



中国对外经济贸易文告

CHINA FOREIGN TRADE AND ECONOMIC COOPERATION GAZETTE

2011 年第 26 期(总第 663 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

2011年5月5日

第26期(总第663期)

目 录

1. 商务部关于规范网络购物促销行为的通知 (3)
2. 商务部、农业部关于全面推进农超对接工作的指导意见 (4)
3. 商务部关于外商投资管理有关问题的通知 (6)
4. 中华人民共和国国务院令 第595号,公布《国务院关于修改〈音像制品管理条例〉的决定》 (7)
5. 中华人民共和国商务部公告 2011年第18号,公布《第三方电子商务交易平台服务规范》 (15)
6. 中华人民共和国商务部公告 2011年第16号,公布关于原产于欧盟的进口马铃薯淀粉倾销及倾销幅度期中复审的裁定 (24)

商务政府网站网址: <http://www.mofcom.gov.cn>

CHINA FOREIGN TRADE AND ECONOMIC COOPERATION GAZETTE

General Office of MOFCOM

May 5, 2011

No. 26 (Series Issue No. 663)

Contents

1. Circular of the Ministry of Commerce of the People's Republic of China, on Regulating the Sales Promotion of Online-shopping (3)
2. Guiding Opinions of the Ministry of Commerce, the Ministry of Agriculture of the People's Republic of China, on All-round Accelerating the Work of Farm to Supermarket (4)
3. Circular of the Ministry of Commerce of the People's Republic of China, on Relevant Issues on the Work for Administration of Foreign Investment (6)
4. Decree No. 595 of the State Council of the People's Republic of China, Promulgating the Decision of the State Council on Amending the Regulations for Administration on Audio—visual Products (7)
5. Announcement No. 18, 2011 of the Ministry of Commerce of the People's Republic of China (15)
6. Announcement No. 16, 2011 of the Ministry of Commerce of the People's Republic of China (24)

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

商务部关于规范网络购物促销行为的通知

商商贸发〔2011〕3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：

当前，随着网络购物快速发展，网络购物企业间竞争日益激烈，打折、秒杀、抢拍、返券、赠积分、免运费等促销手段渐趋常态化，活跃了市场，刺激了消费。但是，也出现了销售侵权盗版商品、以次充好、虚假打折、线下服务和线上促销承诺不一致、网络团购缺乏规范等问题。为规范网络购物促销行为，营造良好消费环境，促进网络购物持续健康发展，现就有关事项通知如下：

一、引导企业依法促销。要引导网络购物企业按照《反垄断法》、《消费者权益保护法》、《广告法》、《商标法》、《价格违法行为行政处罚规定》、《零售商促销行为管理办法》(商务部令2006年第18号)等有关法律法规，依法开展促销活动。遵循合法、公平、诚实信用的原则，遵守商业道德，不得开展违反社会公德的促销活动，不得扰乱市场竞争秩序和社会公共秩序，不得侵害消费者和其他经营者的合法权益。

二、保证促销商品质量。推动网络购物企业在促销活动中，事先向消费者说明促销商品或者服务的名称、种类、数量、质量、价格、运费、配送方式、支付形式、退换货方式等主要信息，采取安全保障措施，确保促销行为安全可靠，并按照承诺提供商品或者服务。

三、保护消费者合法权益。杜绝各种价格欺诈和虚假促销行为，严禁虚构原价打折、使用误导性标价形式或价格手段，欺骗、诱导消费者，不得降低促销商品(包括有奖销售的奖品、赠品)的售后服务水平，不得以促销为由拒绝退换货或者为消费者退换货设置障碍，不得以保留最终解释权为由，损害消费者的合法权益。

四、严厉查处不实宣传。加强与工商等部门配合协作，开展联合检查，要求促销广告内容真实、合法、清晰、易懂，不得使用含糊、易引起误解的语言、文字、图片或影像；明示促销活动的各种限制性条件，禁止各种迷惑欺骗消费者的不实宣传行为。

五、加强知识产权保护。结合打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品专项行动，与工商、质检等部门开展联合督查，加强对网络购物平台及经营者监督力度，打击促销活动中侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品行为。加强宣传教育，引导网络购物平台和企业履行社会责任，开展诚信促销、规范经营，自觉抵制侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品违法犯罪行为。

六、引导科学合理消费。加强与新闻媒体沟通合作，引导网络购物企业在促销活动中倡导文明、绿色、低碳、安全、健康消费理念，推动建立可持续的消费模式。

七、建立长效机制。认真研究网络购物促销中存在的主要问题，提出解决方案，完善相关政策标准，建立网络购物促进消费的长效机制。支持相关行业协会和企业开展行业自律，健全商品(服务)先行赔付制度，研究制定符合网络购物特点的促销规范。网络购物平台要从自身特点和需求出发，健全相应的促销规则和售后服务保障措施。

促销活动已成为网络购物企业常规经营手段，关系到网络购物持续健康发展，关系到消费者切身利益，各地商务主管部门要高度重视，在鼓励网络购物企业开展促销扩大消费的同时，积极会同当地发展改革(价格)、公安、工商、质检等部门，加强宣传引导，开展监督检查，规范网络购物促销行为。对相关违法行为，要会同有关部门严肃处理；发生重大问题的，及时向商务部报告。

联系人：商贸服务管理司 祝斌

电 话：010—85093747

传 真:010-85093749
电子邮件:zhubinsm@mofcom.gov.cn

中华人民共和国商务部
二〇一一年一月五日

商务部 农业部关于全面推进农超对接工作的指导意见

商建发〔2011〕43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、农业(农牧、农村经济)厅(局、委、办):

为深入贯彻落实全国农超对接现场会精神,全面推进农超对接工作,建立保证农产品市场供应和价格基本稳定的长效机制,特提出意见如下:

一、全面推进农超对接的重要意义

我国正处于调整经济结构、转变发展方式的关键时期,工业化、城镇化进程不断加快,居民生活水平大幅提高,同时,生产要素成本上涨也推高了农产品价格,居民消费支出有所增加。全面推进农超对接,有利于搞活流通和扩大消费,促进农产品市场繁荣和居民消费能力提高;有利于减少流通环节、降低流通成本,稳定市场价格和保障市场供应,促进农产品成交价格 and 数量维持基本稳定;有利于提高农业生产组织化程度和增加农民收入,促进农民专业合作社的发展;有利于保障食品安全和改善民生,对加快构建社会主义和谐社会也具有重要意义。

二、指导思想及工作目标

(一)指导思想。

农超对接工作要以党的十七届三中、四中、五中全会精神为指导,深入贯彻落实科学发展观,以促进新农村建设和城乡协调发展为宗旨,以建立符合中国特色的现代农产品流通体系为总体要求,把农超对接作为发展现代流通、建设现代农业的重要工作任务。

(二)工作目标。

通过推进农超对接,打造安全、高效的流通链条和舒适、便捷的消费环境。推广应用现代流通技术,逐步改变大中城市的农产品流通方式和居民消费习惯,使超市成为城市居民购买农产品的主要场所之一,力争“十二五”期间大中型城市生鲜农产品经超市销售比重翻一番,达到30%。

三、主要任务

(一)搭建对接平台,畅通农超对接渠道。

组织开展各种农超对接推广活动,采取洽谈会、展销会等多种形式,创造供需双方见面与沟通的机会,使更多的超市和农民专业合作社参与农超对接。

加强农超对接信息化建设,着力提高农超对接信息服务系统的录入率和利用率,定期发布各类农产品供求信息。同时,鼓励连锁经营企业和农民专业合作社通过农超对接服务系统实时发布供求信息,逐步开展网上签约和交易试点,发展农产品电子商务。

(二) 培育对接主体,提升农超对接水平。

加强对连锁经营企业的培训和指导,帮助其建立现代经营管理制度,扩大经营规模,提高配送能力。鼓励大型超市设置合作社产品专卖区,扩大农超对接规模,增加农超对接的产品品种和数量。

加强对农民专业合作社的指导和扶持,通过深入开展农民专业合作社示范社建设行动,引导合作社着力完善内部管理制度,不断提升带动农户的能力,打牢推进农超对接的基础。鼓励同类农产品合作社在自愿的基础上开展联合与合作,充分发挥集聚效应,形成规模效益,提高均衡供应超市农产品的能力。

开设农超对接培训班,为超市采购人员提供农业生产技术、产品甄选、保鲜运输等方面的专业知识培训;定期开展农民专业合作社成员培训,帮助农民专业合作社熟悉市场信息和超市营销策略,推动农超对接上水平。

(三) 加强指导监督,规范农超对接行为。

降低合作社鲜活农产品进入超市的门槛,稳定对接关系。严格落实商务部、发展改革委、公安部、税务总局、工商总局联合下发的《零售商供应商公平交易管理办法》(商务部令2006年第17号),严禁超市向合作社收取进场费、赞助费、摊位费、条码费等不合理费用,严禁任意拖欠货款。鼓励超市采取日结的方式收购蔬菜等生鲜农产品,尽量缩短账期。鼓励对接双方签订长期对接合同,建立长期、稳定、紧密的对接关系,提高合同契约意识和诚信意识。

推进农产品标准化生产和流通。大力支持农民专业合作社率先实施标准化生产,加强安全生产记录管理,依据农产品流通相关标准,对农产品进行分级、包装、加贴标识,创建品牌,实现合作社产品质量可追溯。要继续支持符合条件的农民专业合作社开展蔬菜园艺作物标准园、畜禽养殖标准化扶持项目、水产健康养殖示范场创建。指导农民专业合作社根据超市的需求,实行统一采购种苗、统一采购和使用农资、统一记载田间档案、统一采收产品、统一检测农残。组织超市和连锁企业加强对农民专业合作社生产的指导和服务。

四、保障措施

(一) 强化组织领导。

各地商务、农业主管部门要进一步提高认识,把开展农超对接作为发展农业生产、保障市场供应,减少中间环节、降低流通成本、稳定市场价格的重要举措,摆上重要议事日程,精心组织,大力推动。要制订工作计划,明确专人负责,全面督促落实,积极予以推进。要加强部门间的沟通协调,建立由商务、农业、财政、交通、工商、税务等部门参加的农超对接联席会议制度,形成合力推进农超对接的良好工作机制。

(二) 优化政策环境。

各地商务、农业主管部门要深入研究政策措施,积极争取扩大财政扶持力度,支持超市加快冷链系统、物流配送中心等流通基础设施建设,支持合作社建设冷藏保鲜设施、配置冷藏运输工具、检验检测设备等。要积极与有关部门沟通,协调各方面关系,争取税收、信贷、用地、用水、用电等方面优惠政策,并在资质认证、项目审批、技术指导等方面提供支持。

(三) 加强总结宣传。

各地商务、农业主管部门要及时通过电视、报纸、网络等媒体发布农超对接政策措施、实施效果、先进典型等信息,加强舆论引导,扩大农超对接的影响力,吸引更多的社会资源投入农超对接。要加强工作总结与交流,定期上报农超对接工作进展情况,与兄弟省市互相学习、互通有无,对成熟的农超对接经验和做法要加以推广,对涌现出的先进人物和单位要予以表彰。

中华人民共和国商务部
二〇一一年二月二十三日

商务部关于外商投资管理有关问题的通知

商资函〔2011〕72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：

2010年，国务院发布了《关于第五批取消和调整行政审批项目的决定》（国发〔2010〕21号）和《关于进一步做好利用外资工作的若干意见》（国发〔2010〕9号），将部分外商投资审核管理权限下放到省级商务主管部门并取消了部分外商投资审批事项。为进一步做好有关工作，现通知如下：

一、关于取消行政审批事项的管理

（一）对于无专项规定要求的境内分公司设立和进口作为出资的设备清单，商务主管部门不再审批，外商投资企业可直接向有关部门办理手续。

（二）对于外商投资企业法定地址变更（跨审批机关管辖的除外）、名称变更和投资者名称变更，企业在办理工商注册变更登记手续后30日内，凭申请书、企业权力机构决议、合同/章程的修改协议、变更事项的证明文件、原外商投资企业批准证书及变更后的营业执照复印件等向商务主管部门备案。商务主管部门收到上述全部材料后，即为企业换发外商投资企业批准证书。

二、关于外商投资股份公司（上市公司）的管理

境内上市的外商投资股份公司批准证书应记载外国投资者及其股份，如外国投资者减持股份变动累计超过总股本的5%，需向商务主管部门申请办理批准证书变更。

三、关于外资并购的管理

交易额限额以下的外资并购事项由省级商务主管部门负责审核，但《关于外国投资者并购境内企业的规定》（商务部令2009年第6号令）规定需由商务部审批的事项，不受上述限额限制，均由商务部负责审核管理。

四、关于国家鼓励发展的外资项目确认书的办理

根据外商投资企业审批权限的调整原则，投资总额3亿美元以下鼓励类外商投资企业项目确认书由省级商务主管部门按有关法律法规办理。

各地要严格按照《商务部关于办理外商投资企业〈国家鼓励发展的内外资项目确认书〉有关问题的通知》（商资发〔2006〕第201号）及相关法律法规出具确认书。商务部将加强督导和检查，对于未按规定及时备案或违规出具确认书的部门，责令其纠正或撤销；情节严重的，暂停其确认书出具资格。

五、关于境外投资者以人民币投资问题

为审慎监管，经商人民银行和国家外汇局，如有境外投资者申请以跨境贸易结算所得人民币及境外合法所得人民币来华投资（包括新设立企业、对现有企业增资、并购境内企业及提供贷款等），省级商务主管部门应先函报商务部（外资司），待商务部（外资司）复函同意后，方可办理相关手续，并需在批件中明确出资货币形式和金额。

六、关于外商投资合伙企业境内投资

以投资为主要业务的外商投资合伙企业视同境外投资者，其境内投资应当遵守外商投资的法律、行政法规、规章。各级商务主管部门要按有关规定做好上述企业的审核管理，加强工商、外汇等部门的沟通与合作。

七、关于加强服务业领域外商投资的审核管理

各级商务主管部门要严格按照法律、法规及其他有关规定审核管理外商投资服务业审批事项。对于融资租赁、国际快递、广告、拍卖以及省、市、自治区范围内增值电信等涉及专项规定管理的行业，小额贷款、市

场调查、信用评级、保安服务等敏感行业,以及创业投资、股权投资及管理涉及大额资金流入的行业,省级商务主管部门要切实履行职能,严格审批,与同级行业主管部门密切配合,加强沟通,遇有问题及时向商务部(外资司)报告。

中华人民共和国商务部
二〇一一年二月二十五日

中华人民共和国国务院令

第 595 号

《国务院关于修改〈音像制品管理条例〉的决定》已经 2011 年 3 月 16 日国务院第 147 次常务会议通过,现予公布,自公布之日起施行。

总理 温家宝
二〇一一年三月十九日

(稿件来源:国务院办公厅秘书局)

国务院关于修改《音像制品管理条例》的决定

国务院决定对《音像制品管理条例》作如下修改:

一、将第四条修改为:“国务院出版行政主管部门负责全国音像制品的出版、制作、复制、进口、批发、零售和出租的监督管理工作;国务院其他有关行政部门按照国务院规定的职责分工,负责有关的音像制品经营活动的监督管理工作。

“县级以上地方人民政府负责出版管理的行政主管部门(以下简称出版行政主管部门)负责本行政区域内音像制品的出版、制作、复制、进口、批发、零售和出租的监督管理工作;县级以上地方人民政府其他有关行政部门在各自的职责范围内负责有关的音像制品经营活动的监督管理工作。”

二、删去第五条第一款、第十九条、第二十四条、第三十一条、第三十二条、第三十三条、第三十九条、第四十四条、第四十七条中的“出租”,删去第三十九条、第四十七条中的“放映”。

三、将第六条修改为:“国务院出版行政主管部门负责制定音像业的发展规划,确定全国音像出版单位、音像复制单位的总量、布局 and 结构。”

四、将第八条至第十一条、第十四条、第十五条、第十七条、第十八条、第二十一条、第二十二条、第二十五条、第三十九条、第四十条、第四十二条至第四十四条中的“出版行政部门”修改为“出版行政主管部门”。

五、将第九条、第十七条、第二十一条中的“自收到申请书之日起 60 日内”修改为“自受理申请之日起 60 日内”。

六、将第十二条第二款修改为：“音像出版单位应当按照国家有关规定向国家图书馆、中国版本图书馆和国务院出版行政主管部门免费送交样本。”

七、将第二十一条、第四十二条中的“《音像制品复制许可证》”修改为“《复制经营许可证》”，将第三十二条中的“《音像制品经营许可证》”修改为“《出版物经营许可证》”。

八、将第二十三条第一款修改为：“音像复制单位接受委托复制音像制品的，应当按照国家有关规定，与委托的出版单位订立复制委托合同；验证委托的出版单位的《音像制品出版许可证》、营业执照副本、盖章的音像制品复制委托书以及出版单位取得的授权书；接受委托复制的音像制品属于非卖品的，应当验证委托单位的身份证明和委托单位出具的音像制品非卖品复制委托书。”

九、将第二十六条修改为：“音像复制单位接受委托复制境外音像制品的，应当经省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门批准，并持著作权人的授权书依法到著作权行政管理部门登记；复制的音像制品应当全部运输出境，不得在境内发行。”

十、将第二十七条修改为：“音像制品成品进口业务由国务院出版行政主管部门批准的音像制品成品进口经营单位经营；未经批准，任何单位或者个人不得经营音像制品成品进口业务。”

十一、删去第三十二条第一款中的“申请设立全国性音像制品连锁经营单位，应当由其总部所在地省、自治区、直辖市人民政府文化行政部门审核同意后，报国务院文化行政部门审批”。

十二、将第三十三条、第三十六条、第四十七条中的“个人”修改为“个体工商户”。

十三、将第三十五条修改为：“国家允许设立从事音像制品发行业务的中外合作经营企业。”

十四、将第三十七条修改为：“出版行政主管部门或者其他有关行政部门及其工作人员，利用职务上的便利收受他人财物或者其他好处，批准不符合法定设立条件的音像制品出版、制作、复制、进口、批发、零售单位，或者不履行监督职责，或者发现违法行为不予查处，造成严重后果的，对负有责任的主管人员和其他直接责任人员依法给予降级直至开除的处分；构成犯罪的，依照刑法关于受贿罪、滥用职权罪、玩忽职守罪或者其他罪的规定，依法追究刑事责任。”

十五、将第三十八条中的“行政处分”修改为“处分”。

十六、将第三十九条中的“并处 5 万元以下的罚款”、第四十条中的“可以并处 5 万元以下的罚款”和第四十二条、第四十三条、第四十五条中的“并处 1 万元以上 5 万元以下的罚款”修改为“可以处 5 万元以下的罚款”。

十七、删去第四十条、第四十四条中的“文化行政部门”，将第二十八条、第三十条、第三十二条、第三十三条、第三十六条、第四十二条、第四十五条中的“文化行政部门”修改为“出版行政主管部门”。

十八、删去第四十五条第四项。

十九、将第四十九条修改为：“除本条例第三十五条外，电子出版物的出版、制作、复制、进口、批发、零售等活动适用本条例。”

本决定自公布之日起施行。

《音像制品管理条例》根据本决定作相应的修改，重新公布。

音像制品管理条例

（2001 年 12 月 25 日中华人民共和国国务院令 第 341 号公布 根据 2011 年 3 月 19 日《国务院关于修改〈音像制品管理条例〉的决定》修订）

第一章 总 则

第一条 为了加强音像制品的管理,促进音像业的健康发展和繁荣,丰富人民群众的文化生活,促进社会主义物质文明和精神文明建设,制定本条例。

第二条 本条例适用于录有内容的录音带、录像带、唱片、激光唱盘和激光视盘等音像制品的出版、制作、复制、进口、批发、零售、出租等活动。

音像制品用于广播电视播放的,适用广播电视法律、行政法规。

第三条 出版、制作、复制、进口、批发、零售、出租音像制品,应当遵守宪法和有关法律、法规,坚持为人民服务 and 为社会主义服务的方向,传播有益于经济发展和社会进步的思想、道德、科学技术和文化知识。

音像制品禁止载有下列内容:

- (一)反对宪法确定的基本原则的;
- (二)危害国家统一、主权和领土完整的;
- (三)泄露国家秘密、危害国家安全或者损害国家荣誉和利益的;
- (四)煽动民族仇恨、民族歧视,破坏民族团结,或者侵害民族风俗、习惯的;
- (五)宣扬邪教、迷信的;
- (六)扰乱社会秩序,破坏社会稳定的;
- (七)宣扬淫秽、赌博、暴力或者教唆犯罪的;
- (八)侮辱或者诽谤他人,侵害他人合法权益的;
- (九)危害社会公德或者民族优秀文化传统的;
- (十)有法律、行政法规和国家规定禁止的其他内容的。

第四条 国务院出版行政主管部门负责全国音像制品的出版、制作、复制、进口、批发、零售和出租的监督管理工作;国务院其他有关行政部门按照国务院规定的职责分工,负责有关的音像制品经营活动的监督管理工作。

县级以上地方人民政府负责出版管理的行政主管部门(以下简称出版行政主管部门)负责本行政区域内音像制品的出版、制作、复制、进口、批发、零售和出租的监督管理工作;县级以上地方人民政府其他有关行政部门在各自的职责范围内负责有关的音像制品经营活动的监督管理工作。

第五条 国家对出版、制作、复制、进口、批发、零售音像制品,实行许可制度;未经许可,任何单位和个人不得从事音像制品的出版、制作、复制、进口、批发、零售等活动。

依照本条例发放的许可证和批准文件,不得出租、出借、出售或者以其他任何形式转让。

第六条 国务院出版行政主管部门负责制定音像业的发展规划,确定全国音像出版单位、音像复制单位的总量、布局 and 结构。

第七条 音像制品经营活动的监督管理部门及其工作人员不得从事或者变相从事音像制品经营活动,并不得参与或者变相参与音像制品经营单位的经营活动。

第二章 出 版

第八条 设立音像出版单位,应当具备下列条件:

- (一)有音像出版单位的名称、章程;
- (二)有符合国务院出版行政主管部门认定的主办单位及其主管机关;

- (三)有确定的业务范围；
- (四)有适应业务范围需要的组织机构和符合国家规定的资格条件的音像出版专业人员；
- (五)有适应业务范围需要的资金、设备和工作场所；
- (六)法律、行政法规规定的其他条件。

审批设立音像出版单位,除依照前款所列条件外,还应当符合音像出版单位总量、布局和结构的规划。

第九条 申请设立音像出版单位,由所在地省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门审核同意后,报国务院出版行政主管部门审批。国务院出版行政主管部门应当自受理申请之日起 60 日内作出批准或者不批准的决定,并通知申请人。批准的,发给《音像制品出版许可证》,由申请人持《音像制品出版许可证》到工商行政管理部门登记,依法领取营业执照;不批准的,应当说明理由。

申请书应当载明下列内容:

- (一)音像出版单位的名称、地址;
- (二)音像出版单位的主办单位及其主管机关的名称、地址;
- (三)音像出版单位的法定代表人或者主要负责人的姓名、住址、资格证明文件;
- (四)音像出版单位的资金来源和数额。

第十条 音像出版单位变更名称、主办单位或者其主管机关、业务范围,或者兼并其他音像出版单位,或者因合并、分立而设立新的音像出版单位的,应当依照本条例第九条的规定办理审批手续,并到原登记的工商行政管理部门办理相应的登记手续。

音像出版单位变更地址、法定代表人或者主要负责人,或者终止出版经营活动的,应当到原登记的工商行政管理部门办理变更登记或者注销登记,并向国务院出版行政主管部门备案。

第十一条 音像出版单位的年度出版计划和涉及国家安全、社会安定等方面的重大选题,应当经所在地省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门审核后报国务院出版行政主管部门备案;重大选题音像制品未在出版前报备案的,不得出版。

第十二条 音像出版单位应当在其出版的音像制品及其包装的明显位置,标明出版单位的名称、地址和音像制品的版号、出版时间、著作权人等事项;出版进口的音像制品,还应当标明进口批准文号。

音像出版单位应当按照国家有关规定向国家图书馆、中国版本图书馆和国务院出版行政主管部门免费送交样本。

第十三条 音像出版单位不得向任何单位或者个人出租、出借、出售或者以其他任何形式转让本单位的名称,不得向任何单位或者个人出售或者以其他形式转让本单位的版号。

第十四条 任何单位和个人不得以购买、租用、借用、擅自使用音像出版单位的名称或者购买、伪造版号等形式从事音像制品出版活动。

图书出版社、报社、期刊社、电子出版物出版社,不得出版非配合本版出版物的音像制品;但是,可以按照国务院出版行政主管部门的规定,出版配合本版出版物的音像制品,并参照音像出版单位享有权利、承担义务。

第十五条 音像出版单位可以与香港特别行政区、澳门特别行政区、台湾地区或者外国的组织、个人合作制作音像制品。具体办法由国务院出版行政主管部门制定。

第十六条 音像出版单位实行编辑责任制度,保证音像制品的内容符合本条例的规定。

第十七条 音像出版单位以外的单位申请设立独立从事音像制品的制作业务的单位(以下简称音像制作单位),由所在地省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门审批。省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门应当自受理申请之日起 60 日内作出批准或者不批准的决定,并通知申请人。批准的,发给

《音像制品制作许可证》，由申请人持《音像制品制作许可证》到工商行政管理部门登记，依法领取营业执照；不批准的，应当说明理由。广播、电视节目制作经营单位的设立，依照有关法律、行政法规的规定办理。

申请书应当载明下列内容：

- (一)音像制作单位的名称、地址；
- (二)音像制作单位的法定代表人或者主要负责人的姓名、住址、资格证明文件；
- (三)音像制作单位的资金来源和数额。

审批设立音像制作单位，除依照前款所列条件外，还应当兼顾音像制作单位总量、布局 and 结构。

第十八条 音像制作单位变更名称、业务范围，或者兼并其他音像制作单位，或者因合并、分立而设立新的音像制作单位的，应当依照本条例第十七条的规定办理审批手续，并到原登记的工商行政管理部门办理相应的登记手续。

音像制作单位变更地址、法定代表人或者主要负责人，或者终止制作经营活动的，应当到原登记的工商行政管理部门办理变更登记或者注销登记，并向省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门备案。

第十九条 音像出版单位不得委托未取得《音像制品制作许可证》的单位制作音像制品。

音像制作单位接受委托制作音像制品的，应当按照国家有关规定，与委托的出版单位订立制作委托合同；验证委托的出版单位的《音像制品出版许可证》或者本版出版物的证明及由委托的出版单位盖章的音像制品制作委托书。

音像制作单位不得出版、复制、批发、零售音像制品。

第三章 复 制

第二十条 设立音像复制单位应当具备下列条件：

- (一)有音像复制单位的名称、章程；
- (二)有确定的业务范围；
- (三)有适应业务范围需要的组织机构和人员；
- (四)有适应业务范围需要的资金、设备和复制场所；
- (五)法律、行政法规规定的其他条件。

审批设立音像复制单位，除依照前款所列条件外，还应当符合音像复制单位总量、布局 and 结构的规划。

第二十一条 申请设立音像复制单位，由所在地省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门审核后，报国务院出版行政主管部门审批。国务院出版行政主管部门应当自受理申请之日起 60 日内作出批准或者不批准的决定，并通知申请人。批准的，发给《复制经营许可证》，由申请人持《复制经营许可证》到工商行政管理部门登记，依法领取营业执照；不批准的，应当说明理由。

申请书应当载明下列内容：

- (一)音像复制单位的名称、地址；
- (二)音像复制单位的法定代表人或者主要负责人的姓名、住址；
- (三)音像复制单位的资金来源和数额。

第二十二条 音像复制单位变更业务范围，或者兼并其他音像复制单位，或者因合并、分立而设立新的音像复制单位的，应当依照本条例第二十一条的规定办理审批手续，并到工商行政管理部门办理相应的登记手续。

音像复制单位变更名称、地址、法定代表人或者主要负责人，或者终止复制经营活动的，应当到原登记

的工商行政管理部门办理变更登记或者注销登记,并向国务院出版行政主管部门备案。

第二十三条 音像复制单位接受委托复制音像制品的,应当按照国家有关规定,与委托的出版单位订立复制委托合同;验证委托的出版单位的《音像制品出版许可证》、营业执照副本、盖章的音像制品复制委托书以及出版单位取得的授权书;接受委托复制的音像制品属于非卖品的,应当验证委托单位的身份证明和委托单位出具的音像制品非卖品复制委托书。

音像复制单位应当自完成音像制品复制之日起2年内,保存委托合同和所复制的音像制品的样本以及验证的有关证明文件的副本,以备查验。

第二十四条 音像复制单位不得接受非音像出版单位或者个人的委托复制经营性的音像制品;不得自行复制音像制品;不得批发、零售音像制品。

第二十五条 从事光盘复制的音像复制单位复制光盘,必须使用蚀刻有国务院出版行政主管部门核发的激光数码储存片来源识别码的注塑模具。

第二十六条 音像复制单位接受委托复制境外音像制品的,应当经省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门批准,并持著作权人的授权书依法到著作权行政管理部门登记;复制的音像制品应当全部运输出境,不得在境内发行。

第四章 进 口

第二十七条 音像制品成品进口业务由国务院出版行政主管部门批准的音像制品成品进口经营单位经营;未经批准,任何单位或者个人不得经营音像制品成品进口业务。

第二十八条 进口用于出版的音像制品,以及进口用于批发、零售、出租等的音像制品成品,应当报国务院出版行政主管部门进行内容审查。

国务院出版行政主管部门应当自收到音像制品内容审查申请书之日起30日内作出批准或者不批准的决定,并通知申请人。批准的,发给批准文件;不批准的,应当说明理由。

进口用于出版的音像制品的单位、音像制品成品进口经营单位应当持国务院出版行政主管部门的批准文件到海关办理进口手续。

第二十九条 进口用于出版的音像制品,其著作权事项应当向国务院著作权行政管理部门登记。

第三十条 进口供研究、教学参考的音像制品,应当委托音像制品成品进口经营单位依照本条例第二十八条的规定办理。

进口用于展览、展示的音像制品,经国务院出版行政主管部门批准后,到海关办理临时进口手续。

依照本条规定进口的音像制品,不得进行经营性复制、批发、零售、出租和放映。

第五章 批发、零售和出租

第三十一条 设立音像制品批发、零售单位,应当具备下列条件:

- (一)有音像制品批发、零售单位的名称、章程;
- (二)有确定的业务范围;
- (三)有适应业务范围需要的组织机构和人员;
- (四)有适应业务范围需要的资金和场所;
- (五)法律、行政法规规定的其他条件。

第三十二条 申请设立音像制品批发单位,应当报所在地省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门审批。申请从事音像制品零售业务,应当报县级地方人民政府出版行政主管部门审批。出版行政主管部门应当自受理申请书之日起 30 日内作出批准或者不批准的决定,并通知申请人。批准的,应当发给《出版物经营许可证》,由申请人持《出版物经营许可证》到工商行政管理部门登记,依法领取营业执照;不批准的,应当说明理由。

《出版物经营许可证》应当注明音像制品经营活动的种类。

第三十三条 音像制品批发、零售单位变更名称、业务范围,或者兼并其他音像制品批发、零售单位,或者因合并、分立而设立新的音像制品批发、零售单位的,应当依照本条例第三十二条的规定办理审批手续,并到原登记的工商行政管理部门办理相应的登记手续。

音像制品批发、零售单位变更地址、法定代表人或者主要负责人或者终止经营活动,从事音像制品零售经营活动的个体工商户变更业务范围、地址或者终止经营活动的,应当到原登记的工商行政管理部门办理变更登记或者注销登记,并向原批准的出版行政主管部门备案。

第三十四条 音像出版单位可以按照国家有关规定,批发、零售本单位出版的音像制品。从事非本单位出版的音像制品的批发、零售业务的,应当依照本条例第三十二条的规定办理审批手续,并到原登记的工商行政管理部门办理登记手续。

第三十五条 国家允许设立从事音像制品发行业务的中外合作经营企业。

第三十六条 音像制品批发单位和从事音像制品零售、出租等业务的单位或者个体工商户,不得经营非音像出版单位出版的音像制品或者非音像复制单位复制的音像制品,不得经营未经国务院出版行政主管部门批准进口的音像制品,不得经营侵犯他人著作权的音像制品。

第六章 罚 则

第三十七条 出版行政主管部门或者其他有关行政部门及其工作人员,利用职务上的便利收受他人财物或者其他好处,批准不符合法定设立条件的音像制品出版、制作、复制、进口、批发、零售单位,或者不履行监督职责,或者发现违法行为不予查处,造成严重后果的,对负有责任的主管人员和其他直接责任人员依法给予降级直至开除的处分;构成犯罪的,依照刑法关于受贿罪、滥用职权罪、玩忽职守罪或者其他罪的规定,依法追究刑事责任。

第三十八条 音像制品经营活动的监督管理部门的工作人员从事或者变相从事音像制品经营活动的,参与或者变相参与音像制品经营单位的经营活动的,依法给予撤职或者开除的处分。

音像制品经营活动的监督管理部门有前款所列行为的,对负有责任的主管人员和其他直接责任人员依照前款规定处罚。

第三十九条 未经批准,擅自设立音像制品出版、制作、复制、进口、批发、零售单位,擅自从事音像制品出版、制作、复制业务或者进口、批发、零售经营活动的,由出版行政主管部门、工商行政管理部门依照法定职权予以取缔;依照刑法关于非法经营罪的规定,依法追究刑事责任;尚不够刑事处罚的,没收违法经营的音像制品和违法所得以及进行违法活动的专用工具、设备;违法经营额 1 万元以上的,并处违法经营额 5 倍以上 10 倍以下的罚款;违法经营额不足 1 万元的,可以处 5 万元以下的罚款。

第四十条 出版含有本条例第三条第二款禁止内容的音像制品,或者制作、复制、批发、零售、出租、放映明知或者应知含有本条例第三条第二款禁止内容的音像制品的,依照刑法有关规定,依法追究刑事责任;尚不够刑事处罚的,由出版行政主管部门、公安部门依据各自职权责令停业整顿,没收违法经营的音像制品

和违法所得；违法经营额 1 万元以上的，并处违法经营额 5 倍以上 10 倍以下的罚款；违法经营额不足 1 万元的，可以处 5 万元以下的罚款；情节严重的，并由原发证机关吊销许可证。

第四十一条 走私音像制品的，依照刑法关于走私罪的规定，依法追究刑事责任；尚不够刑事处罚的，由海关依法给予行政处罚。

第四十二条 有下列行为之一的，由出版行政主管部门责令停止违法行为，给予警告，没收违法经营的音像制品和违法所得；违法经营额 1 万元以上的，并处违法经营额 5 倍以上 10 倍以下的罚款；违法经营额不足 1 万元的，可以处 5 万元以下的罚款；情节严重的，并责令停业整顿或者由原发证机关吊销许可证：

(一)音像出版单位向其他单位、个人出租、出借、出售或者以其他任何形式转让本单位的名称，出售或者以其他形式转让本单位的版号的；

(二)音像出版单位委托未取得《音像制品制作许可证》的单位制作音像制品，或者委托未取得《复制经营许可证》的单位复制音像制品的；

(三)音像出版单位出版未经国务院出版行政主管部门批准擅自进口的音像制品的；

(四)音像制作单位、音像复制单位未依照本条例的规定验证音像出版单位的委托书、有关证明的；

(五)音像复制单位擅自复制他人的音像制品，或者接受非音像出版单位、个人的委托复制经营性的音像制品，或者自行复制音像制品的。

第四十三条 音像出版单位违反国家有关规定与香港特别行政区、澳门特别行政区、台湾地区或者外国的组织、个人合作制作音像制品，音像复制单位违反国家有关规定接受委托复制境外音像制品，未经省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门审核同意，或者未将复制的境外音像制品全部运输出境的，由省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门责令改正，没收违法经营的音像制品和违法所得；违法经营额 1 万元以上的，并处违法经营额 5 倍以上 10 倍以下的罚款；违法经营额不足 1 万元的，可以处 5 万元以下的罚款；情节严重的，并由原发证机关吊销许可证。

第四十四条 有下列行为之一的，由出版行政主管部门责令改正，给予警告；情节严重的，并责令停业整顿或者由原发证机关吊销许可证：

(一)音像出版单位未将其年度出版计划和涉及国家安全、社会安定等方面的重大选题报国务院出版行政主管部门备案的；

(二)音像制品出版、制作、复制、批发、零售单位变更名称、地址、法定代表人或者主要负责人、业务范围等，未依照本条例规定办理审批、备案手续的；

(三)音像出版单位未在其出版的音像制品及其包装的明显位置标明本条例规定的内容的；

(四)音像出版单位未依照本条例的规定送交样本的；

(五)音像复制单位未依照本条例的规定留存备查的材料的；

(六)从事光盘复制的音像复制单位复制光盘，使用未蚀刻国务院出版行政主管部门核发的激光数码储存片来源识别码的注塑模具的。

第四十五条 有下列行为之一的，由出版行政主管部门责令停止违法行为，给予警告，没收违法经营的音像制品和违法所得；违法经营额 1 万元以上的，并处违法经营额 5 倍以上 10 倍以下的罚款；违法经营额不足 1 万元的，可以处 5 万元以下的罚款；情节严重的，并责令停业整顿或者由原发证机关吊销许可证：

(一)批发、零售、出租、放映非音像出版单位出版的音像制品或者非音像复制单位复制的音像制品的；

(二)批发、零售、出租或者放映未经国务院出版行政主管部门批准进口的音像制品的；

(三)批发、零售、出租、放映供研究、教学参考或者用于展览、展示的进口音像制品的。

第四十六条 单位违反本条例的规定，被处以吊销许可证行政处罚的，应当到工商行政管理部门办理

变更登记或者注销登记;逾期未办理的,由工商行政管理部门吊销营业执照。

第四十七条 单位违反本条例的规定,被处以吊销许可证行政处罚的,其法定代表人或者主要负责人自许可证被吊销之日起10年内不得担任音像制品出版、制作、复制、进口、批发、零售单位的法定代表人或者主要负责人。

从事音像制品零售业务的个体工商户违反本条例的规定,被处以吊销许可证行政处罚的,自许可证被吊销之日起10年内不得从事音像制品零售业务。

第四十八条 依照本条例的规定实施罚款的行政处罚,应当依照有关法律、行政法规的规定,实行罚款决定与罚款收缴分离;收缴的罚款必须全部上缴国库。

第七章 附 则

第四十九条 除本条例第三十五条外,电子出版物的出版、制作、复制、进口、批发、零售等活动适用本条例。

第五十条 依照本条例发放许可证,除按照法定标准收取成本费用外,不得收取其他任何费用。

第五十一条 本条例自2002年2月1日起施行。1994年8月25日国务院发布的《音像制品管理条例》同时废止。

中华人民共和国商务部 公 告

2011年 第18号

为规范第三方电子商务交易平台的经营活动,保护企业和消费者合法权益,营造公平、诚信的电子商务交易环境,商务部制定了《第三方电子商务交易平台服务规范》,现予以发布。

附件:第三方电子商务交易平台服务规范

中华人民共和国商务部
二〇一一年四月十二日

附 件

第三方电子商务交易平台服务规范

目 录

第三方电子商务交易平台服务规范	(16)
目 录	(17)
前 言	(18)
引 言	(18)
1. 范围	(18)
2. 规范性引用文件	(19)
3. 术语和定义	(19)
3.1 电子商务	(19)
3.2 第三方电子商务交易平台	(19)
3.3 平台经营者	(19)
3.4 站内经营者	(19)
4. 基本原则	(19)
4.1 公正、公平、公开原则	(19)
4.2 业务隔离原则	(19)
4.3 鼓励与促进原则	(19)
5. 第三方交易平台的设立与基本行为规范	(20)
5.1 设立条件	(20)
5.2 市场准入和行政许可	(20)
5.3 平台经营者信息公示	(20)
5.4 交易平台设施及运行环境维护	(20)
5.5 数据存储与查询	(20)
5.6 制订和实施平台交易管理制度	(20)
5.7 用户协议	(21)
5.8 交易规则	(21)
5.9 终止经营	(21)
5.10 平台交易情况的统计	(21)
6. 平台经营者对站内经营者的管理与引导	(21)
6.1 站内经营者注册	(21)
6.2 进场经营合同的规范指导	(22)
6.3 站内经营者行为规范	(22)
6.4 对交易信息的管理	(22)
6.5 交易秩序维护	(23)
6.6 交易错误	(23)
6.7 货物退换	(23)
6.8 知识产权保护	(23)
6.9 禁止行为	(23)

7. 平台经营者对消费者的合理保护	(23)
8. 平台经营者与相关服务提供者的协调	(23)
8.1 电子签名	(23)
8.2 电子支付	(23)
8.3 广告发布	(23)
9. 监督管理	(24)
9.1 行业自律	(24)
9.2 投诉管理	(24)
9.3 政府监管	(24)

前 言

本规范的全部技术内容为推荐性。

本规范的制定是根据国家相关法律法规,参照中华人民共和国《互联网信息服务管理办法》(国务院令 2000 年第 292 号)、商务部《关于网上交易的指导意见(暂行)》(商务部公告 2007 年第 19 号)和国家工商行政管理总局《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》(国家工商行政管理总局令 2010 年第 49 号)的规定,并总结电子商务实际运作经验制定的。

本规范由中华人民共和国商务部提出。

引 言

电子商务服务业是以信息技术应用和经济发展需求为基础,对社会全局和可持续发展具有重要引领带动作用的新兴产业。中国电子商务正处在高速发展时期。加强电子商务标准化建设,对于促进经济增长方式的转变,推动经济社会又好又快发展具有重要意义。

第三方电子商务交易平台在电子商务服务业发展中具有举足轻重的作用。第三方电子商务交易平台不仅沟通了买卖双方的网上交易渠道,大幅度降低了交易成本,也开辟了电子商务服务业的一个新的领域。加强第三方电子商务交易平台的服务规范,对于维护电子商务交易秩序,促进电子商务健康发展,具有非常重要的作用。

为规范第三方电子商务交易平台的经营活动,保护企业和消费者合法权益,营造公平、诚信的交易环境,保障交易安全,促进电子商务的快速发展,依据中华人民共和国有关法律法规和相关政策文件制定本规范。

1. 范围

本规范规定了在中华人民共和国境内从事第三方电子商务交易平台服务和经营活动的行为规范,但法律法规另有规定的除外。

商务部负责对本规范的解释。

2. 规范性引用文件

本规范起草过程中参考了下述文件

- (1) 中华人民共和国《互联网信息服务管理办法》(国务院令 2000 年第 292 号)
- (2) 商务部《关于网上交易的指导意见(暂行)》(商务部公告 2007 年第 19 号);
- (3) 国家工商行政管理总局《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》(国家工商行政管理总局令 2010 年第 49 号);
- (4) 国家标准《电子商务模式规范》(SB/T10518—2009);
- (5) 国家标准《网络交易服务规范》(SB/T10519—2009);
- (6) 国家标准《大宗商品电子交易规范》(GB/T18769—2003);
- (7) 国家标准《第三方电子商务服务平台服务及其等级划分规范 B2B\B2C 电子商务服务平台》(GB/T24661.2—2009);
- (8) 公安部、国家保密局、国家密码管理局、国务院信息化工作办公室《信息安全等级保护管理办法》(公通字[2007]43 号)。

相对于上述文件,本规范突出表现出两方面的特点:

(1) 规制的重点不同。本规范专注于对主体的管理,规制交易主体之间的关系,并从法律角度提出规范的条款。

(2) 写作的方法不同。本规范没有对第三方交易平台的所有行为进行详细的规定,这主要是因为现有文件已经对电子商务交易活动作了详细的、静态的规定。本规范主要关注现有文件和标准没有顾及的交易主体之间关系的调整,并把这种调整看作一种动态的、系统的活动。

3. 术语和定义

3.1 电子商务

本规范所指的电子商务,系指交易当事人或参与人利用现代信息技术和计算机网络(包括互联网、移动网络和其他信息网络)所进行的各种商业活动,包括货物交易、服务交易和知识产权交易。

3.2 第三方电子商务交易平台

第三方电子商务交易平台(以下简称第三方交易平台)是指在电子商务活动中为交易双方或多方提供交易撮合及相关服务的信息网络系统总和。

3.3 平台经营者

第三方交易平台经营者(以下简称平台经营者)是指在工商行政管理部门登记注册并领取营业执照,从事第三方交易平台运营并为交易双方提供服务的自然人、法人和其他组织。

3.4 站内经营者

第三方交易平台站内经营者(以下简称站内经营者)是指在电子商务交易平台上从事交易及有关服务活动的自然人、法人和其他组织。

4. 基本原则

4.1 公正、公平、公开原则

平台经营者在制定、修改业务规则和处理争议时应当遵守公正、公平、公开原则。

4.2 业务隔离原则

平台经营者若同时在平台上从事站内经营业务的,应当将平台服务与站内经营业务分开,并在自己的第三方交易平台上予以公示。

4.3 鼓励与促进原则

鼓励依法设立和经营第三方交易平台,鼓励构建有利于平台发展的技术支撑体系。

鼓励平台经营者、行业协会和相关组织探索电子商务信用评价体系、交易安全制度,以及便捷的小额争议解决机制,保障交易的公平与安全。

5. 第三方交易平台的设立与基本行为规范

5.1 设立条件

第三方电子商务交易平台的设立应当符合下列条件:

- (1)有与从事的业务和规模相适应的硬件设施;
- (2)有保障交易正常运营的计算机信息系统和安全环境;
- (3)有与交易平台经营规模相适应的管理人员、技术人员和客户服务人员;
- (4)符合《中华人民共和国电信条例》《互联网信息服务管理办法》、《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》、《电子认证服务管理办法》等法律、法规和规章规定的其他条件。

5.2 市场准入和行政许可

平台经营者应当依法办理工商登记注册;涉及行政许可的,应当取得主管部门的行政许可。

5.3 平台经营者信息公示

平台经营者应当在其网站主页面或者从事经营活动的网页显著位置公示以下信息:

- (1)营业执照、组织机构代码证、税务登记证以及各类经营许可证;
- (2)互联网信息服务许可登记或经备案的电子验证标识;
- (3)经营地址、邮政编码、电话号码、电子信箱等联系信息及法律文书送达地址;
- (4)监管部门或消费者投诉机构的联系方式。
- (5)法律、法规规定其他应披露的信息。

5.4 交易平台设施及运行环境维护

平台经营者应当保障交易平台内各类软硬件设施的正常运行,维护消防、卫生和安保等设施处于正常状态。

平台经营者应按照国家信息安全等级保护制度的有关规定和要求建设、运行、维护网上交易平台系统和辅助服务系统,落实互联网安全保护技术措施,依法实时监控交易系统运行状况,维护平台交易系统正常运行,及时处理网络安全事故。

日交易额1亿元人民币以上(含1亿元)的第三方电子商务交易平台应当设置异地灾难备份系统,建立灾难恢复体系和应急预案。

5.5 数据存储与查询

平台经营者应当妥善保存在平台上发布的交易及服务的全部信息,采取相应的技术手段保证上述资料的完整性、准确性和安全性。站内经营者和交易相对人的身份信息的保存时间自其最后一次登录之日起不少于两年;交易信息保存时间自发生之日起不少于两年。

站内经营者有权在保存期限内自助查询、下载或打印自己的交易信息。

鼓励第三方交易平台通过独立的数据服务机构对其信息进行异地备份及提供对外查询、下载或打印服务。

5.6 制订和实施平台交易管理制度

平台经营者应提供规范化的网上交易服务,建立和完善各项规章制度,包括但不限于下列制度:

- (1)用户注册制度;
- (2)平台交易规则;

- (3)信息披露与审核制度；
- (4)隐私权与商业秘密保护制度；
- (5)消费者权益保护制度；
- (6)广告发布审核制度；
- (7)交易安全保障与数据备份制度；
- (8)争议解决机制；
- (9)不良信息及垃圾邮件举报处理机制；
- (10)法律、法规规定的其他制度。

平台经营者应定期在本平台内组织检查网上交易管理制度的实施情况，并根据检查结果及时采取改善措施。

5.7 用户协议

平台经营者的用户协议及其修改应至少提前 30 日公示，涉及消费者权益的，应当抄送当地消费者权益保护机构。

用户协议应当包括但不限于以下内容：

- (1)用户注册条件；
- (2)交易规则；
- (3)隐私及商业秘密的保护；
- (4)用户协议的修改程序；
- (5)争议解决方式；
- (6)受我国法律管辖的约定及具体管辖地；
- (7)有关责任条款。

平台经营者应采用技术等手段引导用户完整阅读用户协议，合理提示交易风险、责任限制和责任免除条款，但不得免除自身责任，加重用户义务，排除用户的法定权利。

5.8 交易规则

平台经营者应制定并公布交易规则。交易规则的修改应当至少提前 30 日予以公示。用户不接受修改的，可以在修改公告之日起 60 日内书面通知退出。平台经营者应当按照原交易规则妥善处理用户退出事宜。

5.9 终止经营

第三方交易平台歇业或者其他自身原因终止经营的，应当提前一个月通知站内经营者，并与站内经营者结清财务及相关手续。

涉及行政许可的第三方交易平台终止营业的，平台经营者应当提前一个月向行政主管部门报告；并通过合同或其他方式，确保在合理期限内继续提供对消费者的售后服务。

5.10 平台交易情况的统计

平台经营者应当做好市场交易统计工作，填报统计报表，定期向有关行政主管部门报送。

6. 平台经营者对站内经营者的管理与引导

6.1 站内经营者注册

(1)通过第三方交易平台从事商品交易及有关服务行为的自然人，需要向平台经营者提出申请，提交身份证明文件或营业执照、经营地址及联系方式等必要信息。

(2)通过第三方交易平台从事商品交易及有关服务行为的法人和其他组织，需要向平台经营者提出申

请,提交营业执照或其他获准经营的证明文件、经营地址及联系方式等必要信息。

(3)第三方电子商务交易平台应当核验站内经营者的营业执照、税务登记证和各类经营许可证。第三方电子商务交易平台对外是否显示站内经营者真实名称和姓名由平台经营者和站内经营者协商确定。

(4)平台经营者应当每年定期对实名注册的站内经营者的注册信息进行验证,对无法验证的站内经营者应予以注明。

(5)平台经营者应当加强提示,督促站内经营者履行有关法律规定和市场管理制度,增强诚信服务、文明经商的服务意识,倡导良好的经营作风和商业道德。

6.2 进场经营合同的规范指导

平台经营者在与站内经营者订立进场经营合同时,应当依法约定双方规范经营的有关权利义务、违约责任以及纠纷解决方式。该合同应当包含下列必备条款:

(1)平台经营者与站内经营者在网络商品交易及有关服务行为中不得损害国家利益和公众利益,不得损害消费者的合法权益。

(2)站内经营者必须遵守诚实守信的基本原则,严格自律,维护国家利益,承担社会责任,公平、公正、健康有序地开展网上交易,不得利用网上交易从事违法犯罪活动。

(3)站内经营者应当注意监督用户发布的信息,依法删除违反国家规定的信息,防范和减少垃圾邮件。

(4)站内经营者应当建立市场交易纠纷调解处理的有关制度,并在提供服务网店的显著位置公布纠纷处理机构及联系方式。

6.3 站内经营者行为规范

平台经营者应当通过合同或其他方式要求站内经营者遵守以下规范,督促站内经营者建立和实行各类商品信誉制度,方便消费者监督和投诉:

(1)站内经营者应合法经营,不得销售不符合国家标准或有毒有害的商品。对涉及违法经营的可以暂停或终止其交易。

(2)对涉及违法经营或侵犯消费者权益的站内经营者可以按照事先公布的程序在平台上进行公示。

(3)站内经营者应就在停止经营或撤柜前3个月告知平台经营者,并配合平台经营者处理好涉及消费者或第三方的事务。

(4)站内经营者应主动配合平台经营者就消费者投诉所进行的调查和协调。

6.4 对交易信息的管理

平台经营者应对其平台上的交易信息进行合理谨慎的管理:

(1)在平台上从事经营活动的,应当公布所经营产品的名称、生产者等信息;涉及第三方许可的,还应公布许可证书、认证证书等信息。

(2)网页上显示的商品信息必须真实。对实物(有形)商品,应当从多角度多方位予以展现,不可对商品的颜色、大小、比例等做歪曲或错误的显示;对于存在瑕疵的商品应当给予充分的说明并通过图片显示。发现站内经营者发布违反法律、法规广告的,应及时采取措施制止,必要时可以停止对其提供网上交易平台服务。

(3)投诉人提供的证据能够证明站内经营者有侵权行为或发布违法信息的,平台经营者应对有关责任人予以警告,停止侵权行为,删除有害信息,并可依照投诉人的请求提供被投诉人注册的身份信息及联系方式。

(4)平台经营者应承担合理谨慎信息审查义务,对明显的侵权或违法信息,依法及时予以删除,并对站内经营者予以警告。

6.5 交易秩序维护

平台经营者应当采取合理措施,保证网上交易平台的正常运行,提供安全可靠的交易环境和公平、公正、公开的交易服务,维护交易秩序,建立并完善网上交易的信用评价体系和交易风险警示机制。

平台经营者应当合理提示用户关注交易风险,在执行用户的交易支付指令前,应当要求用户对交易明细进行确认;从事网上支付服务的经营者,在执行支付指令前,也应当要求付款人进行确认。

鼓励平台经营者设立冷静期制度,允许消费者在冷静期内无理由取消订单。

鼓励网络第三方交易平台和平台经营者向消费者提供“卖家保证金”服务。保证金用于消费者的交易损失赔付。保证金的金额、使用方式应事先向当地工商行政主管部门备案并公示。

6.6 交易错误

平台经营者应当调查核实个人用户小额交易中出现操作错误投诉,并帮助用户取消交易,但因具体情况无法撤销的除外。

6.7 货物退换

平台经营者应当通过合同或其他方式要求站内经营者依照国家有关规定,实施商品售后服务和退换货制度,对于违反商品售后服务和退换货制度规定的站内经营者,平台经营者应当受理消费者的投诉,并可依照合同追究其违约责任。

6.8 知识产权保护

平台经营者应当建立适当的工作机制,依法保护知识产权。对于权利人附有证据并通知具体地址的侵权页面、文件或链接,平台经营者应通知被投诉人,同时采取必要措施保护权利人合法权益。法律法规另有规定的除外。

平台经营者应通过合同或其他方式要求站内经营者遵守《商标法》、《反不正当竞争法》、《企业名称登记管理规定》等法律、法规、规章的规定,不得侵犯他人的注册商标专用权、企业名称权等权利。

6.9 禁止行为

第三方交易平台同时利用自有平台进行网上商品(服务)交易的,不得相互串通,利用自身便利操纵市场价格,扰乱市场秩序,损害其他经营者或者消费者的合法权益。

7. 平台经营者对消费者的合理保护

未经用户同意,平台经营者不得向任何第三方披露或转让用户名单、交易记录等数据,但法律法规另有规定的除外。

平台经营者应督促站内交易经营者出具购货凭证、服务单据及相关凭证。

消费者在网络交易平台购买商品或者接受服务,发生消费纠纷或者其合法权益受到损害的,平台经营者应当向消费者提供站内经营者的真实的网站登记信息,积极协助消费者维护自身合法权益。

8. 平台经营者与相关服务提供者的协调

8.1 电子签名

鼓励依照《中华人民共和国电子签名法》的规定订立合同。标的金额高于5万元人民币的网上交易,第三方交易平台应提示交易双方使用电子签名。

8.2 电子支付

第三方电子商务交易平台采用的电子支付应当由银行或具备合法资质的非金融支付机构提供。

8.3 广告发布

平台经营者对平台内被投诉的广告信息,应当依据广告法律规定进行删除或转交广告行政主管机构处理。

第三方交易平台应约束站内经营者不得发布虚假的广告信息,不得发送垃圾邮件。

对于国家明令禁止交易的商品或服务,提供搜索服务的第三方交易平台在搜索结果展示页面应对其名称予以屏蔽或限制访问。

9. 监督管理

9.1 行业自律

鼓励第三方平台经营者依照本规范进行行业自律,支持有关行业组织对平台经营者的服务进行监督和协调。

鼓励行业协会设立消费警示制度,监督和约束有不良行为的平台经营者。

鼓励平台经营者成立行业自律组织,制定行规和行约,建立网上交易诚信体系,加强自律,推动网上交易的发展。

9.2 投诉管理

消费者协会和相关组织通过在线投诉机制受理的网上交易争议投诉,平台经营者应及时配合处理与反馈。

对于不良用户,平台经营者可以根据事先公示的程序和规则对站内经营者的市场准入进行限制。

9.3 政府监管

各级商务主管部门应当建立网上交易服务规范的监管责任制度和责任追究制度,依法对平台经营者及站内经营者的交易行为进行监督。

中华人民共和国商务部 公 告

2011 年 第 16 号

2007年2月5日,中华人民共和国商务部发布2007年第8号公告,决定对原产于欧盟的进口马铃薯淀粉实施最终反倾销措施。

2010年3月8日,中国淀粉工业协会马铃薯淀粉专业委员会代表国内马铃薯淀粉产业向商务部递交了关于对原产于欧盟的进口马铃薯淀粉适用的倾销及倾销幅度进行期中复审的书面申请,主张2008年下半年以来,欧盟马铃薯淀粉向中国倾销幅度加大,超过了终裁确定的反倾销税税率,请求重新计算欧盟生产商、出口商的倾销幅度,并相应调整反倾销税税率。

商务部经审查认为,中国淀粉工业协会马铃薯淀粉专业委员会的申请提出了倾销幅度已提高的初步证据,符合《中华人民共和国反倾销条例》第49条规定及《倾销及倾销幅度期中复审暂行规则》的要求。2010年4月19日,商务部发布2010年第22号公告,决定对原产于欧盟的进口马铃薯淀粉所适用的反倾销措施进行倾销及倾销幅度的期中复审调查。

本次复审调查范围是原产于欧盟的进口马铃薯淀粉的正常价值、出口价格和倾销幅度。复审调查的被调查产品与原反倾销调查被调查产品相同,即马铃薯淀粉,又称马铃薯原淀粉、马铃薯精制淀粉、马铃薯生粉、土豆淀粉或洋芋淀粉等,英文名称:Potato Starch。该产品归在《中华人民共和国进出口税则》税则

号:11081300。

在规定时间内,共有三家欧盟马铃薯淀粉生产商向商务部应诉。其中荷兰艾维贝公司和德国艾维贝马铃薯淀粉工厂在规定时间内向商务部提交了调查问卷的答卷和补充答卷。法国罗盖特公司在应诉之后没有提交调查问卷的答卷。商务部对欧盟公司的倾销及倾销幅度进行了复审调查,并根据调查结论向国务院关税税则委员会提出修改反倾销税的建议。

根据《中华人民共和国反倾销条例》第五十条,商务部《倾销及倾销幅度期中复审暂行规则》第三十七条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,商务部裁定各公司倾销幅度如下:

- (一)荷兰艾维贝公司(AVEBE U. A.):12.6%;
- (二)德国艾维贝马铃薯淀粉工厂(Avebe Kartoffelstärkefabrik Prignitz/Wendland GmbH):12.6%;
- (三)法国罗盖特公司(ROQUETTE FRERES):56.7%;
- (四)其他欧盟公司(all others):56.7%。

二、征收反倾销税

自2011年4月19日起,按上述倾销幅度对原产于欧盟的进口马铃薯淀粉征收反倾销税。

三、征收反倾销税的方法

自2011年4月19日起,进口经营者在进口原产于欧盟的马铃薯淀粉时,应向中华人民共和国海关缴纳相应的反倾销税。反倾销税以海关审定的完税价格从价计征,计算公式为:反倾销税税额=海关完税价格×反倾销税税率。进口环节增值税以海关审定的完税价格加上关税和反倾销税作为计税价格从价计征。

四、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,对本复审决定不服的,可以申请行政复议,也可以向人民法院提起诉讼。

五、本公告自2011年4月19日起执行。

附件:中华人民共和国商务部关于对原产于欧盟的进口马铃薯淀粉倾销及倾销幅度期中复审的裁定

中华人民共和国商务部
二〇一一年四月十八日

附 件

中华人民共和国商务部关于对原产于欧盟的 进口马铃薯淀粉倾销及倾销幅度期中复审的裁定

根据《中华人民共和国反倾销条例》(以下简称《反倾销条例》)第四十九条和商务部《倾销及倾销幅度期中复审暂行规则》(以下简称《期中复审规则》),商务部(以下称调查机关)于2010年4月19日公告立案,决

定对原产于欧盟的进口马铃薯淀粉所适用的反倾销措施进行倾销及倾销幅度期中复审调查。

调查机关对应诉公司在复审调查期内的正常价值、出口价格及倾销幅度进行了调查。根据调查结果，并依据《反倾销条例》第四十九条和《期中复审规则》，作出裁定如下：

一、调查程序

2007年2月5日，调查机关发布2007年第8号公告，决定对原产于欧盟的进口马铃薯淀粉实施最终反倾销措施。其中，荷兰艾维贝公司和德国艾维贝马铃薯淀粉工厂适用的反倾销税率为18%，法国罗盖特公司适用的反倾销税率为17%，其他欧盟公司适用的反倾销税率为35%。

（一）复审申请。

2010年3月8日，中国淀粉工业协会马铃薯淀粉专业委员会向调查机关提交了对原产于欧盟的进口马铃薯淀粉适用的倾销及倾销幅度进行期中复审的书面申请，主张2008年下半年以来，欧盟马铃薯淀粉向中国倾销幅度加大，超过了终裁确定的反倾销税税率，请求重新计算欧盟生产商、出口商的倾销幅度，并相应调整反倾销税税率。

（二）立案前通知及利害关系方评论。

2010年3月17日，根据《期中复审规则》第十五条，调查机关就中国淀粉工业协会马铃薯淀粉专业委员会提交期中复审申请事宜通知了欧盟驻华代表团，并转交了申请书的公开文本以及保密文本的非保密摘要。在立案前的规定时间内，欧洲淀粉产业联合会、法国罗盖特公司、荷兰艾维贝公司和德国艾维贝马铃薯淀粉工厂，以及本案申请人分别提交了评论意见。调查机关在立案时对各利害关系方的评论意见依法予以了考虑。

（三）立案。

调查机关对申请书进行了审查，认为中国淀粉工业协会马铃薯淀粉专业委员会的申请提出了倾销幅度加大的初步证据，符合《反倾销条例》第四十九条及《期中复审规则》第六条、第十二条、第十三条和第十四条的要求。

2010年4月19日，调查机关发布2010年第22号公告，决定对原产于欧盟的进口马铃薯淀粉所适用的反倾销措施进行期中复审调查。同日，就复审立案事宜，调查机关通知了欧盟驻华代表团和本案各利害关系方。

（四）应诉登记。

在规定的应诉期限内，荷兰艾维贝公司、德国艾维贝马铃薯淀粉工厂、法国罗盖特公司等三家欧盟马铃薯淀粉生产商向调查机关登记应诉。此外，欧洲淀粉产业联合会、天津顶峰淀粉开发有限公司作为本案利害关系方亦向调查机关登记应诉。

（五）问卷调查。

2010年5月11日，调查机关分别向应诉的三家欧盟马铃薯淀粉生产商发放了调查问卷。在规定的时间内，三家生产商分别向调查机关提交了延期递交答卷的申请并陈述了相关理由。经审查，调查机关同意给予三家公司适当的延期。荷兰艾维贝公司和德国艾维贝马铃薯淀粉工厂于规定时间内提交了答卷。法国罗盖特公司于2010年6月24日书面通知调查机关退出应诉。2010年9月1日，调查机关向荷兰艾维贝公司和德国艾维贝马铃薯淀粉工厂发出补充问卷，并在规定时间内收到了答卷。

（六）利害关系方评论意见。

2010年5月7日，天津顶峰淀粉开发有限公司向调查机关提交了《关于马铃薯淀粉倾销及倾销幅度期中复审立案的评论意见》，提出了三点主张，包括：第一、申请书中提供的欧盟市场价格数据并不准确，欧盟产品在调查期内并不存在倾销；第二、马铃薯淀粉产品进口数量总体保持稳定；第三、马铃薯淀粉进口产品

相比国内产品而言具有更加稳定和值得信赖的质量,若增加反倾销税率,将加重下游用户的负担,不符合公共利益。2010年6月1日,申请人就天津顶峰淀粉开发公司的评论意见提出了反评论。

6月17日,欧洲淀粉产业联合会向调查机关提交了关于本案立案的补充评论意见,主张中国马铃薯淀粉产业的损害并不是由于欧盟产品的进口造成的,而应归因于进口之外的其他因素,如天气和自然灾害的影响等。6月28日,申请人就欧洲淀粉产业联合会的评论意见提出了反评论。

7月30日,天津顶峰淀粉开发有限公司向调查机关提交了关于本案立案的补充评论意见,主张国内马铃薯淀粉的供应不稳定,无法满足下游用户的需求;国内马铃薯淀粉价格变化极端,下游用户完全无法维持稳定的经营成本;国内需要进口欧盟产品来补充和平衡市场。

调查机关将上述评论意见送交贸易救济调查公开信息查阅室供各利害关系方评论,并在调查过程中对上述评论意见依法予以了考虑。

(七)听证会及意见陈述会。

2010年10月11日,应天津顶峰淀粉开发有限公司申请,调查机关就本案召开上下游意见陈述会。申请人及其会员单位、天津顶峰淀粉开发有限公司派员出席了会议,并就马铃薯淀粉国内市场供应状况发表了各自的意见。会后,双方进一步向调查机关提交了书面材料。调查机关将双方书面材料送交贸易救济调查公开信息查阅室供各利害关系方评论。

复审调查期间,没有利害关系方申请举行听证会。

(八)实地核查。

为进一步核实应诉公司提交材料的完整性、真实性和准确性,调查机关组成反倾销复审实地核查组,于2010年11月24日至12月2日赴荷兰艾维贝公司和德国艾维贝马铃薯淀粉工厂进行了实地核查。

核查期间,被核查公司的财务人员、销售人员和管理人员接受了调查机关的询问,并根据要求提供了有关的证明材料。调查机关全面核查了公司的整体情况、被调查产品同类产品的欧盟内销售情况、被调查产品向中国出口销售情况、生产被调查产品及同类产品的成本及相关费用情况,并进一步收集了相关证据。对于实地核查中收集的证据材料和信息,调查机关进行了核对和确认。核查结束后,调查机关就实地核查的基本事实向应诉公司进行了披露,并制作了披露的公开版本送交贸易救济调查公开信息查阅室供各利害关系方评论。没有利害关系方就实地核查提交评论意见。

(九)披露。

根据《反倾销条例》第二十五条和商务部《反倾销调查信息披露暂行规则》,调查机关向在复审调查过程中提供信息的利害关系方及欧盟驻华代表团披露了复审裁定所依据的基本事实,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,荷兰艾维贝公司和德国艾维贝马铃薯淀粉工厂分别提交了书面评论,调查机关对评论意见进行了审查,并在裁定中依法予以了考虑。

二、被调查产品

本次复审调查产品与原反倾销调查的产品一致,即马铃薯淀粉,又称马铃薯原淀粉、马铃薯精制淀粉、马铃薯生粉、土豆淀粉或洋芋淀粉等,英文名称:Potato Starch。该产品归在《中华人民共和国进出口税则》税则号:11081300。

三、复审调查期

本次倾销及倾销幅度期中复审调查期为2009年4月1日至2010年3月31日。

四、倾销及倾销幅度

德国艾维贝马铃薯淀粉工厂为荷兰艾维贝公司的全资子公司,仅负责生产,其生产的产品全部由其母

公司荷兰艾维贝公司以自己的名义进行销售。调查机关认为,德国艾维贝工厂虽然是单独的法律实体,但其仅负责生产,实质上为荷兰艾维贝公司的一个生产部门。调查机关决定在计算倾销幅度时将荷兰艾维贝公司及德国艾维贝马铃薯淀粉工厂合并计算,并最终适用同一反倾销税税率。

在荷兰艾维贝公司提交的答卷中,同时包括荷兰艾维贝公司产品的销售数据以及德国艾维贝马铃薯淀粉工厂产品的销售数据。调查机关决定依据荷兰艾维贝公司填报的数据进行计算。因此,调查机关认定荷兰艾维贝公司的正常价值、出口价格及价格调整项目时,已将德国艾维贝马铃薯淀粉工厂作为荷兰艾维贝公司的一个生产部门进行了合并认定。

(一)正常价值。

荷兰艾维贝公司主张,其销售到中国的马铃薯淀粉与其在欧盟内销售的可马铃薯淀粉不存在区别,并且主张不划分型号。调查机关认为,该公司上述主张反映了被调查产品及欧盟内同类产品的实际生产和销售情况,决定接受该公司主张。

调查机关对荷兰艾维贝公司欧盟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进行了审查。经审查,复审调查期内该公司欧盟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%,符合作为确定正常价值基础的数量要求。

调查机关审查了荷兰艾维贝公司欧盟内交易情况。该公司主张,复审调查期内被调查产品同类产品全部销售给欧盟内非关联客户。经审查,调查机关决定以该公司销售给非关联客户的价格作为确定正常价值的基础。

调查机关审查了荷兰艾维贝公司及德国艾维贝马铃薯淀粉工厂的生产成本和费用。调查机关经审查和实地核查,接受了荷兰艾维贝公司及德国艾维贝马铃薯淀粉工厂的生产成本主张。在管理费用方面,荷兰艾维贝公司填报研发费用为直接计人的费用,并未向被调查产品分摊。调查机关认为,荷兰艾维贝公司研发费用在公司账目中属于一般管理费用,虽然没有直接用于被调查产品,但并不能说明该公司研发费用与被调查产品不相关。调查机关决定,荷兰艾维贝公司的研发费用作为一般管理费用应按照通行会计准则按照销售收入的比例进行分摊。荷兰艾维贝公司在答卷中,填报公司的维修费用为负值。调查机关经审查及实地核查,发现导致此项为负值的原因是该公司上期会计记录错误的调整,并非调查期内实际发生的管理费用。调查机关决定在管理费用中减除该维修费。调查机关对荷兰艾维贝公司提交的销售、财务费用数据进行了审查及实地核查,决定接受该公司填报的销售、财务费用数据。

调查机关根据重新计算的成数据,对荷兰艾维贝公司欧盟内销售交易是否存在低于成本销售进行了审查,发现荷兰艾维贝公司低于成本销售的数量占其全部欧盟内销售的比例不足20%,根据《中华人民共和国反倾销条例》第四条,调查机关决定以其全部欧盟内销售作为确定正常价值的基础。

(二)出口价格。

调查机关对荷兰艾维贝公司复审调查期内对中国出口被调查产品的情况进行了审查。该公司通过两种渠道对中国出口被调查产品,一种是直接销售给中国的非关联公司,另一种是通过荷兰的关联贸易公司销售给中国非关联公司。

根据《反倾销条例》第五条的规定,对于荷兰艾维贝公司直接销售给中国非关联公司的销售,调查机关决定以公司销售给中国非关联公司的价格作为确定出口价格的基础;对于通过荷兰关联贸易公司向中国非关联公司的销售,调查机关决定以关联贸易公司向中国非关联公司的销售价格作为确定出口价格的基础。

(三)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,调查机关对荷兰艾维贝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。

关于荷兰艾维贝公司报告的内销交易的调整项目,经审查,调查机关决定接受售前仓储费用、内陆运费、内陆保险费、国际运费(指欧盟成员国间运费)、包装费用、信用费用、佣金等调整主张。

关于其它需要调整的项目,荷兰艾维贝公司主张对汇率进行调整。该公司主张:在调查期的第一个月,美元兑欧元汇率为 0.75 左右,这也是公司销售预计的长期汇率。但是在调查期中期,由于美国危机加剧,美元兑换率低至 0.60 左右,本公司在出口过程中,无法立即应对美元下跌,调整出口价格。在调查期最后一个月,汇率已经恢复至 0.75 左右。而且,由于欧盟财政危机,公司预计,欧元将进一步下跌。以中国出口为例,出口价格保持稳定。实际上,由于人民币与美元汇率稳定,本公司产品在中国的销售价格也没有剧烈变化,仅仅因美元兑欧元下跌的汇率变化,裁定公司倾销是不合理的,所以公司请求汇率调整。调整方法为鉴于调查期第一个月和最后一个月利率是合理的公司销售预计利率,采用该平均值与实际利率相比,分别计算出每笔销售的利率差。

调查机关在调查中了解,荷兰艾维贝公司对中国出口销售不使用价格单。该公司虽然有销售目标价格,但是每笔交易或者订货数量的价格一般都是在协议的基础上单独确定的。调查机关认为,汇率波动在国际贸易中是常态,这对于从事国际贸易的公司而言是常识。荷兰艾维贝公司就逐笔出口交易与客户单独协议价格,并非采取签定长期价格合同模式,该公司在单独协议价格时,完全可以根据汇率变化情况随时对出口价格进行调整,调查机关对该公司汇率调整的主张不予接受。

2. 关于出口价格。

关于荷兰艾维贝公司报告的出口交易的调整项目,经审查,调查机关决定接受该公司提出的售前仓储费用、内陆运费、内陆保险费、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,现有证据表明荷兰艾维贝公司所报告的 CIF 价格是合理的,调查机关决定采信该公司报告的 CIF 价格数据。

(四)比较

荷兰艾维贝公司主张计算倾销幅度以每季度正常价值比较每季度出口价格,再除以每季度单位 CIF 价格计算出该季度的倾销幅度,最后以此每季度的倾销幅度按照该季度的出口数量进行加权平均,即得出调查期公司的倾销幅度。

调查机关在对荷兰艾维贝公司的实地核查中发现,该公司马铃薯淀粉生产具有一定的季节性,一年中有个别月份不生产马铃薯淀粉,但销售并不具有季节性。艾维贝公司拥有大型储罐,公司在产季将富余产品存于储罐;产季结束,公司则销售储罐存货,确保在全年中销售都能有序进行,以满足客户全年不间断的供货需求。调查机关进一步分析了该公司在调查期内的销售数据,发现调查期各季度中,该公司马铃薯淀粉在欧盟市场销售平稳,没有大起大落现象;对中国出口数量不断增加,是由于国际市场需求变化导致,并非存在任何特殊的周期性销售模式。因此,调查机关对该公司按季度比较倾销幅度的主张不予接受。根据《倾销及倾销幅度期中复审暂行规则》第三十条,期中复审调查中正常价值和出口价格的确定、调整和比较及倾销幅度的计算按照《中华人民共和国反倾销条例》第四条、第五条和第六条的有关规定进行。《中华人民共和国反倾销条例》第六条规定,倾销幅度的确定,应当将加权平均正常价值与全部可比出口交易的加权平均价格进行比较,或者将正常价值与出口价格在逐笔交易的基础上进行比较。调查机关根据《反倾销条例》第六条,在公司提交的答卷等证明材料基础上,考虑了影响价格的各种可比性因素,按照公平、合理的方式,对公司被调查产品的加权平均正常价值与全部可比出口交易的加权平均价格在出厂价基础上进行了比较。

经调查,荷兰艾维贝公司及德国艾维贝马铃薯淀粉工厂在复审调查期内存在倾销,倾销幅度为 12.6%。

对于法国罗盖特公司以及其他未应诉、未提交答卷的欧盟公司,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作出倾销及倾销幅度的裁定。经审查,调查机关决定使用本案申请书中提出的倾销幅度作为其他未应诉、未提交答卷的欧盟公司的倾销幅度,其倾销幅度为 56.7%。

五、复审裁定

根据调查结果,调查机关作出如下复审裁定:

- (一) 荷兰艾维贝公司(AVEBE U. A.);12.6%;
- (二) 德国艾维贝马铃薯淀粉工厂(Avebe Kartoffelstärkefabrik Prignitz/Wendland GmbH);12.6%;
- (三) 法国罗盖特公司(ROQUETTE FRERES);56.7%;
- (四) 其他欧盟公司(all others);56.7%。

《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