



中国对外经济贸易文告

CHINA FOREIGN TRADE AND ECONOMIC COOPERATION GAZETTE

2010年第9期(总第566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

2010年2月10日

第9期(总第566期)

目 录

1. 商务部、发展改革委、工业和信息化部、财政部、环境保护部、交通运输部、农业部、
海关总署关于规范发展拆船业的若干意见 (3)
2. 财政部、国家发展改革委、工业和信息化部、公安部、商务部、工商总局、质检总局
关于继续实施汽车下乡政策的通知 (4)
3. 中华人民共和国海关总署公告2010年第8号 (5)
4. 中华人民共和国商务部公告2010年第8号,公布关于原产于美国的进口白羽肉
鸡产品反倾销调查的初步裁定 (7)

商务政府网站网址: <http://www.mofcom.gov.cn>

CHINA FOREIGN TRADE AND ECONOMIC COOPERATION GAZETTE

General Office of MOFCOM

February 10, 2010

No. 9(Series Issue No. 566)

Contents

1. Several Opinions of the Ministry of Commerce, the National Development and Reform Commission, the Ministry of Industry and Information Technology, the Ministry of Finance, the Ministry of Environmental Protection, the Ministry of Transport, the Ministry of Agriculture, the General Administration of Customs of the People's Republic of China, on Regulating the Development of Ship—breaking Industry
..... (3)
2. Circular of the Ministry of Finance, the National Development and Reform Commission, the Ministry of Industry and Information Technology, the Ministry of Public Security, the Ministry of Commerce, the State Administration for Industry and Commerce, the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the People's Republic of China, on Continuously Implementing the Automobile to Rural Areas Policies
..... (4)
3. Announcement No. 8, 2010 of the General Administration of Customs of the People's Republic of China
..... (5)
4. Announcement No. 8, 2010 of the Ministry of Commerce of the People's Republic of China
..... (7)

Website of MOFCOM: <http://www.mofcom.gov.cn>

商务部 发展改革委 工业和信息化部 财政部 环境保护部 交通运输部 农业部 海关总署 关于规范发展拆船业的若干意见

商产发〔2009〕614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、发展改革委、工业和信息化厅(局)、财政厅(局)、环保厅(局)、交通厅(局)、渔业厅(局),各直属海关:

拆船业是船舶产业链的重要环节,发展拆船业有利于保护海洋等水域环境,加快废旧船舶淘汰,实现资源循环利用,促进船舶工业健康持续发展。我国拆船业起源于上世纪八十年代进口废船的拆解处理,经过多年的发展,已逐步由粗放型向集约型转变,在拆解规模、机械装备、工艺技术、安全生产、环境保护和保障工人健康等方面取得了一定成效。在进口废船拆解处理取得长足进展的同时,国内报废船舶拆解处理发展滞后,行业面临集中度低、部分企业环保治理能力差、拆船管理法规制度不健全、拟拆解船舶交易不规范、非法拆解严重等问题,亟需完善政策、规范管理。

2008年下半年以来,受国际金融危机影响,世界贸易大幅减少,海运需求快速萎缩,老旧船舶淘汰速度加快,拆船业发展面临新的机遇,但由此带来的环保问题不容忽视。规范发展拆船业,实行定点拆解,有利于提高行业环保水平,加快老旧船舶淘汰更新,扩大新船需求空间,促进船舶工业持续健康发展。根据国务院《船舶工业调整和振兴规划》的总体要求,现提出如下意见:

一、指导思想和发展目标

(一)指导思想。深入贯彻落实科学发展观,建设资源节约型、环境友好型社会,坚持发展循环经济,提高拆船业安全环保能力,实现绿色拆船。逐步规范拆船业发展,切实把拆船业的发展纳入经济效益和社会效益、生产发展和环境保护并重的科学发展轨道。

(二)发展目标。加强废船流向监管,实行定点拆解;完善拆船业循环经济的基本模式;开展清洁生产,实施绿色拆解;加快各类人才培养、引进,提高拆船业队伍整体素质。

二、严格行业准入,提高环保水平

(三)建立拆船行业准入标准和退出机制,将拆解技能、安全环保投入、场地设施要求和科学化管理等作为审核的重要指标,促进拆船企业增强环保治理能力、提高技术与管理水平,实现优胜劣汰。

(四)各级环保、海事、渔业等部门要按照环境保护有关规定,严格审核船舶拆解企业的选址、环保设施、污染治理能力,做好环境风险评估。逐步淘汰简易船坞拆解,禁止冲滩拆解。各地要对本地的船舶拆解场所进行专项整顿,对非法拆解点和污染严重的拆船厂坚决予以取缔。

三、完善强制报废制度,实行定点拆解

(五)进一步完善老旧船舶报废制度,禁止已达到报废标准的船舶从事生产、运输活动。对已达到报废标准的船舶或经检验不满足安全技术要求的老旧船舶,船检机构不予核发船舶检验证书,各有关管理机构不予签证和办理船舶登记手续、不予核发船舶营运证件等。各船舶管理机构要研究制定管理办法,严格监管废船流向,对报废船舶实行跟踪管理,防止废船流入非法拆解渠道,清除安全和环境污染的隐患。

(六)对国内各类船舶拆解处理企业进行统一规划,实行定点管理。引导企业以国际市场为主向国内外市场并重发展,鼓励以优势拆解企业为主体对行业进行整合。禁止非定点企业拆解处理废船。

(七)研究国内报废船舶定点拆解优惠政策,运用经济手段引导老旧船舶到定点企业进行拆解,规范废船交易,降低环保安全隐患,促进拆船业持续健康发展。

四、加强进口管理,监控废船流向

(八)建立废船进口预警机制。综合国内拆船业发展规模、布局、技术、环保水平、国际国内废船市场供需关系以及国内环境承载能力等因素,对年度废船进口进行评估和预警,并根据情况适时调控。环境保护部根据相关规定,为企业办理进口批准文件。企业持有有关进口批准文件到海关办理废船进口的通关手续。检验检疫机构要加强对废船进口的检疫监管。

(九)加强行业自律,推行废船进口代理制,规范进口秩序。综合企业对外议价能力、拆解能力、环保水平等因素,对符合条件的企业授予进口代理资质。严格监控进口废船流向,防止流入非法拆解渠道。

五、倡导绿色拆船,鼓励循环利用

(十)拆船企业要建立环境管理体系、职业安全健康管理体系和质量管理体系,对环境、安全、健康、质量进行规范管理。开展循环经济试点工作,建立考核拆船企业发展循环经济的指标评价体系。参照国际海事组织《国际安全与无害环境拆船公约》和国际劳工组织《拆船业安全卫生指南》,结合《绿色拆船通用规范》行业标准,开展创建绿色拆船厂活动。

(十一)严禁利用废船拆解的旧设备拼装造船;鼓励拆船企业加大对下游产品的开发力度,对废船拆解的旧材料进行深加工。

六、强化工作落实,发挥协会作用

(十二)切实抓好各项政策措施的落实工作。各有关部门要密切配合、形成合力,抓紧落实各项政策,制订完善相关规划、标准和管理办法;各地要结合当地实际,细化操作程序,加强监督执法。工作中遇到的新情况、新问题及意见建议,及时向有关部门反映。

(十三)发挥行业协会联系政府、服务企业、促进行业自律的功能,协助政府加强行业管理,加强调查研究,反映企业诉求和行业情况,组织制定技术标准、环保标准、劳工保护标准等行规行约,督促企业履行社会责任。

中华人民共和国商务部
国家发展和改革委员会
工业和信息化部
中华人民共和国财政部
环境保护部
交通运输部
中华人民共和国农业部
中华人民共和国海关总署
二〇〇九年十二月三十日

财政部 国家发展改革委 工业和信息化部 公安部 商务部 工商总局 质检总局关于继续实施汽车下乡政策的通知

财建〔2010〕4号

各省、自治区、直辖市、计划单列市新疆生产建设兵团财政、发展改革、工业和信息化、公安、商务、工商、质检主管部门:

为提高农民生活质量,促进汽车行业平稳较快发展,进一步发挥拉动消费带动生产的作用,国务院第91

次常务会议决定继续实施汽车下乡政策。现就有关事项通知如下：

一、汽车下乡政策实施延长一年，至 2010 年 12 月 31 日止。

二、摩托车下乡政策执行到 2013 年 1 月 31 日。

三、汽车摩托车下乡具体政策及操作办法仍按《汽车摩托车下乡操作细则》(财建[2009]248 号)执行。

四、各有关部门要高度重视汽车摩托车下乡工作，加强协调配合，按照现行有关文件要求，把汽车摩托车下乡政策宣传好、落实好。

中华人民共和国财政部
国家发展和改革委员会
工业和信息化部
中华人民共和国公安部
中华人民共和国商务部
国家工商行政管理总局
国家质量监督检验检疫总局
二〇一〇年一月八日

(稿件来源：财政部提供)

中华人民共和国海关总署 公 告

2010 年 第 8 号

根据《中华人民共和国政府和新西兰政府自由贸易协定》和海关总署公告 2008 年第 91 号，我国对自新西兰进口的四大类 11 个税号农产品(以下简称“有关农产品”)实施特殊保障措施管理。现将 2009 年度有关农产品适用协定税率进口数量和 2010 年度进口触发水平数量予以公布，海关总署公告 2008 年第 91 号仍继续适用。

特此公告。

附件：2009 年度有关农产品适用协定税率进口数量和 2010 年度进口触发水平数量情况表

中华人民共和国海关总署
二〇一〇年一月二十九日

(稿件来源：海关总署提供)

2009 年度有关农产品适用协定税率进口数量和 2010 年度进口触发水平数量情况表

单位:吨

分类	税号	产品描述	2009 年度适用协定税率进口数量			2010 年度适用协定税率可进口数量	
			本年度触发水平数量	累计进口数量	以在途方式进口数量	《协定》所规定本年度触发水平数量(按协定)	本年度实际可进口的触发水平数量
一	04012000	脂肪含量>1%但≤6%未浓缩及未加糖的乳及奶油	1365	1559.09	194.088	1433	1238.912
	04013000	脂肪含量>6%未浓缩及未加糖的乳及奶油					
二	04021000	脂肪含量≤1.5%固状乳及奶油					
	04022100	脂肪含量>1.5%未加糖固状乳及奶油	99750	102312	2561.837	104738	102176.163
	04022900	脂肪含量>1.5%加糖固状乳及奶油					
	04029100	浓缩但未加糖的非固状乳及奶油					
三	04051000	黄油	9870	11029.1	1159.082	10364	9204.918
	04059000	其他从乳中提取的脂和油					
四	04061000	鲜乳酪(未熟化或未固化的)					
	04063000	经加工的乳酪,但磨碎或粉化的除外	3780	3737.24	0	3969	3969
	04069000	其他乳酪					

说明:1.《协定》指《中华人民共和国政府和新西兰政府自由贸易协定》;

2. 2009 年度以在途方式进口数量=2009 年度适用协定税率累计进口数量-2009 年度触发水平数量;

3. 2010 年度实际进口的触发水平数量=2010 年度《协定》所规定年度触发水平数量-2009 年度以在途方式进口数量。

中华人民共和国商务部 公告

2010 年 第 8 号

根据《中华人民共和国反倾销条例》的规定,中华人民共和国商务部(以下简称“商务部”)于 2009 年 9 月 27 日发布立案公告,决定对原产于美国的进口白羽肉鸡产品进行反倾销立案调查。该被调查产品归在《中华人民共和国进出口税则》税则号:02071100、02071200、02071311、02071319、02071321、02071329、02071411、02071419、02071421、02071422、02071429 和 05040021。

商务部对被调查产品是否存在倾销和倾销幅度、被调查产品是否对国内白羽肉鸡产业造成损害及损害程度、倾销与损害之间的因果关系进行了调查。根据调查结果和《中华人民共和国反倾销条例》第二十四条的规定,商务部作出初步裁定(见附件)。现将有关事项公告如下:

一、初步裁定

商务部初步裁定,在本案调查期内,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了实质损害,而且倾销与实质损害之间存在因果关系。

二、征收保证金

根据《中华人民共和国反倾销条例》第二十八条、第二十九条的规定,商务部决定采用保证金形式实施临时反倾销措施。自 2010 年 2 月 13 日起,进口经营者在进口原产于美国的白羽肉鸡产品时,应依据本初裁决定所确定的各公司的倾销幅度向中华人民共和国海关提供相应的保证金。各公司应征保证金按照本公告附件 2 中列明的比率征收。

对被调查产品的具体描述如下:

被调查产品名称:白羽肉鸡产品。

英文名称:Broiler Products or Chicken Products。

被调查产品的具体描述: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。

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、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。

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

三、征收保证金的方法

自 2010 年 2 月 13 日起,进口经营者在进口原产于美国的白羽肉鸡产品时,应依据本初裁决定所确定的各公司的倾销幅度向中华人民共和国海关提供相应的保证金。保证金以海关审定的完税价格从价计征,计算公式为:保证金金额=(海关审定的完税价格×保证金征收比率)×(1+进口环节增值税税率)。

四、评论

各利害关系方在本公告发布之日起 20 天内,可向商务部提出书面评论并附相关证据,商务部将依法予以考虑。

特此公告。

附件：1. 中华人民共和国商务部关于原产于美国的进口白羽肉鸡产品反倾销调查的初步裁定
2. 各公司倾销幅度列表

中华人民共和国商务部
二〇一〇年二月五日

附件 1

中华人民共和国商务部关于原产于美国的进口 白羽肉鸡产品反倾销调查的初步裁定

根据《中华人民共和国反倾销条例》的规定，商务部（以下称调查机关）于 2009 年 9 月 27 日正式发布立案公告，决定对原产于美国的进口白羽肉鸡产品（以下称被调查产品）进行反倾销立案调查。该被调查产品归在《中华人民共和国进出口税则》税则号：02071100、02071200、02071311、02071319、02071321、02071329、02071411、02071419、02071421、02071422、02071429 和 05040021。

调查机关对被调查产品是否存在倾销和倾销幅度、被调查产品是否对国内白羽肉鸡产业造成损害及损害程度以及倾销与损害之间的因果关系进行了调查。根据《中华人民共和国反倾销条例》的规定，调查机关作出初步裁定如下：

一、调查程序

（一）立案。

2009 年 8 月 14 日，调查机关收到中国畜牧业协会代表国内白羽肉鸡产业提交的反倾销调查申请，请求对原产于美国的进口被调查产品进行反倾销调查。

调查机关审查了申请材料后，认为申请人符合《中华人民共和国反倾销条例》第十一条及第十三条和第十七条有关国内产业提出反倾销调查申请的规定。同时，申请书中包含了《中华人民共和国反倾销条例》第十四条、第十五条规定的反倾销调查立案所要求的内容及有关的证据。

根据上述审查结果及《中华人民共和国反倾销条例》第十六条的规定，调查机关于 2009 年 9 月 27 日发布立案公告，决定对原产于美国的进口被调查产品进行反倾销调查。调查机关确定的倾销调查期为 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。

（二）倾销及倾销幅度的初步调查。

1. 立案通知

在决定立案调查前，根据《中华人民共和国反倾销条例》第十六条规定，调查机关就收到国内白羽肉鸡产业反倾销调查申请书一事通知了美国驻华大使馆，并向其提供了申请书公开文本。

2009 年 9 月 27 日，调查机关发布立案公告，并正式通知美国驻华大使馆，请其通知相关出口商和生产

商。同日,调查机关将本案立案情况通知了本案申请人及申请书中列明的国(境)外企业,并将立案材料送至商务部公开信息查阅室供利害关系方查阅。各利害关系方可在公开信息查阅室查找、阅览、摘抄和复印。

2. 登记应诉

在立案公告规定的登记应诉期内,美国皮尔格林公司、泰森食品有限公司、楔石食品有限责任公司、桑德森农场公司、拉迈克斯食品有限公司、蒙太尔农场、大威廉地、科氏食品有限公司、好食品有限公司、英特莱国际贸易有限公司、玛杰克禽肉股份有限公司、佩科食品有限公司、瑞发德农场之家、福斯特家禽农场、菲尔代尔农场有限公司、水谷禽肉有限责任公司、克瑞利斯兄弟食品有限公司、凯斯农场有限公司、普渡农场股份有限公司、巴特菲尔德食品有限公司、阿米克农场有限公司、克拉斯顿禽肉农场、金丰满农场有限合伙企业、爱伦家族食品股份有限公司、迈特食品有限公司、B&B 家禽有限公司、哈里森家禽有限公司、西莫斯准备有限公司、蒂普拓普禽肉有限公司、波士顿阿格雷有限公司、汤德森股份有限公司、乔治股份有限公司、格柏家禽有限公司、出口罐头有限责任公司、佩塔卢马并购公司以及美国禽蛋品出口协会向调查机关登记倾销应诉。

3. 企业抽样

由于应诉企业较多,根据《反倾销调查抽样暂行规则》第三条的规定,调查机关决定对应诉企业进行抽样。调查机关综合考虑了应诉企业的出口量、出口金额等方面的指标,决定抽取美国皮尔格林公司、泰森食品有限公司、楔石食品有限责任公司作为选取公司,桑德森农场公司作为备选公司进行倾销调查。

4. 发放问卷和收取答卷

2009年10月20日,调查机关向抽样选取公司和备选公司发放了反倾销调查问卷,并要求其在37天内按规定提交准确、完整的答卷。在原始答卷期间内,美国皮尔格林公司、泰森食品有限公司、楔石食品有限责任公司和桑德森农场公司向调查机关申请延期递交答卷并陈述了相关理由。经审查,调查机关同意给予申请企业适当延期。至答卷递交截止之日,调查机关收到了上述应诉公司递交的调查问卷的答卷。

在随后的调查进程中,调查机关针对公司递交的原始答卷中存在的问题,分别向美国皮尔格林公司、泰森食品有限公司、楔石食品有限责任公司发放了补充问卷,并要求其在7天内按规定提交准确、完整的答卷。在此期间,美国皮尔格林公司、泰森食品有限公司、楔石食品有限责任公司申请延期提交补充问卷答卷并陈述了相关理由。经审查,调查机关不同意给予企业延期。至答卷递交截至之日,调查机关分别收到了上述公司递交的补充问卷答卷。

5. 相关利害关系方的评论

立案后,调查机关给予相关利害关系方机会发表评论。在规定的时间内,没有利害关系方就立案事宜发表评论。

关于产品范围:2009年10月19日,调查机关收到美国禽蛋品出口协会《对白羽肉鸡产品反倾销反补贴调查中产品范围和申请人资格问题的意见书》。2009年10月27日,调查机关收到申请人《对美国禽蛋协会有关产品范围和申请人资格问题的意见的评论意见》。美国禽蛋品出口协会未再就此发表评论意见。

2009年11月2日,调查机关收到泰森食品有限公司《关于请求确认白羽肉鸡反倾销反补贴案件被调查产品范围的函》。2009年11月9日,调查机关收到申请人《对美国 Tyson 关于请求确认被调查产品范围的函的评论意见》。2009年11月18日,调查机关收到泰森食品有限公司《关于再度请求确认白羽肉鸡反倾销反补贴案件被调查产品范围的函》。2009年11月24日,调查机关收到申请人《对美国 Tyson 关于再度请求确认被调查产品范围的函的评论意见》。泰森食品有限公司未再就此发表评论意见。

关于抽样:在规定的时间内,没有利害关系方就抽样事宜发表评论。

调查机关对利害关系方的评论意见依法予以了考虑。

(三)产业损害及损害程度的初步调查。

1. 参加产业损害调查活动登记

2009年9月27日,调查机关发出《关于参加白羽肉鸡产品反倾销案产业损害调查活动登记的通知》。2009年10月19日,参加调查活动登记期截止,调查机关共收到参加反倾销调查活动登记申请36份。分别为:国外生产者美国皮尔格林公司、泰森食品有限公司、桑德森农场公司、拉迈克斯食品有限公司、楔石食品有限责任公司、蒙太尔农场、大威康地、科氏食品有限公司、迈特食品有限公司、好食品有限公司、英特莱国际贸易有限公司、玛杰克禽肉股份有限公司、佩科食品有限公司、瑞发德农场之家、福斯特家禽农场、菲尔代尔农场有限公司、水谷禽肉有限责任公司、克瑞利斯兄弟食品有限公司、凯斯农场有限公司、普渡农场股份有限公司、帕特菲尔德食品有限公司、克拉斯顿禽肉农场、金丰满农场有限合伙企业、爱伦家族食品股份有限公司、B&B家禽有限公司、哈里森家禽有限公司、西蒙斯准备有限公司、蒂普拓普禽肉有限公司、波士顿阿格雷有限公司、汤德森股份有限公司、乔治股份有限公司、格柏家禽有限公司、出口罐头有限责任公司、佩塔卢马并购公司、国外生产者和出口商阿米克农场有限公司、国外生产者协会美国禽蛋品出口协会。调查机关经审查后接受了上述利害关系方的登记。

2. 成立产业损害调查组

2009年10月19日,调查机关成立了由商务部和农业部组成的白羽肉鸡产品反倾销案产业损害调查组,负责案件具体调查工作。

3. 发放和收回调查问卷

根据《反倾销条例》第二十条和商务部《反倾销产业损害调查规定》第二十四条、第二十五条的规定,调查机关于2009年10月20日向已知的国内生产者、进口商和国外生产者(出口商)发放了《国内生产者调查问卷》、《国内进口商调查问卷》和《国外生产者/出口商调查问卷》。

在调查问卷规定的回收期限内,调查机关共收到17份国内生产者答卷,答卷企业分别是:北京华都肉鸡公司、北京大发正大有限公司、大成万达(天津)有限公司、山西省文水县大象禽业有限公司食品分公司、山西粟海集团有限公司、沈阳华美畜禽有限公司、黑龙江翔宇实业有限责任公司、安徽省和威农业开发股份有限公司、东六和集团有限公司、山东亚太中慧集团有限公司昌乐分公司、山东春雪食品有限公司、山东民和牧业股份有限公司、山东昱合食品集团有限公司、青岛九联集团股份有限公司、河南大用实业有限公司、河南陈州华英禽业有限公司和河南永达清真食品有限公司。

在经批准延期递交问卷的期限内,调查机关收到国外生产者答卷3份,答卷企业分别是:泰森食品有限公司、桑德森农场公司以及美国皮尔格林公司。调查机关还收到美国禽蛋品出口协会代表32家会员企业填写的汇总答卷1份。

4. 听取利害关系方意见陈述

根据《反倾销条例》第二十条的规定,应本案申请人的申请,调查机关于2009年10月20日召开了申请人意见陈述会,听取了申请人中国畜牧业协会及其会员企业就本案背景、提起申请的主要理由等相关问题的意见陈述。

5. 接收利害关系方书面评论意见

2009年10月19日,调查机关收到美国禽蛋品出口协会《对白羽肉鸡产品反倾销反补贴调查中产品范围和申请人资格问题的意见书》(以下简称《产品范围意见书》)。

2009年10月27日,调查机关收到申请人《对美国禽蛋协会有关产品范围和申请人资格问题的意见的评论意见》。

2010年1月7日,调查机关收到美国禽蛋品出口协会《关于白羽肉鸡反倾销和反补贴案产业损害抗辩

意见》。

2010年1月26日,调查机关收到申请人《对美禽蛋协会〈产业损害抗辩意见〉的评论意见》。

6. 初裁前实地核查

根据《反倾销条例》第二十条和商务部《反倾销产业损害调查规定》第二十七条规定,2009年11月6日,调查机关发出《关于白羽肉鸡产品反倾销案初裁前实地核查的通知》,并分别对北京华都肉鸡公司、山东民和牧业股份有限公司和山东春雪食品有限公司进行了初裁前的实地核查。实地核查期间,调查机关考察了白羽肉鸡产品生产、分割加工现场、以及食品安全检验、检疫、环境保护等设施,了解了屠宰加工工艺流程和生产技术。调查机关对企业提交的《国内生产者调查问卷》答卷中填写的数据及所附证据进行了核实,并收集了相关证据材料。

7. 公开信息

根据商务部《产业损害调查信息查阅与信息披露规定》第八条、第十四条的规定,本案公开资料均已及时送交商务部贸易救济措施公开信息查阅室。各利害关系方可在公开信息查阅室查找、阅览、摘抄和复印。

调查机关对申请书及所附证据材料、收回的调查问卷答卷和实地核查结果进行了认真分析和全面评估,对利害关系方的意见依法给予了考虑。

二、被调查产品和调查范围

(一)被调查产品。

被调查产品名称:白羽肉鸡产品。

英文名称:Broiler Products or Chicken Products。

被调查产品的具体描述: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。

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、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。

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

(二)调查范围。

调查范围:原产于美国的进口白羽肉鸡产品。

三、国内同类产品和国内产业

(一)国内同类产品的认定。

根据《反倾销条例》第十二条和商务部《反倾销产业损害调查规定》第十条、第十一条的规定,调查机关对国内产业生产的白羽肉鸡产品和被调查产品的质量、规格、鸡种和饲料、生产加工流程、产品用途、销售渠道和客户群体、产品可替代性、消费者评价等因素进行了调查,初步证据显示:

1、产品质量

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。

根据初步调查,国内企业生产的白羽肉鸡产品和被调查产品均须满足各自的食品安全标准,二者在药残、微生物和致病菌指标均能够得到有效保障。国内企业提供的客户反馈证据显示,国内企业生产的白羽肉鸡产品质量是受到消费者广泛认可的。调查机关注意到,无论是国内生产企业,还是美国生产企业,白羽肉鸡产品都要符合危害分析和关键控制点标准(HACCP),以防止和控制食品安全危机。初步证据表明,国

内产业生产的白羽肉鸡产品和被调查产品在质量上没有实质性的区别,能够互相替代。

调查机关在调查中了解到,由于自动化程度和人工操作的差异,导致国内产业生产的白羽肉鸡产品和被调查产品在感官和加工精细度上存在一定的差异。国内产业生产的白羽肉鸡产品比被调查产品精细度更高,清洁度更好。但这种因为自动化或人工操作程度不同而导致产品之间的细微差异,并未改变产品的理化指标。

2、白羽肉鸡的品种和饲养

国内白羽肉鸡产业饲养品种主要有 AA、Ross 和 Cobb 三大品种。国内白羽肉鸡祖代优质种鸡主要从美国引进,在国内繁殖父母代,最终生产出商品代白羽肉鸡。国内的白羽肉鸡饲养品种与美国没有实质性的区别,且饲养方式基本相同,饲料的来源主要是玉米和豆粕。

3、加工工艺流程

国内产业所采用的生产加工流程与被调查产品的绝大部分企业采用的生产加工流程基本相同,一般是将活体白羽肉鸡进行宰杀,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,最后经过冷冻处理出产成品。二者分割工艺不同之处在于美国大多采用机械加工,而国内的生产加工多为人工操作。这种不同的分割方式并不影响产品的理化指标和用途,二者在产品质量上无实质区别。

4、产品的消费领域和用途

国内生产的白羽肉鸡产品和被调查产品在我国市场上的基本用途是用于人的食用。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、销售渠道和客户群体

被调查产品一般通过海运方式进入我国华东和华南等地区,采用直销等方式在国内各地进行销售。国内企业生产的白羽肉鸡产品也是通过直销或分销的形式面向全国进行销售。国内生产的白羽肉鸡产品和被调查产品在销售方式、销售地域上具有相同性或重叠性,且部分消费群体互相重合,消费者既使用被调查产品,也同时使用国内产业生产的白羽肉鸡产品,二者具有竞争关系。

综合以上因素,调查机关认定,尽管因为自动化程度和人工操作的不同,导致国内产业生产的白羽肉鸡产品和被调查产品在产品感官上和规格上存在一定的差异,但是二者在质量上并没有实质性的区别,而且二者产品在白羽肉鸡的品种和饲养、加工工艺流程、产品用途、销售渠道和客户群体等方面也是基本相同,具有相似性和可比性,可以相互替代。因此,国内产业生产的白羽肉鸡产品与被调查产品属于同类产品。

关于本案同类产品的问题,美国禽蛋品出口协会在其提交的《产品范围意见书》中主张:“白羽肉鸡产品”和“黄羽肉鸡产品”是同类产品,申请人在分析本次调查的申请人资格和损害情况时没有考虑“黄羽肉鸡产品”。

针对美国禽蛋品出口协会的主张,申请人在其评论意见中主张:“本案被调查产品范围决定了国内同类产品只能是白羽肉鸡产品”。“由于被调查产品的范围仅限定为白羽肉鸡产品,并且国内存在与被调查产品相同的白羽肉鸡产品”,因此申请人认为“将本案同类产品界定在国内白羽肉鸡产品是完全符合法律规定的”,“调查机关没有必要,也不应当把黄羽肉鸡产品界定在国内同类产品范围之内”。

根据《反倾销条例》第十二条和《反倾销产业损害调查规定》第十条的规定,国内同类产品是指与“倾销进口产品相同的产品;没有相同产品的,在与倾销进口产品的特性最相类似的产品为同类产品”。从上述定义可以看出,“被调查产品”是定义“同类产品”的前提或参照物,同类产品应是与被调查产品相同的产品,只有在没有相同产品的情况下,才以与被调查进口产品特性最相似的产品为同类产品。

本案被调查产品的范围为“白羽肉鸡产品”,因此在界定“同类产品”时,调查机关首先需要考察国内是

否存在相同的“白羽肉鸡产品”。如果不存在,调查机关才有必要寻找特征最相类似的产品。

通过调查,调查机关了解到了以下事实:第一,国内本土存在“白羽肉鸡产品”生产企业,且具有一定产业规模;第二,国内产业生产的白羽肉鸡产品与被调查产品在质量、生产工艺、品种、饲料、销售渠道等方面不存在实质区别。对于国内产业生产的白羽肉鸡产品与被调查产品属于相同产品的事实,美国禽蛋品出口协会未对此提出异议。

针对“黄羽肉鸡产品”和“白羽肉鸡产品”是否属于同一类产品问题,调查机关对二者的差异进行了调查,并就二者产品基本的感官、理化指标、生产工艺、销售形式、消费者评价等方面进行了初步的核实和比较。

1、感官和理化指标的实质性区别

白羽肉鸡和黄羽肉鸡在羽毛颜色、皮肤颜色、毛孔、皮下脂肪、体貌、常量营养成分、肌肉脂肪含量、常规肉质、微量成分、组织化学等方面均存在实质性的差异。

2、生产流程的实质性区别

美国禽蛋品出口协会在其《产品范围意见书》中指出“不管肉鸡品种如何,饲养和屠宰肉鸡的工艺是相同的。……中国存在大规模工业化饲养黄羽肉鸡和生产黄羽肉鸡的企业,其生产设备和工艺与白羽肉鸡是相同的。

调查机关在调查过程中了解到如下事实:白羽肉鸡和黄羽肉鸡在整个饲养和加工过程中不能够混杂在一起,需独立进行饲养和加工。由于白羽肉鸡的生产、检验、检疫更加严格,如将黄羽肉鸡和白羽肉鸡混杂在一起,将严重影响到白羽肉鸡的产品质量和食品安全。下列调查证据也表明,白羽肉鸡和黄羽肉鸡在具体生产流程有着明显的不同。

(1)雏鸡种类不同

白羽肉鸡饲养的品种主要从国外引进,包括 AA、Ross、Cobb 等。而黄羽肉鸡饲养的雏鸡则是国内地方优势品种,包含了黄羽、麻羽等有色羽鸡种。

(2)日粮养分含量和光照时间不同

相比白羽肉鸡,黄羽肉鸡的饲养周期更长,因此对日粮养分含量的要求要低于白羽肉鸡。比如,在饲料的蛋白水平上,白羽肉鸡蛋白要求在 22%—17%之间,而黄羽肉鸡的蛋白要求在 20%—15%之间。另外,在光照时间上也不尽相同。白羽肉鸡的光照采用 24 小时逐步降低的过程;而黄羽肉鸡则是育雏加光而育成采用自然光照。

(3)饲养方式不同

黄羽肉鸡生长适应性强,管理较为粗放,除舍养外还可放牧饲养。而白羽肉鸡生长环境要求较高,需要精细管理,以集约化舍养为主。在饲养面积上,每平方米可饲养的黄羽肉鸡数量也明显多于白羽肉鸡数量。

(4)饲养周期不同

根据生长速度,黄羽肉鸡可以分为优质型、中速型、快速型黄羽肉鸡,由于黄羽肉鸡品种多样,因此上市日龄具有不确定性,一般饲养周期在 80—120 天左右。而白羽肉鸡的饲养周期一般只在 42—49 天左右。

3、在国内市场上的销售形式不同

黄羽肉鸡和白羽肉鸡在产品形式上存在明显的区别。黄羽肉鸡主要以活体进行销售,白羽肉鸡则要经过屠宰加工方才进入市场。因此,在食品检疫上,黄羽肉鸡一般只进行活体检疫,而白羽肉鸡的检验或检疫则更为严格,不仅要经过活体检疫,还需要对加工后的产品进行更加复杂的检验程序,以确保食品安全。

4、消费者和生产者评价不同

在国内市场,黄羽肉鸡肉质鲜嫩,风味独特,深受广大消费者喜爱,由于价位较高,对消费群体有一定限

制。而白羽肉鸡产品尽管价格低廉,分割产品多样化,但肉质和风味与黄羽肉鸡产品有较大的差异。

5、价格方面的不同

黄羽肉鸡种类繁多,价格也不尽相同。正常情况下,黄羽肉鸡的价格要明显高于白羽肉鸡价格,其中优质型黄羽肉鸡价格比白羽肉鸡高三倍以上,而中速偏快型黄羽肉鸡价格也比白羽肉鸡高近一倍。

综上所述,黄羽肉鸡产品和白羽肉鸡产品在基本的感官、理化指标、生产流程、消费者和生产者的评价、价格等方面均存在实质性的区别,因此,调查机关认定,白羽肉鸡和黄羽肉鸡不属于同一类产品,将本案同类产品界定在国内白羽肉鸡产品是符合法律规定的。

(二)国内产业的认定。

调查机关对本案国内产业范围进行了审查。初步证据显示,2006—2008年和2009年上半年,支持本次反倾销调查的国内生产企业的合计白羽肉鸡产品产量占国内同类产品总产量的比例分别为45.53%、50.72%、50.82%和52.59%。根据《反倾销条例》第十一条和商务部《反倾销产业损害调查规定》第十三条规定,调查机关初步认定,上述支持本次反倾销调查的国内生产企业可以代表国内白羽肉鸡产业。

四、倾销和倾销幅度

调查机关审查了各应诉公司的答卷,对各公司的正常价值和出口价格作如下认定:

(一)正常价值、出口价格及价格调整项目的认定。

美国皮尔格林公司(Pilgrim's Pride Corporation)

1. 正常价值

调查机关对该公司出口中国的被调查产品及在美国国内销售的同类产品的型号进行了审查。调查机关认为,该公司在答卷及补充答卷中提供了型号划分的基本依据,反映了该公司被调查产品及国内同类产品的实际生产和销售情况,决定在初裁中暂接受该公司在答卷中主张的型号划分方法。

调查机关对该公司国内销售被调查产品同类产品总量及各型号占同期向中国出口对应数量的比例进行了审查。经审查,调查期内该公司国内销售被调查产品同类产品总量占同期向中国出口销售总量的比例大于5%。在分型号的数量审查中,根据《中华人民共和国反倾销条例》第四条规定,对于被调查产品同类产品的国内销售数量占同期向中国大陆出口销售数量大于5%的,以所有国内销售为基础确定正常价值;对于被调查产品同类产品的国内销售数量占同期向中国大陆出口销售数量的比例不足5%的,调查机关决定暂采用这些型号产品的生产成本加合理费用、利润确定结构正常价值。

调查机关审查了该公司国内交易情况。该公司主张,调查期内的国内销售全部是销售给非关联最终用户或者分销商。经审查,调查机关暂决定以该公司销售给美国国内非关联最终用户或者分销商的价格作为确定正常价值的基础。

调查机关对该公司倾销调查期内国内销售是否低于成本进行了审查。该公司在答卷和补充答卷中虽然简单报告了倾销调查期内不同型号被调查产品的生产成本明细,包括直接材料、直接人工、其他成本等,但是该公司答卷中不同部分提供的被调查产品及其同类产品生产数量差异巨大,且未能作出合理解释。调查机关无法获得各型号被调查产品的生产成本数据,决定暂以公司报告的完全生产成本为基础,加权平均计算被调查产品的完全生产成本。

调查机关根据生产成本和费用对该公司国内销售的同类产品进行了低于成本测试。根据《中华人民共和国反倾销条例》第四条规定,对于被调查产品同类产品国内销售中低于加权平均成本的销售数量超过其国内销售数量20%的型号,调查机关决定以排除低于成本销售交易之后的国内销售作为确定其正常价值的基础;对于被调查产品同类产品国内销售中全部低于加权平均成本的型号,调查机关决定暂采用这些型号产品的生产成本加合理费用、利润确定其正常价值。

2. 出口价格

调查机关对该公司的出口价格进行了审查。该公司主张,在调查期内全部被调查产品直接销售给中国非关联进口商。

根据《中华人民共和国反倾销条例》第五条的规定,对于该公司直接销售给中国非关联进口商的交易,调查机关决定在初裁中以该非关联交易价格作为确定出口价格的基础。

3. 调整项目

根据《中华人民共和国反倾销条例》第六条规定,为公平合理比较,调查机关对该公司影响价格可比性的调整项目逐一进行了审查。

(1)关于正常价值

关于该公司报告的内销交易的调整项目,经审查,调查机关决定暂接受内陆运费、售前仓储费、出厂装卸费、包装费用、信用费用等调整主张。

(2)关于出口价格

关于该公司报告的出口交易的调整项目,经审查,调查机关决定暂接受内陆运费、售前仓储费、出厂装卸费、国际运费、国际运保费、包装费用、信用费用、出口检验费等调整主张。

关于 CIF 价格,经审查,现有证据表明该公司所报告的 CIF 价格是合理的,调查机关决定暂采信公司报告的 CIF 价格数据。

泰森食品有限公司(Tyson Foods, Inc.)

1. 正常价值

调查机关对该公司出口中国的被调查产品及在美国国内销售的同类产品的型号进行了审查。调查机关认为,公司在答卷及补充答卷中提供了型号划分的基本依据,反映了该公司被调查产品及国内同类产品的实际生产和销售情况,决定在初裁中暂接受公司在答卷中主张的型号划分方法。

调查机关对该公司国内销售被调查产品同类产品总量占同期向中国出口数量的比例进行了审查。经审查,调查期内该公司国内销售被调查产品同类产品总量占同期向中国出口销售总量的比例大于 5%。在分型号的数量审查中,根据《中华人民共和国反倾销条例》第四条规定,对于被调查产品同类产品的国内销售数量占同期向中国大陆出口销售数量大于 5%的,以所有国内销售为基础确定正常价值;对于被调查产品同类产品的国内销售数量占同期向中国大陆出口销售数量的比例不足 5%的,调查机关决定暂采用这些型号产品的生产成本加合理费用、利润确定结构正常价值。

调查机关审查了该公司国内交易情况。该公司主张,调查期内的国内销售客户包括关联和非关联最终用户或者分销商。经审查,调查机关认为该公司国内销售中关联销售价格与非关联销售价格差异并不明显,调查机关决定暂以该公司报告的国内销售价格作为确定正常价值的基础。

调查机关对该公司倾销调查期内国内销售是否低于成本进行了审查。调查机关审查了该公司提交的生产成本数据。调查机关经审查认为,该公司主张的分型号成本未能合理反映与被调查产品有关的生产成本。调查机关决定在初裁中暂以各型号加权平均的生产成本作为被调查产品及同类产品的生产成本。调查机关对该公司提交的销售、管理和财务费用数据进行了审查,决定在初裁中暂接受该公司填报的费用数据。

调查机关根据调整后的生产成本和费用对该公司国内销售的同类产品进行了低于成本测试。根据《中华人民共和国反倾销条例》第四条规定,对于被调查产品同类产品国内销售中低于加权平均成本的销售数量超过国内销售数量 20%的型号,调查机关决定以排除低于成本销售交易之后的国内销售作为确定正常价值的基础;对于被调查产品同类产品国内销售中低于加权平均成本的销售数量不足国内销售数量 20%的型

号,调查机关决定采用全部国内销售作为确定正常价值的基础。

2. 出口价格

调查机关对该公司的出口价格进行了审查。公司主张,在调查期内全部被调查产品全部销售给中国大陆非关联客户。

根据《中华人民共和国反倾销条例》第五条的规定,对于该公司销售给中国大陆非关联客户的交易,调查机关决定在初裁中以该非关联交易价格作为确定出口价格的基础。

3. 调整项目

根据《中华人民共和国反倾销条例》第六条规定,为公平合理比较,调查机关对该公司影响价格可比性的调整项目逐一进行了审查。

(1)关于正常价值

关于该公司报告的内销交易的调整项目,经审查,调查机关决定暂接受内陆运费、内陆保险费、售前仓储费、包装费用、信用费用等调整主张。

(2)关于出口价格

关于该公司报告的出口交易的调整项目,经审查,调查机关决定暂接受内陆运费、售前仓储费、国际运费、国际保险费、包装费用、信用费用等调整主张。

关于 CIF 价格,经审查,现有证据表明该公司所报告的 CIF 价格是合理的,调查机关决定暂采信公司报告的 CIF 价格数据。

楔石食品有限责任公司(Keystone Foods LLC)

1. 正常价值

调查机关对该公司出口中国的被调查产品及在美国国内销售的同类产品的型号进行了审查。调查机关认为,该公司在答卷中提供了型号划分的基本依据,反映了该公司被调查产品及国内同类产品的实际生产和销售情况,决定在初裁中暂接受该公司主张的型号划分方法。调查机关对该公司国内销售被调查产品同类产品总量占同期向中国出口被调查产品总量的比例进行了审查。经审查,倾销调查期内该公司国内销售被调查产品同类产品总量占同期向中国出口被调查产品总量的比例大于 5%;在分型号的数量审查中,调查机关发现调查期内该公司各型号被调查产品同类产品的国内销售数量占同期向中国出口被调查产品数量的比例均小于 5%,根据《中华人民共和国反倾销条例》第四条规定,调查机关决定暂采用生产成本、费用加合理利润的方法确定被调查产品的正常价值。

调查机关审查了该公司的生产成本和费用。在答卷中,该公司报告了倾销调查期内的生产成本明细,包括直接材料、直接人工、燃料动力以及分摊的制造费用等。调查机关经初步审查认为,该公司主张的分型号成本未能合理反映与被调查产品有关的生产成本。调查机关决定在初裁中暂以各型号加权平均的生产成本作为被调查产品及同类产品的生产成本。调查机关对该公司提交的销售、管理和财务费用数据进行了审查,决定在初裁中暂接受该公司填报的费用数据。

2. 出口价格

调查机关审查了该公司在调查期内向中国出口被调查产品的情况。调查期内,该公司通过位于美国国内的非关联贸易商向中国客户出口被调查产品。经审查,调查机关决定暂以该公司与非关联贸易商间的价格作为确定出口价格的基础。

3. 调整项目

根据《中华人民共和国反倾销条例》第六条规定,为公平合理比较,调查机关对该公司影响价格可比性的调整项目逐一进行了审查。

(1)正常价值部分

该公司未对结构正常价值提出价格调整主张。

(2)出口价格部分

关于该公司报告的出口交易的调整项目,调查机关经审查,决定暂接受该公司对信用费用、内陆运费、出口检验费、其它需要调整的项目等进行调整的主张,并采信公司报告的拟调整的数据。

关于 CIF 价格,经审查,现有证据表明该公司所报告的 CIF 价格是合理的,调查机关决定暂采信公司报告的 CIF 价格数据。

其他应诉公司

根据《中华人民共和国反倾销条例》及商务部《反倾销调查抽样暂行规则》的规定,调查机关决定采用抽样选取公司的加权平均幅度,确定其他报名应诉但未被抽样选取的美国公司(含备选公司)的倾销幅度。

其他美国公司(All Others)

对于其他未应诉、未提交答卷的美国公司,根据《中华人民共和国反倾销条例》第二十一条的规定,调查机关决定采用已经获得的事实和可获得的最佳信息来做出有关倾销和倾销幅度的裁定。

(二)价格比较。

根据《中华人民共和国反倾销条例》第六条的规定,调查机关对进口产品的出口价格和正常价值,考虑了影响价格的各种可比性因素,按照公平、合理的方式进行了比较。调查机关在当事人提交的证明材料基础上,将应诉公司的正常价值和出口价格在出口国出厂价的基础上予以比较。在计算倾销幅度时,调查机关将加权平均正常价值和加权平均出口价格进行比较,计算出倾销幅度。

(三)倾销幅度。

各公司的倾销幅度在本公告附件 2 中列明。

五、产业损害及损害程度

(一)被调查产品进口数量及所占国内市场份额。

1、被调查产品的进口数量

根据中华人民共和国海关统计,调查期内,来自被诉国家进口被调查产品数量呈持续增长趋势。2006 年、2007 年、2008 年和 2009 年上半年分别为 39.69 万吨、52.02 万吨、58.43 万吨和 30.56 万吨。2007 年和 2008 年分别比上年大幅增长了 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大幅上升趋势,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%。尽管 2007 年有所下滑,但自 2008 年起开始反弹,2009 年上半年几乎垄断国内进口市场。

2、被调查产品在中国市场所占份额

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在不断提高。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已比 2006 年提高了 3.92 个百分点。

(二)被调查产品进口价格及其对国内产业同类产品价格的影响。

1、被调查产品进口价格

根据中华人民共和国海关统计,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%。

2、国内产业同类产品价格

2006年、2007年、2008年和2009年上半年，国内产业同类产品的平均销售价格分别为7193.41元/吨、9397.66元/吨、10338.69元/吨和8834.04元/吨。2007年和2008年分别比上年提高了30.64%和10.01%，2009年上半年比上年同期下降了20.65%。

3、被调查产品进口价格对国内产业同类产品价格的影响

如上所述，调查期内，国内产业同类产品的平均销售价格与被调查产品进口价格变化趋势相同。2006—2008年均呈上升趋势，并在2009年上半年开始出现明显下降。国内产业同类产品的销售价格与被调查产品的进口价格具有关联性。

为了在相同货币单位下分析被调查产品进口价格对国内同类产品价格的影响，调查机关计算了被调查产品在中国市场销售的人民币价格。2006年、2007年、2008年和2009年上半年，被调查产品的人民币价格分别为6623.90元/吨、9343.02元/吨、9823.12元/吨和8601.25元/吨。

上述数据显示，被调查产品的人民币价格走势并没有发生实质性的改变，而且与国内产业同类产品的销售价格走势完全一致。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。2006年、2007年、2008年和2009年上半年分别低于国内产业同类产品平均售价569.51元/吨、54.64元/吨、515.57元/吨和232.79元/吨。被调查产品对国内产业同类产品造成了明显的价格削减。

被调查产品的低价销售策略还对国内产业同类产品的销售价格产生了严重的抑制作用。初步证据显示，调查期内，除2007年外，国内产业同类产品的销售价格与销售成本长期倒挂，而2007年国内产业同类产品的销售毛利率也处于较低水平。国内产业同类产品长期处于亏损状态。特别是2008年以来，由于被调查产品的进一步价格削减，导致国内产业同类产品出现严重亏损。

综上所述，被调查产品所占中国市场份额的不断扩大与其持续大量低价对中国出口存在着紧密的联系，而且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重大影响，不仅对国内产业同类产品价格产生了明显的削减作用，同时导致国内产业同类产品的盈利能力大大减弱，并在调查期内始终处于严重亏损状况。

(三)国内产业相关经济因素和指标的评估。

根据《反倾销条例》第八条及商务部《反倾销产业损害调查规定》第七条等规定，调查机关对国内白羽肉鸡产业的相关经济因素和指标进行了调查，初步证据显示：

(1)表观消费量

调查期内，国内同类产品表观消费量持续增长。2006年、2007年、2008年和2009年上半年的表观消费量分别为563.57万吨、617.74万吨、659.13万吨和278.75万吨。2007年和2008年分别比上年增长9.61%和6.70%，2009年上半年比上年同期增长2.75%。

(2)产能

调查期内，国内白羽肉鸡市场需求的不断增长为国内产业带来了发展机遇。2006年、2007年、2008年和2009年上半年，国内产业同类产品的产能分别为298.07万吨、352.56万吨、376.14万吨和197.82万吨。2007年和2008年分别比上年增长18.28%和6.69%，2009年上半年比上年同期增长9.70%。

(3)产量

调查期内，2006—2008年国内产业同类产品的产量呈增长趋势，但2009年以来开始出现下滑趋势。2006年、2007年、2008年和2009年上半年，国内产业同类产品的产量分别为234.66万吨、279.83万吨、300.76万吨和131.52万吨。2007年和2008年分别比上年增长19.25%、7.48%。2009年上半年，在国内市场需求仍有所增长的情况下，国内产业同类产品产量并未得到相应的增长，比上年同期减少了4.37%。

(4)产能利用率

调查期内,国内产业同类产品产能并没有得到有效利用,产能利用率不足80%。2006年、2007年和2008年,国内产业同类产品的产能利用率分别为78.72%、79.37%和79.96%。2007年和2008年分别比上年增长0.65个百分点和0.59个百分点。2009年上半年,受产量减少的影响,国内产业同类产品的产能利用率下降为66.48%,比上年同期下降了9.78个百分点。

(5)销售量

调查期内,2006—2008年国内产业同类产品的销售数量呈增长趋势,但2009年以来开始出现下滑趋势。2006年、2007年、2008年和2009年上半年,国内产业同类产品的销售数量分别为213.08万吨、257.08万吨、279.60万吨和117.62万吨。2007年和2008年分别比上年增长20.65%和8.76%。2009年上半年,在国内市场需求仍有所增长的情况下,国内产业同类产品销售数量并未得到相应的增长,比上年同期减少了7.74%。

(6)市场份额

调查期内,2006—2008年国内产业同类产品所占国内市场份额呈上升趋势,但自2009年以来有所下滑。2006年、2007年、2008年和2009年上半年,国内产业同类产品所占国内市场份额分别为37.81%、41.62%、42.42%和42.19%。2007年和2008年分别比上年增长3.81和0.80个百分点。受销量大幅减少的影响,2009年上半年比上年同期减少了4.80个百分点。

(7)销售价格

调查期内,国内产业同类产品的销售价格先升后降。2006年、2007年、2008年和2009年上半年,国内产业同类产品的平均销售价格分别为7193.41元/吨、9397.66元/吨、10338.69元/吨和8834.04元/吨。2007年和2008年分别比上年增长30.64%和10.01%,2009年上半年比上年同期下降了20.65%。

调查期内,国内产业同类产品的销售价格受到明显的抑制。初步证据显示,2006年、2007年、2008年和2009年,国内产业同类产品的销售毛利率分别为-2.46%、5.03%、-0.21%和-4.73%。除2007年外,国内产业同类产品的销售价格均与销售成本倒挂,而2007年的毛利率也处于较低水平,且无法为同类产品带来应有的经济效益。

(8)销售收入

2006年、2007年、2008年和2009年上半年,国内产业同类产品的销售收入分别为153.28亿元、241.59亿元、289.07亿元和103.91亿元。2007年和2008年,在销售数量和销售价格均呈增加或上涨的情况下,国内产业同类产品的销售收入分别比上年增长57.62%和19.65%。2009年上半年,在国内产业同类产品销售数量和销售价格均呈减少或下降的情况下,国内产业同类产品的销售收入比上年同期减少了26.80%。

(9)税前利润

调查期内,由于国内产业同类产品的销售价格无法获得合理的利润空间,导致国内产业同类产品的税前利润始终为负值,呈严重亏损状态。2006年、2007年、2008年和2009年上半年的税前利润分别为-12.08亿元、-0.84亿元、-13.59亿元和-10.90亿元。尽管2007年的亏损额比上年有所减少,但由于2008年以来同类产品的价格受到进一步的削减,导致2008年国内产业同类产品无法进一步减亏或扭亏为盈,相反出现更加严重的亏损,亏损额比2007年大幅增加了1511.75%。2009年上半年,国内产业同类产品的亏损额比上年同期进一步增加了307.28%,接近2008年全年的亏损额。

(10)投资收益率

调查期内,由于国内产业同类产品长期处于亏损状态,导致国内产业同类产品的投资收益率也呈负收益状态。2006年、2007年、2008年和2009年上半年的投资收益率分别为-13.42%、-0.86%、-12.18%

和-9.10%。2007年比上年上升了12.56个百分点,2008年比上年下降11.31个百分点,2009年上半年比上年同期下降6.69个百分点。

(11)就业人数

国内白羽肉鸡产业是劳动密集型产业。同类产品的就业人数与同类产品的产量有着直接的联系。2006年、2007年和2008年和2009年上半年,国内产业同类产品的就业人员分别为76305人、81460、84179和76279人。2007年和2008年,在产量稳步增长的情况下,国内产业同类产品的就业人数分别比上年增长6.67%和3.34%。相反,2009年上半年,在产量比上年同期大幅下降的情况下,国内产业同类产品的就业人数比上年同期下降11.29%。

(12)劳动生产率

调查期内,国内产业同类产品的劳动生产率表现较为稳定。2006年、2007年、2008年和2009年上半年分别为30.75吨/人、34.35吨/人、35.73吨/人和17.24吨/人。

(13)人均工资

调查期内,国内产业同类产品就业人员的平均工资呈上升趋势。2006年、2007年、2008年和2009年上半年分别为10688元、12573元、15826元和7948元。

(14)期末库存

调查期内,国内产业同类产品期末库存呈上升趋势。2006年、2007年、2008年和2009年上半年的期末库存分别为68257吨、91713吨、98755吨和105402吨。2007年和2008年分别比上年期末增加了34.36%和7.68%。2009年上半年的期末库存比2008年期末库存增长了6.73%。

(15)经营活动现金净流量

调查期内,国内产业同类产品的经营活动性现金净流量波动较大。其中:2006年和2007年均呈净流出状况,流出净额分别为2.18亿元和0.10亿元;2008年为净流入,流入净额为0.69亿元;2009年上半年为净流出,流出净额为4.33亿元。

上述初步证据表明,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、劳动生产率等指标均呈不同程度上升。但调查期内,国内产业同类产品的产能利用率始终处于较低水平,期末库存呈不断上升趋势。同时,由于国内产业同类产品的销售价格长期与销售成本倒挂,导致国内产业同类产品的销售价格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。在2007年国内产业同类产品一度减亏,但此后由于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的销售价格再次与销售成本严重倒挂,无法进一步减亏或扭亏为盈,出现了更加严重的亏损,税前利润率和投资收益率均处于极低水平。调查期内,同类产品的经营活动现金净流量呈较大波动,也影响到国内产业的投融资活动。

2009年上半年,由于被调查产品进一步大量低价对中国出口,且价格急剧下滑,致使国内产业同类产品遭受更加严重的冲击。在国内市场需求持续增长的情况下,国内产业同类产品的产能利用率下滑至66%,同类产品的产量、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趋势。使国内产业同类产品的销售价格没有获利空间,继续与成本严重倒挂,亏损加剧,2009年上半年的亏损额接近2008年全年的亏损额。

因此,调查机关初步认定,国内产业受到了实质损害。

(四)被调查产品出口国的生产能力、出口能力及对国内产业可能产生的进一步影响。

国外(地区)生产者调查问卷显示,美国具有强大的白羽肉鸡生产能力和出口能力。其白羽肉鸡饲养、肉鸡加工、禽肉出口等数量均位居世界第一。

通过对应诉企业调查问卷答卷数据汇总和分析,美国应诉企业被调查产品的合计产量占美国总产量的比例在 90%左右。调查机关认为,上述应诉企业的汇总数据可以作为调查机关分析美国产业的基础数据。调查机关注意到,调查期内,美国应诉企业被调查产品对中国的出口数量呈持续增长趋势,而对第三国的出口数量总体则呈下降趋势。调查证据显示,美国应诉企业在其国内的销售数量总体也有所下滑。

在美国国内市场不景气以及对第三国出口有所下滑的情况下,需求持续旺盛的中国市场很可能会成为美国白羽肉鸡生产企业的重要出口市场。因此,调查机关初步认定,美国的白羽肉鸡生产企业可能会进一步向中国扩大出口,将对国内产业造成不利影响。

六、因果关系

(一)被调查产品大量倾销进口造成了国内产业的实质损害。

调查期内,被调查产品的进口数量由 2006 年的 39.69 万吨持续增至 2008 年的 58.43 万吨,2009 年上半年的进口量为 30.56 万吨,比 2008 年同期进一步增长了 6.54%。美国被调查产品所占中国总进口数量的比例由 2006 年的 68.64% 大幅提高到 2009 年上半年的 89.24%,所占中国市场份额也由 2006 年的 7.04% 提高到 2009 年上半年的 10.96%。

在被调查产品进口数量持续大幅增长、市场份额持续上升的同时,被调查产品进口价格对国内产业同类产品的销售价格产生了明显的影响。调查期内,被调查产品的进口价格与国内产业同类产品的销售价格的变化趋势完全一致,均是在 2006—2008 年呈上升趋势,并在 2009 年下半年均开始明显下降。国内产业同类产品的销售价格与被调查产品的进口价格具有很强的关联性。

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销售价格,2006 年、2007 年、2008 年和 2009 年上半年分别低于国内产业同类产品平均售价 569.51 元/吨、54.64 元/吨、515.57 元/吨和 232.79 元/吨。调查期内,被调查产品对国内产业同类产品的销售价格产生了明显的价格削减,并且削减幅度自 2008 年以来总体呈扩大趋势。

在被调查产品大量、低价冲击的影响下,国内产业同类产品的销售价格受到了严重的抑制,销售价格与销售成本长期倒挂,国内产业无法获得合理的利润空间,同类产品始终处于亏损状态。由于经济效益无法得到保证,国内产业同类产品产能利用率始终无法完全得到释放,并长期处于较低水平。2007 年,尽管国内产业同类产品一度减亏,但此后由于被调查产品的进口数量持续增长,进口价格进一步对国内产业同类产品价格产生削减作用,导致国内产业同类产品的销售价格进一步受到抑制,销售价格再次与销售成本严重倒挂,国内产业无法进一步减亏或扭亏为盈,相反出现更加严重的亏损,税前利润率和投资收益率均处于极低水平。另外,经营活动现金净流量的巨大波动,也影响到国内产业的投融资活动。

2009 年上半年,由于被调查产品进一步大量低价对华出口,并且价格急剧下滑,致使国内产业同类产品遭受了更加严重的冲击。在国内市场需求持续增长的情况下,国内产业同类产品的产能利用率反而大幅下滑至 66% 的极低水平,而同类产品的产量、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趋势。另外,国内产业同类产品的销售价格依然没有获得应有的利润空间,继续与成本严重倒挂,亏损更加严重,仅 2009 年上半年的亏损额便接近 2008 年全年的亏损额。

综上,调查机关初步认为,现有证据显示,调查期内,美国被调查产品对中国大量倾销出口与国内产业遭受的实质损害之间存在因果关系。

美国禽蛋品出口协会在其相关评论意见中提出:调查期内,被调查产品仅占中国国内市场较小且稳定的市场份额;被调查产品绝对数量没有大量增加,且其增加量也仅仅填补了其他国外生产商在中国市场减少的份额;鸡爪占美国对中国出口被调查产品的绝大部分;因此被调查产品的进口数量及市场份额没有对国内产业造成损害。

调查机关认为,被调查产品和同类产品的范围可能会因为产品的具体特性、用途、质量等因素的不同而分为不同的型号或规格,并且二者也不会必然存在一一对应关系。但是,这种差异并不妨碍调查机关将不同型号或规格的产品作为一类产品进行整体调查。在本案中,被调查产品范围包括鸡爪,因此调查机关对包括鸡爪在内所有被调查产品的进口情况进行了整体调查,并以此分析和考察被调查产品对国内产业所造成的损害。

关于被调查产品进口数量是否对国内产业造成损害问题,调查机关根据反倾销法律的相关规定,分析了被调查产品的绝对数量的变化情况以及相对变化情况。数据显示:调查期内,被调查产品的绝对数量呈大幅增长趋势,高于国内表观消费量的增幅,而且被调查产品所占市场份额也在稳步持续增长。在这种情况下,加上被调查产品的倾销,导致国内产业同类产品的生产经营在调查期内受到明显的冲击,产能不能得到有效释放,开工率一直处于较低水平,并且长期处于亏损状态。

美国禽蛋品出口协会在其相关评论意见中还提出:调查期内,美国被调查产品价格增长超过 50%,因此不存在对国内同类产品的价格削减,也没有大幅压低或抑制国内产品的价格。

调查机关认为,根据反倾销法律的规定,被调查产品对国内同类产品的价格影响包括价格削减、价格压制、价格抑制三种情况。上述三种价格影响情况是选择性的,只要其中一种情形成立即可。

在评论意见中,利害方并没有就被调查产品是否对国内同类产品造成价格削减和价格抑制提出相应的证据材料或数据说明。根据初步调查的事实,尽管调查期内被调查产品的进口价格总体呈上升趋势,但数据表明被调查产品进口价格对同类产品价格已经造成了明显的价格削减和价格抑制,而且这种不利影响还在进一步恶化。因此,本案中有关法律要求的证明倾销进口产品价格对国内同类产品价格影响的要件已经成立。

美国禽蛋品出口协会在其相关评论意见主张:调查期内国内产业的相关经济因素和指标总体运行非常健康,因此被调查产品没有对中国国内产业造成损害。

调查机关认为,在评估国内产业的损害时,任何一个或多个经济指标都不应当是决定性的。各个经济指标不是分开来单独审查的,而是要全面、综合考虑国内产业的特定市场状况、以及各损害指标之间的整体联系。调查期内,在国内市场需求不断增长的情况下,尽管国内产业同类产品的产量、销量、销售收入总体有所增长。但初步证据表明,调查期内国内产业同类产品的产能利用率始终处于较低水平,期末库存不断增长,同类产品价格受到明显削减和抑制,并且始终处于亏损状态。而且,2009 年上半年,由于被调查产品进一步大量低价对华出口,并且价格急剧下滑,致使国内产业同类产品遭受了更加严重的冲击,同类产品各项经济指标均出现不同程度的恶化,国内产业同类产品的生产经营和财务状况正在遭受实质性的损害。

(二)其他因素分析。

调查机关对可能使国内产业受到损害的其他已知因素进行了初步调查。

1、其它国家和地区的进口产品情况

调查期内,被调查产品的进口数量持续增长,根据中华人民共和国海关的统计数据,2006 年为 39.69 万吨;2007 年为 52.02 万吨、2008 年为 58.43 万吨、2009 年上半年进口 30.56 万吨。而美国被调查产品所占中国同类产品进口总量的比例总体也呈快速上升趋势,2006 年、2007 年和 2008 年所占比例分别为 68.64%、66.21%和 73.09%,2009 年上半年则大幅攀升至 89.24%。而其他国家和地区对华出口数量总体呈下降趋势,2009 年上半年所占中国总进口数量的比例已经下降至 10%左右。因此,尚无证据显示其他国家和地区的进口白羽肉鸡产品对国内产业造成实质损害。

2、国内同类产品需求情况和消费模式的变化

调查期内,国内白羽肉鸡产品的表观消费量呈上升趋势。2006 年、2007 年、2008 年和 2009 年上半年,

国内表观消费量分别为 563.57 万吨、617.74 万吨、659.13 万吨和 278.75 万吨，2007 年和 2008 年分别比上年增长 9.61%、6.70%，2009 年上半年比上年同期进一步增长 2.75%。

作为人类食用的肉类产品，白羽肉鸡产品可与其他肉类互相替代。但是，由于肉鸡产业是节粮型产业，并且具有丰富的高蛋白质、低脂肪、低热量、低胆固醇的营养特点，其竞争优势比其他肉类产品更具优势。近年来，随着生活水平的提高，我国居民在肉类消费结构上发生了较大的变化，以鸡肉为代表的白肉消费比重正在逐年递增。因此，国内没有限制消费白羽肉鸡的政策变化，也没有出现由于其他消费模式变化而导致国内白羽肉鸡市场需求萎缩。

因此，国内产业目前正在遭受的实质损害并非是由国内产业同类产品的需求变化和消费模式变化造成的。

3、国内外竞争状况和技术进步

国内白羽肉鸡产业从一开始便引进国外先进的生产理念、技术和品种，并发展成为中国畜牧行业中产业化程度最高，产业体系形成最完整，生产链运行最顺畅的产业。

在生产链组织方面，完成了白羽肉鸡两种繁育体系，良好地完成了祖代种鸡繁育和父母代扩繁的任务，为商品肉鸡生产的持续发展提供了保证。在商品肉鸡生产环节，以规模和适度规模合同农户生产为主，辅以公司自有生产基地。经过多年的探索和完善，“公司+合同农户+基地”的生产组织方式表现出很强的稳定性和可持续发展的潜力。而屠宰加工和食品加工环节在经过多年来进口国极其严格的考验后，达到了世界级的水平。

在产品质量上，国内产业同类产品的质量稳定，广泛获得市场的好评，与被调查产品没有实质性的区别。而且，为了保证产品质量，国内白羽肉鸡生产企业基本上都通过了 ISO14001 国际标准环境管理体系、ISO9002 产品质量体系、HACCP 食品安全体系、无公害农产品体系、绿色食品标志认证等体系认证。

由此可见，国内产业无论在企业规模、产品质量上还是生产经营管理上都具备良好的市场竞争能力。不存在生产工艺及技术落后和管理不善对国内产业造成负面影响的情况。

4、商业流通渠道和贸易政策的影响

调查期内，国内白羽肉鸡产品完全实行市场化的价格机制，生产经营完全受市场规律调节。没有限制国内产业同类产品贸易行为的政策。国内产业同类产品销售渠道、销售区域基本与被调查产品一致，因此，在贸易政策、商业流通领域并未对国内同类产品产业的发展造成负面影响。

5、出口的影响

调查数据显示，调查期内，国内产业在调查期内仅有少量同类产品的出口，出口数量约占总销售量的 0.1%，不足以影响国内产业同类产品相关指标的趋势和结论。

6、不可抗力因素

调查期内，国内产业未发生自然灾害或者其他不可抗力的事件，国内产业同类产品的生产活动基本上处于正常运行，未受到意外影响。

7、猪肉和粮食价格因素

美国禽蛋品出口协会在其相关评论意见中提出：国内产业的相关经济因素和指标即便出现某些下滑，也非源于被调查产品的进口，而是由强大的市场力量作用的结果，包括猪肉产品的市场价格和粮食成本。

调查机关认为，猪肉产品与同类产品具有一定的互补性。在一定程度上，猪肉产品的供应可能会影响到同类产品的供销，但这种影响并不是绝对性的或占主导地位的。而且，国内市场上还有多种其他肉类产品，这些肉类产品也可能在供需上对同类产品造成同样的影响。

在正常的市场行为下，同类产品的价格应该由市场供需状况来决定，而不是由猪肉价格和粮食成本来

决定。饲料成本的涨价可能会导致同类产品生产成本的增加,但这并不必然会导致同类产品出现严重亏损。相反,如果市场供不应求,并且具有良好的竞争氛围,同类产品的价格也将获得应有的利润空间。

综上所述,调查期内,可能使国内产业受到损害的其他已知有关因素的调查表明,这些因素未影响本案因果关系的认定。

七、初步裁定意见

根据上述调查结果,调查机关初步裁定,在本案调查期内,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了实质损害,而且倾销与实质损害之间存在因果关系。

各公司的倾销幅度在本公告附件 2 中列明。

附件 2

各公司倾销幅度列表

公司名称	英文名称	倾销幅度
美国皮尔格林公司	Pilgrim's Pride Corporation	80.5%
泰森食品有限公司	Tyson Foods, Inc	43.1%
楔石食品有限责任公司	Keystone Foods LLC	44.0%
桑德森农场公司	Sanderson Farms, Inc	64.5%
拉迈克斯食品有限公司	Lamex Foods Inc.	64.5%
蒙太尔农场	Mountaire Farms	64.5%
大威廉地	Wayne Farms LLC	64.5%
科氏食品有限公司	Koch Foods, LLC	64.5%
好食品有限公司	O. K. Foods, Inc.	64.5%
英特莱国际贸易有限公司	Interra International, Inc	64.5%
玛杰克禽肉股份有限公司	MAR-JAC POULTRY, INC.	64.5%
佩科食品有限公司	Peco Foods, Inc.	64.5%
瑞发德农场之家	House of Raeford Farms, Inc.	64.5%
福斯特家禽农场	Foster poultry Farms	64.5%
菲尔代尔农场有限公司	Fieldale Farms Corporation	64.5%
水谷禽肉有限责任公司	WATER VALLEY POULTRY, LLC.	64.5%
克瑞利斯兄弟食品有限公司	KRALIS BROTHERS FOODS, LLC.	64.5%
凯斯农场有限公司	CASE FARMS, LLC	64.5%

公司名称	英文名称	倾销幅度
普渡农场股份有限公司	PERDUE FARMS, INC	64.5%
巴特菲尔德食品有限公司	Butterfield Foods Company, Inc	64.5%
阿米克农场有限公司	Amick Farms, LLC	64.5%
克拉斯顿禽肉农场	CLAXTON POULTRY FARMS.	64.5%
金丰满农场有限合伙企业	Gold'n Plump Farms Limited Partnership, LLP	64.5%
爱伦家族食品股份有限公司	ALLEN FAMILY FOODS, INC.	64.5%
迈特食品有限公司	Metafoods, LLC	64.5%
B&B 家禽有限公司	B&B Poultry Co. , Inc.	64.5%
哈里森家禽有限公司	Harrison Poultry, Inc.	64.5%
西蒙斯准备有限公司	SIMMONS PREPARED FOODS	64.5%
蒂普拓普禽肉有限公司	TIP TOP POULTRY, INC.	64.5%
波士顿阿格雷有限公司	BOSTON AGREX, INC	64.5%
汤德森股份有限公司	TOWNSENDS, INC.	64.5%
乔治股份有限公司	GEORGE'S INC.	64.5%
格柏家禽有限公司	Gerber Poultry, Inc.	64.5%
出口罐头有限责任公司	EXPORT PACKERS CO. , LTD	64.5%
佩塔卢马并购公司	Petaluma Acquisition, LLC	64.5%
其他美国公司	All others	105.4%

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

版权所有·不得翻印