

## KOMISIJAS REGULA (ES) Nr. 1072/2012

(2012. gada 14. novembris),

## ar ko uzliek antidempinga pagaidu maksājumu Ķīnas Tautas Republikas izcelsmes keramikas galda piederumu un virtuves piederumu importam

EIROPAS KOMISIJA,

ņemot vērā Līgumu par Eiropas Savienības darbību,

ņemot vērā Padomes 2009. gada 30. novembra Regulu (EK) Nr. 1225/2009 par aizsardzību pret importu par dempinga cenām no valstīm, kas nav Eiropas Kopienas dalībvalstis <sup>(1)</sup> (turpmāk "pamatregula"), jo īpaši tās 7. pantu,

pēc apspriešanās ar padomdevēju komiteju,

tā kā:

## A. PROCEDŪRA

## 1. Procedūras sākšana

- (1) Eiropas Komisija 2012. gada 16. februārī, publicējot paziņojumu *Eiropas Savienības Oficiālajā Vēstnesī* <sup>(2)</sup> (turpmāk "procedūras sākšanas paziņojums"), paziņoja par antidempinga procedūras sākšanu attiecībā uz Ķīnas Tautas Republikas (turpmāk "attiecīgā valsts", "Ķīna" vai "ĶTR") izcelsmes keramikas galda piederumu un virtuves piederumu importu Savienībā.
- (2) Procedūra tika sākota pēc tam, kad 2012. gada 3. janvārī tika iesniegta sūdzība to ES ražotāju (turpmāk "sūdzības iesniedzēji") vārdā, kuri nodrošina vairāk nekā 30 % no kopējā Savienības keramikas galda piederumu un virtuves piederumu ražošanas apjoma. Sūdzībā bija ietverti *prima facie* pierādījumi par minētā ražojuma dempingu un no tā izrietošu būtisku kaitējumu, un tie tika uzskatīti par pietiekamiem, lai pamatotu procedūras sākšanu.

## 2. Procedūrā iesaistītās personas

- (3) Par procedūras sākšanu Komisija oficiāli paziņoja sūdzības iesniedzējiem, citiem zināmajiem Savienības ražotājiem, zināmajiem ražotājiem eksportētājiem ĶTR, importētājiem, tirgotājiem, lietotājiem, piegādātājiem un attiecīgajām zināmajām apvienībām, kā arī ĶTR pārstāvjiem. Komisija informēja arī ražotājus Krievijas Federācijā, kura procedūras sākšanas paziņojumā bija norādīta kā iespējamā analogā valsts. Ieinteresētajām personām tika dota iespēja paziņojumā par procedūras sākšanu noteiktajā termiņā rakstiski darīt zināmu savu viedokli un pieprasīt uzklauššanu. Tika uzklauštas visas ieinteresētās personas, kas to pieprasīja un norādīja konkrētus iemeslus, kāpēc tās būtu jāuzklauš.

- (4) Ņemot vērā acīmredzami lielo ražotāju eksportētāju un nesaistīto importētāju skaitu, procedūras sākšanas paziņojumā ražotāji eksportētāji un nesaistītie importētāji laika posmā no 2011. gada 1. janvāra līdz 2011. gada 31. decembrim tikai aicināti pieteikties Komisijā un iesniegt pamatinformāciju par savu darbību saistībā ar attiecīgo ražojumu. Šī informācija atbilstīgi pamatregulas 17. pantam sniegta Komisijai iespēju pieņemt lēmumu par to, vai ir jāveic pārbaude izlases veidā, un vajadzības gadījumā veidot atlasi.

- (5) Ņemot vērā šajā procedūrā iesaistīto lielo skaitu Savienības ražotāju, procedūras sākšanas paziņojumā tika norādīts, ka Komisija ir izveidojusi provizorisku Savienības ražotāju atlasu kaitējuma noteikšanai saskaņā ar pamatregulas 17. pantu. Minētā priekšatlase tika veikta, izmantojot informāciju, kas Komisijai bija pieejama procedūras sākšanas posmā, un tās pamatā bija ražotāju pārdošanas apjoms, to lielums un ģeogrāfiskā atrašanās vieta Savienībā, kā arī ražojumu segments. Atlasē tika iekļauti seši Savienības ražotāji, kuri aptver visus svarīgākos ražojumu tipus un atrodas piecās dalībvalstīs, un divi no tiem bija mazie un vidējie uzņēmumi (MVU). Šī provizoriskā atlase nodrošināja vairāk nekā 15 % no kopējā aplēstā Savienības ražošanas apjoma. Tomēr viens no provizoriski atlasītajiem ražotājiem nevēlējās būt daļa no atlases, un vairākas ieinteresētās personas iesniedza paziņojumus, ka nav ņemta vērā dalībvalsts ar lielu ražošanas apjomu un ka tā būtu jāiekļauj reprezentatīvajā atlasē. Ņemot vērā minēto, Komisija mainīja savu provizorisko atlasu, un galīgajā atlasē bija iekļauti septiņi Savienības ražotāji, kuri aptver visus svarīgākos ražojumu veidus un atrodas sešās dalībvalstīs, turklāt divi no tiem ir MVU. Šī atlase nodrošināja vairāk nekā 20 % no kopējā aplēstā Savienības ražošanas apjoma.

- (6) Aptuveni 400 ražotāji eksportētāji vai ražotāju eksportētāju grupas ĶTR, kuras nodrošina vairāk nekā 60 % no kopējā eksporta apjoma, sniedza prasīto informāciju un piekrita iekļaušanai atlasē. Pamatojoties uz saņemto informāciju, Komisija izveidoja provizorisku atlasu, kurā iekļāva piecus ražotājus eksportētājus ar vislielāko eksporta apjomu uz Savienību, un aicināja visus Komisijai zināmos ražotājus eksportētājus komentēt ierosināto atlasu. Divi iekļaušanai atlasē priekšatlasītie ražotāji eksportētāji precizēja atlases veikšanai sniegto informāciju, un šo precizējumu rezultātā to eksporta apjoms nebija pietiekams, lai tos iekļautu atlasē. Tad Komisija sagatavoja galīgo atlasu, kurā iekļāva pēc atjauninātās informācijas saņemšanas noteiktos piecus lielākos uzņēmumus eksporta apjoma ziņā. Atlasītie uzņēmumi nodrošina gandrīz 20 % no visu to ražotāju eksportētāju eksporta apjoma uz Savienību, kuri sadarbojās.

<sup>(1)</sup> OV L 343, 22.12.2009., 51. lpp.

<sup>(2)</sup> OV C 44, 16.2.2012., 22. lpp.

- (7) Iekļaušanai galīgajā atlasē tika atlasīti šādi uzņēmumi vai uzņēmumu grupas:
- a) Hunan Hualian China Industry Co., Ltd un tā saistītie uzņēmumi,
  - b) Guangxi Sanhuan Enterprise Group Holding Co., Ltd un tā saistītie uzņēmumi,
  - c) CHL International Ltd un tā saistītie uzņēmumi,
  - d) Shandong Zibo Niceton-Marck Huaguang Ceramics Limited un tā saistītie uzņēmumi (turpmāk tekstā "Niceton") un
  - e) Guangxi Province Beiliu City Laotian Ceramics Co., Ltd.
- (8) Viens uzņēmums apstrīdēja atlasē iekļauto uzņēmumu izvēli un apgalvoja, ka tas būtu jāiekļauj atlasē. Šā uzņēmuma pārstāvji norādīja, ka tā iekļaušana atlasē neradītu pārmērīgi lielu atlasīto uzņēmumu skaitu vai kavējumus izmeklēšanas gaitā, jo īpaši tāpēc, ka uzņēmums ir salīdzinoši neliels eksportētājs. Šā uzņēmuma pārstāvji arī apgalvoja, ka uzņēmums pieder ārvalstu īpašniekiem un ka atlase bez šā uzņēmuma iekļaušanas nebūtu uzskatāma par reprezentatīvu.
- (9) Komisija atgādina, ka atlasē iekļautos uzņēmumus izvēlējās, pamatojoties uz lielākajiem apjomiem atbilstīgi pamatregulas 17. panta 1. punktam, ņemot vērā tādu ražotāju skaitu, ko atvēlētajā laikā varēja pienācīgi pārbaudīt. ņemot vērā apstākli, ka uzņēmums ir salīdzinoši neliels eksportētājs, tā iekļaušana nesniegtu nekādu pievienoto vērtību atlases reprezentativitātei attiecībā uz eksporta apjomu. Turklāt ir arī norādīts, ka uzņēmums savu ierosinājumu iesniedza ļoti vēlu, proti, četrus mēnešus pēc tam, kad visi ražotāji eksportētāji tika informēti par galīgo atlasī, kā arī pēc atlasīto uzņēmumu darba telpu pārbaudes apmeklējumiem. Tāpēc prasība par iekļaušanu atlasē tika noraidīta.
- (10) Noteiktajā termiņā uz atlases jautājumiem atbildēja sešdesmit nesaistīti importētāji, piedāvājot sadarbību procedūras ietvaros. No šiem uzņēmumiem atlases izveidošanai tika atlasīti pieci. Šie pieci nesaistītie importētāji tika izvēlēti, pamatojoties uz importa un Savienībā veiktās tālākpārdošanas apjomu un vērtību, to ģeogrāfisko atrašanās vietu, uzņēmējdarbības modeli un ražojumu segmentu. Atlasītie uzņēmumi nodrošināja Savienībā lielākos importa un tālākpārdošanas reprezentatīvos apjomus un vērtības, ko atvēlētajā laikā varēja pienācīgi pārbaudīt. Saskaņā ar atlases sagatavošanas posmā ziņotajiem rādītājiem, tie nodrošināja aptuveni 6 % no attiecīgā ražojuma importa apjoma izmeklēšanas periodā (IP).
- (11) Lai ražotāji eksportētāji pēc pašu vēlēšanās varētu iesniegt pieprasījumu piemērot turgus ekonomikas režīmu (TER) vai individuālu režīmu (IR), Komisija ŅTR ražotājiem eksportētājiem, kuri to pieprasīja, un ŅTR varas iestādēm nosūtīja pieprasījuma veidlapas.
- (12) Vienpadsmit Ķīnas ražotāji eksportētāji vai to grupas saskaņā ar pamatregulas 2. panta 7. punktu pieprasīja TER vai IR, ja izmeklēšanā tiktu konstatēts, ka tie neatbilst TER piešķiršanas nosacījumiem. Trīs no šiem prasības iesniedzējiem tika iekļauti atlasē, bet pārējie astoņi tajā netika iekļauti. Viens ražotājs eksportētājs, kurš netika iekļauts atlasē, vēlāk atsauca savu TER prasību, atstājot spēkā prasību par IR piemērošanu. Pārējie divi atlasē iekļautie ražotāji eksportētāji un četri citi uzņēmumi, kas netika iekļauti atlasē, pieprasīja tikai IR piemērošanu.
- (13) Komisija nosūtīja anketas pieciem atlasē iekļautajiem ražotājiem eksportētājiem ŅTR un gandrīz 300 citiem ražotājiem eksportētājiem ŅTR, kas to bija pieprasījuši. Turklāt anketas tika nosūtītas septiņiem atlasē iekļautajiem Savienības ražotājiem, pieciem atlasē iekļautajiem importētājiem, četrām mazumtirgotāju un izplatītāju apvienībām, kā arī individuāliem mazumtirgotājiem un izplatītājiem, kuri to pieprasīja. Turklāt anketas tika nosūtītas ražotājiem eksportētājiem Indijā, Turcijā, Brazīlijā, Taizemē un Krievijā, jo tās tika uzskatītas par kandidātvalstīm piemērotas analogās valsts atlasē.
- (14) Tika saņemtas atbildes no trīspadsmit ražotājiem eksportētājiem vai ražotāju eksportētāju grupām ŅTR un no trim ražotājiem iespējamās analogajās valstīs (Brazīlijā, Taizemē un Krievijā). Turklāt atbildes uz anketas jautājumiem tika saņemtas no septiņiem atlasē iekļautajiem Savienības ražotājiem un pieciem atlasē iekļautajiem importētājiem. Atbildes uz anketas jautājumiem tika saņemtas arī no viena mazumtirgotāja, viena izplatītāja un divām mazumtirgotāju un izplatītāju apvienībām.
- (15) Turklāt Komisija saņēma piezīmes no vairāk nekā 20 importētājiem, kuri nav saistīti ar ražotāju eksportētāju, vairākiem mazumtirgotājiem, mārketinga programmu nodrošinātāja un Ķīnas Viegļas rūpniecības ražojumu un amatniecības palātas (CCCLA).
- (16) Komisija pieprasīja un pārbaudīja visu informāciju, ko tā uzskatīja par vajadzīgu, lai provizoriski noteiktu dempingu, tā radīto kaitējumu un Savienības intereses. Pārbaudes apmeklējumi tika veikti šādos uzņēmumos:
- a) ražotāji Savienībā
- (17) Septiņu atlasē iekļauto Savienības ražotāju telpās tika veikti pārbaudes apmeklējumi.
- (18) Atlasē iekļautie Savienības ražotāji un citi Savienības ražotāji, kas sadarbojās, pamatojoties uz pamatregulas 19. pantu, lūdza neizpaust viņu identitāti. Šie ražotāji apgalvoja, ka to identitātes izpaušana varētu radīt būtiskas negatīvas ietekmes risku.

(19) Vairāki Savienības ražotāji, kuri iesniedza sūdzību, Savienībā veic piegādes klientiem, kuri arī importē ražojumus no Ķīnas, tādējādi gūstot tiešu labumu no šāda importa. Tādēļ šie sūdzības iesniedzēji uzskatīja, ka viņi atrodas delikātā situācijā, jo daži to klienti varētu būt neapmierināti, ka viņi ir iesnieguši vai atbalsta sūdzību par dempingu, kas, iespējams, nodara kaitējumu. Minēto iemeslu dēļ viņi uzskatīja, ka pastāv pretdarbības risks no vairāku to klientu puses. Turklāt atsevišķi Savienības ražotāji, kuri iesniedza sūdzību, arī veic preču eksportu uz Ķīnu. Šo uzņēmumu pārstāvji apgalvoja, ka sūdzības iesniegšana par dempingu, kas, iespējams, nodara kaitējumu, vai tās atbalstīšana varētu radīt apdraudējumu viņu uzņēmējdarbībai Ķīnā. Prasību izpildīja, jo tā bija pietiekami pamatota.

(20) Dažu ražotāju eksportētāju pārstāvji, CCCLA un vairāki nesaistīti importētāji apgalvoja, ka tie pienācīgi nevar īstenot savas tiesības uz aizstāvību, jo netiek izpausta sūdzības iesniedzēju un sūdzību atbalstītāju identitāte. Viņi apgalvoja, ka šādos apstākļos personām tika liegta iespēja komentēt stāvokli, būtisku kaitējumu, to, vai ražotājus varētu izslēgt no Savienības ražošanas nozares atbilstīgi pamatregulas 4. panta 1. punkta a) apakšpunktam, un/vai atlases reprezentativitāti. Tomēr ir norādīts, ka Komisija nodrošināja iespēju pārbaudīt un risināt šos jautājumus, ļaujot ieinteresētajām personām izskatīt pieejamos dokumentus, piemēram, saraksti ar ieinteresētajām personām, iesniedzot piezīmes par stāvokli un izveidoto atlasī, kā arī pieprasot pienācīgi pamatotas piezīmes no pārējām personām. Tādēļ šis apgalvojums tika noraidīts.

#### b) ĶTR ražotāji eksportētāji

- Hunan Hualian China Industry Co, Ltd, Hunan Hualian Ebillion Industry Co., Ltd, Hunan Liling Hongguanyao China Industry Co., Ltd un Hunan Hualian Yuxiang China Industry Co., Ltd (turpmāk tekstā "Hunan Hualian");
- Guangxi Sanhuan Enterprise Group Holding Co., Ltd un Guangxi Sanhuan Lucky Xinda Export & Import Co., Ltd (turpmāk tekstā "Guangxi Sanhuan");
- CHL International Ltd un CHL Porcelain Industries Ltd (turpmāk tekstā "CHL");
- Shandong Zibo Niceton-Marck Huaguang Ceramics Limited, Shandong Silver Phoenix Company Limited un saistīts tirgotājs Honkongā, Niceton International Limited (turpmāk tekstā "Niceton");
- Guangxi Province Beiliu City Laotian Ceramics Co., Ltd;
- Fujian Dehua Hiap Huat Koyo Toki Co., Ltd;
- Shenzhen Baosanhe Ceramics Industrial Co., Ltd;
- Chaozhou Fairway Ceramics Manufacturing Co., Ltd;
- Chaozhou Mingyu Porcelain Industries Co., Ltd;

— Shenzhen Grand Collection Industrial Co., Ltd and Chaozhou Grand Collection Tableware Co., Ltd (turpmāk tekstā "Grand Collection");

— Tianshan (Handan) Ceramics Company Limited;

— Zibo Kun Yang Ceramic Corporation Limited;

#### c) Savienības importētāji

- Symbol srl, Treviso, Itālija;
- Metro AG, Diseldorfa, Vācija;
- Ritzenhoff & Breker GmbH & Co. KG, Bad Driburg, Vācija;
- Joseph Maeser GmbH, Dornbirn, Austrija;
- IKEA Supply AG, Pratteln, Šveice;

#### d) ražotājs eksportētājs analogā valstī

(21) Brazīlijas ražotājs, kurš sadarbojās, pieprasīja neizpaust tā identitāti, jo tā identitātes izpaušana varētu radīt būtisku negatīvu ietekmi uz tā uzņēmējdarbību. Prasību uzskatīja par pamatotu un pieņēma.

### 3. Izmeklēšanas periods

(22) Dempinga un kaitējuma izmeklēšanas periods ir no 2011. gada 1. janvāra līdz 2011. gada 31. decembrim (turpmāk "izmeklēšanas periods" vai "IP"). Kaitējuma novērtēšanai būtisko tendenču pārbaude aptvēra laikposmu no 2008. gada 1. janvāra līdz izmeklēšanas perioda beigām (turpmāk tekstā "attiecīgais periods").

(23) Sūdzības iesniedzēji uzstāja, ka kaitējuma novērtēšanas periods būtu jāpagarina par vienu gadu un tam būtu jāsaīsināts 2007. gadā, savukārt CCCLA apgalvoja, ka tas būtu jāsaīsināts par vienu gadu un tam būtu jāsaīsināts tikai 2009. gadā. Pirmā prasība netika izpildīta, jo dokumentā nebija sniegts nekāds pamatojums tam, ka attiecīgais piecu gadu ilgais periods labāk atspoguļotu tendences, kā norādīja sūdzības iesniedzēji. Attiecībā uz otro prasību CCCLA vispārīgi norādīja uz Pasaules Tirdzniecības organizācijas (PTO) judikatūru, kas būtu paredzējusi, ka PTO locekļi nevar izvēlēties bāzi, kas nodrošina tikai galīgo rādītāju salīdzināšanu, un ka gadījumā, ja bāzes gada maiņa var viegli novērst kaitējuma konstatēšanu, PTO loceklim varētu rasties grūtības saistībā ar būtiska kaitējuma konstatēšanu. Tomēr izmeklēšana apliecināja, ka attiecīgā perioda saīsināšanas rezultātā šajā gadījumā tiktu paredzēts nepamatoti īss analīzes periods, kas, ņemot vērā ekonomikas krīzes ietekmi uz atsevišķiem rādītājiem, varētu būt sniedzis neobjektīvu priekšstatu par kaitējuma tendencēm. Tāpēc abas prasības tika provizoriski noraidītas.

### B. ATTIECĪGAIS RAŽOJUMS UN LĪDZĪGAIS RAŽOJUMS

#### 1. Attiecīgais ražojums

(24) Attiecīgais ražojums ir keramikas galda piederumi un virtuves piederumi, kuri pašlaik tiek apzīmēti ar KN

kodiem 6911 10 00, ex 6912 00 10, ex 6912 00 30, ex 6912 00 50 un ex 6912 00 90 un kuru izcelsmes vieta ir Ķīnas Tautas Republika (turpmāk tekstā "attiecinīgais ražojums"). Tas var būt izgatavots no porcelāna, vienkāršas keramikas, māla vai plānas keramikas vai citiem materiāliem. Galvenie izejmateriāli ietver tādus minerālus kā kaolīns, laukšpats un kvarcs, un izmantoto izejmateriālu salikums nosaka izgatavotā keramikas galaražojuma veidu.

- (25) Tiek pārdoti daudzveidīgi un laika gaitā pilnveidoti keramikas galda piederumi un virtuves piederumi. Tiem ir plašs lietojums, piemēram, mājāsaimniecībā, viesnīcās, restorānos un aprūpes iestādēs.

#### 1.1. Izslēgšanas prasības

- (26) Izmeklēšanas laikā tika iesniegtas un analizētas vairākas prasības par konkrētu ražojumu izslēgšanu no ražojumu klāsta. Šo prasību analīze ir apkopota turpmāk.

##### 1.1.1. (Augstas kvalitātes) kaula porcelāns

- (27) CCCLA savās piezīmēs norādīja, ka (augstas kvalitātes) kaula porcelāns būtu jāizslēdz no izmeklēšanā aplūkojamo ražojumu klāsta. Tiek apgalvots, ka fizisko īpašību, ražošanas procesu, izmantojuma un patērētāju uztveres atšķirību dēļ (augstas kvalitātes) kaula porcelāns būtiski atšķiras no citiem galda piederumu un virtuves piederumu veidiem. Tas ir izgatavots no liellopu kaulu pulvera, un ir pamanāms tā izteiktais baltums un gaismas caurlaidīgums. Kaula porcelānam raksturīga ļoti augsta mehāniskā stiprība un izturība, un tas tiek ražots ar daudz plānākiem šķēsgriezumiem un izmantojot sarežģītu un dārgu ražošanas procesu, ko Savienības ražotāji parasti neizmanto. Tikai daži Savienības ražotāji izgatavo (augstas kvalitātes) kaula porcelānu.
- (28) Saistībā ar šiem apgalvojumiem izmeklēšanā, pirmkārt, tika atklāts, ka nav vispārpieņemtas kaula porcelāna definīcijas. (Augstas kvalitātes) kaula porcelāns ir tikai viens mīkstā porcelāna veids, un liela daļa tā izgatavošanā izmantoto izejmateriālu ir identiski citu keramikas ražojumu izgatavošanā izmantotajiem materiāliem. CCCLA piezīmēs par dažādu sastāvdaļu kombināciju un proporcijām nonāca pretrunās pati ar sevi. Otrkārt, izmeklēšanā nebija iespējams apstiprināt, ka (augstas kvalitātes) kaula porcelāna izgatavošanā ir jāizmanto daudz sarežģītāks ražošanas process. Treškārt, (augstas kvalitātes) kaula porcelāna izstrādājumu kā galda piederumu izmantojums visur – gan Ķīnā, gan Savienībā – ir identisks. Arī cietība un izturība nav tikai (augstas kvalitātes) kaula porcelāna īpatnības. Piemēram, arī restorāniem un ēdināšanas iestādēm paredzētie keramikas galda piederumi ir īpaši cieti un izturīgi. Visbeidzot, (augstas kvalitātes) kaula porcelānu ražo vairāki Savienības ražotāji, un tas konkurē ar Ķīnas izcelsmes (augstas kvalitātes) kaula porcelāna importu. Tāpēc prasība izslēgt (augstas kvalitātes) kaula porcelānu no izmeklēšanā aplūkojamo ražojumu klāsta tika provizorisks noraidīts.

#### 1.1.2. Keramikas (virtuves) naži

- (29) Divi ražotāji eksportētāji, CCCLA un dažādi importētāji norādīja, ka keramikas (virtuves) naži būtu jāizslēdz no ražojumu klāsta. Šo prasību pamato ar apgalvojumu par to, ka, ņemot vērā to īpatnības, šos nažus un citus keramikas galda piederumus un virtuves piederumus nevar uzskatīt par vienu un to pašu preci. Keramikas (virtuves) nažu asmeņos parasti izmanto keramikas materiālu, ko ražo no cirkonija oksīda un ko neizmanto "tradicionālo" galda piederumu, piemēram, krūžu un šķīvju, ražošanā. To savstarpējās aizvietojamības līmenis ar galvenajām izmeklēšanā aplūkotajām ražojumu kategorijām būtu ierobežots.
- (30) Izmeklēšanā atklāja, ka keramikas (virtuves) nažiem ir tādas pašas fiziskās īpašības (forma un cietība), rūpnieciskais dizains un izmantošanas mērķis (griešana) kā metāla (virtuves) nažiem. Tādējādi tie atšķiras no pārējiem procedūrā aplūkotajiem ražojumiem, jo pārējie izstrādājumi to specifiskā dizaina un fizisko īpašību dēļ ir galvenokārt paredzēti pārtikas uzglabāšanai.
- (31) Turklāt tika apgalvots, ka Savienībā šo keramikas (virtuves) nažu ražošanai vajadzīgā tehnoloģija nav sastopama, tāpēc izmeklēšanas turpināšana saistībā ar keramikas (virtuves) nažiem nozīmētu Savienības un PTO tiesību aktu pārkāpumu. Sūdzības iesniedzēji atzina, ka saskaņā ar viņu rīcībā esošo informāciju Savienībā šāda ražošana nenotiek.
- (32) Tika arī norādīts, ka keramikas (virtuves) naži tiek pārdoti tikai ekskluzīvās vietās, savukārt izplatīšanas kanāli (virtuves rīku izplatītāji) un pārstāvniecības apvienība (galda piederumu ražotāju apvienība) arī var būt dažādi. Tomēr izmeklēšanā nebija iespējams apstiprināt, ka šie jautājumi ir pielīdzināmi atšķirīgai patērētāju uztverei, salīdzinot ar citiem keramikas galda piederumu un virtuves piederumu veidiem.
- (33) Tika arī norādīts, ka pasākumi saistībā ar keramikas nažiem neatjaunotu taisnīgus tirgus apstākļus galda piederumu jomā, bet drīzāk kaitētu (keramikas (virtuves) nažu) galapatērētājiem. Dažas personas norādīja, ka, tā kā keramikas (virtuves) naži Savienībā netiek ražoti, būtisks kaitējums Savienības ražošanas nozarei šajā jomā nav iespējams. Komisija iekļāva šo apgalvojumu analīzi secinājumos par to, vai keramikas (virtuves) naži un citi keramikas galda piederumu veidi tiek uzskatīti par vienu ražojumu.
- (34) Pamatojoties uz (30) apsvērumā minētajiem faktoriem, izmeklēšanā tika provizorisks secināts, ka keramikas (virtuves) naži būtiski atšķiras no citiem keramikas galda piederumu veidiem to fizisko īpašību, ražošanas procesu



un galalietojuma atšķirību dēļ. Tāpēc prasība izslēgt tos no šajā izmeklēšanā aplūkotā ražojumu klāsta ir provizoriski pieņemta.

#### 1.1.3. Ķīniešu/orientāla izskata izstrādājumi

- (35) Divi importētāji apgalvoja, ka ķīniešu/orientāla izskata galda piederumi un virtuves piederumi būtu jāizslēdz no ražojumu klāsta. Tika apgalvots, ka galvenais izslēgšanas iemesls bija apstāklis, ka šādi izstrādājumi Savienībā netiek ražoti, ka šādu preču pieprasījumu Savienībā vienmēr ir apmierinājis imports un ka šāds imports nerada nekādu negatīvu ietekmi nevienai Savienības ražošanas nozares pārziņā esošai tirgus daļai.

- (36) Izmeklēšanā tika secināts, ka nav ne vispārēji pieņemtas un objektīvas šīs kategorijas definīcijas, ne specifisku iezīmju, kas to identificētu. Turklāt Savienības ražotāji var izgatavot arī šāda stila izstrādājumus. Turklāt ķīniešu/orientāla izskata galda piederumiem un virtuves piederumiem nav unikāla vai atšķirīga izmantojuma. Visbeidzot izmeklēšanā tika norādīts, ka daudzos āziešu restorānos tiek izmantoti rietumnieciska stila galda piederumiem un ka attiecīgos ražojumus bez grūtībām iespējams aizstāt. Tāpēc prasība izslēgt ķīniešu/orientāla izskata izstrādājumus no izmeklēšanā aplūkojamo ražojumu klāsta tika provizoriski noraidīta.

#### 1.1.4. Izturīgais porcelāns

- (37) No vienas puses, tika apgalvots, ka izturīgais porcelāns būtu jāizslēdz no ražojumu klāsta tā unikālo fizisko īpašību un ražošanas procesa dēļ. Izturīgo porcelānu raksturo augstāka noturība un stiprība, tā izejmateriālu sastāvā ir 6–10 % alumīnija oksīda pulvera un izejmateriālu (kaolīna) izgatavošanas process ir unikāls. Izturīgā porcelāna izgatavošanai ir vajadzīgi kvalificēti darbinieki, un tā kvalitāte, kā arī cena ir augstāka salīdzinājumā ar tradicionālajiem galda piederumiem. Turklāt Savienībā šāds porcelāns netiek ražots.

- (38) No otras puses, importētājs iesniedza informāciju, ka izturīgais porcelāns, ko bieži izmanto viesnīcās, veido būtisku kopējā Ķīnas keramikas ražojumu daļu, tāpēc, to ignorējot, tiktu iegūti maldinoši izmeklēšanas rezultāti.

- (39) Izmeklēšanā tika secināts, ka nav ne vispārēji pieņemtas un objektīvas šīs izturīgā porcelāna definīcijas, ne neapstrīdamu iezīmju, kas to identificētu. Turklāt Savienības ražotāji var izgatavot arī šādu galda piederumu veidu, un starp Savienībā ražotiem izstrādājumiem un Ķīnas ražojumiem pastāv tieša konkurence. Turklāt izturīgajam porcelānam nav unikāla vai atšķirīga izmantojuma. Tāpēc prasība izslēgt izturīgo porcelānu no izmeklēšanā aplūkojamo ražojumu klāsta tika provizoriski noraidīta.

#### 1.1.5. Ar rokām izgatavots porcelāns

- (40) Zviedrijas apvienība, kura pārstāv attiecīgos Zviedrijas importētājus, iesniedza atsauksmes, atbalstot ar rokām izgatavota porcelāna izslēgšanu no izmeklēšanā aplūkojamo ražojumu klāsta. Tā norādīja uz ilgo šā amata

vēsturi Ķīnā, šā izstrādājuma lēto cenu un patērētāju atšķirīgo izpratni par Ķīnas ar rokām izgatavotajiem izstrādājumiem un Savienībā rūpnieciski ražotajiem izstrādājumiem.

- (41) Tomēr izmeklēšana apliecināja, ka, no vienas puses, nav vispārēji pieņemtas/objektīvas šīs kategorijas definīcijas un ka, no otras puses, vairāki Savienības ražotāji veic ar rokām izgatavota porcelāna ražošanu. Izmeklēšana nekonstatēja fiziskās īpašības, kas būtiski atšķirtos no citu keramikas galda piederumu un virtuves piederumu īpašībām, vai atšķirīgu patērētāju uztveri salīdzinājumā ar Savienībā ar rokām izgatavotu porcelānu. Tāpēc prasība izslēgt ar rokām izgatavotu porcelānu no izmeklēšanā aplūkojamo ražojumu klāsta tika provizoriski noraidīta.

#### 1.1.6. Ar roku apgleznoti galda piederumi

- (42) Vairāki importētāji iesniedza atsauksmes, atbalstot ar roku apgleznotu galda piederumu izslēgšanu no izmeklēšanā aplūkojamo ražojumu klāsta. Izvirzītie argumenti bija saistīti ar faktu, ka ar roku apgleznoti galda piederumi ir paredzēti īpaši patērētāju grupai un ka tos iespējams izmantot mērķiem, kas atšķiras no tradicionālo galda piederumu izmantošanas nolūkiem (t. i., dekoratīviem mērķiem), ka Savienībā to ražošanas apjoms nav komerciāls, ka tas tiešā veidā nekonkurē ar citiem virtuves/galda piederumiem un nav ar tiem savstarpēji aizvietojoams, atšķirīgu patērētāju uztveri, tā luksusa raksturu un lielāku trauslumu, kā arī īpašo ražošanas procesu, kurš ir darbietilpīgāks un kurā piedalās augsti kvalificēti darbinieki.

- (43) Izmeklēšana apliecināja, ka līdz brīdim, kad tiek veikta apgleznošana ar roku, ražojums ir pilnīgi identisks galda piederumiem, kuri nav apgleznoti ar roku. Izmeklēšanā arī tika secināts, ka fakts, ka ražošanas procesā tiek ieguldīts lielāks roku darbs, nenozīmē, ka galaprodukts uzskatāms par citu ražojumu. Vairumam galalietotāju ir grūti vai neiespējami atšķirt ar roku apgleznotu porcelānu no porcelāna, kas nav apgleznots ar roku. Izmeklēšana arī apliecināja, ka ar roku apgleznotiem galda piederumiem un citiem galda piederumu veidiem parasti ir vienāds galalietojums un ka ar roku apgleznoti galda piederumi ne vienmēr ir trauslāki. Tika arī konstatēts, ka vairāki Savienības ražotāji izgatavo ar roku apgleznotu porcelānu un ka starp Savienībā ražotiem un importētiem izstrādājumiem pastāv tieša konkurence. Tāpēc prasība izslēgt ar roku apgleznotos galda piederumus no izmeklēšanā aplūkojamo ražojumu klāsta tika provizoriski noraidīta.

#### 1.1.7. Figurāli, zemglazūras, ar roku apgleznoti galda piederumi

- (44) Importētājs iesniedza atsauksmes, atbalstot figurālu, zemglazūras, ar roku apgleznotu galda piederumu izslēgšanu no izmeklēšanā aplūkojamo ražojumu klāsta. Izvirzītais arguments bija saistīts ar faktu, ka figurālu, zemglazūras, ar roku apgleznotu galda piederumu izgatavošanā tiek izmantots atšķirīgs ražošanas process, tiem ir citāds lietojums (tos izmanto pārtikai un dzērieniem, savukārt tiek apgalvots, ka ražojumus ar virsglazūras gleznojumu šādam mērķiem parasti nevar izmantot), kvalitāte un fiziskās īpašības, proti, tie ir nekaitīgi, tos var mazgāt trauku mazgājamā mašīnā un lietot mikroviļņu krāsnī.

Persona arī norādīja, ka neviens Savienības ražotājs nespēj un nevēlas ražot figurālus, zemglazūras, ar roku apgleznotus galda piederumus komerciālos daudzumos un ka gadījumā, ja figurāli, zemglazūras, ar roku apgleznoti galda piederumi tiktu izslēgti no izmeklēšanā aplūkojamo ražojumu klāsta, neradīties tiesību aktu pārkāpšanas risks. Šī persona arī apgalvoja, ka patērētāji šos ražojumus uztver atšķirīgi, ņemot vērā faktu, ka tie tiek uzskatīti par kolekcionāru/dzīvesstila precī (vairāk par zīmola precī) un netiek pārdoti komplektos.

- (45) Tomēr izmeklēšana apliecināja, ka, no vienas puses, nav vispārēji pieņemtas/objektīvas šīs kategorijas definīcijas un ka, no otras puses, vairāki Savienības ražotāji var izgatavot šo ražojumu. Turklāt tika norādīts, ka starp Savienībā ražotiem un importētiem izstrādājumiem pastāv tieša konkurence. Izmeklēšanā tika konstatēts, ka ražojuma fiziskās īpašības ir pilnīgi identiskas galda piederumiem, kuri nav apgleznoti ar roku, un ka vidējais patērētājs neatšķir figurālus, zemglazūras, ar roku apgleznotus galda piederumus no citiem dekoratīvo galda piederumu veidiem. Izmeklēšanā arī tika secināts, ka fakts, ka ražošanā ir vairāk iesaistīts kvalificēts darbspēks, nenozīmē, ka galaprodukts uzskatāms par citu ražojumu, un ka zemglazūras, ar roku apgleznotiem galda piederumiem būtībā ir tāds pats galalietojums kā citiem keramikas galda piederumu veidiem. Tāpēc prasība izslēgt zemglazūras, ar roku apgleznotos galda piederumus no izmeklēšanā aplūkojamo ražojumu klāsta tika provizoriski noraidīta.

#### 1.1.8. Ārpus ES ražotie galda piederumi

- (46) Vairāku importētāju piezīmēs ir norādīts, ka izmeklēšanā būtu jāaplūko tikai tie tirgi, kurus pašlaik apkalpo Savienības ražotāji, kas iesnieguši sūdzības. Pretējā gadījumā maksājumi kaitētu vairākiem "specializētajiem" importētājiem, kuri nespēj iepirkt Savienības ražotāju preces. Tika arī norādīts, ka Savienības ražotāji, kuri izmanto zīmolus, neražo preces citiem uzņēmumiem un ka Savienības ražotāji neveic nelielus pasūtījumus un nestrādā ar lējumiem, kas vajadzīgi saistībā ar atsevišķām formām. Savienības ražotāji arī nav elastīgi un nepiedāvā dāvanu izstrādājumus.
- (47) Šis apgalvojums ir provizoriski noraidīts, jo tas ir pārāk plašs un nekonkrēts un šādi izslēgšanai nav objektīva pamatojuma. Turklāt Savienības ražotājiem ir plašs ražojumu klāsts, un tie regulāri piedāvā jaunus ražojumus, tādējādi kolekcijas un ražojumu klāsti pastāvīgi mainās. Savienības ražošanas nozares ražojumu veidus un kvalitātes līmeņus regulāri nodrošina arī eksportētāji. Turklāt izmeklēšanā tika konstatēts, ka atsevišķi Savienības ražotāji izgatavo preces, izmantojot citu ieinteresēto personu zīmolus. Tika arī secināts, ka starp Savienībā ražotajiem un no Ķīnas importētajiem ražojumiem pastāv tieša konkurence, tos var viegli aizstāt un tiem ir vienāds galalietojums, to izgatavošanā izmanto līdzīgus ražošanas procesus un patērētāji šos ražojumus uztver līdzīgi. Elastības jautājums ir aplūkots sadaļā par Savienības interesēm.

#### 1.1.9. Keramikas trauki

- (48) Importētājs ar ražošanas jaudu Ķīnā norādīja, ka keramikas izstrādājumu imports, ko galvenokārt veido virtuves piederumi, būtu jāizslēdz no ražojumu klāsta. Saskaņā ar šīs ieinteresētās puses sniegto informāciju Savienībā tiek ražots tikai neliels daudzums keramikas izstrādājumu un pastāv liela varbūtība, ka sūdzību iesniedzēji iekļāva keramikas traukus, lai novērstu tiesību aktu apiešanu. Importētājs arī apgalvoja, ka cenas, ko tas nosaka par importētajiem ražojumiem, ir daudz augstākas nekā citu Savienības ražotāju cenas un ka šis imports nerada nekādu cenu samazināšanos vai kaitējumu.
- (49) Tomēr izmeklēšana ir apliecinājusi, ka Savienībā ražoto keramikas trauku apjoms ir ievērojams. Tika arī secināts, ka starp Savienībā ražotajiem un no Ķīnas importētajiem keramikas traukiem pastāv tieša konkurence, tos var viegli aizstāt, tiem ir vienāds galalietojums, to izgatavošanā izmanto līdzīgus ražošanas procesus, patērētāji šos ražojumus uztver līdzīgi un tiem ir vienādas fiziskās īpašības. Ar cenu saistītie apgalvojumi ir aplūkoti (240) apsvērumā. Tāpēc prasība izslēgt keramikas traukus no izmeklēšanā aplūkojamo ražojumu klāsta tika provizoriski noraidīta.
- (50) Turklāt ieinteresētā persona norādīja, ka glazētie keramikas trauki un/vai ar emalju klātie ražojumi, vai krāsainie un/vai vairāku toņu glazētie keramikas trauki un/vai ar emalju klātie ražojumi būtu jāizslēdz no izmeklēšanā aplūkojamo ražojumu klāsta. Tomēr šajā procedūras posmā nebija iespējams iegūt secinājumu par šo jautājumu.

#### 1.1.10. Pārējās prasības

- (51) Importētājs apgalvoja, ka izmeklēšanā iekļauto ražojumu klāsts ir pārāk plašs, lai nodrošinātu ražojumu veidu pienācīgu salīdzinājumu. Importētājs ar ražošanas interesēm Ķīnā puda līdzīgu viedokli. Šajā saistībā dažas ieinteresētās personas atsaucās uz priekšmetiem, kuriem ir tikai dekoratīva funkcija.
- (52) Šajā saistībā ir ņemts vērā, ka attiecīgie kritēriji, kas piemēroti, lai noteiktu, vai ražojumu, par kuru notiek izmeklēšana, var vai nevar uzskatīt par vienu ražojumu, t. i., tā galvenās fiziskās un tehniskās īpašības, ir sīki izklāstītas turpmākajā tekstā. Tādējādi ražojumi, kuriem ir tikai dekoratīva funkcija, nav iekļauti. Turklāt, lai gan dažādiem keramikas galda piederumu un virtuves piederumu veidiem patiešām var būt zināmas atšķirīgas īpašības, izmeklēšana apliecināja, ka, izņemot keramikas nažus, to pamatīpašības ir identiskas. Turklāt fakts, ka attiecīgā ražojuma ražošanas procesos var būt zināmas atšķirības, nav kritērijs, kas attaisnotu konstatējumu, ka tie ir divi vai vairāki atšķirīgi ražojumi. Visbeidzot izmeklēšanā noskaidrojās, ka attiecīgā ražojuma dažādie veidi kopumā tika pārdoti, izmantojot vienus un tos pašus pārdošanas kanālus. Kaut gan daži specializēti veikali,

iespējams, koncentrējas uz dažiem specifiskiem veidiem, vairākums izplatītāju (mazumtirgotāji, universālveikali, lielveikali) pārdod visdažādākos keramikas galda piederumus un virtuves piederumus, lai pircējiem piedāvātu plašu ražojumu klāstu. Tādēļ apgalvojumi, ka izmeklēšanā aplūkojamo ražojumu klāsts ir pārāk plašs, tika provizoriski noraidīti.

- (53) Viena ieinteresētā persona pieprasīja, lai no aptverto ražojumu klāsta izslēgtu konkrētas keramikas garšvielu dzirnaviņas. Tomēr izmeklēšanā nebija iespējams iegūt secinājumus par šā ražojuma īpatnībām, tāpēc prasība tika provizoriski noraidīta.

#### 1.2. Secinājumi par attiecīgo ražojumu

- (54) Izmeklēšanā konstatēja, ka visiem keramikas galda piederumiem un virtuves piederumiem neatkarīgi no to parametru un stila atšķirībām ir vienādas fiziskās un tehniskās pamatīpašības, t. i., tie ir keramikas izstrādājumi, kas galvenokārt paredzēti, lai atrastos kontaktā ar ēdienu, tos pamatā lieto vieniem un tiem pašiem nolūkiem un tos var uzskatīt par viena un tā paša ražojuma dažādiem veidiem.
- (55) Ņemot vērā to, ka tiem ir vienādas fiziskās un tehniskās pamatīpašības, visi dažādie stili un veidi tieši konkurē un ir lielā mērā savstarpēji aizvietojami. To skaidri ilustrē fakts, ka starp šiem ražojumiem nepastāv skaidrs dalījums, t. i., starp dažādiem ražojumu veidiem ir vērojama visai liela pārklāšanās un konkurence, un standarta pircējs reti nošķir, piemēram, porcelāna izstrādājumus un ražojumus, kas nav izgatavoti no porcelānā.
- (56) Tomēr, kā iepriekš skaidrots (29)–(34) apsvērumā, tika uzskatīts, ka ir pamatoti sašaurināt ražojumu klāsta definīciju, uz kuras pamata ir sākt šī izmeklēšana, izslēdzot keramikas nažus. Tāpēc attiecīgais ražojums provizoriski tiek definēts kā Ķīnas Tautas Republikas keramikas galda piederumi un virtuves piederumi (izņemot keramikas nažus), kas pašlaik tiek apzīmēti ar KN kodiem 6911 10 00, ex 6912 00 10, ex 6912 00 30, ex 6912 00 50 un ex 6912 00 90.
- (57) Tādējādi šīs procedūras nolūkā un saskaņā ar konsekvēnto Savienības praksi uzskata, ka visi iepriekš minētie ražojumu veidi, izņemot keramikas nažus, uzskatāmi par vienu ražojumu.

#### 2. Līdzīgais ražojums

- (58) Izmeklēšana apliecināja, ka Savienības ražošanas nozares ražotajiem un Savienībā pārdotajiem keramikas galda piederumiem un virtuves piederumiem, ĶTR iekšējā tirgū ražotajiem un pārdotajiem keramikas galda piederumiem un no ĶTR Savienībā importētajiem, kā arī

Brazīlijā, kas tiek uzskatīta par analogo valsti, ražotajiem un pārdotajiem keramikas galda piederumiem un virtuves piederumiem ir vienādas fiziskās un ķīmiskās pamatīpašības un vienāds galvenais galalietojums.

#### 2.1. Apgalvojumi

- (59) Izmeklēšanas gaitā vairākas ieinteresētās personas apgalvoja, ka Savienības ražošanas nozarē izgatavotie un Savienības tirgū pārdotie keramikas galda piederumi un virtuves piederumi nav līdzīgi attiecīgajam ražojumam. Viņi apgalvoja, ka uz to īpaši norāda atšķirības starp ražojumiem īpašību, kvalitātes, patērētāju priekšstatu, pārdošanas kanālu un tirgus segmentu ziņā. Turklāt tika apgalvots, ka patērētāji Savienībā attiecīgo ražojumu parasti uzskata par lētāku un šis ražojums negūst labumu no zīmola uzcenojuma.
- (60) Šajā saistībā izmeklēšanā tika atklāti pretrunīgi importētāju apgalvojumi. Lai gan dažas ieinteresētās personas apgalvoja, ka salīdzinājumā ar Savienībā izgatavotajiem ražojumiem attiecīgā ražojuma kvalitāte parasti ir sliktāka un tas ietilpst citā cenu kategorijā, citas ieinteresētās personas norādīja, ka attiecīgajā valstī ražotie zīmolu keramikas galda piederumi un virtuves piederumi tiek importēti no Ķīnas par augstākām cenām.
- (61) No vienas puses, viens atlasē neiekļauts importētājs iesniedza informāciju, ka Vācijas ražotāji īpaši uzsver Vācijā ražoto preču kvalitāti. Ieinteresētā persona norādīja, ka dažu Vācijas zīmolu nodrošināto galda piederumu kvalitāte ir ievērojami labāka ražošanas metodes dēļ, bet citi importētāji pauda, ka tie iepērk preces no Ķīnas to labās kvalitātes, lējumu iespēju un kvalificēto darbinieku dēļ. Izmeklēšanā tika apstiprināts, ka Savienībā tiek ražoti gan zemas, gan augstas kvalitātes keramikas galda piederumi un virtuves piederumi un tos pārdod ar to pašu izplatīšanas kanālu starpniecību kā attiecīgo produktu, t. i., ar neatkarīgu mazumtirgotāju, nespecializētu lielveikalu, universālveikalu utt. starpniecību. Tāpēc šie ražojumi konkurē vienā tirgū.

- (62) Turklāt keramikas galda piederumiem un virtuves piederumiem ne vienmēr ir norādīta to izcelsmes valsts. Tāpēc patērētājam bieži vien ir ļoti grūti atšķirt attiecīgajā valstī ražotos keramikas galda piederumus un virtuves piederumus no Savienībā izgatavotajiem ražojumiem.

#### 2.2. Secinājumi

- (63) Minēto iemeslu dēļ tiek secināts, ka, lai arī, iespējams, pastāv atsevišķas nebūtiskas atšķirības, attiecīgajā valstī ražotajiem un no tās eksportētajiem, Brazīlijā ražotajiem un Brazīlijas tirgū pārdotajiem, kā arī Savienībā ražotajiem un pārdotajiem keramikas galda piederumiem un virtuves piederumiem ir vienādas fiziskās pamatīpašības un galvenais galalietojums, tāpēc pamatregulas 1. panta 4. punkta izpratnē tos uzskata par līdzīgiem.

## C. DEMPINGS

## 1. Tirgus ekonomikas režīms (TER)

(64) Saskaņā ar pamatregulas 2. panta 7. punkta b) apakšpunktu, veicot antidempinga izmeklēšanas attiecībā uz ĶTR izcelsmes importu, normālo vērtību attiecībā uz tiem ražotājiem, par kuriem konstatēts, ka tie atbilst pamatregulas 2. panta 7. punkta c) apakšpunktā izklāstītajiem kritērijiem, nosaka saskaņā ar minētā panta 1.–6. punktu. Īsumā un vienīgi ērtības labad šeit sniegts šo kritēriju kopsavilkums:

— lēmumi par uzņēmējdarbību tiek pieņemti, reaģējot uz tirgus informāciju, bez valsts nozīmīgas iejaukšanās, un izmaksas atspoguļo tirgus vērtības,

— uzņēmumiem ir viena, skaidri saprotama grāmatvedības pamatuzskaite, kuru saskaņā ar starptautiskajiem grāmatvedības standartiem revidē neatkarīgs revidents un kuru izmanto visiem nolūkiem,

— nav nozīmīgu izkropļojumu, kas mantoti no agrākās sistēmas, kurā nebija tirgus ekonomikas,

— bankrota procedūru un īpašumu reglamentējošie tiesību akti garantē stabilitāti un juridisku noteiktību, un

— valūtas konvertāciju veic saskaņā ar tirgus likmēm.

(65) Kā iepriekš norādīts (12) apsvērumā, vienpadsmit ražotāji eksportētāji vai ražotāju eksportētāju grupas no ĶTR pieprasīja piemērot tirgus ekonomikas režīmu (TER) un noteiktajā termiņā iesniedza TER pieprasījuma veidlapu. Tomēr viens ražotājs eksportētājs vēlāk atsauc prasību par TER piemērošanu.

(66) Eiropas Savienības Tiesa savā spriedumā lietā C-249/10 P – *Brosmann* un citi/*Padome* – nolēma, ka pamatregulas 17. pantā paredzēto atlases metodi nevar piemērot, lai lemtu par tādu individuālā tirgus ekonomikas režīma piešķiršanas pieprasījumu atbilstību, kas veikti saskaņā ar šīs regulas 2. panta 7. punkta c) apakšpunktu. Tiesa noteica, ka saskaņā ar pamatregulas 2. panta 7. punkta c) apakšpunktu ražotājiem, kuri sadarbojas, bet nav iekļauti atlasē, ir tiesības uz to, lai viņu tirgus ekonomikas režīma piešķiršanas pieprasījums tiktu izskatīts neatkarīgi no tā, vai šiem uzņēmumiem ir vai nav aprēķināma individuālā dempinga starpība.<sup>(1)</sup> Ņemot vērā šo spriedumu, tika pieņemts lēmums izskatīt ne tikai trīs atlasē iekļauto ražotāju eksportētāju vai ražotāju eksportētāju grupu prasības piemērot TER, bet arī septiņu atlasē neiekļauto

ražotāju eksportētāju vai ražotāju eksportētāju grupu prasības. Komisija apkopoja visu informāciju, ko tā uzskatīja par vajadzīgu, un pārbaudīja TER pieprasījumā ietverto informāciju attiecīgo uzņēmumu telpās.

(67) Komisijas ieviestā un konsekvētā prakse ir izvērtēt, vai saistītu uzņēmumu grupa kopumā atbilst TER nosacījumiem. Tāpēc gadījumos, kad attiecīgā produkta ražošanā vai tirdzniecībā tieši vai netieši ir iesaistīts meitasuzņēmums vai jebkurš cits ar pieteikuma iesniedzēju saistīts uzņēmums ĶTR, TER atbilstības pārbaude tiek veikta katram uzņēmumam atsevišķi, kā arī uzņēmumu grupai kopumā.

(68) Attiecīgi tika pārbaudītas prasības par TER piešķiršanu, ko iesniedza desmit ražotāji eksportētāji, kuru sastāvā ir sešpadsmit juridiskās personas.

(69) Tika konstatēts, ka neviens no desmit ĶTR ražotājiem eksportētājiem vai ražotāju eksportētāju grupām, kas sadarbojās, neatbilst kritērijiem, lai saņemtu TER. TER izmeklēšana īpaši atklāja, ka nevienam no ražotājiem eksportētājiem ne atsevišķi, ne kā grupai nav viena skaidri saprotama grāmatvedības pamatdokumentu kopuma, kuru ir pārbaudījis neatkarīgs revidents saskaņā ar starptautiskajiem grāmatvedības standartiem. Izmeklēšanā arī tika konstatēts, ka septiņi uzņēmumi vai uzņēmumu grupas Komisijai nespēj apliecināt, ka nav nozīmīgu izkropļojumu, kas mantoti no agrākās sistēmas, kurā nebija tirgus ekonomikas. Turklāt trīs no desmit uzņēmumiem nevarēja apliecināt, ka lēmumi par uzņēmējdarbību tiek pieņemti, reaģējot uz tirgus informāciju, bez valsts nozīmīgas iejaukšanās un ka izmaksas atspoguļo tirgus vērtības.

(70) Turklāt pārbaudes apmeklējuma laikā vienā no minētajiem uzņēmumiem tika konstatēts, ka tā pārstāvji TER pieprasījuma veidlapā ir snieguši maldinošu un nepietiekamu informāciju, jo īpaši attiecībā uz saistīto uzņēmumu. Tā kopējā sadarbība bija ļoti nepietiekama, tāpēc uzņēmums tika informēts, ka, iespējams, tiks piemērots pamatregulas 18. panta 1. punkts, un tas tika aicināts iesniegt savus komentārus. Saņemtie komentāri apstiprināja, ka sadarbība netika nodibināta, jo īpaši ar saistīto uzņēmumu. Tāpēc provizorisks tika nolemts, ka šo uzņēmumu vairs nevar uzskatīt par ražotāju eksportētāju, kurš sadarbojas, un ka pagaidu vai galīgi konstatējumi tiks sagatavoti atbilstīgi pamatregulas 18. pantam.

(71) Komisija oficiāli paziņoja konstatējumus par TER attiecīgajiem ĶTR uzņēmumiem, ĶTR varas iestādēm un sūdzības iesniedzējam. Tiem arī tika dota iespēja rakstiski izteikt savu viedokli un lūgt uzskaidrojumu, ja tam būtu īpaši iemesli.

<sup>(1)</sup> Skatīt arī priekšlikumu Eiropas Parlamenta un Padomes regulai, ar ko groza Padomes Regulu (EK) Nr. 1225/2009 par aizsardzību pret importu par dempinga cenām no valstīm, kas nav Eiropas Kopienas dalībvalstis; Briselē, 8.6.2012. COM(2012) 270 galīgā redakcija, 2012/0145(COD).



- (72) Vairāki uzņēmumi apgalvoja, ka Komisija nav atbildējusi uz to TER pieprasījumu trīs mēnešu laikā, kā noteikts pamatregulas 2. panta 7. punkta c) apakšpunktā. Tādējādi izmeklēšanā pieļauts procesuāls pārkāpums, un Komisijai saskaņā ar spriedumu *Brosmann* lietā <sup>(1)</sup> izmeklēšana būtu jāpārtrauc.
- (73) Komisija atzīst, ka saistībā ar to, ka Ķīnā uz vietas tika izskatīts un pārbaudīts liels skaits TER piešķiršanas prasību, šajā konkrētajā gadījumā nebija iespējams lēmumus par TER pieprasījumiem pieņemt paredzētajā periodā. Tomēr tiek atgādināts, ka Vispārējā tiesa nesen pieņēma spriedumu, ka lēmuma par TER pieņemšana, neieklājoties pamatregulas 2. panta 7. punkta c) apakšpunktā noteiktajā trīs mēnešu termiņā, pati par sevi nav pietiekams faktors, lai tā dēļ atceltu regulu, ar kuru nosaka antidempinga pasākumus. <sup>(2)</sup> Tāpēc šī prasība ir noraidīta.
- (74) Turklāt seši uzņēmumi apstrīd Komisijas novērtējumu, ka tiem nav skaidri saprotamas grāmatvedības pamatuzskaites, kuru saskaņā ar starptautiskajiem grāmatvedības standartiem revīdē neatkarīgs revidents. Komisija rūpīgi izskatīja šīs prasības un secināja, ka sniegtie paskaidrojumi nav pietiekami, lai apstrīdētu vispārējos secinājumus, kas sagatavoti pēc pārbaudēm, kuras tika veiktas uz vietas. Konkrētāk, dažos gadījumos jaunā sniegtā informācija bija pretrunā iepriekš sniegtajām ziņām, savukārt dažos citos gadījumos uzņēmumi iesniedza jaunus apstiprinošus pierādījumus, kas nebija sniegti vai darīti pieejami uz vietas veiktajās pārbaudēs.
- (75) Pieci uzņēmumi arī apstrīd Komisijas secinājumus par to, ka tie nevarēja apliecināt, ka nav nozīmīgu izkropļojumu, kas mantoti no agrākās sistēmas, kurā nebija tirgus ekonomikas. Tomēr saņemtie komentāri nav pietiekami, lai spētu mainīt Komisijas secinājumus pēc pārbaudes apmeklējumiem. Proti, uzņēmumi nesniedza nekādus pierādījumus, kas spētu apstrīdēt Komisijas sākotnējos secinājumus, ka no agrākās sistēmas, kurā nebija tirgus ekonomikas, ir mantoti nozīmīgi izkropļojumi, piemēram, attiecībā uz aktīviem un zemes izmantošanas tiesībām.
- (76) Visbeidzot divi uzņēmumi apstrīd konstatējumus, ka tie nevarēja apliecināt, ka lēmumi par uzņēmējdarbību tiek pieņemti, reaģējot uz tirgus informāciju, bez valsts nozīmīgas iejaukšanās un izmaksas atspoguļo tirgus vērtības. Konkrētāk, no viena uzņēmuma saņemtie komentāri nebija pietiekami, lai apstrīdētu Komisijas konstatējumu, ka valsts iejaucās tā iepirkumu politikā, savukārt otrs uzņēmums iesniedza jaunu un pretrunīgu informāciju par izejmateriālu iegādi.

- (77) No minētā izriet, ka neviens no sniegtajiem argumentiem nebija pietiekams, lai mainītu konstatējumus saistībā ar lēmumu par TER.

- (78) Ņemot vērā iepriekš minēto, neviens no desmit KTR ražotājiem eksportētājiem vai ražotāju eksportētāju grupām, kas sadarbojās un kas bija pieprasījušas TER, nevarēja pierādīt, ka tas atbilst pamatregulas 2. panta 7. punkta c) apakšpunktā noteiktajiem kritērijiem.

## 2. Individuālais režīms (IR)

- (79) Saskaņā ar pamatregulas 2. panta 7. punkta a) apakšpunktu valstīm, uz kurām attiecas minētais pants, tiek noteikts valsts mēroga maksājums, ja tāds ir piemērojams, izņemot gadījumus, kad uzņēmumi var pierādīt, ka tie atbilst pamatregulas 9. panta 5. punktā noteiktajiem kritērijiem. Īsumā un vienīgi ērtības labad turpmāk sniegts šo kritēriju izklāsts:

— ja firmas vai kopuzņēmumi pilnīgi vai daļēji pieder ārvalstniekiem vai ir kopuzņēmumi, eksportētāji var brīvi repatriēt kapitālu un peļņu,

— eksporta cenas un daudzumi, un pārdošanas noteikumi ir brīvi noteikti,

— vairākums akciju pieder privātpersonām. Valsts ierēdņi, kas ir valdē vai ieņem galvenos amatus vadībā, ir mazākumā, vai arī ir jāpierāda, ka uzņēmēj-sabiedrība tomēr ir pietiekami neatkarīga no valsts iejaukšanās,

— valūtas maiņas kursu pārreķina atbilstīgi tirgus likmei;

— valsts iejaukšanās nepieļauj pasākumu apiešanu, ja atsevišķiem eksportētājiem piemēro dažādas maksājuma likmes.

- (80) Trīs atlasē iekļautie ražotāji eksportētāji un septiņi ražotāji eksportētāji, kuri netika iekļauti atlasē un kuri pieprasīja TER, pieprasīja arī IR piešķiršanu gadījumā, ja tiem netiktu piešķirts TER. Turklāt divi atlasē iekļautie ražotāji eksportētāji un četri citi ražotāji eksportētāji, kas netika iekļauti atlasē, pieprasīja tikai IR piemērošanu. Saskaņā ar pamatregulas 17. panta 1. punktu tika izskatītas tikai atlasē iekļauto uzņēmumu IR prasības.

- (81) Ņemot vērā faktu, ka visas TER prasības ir provizoriski noraidītas, un pamatojoties uz pieejamo informāciju, ir provizoriski konstatēts, ka visi atlasē iekļautie uzņēmumi, kas ir pieprasījuši IR, atbilst IR piešķiršanas kritērijiem.

<sup>(1)</sup> Eiropas Savienības Tiesas 2012. gada 2. februāra spriedums lietā C-249/10 P *Brosmann Footwear HK u. c./Padome*.

<sup>(2)</sup> Vispārējās tiesas 2012. gada 18. septembra spriedums lietā T-156/11 *Since Hardware (Guangzhou) Co., Ltd/Padome*, 167. punkts (vēl nav publicēts).

### 3. Atsevišķa pārbaude

- (82) Septiņi atlasē neiekļauti ražotāji eksportētāji vai ražotāju eksportētāju grupas, kas sadarbojās, atbilstīgi pamatregulas 17. panta 3. punktam iesniedza pieprasījumu veikt atsevišķu pārbaudi.
- (83) Šajā procedūras posmā Komisija nav pieņēmusi nevienu lēmumu saistībā ar pieprasījumiem veikt atsevišķas pārbaudes, un šie lēmumi tiks pieņemti pienācīgā laikā.

### 4. Normālā vērtība

#### 4.1. Analogās valsts izvēle

- (84) Saskaņā ar pamatregulas 2. panta 7. punkta a) apakšpunktu ražotājiem eksportētājiem, kuriem nav piešķirts TER, normālā vērtība jānosaka, pamatojoties uz cenām iekšzemes tirgū vai salikto normālo vērtību kādā analogā valstī.
- (85) Procedūras sākšanas paziņojumā Komisija puda nodomu normālās vērtības noteikšanai par piemērotu analogo valsti izmantot Krievijas Federāciju, un ieinteresētās personas tika aicinātas par to izteikt piezīmes.
- (86) Komisija saņēma vairākas piezīmes, kurās bija norādīts, ka Krievija nav piemērota analogā valsts. Konkrētāk, saņemta informācija liecināja, ka Krievija ir augstākās kvalitātes porcelāna tirgus, kura specializācija ir ar ornamentiem greznots porcelāns, kā ražošanā tiek izmantoti dārgi materiāli, savukārt attiecīgā ražojuma ražošanas apjoms iekšzemē salīdzinājumā ar iekšzemes patēriņu ir salīdzinoši neliels. Turklāt Krievijas tirgus tiek aizsargāts ar beztarifa barjerām, piemēram, GHOST sertifikācijas sistēmām. Tāpēc tika secināts, ka Krievija nav piemērota analogā valsts.
- (87) Komisija attiecīgi pārbaudīja, vai par analogo valsti varētu izvēlēties citu valsti, un nosūtīja anketu zināmiem ražotājiem vairākās valstīs, tostarp Taizemē, Indijā, Malaizijā, Turcijā, Brazīlijā, Ukrainā, Indonēzijā, Ēģiptē, Kolumbijā, Dienvidkorejā, Bangladešā un Argentīnā, un pēc šo vēstuleņu nosūtīšanas ražotāji no Indijas, Turcijas, Brazīlijas un Krievijas apliecināja savu gatavību sadarboties ar Komisiju. Tomēr tikai trīs ražotāji no Brazīlijas, Taizemes un Krievijas iesniedza atbildes uz anketas jautājumiem. Izmeklēšanā tika konstatēts, ka Brazīlijā ir konkurētspējīgs keramikas galda piederumu un virtuves piederumu iekšzemes tirgus ar vairākiem ražotājiem un salīdzinoši zemu muitas nodokli. Turklāt tika analizēti dati, ko iesniedza Brazīlijas ražotājs, kurš sadarbojās, un tika secināts, ka tie uzskatāmi par uzticamu informāciju, uz kuru varētu pamatot normālo vērtību.

- (88) Ņemot vērā iepriekš minēto un visu šajā procedūras posmā pieejamo informāciju, Brazīlija ir provizorisks izraudzīta kā piemērota un pamatota analogā valsts saskaņā ar pamatregulas 2. panta 7. punkta a) apakšpunktu.

#### 4.2. Normālās vērtības noteikšana

- (89) Ņemot vērā faktu, ka visi TER pieprasījumi tika noraidīti, normālā vērtība attiecībā uz visiem Ķīnas ražotājiem eksportētājiem tika noteikta, pamatojoties uz analogās valsts ražotāja sniegto informāciju atbilstīgi pamatregulas 2. panta 7. punkta a) apakšpunktam.
- (90) Komisija saskaņā ar pamatregulas 2. panta 2. punktu vispirms pārbaudīja, vai līdzīgā ražojuma pārdošanas apjoms Brazīlijā neatkarīgiem patērētājiem bija reprezentatīvs. Tika konstatēts, ka līdzīgā ražojuma pārdošanas apjoms, ko Brazīlijas līdzīgā ražojuma ražotājs, kurš sadarbojās, bija pārdevis Brazīlijas iekšējā tirgū, bija reprezentatīvs salīdzinājumā ar attiecīgā ražojuma apjomu, kuru atlasē iekļautie ražotāji eksportētāji bija eksportējuši uz Savienību.
- (91) Komisija pēc tam pārbaudīja, vai varētu uzskatīt, ka minētā pārdošana notikusi parastā tirdzniecības aprītē atbilstoši pamatregulas 2. panta 4. punktam. Tas tika darīts, nosakot rentablā pārdošanas apjoma īpatsvaru neatkarīgiem klientiem. Pārdošanas darījumus uzskatīja par rentabliem, ja vienības cena bija vienāda ar ražošanas izmaksām vai lielāka par tām. Tāpēc tika noteiktas Brazīlijas ražotāja ražošanas izmaksas IP laikā.
- (92) Ražojuma veidiem, kuriem vairāk nekā 80 % no pārdošanas apjoma iekšzemes tirgū pārsniedza izmaksas un vidējā svērtā pārdošanas cena bija vienāda vai lielāka par vienības ražošanas izmaksām, normālo vērtību attiecīgajam ražojuma veidam aprēķināja kā visu attiecīgā veida pārdevumu faktisko iekšzemes cenu vidējo svērto vērtību, neņemot vērā, vai minētie pārdevumi bijuši rentabli.
- (93) Ja kāda ražojuma veida rentablo pārdevumu apjoms bija mazāks par 80 % vai vienāds ar 80 % no kopējā minētā veida pārdošanas apjoma vai ja minētā veida vidējā svērtā cena bija mazāka par vienības ražošanas izmaksām, normālo vērtību noteica, izmantojot faktisko pārdošanas cenu iekšzemes tirgū, ko aprēķināja kā vidējo svērto cenu vienīgi attiecīgā veida rentablajiem pārdevumiem, kuri IP veikti iekšzemes tirgū.
- (94) Normālo vērtību nerentablajiem ražojuma veidiem noteica, izmantojot Brazīlijas ražotāja ražošanas izmaksas, kam tika pieskaitītas pārdošanas, vispārējās un administratīvās izmaksas un peļņas norma par rentablajiem Brazīlijas ražotāja ražojuma veidiem.

### 5. Eksporta cenas ražotājiem eksportētājiem, kam piešķirts IR

- (95) Tā kā visi sadarbībā iesaistītie ražotāji eksportētāji, kuriem piešķirts IR, pārdeva attiecīgo ražojumu eksportam uz Savienību tieši neatkarīgiem pircējiem Savienībā, eksporta cenas noteica, pamatojoties uz cenām, kas saskaņā ar pamatregulas 2. panta 8. punktu faktiski samaksātas vai jāmaksā par attiecīgo ražojumu.

## 6. Salīdzinājums

- (96) Normālo vērtību un eksporta cenu salīdzināja, pamatojoties uz EXW cenu. Dempinga starpības tika noteiktas, salīdzinot atsevišķās atlasē iekļauto eksportētāju EXW cenas ar analogā ražotāja iekšzemes pārdošanas cenām vai attiecīgā gadījumā ar salikto normālo vērtību.
- (97) Lai nodrošinātu godīgu normālās vērtības un eksporta cenas salīdzinājumu, saskaņā ar pamatregulas 2. panta 10. punktu tika izdarītas pienācīgas korekcijas, lai ņemtu vērā atšķirības, kas ietekmē cenas un to salīdzināmību. Vajadzības gadījumā tika veikti pielāgojumi saistībā ar tirdzniecības līmeni, fizisko īpašību atšķirībām un citiem faktoriem, kuri ietekmē cenu salīdzināmību, jo īpaši "zīmolarādi".
- (98) Pirmkārt, pārbaudīja, vai korekcijas attiecībā uz tirdzniecības līmeni saskaņā ar pamatregulas 2. panta 10. punkta d) apakšpunktu bija pamatotas. Šajā saistībā tika konstatēts, ka Ķīnas eksports būtībā tika veikts vairumtirdzniecības līmenī, savukārt pārdevumi analogajā valstī tika veikti arī mazumtirdzniecības līmenī. Izmeklēšanā arī tika konstatēts, ka abos tirgos cenu līmeni ietekmēja dažādas izplatīšanas ķēdes, tādējādi iespaidojot cenu godīgu salīdzināmību starp eksporta cenu un normālo vērtību. Turklāt izmeklēšana arī apliecināja, ka vairums Ķīnas eksporta pārdevumu tika veikti lielos apjomos, savukārt vairums iekšzemes pārdevumu analogajā valstī tika veikti mazākos apjomos, kā rezultātā vienā un tajā pašā abu attiecīgo tirgu tirdzniecības līmenī radās cenu atšķirības. Attiecīgi, lai veiktu eksporta cenas un normālās vērtības godīgu salīdzinājumu, normālā vērtība tika pielāgota, pamatojoties uz cenu atšķirībām vienā un tajā pašā tirdzniecības līmenī analogajā valstī un attiecīgā gadījumā cenu atšķirībām, kas tika konstatētas attiecībā uz pārdotajiem apjomiem katrā tirdzniecības līmenī.
- (99) Otrkārt, pārbaudīja, vai korekcija saistībā ar fizisko īpašību atšķirībām atbilstīgi pamatregulas 2. panta 10. punkta a) apakšpunktam bija pamatota. Šajā saistībā izmeklēšanā tika konstatēts, ka Ķīnas ražotāji eksportētāji kvalificē savus ražojumus piecās atšķirīgās kategorijās, proti, no A līdz E kategorijai, un to vidū pastāv ievērojamas cenu atšķirības. Tomēr lielāko daļu uz Savienību eksportēto ražojumu veido A, B vai C kategorijas preces vai to kombinācija. Tomēr šī grupēšana kategorijās nav vispārēja vai pamatota ar kādiem kopējiem nozares mēroga standartiem. To īsteno katrs uzņēmums atsevišķi, radot cenu diferencēšanas iespēju. No otras puses, analogās valsts ražotājs Brazīlijas iekšējā tirgū pārdod tikai A kategorijas ražojumu ekvivalentu, tāpēc tika konstatēta ietekme uz cenu salīdzināmību. Attiecīgi tika koriģēta eksporta cena, paaugstinot to līdz Ķīnas A kategorijas līmenim, lai tā būtu salīdzināma ar analogā ražotāja Brazīlijas tirgū pārdoto ražojumu.
- (100) Treškārt, izmeklēšanā tika konstatēts, ka Brazīlijas ražotājs Brazīlijas tirgū pārdod tikai zīmolu ražojumus, savu-

kārt Ķīnas ražotāji eksportētāji pārdod nevis zīmolu ražojumus, bet tā dēvētos "privātā zīmola" produktus vai standarta keramikas galda piederumus un virtuves piederumus. Zīmola ražojumus patērētāji parasti uztver kā ražojumus, kuri nozīmē zināmu prestižu, garantētu kvalitāti un dizainu, tāpēc to tirgus cenas ir augstākas, bet standarta (privāto zīmolu) ražojumi parasti tiek pārdoti par ievērojami zemākām cenām, lai gan to fiziskās un tehniskās īpašības ir identiskas ar zīmola ražojumiem. Lai gan zīmola ražojuma papildu vērtību parasti nav iespējams precīzi izteikt skaitliskā formā, jo tā ir atkarīga no daudziem atšķirīgiem faktoriem, piemēram, patērētāju priekšstatiem, zīmola atpazīstamības un citiem skaitliski neizsakāmiem faktoriem, Brazīlijas ražotājs šajā konkrētajā gadījumā ir apstiprinājis, ka tā keramikas ražojumus, kuriem ir piešķirts zīmols, Brazīlijas tirgū iespējams pārdot par ievērojami augstākām cenām nekā citus standarta ražojumus bez zīmola. Attiecīgi saskaņā ar pamatdirektīvas 2. panta 10. punkta k) apakšpunktu tika veikta normālās vērtības papildu korekcija.

- (101) Vajadzības gadījumā precīzi un pamatoti ar pierādījumiem tika izdarītas korekcijas attiecībā uz transporta, apdrošināšanas, pārkraušanas un papildu izmaksām, iepakojuma, kredīta izmaksām un maksājumiem par banku pakalpojumiem un komisijas maksām.

## 7. Dempinga starpības

- (102) Saskaņā ar pamatregulas 2. panta 11. un 12. punktu ražotājiem eksportētājiem, kuri piešķirts IR, dempinga starpības noteica, pamatojoties uz analogās valsts vidējās svērtās normālās vērtības salīdzinājumu ar katra uzņēmuma vidējo svērto eksporta cenu, kas izteikta procentos no CIF cenas pie Savienības robežas pirms nodokļu samaksas.
- (103) Atlasē iekļauto ražotāju eksportētāju dempinga starpību vidējo svērto rādītāju aprēķināja arī attiecībā uz atlasē neiekļautajiem ražotājiem eksportētājiem, kuri sadarbojās. Tādējādi provizoriskā dempinga starpība, kas izteikta procentos no CIF cenas līdz Savienības robežai, atlasē neiekļautajiem ražotājiem eksportētājiem ir 26,6 % pirms nodokļu samaksa.
- (104) Lai aprēķinātu valsts mēroga dempinga starpību, kas piemērojama ĶTR ražotājiem eksportētājiem, kuri nesarbojās, vai nezināmiem ĶTR ražotājiem eksportētājiem, vispirms noteica sadarbības līmeni, salīdzinot to eksporta apjomu uz Savienību, par kuru paziņoja ražotāji eksportētāji, kas sadarbojās, un līdzvērtīgus Eurostat statistikas datus.
- (105) Tika uzskatīts, ka šīs izmeklēšanas ietvaros sadrumstalotas nozares situācijā sadarbība no ĶTR puses bija aktīva, jo ražotāji eksportētāji, kuri pieteicās, nodrošina

vairāk nekā 60 % no kopējā attiecīgā ražojuma eksporta apjoma no ĶTR uz Savienību. Tāpēc tika noteikta visiem pārējiem ražotājiem eksportētājiem piemērojama valsts mēroga dempinga starpība, izmantojot lielāko dempinga starpību vidējo svērto rādītāju, kas noteikts attiecībā uz atlasē iekļauto ražotāju eksportētāju reprezentatīvajiem ražojumu veidiem un apjomiem. Pamatojoties uz šo,

valsts mēroga dempinga līmenis provizoriski tika noteikts 58,8 % apmērā no CIF cenas līdz Savienības robežai pirms nodokļu samaksas.

- (106) Tādējādi pagaidu dempinga starpības, kas izteiktas procentos no CIF cenas līdz Savienības robežai, pirms nodokļu samaksas ir šādas:

| Uzņēmums                                                                                                                                                                                      | Provizoriskā dempinga starpība |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| Hunan Hualian China Industry Co., Ltd; Hunan Hualian Ebillion Industry Co., Ltd; Hunan Liling Hongguanyao China Industry Co., Ltd un Hunan Hualian Yuxiang China Industry Co., Ltd            | 26,8 %                         |
| Guangxi Sanhuan Enterprise Group Holding Co., Ltd                                                                                                                                             | 31,2 %                         |
| CHL Porcelain Industries Ltd                                                                                                                                                                  | 30,0 %                         |
| Shandong Zibo Niceton-Marck Huaguang Ceramics Limited; Zibo Huatong Ceramics Co., Ltd; Shandong Silver Phoenix Co., Ltd; Niceton Ceramics (Linyi) Co., Ltd un Linyi Jingshi Ceramics Co., Ltd | 17,6 %                         |
| Guangxi Province Beiliu City Laotian Ceramics Co., Ltd                                                                                                                                        | 23,0 %                         |
| Atlasē neiekļautie ražotāji eksportētāji, kas sadarbojas                                                                                                                                      | 26,6 %                         |
| Valsts mēroga dempinga starpība                                                                                                                                                               | 58,8 %                         |

#### D. KAITĒJUMS

##### 1. Savienības ražošanas apjoms un Savienības ražošanas nozare

- (107) Lai noteiktu Savienības kopējo ražošanas apjomu, izmantoja visu pieejamo informāciju par Savienības ražotājiem, tostarp informāciju, kas sniegta sūdzībā, un piezīmes attiecībā uz ražotājiem, kuri nepieteicās šajā izmeklēšanā. Kopējo līdzīgā ražojuma ražošanas apjomu Savienībā aplēsa, ekstrapolējot Eiropas un valstu apvienību sniegto informāciju, kas tika pārbaudīta salīdzinājumā ar atsevišķu ražotāju sniegto informāciju, kā arī pētniecības un statistikas avotiem.

- (108) IP laikā līdzīgu ražojumu Savienībā ražoja vairāk nekā 200 Savienības ražotāju. Pamatojoties uz iepriekšējā apsvērumā minēto, tika aplēsts, ka Savienības kopējais ražošanas apjoms IP laikā ir bijis aptuveni 240 200 tonnu. Savienības ražotāji, kuru saražotā produkcija veido kopējo ražošanas apjomu Savienībā, veido Savienības ražošanas nozari pamatregulas 4. panta 1. punkta izpratnē un turpmāk tekstā tiks saukti par "Savienības ražošanas nozari". Savienības ražošanas nozare bija iedalīta divos segmentos: MVU un lielāki uzņēmumi. MVU šajā periodā veidoja 42 % no kopējā Savienības ražošanas apjoma. Savienības ražošanas nozare ir ļoti sadrumstalota, bet tā koncentrējas Čehijas Republikā, Francijas Republikā (Francijā), Vācijā, Itālijā, Polijas Republikā (Polijā), Portugāles Republikā (Portugālē), Spānijas Karalistē

(Spānijā) un Lielbritānijas un Ziemeļīrijas Apvienotajā Karalistē (Apvienotajā Karalistē).

##### 2. Patēriņš Savienībā

- (109) Patēriņš Savienībā tika noteikts, pamatojoties uz Eurostat statistikas datiem par importu saistībā ar izmeklējamā ražojumu un piezīmēm attiecībā uz Savienības ražošanas nozares pārdošanas apjomu Savienības tirgū.
- (110) Pamatojoties uz šo informāciju, patēriņš Savienībā attīstījās šādi:

1. tabula

| Apjoms (tonnas)            | 2008    | 2009    | 2010    | IP      |
|----------------------------|---------|---------|---------|---------|
| Patēriņš Savienībā         | 826 896 | 687 609 | 750 830 | 726 614 |
| Indekss (2008. gads = 100) | 100     | 83      | 91      | 88      |

- (111) Attiecīgajā periodā keramikas galda piederumu un virtuves piederumu patēriņš Savienībā kopumā samazinājās par 12 %. Būtiskākais patēriņa kritums par 17 % notika laikā no 2008. gada līdz 2009. gadam.



- (112) Šis vispārējais patēriņa kritums attiecīgajā periodā ir jāaplūko saistībā ar atlabšanu pēc 2009. gada ekonomikas krīzes. Keramikas galda piederumu un virtuves piederumu tirgum ir labas izredzes. <sup>(1)</sup>

### 3. Imports no attiecīgās valsts

#### 3.1. Par dempinga cenām no attiecīgās valsts veiktā importa apjoms, cena un tirgus daļa

- (113) Pamatojoties uz Eurostat datiem, attiecīgā ražojuma importa apjoms, tirgus daļa un vidējās cenas attīstījās atbilstīgi turpmāk sniegtajai informācijai.

2. tabula

| Imports no ĶTR                  | 2008    | 2009    | 2010    | IP      |
|---------------------------------|---------|---------|---------|---------|
| Importa apjoms (tonnas)         | 535 593 | 449 346 | 516 618 | 485 814 |
| Indekss (2008. gads = 100)      | 100     | 84      | 96      | 91      |
| Tirgus daļa                     | 64,8 %  | 65,3 %  | 68,8 %  | 66,9 %  |
| Vidējā importa cena (EUR/tonna) | 1 274   | 1 307   | 1 473   | 1 499   |
| Indekss (2008. gads = 100)      | 100     | 103     | 116     | 118     |

- (114) Kopējais importa apjoms no ĶTR attiecīgajā periodā samazinājās par 9 %, un IP laikā tas bija 485 814 tonnu. Tomēr procentuālā izteiksmē būtu jānorāda, ka importa apjoms no Ķīnas samazinājās mazāk nekā vispārējais ES patēriņš. Analizējot Ķīnas importa tirgus daļu visa attiecīgā perioda perspektīvā, jāsecina, ka tā palielinājās no 64,8 % 2008. gadā līdz 66,9 % IP.

- (115) Attiecīgajā periodā importa cena palielinājās par 17,7 % – no EUR 1 274 par tonnu līdz EUR 1 499 par tonnu. Šī ir vidējā attiecīgā ražojuma importa cena par tonnu, tāpēc tendenci varētu ietekmēt pārmaiņas ražojumu sortimentā.

<sup>(1)</sup> Publiski pieejamajā CBI tirgus pētījumā "Galda piederumu, virtuves piederumu un citu mājāsaimniecības preču tirgus ES, 2009. gada novembris" tika norādītas vairākas tendences (saistībā ar demogrāfiju, sociālo, kultūras, modes un tehnikas jomu), kuru rezultātā Savienības galda piederumu un virtuves piederumu tirgū keramikas ražojumiem arī turpmāk būs stabila vieta, un CBI prognozēja vispārēju šā tirgus izaugsmi. Pētījumā minēti dažādi iemesli, sākot ar augošu pieprasījumu pēc neformālākiem galda piederumiem un virtuves piederumiem, proti, viegli izmantojamiem, ērtiem ražojumiem, kā arī jauniem dizaina risinājumiem, līdz pārmaiņām mājāsaimniecību izmēros. Šajā izmeklēšanā liels atslēģis iekļauts importētājs, kurš ir arī mazumtirgotājs, ziņoja, ka gaida veselīgu patēriņu nākotnē, paredzot, ka cilvēki vēl joprojām vēlēties ēst no keramikas, nevis cita materiāla šķīvjiem, tāpēc šis importētājs paziņoja par vērienīgiem paplašināšanās plāniem šajā jomā.

### 3.2. Cenu samazinājums

- (116) Cenas samazinājuma nolūkos atlasē iekļauto Savienības ražotāju vidējās svērtās pārdošanas cenas nesaistītiem pircējiem ES tirgū, kas koriģētas atbilstīgi EXW līmenim, t. i., neiekļaujot tajās kravas pārvadājumu izmaksas Savienībā un atskaitot no tām atlaides un rabatuz, salīdzināja ar attiecīgajām sadarbībā iesaistīto ĶTR eksportētāju vidējām svērtajām cenām pirmajam neatkarīgajam pircējam Savienības tirgū, t. i., cenām, no kurām atskaitītas atlaides un kuras vajadzības gadījumā koriģētas līdz CIF cenām ar piegādi līdz Savienības robežai, veicot atbilstošas korekcijas attiecībā uz muitošanas un pēcimportēšanas izmaksām. Zemāku kategoriju ražojumu cenas tika koriģētas atbilstīgi A kategorijas cenām, jo tika secināts, ka zemāku kategoriju ražojumi no patērētāju viedokļa konkurē ar A kategorijas ražojumiem, kā secināts arī (61) apsvērumā. Savienības ražošanas cenas arī tika koriģētas atbilstīgi atšķirībām starp tirdzniecības līmeņiem un nolūkā vajadzības gadījumā neitralizēt ar zīmolradi saistīto cenas elementu.

- (117) Šis salīdzinājums atklāja, ka IP laikā attiecīgos par dempinga cenām importētos ĶTR izcelsmes ražojumus Savienībā pārdeva par cenām, kas bija zemākas par Savienības ražošanas nozares cenām, – izsakot procentos no Savienības ražošanas nozares cenām, tās bija par 26,3 %–47,6 % zemākas.

### 4. Stāvoklis Savienības ražošanas nozarē

#### 4.1. Vispārīgi

- (118) Saskaņā ar pamatregulas 3. panta 5. punktu Komisija izvērtēja visus attiecīgos ekonomiskos faktorus un rādītājus, kas raksturo Savienības ražošanas nozares stāvokli.

- (119) Makroekonomiskos rādītājus (ražošanas apjomu, ražošanas jaudu, jaudas izmantojumu, pārdošanas apjomus, tirgus daļu, nodarbinātību, ražīgumu un dempinga starpību lielumu) novērtēja, pamatojoties uz ražošanu Savienības līmenī. Novērtējums tika veikts, pamatojoties uz informāciju, ko iesniedza Eiropas un valstu apvienības, salīdzinot to ar ražotāju sniegto informāciju un pieejamo oficiālo statistiku.

- (120) Mikroekonomisko rādītāju (krājumu, pārdevumu cenu, naudas plūsmas, ieguldījumu, peļņas no ieguldījumiem, spējas piesaistīt kapitālu, algas un ražošanas izmaksu) analīzi veica atlasē iekļauto Savienības ražotāju līmenī. Novērtējums tika veikts, pamatojoties uz šo ražotāju sniegto informāciju, kuru pienācīgi pārbaudīja.

- (121) Saistībā ar atsevišķiem mikroekonomiskajiem rādītājiem (pārdevumu cenu, rentabilitāti, peļņu no ieguldījumiem un ražošanas izmaksām) atlasīto uzņēmumu rezultāti konkrētajā segmentā tika svērti atbilstoši konkrētajā segmenta proporcionālajai daļai kopējā Savienības ražošanas apjomā (izmantojot katra segmenta ražošanas apjomu īpatsvaru kopējā keramikas galda piederumu nozarē – 42 % MVU, 58 % uzņēmumiem, kuri nav MVU). Tādējādi tika nodrošināts, ka lielo uzņēmumu rezultāti nesagrozīja kaitējuma analīzi un, cik vien iespējams, tika pienācīgi atspoguļots stāvoklis mazajos uzņēmumos, kuri kopā nodrošina lielu Savienības ražošanas daļu.

#### 4.2. Makroekonomiskie rādītāji

##### 4.2.1. Ražošanas apjoms, ražošanas jauda un jaudas izmantojums

- (122) Attiecīgajā periodā Savienības ražošanas nozares ražošanas apjoms, ražošanas jauda un jaudas izmantojums attīstījās atbilstīgi turpmāk sniegtajai informācijai.

3. tabula

|                                   | 2008    | 2009    | 2010    | IP      |
|-----------------------------------|---------|---------|---------|---------|
| Ražošanas apjoms (tonnas)         | 281 300 | 230 300 | 235 700 | 240 200 |
| <i>Indekss (2008. gads = 100)</i> | 100     | 82      | 84      | 85      |
| Ražošanas jauda (tonnas)          | 371 540 | 361 253 | 326 573 | 324 072 |
| <i>Indekss (2008. gads = 100)</i> | 100     | 97      | 88      | 87      |
| Jaudas izmantojums                | 75,7 %  | 63,8 %  | 72,2 %  | 74,1 %  |
| <i>Indekss (2008. gads = 100)</i> | 100     | 84      | 95      | 98      |

- (123) Savienības ražošanas nozares ražošanas apjoms attiecīgajā periodā samazinājās par 15 %. Kopumā samazinājums ir lielāks nekā Savienības patēriņa kritums tajā pašā periodā. Ražošana 2010. gadā nepiedzīvoja tādu pašu izaugsmi kā patēriņš.
- (124) Savienības ražošanas nozares ražošanas jauda attiecīgajā periodā samazinājās par 13 %. Tomēr ražošanas nozares jaudas izmantošanas rādītājs attiecīgajā periodā samazinājās – kopumā par 2 %, sasniedzot 74,1 %.

##### 4.2.2. Pārdošanas apjoms un tirgus daļa

- (125) Savienības ražošanas nozares pārdošanas apjoma kritums Savienības tirgū nesaistītiem pircējiem bija lielāks (par 8 % lielāks) nekā patēriņa samazinājums attiecīgajā periodā. Ir norādīts, ka laikā no 2009. līdz 2010. gadam pārdošanas apjoms turpināja kristies, savukārt patēriņš Savienībā palielinājās par 8 %.

4. tabula

| Apjoms (tonnas)                   | 2008    | 2009    | 2010    | IP      |
|-----------------------------------|---------|---------|---------|---------|
| Pārdošanas apjoms Savienībā       | 190 332 | 156 798 | 152 609 | 152 095 |
| <i>Indekss (2008. gads = 100)</i> | 100     | 82      | 80      | 80      |

- (126) Savienības ražošanas nozares tirgus daļa attiecīgajā periodā samazinājās par 9 % jeb par 2,1 procentpunktu.

5. tabula

|                                   | 2008   | 2009   | 2010   | IP     |
|-----------------------------------|--------|--------|--------|--------|
| Tirgus daļa Savienībā             | 23,0 % | 22,8 % | 20,3 % | 20,9 % |
| <i>Indekss (2008. gads = 100)</i> | 100    | 99     | 88     | 91     |

##### 4.2.3. Nodarbinātība un produktivitāte

- (127) Attiecīgajā periodā nodarbinātības līmenis pazeminājās, sarūkot par 21 %. Šī tendence ir identiska ievirzei saistībā ar pārdošanas apjoma samazināšanos Savienības tirgū nesaistītiem pircējiem.

6. tabula

|                                   | 2008   | 2009   | 2010   | IP     |
|-----------------------------------|--------|--------|--------|--------|
| Nodarbināto skaits                | 31 559 | 26 146 | 24 993 | 25 093 |
| <i>Indekss (2008. gads = 100)</i> | 100    | 83     | 79     | 79     |

- (128) Savienības ražošanas nozares darbaspēka ražīgums, ko mēra kā produkcijas izlaidi uz vienu darbinieku gadā, attiecīgajā periodā pieauga par 8 %. Tas daļēji skaidrojams ar Savienības ražošanas nozares centieniem reaģēt uz spiedienu, ko radījis par dempinga cenām veiktais imports no Ķīnas.

7. tabula

|                                   | 2008 | 2009 | 2010 | IP  |
|-----------------------------------|------|------|------|-----|
| Ražīgums (tonnas uz darbinieku)   | 8,9  | 8,8  | 9,4  | 9,6 |
| <i>Indekss (2008. gads = 100)</i> | 100  | 99   | 106  | 108 |

## 4.2.4. Dempinga starpības lielums

- (129) Dempinga starpības ir norādītas iepriekš dempinga sadaļā. Visas noteiktās starpības ievērojami pārsniedz minimālo līmeni. Turklāt, ņemot vērā apjomu un cenas importam par dempinga cenām, faktiskās dempinga starpības ietekmi nevar uzskatīt par nenozīmīgu.

## 4.3. Mikroekonomiskie rādītāji

## 4.3.1. Krājumi

- (130) Savienības ražošanas nozares krājumi attiecīgā perioda noslēgumā samazinājās par 14 %. Izmeklēšana konstatēja, ka šādā nozarē, kura būtībā darbojas pēc pasūtījuma, tas nav izšķirošs rādītājs.

8. tabula

|                                   | 2008  | 2009  | 2010  | IP    |
|-----------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| Krājumi (tonnās)                  | 7 754 | 6 647 | 7 611 | 6 647 |
| <i>Indekss (2008. gads = 100)</i> | 100   | 86    | 98    | 86    |

## 4.3.2. Pārdevumu cenas

- (131) Savienības ražošanas nozares pārdevumu cenas Savienības tirgū attiecīgajā periodā samazinājās par 12 %.

9. tabula

|                                                              | 2008  | 2009  | 2010  | IP    |
|--------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| Vidējā pārdošanas cena nesaistītiem pircējiem ES (EUR/tonna) | 4 103 | 3 818 | 3 811 | 3 615 |
| <i>Indekss (2008. gads = 100)</i>                            | 100   | 93    | 93    | 88    |

## 4.3.3. Rentabilitāte, naudas plūsma, ieguldījumi, ienākumi no ieguldījumiem, spēja piesaistīt kapitālu un algas

- (132) Attiecīgajā periodā Savienības ražošanas nozares rentabilitāte, naudas plūsma, ieguldījumi, ienākumi no ieguldījumiem, spēja piesaistīt kapitālu un algas attīstījās šādi:

10. tabula

|                                                                                                 | 2008       | 2009      | 2010       | IP         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|------------|------------|
| Tirā peļņa par Savienības pārdevumiem nesaistītiem pircējiem (% no neto pārdošanas apgrozījuma) | 4,2 %      | 2,2 %     | 0,1 %      | 3,5 %      |
| Naudas plūsma (EUR)                                                                             | 10 531 970 | 6 205 824 | 9 267 381  | 11 998 647 |
| <i>Indekss (2008. gads = 100)</i>                                                               | 100        | 59        | 88         | 114        |
| Neto ieguldījumi (EUR)                                                                          | 13 686 363 | 9 423 983 | 10 805 215 | 9 690 923  |
| <i>Indekss (2008. gads = 100)</i>                                                               | 100        | 69        | 79         | 71         |
| INI (peļņa % no ieguldījumu neto bilances vērtības)                                             | 19,2 %     | 14,8 %    | – 51,3 %   | 5,5 %      |
| <i>Indekss (2008. gads = 100)</i>                                                               | 100        | 77        | – 267      | 29         |
| Gada darbaspēka izmaksas vienam darbiniekam                                                     | 20 436     | 20 526    | 21 619     | 20 832     |
| <i>Indekss (2008. gads = 100)</i>                                                               | 100        | 100       | 106        | 102        |

- (133) Savienības ražošanas nozares rentabilitāte attiecīgajā periodā kritās par 0,7 procentpunktiem. Zemākais rentabilitātes līmenis tika sasniegts 2010. gadā, kad laikposmā no 2008. gada līdz 2010. gadam kritums sasniedza 4,1 procentpunktu.
- (134) Būtu jāuzsver, ka jau attiecīgā perioda sākumā Savienības ražošanas nozare atradās nestabilā situācijā, kuras cēlonis bija milzīgu lētu importa preču apjomu ieplūšana Savienības tirgū no Ķīnas, kas ievērojami palielinājās 2002.–2004. gadā, pēc šādam importam piemērojamas

kvotas atcelšanas 2005. gadā pārņemot ievērojamu tirgus daļu. Tas ir izraisījis plašu nozares pārstrukturizāciju, kas attiecīgā perioda sākumā bija noslēguma posmā.

- (135) Tāpēc, ņemot vērā šo notikumu attīstību pirms attiecīgā perioda, peļņu, kas tika gūta attiecīgā perioda sākumā, nevar uzskatīt par normālu peļņu. Tā kā saistībā ar šo jautājumu nav saņemta neviena piezīme, tiek uzskatīts, ka par pamatotu kritēriju provizorisks iespējams izmantot normālo peļņu, kas gūta no cita plaši lietota un būtiska

patērīna produkta, par kuru ir veikta antidempinga izmeklēšana, proti, ādas apaviem. Šis peļņas līmenis ir 6 %. <sup>(1)</sup> Tādējādi ir skaidrs, ka kopumā Savienības ražošanas nozare attiecīgā perioda laikā nespēja sasniegt peļņas līmeni, kas attiecībā uz šo ražojumu būtu uzskatāms par pieņemamu.

- (136) Kopumā Savienības ražošanas nozares naudas plūsma attiecīgajā periodā ievērojami palielinājās. Tomēr šis pieaugums ir attiecināms uz vairākiem lieliem un stabiliem uzņēmumiem, nevis MVU. Neto ieguldījumu līmenis pazeminājās par 33 %. Tomēr būtu jānorāda, ka līdz attiecīgā perioda beigām ieguldījumi MVU jomā gandrīz sasniedza nulles līmeni. Tikai divi uzņēmumi, kuri nav MVU, attiecīgā perioda laikā spēja veikt vairākus būtiskus ieguldījumus. No ieguldījumiem gūto ienākumu kritums visā attiecīgā perioda laikā bija lielāks nekā rentabilitātes samazināšanās.

- (137) No 2008. gada līdz IP vidējā darba alga uz vienu darbinieku palielinājās par 2 %. Šī darbaspēka izmaksu palielināšanās ir ievērojami mazāka par vispārējo darbaspēka izmaksu attīstību Savienībā attiecīgajā periodā, kas ļauj secināt, ka Savienības ražošanas nozares pārstāvji centās saglabāt pēc iespējas zemākas algas.

#### 4.3.4. Ražošanas izmaksas

- (138) Ražošanas izmaksas attiecīgajā periodā kritās par 10 %.

11. tabula

|                                | 2008  | 2009  | 2010  | IP    |
|--------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| Ražošanas izmaksas (EUR/tonna) | 3 578 | 3 583 | 3 514 | 3 230 |
| Indekss (2008. gads = 100)     | 100   | 100   | 98    | 90    |

#### 5. Secinājums par kaitējumu

- (139) Izmeklēšana konstatēja, ka tādi kaitējuma rādītāji kā ražošanas apjoms, jauda, pārdošanas apjoms nesaistītiem pircējiem un nodarbinātība attiecīgajā periodā ir pasliktinājušies.
- (140) Turklāt attiecīgajā periodā pasliktinājās tādi ar Savienības ražošanas nozares finanšu darbību saistīti kaitējuma rādītāji kā rentabilitāte, ieguldījumi un ienākumi no ieguldījumiem.

- (141) Kopumā nozares rentabilitāte attiecīgajā periodā ne tikai nesasniedza apmierinošu peļņas līmeni, bet arī pasliktinājās. Pastāvīgā Savienības ražošanas nozares pārdošanas cenu samazināšanās nozīmēja, ka kādā brīdī ražošanas nozare bija gandrīz nespējīga gūt peļņu.

- (142) Lai gan Savienības ražīgums attiecīgajā periodā uzlabojās, tas galvenokārt bija skaidrojams ar tās būtiskajiem centieniem konkurēt ar īpaši intensīvo par dempinga cenām veikto importu no Ķīnas.

- (143) Ievērojot iepriekš minēto, provizoriski tiek secināts, ka Savienības ražošanas nozarei bija nodarīts būtisks kaitējums pamatregulas 3. panta 5. punkta izpratnē.

### E. CĒĻSAKARĪBA

#### 1. Ievads

- (144) Saskaņā ar pamatregulas 3. panta 6. un 7. punktu pārbaudīja, vai imports par dempinga cenām no Ķīnas ir Savienības ražošanas nozarei nodarījis kaitējumu tādā mērā, ka to var uzskatīt par būtisku. Turklāt tika pārbaudīti arī citi zināmie faktori, kas nav imports par dempinga cenām un kas būtu varējuši nodarīt kaitējumu Savienības ražošanas nozarei, lai pārliecinātos, ka šo citu faktoru izraisītais kaitējums netiek saistīts ar importu par dempinga cenām.

#### 2. Importa par dempinga cenām radītā ietekme

- (145) Izmeklēšanā konstatēja, ka Savienības patēriņš attiecīgajā laikposmā samazinājās par 12 %. Tajā pašā laikā, kamēr par dempinga cenām veiktā importa apjoms no Ķīnas samazinājās aptuveni par 9 %, tā tirgus daļa pieauga. Turklāt Savienības ražošanas nozares pārdošanas apjoms samazinājās par 20 %, un tirgus daļa saruka no 23 % 2008. gadā līdz 20,9 % IP.

- (146) Laikā no 2009. gada līdz IP beigām Savienības patēriņš palielinājās, savukārt Savienības ražošanas nozares tirgus daļa saruka pretstatā apjoma pieaugumam par dempinga cenām veiktajam Ķīnas importam, kura tirgus daļa šajā periodā ievērojami palielinājās.

- (147) Attiecīgajā periodā par dempinga cenām veiktā Ķīnas importa cenas palielinājās. Pat tad, ja attiecīgajā periodā vidējā Ķīnas importa cena palielinājās par 18 %, šīs cenas visu laiku palika ievērojami zemākas par Savienības ražošanas nozares pārdošanas cenām, jo īpaši IP, tādējādi turpinot radīt spiedienu uz cenām Savienības tirgū. Attiecīgi Savienības ražošanas nozares pārdošanas cenu samazināšanos Savienības tirgū un tās rentabilitātes kritumu var skaidrot ar cenu samazināšanos, ko Savienības tirgū izraisīja par dempinga cenām veiktais imports no Ķīnas. Savienības ražošanas nozares ražošanas izmaksu un nodarbinātības līmeņa pazemināšanās apliecina centienus, ko nozares pārstāvji īstenoja, lai reaģētu uz šo importu.

<sup>(1)</sup> Padomes Regula (EK) Nr. 1472/2006, publicēta OV L 275, 6.10.2006., 36. lpp. (292. apsvērums).



- (148) Pamatojoties uz iepriekš minēto, tiek secināts, ka Ķīnas importa par dempinga cenām klātbūtne un importa par dempinga cenām no Ķīnas tirgus daļas pieaugums ar tādām cenām, kas ir pastāvīgi zemākas par Savienības ražošanas nozares cenām, bija noteicošie faktori, kas nodarīja būtisku kaitējumu Savienības ražošanas nozarei, un to konkrēti atspoguļo tās sliktais finansiālais stāvoklis un gandrīz visu kaitējuma rādītāju pasliktināšanās.

### 3. Citu faktoru ietekme

- (149) Citi cēloņsakarības saistībā izskatītie faktori ir šādi: pieprasījuma attīstība Savienības tirgū un tā segmentācija,

Savienības ražošanas nozares eksporta rādītāji, izmeklējamā ražojuma imports no citām valstīm, pret konkurenci vērstas prakses Savienības tirgū, ražošanas metožu atšķirības un lietotu preču tirgus. Tika analizēti arī citi faktori.

#### 3.1. Imports no trešām valstīm, izņemot attiecīgo valsti

- (150) Importa apjoms no citām trešām valstīm attiecīgajā periodā ir atspoguļots turpmākajā tabulā. Tendences attiecībā uz apjomiem un cenām ir iegūtas, izmantojot Eurostat datus.

12. tabula

|                                                         | 2008    | 2009   | 2010   | IP     |
|---------------------------------------------------------|---------|--------|--------|--------|
| Importa apjoms no visām pārējām trešām valstīm (tonnas) | 100 971 | 81 464 | 81 602 | 88 706 |
| <i>Indekss (2008. gads = 100)</i>                       | 100     | 81     | 81     | 88     |
| Tirgus daļa                                             | 12,2 %  | 11,8 % | 10,9 % | 12,2 % |
| Vidējā importa cena (EUR/tonna)                         | 2 378   | 2 354  | 2 591  | 2 522  |
| <i>Indekss (2008. gads = 100)</i>                       | 100     | 99     | 109    | 106    |
| Importa apjoms no Turcijas (tonnas)                     | 36 952  | 33 275 | 32 887 | 40 553 |
| <i>Indekss (2008. gads = 100)</i>                       | 100     | 90     | 89     | 110    |
| Tirgus daļa                                             | 4,5 %   | 4,8 %  | 4,4 %  | 5,6 %  |
| Vidējā importa cena (EUR/tonna)                         | 2 027   | 2 014  | 2 171  | 2 058  |
| <i>Indekss (2008. gads = 100)</i>                       | 100     | 99     | 107    | 102    |

- (151) Importa apjoms no trešām valstīm attiecīgajā periodā samazinājās par 12 %, bet šī importa tirgus daļa saglabājās visai nemainīga.

kas, importa apjoms no Turcijas laikā no 2010. gada līdz 2011. gadam būtu palielinājies par 8 %.

- (152) Jānorāda, ka vidējās importa cenas no citām trešām valstīm attiecīgajā periodā palielinājās par 6 %, un tās saglabājās ievērojami augstākas nekā ĶTR eksporta vidējā pārdošanas cena (IP tas bija par 68 %).

- (154) Saistībā ar šo apgalvojumu tiek norādīts, ka, salīdzinot situāciju attiecīgā perioda sākumā un beigās, Turcijas importa apjoms palielinājās par 10 % jeb 1,1 procentpunktu un ka Turcijas importa vidējās cenas saglabājās ievērojami augstākas (no 37 % līdz 60 %) nekā Ķīnas importa cenas. Turklāt Turcijas importa tirgus daļa nekad nebija lielāka par 5,6 %. Tādējādi ir grūti secināt, ka būtisks kaitējums Savienības ražošanas nozarei ir skaidrojams ar importu no Turcijas.

- (153) CCCLA novēroja, ka, ja Turcijas importa cenas salīdzinājumā ar Ķīnas importa cenām būtu tikai par 20 % augstā-

- (155) Minēto iemeslu dēļ secināja, ka imports no citām trešām valstīm būtiski neietekmē Savienības ražošanas nozares situāciju.

### 3.2. Tirgus segmenti

- (156) Vācijas importētāju apvienība un daži tās biedri iesniedza informāciju, ka, pamatojoties uz galapatērētāju cenām, ražojumu īpašībām un tirdzniecības kanāliem, izmeklējamais keramikas ražojumu tirgus ir jāiedala vismaz šādos trīs segmentos: augstākās kvalitātes ražojumi (augsta kvalitāte, augstas cenas), vidējas/zemas kvalitātes ražojumi (vidēja/zema kvalitāte, vidējas/zemas cenas) un īpaši ražojumi (piemēram, dekoratīvi priekšmeti, suvenīri, keramikas katli un viesnīcām paredzēti porcelāna izstrādājumi). Tiek apgalvots, ka lielākā daļa Savienības ražojumu tiek pārdoti augstākās kvalitātes un/vai īpašo ražojumu tirgos, savukārt no Ķīnas importētie ražojumi galvenokārt ietilpst zemas cenas tirgus segmentā. Savienības ražošanas nozares mērķa tirgus galvenokārt ir modes preču veikali, nevis standarta patērētāju iepirkšanās vietas. Tādējādi Ķīnas importa preces tiešā veidā nekonkurē ar Savienības ražojumiem.
- (157) Tomēr izmeklēšanā šie apgalvojumi netika apstiprināti. Pirmkārt, ir norādīts, ka līdzīgo ražojumu grupā neietilpst atsevišķi izstrādājumi, kurus ir minējušas šīs ieinteresētās personas, piemēram, priekšmeti, kuriem ir tikai dekoratīva funkcija (skatīt (51) un (52) apsvērumu). Otrkārt, izmeklēšana apliecināja, ka pašlaik Savienības ražojumi, tāpat kā Ķīnas imports, nonāk visos tirgos. Būtiska Ķīnas importa daļa ietilptu tā sauktajos augstākās kvalitātes vai īpašo ražojumu segmentos. Apvienotās Karalistes importētājs apgalvoja, ka tas no Ķīnas importē augstākās kvalitātes ražojumus, savukārt ES uzņēmumu grupa ar ražošanas interesēm Ķīnā arī atsauca uz ļoti augstajām cenām, ko tā Savienības tirgū noteica saviem Ķīnas izcelsmes keramikas ražojumiem.
- (158) Visbeidzot ir sniegta atsauce uz iepriekš minēto B.1.2. sadaļu, kurā ir secināts, ka visi attiecīgā produkta veidi un līdzīgais produkts ir uzskatāmi par vienu ražojumu. Tādējādi būtu jāveic analīze attiecīgā ražojuma un līdzīgā ražojuma līmenī. Tāpēc nebija iespējams ņemt vērā apgalvojumus par atsevišķiem segmentiem.

### 3.3. Patēriņš un pieprasījums

- (159) Eiropas importētāju un mazumtirgotāju apvienība un CCCLA norādīja uz pieprasījuma samazināšanos Savienībā. Viens atlasē neiekļauts importētājs norādīja, ka ir krasi samazinājies porcelāna pieprasījums, jo īpaši saistībā ar atvasināto un speciālo preču klāstu, kā arī privātajā sektorā, un ka pārējais pieprasījums ir ļoti daudzveidīgs. Vairākas ieinteresētās personas arī apgalvoja, ka mainīgo modes tendenču dēļ patērētāji mūsdienās vēlas iegādāties lētus keramikas galda piederumus un virtuves piederumus. Vairumtirgotāji uzskata, ka augstas kvalitātes dārgu ražojumu tirgus sarūk un nākamo gadu laikā turpinās sarukt.
- (160) Saskaņā ar iepriekš minētās Eiropas importētāju un mazumtirgotāju apvienības viedokli pieprasījuma samazināšanās izskaidrotu Savienības ražotāju pārdošanas un ražošanas apjoma kritumu attiecīgajā periodā.

- (161) CCCLA norādīja, ka sūdzība apliecināja ievērojamas patēriņa līmeņa svārstības Savienībā attiecīgajā periodā atbilstīgi vispārējiem makroekonomiskajiem apstākļiem. Saskaņā ar CCCLA sniegto informāciju kaitējuma faktori attiecīgajā periodā attīstījās paralēli pieprasījuma svārstībām Savienības un citos tirgos un gan Savienības ražotāju pārdevumu, gan Ķīnas importa apjoms liecināja par pārmaiņām pieprasījuma jomā.
- (162) Vācijas importētāju apvienība un daži tās biedri iesniedza informāciju par to, ka Ķīnas importa rādītāji pēc Savienības paplašināšanās 2004. gadā un pēc šim ražojumam piemēroto importa kvotu atcelšanas 2005. gada 1. janvārī norāda uz milzīgu pieprasījumu pēc lētākiem galda piederumiem Savienības tirgū laikā no 2002. gada līdz 2005. gadam, kam sekoja kritums laikā no 2005. gada līdz 2010. gadam. Tiek apgalvots, ka Savienības ražotāji nevēlējās un/vai nespēja apmierināt šādu pieprasījumu.
- (163) Saistībā ar šiem apgalvojumiem, pirmkārt, tiek sniegta atsauce uz B.1.2. sadaļu, kurā secināts, ka visi attiecīgā produkta veidi un līdzīgais produkts ir uzskatāmi par vienu ražojumu. Tāpēc apgalvojumi par konkrētiem klāstiem nav pamatoti, un analīze būtu jāveic attiecīgā ražojuma un līdzīgā ražojuma līmenī.
- (164) Otrkārt, apgalvojums, ka kaitējuma faktori attīstījās paralēli pieprasījuma svārstībām citos eksporta tirgos, ir pretunā faktam, ka atlasē iekļauto Savienības ražotāju eksporta rādītāji attiecīgajā periodā uzlabojās.
- (165) Treškārt, kā secināts D.2. sadaļā, patēriņš attiecīgajā periodā ir samazinājies. Nav pierādījumu, kas apliecinātu, ka Savienības ražotāji nevēlējās un/vai nespēja apmierināt milzīgo pieprasījumu Savienībā pēc lētākiem galda piederumiem. Izmeklēšanā gluži pretēji tika secināts, ka attiecīgajā periodā Savienības ražotāji apmierināja pieprasījumu pēc dažādiem preču veidiem, tostarp lētākiem galda piederumiem. Pat tad, ja attiecīgajā periodā Savienībā bija vērojamas patēriņa līmeņa svārstības, kas, iespējams, kādā posmā veicināja Savienības ražošanas nozares sliktos darbības rezultātus, kopumā nevar uzskatīt, ka tās ir radījušas kādu ietekmi, piemēram, novērsušas cēloņsakarību starp importu par dempinga cenām un šai ražošanas nozarei radīto kaitējumu IP laikā.
- (166) Tādēļ prasības tika noraidītas.

### 3.4. Savienības ražošanas nozares eksports

- (167) Saskaņā ar Eurostat (eksporta apjoms) un atlasē iekļauto Savienības ražotāju (vidējā eksporta cena) sniegto informāciju Savienības ražošanas nozares veiktais eksports attiecīgajā periodā attīstījās šādi:

13. tabula

|                                  | 2008   | 2009   | 2010   | IP     |
|----------------------------------|--------|--------|--------|--------|
| Eksporta apjoms (tonnas)         | 90 968 | 73 502 | 83 091 | 88 105 |
| Indekss (2008. gads = 100)       | 100    | 81     | 91     | 97     |
| Vidējā eksporta cena (EUR/tonna) | 3 136  | 2 983  | 3 462  | 3 125  |
| Indekss (2008. gads = 100)       | 100    | 95     | 110    | 100    |

(168) Sūdzībā CCCLA minēja novērojumu, ka laikā no 2009. gada līdz 2011. gadam Savienības ražotāju veiktā eksporta apjoms ievērojami palielinājās. Šī ieinteresētā persona norādīja, ka, pasliktinoties Savienības ražotāju eksporta rādītājiem, notika negatīva kaitējuma faktoru attīstība. Tāpēc kaitējumu radīja nelabvēlīga ES ražošanas nozares eksporta pārdošanas apjoma attīstība.

(169) Šajā saistībā vispirms būtu jānorāda, ka kaitējuma analīze ir vērsta uz Savienības ražošanas nozares situāciju Savienības tirgū. Tāpēc eksporta rezultātu pārmaiņas, ja tādas ir, nekādā veidā neietekmē lielāko daļu iepriekš analizēto rādītāju, piemēram, pārdošanas apjomu, tirgus daļu un cenas. Otrkārt, Savienības ražošanas nozares eksportu iespējams interpretēt kā sarūkošā pārdošanas apjoma kompensēšanas veidu Savienības tirgū, t. i., kaitējuma gadījumos. Treškārt, kā redzams iepriekšējā tabulā, kopējais eksporta apjoms no Savienības samazinājās par 3 %. Visbeidzot pārdošanas eksporta cenas atlasē iekļautajiem ražotājiem, kuri sadarbojās, attiecīgajā periodā bija stabilas.

(170) Tāpēc prasība tika noraidīta, un tika secināts, ka Savienības ražošanas nozares eksporta rezultāti neradīja būtisku kaitējumu.

### 3.5. Importa kvotu atcelšana

(171) Līdz 2005. gada 1. janvārim dalībvalstīs, kuras tajā laikā bija Savienības locekles, Ķīnas izcelsmes ražojumiem, uz kuriem attiecas (56) apsvērumā minētie CN kodi, tika piemērotas kvantitatīvas kvotas, kuras kopā sasniedza 84 473 tonnas 2000. gadā un tika pakāpeniski palielinātas līdz 147 744 tonnām 2004. gadā. Pieejamie statistikas dati liecina, ka 2004. gadā attiecīgā produkta importa apjoms 27 valstīs, kuras tagad ir dalībvalstis, sasniedza 173 809 tonnas. Gadu vēlāk, pēc kvotu atcelšanas, importa apjoms sasniedza 530 294 tonnas. Kopš tā laika Ķīnas importa apjoms nav bijis mazāks par 449 000 tonnu gadā.

(172) Attiecībā uz importa kvotu nozīmi saistībā ar attiecīgajā periodā novēroto kaitējumu vispirms būtu jānorāda, ka, ņemot vērā faktu, ka kvotas tika pakāpeniski palielinātas un atceltas 3 gadus pirms attiecīgā perioda sākuma un 6 gadus pirms izmeklēšanas perioda sākuma, Savienības tirgū kopš 2002. gada jau ir notikusi plaša pārstrukturizācija, lai ņemtu vērā šīs tirgus apstākļu pārmaiņas. To apstiprina arī sūdzību iesniedzēju sniegtā informācija par Eiropas keramikas galda piederumu ražotāju darbības pārtraukšanas un maksātnespējas gadījumiem. Tā rezultātā Savienības ražošanas nozare attiecīgā perioda sākumā ir pārveidota par sašaurinātu nozari ar labiem darbības rezultātiem.

(173) Attiecīgi varētu apgalvot, ka attiecīgā produkta importa kvotu atcelšana 2005. gadā, iespējams, negatīvi ietekmēja Savienības ražošanas nozares stāvokli pirms attiecīgā perioda sākuma. Tomēr pat tad, ja tas atbilst patiesībai, kaitējuma cēlonis izmeklēšanas periodā ir bijis imports par dempinga cenām. Tāpēc importa kvotas atcelšana 2005. gadā neatceļ celoņsakarību starp importu par dempinga cenām un ražošanas nozarei radīto kaitējumu attiecīgajā periodā un izmeklēšanas periodā.

### 3.6. Pret konkurenci vērstas prakses Savienības tirgū

(174) Vairākas ieinteresētās personas apgalvoja, ka kaitējumu ir radījušas pret konkurenci vērstas prakses Savienības tirgū, un tika norādīts, ka šī antidempinga procedūra tika sākta, lai atgūtu zaudējumus, ko ir radījuši sodi par nelikumīgiem karteljiem. CCCLA norādīja, ka Savienības tirgū īstenotu aizliegto vienošanos prakšu rezultātā gan sūdzībā sniegtie, gan izmeklēšanā iegūtie kaitējuma dati (proti, pārdošanas cenas, pārdošanas apjomi, tirgus daļa un peļņa) varētu būt neuzticami, ņemot vērā apstākli, ka tie neatspoguļo normālas tirgus darbības situāciju.

(175) No otras puses, ir norādīts, ka 2010. gadā Komisija piemēroja sodu septiņpadsmit uzņēmumiem sanitāro iekārtu jomā par cenu noteikšanas karteli, kas darbojās laikā no 1992. gada līdz 2004. gadam, ietekmējot sešas dalībvalstis, proti, Vāciju, Austriju, Itāliju, Franciju, Beļģijas Karalisti (Beļģiju) un Nīderlandes Karalisti (Nīderlandi) <sup>(1)</sup>. Šī prakse tika īstenota pirms attiecīgā perioda sākuma, un tā attiecās uz citiem ražojumiem. Turklāt vienīgais attiecīgais uzņēmums, kas attiecīgajā periodā darbojās arī keramikas galda piederumu un virtuves piederumu jomā, iesniedza prasību Eiropas Savienības Vispārējā tiesā par šā soda atcelšanu. Šīs prasības izskatīšana vēl nav pabeigta. No otras puses, Vācijas varas iestādes 2011. gada februārī sāka izmeklēšanu par aizliegtu vienošanos attiecībā uz vairākiem Vācijas galda piederumu ražotājiem. Vācijas varas iestādes vēl nav publicējušas izmeklēšanas rezultātus, tāpēc secinājumi par šo jautājumu nav iespējami. Turklāt šī izmeklēšana attiecas tikai uz vienu dalībvalsti, bet Savienības ražošanas nozare ir visai plaša. Tādēļ prasības tika noraidītas.

<sup>(1)</sup> [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52011XC1129\(02\):LV:NOT](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52011XC1129(02):LV:NOT)

- (176) Attiecībā uz dažu ieinteresēto personu sniegto atsauci uz faktu, ka daži ražotāji Savienībā veica pārmaiņas savā darbībā un kļuva arī par Ķīnas izcelsmes ražojumu tirgotājiem, šo uzņēmējdarbības iespēju nav iespējams klasificēt kā pret konkurenci vērstu praksi.

### 3.7. Ražošanas metodes

- (177) Saskaņā ar vairāku ieinteresēto personu sniegto informāciju Savienības ražotāju pieņemtie lēmumi attiecībā uz ražošanas metodēm nepārprotami veicināja kaitējumu Savienības ražošanas nozarei. Šīs ieinteresētās personas uzsver, ka Savienības ražošanas metodes ir daudz neefektīvākas par Ķīnā izmantotām ražošanas metodēm – Savienības ražošanas metodes ir pilnīgi automatizētas, un tas nosaka augstas pārstāšanās izmaksas īsu ciklu gadījumā, dārgu veidņu izgatavošanu, lielākas izmaksas par izejmateriāliem un augstākas enerģijas izmaksas divkāršas apdedzināšanas procesa dēļ. Turklāt atšķirībā no Savienības ražotājiem Ķīnas ražotāji strādā pēc pasūtījuma, saskaras ar mazākām uzglabāšanas izmaksām un pārdod to kopējo ražojumu apjomu komplektos, nedalot to kategorijās un piemērojot cenu atlaides. Arī maksa par dekolū pārnesei glazējumā iestrādāta dekorējuma izveidei Savienībā ir gandrīz divkārša. No otras puses, vairākas ieinteresētās personas norādīja uz Savienības ražošanas metožu efektivitāti, piemēram, saistībā ar garākiem cikliem.
- (178) Izmeklēšana apliecināja, ka visā pasaulē notiek tehnoloģiju pārnese. Izmeklēšanā nebija iespējams konstatēt saikni starp konkrētu ražošanas metodi un panākumiem uzņēmējdarbībā. Nebija iespējams arī konstatēt, ka konkrētas ražošanas metodes izvēle ir bijusi pietiekami būtiska, lai radītu ietekmi, piemēram, pārtrauktu cēloņsakarību starp importu par dempinga cenām no attiecīgās valsts un kaitējumu Savienības ražošanas nozarei.

### 3.8. Lietotu preču tirgi

- (179) Saskaņā ar atlasē neiekļauta importētāja sniegto informāciju pēdējo desmitgažu laikā mājāsaimniecības ir kļuvušas mazākas un tās atbrīvojas no liekajiem priekšmetiem, pārdodot tos krāmu tirgos, tīmekļa izsolēs vai citos lietoto preču tirgos. Šī ieinteresētā persona uzskata, ka lietoti galda piederumi un virtuves piederumi apmierina ievērojamu pašreizējā pieprasījuma daļu un tieši konkurē ar jaunajiem galda piederumiem un virtuves piederumiem. Atlasē neiekļautais importētājs iesniedza apstiprinātos dokumentus par vairāku plaši pazīstamu Vācijas porcelāna ražotāju preču līniju vērtību tīmekļa izsolēs.
- (180) Tomēr netika rasts pieņemams pamats, lai vācu valodā funkcionējošā platformā minētu trīs Vācijas uzņēmumu ļoti specifisku kolekciju apjomus un cenas ekstrapolētu uz citām Savienības valstīm vai citiem ražojumu klāstiem. Tāpēc šo tirgu nevarēja raksturot ar skaitliskiem rādītājiem, un izmeklēšanā nebija iespējams konstatēt, ka tirdzniecības apjomi lietoto preču tirgū ir pietiekami būtiski, lai radītu ietekmi, piemēram, pārtrauktu cēloņsakarību starp importu par dempinga cenām no attiecīgās valsts un kaitējumu Savienības ražošanas nozarei.

### 3.9. Ekonomikas krīze

- (181) Saskaņā ar CCCLA sniegto informāciju iespējamo kaitējumu ir radījusi finanšu krīzes, ekonomikas lejupslīdes un valsts parāda krīzes ietekme uz patērētāju budžetu. Tā kā sūdzības iesniedzēji darbības līmenī, domājams, ir rentabli, CCCLA uzskata, ka ziņotie zaudējumi ir attiecināmi uz finanšu spekulācijām (piemēram, zaudējumi pašu kapitāla vai valstu obligāciju jomā) un ar finanšu krīzi saistītajiem izdevumiem, kas nav pamatdarbības izdevumi.
- (182) Patēriņa samazināšanos attiecīgā perioda posmos iespējams skaidrot ar ekonomikas krīzi. Tomēr vērts pievērst uzmanību apstāklim, ka sarūkoša patēriņa situācijā attiecīgajā periodā un pieaugoša patēriņa situācijā laikā no 2009. gada līdz IP rezultāti attiecībā uz lētām, par dempinga cenām importētām precēm kontrastē ar Savienības ražošanas nozares rādītājiem.
- (183) Tomēr izmeklēšana skaidri parāda, ka imports par dempinga cenām no Ķīnas ir pastiprinājis ekonomikas lejupslīdes ietekmi. Pat vispārējās ekonomikas atlabšanas laikā Savienības ražošanas nozare nespēja atlabt un atgūt ievērojamus pārdošanas apjomus, attiecīgajā periodā zaudējot būtisku tirgus daļu, savukārt Ķīnas imports par dempinga cenām ieguva lielāku tirgus daļu.
- (184) Tāpēc, lai gan ekonomikas krīze, iespējams, veicināja Savienības ražošanas nozares sliktos darbības rezultātus, tomēr kopumā nevar uzskatīt, ka tās ietekmē tika pārtraukta cēloņsakarība starp importu par dempinga cenām un ražošanas nozarei IP laikā nodarīto kaitējumu.

### 3.10. Citi faktori

- (185) Apvienības pārstāvji norādīja uz citiem faktoriem, kuri, viņuprāt, pārtrauca cēloņsakarību. Šī ieinteresētā persona atsaucās uz Savienības iekšējo konkurenci (pamatojoties uz faktu, ka Savienībā pastāv būtiskas cenu atšķirības) un uz Savienības drošības un veselības prasībām, kas kļūst stingrākas, tādējādi radot ražošanas izmaksu pieaugumu. Citu minēto faktoru vidū ir atsevišķu Ķīnas ražotāju īstenota viltošana un beztarifa barjeru pastāvēšana vairākos tirgos ārpus ES, kas kavē Savienības ražotāju eksportu.
- (186) Attiecībā uz argumentiem par Savienības iekšējo konkurenci izmeklēšana neapliecināja nekādu saikni starp kaitējumu, Savienības ražotāju atrašanās vietu un cenām šajā dalībvalstī. Attiecībā uz Savienības drošības un veselības prasībām ir norādīts, ka tās ir piemērojamas Savienībā ražotiem un importētiem ražojumiem, tādējādi ietekmējot visu uzņēmumu noteiktās cenas. Ņemot vērā faktu, ka netika iesniegta nekāda informācija, kas apliecinātu apgalvojuma par viltošanu pamatotību, tā ietekmes analīze nebija iespējama. Prasību saistībā ar beztarifu barjeru pastāvēšanu vairākos tirgos ārpus ES nevarēja



ņemt vērā. Šādas barjeras varētu atturēt Savienības ražotājus no to eksporta iespēju izmantošanas, tomēr tas nekādā veidā neietekmē pārdošanas apjomu sarūkšanu Savienības tirgū, t. i., kaitējuma gadījumos.

- (187) CCCLA norādīja uz citiem faktoriem, proti, kvalificēta darbaspēka trūkumu Savienības tirgū un pašu izraisītu kaitējumu, pamatojoties uz faktu, ka atsevišķi Savienības ražotāji importē attiecīgo ražojumu. Tomēr, pamatojoties uz pieejamo informāciju, ir secināts, ka kopumā visas Savienības ražošanas nozares stāvoklis bija slikts, un fakts, ka ir izplatījušies vairāki uzņēmējdarbības modeļi, Savienības ražošanas nozarei neradīja nekādu kaitējumu un drīzāk būtu skaidrojams kā sarūkošo pārdošanas apjomu kompensēšanas veids Savienības tirgū. Attiecībā uz kvalificēta darbaspēka trūkumu Savienības keramikas galda piederumu un virtuves piederumu nozarē neviena ieinteresētā puse, kas darbojas Savienībā, nesūdzējās par šā faktora ietekmi.

- (188) Importētājs aicināja iestādes analizēt ietekmi, ko rada citi galda piederumu un virtuves piederumu veidi, piemēram, piederumi, kas izgatavoti no plastmasas, alumīnija, melamīna un stikla. Tomēr netika iesniegta nekāda informācija, kas apliecinātu prasības pamatotību. Izmeklēšanā nebija iespējams iegūt nekādus secinājumus par šo jautājumu.

- (189) Dažas ieinteresētās personas saista Savienības ražošanas nozarei radīto kaitējumu ar Savienības ražošanas nozares situāciju pirms attiecīgā perioda. Šajā saistībā vairāki importētāji apgalvoja, ka Savienības ražošanas nozares situācijas pasliktināšanās sākās jau laikposmā no 1975. gada līdz 2002. gadam. Tomēr Komisija savā analizē nespēja aplūkot tik attālu laikposmu, *cita starpā* tāpēc, ka par šo periodu trūkst uzticamu datu. Šāda situācija tika konstatēta arī saistībā ar citu pasākumu, kas tika īstenots ilgi pirms attiecīgā perioda sākuma, proti, valsts palīdzību, kas tika sniegta Vācijas porcelāna nozarei un kas, kā apgalvoja atlasē neiekļauts importētājs, pierāda, ka Savienības ražošanas nozares efektivitāte nav palielinājusies <sup>(1)</sup>.

- (190) Pārbaudot pārējos zināmos faktorus, kas būtu varējuši nodarīt kaitējumu Savienības ražošanas nozarei, tika konstatēts, ka neviens no tiem nepārtrauc cēloņsakarību starp importu par dempinga cenām no ĶTR un Savienības ražošanas nozarei nodarīto kaitējumu.

#### 4. Secinājums par cēloņsakarību

- (191) Pamatojoties uz iepriekš minēto analīzi, kurā visu zināmo faktoru ietekme uz Savienības ražošanas nozares stāvokli ir pienācīgi noteikta un nodalīta no kaitnieciskās ietekmes, kas piemita importam par dempinga cenām, tiek provizoriski secināts, ka imports par dempinga cenām no Ķīnas ir radījis būtisku kaitējumu Savienības ražošanas nozarei pamatregulas 3. panta 6. punkta izpratnē.

## F. SAVIENĪBAS INTERESES

### 1. Ievadpiezīmes

- (192) Saskaņā ar pamatregulas 21. pantu tika pārbaudīts, vai neatkarīgi no provizoriskā secinājuma par kaitniecisko dempingu pastāv pārliecinoši iemesli, lai secinātu, ka šajā konkrētajā gadījumā antidempinga pagaidu pasākumu pieņemšana nav Savienības interesēs. Analizējot Savienības intereses, ņēma vērā visas attiecīgās dažādās intereses, tostarp Savienības ražošanas nozares, attiecīgā ražojuma importētāju un lietotāju intereses.

### 2. Savienības ražošanas nozares intereses

- (193) Savienības ražošanas nozari veido vairāk nekā 200 ražotāju, kuriem ir rūpnīcas dažādās Savienības dalībvalstīs un kuri IP tieši nodarbina vairāk nekā 25 000 cilvēku, kas ir iesaistīti līdzīgā ražojuma ražošanā un tirdzniecībā.

- (194) Izmeklēšanā tika konstatēts, ka imports par dempinga cenām no attiecīgās valsts Savienības ražošanas nozarei IP laikā ir radījis būtisku kaitējumu. Proti, attiecīgajā periodā pasliktinājušies ar Savienības ražošanas nozares finanšu darbības rezultātiem saistītie kaitējuma rādītāji, piemēram, ražošana, rentabilitāte un ienākumi no ieguldījumiem. Lielākais kaitējums tika nodarīts MVU. Attiecīgajā periodā MVU piedzīvoja zaudējumus kopš 2010. gada. Tiek uzskatīts, ka tad, ja pasākumi netiks noteikti, nozarē jau īstenotie centieni nebūs pietiekami, lai nodrošinātu Savienības ražošanas nozares finansiālās situācijas uzlabošanu, un tā varētu turpināt pasliktināties.

- (195) Fakts, ka atsevišķi Savienības ražotāji ir sekmīgāki nekā citi, vai Savienības ražošanas nozares situācija pirms attiecīgā perioda neliek apšaubīt šīs izmeklēšanas konstatējumus.

- (196) Paredzams, ka pasākumu noteikšana Savienības tirgū atjaunos efektīvus un godīgus tirdzniecības apstākļus. Tas savukārt radītu papildu pozitīvu ietekmi attiecībā uz tirgus ekonomisko situāciju un rentabilitāti.

- (197) Daži importētāji apgalvoja, ka, ja pasākumi tiks noteikti, attiecīgais ražojums tiks aizstāts ar citiem ražojuma veidiem (nevis Savienībā ražotiem keramikas galda piederumiem un virtuves piederumiem), piemēram, tekstilizstrādājumiem (piemēram, dāvanām paredzētiem izstrādājumiem) vai plastmasas galda piederumiem, tādējādi sniedzot labumu nozarēm, kas nav saistītas ar keramikas izstrādājumiem. Tomēr izmeklēšanā nebija iespējams apstiprināt, ka šāda aizstāšana būtu būtiska.

- (198) Tāpēc tika secināts, ka antidempinga pagaidu pasākumu noteikšana Ķīnas izcelsmes keramikas galda piederumiem un virtuves piederumiem būtu Savienības ražošanas nozares interesēs.

<sup>(1)</sup> Lieta T-20/03 *Kahla/Thüringen Porzellan/Komisija*

### 3. Nesaistītu importētāju intereses

- (199) Kā norādīts (4). apsvērumā, ņemot vērā acīmredzami lielo nesaistīto importētāju skaitu, tika piemērots atlases princips.
- (200) Kopumā atlasē iekļautie importētāji IP saņēma piegādes galvenokārt no attiecīgās valsts un keramikas galda piederumu un virtuves piederumu importēšanā un tālākpārdošanā nodarbināja aptuveni 350 cilvēku. Šie uzņēmumi aktīvi darbojās saistībā ar dažādiem ražojumu veidiem – no dāvanām paredzētiem porcelāna priekšmetiem un zīmolu keramikas traukiem līdz vienkāršiem māsaimniecībām paredzētiem galda piederumiem. To sadarbības līmenis bija dažāds. Piemēram, divi lielākie atlasē iekļautie importētāji, kuri aktīvi darbojas arī mazumtirdzniecības jomā, nesniedza pilnīgu informāciju par rentabilitāti un atšķirību starp iegādes un tālākpārdošanas cenām nesaistītiem klientiem, un viens no tiem pat liedza piekļuvi saviem dokumentiem. Šīs ieinteresētās personas sniedza informāciju tikai par pārveduma iegādes cenām un/vai pārveduma pārdošanas cenām. Tādējādi, lai gan tika vairākkārt pieprasīts, netika saņemta pienācīga informācija, kas sniegtu iespēju novērtēt reprezentatīvo importētāju ar attiecīgo ražojumu saistīto bruto un neto starpību attiecībā uz visu atlasīto kopumu.
- (201) Līdzīgā kārtā divu atlasē iekļauto importētāju/mazumtirgotāju sniegtie dati, kas daudzējādā ziņā nebija pietiekami, nesniedza iespēju novērtēt attiecīgā ražojuma mazumtirgotāju peļņas bruto un neto starpību. Tādējādi, pamatojoties uz atlasē iekļauto importētāju sadarbību, nebija iespējams noteikt ES piegādes ķēdes spēju absorbēt ierosināto antidempinga maksājumu un attiecīgi – šāda maksājuma ietekmi uz mazumtirdzniecības cenu un tādējādi patērētājiem.
- (202) Tomēr, pirmkārt, attiecībā uz importētājiem jānorāda, ka pārliecinoties to importētāju vairākums, kuri atbildēja uz importētāju atlases jautājumiem, ziņoja par bruto starpību starp iegādes un tālākpārdošanas cenu, kas svārstās no 50 % līdz 200 %. To atlasē iekļauto ieinteresēto personu sniegtie pārbaudītie dati, kuras nodarbojas tikai ar importu, apstiprina, ka šādas bruto starpības ir reprezentatīvas. Otrkārt, publiski pieejamie dokumenti liecina, ka piegādes ķēde Savienībā (t. i., importētāji un turpmākie kanāli) bez grūtībām spētu absorbēt antidempinga maksājumus ierosinātajā līmenī, neapdraudot attiecīgo ekonomikas dalībnieku dzīvotspēju. Saskaņā ar jaunāko publikāciju<sup>(1)</sup> Ķīnā ražota keramikas krūze, kuru ES izplatītāji iegādājas par USD 0,70 ES mazumtirdzniecībā tiktu pārdota par USD 3,50, piemērojot vairāk nekā 150 % lielu uzcenojumu izplatītāja/mazumtirgotāja interesēs. Šādā gadījumā ierosinātie antidempinga maksājumi attiecībā uz lielāko daļu importa nozīmētu papildu

maksu EUR 0,16 apmērā (un EUR 0,36 apmērā ražotājiem, kuri nesadarbojas) ES piegādes ķēdes ietvaros, kurā kopumā saistībā ar šo konkrēto ražojumu pastāvētu bruto starpība EUR 2,08 apmērā. Turklāt 2009. gada CBI tirgus pētījumā par “galda piederumiem, virtuves piederumiem un citiem māsaimniecības tirgiem”, kas ir minēts (112) apsvērumā, ir norādīts, ka CIF cenas līdz Savienības robežai un patērētāju cenu rādītāji svārstās starp 2,6 un 5,3<sup>(2)</sup>. Visbeidzot atlasē iekļautie importētāji/mazumtirgotāji nav norādījuši, ka antidempinga maksājumu noteikšanas gadījumā tie izslēgs keramikas galda piederumus un virtuves piederumus no to īstenotā importa vai pārdošanas.

- (203) ņemot vērā minēto, kā arī faktu, ka šīs izmeklēšanas ietvaros līdz šim nav iegūta cita uzticama informācija, tiek provizoriski pieņemts, ka izplatīšanas ķēde kopumā, tostarp importētāji, domājams, spēš absorbēt CIF cenu kāpumu ierosinātajos līmeņos, nesaskaroties ar būtiskām problēmām, un ka patērētāji, domājams, neizjutīs cenu kāpumu. Tomēr ieinteresētās personas vēlreiz tiek skaidri aicinātas par šo jautājumu iesniegt papildu, izsmelšu un pārbaudāmu informāciju, kas ļautu turpināt analizēt pasākumu ietekmi uz piegādes ķēdi un galu galā – šīs procedūras nākamajā posmā – uz patērētājiem.
- (204) Piezīmes par Savienības interesēm tika saņemtas no vairāk nekā 20 atlasē neiekļautiem importētājiem, galvenokārt mazajiem uzņēmumiem, Eiropas un starptautiskās tirdzniecības apvienības, Zviedrijas importētāju un mazumtirgotāju apvienības, Nīderlandes importētāju no Tālajiem Austrumiem apvienības un Vācijas importētāju apvienības un tīkla. Importētāji puda kopīgas bažas par to, ka pasākumi ietvertu importa cenu kāpumu, (daļēji) to uzņēmējdarbības sašaurināšanos un tādējādi kopumā tos ietekmētu negatīvi, cita starpā saistībā ar starpībām un rentabilitāti. Pamatojoties uz secinājumiem, kas ir sniegti nākamajā apsvērumā un (202) apsvērumā, šos argumentus nav iespējams ņemt vērā.
- (205) Vairāki importētāji norādīja, ka pasākumu piemērošanas gadījumā importētāju uzņēmumos likvidēto darbavietu skaits būtu lielāks nekā Savienības ražotāju uzņēmumos saglabāto darbavietu skaits. Tomēr pretrunā šim apgalvojumam ir citu importētāju atsauksmes, kurās ir norādīts, ka viņi varētu aizstāt keramikas preces ar ražojumiem, kas nav izgatavoti no keramikas (piemēram, dāvanām paredzētiem tekstilizstrādājumiem), vai ka viņi būtu gatavi iegādāties lielāku preču daudzumu Savienībā.
- (206) Zviedrijas apvienības pārstāvji apgalvoja, ka gadījumā, ja tiem nāktos rast alternatīvas Ķīnas importam, pasākumi radītu negatīvu ekonomisko ietekmi uz importētājiem saistībā ar ievērojamām resursu sadales un pārvaldes izmaksām. Eiropas un starptautiskās tirdzniecības apvienības pārstāvji norādīja, ka piegādātāju maiņa ir sarežģīta, jo importētāji jau ir veikuši lielus ar piegādātājiem saistītus ieguldījumus. Tomēr šķiet, ka daži importētāji, kuri dod priekšroku iespējai mainīt piegādes avotus, to neuzskata par svarīgāko problēmu. Turklāt fakts, ka piedāvātie

<sup>(1)</sup> “Dumping case likely to harm ceramic makers”, *China Daily*, 2012. gada 17. februāris.

<sup>(2)</sup> Jāatzīmē, ka šis tirgus pētījums attiecas uz produktu klāstu, kas ir plašāks par šīs izmeklēšanas produkta jomu, jo tas ietver plastmasas izstrādājumus, koksnes izstrādājumus, stikla izstrādājumus, metāla izstrādājumus un galda piederumus.

ražojumi un Savienības patēriņš mainās saskaņā ar modes tendencēm, liecina, ka izmaksu rašanās saistībā ar jaunu ražojumu izstrādi (ko nodrošina jauni piegādātāji) ir raksturīga šīs nozares iezīme.

- (207) Vairāki atlasē neiekļauti importētāji apgalvoja, ka Savienības ražotnes nav ieinteresētas ražot citu zīmolu produktus. Tomēr izmeklēšanas rezultāti saistībā ar atlasē iekļautajiem Savienības ražotājiem (atklājot, ka tie ražo zīmolu preces trešām pusēm), cita importētāja iesniegtās atsauksmes un fakts, ka vairāki importētāji, kuri izplata sava zīmola ražojumus, daļu no sava preču klāsta iepērk Savienībā, bija pretrunā šim apgalvojumam.
- (208) Viens atlasē neiekļauts importētājs norādīja, ka tas nevēlas informāciju par ražošanas idejām, ražojuma noformējumu un norisēm uzņēmuma ietvaros darīt pieejamu vairākiem konkurējošiem Savienības keramikas galda piederumu un virtuves piederumu ražotājiem. Tomēr izmeklēšana neaplicināja, ka šīs bažas importētāju vidū būtu plaši izplatītas. Būtu jānorāda, ka attiecīgajam importētājam bija juridiski strīdi ar vairākiem Vācijas ražotājiem un ka daļa tā kolekcijas tiešā veidā konkurē ar Savienības ražotāju precēm.
- (209) Vairāki importētāji apgalvoja, ka viņi nevar iegādāties preces no Savienības ražotājiem, jo to cenas ir augstākas, tie nevar ražot amatniecības izstrādājumus, nespēj piedāvāt īsus ražošanas ciklus, elastību un atbilstošu organizāciju, lai pienācīgi nodrošinātu lielo mazumtirgotāju vajadzības, kuri piedāvā daudzus ražojumus, un/vai tāpēc, ka tie nenodrošina vairākus ražošanas procesus, kvalitātes līmeņus, greznojumus veidus vai formas. Šīs ieinteresētās personas apgalvoja, ka problēmas bija īpaši svarīgas saistībā ar amatniecības izstrādājumiem un precēm, kas paredzēti reklāmas nolūkiem (piemēram, keramikas izstrādājumiem), konkrētiem zīmolu ražojumiem, kuru pārdošanai ir vajadzīga licence, atsevišķu reģistrētu funkcionālu modeļu un specializētu izstrādājumu vai ēdināšanas piederumu (piemēram, lielu porcelāna izstrādājumu) ražošanu. Daži importētāji apgalvoja, ka importam no Ķīnas nav alternatīvu. Tomēr izmeklēšanā tika konstatēts, ka vairums importētāju, kuri pieteicās, iepērk dažādu klāstu un atšķirīgas kvalitātes keramikas galda piederumus un/vai virtuves piederumus no vairākiem avotiem, tostarp Savienības ražotājiem. Turklāt Savienības ražotāji piedāvā daudzveidīgu ražojumu klāstu, un to ražošanas jauda sniedz iespēju Savienības tirgū pārdot lielākus preču apjomus.
- (210) Kopumā var secināt, ka pasākumu ieviešana var patiešām negatīvi ietekmēt dažu importētāju finanšu stāvokli. Tomēr kopumā nav gaidāms, ka šai negatīvajai ietekmei būs ievērojama finanšu ietekme uz importētāju vispārējo stāvokli. Kopumā gaidāms, ka tie spēj (daļēji) absorbēt cenu kāpumus un/vai (daļēji) pārnest maksājumu uz saviem klientiem (t. i., vairumtirgotājiem, izplatītājiem,

mazumtirgotājiem), jo vairāk tāpēc, ka maksājumi ietekmē galveno avotu tirgū. Saistībā ar importētājiem, kuri pieteicās un kuri vienlaikus ir arī mazumtirgotāji, izmeklēšana apliecināja, ka attiecīgais ražojums veido tikai nelielu to kopējās uzņēmējdarbības daļu. Šo ieinteresēto personu iesniegtā informācija nesniedza iespēju pienācīgi kvantitatīvi izteikt to, cik lielā mērā tās spētu absorbēt ierosināto maksājumu līmeņu radīto iegādes cenu kāpumu, bet, kā norādīts (202)–(203) apsvērumā, līdz šim apkopotā informācija neliecina, ka šāda absorbcēšana būtu neiespējama.

- (211) Tāpēc provizoriski tiek secināts, ka pasākumu noteikšanai ierosinātajos līmeņos nav būtiskas negatīvas ietekmes uz attiecīgā ražojuma nesaistīto importētāju situāciju.

#### 4. Citu ekonomikas nozaru intereses

- (212) Vairāki importētāji apgalvoja, ka jebkuru pasākumu noteikšana, domājams, negatīvi ietekmēs importētāju uzņēmējdarbības partnerus, sākot ar glazējuma un dekorējuma uzņēmumiem, līdz vairumtirgotājiem, izplatītājiem vai mazumtirgotājiem. Saistībā ar to viņi apgalvoja, ka pasākumu noteikšanas rezultātā, piemēram, dizaineru un materiāltehniskās apgādes jomā nodarbināto skaits, kuri zaudēs darbu to "satelītu uzņēmumos", iespējams, būs lielāks par Savienības ražošanas nozarē saglabāto/radīto darbavietu skaitu. Daži importētāji arī apgalvoja, ka ražojumu trūkums tieši ietekmēs dāvanu preču nozari, reklāmas nozari, viesnīcu un ēdināšanas nozares, grupu ēdināšanu un komerciālos patērētājus kopumā. Tas īsā periodā radītu cenu konkurences palielināšanos lielu nocenoto preču veikalu līmenī. Ciestu arī iestādes, kuru budžeta līdzekļi parasti ir nepietiekami, piemēram, aprūpes iestādes. Turklāt dažas ieinteresētās personas apgalvoja, ka antidempinga pasākumi nozīmētu izejmateriālu trūkumu mākslinieciskam un radošam darbam, ko veic, piemēram, porcelāna apgleznotāji vai amatnieku darbnīcas.
- (213) Ir konstatēts, ka visi šie apgalvojumi ir nepamatoti. No vienas puses, šo importētāju paziņojumi šķiet pretrunā tiem viņu iesniegumos iekļautajiem punktiem, kuros viņi norāda, ka varētu aizstāt keramikas preces ar ražojumiem, kas nav izgatavoti no keramikas (piemēram, dāvanām paredzētiem tekstilizstrādājumiem), tādējādi jebkurā gadījumā palaujoties uz to ierastajiem minētajiem uzņēmējdarbības partneriem. Turklāt paredzams, ka Savienības ražošanas nozares "satelīta uzņēmumi" gūs labumu no pasākumu noteikšanas. No otras puses, izmeklēšanā nebija iespējams konstatēt, ka gadījumā, ja imports no Ķīnas netiktu veikts par dempinga cenām, rastos ražojumu nepietiekamība. Pasākumi ir izstrādāti ar mērķi radīt līdzvērtīgus konkurences apstākļus visiem keramikas galda piederumu un virtuves piederumu piegādātājiem, nevis nevajadzīgi ierobežot importu no attiecīgās valsts. Iestādes, kuru budžeta līdzekļi parasti ir

nepietiekami, piemēram, aprūpes iestādes, minēto cenu konkurences palielināšanos varētu uzskatīt par pozitīvu ietekmi.

(214) Zviedrijas apvienība apgalvoja, ka pasākumiem būtu negatīva ekonomiskā ietekme uz vairumtirdzniecības un mazumtirdzniecības nozarēm Zviedrijā. Tā prognozēja nodarbinātības samazināšanos 2–3 % apmērā (kas vairāk skartu jauniešus) un importa sarukšanu par 20 %. Tomēr šķiet, ka minētā ietekme ir pārspīlēta. Šajā saistībā ir vērts pievērst uzmanību apstāklim, ka neviens no importētājiem, kuri vienlaikus ir arī mazumtirgotāji un kuri izmeklēšanas ietvaros iesniedza atsauksmes, nenorādīja, ka gadījumā, ja tiks noteikti antidempinga pasākumi, viss ražojums tiks izslēgts no to ražojumu klāsta. Ar nodarbinātību saistītās prognozes pasākumu noteikšanas gadījumā, ko sniedza viens no šiem importētājiem, būtībā ir identiskas prognozēm gadījumā, ja pasākumi tiks noteikti.

(215) CCCLA norādīja uz Dānijas pētījumu, kurā pausts, ka par katru euro, ko Savienības ražotāji iegūst, pateicoties tirdzniecības aizsardzībai, lietotāju uzņēmumiem Savienībā ir jāsamaksā vairāk nekā 60 reizes lielāka summa. Tomēr šis paziņojums ir ļoti vispārīgs, tas nav konkrēti saistīts ar šo izmeklēšanu, un nav pierādījumu, kas šajā izmeklēšanā apliecinātu, ka radītā ietekme patiešām būtu šāda.

(216) Specializētu mazumtirgotāju reklāmas pasākumu nodrošinātājs, kas sadarbojas ar ietekmīgākajiem mazumtirgotājiem visā pasaulē, apgalvoja, ka tā uzņēmējdarbībā īsos periodos ir vajadzīgi lieli preču apjomi mazumtirdzniecības reklāmas kampaņām, kas ilgst dažus mēnešus. Šī ieinteresētā persona, kura aptuveni divas trešdaļas no precēm saņem no Āzijas, galvenokārt Ķīnas, norādīja, ka būtisks maksājums iznīcinātu tā spēju turpmāk pārdot preces ar atlaidēm. Ir jāatzīst, ka antidempinga maksājumi var negatīvi ietekmēt šādu uzņēmējdarbības veidu. Tomēr maksājumu mērķis nav izslēgt Ķīnā ražotās preces no tirgus. Turklāt pēdējo trīs gadu laikā Savienības ražotāji nodrošināja 33 % no pieprasījuma, kas daļēji tiek klasificēts kā nestabils pieprasījums.

(217) Tāpēc šajā provizorisksajā posmā secināja, ka priekšrocības, kas tiktu radītas, ja novērstu kaitējumu pārējām šajā izmeklēšanā iesaistītajām personām, nosakot pagaidu pasākumus attiecīgā ražojuma importam, būtu lielākas par to iespējamo negatīvo ietekmi uz citām ekonomikas nozarēm.

#### 5. Patērētāju (mājsaimniecību) intereses

(218) Informāciju nesniedza neviena puse, kas tieši pārstāv galapatērētājus, piemēram, patērētāju apvienības.

(219) Tomēr, ņemot vērā iepriekš (202) apsvērumā minēto publiski pieejamo informāciju, tiek provizoriski secināts, ka piegādes ķēde absorbēs pasākumus ierosinātajā maksājumu līmenī, mazumtirdzniecības līmenī patērētājiem neradot augstākas cenas.

(220) Saskaņā ar informāciju, ko sniedza CCCLA un vairākas ieinteresētās personas, kuras pārstāv importētāju un mazumtirgotāju intereses, gadījumā, ja tiks noteikti antidempinga maksājumi, visvairāk cietīs ES patērētāji. Lielākā patērētāju daļa Savienībā ir patērētāji ar zemu ienākumu līmeni, un nestabilajā ES ekonomiskajā situācijā viņi saskarsies ar vēl ierobežotāku izvēli un augstākām cenām, nesaņemot nekādu papildu vērtību. Tiek apgalvots, ka attiecībā uz šo ražojumu pastāv psiholoģiskie cenu griesti un, ja cena ir augstāka, patērētāji ražojumu nepirks. Zināmi ražojumu veidi no tirgus pazudīs vai tiks aizstāti ar citiem materiāliem, piemēram, plastmasu, melamīnu, metālu vai koksnī. Kopumā šīs iespējas nozīmēs ekoloģiski kaitīgākus ražojumu. Apgalvoja, ka tiks ierobežota arī izvēle, jo attiecīgais imports, kas nodrošina vairāk nekā 60 % pieprasījuma, tiks izskausts no Savienības tirgus, savukārt nepietiekamā nodrošinājuma dēļ kāps cenas. Dažas ieinteresētās personas norādīja, ka patērētāji iepērkas savu māju tuvumā, bet Savienības ražotāji nevar un nevēlas nodrošināt lētus ražojumus vietējās tirdzniecības vietās. Fakts, ka Vācijas ražotāji var piedāvāt lielākus standarta apjomus par lētu cenu, neapmierinās pieprasījumu Savienības tirgū, kurā ir vajadzīga preču dažādība atbilstīgi mainīgajai modei un tendencēm. Dažās atsauksmēs ir uzsvērts, ka, ja Savienības tirgū turpinās ieplūst imports no Ķīnas, domājams, ka tā apjoms būs ievērojami mazāks un cenas – daudz augstākas papildu maksājumu un darba algu kāpuma dēļ Ķīnā. Tika arī apgalvots, ka, ja ražojums ir dārgs, tā izmantošana nekļūs par jauno paaudžu ieradumu.

(221) Saistībā ar apgalvojumiem par ierobežotāku izvēli ir norādīts, ka izmeklēšana atklāja, ka Savienības ražošanas nozare piedāvā ļoti plašu ražojumu klāstu, kas ir paredzēti dažādiem tirgus segmentiem un izplatīšanas kanāliem. Ir paredzēts, ka pasākumi palīdzēs izmantot visu Savienības ražošanas nozares potenciālu un nodrošinās tirgū vēl plašāku šīs nozares ražojumu klāstu. Turklāt neviens no importētājiem, kuri vienlaikus ir arī mazumtirgotāji, nenorādīja, ka gadījumā, ja tiks ieviesti antidempinga maksājumi, viņi varētu apsvērt ražojuma pilnīgu izņemšanu no sava ražojumu klāsta.

(222) Saistībā ar apgalvojumiem par augstākām cenām izmeklēšanas mērķis ir radīt līdzvērtīgus konkurences apstākļus, nevis izslēgt Ķīnas preces no Savienības tirgus. Nebija iespējams objektīvi noteikt cenu griestus, kurus pārsniedzot patērētāji vairs nepirktu šādu ražojumu. Turklāt, ņemot vērā apstākli, ka importētājiem bieži vien vismaz gadu ir jāievēro saistoši cenu saraksti, kopumā nav gaidāms, ka viņi īsā laikā spētu pārnest cenu kāpumu uz saviem klientiem. Vēl svarīgāk ir tas, ka, ņemot vērā pasākumu līmeni un būtisko atšķirību starp importa cenu un tālākpārdošanas cenu, maz ticams, ka lietotāji un patērētāji maksās ievērojami augstākas cenas. Maksājums



ir aprēķināts, pamatojoties uz CIF importa cenu, un mazumtirdzniecības cena vairākkārt pārsniedz importa cenu. Tādējādi maksājums, visticamāk, tiks absorbēts piegādes ķēdē, kas savieno importētāju un galapatērētāju. Ja kādas cenas paaugstināsies, kāpums būs neliels un neietekmēs patērētāju izvēli. Nav paredzams, ka antidempinga pasākumu dēļ jaunās paaudzes vairs neiegādāsies keramikas galda piederumus un virtuves piederumus. Turklāt ir norādīts, ka izmeklēšana konstatēja, ka Savienības ražošanas nozare var piedāvāt konkurētspējīgas cenas.

(223) Nebija iespējams secināt, ka pasākumi radītu būtisku ietekmi saistībā ar virtuves piederumu un galda piederumu izgatavošanā izmantotajiem materiāliem. Izvēloties, piemēram, keramikas izstrādājumu, kas paredzēts dāvināšanai, materiāla veids ne vienmēr ir noteicošais faktors. Tomēr nav šaubu, ka materiālu savstarpējā aizvietojamība ne vienmēr ir iespējama. Piemēram, Savienības tiesību akti par pārtikas iepakojumu materiāliem paredz konkrētas prasības attiecībā uz materiāliem, kas nonāk saskarē ar pārtiku. Ir vērts pievērst uzmanību arī tam, ka stabils importētājs, kurš ir arī mazumtirgotājs, uzskata, ka cilvēki turpinās izmantot keramikas šķīvjus, nevis šķīvjus, kas ir izgatavoti no citiem materiāliem, un atbilstīgi šai pārliecībai ir izstrādājis savus paplašināšanās plānus.

(224) Apgalvojumi par apgādes problēmām nav pieņemami, jo, no vienas puses, fakts par līdzvērtīgu konkurences apstākļu radīšanu ar godīgām cenām nav pielīdzināms pilnīgai importa apturēšanai no Ķīnas. Gluži pretēji, paredzams, ka ekonomikas dalībnieki visā pasaulē gūs labumu no taisnīgākas tirdzniecības situācijas. No otras puses, tika konstatēts, ka fakts, ka Savienības ražošanas nozare spēj nodrošināt vienu trešdaļu no kopējā Savienības patēriņa, nenozīmē, ka importam no Ķīnas Savienībā būtu jāieplūst par dempinga cenām. Gan Savienības ražošanas nozares eksporta rādītāji, gan fakts, ka šī nozare attiecīgajā periodā nedarbojās ar pilnu jaudu, liecina par to, ka Savienības ražotāji Savienības tirgū patiešām būtu varējuši pārdot lielākus apjomus, ja tajā neieplūstu imports par dempinga cenām. Visbeidzot Ķīna nav vienīgais importa avots Savienības tirgū.

(225) Gan CCCLA minētajā Dānijas pētījumā, gan Zviedrijā veiktā pētījumā, uz kuru atsaucās Zviedrijas apvienība, ir norādīts, ka antidempinga pasākumi kopumā patērētājiem izmaksā dārgi. Tomēr šie paziņojumi ir ļoti vispārīgi, tie nav konkrēti saistīti ar šo izmeklēšanu, un nav pierādījumu, kas šajā izmeklēšanā apliecinātu, ka radītā ietekme patiešām būtu šāda.

(226) Pamatojoties uz iepriekš minēto, tiek provizoriski secināts, ka noteiktie pasākumi kopumā būtiski neietekmētu patērētājus, piemēram, mājsaimniecības.

## 6. Secinājums par Savienības interesēm

(227) Ņemot vērā iepriekš minēto, tika provizoriski secināts, ka kopumā, pamatojoties uz pieejamo informāciju par Savie-

nības interesēm, nav pārliecinošu iemeslu, lai Ķīnas izcelsmes keramikas galda piederumu un virtuves piederumu importam nenoteiktu pagaidu pasākumus.

(228) Vairāku ieinteresēto pušu paustie apsvērumi, proti, ka antidempinga pasākumi kopumā ir kompromiss saistībā ar to centieniem nodrošināt vairāku Savienības vērtību nostiprināšanu valstīs, kuras neietilpst Savienībā, piemēram, uzlabojot piegādātāju sociālo standartus, īstenojot ar bērnu darbu, vides vai vispārējo attīstību saistītas programmas, neatceļ šā secinājuma pamatotību. Šie jautājumi nevar negatīvi ietekmēt mērķa sasniegšanu saistībā ar atvērta un taisnīgas tirdzniecības nodrošināšanu, aizsargājot Savienības ražošanu pret starptautiskās tirdzniecības kropļojumiem, piemēram, dempingu, un piemērojot tirdzniecības aizsardzības instrumentus atbilstīgi ES tiesību aktiem un PTO noteikumiem.

(229) Neatkarīgi no iepriekš minētā šim provizoriskajam novērtējumam var būt nepieciešama turpmāka rūpīga analīze pēc ieinteresēto personu komentāru saņemšanas.

## G. PAGaidu ANTIDEMPINGA PASĀKUMI

### 1. Kaitējuma novēršanas līmenis

(230) Ņemot vērā secinājumus, kas gūti attiecībā uz dempingu, kaitējumu, cēloņsakarību un Savienības interesēm, būtu jānosaka pagaidu antidempinga pasākumi, lai novērstu turpmāku kaitējumu, ko imports par dempinga cenām rada Savienības ražošanas nozarei.

(231) Nosakot šo pasākumu līmeni, tika ņemtas vērā konstatētās dempinga starpības un maksājuma apmērs, kas nepieciešams Savienības ražošanas nozarei nodarītā kaitējuma novēršanai.

(232) Aprēķinot maksājuma summu, kas vajadzīga kaitnieciskā dempinga ietekmes novēršanai, uzskatīja, ka pasākumiem jābūt tādiem, kas ļautu Savienības ražošanas nozarei segt ražošanas izmaksas un gūt tādu peļņu pirms nodokļu nomaksas, kādu šāda veida nozare attiecīgajā segmentā varētu pamatot gūt normālos konkurences apstākļos, t. i., ja nav importa par dempinga cenām, pārdodot līdzīgu ražojumu Savienībā. Kā skaidrots (135) apsvērumā, peļņas starpība 6 % apmērā no apgrozījuma provizoriski tiek uzskatīta par piemērotu minimumu, ko Savienības ražošanas nozarē varētu sasniegt, ja nebūtu kaitnieciska dempinga.

(233) Tādējādi tika aprēķināta Savienības ražošanas nozares līdzīgā ražojuma pārdošanas cena, kas nerada kaitējumu. Cena, kas nerada kaitējumu, tika noteikta, atņemot no EXW cenas faktisko peļņu un tādējādi aprēķinātajai Savienības ražošanas nozares rentablajai pārdošanas cenai pieskaitot iepriekš minēto peļņas starpību 6 % apmērā.

(234) Tad tika noteikts vajadzīgais cenas paaugstinājums, pamatojoties uz salīdzinājumu starp vidējo svērto importa cenu, kas noteikta cenas samazinājuma aprēķinos un ko prasīja ĶTR ražotāji eksportētāji, kuri sadarbojās, un Savienības tirgū pārdoto ražojumu cenu, kura nerada kaitējumu un kuru Savienības ražošanas nozare prasīja IP laikā. Minētajā salīdzinājumā iegūto starpību izteica procentos no vidējās kopējās CIF importa vērtības.

## 2. Pagaidu pasākumi

(235) Ievērojot iepriekš minēto, tiek uzskatīts, ka saskaņā ar pamatregulas 7. panta 2. punktu antidempinga pagaidu pasākumi ĶTR izcelsmes importam jānosaka kā mazākais no diviem lielumiem – dempinga starpība vai kaitējuma novēršanas līmenis – saskaņā ar mazākā maksājuma noteikumu.

(236) Pamatojoties uz minēto, antidempinga maksājumu likmes šajā gadījumā ir noteiktas dempinga starpību līmenī.

(237) Individuāla uzņēmuma antidempinga maksājuma likmes, kas minētas šajā regulā, noteica, pamatojoties uz šīs izmeklēšanas konstatējumiem. Tāpēc tās atspoguļo izmeklēšanas gaitā konstatēto stāvokli attiecībā uz šiem uzņēmumiem. Šīs maksājuma likmes (pretēji valsts mēroga maksājumam, kas piemērojams “visiem pārējiem uzņēmumiem”) tādējādi ir piemērojamas vienīgi to ĶTR izcelsmes ražojumu importam, kurus ražo minētie uzņēmumi un tādējādi konkrēti minētie tiesību subjekti. Uz importētajiem ražojumiem, kurus ražojis kāds cits uzņēmums, kas nav īpaši minēts šīs regulas rezolutīvajā daļā, ieskaitot ražošanas vienības, kuras ir saistītas ar īpaši minētajiem uzņēmumiem, nevar attiecināt šīs likmes, un

uz tiem attiecinā “visiem pārējiem uzņēmumiem” piemērojamo maksājuma likmi.

(238) Visas prasības piemērot uzņēmumam atsevišķas antidempinga maksājuma likmes (piemēram, pēc uzņēmuma nosaukuma maiņas vai jaunu ražošanas vai tirdzniecības uzņēmumu darbības sākšanas) nekavējoties jāadresē Komisijai (<sup>1</sup>), sniedzot visu attiecīgo informāciju, jo īpaši par jebkurām tām pārmaiņām uzņēmuma darbībā attiecībā uz ražošanu, pārdevumiem iekšzemes tirgū un eksportu, kas saistītas, piemēram, ar šo nosaukuma maiņu vai šīm pārmaiņām ražošanas vai tirdzniecības uzņēmumos. Vajadzības gadījumā regulā tiks izdarīti attiecīgi grozījumi, atjauninot to uzņēmumu sarakstu, kuriem piemēro individuālās maksājuma likmes.

(239) Lai nodrošinātu antidempinga maksājuma pareizu piemērošanu, atlikusī maksājuma likme jāpiemēro ne vien ražotājiem eksportētājiem, kuri nesadarbojās, bet arī ražotājiem, kuri IP neveica eksportu uz Savienību.

(240) Ieinteresētā persona pieprasīja, lai pasākumi, ja tādi tiks īstenoti, tiktu piemēroti minimālās cenas veidā. Ieinteresētā persona norādīja, ka vērtībai atbilstoši nodokļi īpaši smagi skartu patērētājus, kuri iegādājas augstas kvalitātes un/vai smagus importētos ražojumus. Tomēr izmeklēšana konstatēja, ka neviens cits pasākumu veids nebūtu bijis piemērotāks, ņemot vērā izstrādājumu klāstu, kas ietilpst ražojumu jomā.

(241) Pamatojoties uz iepriekš minēto, konstatētā dempinga starpība, kaitējuma norma un pagaidu maksājuma likmes ir šādas.

| Uzņēmums                                                                                                                                                                                      | Dempinga starpība | Kaitējuma starpība | Provizorisks maksājuma likme |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|--------------------|------------------------------|
| Hunan Hualian China Industry Co., Ltd; Hunan Hualian Ebillion Industry Co., Ltd; Hunan Liling Hongguanyao China Industry Co., Ltd un Hunan Hualian Yuxiang China Industry Co., Ltd            | 26,8 %            | 45,3 %             | 26,8 %                       |
| Guangxi Sanhuan Enterprise Group Holding Co., Ltd un Guangxi Sanhuan Lucky Xinda Import & Export Co., Ltd                                                                                     | 31,2 %            | 85,3 %             | 31,2 %                       |
| CHL International Ltd un CHL Porcelain Industries Ltd                                                                                                                                         | 30,0 %            | 109,3 %            | 30,0 %                       |
| Shandong Zibo Niceton-Marck Huaguang Ceramics Limited; Zibo Huatong Ceramics Co., Ltd; Shandong Silver phoenix Co., Ltd; Niceton Ceramics (Linyi) Co., Ltd un Linyi Jingshi Ceramics Co., Ltd | 17,6 %            | 76,0 %             | 17,6 %                       |
| Guangxi Province Beiliu City Laotian Ceramics Co., Ltd                                                                                                                                        | 23,0 %            | 44,8 %             | 23,0 %                       |
| Visi pārējie ražotāji eksportētāji, kas sadarbojās                                                                                                                                            | 26,6 %            | 76,1 %             | 26,6 %                       |
| Visi pārējie uzņēmumi                                                                                                                                                                         | 58,8 %            | 109,3 %            | 58,8 %                       |

(<sup>1</sup>) Eiropas Komisijas Tirdzniecības ģenerāldirektorāts, H direktorāts, 1049 Brisele, Beļģija.

## H. NOBEIGUMA NOTEIKUMS

- (242) Labas pārvaldības nolūkā ir jānosaka termiņš, kurā ieinteresētās personas, kas pieteikušās termiņā, kurš norādīts paziņojumā par procedūras sākšanu, var rakstveidā paust savu viedokli un pieprasīt uzskatīšanu. Saistībā ar šo regulu izdarītie konstatējumi attiecībā uz antidempinga maksājumu noteikšanu ir provizoriski, un tos var pārskatīt, lai noteiktu galīgus pasākumus,

IR PIEŅĒMUSI ŠO REGULU.

## 1. pants

1. Ar šo keramikas galda piederumiem un virtuves piederumiem, izņemot keramikas nažus, kuri pašlaik tiek apzīmēti ar KN kodiem ex 6911 10 00, ex 6912 00 10, ex 6912 00 30, ex 6912 00 50 un ex 6912 00 90 (Taric kodi 6911 10 00 90, 6912 00 10 11, 6912 00 10 91, 6912 00 30 10, 6912 00 50 10 un 6912 00 90 10) un kuru izcelsmes valsts ir Ķīnas Tautas Republika, tiek noteikts antidempinga pagaidu maksājums.

2. Piemērojamā pagaidu antidempinga maksājuma likme, ko piemēro neto cenai par 1. punktā minēto ražojumu, kuru ražo turpmāk minētie uzņēmumi, ar piegādi līdz Savienības robežai, pirms nodokļu nomaksas ir šāda.

| Uzņēmums                                                                                                                                                                                               | Maksājums | Taric papildu kods |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------------------|
| Hunan Hualian China Industry Co., Ltd;<br>Hunan Hualian Ebillion Industry Co., Ltd;<br>Hunan Liling Hongguanyao China Industry Co., Ltd;<br>Hunan Hualian Yuxiang China Industry Co., Ltd              | 26,8 %    | B349               |
| Guangxi Sanhuan Enterprise Group Holding Co., Ltd                                                                                                                                                      | 31,2 %    | B350               |
| CHL Porcelain Industries Ltd                                                                                                                                                                           | 30,0 %    | B351               |
| Shandong Zibo Niceton-Marck Huaguang Ceramics Limited;<br>Zibo Huatong Ceramics Co., Ltd;<br>Shandong Silver Phoenix Co., Ltd;<br>Niceton Ceramics (Linyi) Co., Ltd<br>Linyi Jingshi Ceramics Co., Ltd | 17,6 %    | B352               |
| Guangxi Province Beiliu City Laotian Ceramics Co., Ltd                                                                                                                                                 | 23,0 %    | B353               |
| I pielikumā uzskaitītie uzņēmumi                                                                                                                                                                       | 26,6 %    | B354               |
| Visi pārējie uzņēmumi                                                                                                                                                                                  | 58,8 %    | B999               |

3. Šā panta 2. punktā minētajiem uzņēmumiem noteiktās pagaidu antidempinga maksājumu likmes piemēro tikai tad, ja dalībvalstu muitas dienestiem uzrāda derīgu rēķinu, kas atbilst II pielikumā minētajām prasībām. Ja šādu rēķinu neuzrāda, piemēro visiem pārējiem uzņēmumiem noteikto maksājuma likmi.

4. Par 1. punktā norādītā ražojuma laišanu brīvā apgrozībā Savienībā iemaksā drošības naudu pagaidu maksājuma apmērā.

5. Ja nav noteikts citādi, piemēro spēkā esošos noteikumus par muitas nodokļiem.

## 2. pants

1. Neskarot Padomes Regulas (EK) Nr. 1225/2009 20. pantu, ieinteresētās personas viena mēneša laikā no šīs regulas spēkā stāšanās dienas var pieprasīt, lai tām izpaustu būtiskos faktus un apsvērumus, uz kuru pamata pieņemta šī regula, kā arī var rakstveidā paziņot savu viedokli un lūgt mutvārdu uzskatīšanu Komisijā.

2. Atbilstīgi Regulas (EK) Nr. 1225/2009 21. panta 4. punktam attiecīgās personas viena mēneša laikā no šīs regulas spēkā stāšanās dienas var sniegt piezīmes par šīs regulas piemērošanu.

*3. pants*

Šī regula stājas spēkā nākamajā dienā pēc tās publicēšanas *Eiropas Savienības Oficiālajā Vēstnesī*.

Šīs regulas 1. pantu piemēro sešus mēnešus.

Šī regula uzliek saistības kopumā un ir tieši piemērojama visās dalībvalstīs.

Briselē, 2012. gada 14. novembrī

*Komisijas vārdā –  
priekšsēdētājs*  
José Manuel BARROSO

---



## I PIELIKUMS

Ķīnas ražotāji eksportētāji, kas sadarbojās, bet nav iekļauti atlasē (*Taric* papildu kods B354):

- (1) Amaida Ceramic Product Co., Ltd.
- (2) Asianera Porcelain (Tangshan) Ltd.
- (3) Beiliu Changlong Ceramics Co., Ltd.
- (4) Beiliu City Heyun Building Materials Co., Ltd.
- (5) Beiliu Jiasheng Porcelain Co., Ltd.
- (6) Beiliu Quanli Ceramic Co., Ltd.
- (7) Beiliu Windview Industries Ltd.
- (8) Betterway International Co., Ltd.
- (9) Cameo China (Fengfeng) Co., Ltd.
- (10) Changsha Ellen-Design Arts & Crafts Co., Ltd.
- (11) Changsha Happy Go Products Developing Co., Ltd.
- (12) Chao Ao Huadayu Craftwork Factory
- (13) Chao'an Lian Xing Yuan Ceramics Co., Ltd.
- (14) Chaoan Oh Yeah Ceramics Industrial Co., Ltd.
- (15) Chaoan Xin Yuan Ceramics Factory
- (16) Chao'an Yongsheng Ceramic Industry Co., Ltd.
- (17) Chaozhou Baode Ceramics Co., Ltd.
- (18) Chaozhou Baodyai Porcelain Co., Ltd.
- (19) Chaozhou Baolian Ceramics Co., Ltd.
- (20) Chaozhou Big Arrow Ceramics Industrial Co., Ltd.
- (21) Chaozhou Boshifa Ceramics Making Co., Ltd.
- (22) Chaozhou Cantake Craft Co., Ltd.
- (23) Chaozhou Ceramics Industry and Trade General Corp.
- (24) Chaozhou Chaofeng Ceramic Making Co., Ltd.
- (25) Chaozhou Chengxi Jijie Art & Craft Painted Porcelain Fty.
- (26) Chaozhou Chengxinda Ceramics Industry Co., Ltd.
- (27) Chaozhou Chenhui Ceramics Co., Ltd.
- (28) Chaozhou Chonvson Ceramics Industry Co., Ltd.
- (29) Chaozhou Daxin Arts & Crafts Co., Ltd.
- (30) Chaozhou Dayi Ceramics Industries Co., Ltd.
- (31) Chaozhou Dehong Ceramics Making Co., Ltd.
- (32) Chaozhou Deko Ceramic Co., Ltd.
- (33) Chaozhou Diamond Ceramics Industrial Co., Ltd.
- (34) Chaozhou Dongyi Ceramics Co., Ltd.
- (35) Chaozhou Dragon Porcelain Industrial Co., Ltd.
- (36) Chaozhou Fairway Ceramics Manufacturing Co., Ltd.
- (37) Chaozhou Feida Ceramics Industries Co., Ltd.
- (38) Chaozhou Fengxi Baita Ceramics Fty.
- (39) Chaozhou Fengxi Canhui Ceramics Manufactory
- (40) Chaozhou Fengxi Dongtian Porcelain Fty. No.2
- (41) Chaozhou Fengxi Fenger Ceramics Craft Fty.

- (42) Chaozhou Fengxi Hongrong Color Porcelain Fty.
- (43) Chaozhou Fengxi Shengshui Porcelain Art Factory
- (44) Chaozhou Fengxi Zone Jinbaichuan Porcelain Crafts Factory
- (45) Chaozhou Fromone Ceramic Co., Ltd.
- (46) Chaozhou Genol Ceramics Manufacture Co., Ltd.
- (47) Chaozhou Good Concept Ceramics Co., Ltd.
- (48) Chaozhou Grand Collection Tableware Co. Ltd.
- (49) Chaozhou Guangjia Ceramics Manufacture Co., Ltd.
- (50) Chaozhou Guidu Ceramics Co., Ltd.
- (51) Chaozhou Haihong Ceramics Making Co., Ltd.
- (52) Chaozhou Hengchuang Porcelain Co., Ltd.
- (53) Chaozhou Henglibao Porcelain Industrial Co., Ltd.
- (54) Chaozhou Hongbo Ceramics Industrial Co., Ltd.
- (55) Chaozhou Hongjia Ceramics Making Co., Ltd.
- (56) Chaozhou Hongye Ceramics Manufactory Co., Ltd.
- (57) Chaozhou Hongye Porcelain Development Co., Ltd.
- (58) Chaozhou Hongyue Porcelain Industry Co., Ltd.
- (59) Chaozhou Hongzhan Ceramic Manufacture Co., Ltd.
- (60) Chaozhou Hua Da Ceramics Making Co., Ltd.
- (61) Chaozhou Huabo Ceramic Co., Ltd.
- (62) Chaozhou Huade Ceramics Manufacture Co., Ltd.
- (63) Chaozhou Huashan Industrial Co., Ltd.
- (64) Chaozhou Huayu Ceramics Co., Ltd.
- (65) Chaozhou Huazong Ceramics Industries Co., Ltd.
- (66) Chaozhou Huifeng Ceramics Craft Making Co., Ltd.
- (67) Chaozhou J&M Ceramics Industrial Co., Ltd.
- (68) Chaozhou Jencymic Co., Ltd.
- (69) Chaozhou Jiahua Ceramics Co., Ltd.
- (70) Chaozhou Jiahuabao Ceramics Industrial Co., Ltd.
- (71) Chaozhou JiaHui Ceramic Factory
- (72) Chaozhou Jiaye Ceramics Making Co., Ltd.
- (73) Chaozhou Jiayi Ceramics Making Co., Ltd.
- (74) Chaozhou Jiayu Ceramics Making Co., Ltd.
- (75) Chaozhou Jin Jia Da Porcelain Industry Co., Ltd.
- (76) Chaozhou Jingfeng Ceramics Craft Co., Ltd.
- (77) Chaozhou Jinqiangyi Ceramics Co., Ltd.
- (78) Chaozhou Jinyuanli Ceramics Manufacture Co., Ltd.
- (79) Chaozhou Kaibo Ceramics Making Co., Ltd.
- (80) Chaozhou Kedali Porcelain Industrial Co., Ltd.
- (81) Chaozhou King's Porcelain Industry Co., Ltd.
- (82) Chaozhou Kingwave Porcelain & Pigment Co., Ltd.
- (83) Chaozhou Lemontree Tableware Co., Ltd.
- (84) Chaozhou Lianfeng Porcelain Co., Ltd.
- (85) Chaozhou Lianjun Ceramics Co., Ltd.

- (86) Chaozhou Lianyu Ceramics Co., Ltd.
- (87) ChaoZhou Lianyuan Ceramic Making Co., Ltd.
- (88) Chaozhou Lisheng Ceramics Co., Ltd.
- (89) Chaozhou Loving Home Porcelain Co., Ltd.
- (90) Chaozhou Maocheng Industry Dve. Co., Ltd.
- (91) Chaozhou MBB Porcelain Factory
- (92) Chaozhou Mingyu Porcelain Industry Co., Ltd.
- (93) Chaozhou New Power Ltd.
- (94) Chaozhou Ohga Porcelain Co.,Ltd.
- (95) Chaozhou Oubo Ceramics Co., Ltd.
- (96) Chaozhou Pengfa Ceramics Manufactory Co., Ltd.
- (97) Chaozhou Pengxing Ceramics Co., Ltd.
- (98) Chaozhou Qingfa Ceramics Co., Ltd.
- (99) Chaozhou Raoping Xinfeng Yangda Porcelain Factory
- (100) Chaozhou Ronghua Ceramics Making Co., Ltd.
- (101) Chaozhou Ronglibao Porcelain Co., Ltd.
- (102) Chaozhou Rui Cheng Porcelain Industry Co., Ltd.
- (103) Chaozhou Rui Xiang Porcelain Industrial Co., Ltd.
- (104) Chaozhou Ruilong Ceramics Co., Ltd.
- (105) Chaozhou Sanhua Ceramics Industrial Co., Ltd.
- (106) Chaozhou Sanming Industrial Co., Ltd.
- (107) Chaozhou Santai Porcelain Co., Ltd.
- (108) Chaozhou Shunqiang Ceramics Making Co., Ltd.
- (109) Chaozhou Shuntai Ceramic Manufactory Co., Ltd.
- (110) Chaozhou Songfa Ceramics Co.,Ltd.
- (111) Chaozhou Sundisk Ceramics Making Co., Ltd.
- (112) Chaozhou Teemjade Ceramics Co., Ltd.
- (113) Chaozhou Thyme Ceramics Co., Ltd.
- (114) Chaozhou Tongxing Huajiang Ceramics Making Co., Ltd
- (115) Chaozhou Totye Ceramics Industrial Co., Ltd.
- (116) Chaozhou Trend Art & Crafts Co., Ltd.
- (117) Chaozhou Uncommon Craft Industrial Co., Ltd.
- (118) Chaozhou Weida Ceramic Making Co., Ltd.
- (119) Chaozhou Weigao Ceramic Craft Co., Ltd.
- (120) Chaozhou Wingoal Ceramics Industrial Co., Ltd.
- (121) Chaozhou Wood House Porcelain Co., Ltd.
- (122) Chaozhou Xiangye Ceramics Craft Making Co., Ltd.
- (123) Chaozhou Xin Weicheng CP., Ltd.
- (124) Chaozhou Xincheng Ceramics Co., Ltd.
- (125) Chaozhou Xinde Ceramics Craft Factory
- (126) Chaozhou Xingguang Ceramics Co., Ltd.
- (127) Chaozhou Xinhui Porcelain Co., Ltd.
- (128) Chaozhou Xinkai Porcelain Co., Ltd.
- (129) Chaozhou Xinlong Porcelain Industrial Co., Ltd.

- (130) Chaozhou Xinyu Porcelain Industrial Co., Ltd.
- (131) Chaozhou Xinyue Ceramics Manufacture Co., Ltd.
- (132) Chaozhou Yangguang Ceramics Co., Ltd.
- (133) Chaozhou Yaran Ceramics Craft Making Co., Ltd.
- (134) Chaozhou Yinhe Ceramics Co., Ltd.
- (135) Chaozhou Yongsheng Ceramics Manufacturing Co., Ltd.
- (136) Chaozhou Yongxuan Domestic Ceramics Manufactory Co., Ltd.
- (137) Chaozhou Yu Ri Ceramics Making Co., Ltd.
- (138) Chaozhou Yuefeng Ceramics Ind. Co., Ltd.
- (139) Chaozhou Yufeng Ceramics Making Factory
- (140) Chaozhou Zhongxia Porcelain Factory Co., Ltd.
- (141) Chaozhou Zhongye Ceramics Co., Ltd.
- (142) Dabu Yongxingxiang Ceramics Co., Ltd.
- (143) Dapu Fuda Ceramics Co., Ltd.
- (144) Dapu Taoyuan Porcelain Factory
- (145) Dasheng Ceramics Co., Ltd. Dehua
- (146) De Hua Hongshun Ceramic Co., Ltd.
- (147) Dehua Hongsheng Ceramic Co., Ltd.
- (148) Dehua Jianyi Porcelain Industry Co., Ltd.
- (149) Dehua Kaiyuan Porcelain Industry Co., Ltd.
- (150) Dehua Ruyuan Gifts Co., Ltd.
- (151) Dehua Xinmei Ceramics Co., Ltd.
- (152) Dongguan Kenney Ceramic Ltd.
- (153) Dongguan Shilong Kyocera Co., Ltd.
- (154) Dongguan Yongfuda Ceramics Co., Ltd.
- (155) Evershine Fine China Co., Ltd.
- (156) Excellent Porcelain Co., Ltd.
- (157) Fair-Link Limited (Xiamen)
- (158) Far East (Boluo) Ceramics Factory Co., Ltd.
- (159) Far East (chaozhou) Ceramics Factory Co., Ltd.
- (160) Fengfeng Mining District Yuhang Ceramic Co. Ltd. (Yuhang)
- (161) Foshan Metart Company Limited
- (162) Fujian De Hua Jiashun Art&Crafts Co., Ltd.
- (163) Fujian Dehua Chengyi Ceramics Co., Ltd.
- (164) Fujian Dehua Five Continents Ceramic Manufacturing Co., Ltd.
- (165) Fujian Dehua Fujue Ceramics Co., Ltd.
- (166) Fujian Dehua Full Win Crafts Co., Ltd.
- (167) Fujian Dehua Fusheng Ceramics Co., Ltd.
- (168) Fujian Dehua Gentle Porcelain Co., Ltd.
- (169) Fujian Dehua Guanhong Ceramic Co., Ltd.
- (170) Fujian Dehua Guanjie Ceramics Co., Ltd.
- (171) Fujian Dehua Hiap Huat Koyo Toki Co., Ltd.
- (172) Fujian Dehua Hongda Ceramics Co., Ltd.
- (173) Fujian Dehua Hongsheng Arts & Crafts Co., Ltd.



- (174) Fujian Dehua Hongyu Ceramic Co., Ltd.
- (175) Fujian Dehua Huachen Ceramics Co., Ltd.
- (176) Fujian Dehua Huaxia Ceramics Co., Ltd.
- (177) Fujian Dehua Huilong Ceramic Co., Ltd.
- (178) Fujian Dehua Jingyi Ceramics Co., Ltd.
- (179) Fujian Dehua Jinhua Porcelain Co., Ltd.
- (180) Fujian Dehua Jinzhu Ceramics Co., Ltd.
- (181) Fujian Dehua Lianda Ceramic Co., Ltd.
- (182) Fujian Dehua Myinghua Ceramics Co., Ltd.
- (183) Fujian Dehua Pengxin Ceramics Co., Ltd.
- (184) Fujian Dehua Rongxin Ceramic Co., Ltd.
- (185) Fujian Dehua Shisheng Ceramics Co., Ltd.
- (186) Fujian Dehua Will Ceramic Co., Ltd.
- (187) Fujian Dehua Xianda Ceramic Factory
- (188) Fujian Dehua Xianghui Ceramic Co., Ltd.
- (189) Fujian Dehua Xingye Ceramic Co., Ltd.
- (190) Fujian Dehua Yonghuang Ceramic Co., Ltd.
- (191) Fujian Dehua Yousheng Ceramics Co., Ltd.
- (192) Fujian Dehua You-Young Crafts Co., Ltd.
- (193) Fujian Dehua Zhenfeng Ceramics Co., Ltd.
- (194) Fujian Dehua Zhennan Ceramics Co., Ltd.
- (195) Fujian Jackson Arts and Crafts Co., Ltd.
- (196) Fujian Jiamei Group Corporation
- (197) Fujian Profit Corp
- (198) Fujian Province Dehua County Beatrot Ceramic Co., Ltd.
- (199) Fujian Province Yongchun County Foreign Processing and Assembling Corporation
- (200) Fujian Quanzhou Longpeng Group Co., Ltd.
- (201) Fujian Quanzhou Shunmei Group Co., Ltd.
- (202) Fung Lin Wah Group
- (203) Ganzhou Koin Structure Ceramics Co., Ltd.
- (204) Global Housewares Factory
- (205) Guangdong Baofeng Ceramic Technology Development Co., Ltd.
- (206) Guangdong Bening Ceramics Industries Co., Ltd.
- (207) Guangdong Daye Porcelain Co., Ltd.
- (208) Guangdong Dongbao Group Co., Ltd.
- (209) Guangdong Huaxing Ceramics Co., Ltd.
- (210) Guangdong Quanfu Ceramics Ind. Co., Ltd.
- (211) Guangdong Shunxiang Porcelain Co., Ltd.
- (212) Guangdong Sitong Group Co., Ltd.
- (213) Guangdong Songfa Ceramics Co., Ltd.
- (214) Guangdong Yutai Porcelain Co., Ltd.
- (215) Guangxi Beiliu City Ming Chao Porcelain Co., Ltd.
- (216) Guangxi Beiliu Guixin Porcelain Co., Ltd.
- (217) Guangxi Beiliu Huasheng Porcelain Ltd.

- (218) Guangxi Beiliu Newcentury Ceramic Llc.
- (219) Guangxi Beiliu Qinglang Porcelain Trade Co., Ltd.
- (220) Guangxi Beiliu Rili Porcelain Co.,Ltd.
- (221) Guangxi Beiliu Xiongfa Ceramics Co., Ltd.
- (222) Guangxi Beiliu Yujie Porcelain Co., Ltd.
- (223) Guangxi Beiliu Zhongli Ceramics Co., Ltd
- (224) Guangxi Nanshan Porcelain Co., Ltd.
- (225) Guangxi Xin Fu Yuan Co. Ltd.
- (226) Guangxi Yulin Rongxing Ceramics Co., Ltd.
- (227) Guangzhou Chaintime Porcelain Co., Ltd.
- (228) Guangzhou Xiongji Imp. & Exp. Co., Ltd.
- (229) Haofa Ceramics Co., Ltd. of Dehua Fujian
- (230) Hebei Dersun Ceramic Co., Ltd.
- (231) Hebei Great Wall Ceramic Co., Ltd.
- (232) Hunan Baihua Ceramics Co., Ltd.
- (233) Hunan Eka Ceramics Co., Ltd.
- (234) Hunan Fungdeli Ceramics Co., Ltd.
- (235) Hunan Gaofeng Ceramic Manufacturing Co., Ltd.
- (236) Hunan Greture Co., Ltd.
- (237) Hunan Huawei China Industry Co., Ltd
- (238) Hunan Huayun Ceramics Factory Co., Ltd
- (239) Hunan Liling Tianxin China Industry Ltd.
- (240) Hunan Provincial Liling Chuhua Ceramic Industrial Co., Ltd.
- (241) Hunan Quanxiang Ceramics Corp. Ltd.
- (242) Hunan Taisun Ceramics Co., Ltd.
- (243) Hunan Victor Imp. & Exp. Co., Ltd
- (244) Hunan Wing Star Ceramic Co., Ltd.
- (245) Hunan Xianfeng Ceramic Industry Co.,Ltd
- (246) Jiangsu Gaochun Ceramics Co., Ltd.
- (247) Jiangsu Yixing Fine Pottery Corp., Ltd.
- (248) Jiangxi Global Ceramic Co., Ltd.
- (249) Jiangxi Kangshu Porcelain Co.,Ltd.
- (250) Jingdezhen F&B Porcelain Co., Ltd.
- (251) Jingdezhen Yuanjing Porcelain Industry Co., Ltd.
- (252) Jiyuan Jukang Xingxing Ceramics Co., Ltd.
- (253) Joyye Arts & Crafts Co., Ltd.
- (254) Junior Star Ent's Co., Ltd.
- (255) K&T Ceramics International Co., Ltd.
- (256) Kam Lee (Xing Guo) Metal and Plastic Fty. Co., Ltd.
- (257) Karpery Industrial Co., Ltd.
- (258) Kilncraft Ceramics Ltd.
- (259) Lian Jiang Golden Faith Porcelain Co., Ltd.
- (260) Liling Esion Homeware Co., Ltd.
- (261) Liling Gaopeng Ceramic Industry Co., Ltd.

- (262) Liling GuanQian Ceramic Manufacture Co., Ltd.
- (263) Liling Huahui Ceramic Manufacturing Co., Ltd.
- (264) Liling Huawang Ceramics Manufacturing Co., Ltd.
- (265) Liling Kaiwei Ceramic Co., Ltd.
- (266) Liling Liangsheng Ceramic Manufacture Co., Ltd.
- (267) Liling Minghui Ceramic Factory
- (268) Liling Only Co., Ltd.
- (269) Liling Quanhu Industries General Company
- (270) Liling Rongxiang Ceramic Co., Ltd.
- (271) Liling Ruixiang Ceramics Industrial Co., Ltd.
- (272) Liling Santang Ceramics Manufacturing Co., Ltd.
- (273) Liling Shenghua Industrial Co., Ltd.
- (274) Liling Swan Household Co., Ltd.
- (275) Liling Tengrui Industrial and Trading Co., Ltd.
- (276) Liling United Ceramic-Ware Manufacturing Co., Ltd.
- (277) Liling Yihong Arts & Crafts Co., Ltd.
- (278) Liling Yonghe Porcelain Factory
- (279) Liling Yucha Ceramics Co., Ltd.
- (280) Linyi Jinli Ceramics Co., Ltd.
- (281) Linyi Pengcheng Industry Co., Ltd.
- (282) Linyi Wanqiang Ceramics Co., Ltd.
- (283) Linyi Zhaogang Ceramics Co., Ltd.
- (284) Liveon Industrial Co., Ltd.
- (285) Long Da Bone China Co., Ltd.
- (286) Meizhou Gaoyu Ceramics Co., Ltd.
- (287) Meizhou Lianshunchang Trading Co., Ltd.
- (288) Meizhou Xinma Ceramics Co., Ltd.
- (289) Meizhou Yuanfeng Ceramic Industry Co., Ltd.
- (290) Meizhou Zhong Guang Industrial Co., Ltd.
- (291) Miracle Dynasty Fine Bone China (Shanghai) Co., Ltd.
- (292) Photo USA Electronic Graphic Inc.
- (293) Quanzhou Allen Light Industry Co., Ltd.
- (294) Quanzhou Chuangli Craft Co., Ltd.
- (295) Quanzhou Dehua Fangsheng Arts Co., Ltd.
- (296) Quanzhou Haofu Gifts Co., Ltd.
- (297) Quanzhou Hongsheng Group Corporation
- (298) Quanzhou Jianwen Craft Co., Ltd.
- (299) Quanzhou Kunda Gifts Co., Ltd.
- (300) Quanzhou Yongchun Shengyi Ceramics Co., Ltd.
- (301) Raoping Bright Future Porcelain Factory (RBF)
- (302) Raoping Sanrao Yicheng Porcelain Factory
- (303) Raoping Sanyi Industrial Co., Ltd.
- (304) Raylon Enterprise Co., Ltd.
- (305) Rong Lin Wah Industrial (Shenzhen) Co., Ltd.

- (306) Shandong Futai Ceramics Co., Ltd.
- (307) Shandong Gaode Hongye Ceramics Co., Ltd.
- (308) Shandong Kunlun Ceramic Co., Ltd.
- (309) Shandong Zhaoding Porcelain Co., Ltd.
- (310) Shantou Ceramics Industry Supply & Marketing Corp.
- (311) Shantou Jinyuan Huajing Economic Trading Co., Ltd.
- (312) Sheng Hua Ceramics Co., Ltd.
- (313) Shenzhen Baoshengfeng Imp. & Exp. Co., Ltd.
- (314) Shenzhen Bright Future Industry Co., Ltd. (SBF)
- (315) Shenzhen Donglin Industry Co., Ltd.
- (316) Shenzhen Ever Nice Industry Co., Ltd.
- (317) Shenzhen Evergrows Trading Co., Ltd.
- (318) Shenzhen Fuliuyan Porcelain Co., Ltd.
- (319) Shenzhen Fuxingjiayun Ceramics Co., Ltd.
- (320) Shenzhen Gottawa Industrial Ltd.
- (321) Shenzhen Hiker Housewares Ltd.
- (322) Shenzhen Senyi Porcelain Industry Co. Ltd.
- (323) Shenzhen Tao Hui Industrial Co., Ltd.
- (324) Shenzhen Topchoice Industries Limited
- (325) Shenzhen Trueland Industrial Co., Ltd.
- (326) Shenzhen Universal Industrial Co., Ltd.
- (327) Shenzhen Zhan Peng Xiang Industrial Co., Ltd.
- (328) Shijiazhuang Kuangqu Huakang Porcelain Co., Ltd.
- (329) Shun Sheng Da Group Co., Ltd. Quanzhou Fujian
- (330) Stechcol Ceramic Crafts Development (Shenzhen) Co., Ltd.
- (331) Tangshan Beifangcidu Ceramic Group Co., Ltd.
- (332) Tangshan Boyu Osseous Ceramic Co., Ltd.
- (333) Tangshan Daxin Ceramics Co., Ltd.
- (334) Tangshan Golden Ceramic Co., Ltd.
- (335) Tangshan Haigelei Fine Bone Porcelain Co., Ltd.
- (336) Tangshan Hengrui Porcelain Industry Co., Ltd.
- (337) Tangshan Huamei Porcelain Co., Ltd.
- (338) Tangshan Huaxincheng Ceramic Products Co., Ltd.
- (339) Tangshan Huyuan Bone China Co., Ltd.
- (340) Tangshan Imperial-Hero Ceramics Co., Ltd.
- (341) Tangshan Jinfangyuan Bone China Manufacturing Co., Ltd.
- (342) Tangshan Keyhandle Ceramic Co., Ltd.
- (343) Tangshan Longchang Ceramics Co., Ltd.
- (344) Tangshan Masterwell Ceramic Co., Ltd.
- (345) Tangshan Redrose Porcelain Products Co., Ltd.
- (346) Tangshan Shiyu Commerce Co., Ltd.
- (347) Tangshan Xueyan Industrial Co., Ltd.
- (348) Tangshan Yida Industrial Corp.
- (349) Tao Yuan Porcelain Factory

- (350) Teammann Co., Ltd.
  - (351) The China & Hong Kong Resources Co., Ltd.
  - (352) The Great Wall Group Holding Co., Ltd.
  - (353) Tienshan (Handan) Tableware Co., Ltd. (Tienshan)
  - (354) Topking Industry (China) Ltd.
  - (355) Tschinawares Co., Ltd.
  - (356) Weijian Ceramic Industrial Co., Ltd.
  - (357) Weiye Ceramics Co., Ltd.
  - (358) Winpat Industrial Co., Ltd.
  - (359) Xiamen Acrobat Splendor Ceramics Co., Ltd.
  - (360) Xiamen Johnchina Fine Polishing Tech Co., Ltd.
  - (361) Xiangqiang Ceramic Manufacturing Co., Ltd.
  - (362) Xin Fu Yuan Co. Ltd.
  - (363) Xin Xing Xian Xinjiang Pottery Co., Ltd.
  - (364) Xinhua County Huayang Porcelain Co., Ltd.
  - (365) Xuchang Jianxing Porcelain Products Co., Ltd.
  - (366) Yangjiang Shi Ba Zi Kitchen Ware Manufacturing Co., Ltd.
  - (367) Yanling Hongyi Import N Export Trade Co., Ltd.
  - (368) Ying-Hai (Shenzhen) Industry Dev. Co., Ltd.
  - (369) Yiyang Red Star Ceramics Ltd.
  - (370) Yong Feng Yuan Industry Co., Ltd. (Yong Feng Yuan Industry)
  - (371) Yongchun Dahui Crafts Co., Ltd.
  - (372) Youzhou City Kongjia Porcelain Co., Ltd.
  - (373) Yu Yuan Ceramics Co., Ltd.
  - (374) Yuzhou Huixiang Ceramics Co., Ltd.
  - (375) Yuzhou Ruilong Ceramics Co., Ltd.
  - (376) Zhangjiakou Xuanhua Yici Ceramics Co., Ltd. (Xuanhua Yici)
  - (377) Zhejiang Nansong Ceramics Co., Ltd.
  - (378) Zhuhai Luckyman Electronic Co., Ltd.
  - (379) Zibo Boshan Shantou Ceramic Factory
  - (380) Zibo CAC Chinaware Co., Ltd.
  - (381) Zibo Fortune Light Industrial Products Co., Ltd.
  - (382) Zibo Fuxin Porcelain Co., Ltd.
  - (383) Zibo GaoDe Ceramic Technology & Development Co., Ltd.
  - (384) Zibo Hongda Ceramics Co., Ltd.
  - (385) Zibo Jinxin Light Industrial Products Co., Ltd.
  - (386) Zibo Kunyang Ceramic Corporation Limited
-



*II PIELIKUMS*

Šīs regulas 1. panta 3. punktā minētajā derīgajā rēķinā jābūt izdevējiestādes pārstāvja parakstītai deklarācijai šādā formā:

- (1) rēķina izrakstītāja uzņēmuma amatpersonas vārds, uzvārds un amats;
- (2) šāds paziņojums: "Es, apakšā parakstījies, apliecinu, ka šajā rēķinā iekļautos keramikas galda piederumus un virtuves piederumus (daudzumus), kas pārdoti eksportam uz Eiropas Savienību, ir ražojis (uzņēmuma nosaukums un adrese) (Taric papildkods) (attiecīgajā valstī). es apliecinu, ka šajā rēķinā sniegtā informācija ir pilnīga un patiesa.";
- (3) datums un paraksts.

---