

附录二 美国反倾销调查术语¹

(最后修改于 2003 年 3 月 20 日)

本术语表旨在为利害关系方提供关于出现在反倾销调查问卷中的众多技术性术语的基本理解。这些解释不是具有法律效力的规章或规则。当出现困难或具体问题，当事方应从法令、规章或美国商务部处获得解释，而不是试图从这些一般性的解释中获得准确的指引。

行政保护令

行政保护令是美国商务部用以控制向利益方的代表有限制地披露商业机密信息的法律机制。美国商务部只有在利益方的代表提交表明其同意遵守以下四个条件的请求后，才可以根据行政保护令授权披露商业机密信息：①仅在反倾销调查程序中使用该信息；②确保该信息的安全并使信息不向行政保护令约束对象之外的人披露；③报告任何违反保护令条件的情况；④承诺如违反保护令条件将接受制裁（见《关税法》第 777 节（c）款，又见“机密信息”和“机密处理”）。

关联方

关联方（关联机构）包括①家庭成员。②组织中的任何官员或董事以及该组织。③合伙人。④雇主和雇员。⑤直接或间接拥有、控制或持有投票权的任何个人、任何组织的 5% 或以上的已发行的有表决权的股票或股份以及该组织。⑥直接或间接控制、受控制于某方或与某方处于共同控制下的两方或更多方。⑦控制任何其他方的控制方和该受控方。当一方在法律或经营上对其他方处于限制或提供指导时，即存在“控制”。就本调查而言，控制关系应同时对有关被调查商品的生产、定价或成本的决定有潜在的影响（见《关税法》第 771 节（33）条款，美国商务部规章第 351.102（b）条款和第 351.401（f）条款）。“控制”的情形包括（但不限于）（a）合资企业和特许；（b）买方/卖方情况；（c）与供方、（转）承包商、出借方、分销商、出口商或转售商有密切关系；以及（d）受如家庭、公司或同一投资者控制的集团公司。

例如，共同控制的关联关系可以是合资企业所有人之间的关联关系，即每个人都控制着该合资企业。

美国商务部规章第 351.102（b）条款规定，“方”这个词包括任何利益方以及适合的任何其他个人、企业或实体。在美国商务部的实践中，“方”这个词包括任何公司、个人、组织、合伙或团体。

¹ 本中文翻译仅供参考

反倾销法律和规章

美国反倾销法律规定在《1930年关税法》(修订版)(简称《关税法》)第7章中(美国法典第19编第1673节及其后)。调整反倾销程序的美国商务部规章规定在《联邦法规汇编》第19编第351节中,于1997年5月19日公布在《联邦公报》上(见《联邦公报》第62卷第27397~27424页)。关于行政保护令和机密信息处理的程序,请见《联邦法规汇编》第19编第351和354节,于1998年5月19日公布在《联邦公报》上(见《联邦公报》第63卷第24391页)。

正常交易(关联方之间)

一般说来,只有当关联方之间的交易是在各独立方完全竞争平等的条件下完成时,美国商务部才将其作为正常价值、产品成本以及推定价格的基础。独立方之间的交易是指那些销售价格与销售给非关联方的价格具有可比性的关联方之间的交易。美国商务部通过销售条款、运送条件以及其他与销售有关的条件等方面来判断销售价格是否具有可比性。判断对关联方的销售是否应包括在正常价值计算中,美国商务部要进行一个正常交易测试。在该测试中,美国商务部把销售给每个关联方的每种产品的加权平均价格与销售给所有非关联方的相同或相似产品的加权平均价格进行比较。如果一关联方计算的总的比率是在98%和102%之间,包括对所有非关联方的销售价格,对该关联方的销售可以被认为是属于“一般贸易过程”从而按正常价值计算。不是在非关联方完全竞争、平等条件下完成的关联方之间的交易被认为是非正常贸易过程(又见“一般贸易过程”)。

准确性证明

向美国商务部提交事实性信息的任何方都必须同时附上一份关于其提交的事实性信息的完全性和准确性的证明。证明应当由负责陈述事实性信息的有丰富知识的官员和该方的法律顾问或其他代表作出。证明表样本作为调查问卷的附件五(见《关税法》第782条(b)款,美国商务部规章第351.303条(g)款)。

销售环境

当正常价值与出口价格或推定出口价格进行比较时,对于因两个市场的销售条件不同而存在的销售条件的差异,美国商务部将作出相应的调整。这样的调整一般仅限于直接销售(和代表买方承担的费用)的不同而引起的差异(参见《关税法》第773条(a)(6)(C)(iii)条款,美国商务部规章第351.410条,又见“直接及间接费用”)。

推定出口价格

参见“出口价格和推定出口价格”。

推定出口价格抵消

在可行的情况下，美国商务部试图在同一贸易水平上对正常价值和出口价格进行比较。当无法作这种比较时，法律规定在一定条件下，可对正常价值作出调整。但是，当美国商务部对不同贸易水平设定了不同的功能，并且可利用的数据也难以成为作出调整的合适基础时，法律规定通过“推定出口价格抵消”的形式来作出有限的调整。这种调整不适用于出口价格的比较，而且只有在正常价值是基于工厂直接销售的贸易水平而非推定出口价格的贸易水平时商务部才可以调整。抵消就是在正常价值中减除在比较市场的间接费用的总额，这个减除额不能超过在计算推定出口价格过程中减除的间接费用的总额（见《关税法》第 773(a)(7)(B) 条款，美国商务部规章第 351.412(f) 条款，又见“贸易水平”，“贸易水平调整”）。

推定价值

当在国外市场上没有与涉案产品适宜匹配的国外同类产品的销售时（例如：包括当美国商务部因为销售低于生产成本而忽视销售的时候），美国商务部以推定价值作为正常价值的基础。推定价值是以下的总和：①材料成本和涉案产品的制造费用；②在外国市场的销售、日常管理费用和利润；以及③出口到美国的包装成本（见《关税法》第 773 节(e) 款，美国商务部规章第 351.405 和 351.407 条款）。

同期销售

在调查中，美国商务部通常将平均出口价格（或推定出口价格）与平均正常价值作比较。这些平均数通常建立在调查期以外销售的基础上。另一方面，在对现存反倾销令的行政复审中，美国商务部通常将单独美国销售的出口价格（或推定出口价格）与“同期月”的平均正常价值作比较。同期月中涉案产品必须在美国发生过销售，如果在选定的同期月中，比较市场上涉案产品的同一产品的国外类似产品没有销售，则美国商务部将选择为期 6 个月的期间来进行比较，大多数情况下，美国商务部将选择之前的 3 个月来计算同一产品的平均销售价格。如果在这些月份中都没有同类产品的销售，则美国商务部将适用相似产品销售的相同级数来计算（见美国商务部规章第 351.414 条款）。

制造成本

制造成本是指生产被调查产品所发生的原材料、制作及其他加工成本的总和（又见“生产成本”）。

生产成本

生产成本指生产国外同类产品的成本。生产成本包括：①原材料、制作及其他加工成本；②销售费用、日常费用及管理费用；以及③集装箱成本和其他包装费用。如果外国市场销售的价格低于生产成本，则美国商务部在计算正常价值时可能忽视国外市场销售。美国商务部将忽视所有低于成本的销售，如果(a)销售发生在一个持续的期间内（通常为一年）且数量巨大（至少调查产品总量的20%是低于成本销售的或在调查期内加权平均单位价格低于加权平均成本）；(b)销售价格不能在一段合理时间段内收回成本（即在调查期内价格低于加权平均生产成本）。尽管美国商务部开始对所有国外同类产品的销售进行生产成本的调查，但是此项决定建立在特定产品的基础上（见《关税法》第773节(b)款；美国商务部规章第351.406和351.407条款）。

信贷费用

信贷费用是美国商务部经常对销售环境进行调整的一种费用。它是在产品运送至顾客并从顾客处收到付款的过程中产生的利息费用。美国商务部通常通过该公司在交易流通中的年度短期贷款率来估算费用，根据运输和付款的天数分配增加至单价中。如果实际付款日期不能确定，则计算可能要建立在有应收账款的平均天数的基础上（又见“估算费用”）。

销售日期

由于美国商务部试图比较同一时间的销售，因此确定销售日期是倾销分析的一个重要部分。美国商务部通常使用在日常交易过程中记录在出口商或生产商账簿上的发票日期。然而，如果另一个日期能更好地反映出出口商或生产商确立销售实质性条款（如价格、数量）的日期，美国商务部也可以使用除发票日期外的某个日期（如长期合同情况下的合同日期）（见美国商务部规章第351.401(i)条款）。

商品差异调整

当正常价值是建立在某一产品在外国市场销售，而该产品与在美国市场销售的产品类似但不相同时，美国商务部可以对正常价值进行调整来解决生产两种产品的可变成本差异。一般情况下，调整的对象仅限于在由于商品的物理差异而产生的原材料成本、劳务成本和可变生产成本的差异。美国商务部将不会因固定费用或管理支出或利润的差异而进行调整（见美国商务部规章第351.411条款）。

直接和间接费用

在计算出口价格、推定出口价格以及正常价值时，美国商务部视销售费用属直接费用或是间接费用而区别对待。例如，销售环境调整通常仅涉及直接费用，而推定出口价格的补偿涉及间接费用。

直接费用通常必须是①可变的；②可在公司的账务中追踪到所调查商品的销售。

①可变/固定费用：直接费用是典型的可变费用，它的发生是销售的一种直接的不可避免的结果（即在没有销售的情况下，这些费用不可能产生）。间接费用是固定费用，无论销售是否发生它均会发生。

相同的费用可被归类为固定费用或可变费用，这取决于该费用是如何产生的。例如，如果出口商支付费用给非关联承包人为其完成一项服务，该项费用通常被认为是可变费用，视为直接费用（只要满足下面第二种条件）。然而，如果出口商通过发薪水给雇员为其提供服务，则该固定的薪金费用将可能被视为一种间接费用。

②与所调查商品的销售有关的费用：直接销售费用必须是其发生直接取决于所调查商品的销售费用。然而，即使一项固定费用可分配于所调查的商品，美国商务部通常也将视其为间接费用。

直接销售费用的普通实例包括信贷费用、佣金，以及抵押、担保、技术协助和维修费用中的可变部分。间接销售费用的普通实例包括库存囤积成本、销售员薪金，以及产品责任保险。费用的固定部分，例如，提供技术服务或保修的雇员的薪金，属于间接费用。

美国商务部也将商品的后期销售所承担的费用视为直接费用。例如，在出口商销售给批发商时，美国商务部将针对零售商的广告投放费用视为直接销售费用。

折扣

见“价格调整”。

倾销

倾销发生于当进口产品以低于产品正常价值的价格在美国或为出口至美国销售时，即价格低于相同或类似产品在外国市场上的价格，或者是低于产品的推定价值。倾销幅度是涉案产品的正常价值超过其出口价格或推定出口价格的差额。加权平均倾销幅度是倾销幅度之和除以出口价格和推定出口价格之和所得的数额。

出口价格和推定出口价格

出口价格与推定出口价格指进口到美国的产品两种计算价格。美国商务部将这两种价格与正常价值相比较以确定货物是否倾销。出口价格与推定出口价格均以产品首次销售给与外国生产商或出口商无关联的购买者的价格来计算。

通常，当首次销售给无关联方的行为在货物进口至美国前发生，则在美国的销售被认为是出口价格销售。如果首次销售地的外国生产商得知或有理由相信该产品的最终目的地是美国时，生产商的销售通常是需要接受调查或审查的销售。另一方面，如果生产商将产品出售给一贸易商而不知道该贸易商意欲将产品出口至美国时，该贸易商的首次销售给无关联方的销售也是需要接受调查或审查的销售。

通常，当首次销售给无关联方的行为发生在货物进口以后，在美国的销售将被认为是推定出口价格销售。如果在货物进口前首次销售给无关联方的行为是由在美国境内与外国出口商有关联的一方所进行的，则推定出口价格同样适用。

在计算出口价格或推定出口价格时，美国商务部将对销售给首个无关联的顾客的定价作出调整。对于出口价格和推定出口价格，美国商务部增加包装费用（如未包含在价格中）、减免的进口税，以及一定的反补贴税（若适用），扣除运输成本和出口税。在计算出口价格时不做其他调整。然而，在计算推定出口价格时，美国商务部也扣除在美国向非关联美国客户销售涉案产品所支付的佣金及其他费用，在美国深加工或装配的费用，以及在美销售的利润

。（见《关税法》第 772 节，美国商务部规章第 351.402(b) 条款）。

可获得事实

美国商务部寻求在对其反倾销调查问卷的答复的基础上作出反倾销裁决。但是，由于各种原因，作出该裁决所需的数据可能难以获得或是不能使用。在这种情况下，法律要求美国商务部在“其他可获得事实”（通常称为“可获得事实”）的基础上作出裁决。此外，当利害关系方出现下述情形时，美国商务部也必须使用可获得事实：①拒绝向美国商务部提供要求提供的信息；②没有按要求的时间、形式与方式提供信息；③严重妨碍了反倾销程序的进行；或④提供的信息无法被核实。

在选择作为可获得事实使用的信息时，如果美国商务部发现一利害关系方没有尽其所能予以合作、提供所要求提供的信息，法律授权美国商务部可以作出对其不利的结论。但是，法律还规定，如果美国商务部依赖的是间接而非反倾销程序中获得的信息，美国商务部必须在可行的范围内，确定来源于独立渠道的该信息在美国商务部处理下是合理的。

美国商务部将考虑提交的未能完全满足美国商务部所有要求的信息，如果①信息在适当的时间期限内提交；②信息能够被核实；③信息并非不完整以至于不能成为作出裁定的可靠基础；④相关利害关系方证明已尽其所能；并且⑤不会给美国商务部使用该信息带来不必要的困难。最后，如果利害关系方立即将在提交信息方面遇到的困难通知美国商务部，美国商务部将在必要限度内考虑修改其要求，以避免对该利害关系方施加不合理的负担（见《关税法》第 776 节以及第 782 节(c)至(e)条款；美国商务部规章第 351.308 条款）。

外国同类产品

“外国同类产品”是指在外国市场销售的与涉案产品相同或相似的产品。在调查问卷中，外国同类产品是指所有在外国市场销售并符合调查问卷附件三所列产品描述的所有产品（见《关税法》第 771(16) 条款，又见同类产品及相似产品）。

外国市场

外国市场是指美国商务部选择其价格来确定正常价值的国内或第三国市场（又见“可参照性”）。

深加工调整

在计算推定出口价格时，美国商务部一般从在美国销售的产品价格中扣除由/为出口商或其子公司在美国进行的任何深加工或组装所花费的成本。然而，如果深加工的价值可能实质上超过了所涉产品进口的价值，美国商务部可以在其他基础上计算推定出口价格。在可能的情况下，美国商务部将使用生产商、出口商或有关联的卖方将所涉产品销售给无关联方的价格。如果不存在足够数量的此类销售，美国商务部可以在其他任何合理的基础上计算推定出口价格（见《关税法》第 772 节(d)款(2)条以及第 772 节(e)款，美国商务部规章第 351.402(b)和(c)条款）。

国内市场

国内市场是指外国同类产品在被调查产品生产国销售的市场。国内市场销售是正常价值的首选基准（又见“第三国市场”和“可参照性”）。

相同产品

美国商务部倾向于比较同类产品在美国的销售和美国境外的销售。同类产品是指由涉案产品的生产企业在该企业本国生产的产品，当进口到美国以后，由美国商务部确定的与涉案产品相同或在产品物理特征几乎相同的产品（又见“相似产品”和“外国同类产品”）。

估算费用

估算费用通常是机会成本（而不是实际成本），在正被调查的公司账务中不作反映，但为了反倾销调查它必须被估算和记录。常见的估算费用包括信贷费用和库存成本。

间接费用

参见“直接和间接费用”。

库存成本

库存成本是在产品离开工厂的生产线至交付给第一个无关联客户的期间内发生的利息费用。美国商务部通常使用公司在存货所在国的短期年贷款利率，按出货至交付给客户期间的天数将这些费用分摊到单位成本或价格中去（又见“估算费用”）。

贸易水平

在可行的情况下，美国商务部基于在外国市场以与推定出口价或出口价同等的贸易水平的销售来计算正常价值，或者出于贸易水平的差异而作出调整。在推定出口价格的情况下，在决定贸易水平时不考虑在美国发生的经济活动。美国销售的贸易水平确是与推定出口价格相关。

在确定贸易水平差异是否存在时，美国商务部对销售系统进行审查，包括顾客的种类、销售活动，以及用于每类销售的销售费用水平。根据分销链上不同阶段的购买者和视质量和数量开展不同销售活动的销售者可以很明显地判断出不同的贸易水平。尽管仅仅存在销售活动的差异还不足以确定贸易水平的差异，但是不同的贸易水平不可避免地涉及销售活动的差异。同样，顾客种类，诸如“分销商”、“批发商”、“零售商”以及“最终用户”在确定贸易水平时通常会有帮助，尽管凭借他们自身还不足以确定贸易水平上的差异。更确切地说，美国商务部通过销售商的全部销售环节来评估贸易水平上的差异（见《关税法》第 773 节(a)款(1)条以及第 773 节(a)款(1)条(A)，美国商务部规章第 351.412(a)至(c)条款）。

贸易水平差异的调整

当认定外国市场的销售与出口销售不在同一贸易水平时，美国商务部可调整正常价值以解决两个市场间贸易水平的差异。

美国商务部仅在存在贸易水平差异且该差异影响了价格的可比性时才作这些调整。美国商务部通过认定外国市场上不同贸易水平的销售之间是否存在一贯的价格差异来确定贸易水平上的差异是否影响了价格可比性。美国商务部通常依据外国市场不同贸易水平的价格平均数间的差异率来计算贸易水平的调整额，并扣除在计算正常价值时已另行调整过的费用（见《关税法》第 773 节(a)款(1)条以及(7)条，美国商务部规章第 351.412(c)、(d)和(e)条款）。

运送费用

运送费用是直接产生于将产品从运输始发地运送到目的地美国或外国市场的费用。这些费用包括运费、运输保险费、佣金、装卸费、出口税以及发生在产品离开运输地后的仓储费用。

通常，生产设施被认为是装运始发地。然而，如果出口价格、推定出口价格或正常价值是在与生产商无关联的转售商的销售的基础上计算得出，则美国商务部可以视转售商运送货物的地点为装运始发地（见《关税法》第 772 节(c)款(A)条以及第 773 节(a)款(6)条(ii)，美国商务部规章第 351.401(e)条款）。

正常价值

正常价值是外国同类产品在国内或第三国（可比）市场上的调整过的价格，或者是涉案产品的推定价值。美国商务部将正常价值与出口价格或推定出口价格进行比较以确定倾销幅度。

美国商务部最初试图在价格的基础上计算正常价值。如果在国内市场上有足够的销售（见“可参照性”），则美国商务部基于外国同类产品在该国市场上首次销售（通常销售给无关联方）的价格来计算正常价值；如果无可使用的国内市场且在第三国市场上有足够的销售，则美国商务部基于外国同类产品在该国市场上首次销售（通常销售给无关联方）的价格来计算正常价值。如果没有适当的国内或第三国市场销售，则美国商务部通过计算推定价值来确定正常价值。

为了保证公平地比较正常价值和出口价格或推定出口价格，美国商务部对用于计算正常价值的价格进行调整。美国商务部增加了美国包装费用，扣除了以下包含在外国市场价格内的费用：包装费用、运输费用，以及就涉案产品减少或未征收的国内税²。美国商务部作出额外调整旨在解决美国和外国市场上销售的差异。因此，美国商务部可以增加或减少正常价值，以反映数量、产品物理特性、贸易水平及其他销售环境上的差异（见《关税法》第 773 节(a)款以及第 773 节(c)款）。

正常贸易过程

在计算正常价值时，美国商务部仅考虑可比市场上在正常贸易过程中的那些销售。一般情况下，如果在涉案产品销售日之前的一段合理时间内，外国产品销售所依据的条件和做法一直保持正常，且涉案产品也依据此种条件和做法进行销售，则涉案产品的销售处于正常贸易过程中（见《关税法》第 771 节(15)条款，美国商务部规章第 351.102(b)条款，又见“正常交易”）。

价格调整

价格调整是在涉案产品或在购买者净支出中反映出的外国同类产品价格中的任何变化。折扣和回扣就是价格调整的例子。

² 指出口关税外的任何国内税，或《关税法》第 771 节(6)(C)款描述的其他费用。

折扣是对买家就商品开出的总价的一种扣除。虽然折扣没有必要反映在发票上，但买家给予卖方的仅是发票票面数额减去折扣的数额。折扣通常包括提前付款折扣、数量折扣和佣金折扣。

与折扣相类似，回扣是买家对商品总价的减少。与折扣不同，回扣不会减少买家向卖家支付与回扣有关的特定商品的金额。更准确地说，回扣是对已付资金的退款、对未来进一步购买的赊欠、或是买方支付商品货款后卖方向买方让与其他产品的价值。当卖方确定货物销售时或之前给予回扣的条款时，美国商务部在销售总价中减去回扣的金额（见美国商务部规章第 351.102(b) 条款，又见“直接和间接费用”）。

机密信息

机密信息是敏感性商业数据，一旦被公开披露，将对信息提交者造成实质性损害。美国商务部通常视为机密信息（如果被要求提交并且不是在公开渠道已经获得的）的例子包括有关生产过程、生产和销售成本、销售条件、单价及顾客和供应商的名单的商业秘密。

机密处理

如果当事方要求对信息进行机密处理，而且如果美国商务部认为该信息是机密的，那么美国商务部将使该信息避免向公正披露。如果美国商务部不认为该信息是机密的，美国商务部将退还该信息并在程序进行过程中不依赖该信息，除非信息提交者同意公开信息。经请求，美国商务部将仅向美国国际贸易委员会、美国海关官员以及在限制性行政保护令下向利害关系方的代表披露机密信息（见《关税法》第 777 节(b) 条款，又见“行政保护令”）。

回扣

见“价格调整”。

规章

见“反倾销法律和规章”。

相似产品

在决定用何外国同类产品的销售与涉案产品的销售作比较时，美国商务部首先寻求比较同类产品的销售。如果没有外国同类产品销售，美国商务部则比较与所涉产品相似的外国同类产品的销售。相似的外国同类产品是指由与所涉产品的相同的生产商在相同的生产国生产的产品，并且按照优先考虑顺序，该产品①与所涉产品在组成材料、用途和价值上相似；或②与所涉产品在使用上相似，能与

所涉产品进行合理比较（见《关税法》第 771 节(16) 条款，又见“相同产品”、“外国同类产品”和附件五）。

涉案产品

涉案产品是指被调查或复审中的产品，即问卷附件三中描述的，并且在美国销售或销售供出口至美国的产品（见《关税法》第 771 节(25) 条款）。

技术服务费用

典型的情况是技术服务费用发生在生产商为产品用户提供技术建议之时。一般情况下，美国商务部认为差旅费和由无关联技术人员进行的批给外界承办的服务费用是直接费用。美国商务部认为支付给提供技术服务的卖方雇员的薪资是间接费用。

第三国市场

当美国商务部不能将国内市场销售作为正常价值的基础时，更好的选择方法是使用向第三国市场的销售，即外国同类产品对另一外国（美国除外）的出口销售。一般情况下，在选择一个第三国市场作为外国市场时，美国商务部将在三个拥有最大外国同类产品销售总额的第三国市场中选择一个。在选择这样的国家时，美国商务部将会考虑产品相似性、该第三国市场与美国市场的相似性，以及是否向该第三国进行的销售具有代表性（见《关税法》第 773 节(1) 条款，美国商务部规章第 351. 404 条款，又见“国内市场”和“可参照性”）。

复核

为确保提交的向答卷和其他信息的充足性和准确性，美国商务部审查信息提供者的记录，会见准备答卷和熟悉提供数据的公司人员。这一过程称为复核。美国商务部在调查中作出最终裁定时必须核实所拟依据的信息，或者，如果撤销反倾销令的请求适当，在进行行政复审中也必须核实所依据的信息。如果在行政复审中利害关系方提出核实请求，并且在生产商或出口商已开展的最靠近本次复审的前两次复审中未对该生产商或出口商进行复核，或者存在进行复核的正当理由，美国商务部也必须核实所提交的信息（见《关税法》第 782 节(i) 条款，美国商务部规章第 351. 307 条款）。

可参照性

根据国内市场销售计算正常价值时，美国商务部必须确定销售数量在该市场上是充足的，以及“特殊市场状况”不会导致使用这些销售不合适。根据第三国市场销售计算正常价值时，关于第三国市场的销售美国商务部也必须作出相同的

认定，而且这些销售还必须具有“代表性”。这些认定确定该市场是否具有可参照性。

如果外国同类产品销售的数量达到或超过其销往美国数量的 5%，美国商务部通常认为销售是充足的。在特殊情况下，美国商务部可能认为低于 5% 的销售是充足的，或者认为高于 5% 的销售是不充足的。同样是在特殊情况下，美国商务部可能在价值而非数量的基础上运用 5% 的标准。术语“特殊市场状况”和“代表性”在条例和规章中没有定义。特殊市场状况可能存在，例如，在有 5% 或更多数量销往美国的外国市场仅存在单独一笔交易，或政府对价格的控制使价格不能建立在竞争的基础上（见《关税法》第 773 节(a)(1)条款，美国商务部规章第 351.404(b)(2)条款）。

仓储费用

见“运送费用”。