%下降至 2001 年的 3.97%。2002 年和 2003 年销售成本的增长幅度分别低于销售收入的增幅 0.91 个百分点和 11.63 个百分点,同期销售毛利率呈上升趋势,2003 年达到 9.49%,但仍低于 1999 年 6.05 个百分点;2004 年销售成本的增长幅度高于销售收入的增幅 2.22 个百分点,国内产业销售毛利率也下滑至 8.08%,较 2003 年下降了 1.41 个百分点。毛利率偏低主要是由于倾销进口产品数量增加,造成国内市场价格下降,使国内产业销售收入减少,加之主要原材料价格上涨,造成国内产业产品的成本增加,从而出现产品毛利率水平偏低。

11、国内产业同类产品税前利润

调查期内,国内产业同类产品的税前利润经历亏损低谷后状况有所扭转,但增长不足。2000 年比 1999 年降幅 41.51%,2001 年比 2000 年降幅 81.19%,2002 年降幅 1729.63%,2003 年比 2002 年增幅 256.47%,2004 年比 2003 年增幅 45.17%。

12、国内产业同类产品投资收益率

调查期内,国内产业同类产品投资收益率变化趋势与税前利润相同,调查后期虽有所改善,但投资收益率仍然偏低。2000 年比 1999 年下降 6.25%,2001 年比 2000 年下降 3.18%,2002 年比 2001 年下降 7.52%,2003 年比 2002 年上升 13.93%,2004 年与 2003 年基本持平,下降 0.17%。

国内生产企业投资收益率在 2001 年下半年至 2002 年初呈下降趋势,主要原因是在此期间,被调查产品的倾销进口数量增加时,国内产业同类产品的销售价格受到抑制,造成国内产业单位销售利润的下降。

13、国内产业就业人数

调查期内,国内产业就业人数随着产能的逐步扩张,总体呈上升趋势。2000 年比 1999 年增加 1.88%,2001 年比 2000 年增加 21.58%,2002 年比 2001 年下降 4.33%,2003 年比 2002 年增加 16.97%,2004 年比 2003 年增加 20.89%。

14、国内产业职工年均工资水平

调查期内,国内产业职工年均工资水平有所提高,工资的增幅与劳动生产率的增幅基本一致。2000 年比 1999 年增加 22.09%,2001 年比 2000 年增加 69.62%,2002 年比 2001 年增加 48.693%,2003 年比 2002 年下降 3.4%,2004 年比 2003 年增加 5.72%。

15、国内产业同类产品劳动生产率

调查期内,国内产业同类产品劳动生产率提高较快。2000 年比 1999 年增加 46.09%,2001 年比 2000 年增加 0.81%,2002 年比 2001 年增加 49.863%,2003 年比 2002 年增加 64.04%,2004 年比 2003 年增加 97.61%。

上述证据说明,调查期内得益于反倾销措施的作用,国内产业在反倾销措施实施期内生产经营状况明显好转,得到了初步的恢复和发展,但是由于国内产业正处于成长期,极易受到损害。如当 2001 年下半年至 2002 年初倾销进口产品的数量增加时,国内产业的税前利润率和投资收益率均呈下降趋势。

(二)被调查产品情况

1、被调查产品进口数量

据中国海关统计显示,与反倾销措施实施前的 1999 年相比,2000 年下降了 37.89%;2001 年下降了 31.47%,2004 年下降了 11.61%。同时,被调查产品进口贸易方式的也发生了重大变化,一般贸易项下的进口数量及占其进口的比例急剧下跌,与 1999 年相比,2000 年至 2002 年日本一般贸易项下进口的下降幅度为 56.03%—76.58%,占其对中国出口量的比例下降幅度为 15.63—21.14 个百分点;韩国一般贸易项下进口的下降幅度为 81.73%—95.41%,占其对中国出口量的比例下降幅度为 45.23—58.41 个百分点。

2、被调查产品出口在其他市场存在障碍

1999 年 7 月 27 日,美国对原产于日本、韩国的进口不锈钢产品继续实施反倾销、反补贴措施,并于 2004 年 6 月 1 日发起期终复审调查,已发布继续维持反倾销措施的公告;2002 年 12 月 5 日,印度对原产于日本的进口不锈钢冷轧薄板采取反倾销措施;2003 年 3 月 13 日,泰国对原产于日本和韩国的进口不锈钢冷轧薄板采取反倾销措施;2000 年 5 月 26 日,巴西对原产于日本的进口不锈钢冷轧薄板采取反倾销措施。

如果终止对原产于日、韩两国的进口被调查产品所适用的反倾销措施,受这些国家反倾销和反补贴措施的限制,日、韩两国倾销出口的不锈钢冷轧薄板产品将有可能发生对中国市场的贸易转移,将有可能造成中国国内产业损害的再度发生。

(三)被调查产品进口价格与国内产业同类产品价格措施实施前后关联度的变化。

在反倾销措施实施前,日本和韩国的不锈钢冷轧薄板向中国的出口价格存在较大幅度的下降,其中 1996 年和 1998 年的价格下降幅度最大。日本被调查产品的出口价格 1996 年比 1995 年下降了 31.72%,1998 年比 1997 年下降了 8.76%;韩国被调查产品的出口价格 1996 年比 1995 年下降了 13.93%,1998 年比 1997 年下降了 17.86%。由于进口产品的价格对中国国内市场价格有决定性的影响,迫使中国国内同类产品的价格被迫不断削减。原反倾销调查申请企业同类产品的加权平均销售价格分别比上年降低,1996 年为 20.68%,1997 年为 12.84%,1998 年为 18.88%。

反倾销措施实施期间,中国国内产业产能扩大,产量增加,市场份额上升,在国内产能总量及产品质量基本满足国内市场需求的情况下,国内产业对市场价格的影响力有所增强;同时,在成本优势的作用,国内同类产品的市场价格有低于国际市场价格的空间。

我们知道,在产品质量等其他要素方面可以相互替代的情况下,产品的价格在许多购买决策中都是关键的因素。在调查期内,国内市场产销两旺的状态下,影响产品定价的因素应是原材料等成本要素,但是进口产品对国内同类产品售价也产生了较大的影响,当进口产品的数量增加,价格压低时,国内产业同类产品的销售价格,不仅受到成本要素的影响,同时也受到倾销进口产品大量低价进口的冲击,使国内产业对市场的影响能力减弱,无法正常对市场价格进行调节,价格上涨的空间被压缩,只能采取保本或低于成本的价格进行销售。可见,倾销进口产品对国内同类产品价格的影响是不容忽视的。

以上证据表明,由于日本、韩国对出口市场的严重依赖,未来几年内向其他市场的出口前景也不乐观。如果我国终止反倾销措施,日本、韩国生产商为维持其生产,减少产能的闲置率,使产能得到有效的发挥,很可能采用低价倾销的方式增加向中国市场的出口。

在中国国内产业的产能总量已能够满足国内市场需求的条件下,日本、韩国被调查产品要进入我国市场,只能采取低价进口的方式,这将会在很大程度上压低或抑制我国的同类产品的价格,打破我国市场供求平衡的局面,对国内产业的收入和利润产生负面影响。由于国内市场正常的贸易环境受到影响,导致国内产业获得资本的能力和保证必要投资的能力下降。利润的降低,使企业出现亏损,效益的下降,将迫使企业减少产量,导致开工率降低,就业人数减少,产品销量也会相应减少,国内产业将会再度遭受倾销进口产品的损害。

(四)未来国内市场供求状况

随着我国国民经济的快速发展,在反倾销措施实施期间,国内对不锈钢冷轧薄板的需求日益增加,调查期内国内市场表观消费量年均递增 23.23%。同时,国内产业产能亦呈增长趋势,调查期末,国内产业产能已满足市场需求的 70%以上。

据不锈钢行业协会预测,2006 年至 2009 年国内不锈钢冷轧薄板表观消费量将会达到 324.21 万吨、346.9 万吨、371.18 万吨、397.16 万吨。同期,国内生产能力 2006 年将达到 345 万吨,2007 年至 2009 年将达到 507 万吨。从 2006 年起,国内生产企业实际产量可基本满足国内市场需求。

随着国内不锈钢冷轧薄板生产规模的不断扩大,国内市场将会出现供大于求的局面,市场竞争将会越来越激烈。终止反倾销措施,从涉案国倾销进口的被调查产品,将会使国内正常的贸易环境受到影响,国内市场的竞争局面由于倾销进口产品的影响将会加剧,国内产业已获得的市场份额有可能失去,导致国内产业产品销量减少、开工率降低,甚至出现亏损。

终止反倾销措施,倾销进口产品的大量进入,将会使国内产业经营效益下降,给国内产业投资、还贷等带来负面影响。在反倾销措施实施期间,国内产业利用有利时机,投入了大量的资金,进行产能的扩大、生产工艺的改造、产品的开发和技术升级。

2005 年至 2009 年五年时间内,国内产业平均每年都需偿还的贷款本息很大。如果效益下降将导致资金发生困难,对企业还贷和进一步的投资形成阻碍,使企业的新产品开发、生产工艺改造、产品质量的改善、技术升级受到影响,国内产业已投入的巨额资金将无法及时转化为生产力,造成资源的浪费,严重时将导致中国国内企业的停产倒闭。

(五)结论

1、得益于反倾销措施期间的积极作用,国内产业生产经营状况明显好转,调查期内国内产业得到了初步的恢复和发展。

2、倾销调查表明,终止反倾销措施,原产于日本、韩国的被调查产品对中国的倾销有可能继续发生。如果终止反倾销措施,将为被调查产品在中国市场销售,提供更大的降价空间,对中国国内产业同类产品的价格产生抑制。

3、上述情况表明,中国国内产业虽然得益于贸易救济措施的作用,在调查期内状况有所恢复,但仍然十分脆弱,产业目前利润微薄,降价空间小,对价格反映敏感,处于成长期的中国国内产业更易受到倾销进口产品的冲击。如果终止反倾销措施,国内产业有可能再度遭受被调查产品倾销进口的损害。

七、裁定

根据以上调查,商务部裁定如下:如果终止反倾销措施,原产于日本、韩国的进口不锈钢冷轧薄板对中国的倾销有可能继续发生;如果终止反倾销措施,原产于日本、韩国的进口不锈钢冷轧薄板对中国国内产业造成的损害有可能再度发生。

商务部关于开展零售企业分等定级 试点工作的通知

商改发〔2006〕166号

各省、自治区、直辖市、计划单列市及新疆生产建设兵团商务主管部门:

为提升零售企业服务水平、改善服务环境、促进诚信经营、加强知识产权保护,培育民族品牌,引导零售业规范发展、提升行业竞争力,商务部从2006年开始,在全国范围内开展零售企业分等定级工作。现将有关事项通知如下:

一、工作目标

致力“构建和谐商业、提升管理水平”,逐步引导现有零售企业健康发展和投资有序进入;适时发布零售业各业态发展情况、从业人员情况报告,逐步建立零售行业的景气指数或行业投资指南;加强我国零售企业整体发展规划的研究,提出促进零售业结构调整的政策。力争经过五年时间,通过对零售业的主要业态进行分等定级,推动建立较完善的零售业发展促进体系。

二、工作思路

(一)政府主导、协同合作。以各级商务主管部门为主导,负责办法的制定、规范的颁布、评定机构、程序、方法的建立与管理,结果的公布等工作。同时,充分调动中介、企业、专家、媒体等各方面力量,形成合力。

(二)分类指导、规范先行。按照不同业态制定不同的规范,按照既分等又定级的思路,依据不同业态的分等和定级规范进行评定。符合《分等规范》的由商务部授予“达标示范店(企业)”称号,根据《定级规范》将“达标示范店(企业)”再分金鼎级、银鼎级、铜鼎级三个级别。

(三)以点带面、分步实施。分等定级工作分为起步和推广两个阶段。起步阶段,2006年选择百货店一种业态、上半年在九个城市进行试点,并以单个店铺为评定对象,下半年扩大到所有省会城市。推广阶段,在总结试点经验的基础上向全国范围逐步推开,五年内扩展到全国零售业的主要业态。

(四)过程公开、动态监管。在评定初期,以报送书面材料与实地考察相结合,并辅以网上公示;在评定取得一定经验的基础上逐步向网上直报、网上审核、网上公示、网上公告过渡。对已经达标的门店跟踪监测,实行动态管理。在此期间,发现问题的要及时降级或淘汰,建立完善的退出机制。

三、2006年工作安排

2006年上半年在北京、天津、上海、重庆、大连、南京、青岛、长沙、西安九个城市,对百货店单店开展分等定级试点工作。下半年推广到全国35个中心城市。

(一)制定方案。从3月开始,试点城市对本地零售企业发展情况进行调查摸底,并制定当地的评定工作方案和工作程序。

(二)组织申报。试点城市组织上报百货店分等定级申报表(见附件3)

(三)分等评定。试点城市根据《百货店分等规范》(见附件1)对申报百货店进行分等评定。分等评定原则采取上报材料和现场评定相结合的方式。百货店分等定级审定表(见附件4)于5月20日前由所在地省级商务主管部门报商务部(商业改革司)。

(四)经验交流。上半年,商务部将召开试点地区经验交流会,公布达标百货店情况。

(五)试点推广。从6月开始,根据试点城市经验,安排部署其他中心城市的分等定级工作。其他中心城市参照试点城市的经验进行调查、制定方案并开展达标百货店的评定工作。百货店分等定级审定表(见附件4)于7月30日前由所在地省级商务主管部门报商务部(商业改革司)。

(六)定级评定。根据各地上报的分等评定结果,由商务部评定委员会办公室按《百货店定级规范》(见附件2)及打分表逐一打分,进行定级评定。必要时进行抽查回访。

(七)专家评审。10月,由评定委员会办公室将初审结果送专家组进行评审。

(八)委员会认定。11月,定级评定结果报评定委员会认定。

(九)网上公示。12月,定级评定结果在商务部网站公示。

(十)总结表彰。12月,召开分等定级工作总结表彰会,公布2006年全国百货店分等定级情况,向金鼎级、银鼎级、铜鼎级百货店颁发牌匾。

四、组织机构

商务部成立零售企业分等定级试点工作评定委员会,下设办公室和专家组。

评定委员会由姜增伟副部长任主任,商业改革司郎建凯司长任副主任,成员单位为商务部办公厅、市场建设司、商业改革司、市场运行司、全国整规办,北京、天津、上海、重庆、大连、南京、青岛、长沙、西安九个试点城市及所在地省级商务主管部门和中国百货商业协会。评定委员会办公室设在商业改革发展司,由王晓川副司长任主任,成员包括市场建设司、商业改革司、市场运行司、全国整规办的主管处长,九个试点城市所在地省级商务主管部门的主管处长,以及中国百货商业协会的部门负责人。专家组由国务院发展研究中心、中国商业联合会、中国连锁经营协会、清华大学、人民大学等单位的专家组成。

2006年商务部还将组织起草和制定大型超市、超级市场、便利店等业态分等定级标准,推动分等定级工作在条件成熟的业态逐步推开。

各地商务主管部门要高度重视零售企业分等定级工作,要成立相应的评定机构,切实加强领导,认真组织实施,按时报送有关材料。评定过程中的有关问题请及时与商务部(商业改革司)沟通。各地评定机构、摸底调查情况及评定方案请于4月15日前报送商务部(商业改革司)。

联系人:梁志君 董博 白冀民

联系电话:(010)85226475、85226409、58362083

传真:(010)65128957

附件:1. 百货店分等规范(试行)

2. 百货店定级规范(试行)

3. 百货店分等定级申报表

4. 百货店分等定级审定表

中华人民共和国商务部

二〇〇六年四月四日

百货店分等规范(试行)

一、服务	(一)商品服务	1.不得经营假冒伪劣、“三无”(即无合格证、无产地、无生产单位标志)产品,所出售商品都要有产品质量合格证,进口商品需有准销证明、报关单。
		2.严格执行国家强制执行行的环保标准,有关商品必须具备国家规定的检测部门出具的质量检验合格证书。所售食品符合食品卫生要求和食品安全标准。
		3.所有售出商品均应有质保单,家电、家具、厨具等大件商品必须提供使用、安装说明书(配有中文说明)、认证书,家电必须经过 3C 认证,对产品实行备案登记管理或索票制管理。
		4.有商品质量管理部门,配备专职检验人员,建立商品质量日常管理和检查制度。
	(二)售货服务	5.维护消费者权益,认真履行《消费者权益保护法》规定的经营者义务。
		6.出售的商品符合保障人身财产安全的要求。销售食品人员需有健康证。
		7.向消费者提供真实的商品信息,不误导消费者。
		8.建立较为全面的服务体系,实行售前、售中、售后的优质服务。
	(三)信息服务	9.设有服务台,设有明显的区域分布导图或触摸屏。
		10.对大宗商品实行送货上门。
		11.所有售出商品都要主动给顾客销售凭据或发票。
		12.接受社会监督,坚持公开评议,设有评议箱或意见簿、投诉台,公布监督电话。
	(四)价格	13.为消费者提供商品、促销、价格等信息服务。
		14.所有商品均使用物价部门制定的价格签,做到明码标价,不得有价格欺诈行为。
		15.价签要标明商品的名称、规格、产地、等级等基本内容。
		16.降价商品标明降价理由,并标明原价和现价。

	(五)促销	17. 有足够的开展宣传促销活动的空间,开展促销活动要有完备的预案,确保安全有序。 18. 不得利用促销活动进行欺诈。
	(六)经营环境	19. 在城市商业中心区的百货店,公共交通便利,应有停车位。其他地区的,应有充裕的停车位。营业面积达到6000平方米。 20. 空气质量符合《室内空气质量标准》的要求。 21. 经营环境舒适、清洁明亮,通风良好,通道宽敞,标识图形化,安全消防通道标志明显。 22. 试衣间备有挂钩、拖鞋(定期消毒)等;设有供顾客休息的座椅;设有与经营面积相应的卫生间。 23. 配有空调设备、无障碍设施,多层商场设有人行扶梯、货用电梯。 24. 收款台布局合理、标识明确、结算便利。
二、环境	(八)功能分区	25. 应按照功能将百货店分为交易区、管理区、服务区,交易区应按不同商品种或不同交易方式分区管理;管理区进行商场管理、监控、信息处理;服务区为消费者和员工提供休闲服务。
	(九)商品陈列	26. 应按照不同商品的特性陈列,配备陈展设施,商品摆放密度适中,并注意商品安全。卫生、陈列应标识清晰、规范。
	(十)卫生环境	27. 货架、通道及其他设施应定期清洁消毒;卫生间要设专人及时清扫,保持卫生清洁、无异味。 28. 垃圾及时清理,暂存地周围保持清洁,定期做好清洁和消毒。
	(十一)消费者满意度	29. 对消费者的各项承诺真实可信并严格执行。 30. 设有专门的投诉接待处理部门和投诉处理记录。投诉处理满意率在80%以上。
三、诚信	(十二)供应商、商户满意度	31. 供应商和商户对百货店提供的服务、结算、促销等满意度在60%以上。
	(十三)职工满意度	32. 对职工满意度进行测评,包括福利、权益保护等方面的满意度,不应低于70%。
	(十四)部门认可	33. 在申请等级评定前2年内,在工商、卫生、质检和税务等监督部门应无违法记录。与银行、供应商等保持良好的伙伴关系;银行信用等级达到3B以上。
	(十五)知识产权保护	34. 重视知识产权保护,遵守国家有关知识产权保护的相关法律法规。

四、安全	(十六)消防	35. 防火设施应符合国家相关法律法规和《消防法》的要求,商场设有消防组织,有完备的火灾应急预案,消防措施落实到每个人头。
		36. 全体人员都应经过消防知识的专门培训,定期举行消防演练。
	(十七)治安	37. 有完善的保安防范制度,场内设有治安值班室,保安人员应经岗位专业培训,统一标识,持证上岗,保证安全,没有发生重大治安事故。
		38. 有应急突发安全事故的各种预案。
		39. 设有紧急疏散撤离通道,各种应急设施完善有效,标志明显。
		40. 有完善的顾客物品存放保管设施。

说明:1. 达标百货店需符合以上所有条件。

2. 当年发生火灾、重大商品质量事故、重大价格欺诈事故、重大环保事故、伤亡事故的商场一票否决。

百货店定级规范(试行)

一级指标 (在总分中所占比重)	二级指标 (在一级指标中所占比重)	指标说明		备 注
一、经营规模 5%	1. 营业面积 100%	15000 平方米以上	100 分	经营规模从一定程度上体现了百货店业态的发展水平,但是权重设置过高会导致企业单纯追求规模。
		10000——15000 平方米	80 分	
		6000——10000 平方米	60 分	
二、财务指标 10%	2. 年营业额 40%	10 亿以上	100 分	财务指标反映经营效益情况,三项指标最能反映企业的综合经营能力,最低指标设计为多数百货店都能达到的水平。
		5——10 亿	80 分	
		1——5 亿以下	60 分	
	3. 销售利润率 30%	5% 以上	100 分	
		3%——5%	80 分	
		3% 以下	60 分	
	4. 销售费用率 30%	4% 以下	100 分	
		4%——6%	80 分	
		6%——9%	60 分	
三、商品结构 5%	5. 品牌商品 100%	国际、国内品牌商品占 90% 以上	100 分	用品牌比例最能反映百货店的经营定位。
		80——90%	80 分	
		80% 以下	60 分	

四、经营环境 15%	6. 空气流量 15%	20 立方米/每小时 以上 100 分 15——20 立方米/每小时 80 分 15 立方米/每小时 以下 60 分	经营环境是反映目前百货店竞争力的重要因素,体现出消费者对购物的舒适性和便利性。
	7. 休息场所 15%	70 平方米以上 100 分 50——70 平方米 80 分 30——50 平方米 60 分	
	8. 收款台 15%	可用信用卡结算的 100 分 不可用信用卡结算的 0 分	
	9. 卫生间 35%	实现无触摸、无障碍的 100 分 实现无触摸或无障碍中之一的 60 分	
	10. 服务台 20%	可用手语和英语同顾客交流的 100 分 可用英语同顾客交流的 80 分	
	11. 系列认证 35%	通过 ISO9000 认证的 100 分 未通过 ISO9000 的 0 分	
	12. 赔付、退货制度 20%	实行先行赔付承诺制度和无障碍退货制度的 100 分 否则 0 分	
	13. 制度化 25%	机构设置科学、合理,各项制度健全有效 100 分 否则 0 分	
	14. 发展规划 20%	有明确的年度营销规划、人力资源规划 100 分 无 0 分	
五、经营管理 15%			这些制度的设计是提升现代百货店经营管理水平的需要。各项制度包括商品质量管理、退换货、经营环境管理、服务规范管理、人员培训管理、考核管理等制度。

六、服务 20%	15. 附加服务 60%	能够提供 5 种以上附加服务的 三种以上的 一种以上的	100 分 80 分 60 分	附加服务含：礼品包装、商品邮寄、广播服务、退换货、为残疾人提供服务、专业咨询和特殊商品回访等。服务是百货店评级的重要内容，服务创新是百货店发展的必然趋势，引导百货店价值竞争。
	16. 信息服务 40%	能够及时向消费者提供最新商品信息、商品价格变动信息和促销活动信息的 否则	100 分 0 分	
	17. 消费者满意度 50%	满分 100 分，满意度为百分之多少就记多少分		
七、诚信 20%	18. 供应商满意度 20%	满分 100 分，满意度为百分之多少就记多少分		有助于构建和谐的商业氛围，引导企业诚信经营。
	19. 员工满意度 30%	满分 100 分，满意度为百分之多少就记多少分		
	20. 员工培训 30%	全体员工都接受过培训的，则为 100 分； 有百分之多少的员工接受培训就得多少分		
八、企业文化 5%	21. 领导培训 20%	接受过三次以上培训的 接受一次以上的	100 分 50 分	企业文化是企业发展的基础，体现企业差异化经营的特征。
	22. 组织建设 25%	组织机构健全 否则	100 分 0 分	
	23. 团队建设 25%	有鲜明的鲜明企业文化、团队建设持续稳定 否则	100 分 0 分	

九、信息化 5%	24. 内部管理 35%	建有或在建自己的局域网,对商场的经营活动和商 户的管理实现数字化并建有完备的信息系统 100 分 否则 0 分	信息化和电子商务是百货店未来 经营和竞争的基础,其发展水平 是反映百货店现代化水平的重要 指标。信息系统包括:OA 系统、 人力资源系统、财务管理系统、 MIS 系统、POS 系统、物价管理 系统、客户管理系统等
	25. 物流信息系统建设 40%	由自有物流配送中心(建立了物流配送管理系统和 客户管理系统)或专业第三方物流进行配送的 100 分 否则 0 分	
	26. 电子商务 25%	已开展电子商务的 100 分 否则 0 分	

说明: 1. 定级是在分等基础上进行。按得分将达标百货店划分为金鼎级、银鼎级和铜鼎级。

2. 计分方法,总得分 = $\sum$ (每项得分 * 二级指标比重 * 所在一级指标比重)。

百货店分等定级申报表(表一)

(百货店填写)

百货店名称:	百货店经理:
组织机构代码:	法人:
地址及邮编:	网址:
联系人:	电话:
传真:	电子邮箱:
登记注册类型: 国有(), 民营(), 外资(含港澳台)(), 其他	
成立时间: _____ 年 _____ 月 _____ 日	
是否企业集团的成员 是(), 否()	
所属集团名称:	所属集团法人:
集团是否连锁企业 是(), 否()	
集团内百货店数量()个, 超市数量()个, 其他()个。	

填表日期:

单位盖章

中华人民共和国商务部制

百货店分等定级申报表(表二)

(百货店填写)

项 目	是	否
1. 经营商品无假冒伪劣、“三无”(即无合格证、无产地、无生产单位标志)产品,所出售商品有产品质量合格证,进口商品有准销证明、报关单。		
2. 严格执行国家强制执行的环保标准,有关商品具备国家规定的检测部门出具的质量检验合格证书。所售食品符合食品卫生要求和食品安全标准。		
3. 所有售出商品均有质保单,家电、家具、厨具等大件商品必须提供使用、安装说明书(配有中文说明)、认证书,家电必须经过 3C 认证,对产品实行备案登记管理或索票制管理。		
4. 有商品质量管理部门,配备专业、专职检验人员和相应的检验设备,建立商品质量日常管理和检查制度。		
5. 维护消费者权益,认真履行《消费者权益保护法》规定的经营者义务。		
6. 出售的商品符合保障人身财产安全的要求。销售食品人员有健康证。		
7. 向消费者提供真实的商品信息,不误导消费者。		
8. 建立较为全面的服务体系,实行售前、售中、售后的优质服务。		
9. 设有服务台,设有明显的区域分布导图或触摸屏。		
10. 对大宗商品实行送货上门。		
11. 所有售出商品主动给顾客销售凭据或发票。		
12. 接受社会监督,坚持公开评议,设有评议箱或意见簿、投诉台,公布监督电话。		
13. 为消费者提供商品、促销、价格等信息服务。		
14. 所有商品均使用物价部门制定的价格签,做到明码标价,无价格欺诈行为。		
15. 价签标明商品的名称、规格、产地、等级等基本内容。		
16. 降价商品标明降价理由,写明原价和现价。		
17. 设有足够的开展宣传促销活动的空间,开展促销活动有完备的预案,确保安全有序。		
18. 促销活动中无欺诈行为。		
19. 在城市商业中心区的百货店,公交交通便利,应有出租车停车位。其他地区的,有充裕的停车位;营业面积达到 6000 平方米。		
20. 空气质量符合《室内空气质量标准》的要求。		
21. 经营环境舒适、清洁明亮,通风良好,通道宽敞,标识图形化,安全消防通道标志明显。		
22. 试衣间备有挂钩、拖鞋(定期消毒)等;设有供顾客休息的座椅;设有与经营面积相应的卫生间。		
23. 配有空调设备、无障碍设施,多层商场设有人行扶梯、货用电梯。		

项 目	是	否
24. 收款台布局合理、标识明确、便利。		
25. 按照功能将百货店分为交易区、管理区、服务区,交易区应按不同商品品种或不同交易方式分区管理;管理区进行商场管理、监控、信息处理;服务区为消费者和员工提供休闲服务。		
26. 按照不同商品的特性陈列,配备陈展设施,商品摆放密度适中,商品安全、卫生,陈列标识清晰、规范。		
27. 货架、通道及其他设施定期清洁消毒;卫生间设专人及时清扫,保持卫生清洁、无异味。		
28. 垃圾及时清理,暂存地周围保持清洁,定期消毒。		
29. 对消费者的各项承诺真实可信并严格执行。		
30. 设有专门的投诉接待处理部门和投诉处理记录。投诉处理满意率在 80% 以上。		
31. 供应商和商户对百货店提供的服务、结算、促销等满意度在 60% 以上。		
32. 对职工满意度进行测评,包括福利、权益保护等方面的满意度在 70% 以上。		
33. 在申请等级评定前 2 年内,在工商、卫生、质检和税务等监督部门应无违法记录。与银行、供应商等保持良好的伙伴关系;银行信用等级达到 3B 以上。		
34. 重视知识产权保护,遵守国家有关知识产权保护的相关法律法规。		
35. 防火设施符合国家相关法律法规和《消防法》的要求,商场设有消防组织,有完备的火灾应急预案,消防措施落实到每个人头。		
36. 全体人员都经过消防知识的专门培训,定期举行消防演练。		
37. 有完善的保安防范制度,场内设有治安值班室,保安人员应经岗位专业培训,统一标识,持证上岗,保证安全,没有发生重大治安事故。		
38. 有应急突发安全事故的各种预案。		
39. 设有紧急疏散撤离通道,各种应急设施完善有效,标志明显。		
40. 有完善的顾客物品存放保管设施。		

百货店分等定级申报表(表三)

(百货店填写)

项 目	内 容
1. 营业面积	平方米
2. 上年度营业额	万元
3. 销售利润率	%
4. 销售费用率	%
5. 品牌商品所占比重	国际品牌商品比重 %
	国内品牌商品比重 %
6. 空气流量	立方米/每小时
7. 休息场所	平方米
8. 收款台	收款台是否可用信用卡结算 是(), 否() 信用卡结算占总销售额的比重()%
9. 卫生间	实现无触摸()
	实现无障碍()
10. 服务台	可用手语同顾客交流()
	可用英语同顾客交流()
11. 系列认证	是否通过 ISO9000 认证 是(), 否()
12. 赔付、退货制度	是否实行先行赔付承诺制度和无障碍退货制度 是(), 否()
13. 制度化管理	是否机构设置科学、合理, 各项制度健全有效 是(), 否()
14. 发展规划	是否有明确的年度营销规划、人力资源规划 是(), 否()
15. 附加服务	能够提供()种附加服务
16. 信息服务	是否能够及时向消费者提供最新商品信息、商品价格变动信息和促销活动信息 是(), 否()
17. 消费者满意度	%(被调查顾客数量不少于 100 人次)
18. 供应商满意度	%(被调查供应商数量不少于 50 人次)
19. 员工满意度	%(被调查员工数量不少于 50 人次)
20. 员工培训比重	有 % 的员工接受过培训。上一年度培训次数()次
21. 领导培训	领导层接受培训的次数为()
22. 组织建设	组织机构是否健全 是(), 否()
23. 团队建设	是否有鲜明的企业文化、团队建设持续稳定 是(), 否()
24. 内部管理	是否建有或在建自己的局域网, 对商场的经营活动和商户的管理实现数字化并建有完备的信息系统 是(), 否()
25. 物流信息系统建设	建有自有物流配送中心 () 建立了物流配送管理系统和客户管理系统 () 由专业第三方物流进行配送 () 以上均不是 ()
26. 电子商务	是否已经开展电子商务 是(), 否() 哪类商品(), 销售额()万元

《百货店分等定级申报表》填报说明：

1. 此表为拟申请分等定级评定的百货店填写。分为表一、表二、表三。
2. 百货店为单店,名称写全称。
3. 在相应位置填写数据内容或打“√”。
4. 所有填报内容必须真实完整,并附有相关证明材料:百货店营业执照复印件、百货店实景照片、通过ISO9000 认证证书复印件、银行信用等级证书复印件、其他荣誉证书复印件以及消费者、供应商及员工满意度调查材料。
5. 达标百货店需符合申请表(表二)所列所有条件。

百货店分等定级审定表

(商务主管部门填写)

推荐百货店名称:			
推荐单位:	联系人:	电话:	
推荐单位意见	1. 是否推荐为达标百货店 2. 简要说明理由 3. 该百货店按照《定级规范》最后得分 拟推荐为_____鼎级百货店 签字 _____ 盖章 _____		
省级商务主管部门意见	签字 _____ 盖章 _____		
商务部评审专家组意见			
商务部审定意见			

中华人民共和国商务部制

《百货店分等定级审定表》填报说明：

1. 此表为商务主管部门填写。并与百货店申报表同时报商务部。
2. “推荐单位”为试点城市或中心城市商务主管部门。
3. “推荐单位意见”填写是否推荐为达标百货店，并说明简要理由。并按照《百货店定级规范》算出该百货店得分，并提出推荐为金鼎、银鼎、或铜鼎级百货店的意见。由单位负责人签字，单位盖章。
4. “省级商务主管部门意见”由推荐单位所在省的省级商务主管部门填写。内容同“推荐单位意见”。由单位负责人签字，单位盖章。
5. “商务部评审专家组意见”由商务部评审专家组填写，内容为是否评审为达标百货店，评审为金鼎、银鼎、或铜鼎级百货店。
6. “商务部审定意见”由商务部零售企业分等定级试点工作评定委员会填写。

商务部对外援助项目招标委员会通告

【2006】第 6 号

商务部对外援助项目招标委员会于 2006 年 3 月 31 日举行了 2006 年第 6 次例会。现将会议情况和决议通告如下：

一、审定了援汤加会议厅项目施工任务的中标企业。该项目于 2006 年 3 月 27 日开标，江苏省建筑工程公司、广厦重庆第一建筑(集团)有限公司、中国土木工程集团公司和中国对外建设总公司 4 家投标单位均按时递交了投标书。湖南省建筑工程集团总公司和青岛建设集团公司弃权。中国海外工程总公司标书逾期送达。根据商务部 2005 年修订试行的《对外援助成套项目施工任务评标原则》，在坚持“无标底竞争”方式和“合理低价中标”原则的基础上，经技术标定性评审和经济标定量综合评分等两阶段评标，招标委员会决定将该项目授标予中国土木工程集团公司承担。

出席：

王汉江

刘少春(王润生委派)

高元元

于 红(吴 钢委派)

石云峰(吴喜林委派)

赵董良(李荣民委派)

李 旭(刁春和委派)

列席：

胡 斌(监察局)

郝沁梅、曾花城、王兴顺、蔡春、王华旻

商务部对外援助项目

招标委员会

二〇〇六年四月六日

中华人民共和国海关总署 公 告

2006 年 第 18 号

根据《中华人民共和国反倾销条例》的规定,商务部对原产于日本、韩国的进口不锈钢冷轧薄板进行了期终复审调查。根据调查结果,国务院关税税则委员会决定对原产于日本、韩国的进口不锈钢冷轧薄板继续征收反倾销税,征税时间自 2006 年 4 月 8 日开始,期限为 5 年。商务部为此发布了中华人民共和国商务部 2006 年第 18 号公告。

自 2006 年 4 月 8 日起,海关对申报进口原产于日本、韩国的不锈钢冷轧薄板,继续按照中华人民共和国海关总署 2005 年第 8 号公告规定的产品范围、税率和公式等征收反倾销税。

特此公告。

中华人民共和国海关总署
二〇〇六年四月七日

(稿件来源:海关总署提供)

中 华 人 民 共 和 国 国家质量监督检验检疫总局公告

2006 年 第 30 号

关于暂停进口吉百利巧克力的公告

近日,加拿大吉百利公司因其生产朱古力蛋的食品塑料模具破裂,碎片卷入生产线,造成消费者食用时口腔划伤。加拿大食品检验局警告消费者不要食用这种朱古力蛋。

经查,各地出入境检验检疫机构尚未受理过上述产品的进口报检。为保障我国人民的身体健康,根据《中华人民共和国食品卫生法》、《中华人民共和国进出口商品检验法》及其实施条例、《出入境检验检疫风险预警及快速反应管理规定》以及国家有关法律法规规定,现公告如下:

一、自即日起禁止进口吉百利公司规格为 39 克的吉百利牌朱古力蛋。各出入境检验检疫机构不得受理该产品的报检。

二、各检验检疫机构要加强对进境邮寄物品、旅客携带物品的查验工作,严禁该产品通过邮寄、旅客携带等方式进境。一经查出,立即按照有关规定处理,并及时将情况上报国家质检总局。

三、建议消费者不要食用自行获得的上述食品。

特此公告。

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局

二〇〇六年三月九日

(稿件来源:国家质量监督检验检疫总局提供)

中 华 人 民 共 和 国 国家质量监督检验检疫总局公告

2006 年 第 45 号

关于禁止旅客携带泰国“红牛”饮料入境的公告

近日,各地出入境检验检疫机构在对旅客携带的泰国产“红牛”饮料进行检验时发现,该饮料咖啡因含量普遍超过我国卫生标准要求。

为保障进口食品安全,根据《中华人民共和国食品卫生法》、《出入境检验检疫风险预警及快速反应管理规定》以及国家有关法律法规规定,现公告如下:

一、自即日起,禁止进口泰国产“红牛”饮料。

二、旅客携带泰国产“红牛”饮料只能作为该旅客本人旅途自用,且每人每次限带 2 罐。超出限额部分,由口岸出入境检验检疫部门作销毁处理。

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局

二〇〇六年三月二十四日

(稿件来源:国家质量监督检验检疫总局提供)

山东省人民政府令

第 185 号

《山东省著名商标认定和保护办法》已经 2006 年 2 月 6 日省政府第 63 次常务会议通过,现予公布,自 2006 年 4 月 1 日起施行。

省长 韩寓群

二〇〇六年二月二十一日

(稿件来源:《山东政报》2006 年第 5 期)

山东省著名商标认定和保护办法

第一条 为规范著名商标的认定工作,有效保护著名商标所有人、使用人和消费者的合法权益,根据《中华人民共和国商标法》和有关法律、法规,结合本省实际,制定本办法。

第二条 本办法所称著名商标,是指在本省行政区域内享有较高声誉、为相关公众所知晓,并依据本办法予以认定的注册商标。

第三条 著名商标的认定和保护,适用本办法。

第四条 省工商行政管理部门负责著名商标的认定和保护工作;设区的市、县(市、区)工商行政管理部门协助省工商行政管理部门做好著名商标的认定和保护工作。

其他部门依据各自职责,做好相关工作。

第五条 著名商标的认定和保护工作,应当遵循公开、公正、公平和自愿申请、特别保护的原则。

第六条 著名商标应当符合下列条件:

- (一)该商标为国内注册商标,且商标所有人的住所或者商标所指商品的产地在本省行政区域内;
- (二)该商标自核准注册之日起连续 3 年依法使用,商标权属无争议;
- (三)该商标所指商品在本省同类商品中质量和售后服务优良,在相关公众中具有较高知名度和良好信誉;
- (四)该商标所指商品近 3 年的产量、销售额、纳税额、市场占有率等主要经济指标在本省同类商品中居领先地位,且具有较广泛的销售区域;

(五)该商标所有人近 3 年未发生过侵犯他人注册商标专用权以及其他严重违法经营行为;

(六)该商标所有人、使用人有严格的商标使用、管理和保护制度。

第七条 申请认定著名商标的,应当提交下列材料:

- (一)著名商标认定申请表;
- (二)申请人主体资格证件的复印件;
- (三)商标注册证及其变更、续展、转让证明的复印件;
- (四)商标使用、管理和保护情况;

(五)商标专用权遭受侵害情况;

(六)该商标或者该商标所指商品近 3 年的广告发布情况;

(七)省级以上行业主管部门或者行业协会出具的该商标所指商品近 3 年的产量、销售额、纳税额、市场占有率等主要经济指标及其在省内、国内同行业的排序情况;

(八)有关部门出具的该商标所指商品的质量情况;

(九)该商标所指商品的经营情况和销售区域;

(十)证明该商标著名的其他材料。

第八条 申请人可以将申请材料报所在地的设区的市工商行政管理部门,也可以直接报省工商行政管理部门。

设区的市工商行政管理部门应当于收到申请材料之日起 10 日内转送省工商行政管理部门。

第九条 省工商行政管理部门自收到申请材料 30 日内,应当依据本办法第六条、第七条的规定对申请材料进行初步审查,并作出受理或者不予受理的决定。决定予以受理的,应当书面通知申请人;决定不予受理的,应当将申请材料退还申请人并书面说明不予受理的理由。

申请材料需要补正的,应当一次性书面通知申请人限期补正;逾期不补正的,视为放弃申请。

第十条 决定受理的,省工商行政管理部门应当在本省主要新闻媒体上发布著名商标初审公告。自初审公告发布之日起 30 日内,任何单位和个人均可以提出异议。

第十一条 省工商行政管理部门应当对申请材料的真实性、合法性进行审查、核实,提出书面审核意见。审核期间,应当征求有关行业主管部门、行业协会、消费者权益保护组织等方面的意见;必要时,可以委托有关机构进行调查。

有关行业主管部门、行业协会、消费者权益保护组织应当如实向省工商行政管理部门提供书面意见。

第十二条 省工商行政管理部门组织设立著名商标认定委员会。认定委员会由不少于 30 人的经济、法律、科技和相关行业的专家组成,并报省人民政府备案。认定委员会主任委员由省工商行政管理部门主要负责人担任。

第十三条 每次认定著名商标,由省工商行政管理部门根据商标所指商品的类别和特性,从认定委员会中确定 17 人以上的单数组成著名商标认定组。

认定组应当依据著名商标申请材料、省工商行政管理部门的审核意见以及其他方面的意见,客观、公正地进行评审、认定。

第十四条 认定为著名商标的,应当由认定组的全体委员以无记名投票方式表决,并获三分之二以上多数通过。

认定组的委员不得委托他人代为评审或者进行表决。

第十五条 认定委员会委员以及参加著名商标评审、认定的其他工作人员与申请人有利害关系或者其他关系,可能影响公正评审、认定的,应当回避。

申请人或者利害关系人认为认定委员会委员以及参加著名商标评审、认定工作的其他人员应当回避的,可以书面或者口头方式向省工商行政管理部门提出。

认定委员会委员以及参加著名商标评审、认定工作的其他人员的回避,由省工商行政管理部门主要负责人决定。

第十六条 经认定的著名商标,由省工商行政管理部门颁发著名商标证书,并在省内主要新闻媒体上发布公告;未予认定的,应当以书面形式通知申请人。

著名商标所指商品视为知名商品。

第十七条 著名商标所有人和使用人必须在依法核定的商品上使用著名商标,不得擅自扩大使用范围。

著名商标所有人和使用人应当保证使用该著名商标的商品质量。

第十八条 著名商标的有效期为3年,自公告之日起计算。

有效期满前3个月,著名商标所有人可以向省工商行政管理部门提出续展申请。符合本办法第六条规定条件的,省工商行政管理部门应当予以确认并公告。每次续展的有效期为3年。

第十九条 著名商标所有人变更注册人名义、地址或者其他注册事项,或者依法许可他人使用其著名商标的,应当自变更登记或者签订著名商标使用许可合同之日起30日内报省工商行政管理部门备案。

经依法许可,使用他人著名商标的,必须在使用该著名商标的商品上标明被许可人的名称和商品产地。著名商标所有人应当监督被许可人使用该著名商标的商品质量。

第二十条 自公告之日起,著名商标所有人、使用人可以在其核定使用的商品及其包装、装潢、说明书、业务函件、广告宣传、展览以及其它业务活动中使用“山东省著名商标”字样。

未经依法认定或者未经著名商标所有人依法许可,他人不得使用“山东省著名商标”字样。

第二十一条 在著名商标所指商品的同类商品中,他人不得实施下列行为:

(一)将与著名商标相同或者近似的文字、图形、字母、数字、三维标志和颜色组合,以及上述要素的组合作为商品名称、包装、装潢使用或者作为未注册商标使用,且可能造成相关公众误认的;

(二)使用著名商标所指商品特有的或者与其近似的名称、包装、装潢,且可能造成相关公众误认的。

第二十二条 在与著名商标所指商品不相同或者不相类似的商品上,将与著名商标相同或者相近似的文字、图形、字母、数字、三维标志和颜色组合以及上述要素的组合作为商品名称、包装、装潢使用或者作为未注册商标使用,且可能造成相关公众误认的,著名商标所有人、使用人可以请求工商行政管理部门予以制止。

第二十三条 他人将与著名商标相同或者近似的文字作为企业名称、字号使用,并可能对著名商标的权益造成损害的,工商行政管理部门不予登记。但是,企业名称、字号登记在先的除外。

第二十四条 在本省行政区域以外遭受侵权的,著名商标所有人、使用人可以向省工商行政管理部门请求帮助。省工商行政管理部门应当协助解决。

第二十五条 著名商标所有人可以依法转让该商标。受让人依法受让该商标后,需要继续作为著名商标使用的,应当按照本办法的规定重新申请认定。

第二十六条 有下列情形之一的,由省工商行政管理部门撤销其著名商标并予以公告:

(一)以提供虚假文件、材料等欺骗手段取得著名商标的;

(二)在著名商标的有效期内,该著名商标所指商品的质量和售后服务差,或者其产量、销售额、纳税额、市场占有率等主要经济指标严重下降的;

(三)擅自超越所核定的使用范围,责令其限期改正而拒不改正的;

(四)逾期未申请续展,或者申请续展后经审查不符合本办法第六条规定条件的;

(五)具有其他严重违反商标使用管理规定行为的。

著名商标所有人、使用人有前款第(一)项情形的,自撤销公告发布之日起3年内,省工商行政管理部门不得重新受理其认定申请。

第二十七条 省工商行政管理部门组织评审、认定著名商标,除按规定收取评审费、公告费以外,不得向申请人收取或者变相收取其他任何费用。

评审费、公告费的具体标准,由省物价会同财政等部门确定。

第二十八条 违反本办法,有下列行为之一的,由省工商行政管理部门按照以下规定给予处罚:

(一)著名商标所有人自变更登记或者签订著名商标使用许可合同后未按规定备案的,给予警告,责令限期改正;逾期仍未改正的,并处1000元以下的罚款;

(二)未经依法认定或者未经著名商标所有人依法许可,擅自使用“山东省著名商标”字样的,责令改正,收缴其商标标识,并根据情节轻重处以5000元以上2万元以下的罚款;

(三)著名商标所有人或者使用人擅自扩大著名商标所指商品的核定使用范围的,责令改正,并根据情节轻重处以1万元以上3万元以下的罚款;

(四)以提供虚假文件、材料等欺骗手段取得著名商标的,收缴违法制作的商品说明书、包装、装潢等,并根据情节轻重处以1000元以上1万元以下的罚款。

第二十九条 违反本办法,侵犯著名商标所有人的著名商标专用权,或者在使用著名商标过程中其商品标识不符合规定要求或者其商品粗制滥造、以次充好,欺骗消费者的,由县级以上工商行政管理部门或者其他有关部门依据《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律、法规的规定予以处罚。

第三十条 工商行政管理部门及其工作人员有下列情形之一的,对直接负责的主管人员和其他直接责任人员依法给予行政处分;构成犯罪的,依法追究刑事责任:

(一)违反法定程序组织评审、认定著名商标的;

(二)未依法履行保护著名商标职责的;

(三)违法向申请人收取费用的;

(四)其他滥用职权、徇私舞弊行为并造成严重后果的。

第三十一条 著名商标认定委员会委员在著名商标的评审、认定过程中弄虚作假、徇私舞弊,造成著名商标的认定结果严重失实的,由省工商行政管理部门撤销其委员资格,并由其所在单位或者监察机关依法给予行政处分。

第三十二条 著名商标的具体认定标准以及认定委员会委员的资格、任期和具体的认定程序、规则等,由省工商行政管理部门会同有关部门制定,报省人民政府批准后公布执行。

第三十三条 本办法关于商品商标的规定,适用于服务商标、证明商标、集体商标。

第三十四条 本办法自2006年4月1日起施行。

中华人民共和国商务部政府网站 (WWW.mofcom.gov.cn)

——中国商务领域门户网站

中华人民共和国商务部政府网站(www.mofcom.gov.cn,以下简称网站)是中国政府发布商务政策法规,公布经济信息,提供公共商务信息服务的官方网站和重要平台。

网站实行“单位组网、网站组栏”的管理模式,拥有包括商务部机关、中国驻外经商机构、驻各地特派员办事处等单位在内的 300 多个子站点,全方位地为公众提供公共商务信息服务。网站作为中国商务部的对外窗口,实现了与国务院各部委、各进出口商会、全国县级以上商务主管部门、经济技术开发区等近 5000 个网站的链接,日平均点击 300 多万次,已经成为海内外商务界人士了解中国商务政策、获得最新商务信息的首选网站,成为面向世界的中国商务领域的门户网站。

网站设有新闻发布、政策发布、地方经贸、驻外报道、经济信息、网上政务、重要专题、统计资料、商务数据库、网上广播和公众留言等栏目,及时、全面地报道最新国内外商务新闻、动态;直接权威地公布新制定或清理修订的中国商务法规政策;准确公告商务部组织机构;及时发布中国商务统计数据等政务信息。

网站为中英文双语,随时为世界各国、各地区从事商务管理和经营活动的各类机构和企业,提供了解中国商务领域政策和市场信息的机会。网站在中国政府上网工程中被评为“政府上网工程最佳网站”。

网站由中华人民共和国商务部信息化司主管。

网站地址:www.mofcom.gov.cn

联系电话:(010)65121919

传 真:(010)65198455

地 址:北京市东长安街 2 号

邮政编码:100731

《中国对外经济贸易文告》简介

《中国对外经济贸易文告》(以下简称《文告》)的前身为《中华人民共和国对外贸易经济合作部文告》,创刊于1993年,2002年6月经国务院批准更名。《文告》汇集刊登全国人大、国务院、各地方和各部门已按现行规定公布的所有有关或影响货物贸易、服务贸易、与贸易有关的知识产权(TRIPS)和外汇管制的法律、法规及其它措施等相关信息,并作为我国政府向WTO及其成员通报咨询和WTO对我贸易政策审议的官方刊物。

同时《文告》还承担商务部公报的职能。根据《中华人民共和国立法法》的相关规定,在《文告》上公布的由商务部制定的有关国内外贸易和国际经济合作方面的规章文本为标准文本,具有法律效力。

《文告》是了解中国国内外贸易和国际经济合作相关法律、法规、规章和其他措施的官方指定刊物,由商务部办公厅负责编辑,每周出版1—2期,不固定页码,全年出版不超过80期。

从2004年起《文告》简体中文版通过商务部政府网站(www.mofcom.gov.cn)向全社会免费赠阅。

《中国对外经济贸易文告》办公室联系方式:

地址:北京市东长安街2号 邮编:100731

电话:010-65198095,65198096

传真:010-65198094

Email:gazette@mofcom.gov.cn

主管部门:中华人民共和国商务部

主办单位:中华人民共和国商务部办公厅

编辑发行:《中国对外经济贸易文告》办公室

国内统一刊号:CN11-4893/D
