

海合会与沙特反倾销调查程序与应对要点简析

■ 侯颖 杨睿文

随着在“一带一路”倡议推动下中国与中东地区经贸往来的不断深化,中国企业对中东市场的出口规模持续扩大,随之而来的贸易救济调查风险也在上升。近年来,海湾阿拉伯国家合作委员会(以下简称“海合会”)及沙特对中国产品发起的反倾销调查显著增多,反映出中东地区在本地产业保护方面的政策正逐步趋于制度化和常态化。尤其在沙特“2030 愿景”推动本国产业多元化与制造业本地化的背景下,贸易救济措施正在成为其支持本地产业的重要政策工具之一。

作为长期深耕海合会区域案件的律师团队,瑞银律师事务所已参与多起海合会与沙特反倾销案件,包括钢铁、开关插座、陶瓷卫浴、化工材料、蓄电池等行业。在担任这些案件中国主要出口企业及相关行业协会代理人期间,积累了该区域调查规则与应对机制的相关经验。本文结合部分实际案例,简要梳理海合会和沙特反倾销调查的一般特点,并提示中国企业在拓展中东市场时应重点关注的几个关键环节,供参考。

双轨并行 案件激增

海合会现行的贸易救济框架主要依据是《海合会国家反倾销、反补贴和保障措施普通法》及其《实施细则》。近年来,海合会针对中国产品启动的反倾销调查数量显著上升。

海合会与沙特反倾销调查的程序要点

一是抽样程序差异大。海合会和沙特的反倾销法规未明确规定强制企业的抽样程序,导致在实践调查中有一定的灵活性。根据我们的代理经验,海合会已经取消了以前

“先抽样,再答卷”的流程,也取消了“3+3”的抽样方式。在最新的实践中,海合会要求所有涉案企业均需在规定的时限内提交完整的正式答卷,再根据答卷情况决定抽样企业并进行下一步实地核查。换言之,企业如不在第一阶段提交正式问卷,将失去被抽中的资格。

而沙特目前仍采用抽样前置的方式,即在立案后优先收集企业的抽样答卷,依据其出口量等指标确定代表性强的强制企业,随后再对其要求提交正式答卷及实地核查。

在海合会和沙特的调查中,只有被抽中的强制企业才可以获得单独税率,未被抽中的合作企业获得平均税率,而不应诉或未配合的企业获得最高惩罚性税率。所以企业在接到立案公告后,应在海合会第一轮正式问卷阶段或沙特的抽样阶段迅速决策是否应诉,以免错失争取较低税率的机会。

二是答卷时限紧迫,任务重。与美欧反倾销程序不同,海合会与沙特的答卷时限起算点均为立案公告发布之日,而非抽样结果确认之后。这意味着企业需要在自立案公告起37天内完成正式答卷的提交,即便申请延期,最多也仅可延长10天。

如前所述沙特需要先经历抽样程序,所以要求企业在立案15天内登记应诉,21 天内提交抽样答卷,这些都包含在总共 37 天的时限之内,时间极为紧凑。

因此,企业必须在极短时间内完成立案信息识别、内部决策、应诉登记、抽样答卷,以及大规模数据准备等工作,包括销售、成本、财务等多维度的资料汇总。整体任务量大、时间压力高,需企业提前做好人员调配与数据准备,尽可能将应诉准备前置,以提高整体应对效率和质量。

三是海牙认证要求不一致。在2023 年针对中国开关插座产品的海合会反倾销调查中,海合会已取消了海牙认证这一文书认证程序,简化了相关材料的提交要求。但沙特方面依然保持此项严格要求,并要求企业须在立案公告发布后 50 天内将海牙认证文件邮寄至沙特调查机关。

关于海牙认证,企业通常可通过当地贸促会办理,但不同地区贸促会的受理要求和办理时长存在差异。企业在获悉立案信息后,应第一时间联系所在地贸促会,提前了解办理流程并启动相关手续,避免因流程不熟悉而延误材料提交。我们团队曾在沙特首起反倾销案件中,凭借与调查机关的深入沟通,成功为中国企业争取到海牙认证提交期限的延长,提醒企业积极与代理律师沟通,争取有利应诉条件。

四是调查程序不透明。海合会目前尚未建立公开透明的案件信息发布平台,涉及抽样结果、调查进展、裁决决定等关键信息均未对外公开。企业和其他利害关系方往往

难以及时获得案件详细动态,从而限制了其进行合理评论和有效抗辩的能力。

相比之下,沙特设有较新的案件管理系统,但系统尚处于完善阶段,实际操作中信息更新和沟通仍存在一定滞后。因此,企业在应对海合会及沙特的反倾销调查时,除了关注官方公告,还需依赖专业律所的支持,主动与调查机关保持沟通,争取掌握关键时间节点和案件动向,以保障企业权益。

倾销幅度计算方式及企业风险点提示

与 WTO 反倾销协议一致,海合会和沙特在认定倾销行为时,主要考察出口产品是否以低于正常价值的价格销往海合会或沙特市场,且该倾销行为是否对当地相关产业造成实质性损害或损害威胁。

值得注意的是,海合会和沙特承认中国的市场经济地位,所以在确定正常价值时会用到企业的生产成本和国内销售数据。通常情况下,调查机关会选取通过成本测算的有利润内销价格,作为正常价值,

与出口价格进行对比,计算倾销幅度。但在以下任一情况出现时,调查机关会放弃企业自身的国内销售数据,改为构造正常价值:国内销售数量低于出口数量的 5%;特殊的市场情况导致此类销售无法进行适当的比较;国内市场缺少同类产品的正常贸易销售。

此时,调查机关将根据原产产品的生产成本,加上合理的销售、管理及一般费用和利润率,或以出口至第三国的价格推定正常价值。这通常导致倾销幅度上升,给出口企业带来更大压力。

随着中东国家本地制造业的发展及本国产业政策的推进,未来反倾销等贸易救济工具的使用将更为频繁。建议计划拓展中东市场的企业,提前熟悉海合会及沙特的贸易救济调查规则,做好应对准备,降低贸易风险。在应对调查过程中,准确理解倾销幅度的计算逻辑、及时提交问卷材料,将有助于企业争取更合理的调查结果,维护在中东市场的稳步发展。

(作者单位:北京市瑞银律师事务所)



完善法律维护公平竞争市场秩序

■ 肖江平

近日,十四届全国人大常委会第十六次会议通过了新修订的反不正当竞争法。新法条文数从原来的 33 条增加至 41 条,将于 2025 年 10 月 15 日起施行。

反不正当竞争法是我国第一部专门规范市场竞争行为的基础性法律,于 1993 年制定实施,经 2017 年全面修订、2019 年修改完善,在制止不正当竞争行为、保护经营者和消费者合法权益、维护公平竞争市场秩序方面发挥了重要作用。此次修订是健全完善反不正当竞争规则制度的重大举措,对于推动构建全国统一大市场,优化公平竞争的市场环境,推动经济社会高质量发展都具有重要意义。

本次修订坚持问题导向,聚焦实践中面临的新情况、新问题,总结近年来反不正当竞争的工作经验,制度创新显著,主要体现在三个方面:

一是增加了“预防不正当竞争”的宗旨,将现行法中主管部门“查处”职责扩大为“监督检查”职责,竞争法的体系性进一步增强。反不正当竞争法制定实施以来,对于主管部门的职责规定一直是“对不正当竞争行为进行查处”。这次修订改为“对不正当竞争行为进行监督检查”,这一关键词的变化,上承新增的第三条“国家健全完善反不正当竞争规则制度,加强反不正当竞争执法司法”,即国家的反不正当竞争从政府查处扩大为立法执法司法的健全、完善和加强;同时还统摄下列相关条款:行业组织引导规范的对象从“会员”扩展到“本行业的经营者的”,新增了平台经营者“引导、规范平台内经营者依法公平竞争”“发现平台内经营者实施不正当竞争行为的,应当及时依法采取必要的处置措施,保存有关记录,并按规定向平台经营者住所地县级以上人民政府监督检查部门”报告”,以及“经营者涉嫌违反本法规定的,监督检查部门可以对其有关负责人进行约谈,要求其说明情况、提出改进措施”。这些修改和新增,连同总则立法宗旨中新增的“预防”,可以认为我国未来的反不正当竞争,将从聚焦案件查处、裁判的事后规制向事中甚至事前规制扩展。审视新增的第十四条和第十五条,还可以认为,本次修法还可能进一步增强反不正当竞争法、反垄断法、公平竞争审查制度在立法执法司法链条上的深度融合。

通过上述融合、整合,保障各类经营者依法平等使用生产要素、公平参与市场竞争,有助于更好地实现维护公平竞争市场秩序,健全统一、开放、竞争、有序的市场体系,促进社会主义市场经济健康发展的目标。

二是回应了数字经济迅速发展的需要,为我国互联网、大数据、人工智能等新技术、新业态行稳致远保驾护航。2017 年反不正当竞争法增加了互联网专条,对规范互联网竞争发挥了重要作用。然而,互联网领域的不正当竞争行为层出不穷,对公平竞争市场秩序带来新的冲击。2020 年全国人大常委会反不正当竞争法执法检查报告提出健全市场体系基础制度,构建完备的竞争法律制度。2024 年市场监管总局颁布实施了《网络反不正当竞争暂行规定》。此次修法吸收了这些工作成果和经验,对于网络不正当竞争的规制表述更精细、路径更有效,网络不正当竞争规制制度得到进一步完善。例如,将不当获取使用数据、网络领域恶意交易等行为增列为不正当竞争规制的行为,将“不得利用技术手段”修改为“不得利用数据和算法、技术、平台规则等”,细化了虚假宣传、商业混淆的行为构成等,新增了平台经营者反不正当竞争方面的相关义务。这些修改,细化行为构成,拓展了规制的路径,有助于进一步提升规制效率。

三是针对现行法存在的不足,将商业混淆中的帮助行为、商业贿赂中的受贿行为增列为法律禁止的行为,并规定了相应的法律责任,更加契合不正当竞争行为的经济机制,有助于提升反不正当竞争执法效率和公平性。修改后的第二十三条还规定,销售涉嫌混淆行为的违法商品的,应当予以处罚,但如果销售者不知道其销售的商品属于违法商品,能证明该商品是自己合法取得并说明提供者的,由监督检查部门责令停止销售,不予行政处罚。在法律责任上如此界定合理合情,有助于解决商业混淆规制中的空白、模糊地带问题。此外,商业贿赂中行贿受贿一起查,体现了对贿赂行为机制、办案规律的尊重和运用。

新修订的反不正当竞争法为维护公平竞争的市场秩序夯实了法律基础。法律的生命力在于实施,相信有关部门会进一步完善配套制度,细化不正当竞争行为的认定规则,确保执法尺度精准、统一。同时,还要进一步加大普法力度,引导各方面更好地理解法律,推动立法效应逐步释放,为经济社会高质量发展持续注入法治动能。

(作者系国务院反垄断反不正当竞争委员会专家咨询组成员,北京大学竞争法研究中心主任 来源:法治日报)

LABUBU 爆火背后的知识产权保卫战

■ 本报记者 张凡

在企业出海浪潮当中,中国文创产业正以蓬勃之势走向世界舞台。泡泡玛特推出的 LABUBU,凭借其萌趣的造型和丰富的文化内涵迅速走红,深受全球消费者喜爱。然而,随着其市场影响力不断扩大,面临的知识产权侵权问题也日益凸显。

据宁波海关消息,近期在对三批商品进行查验时,发现有未申报的盲盒、毛绒玩具等商品,部分外包装上印有泡泡玛特的品牌标识,印有的图案都是泡泡玛特当前最热门的 LABUBU 系列。经联系权利人确认,这些商品均侵犯相关商标权和著作权。

这只是冰山一角,凸显了文创产品在知识产权保护方面面临严峻挑战,可查的裁判文书书检索的结果更能说明问题:截至 2025 年 7 月 1 日,以北京泡泡玛特文化创意有限公司为原告,知识产权归属、侵权纠纷为案由,合计共 402 件案件。

从知识产权细分案由来看,著作权权属、侵权纠纷占比约 38%,商标权权属、侵权纠纷占比约 61%,专利权权属、侵权纠纷占比约 1%。

从裁判结果来看,约 71% 的案件以撤诉方式结案,约 24% 的案件以全部或部分支持泡泡玛特方式结案,仅有 1 起侵害外观设计专利权纠纷,判决驳回泡泡玛特的全部诉讼请求。

从标的额来看,0 万元至 10 万元占比约 91.5%,10 万元至 50 万元占比约 6.1%,50 万元至 100 万元占比约 1.22%,100 万元至 500 万元占比约 1.22%。

从审理法院地域来看,覆盖广东、上海、浙江、北京、山东、辽宁、江苏、河北、吉林、山西、四川、福建等 25 个地域。

“泡泡玛特目前在知识产权维权方面主要存在两个难点:以侵害外观设计专利权的维权难度较大;著作权、商标权侵权地域广、判赔金额低。”上海市锦天城律师事务所高级合伙人、知识产权律师齐宝鑫分析数据说。

以案号为(2020)沪 73 民初 943 号的侵害外观设计专利权纠纷案件为例,上海知识产权法院认为,在本案中,十二款被控侵权产品与涉案专利均为人偶玩具,属于相同种类的产品。经比对,两者在眼睛、睫毛、眉毛、嘴巴、腮红、头部发型及发饰、手的朝向、服饰、性别均存在区别。法院认为,对于人偶玩具类产品,虽然一般均采用拟人形态,但玩偶的整体身材比例及造型、头部造型、服饰设计等存在较大差异,设计空间较大。对于一般消费者而言,在关注产品整体形状的同时,还会对产品的头部造型包括面部五官及表情的具体设计、发型以及服饰设计等加以关注,被控侵权产品与涉案专利具有的上述区别属于对整体视觉效果具有重要影响的实质性差异。故法院认定被控侵权产品的外观设计与涉案专利在整体视觉效果上有实质性差异,两者既不相同也不近似,未落入涉案专利的专利权保护范围,对原告的诉讼请求法院不予支持。

齐宝鑫说,由此可见,法院在审理侵害外观设计专利权纠纷过程中,对于人偶玩具类产品,即便整体形状大致相同,如若产

品的头部造型包括面部五官及表情的具体设计、发型以及服饰设计等存在具有重要影响的实质性差异,则法院判决原告败诉的可能性仍较高,无疑给泡泡玛特增加了维权的难度。

从其余的侵害著作权以及侵害商标权纠纷案件来看,裁判结果虽多为双方达成和解撤诉结案,或法院判决支持泡泡玛特,但从案件标的额和审理法院分布地域来看,被告所在地或侵权行为地分布地域较广,而产品本身单价相对较低导致案件标的额集中于 0 万元至 10 万元,这无疑造成泡泡玛特维权成本增高,但判赔额并不乐观,威慑作用有限。

值得注意的是,除了海关的查处,电商平台和泡泡玛特自身也在积极行动。近期,亚马逊首次联合泡泡玛特配合浙江当地市场监管部门成功打击了一售假供应商。此供应商通过国内某电商批发网站向亚马逊卖家销售假冒的 THE MONSTERS LABUBU 潮流玩具。亚马逊全球打假团队在中国经过数月追踪和调查锁定售假供应商,并将案件线索移交给此供应商所在的当地执法部门。执法部门于今年 4 月现场查获假冒 LABUBU 钥匙挂件超 700 件、包装材料上千件。

“亚马逊与泡泡玛特的合作成功保护了泡泡玛特的品牌声誉和知识产权,助力其进一步开拓国际市场。”齐宝鑫认为,泡泡玛特与亚马逊联手打假具有多方面的积极意义:

对品牌方泡泡玛特而言,可以进一步保护知识产权,营造一个更健康的市场环境,为泡泡玛特进一步开拓国际市场提供有力支持,推动品牌在全球范围内的发展。

对亚马逊而言,打击假冒产品有助于净化平台的商业环境,减少不良商家的生存空间,维护平台的公平竞争秩序,为合法的商家和品牌提供更好的发展环境,促进平台的可持续发展。此次与泡泡玛特的合作展示了亚马逊在打假方面的实力和能力,可能会吸引更多其他品牌与亚马逊开展合作,进一步拓展亚马逊的品牌合作资源,提升平台的影响力和竞争力。

“泡泡玛特与亚马逊联手打假的行动为整个潮玩行业和电商行业树立了积极的榜

样,表明品牌方和平台方在知识产权保护方面的决心和行动力,有助于推动整个行业形成尊重知识产权、打击假冒伪劣的良好氛围,也保障了消费者的权益。”齐宝鑫表示,泡泡玛特与亚马逊的合作标志着跨境电商知识产权保护进入“技术+法律”深度融合的新阶段,在跨境电商领域树立了知识产权保护的新标杆。其成功经验表明,品牌方需构建“全球知产布局+动态侵权监测”体系,平台方应履行“主动防控+证据共享”义务,而监管部门则需推动跨境司法协作机制的完善。

从泡泡玛特到哪吒,一系列文创产品火爆出圈,在全球影响力不断增强,这就更体现出知识产权先行的重要性。齐宝鑫建议说,企业出海应提前进行知识产权海外布局。在专利申请方面,对于文创产品中具有创新性的技术,如独特的设计工艺、隐藏式玩法机关等,企业应尽早依据自身出海计划,在目标国通过巴黎公约或专利合作条约途径申请专利。在商标注册方面,企业除了在本土注册商标外,还可在海外市场通过单一国注册或马德里国际商标注册,避免商标被抢注,导致自身产品出口时不能使用商标甚至遭遇诉讼。此外企业还需要开展技术自由实施分析,由于不同国家和地区对知识产权的保护范围和规则存在差异,通过技术自由实施分析可以预警产品是否可能存在潜在的专利侵权风险,提前规避侵权纠纷。在出海过程中,文创类企业在利用跨境电商平台销售产品时,要充分了解目标国家和地区的知识产权保护机制以及平台规则。

“文创类企业在遭遇海外知识产权侵权诉讼时,要全面收集与诉讼相关的信息,组建由内部人员和专业律师团队共同构成的应诉团队。一旦在海外面临侵权诉讼,应积极了解诉讼发生地的法律规则,分析起诉状和证据材料,确定应诉目标和策略。选择和解谈判的恰当时机与策略,关注舆论影响,并寻求海外相关行业协会、商会等的支持。”齐宝鑫表示,那些曾经恶意窃取他人智力成果的投机者,终将在知识产权保护的铁拳下退场。而真正的胜利者,必将属于尊重创意价值、深耕品牌运营的长期主义者。



中国贸促会专利商标事务所
CCPIT PATENT & TRADEMARK LAW OFFICE



贸促商微公众号

服務四海 誠信天下

中國專利代理 (香港) 有限公司
CHINA PATENT AGENT (H.K.) LTD.
www.cpahklt.com

廣告

廣告