

I 加工貿易禁止類商品目錄

【发布单位】 商务部、海关总署、国家环保总局
【发布文号】 商务部、海关总署、国家环保总局公告【2006】82号
【发布日期】 2006-11-01
【实施日期】 2006-11-22
【提 示】 该公告公布了新一批加工貿易禁止類商品目錄（合計 804 項商品），并对加工貿易業務的執行事宜、企業申請內銷的緩稅利息征收事宜、該公告的適用範圍等進行了規定。
【法令全文】 请点击以下网址查看：
<http://www.mofcom.gov.cn/aarticle/b/e/200611/20061103621171.html>

I 加工貿易禁止類商品目錄

【発布機関】 商務部、税関総署、国家環境保護総局
【発布番号】 商務部、税関総署、国家環境保護総局公告【2006】82号
【発布日】 2006-11-01
【施行日】 2006-11-22
【コメント】 同公告では新たに加工貿易禁止類に該当する商品目錄（合計 804 項の商品）を公表し、且つ、加工貿易業務の執行事項、企業が国内販売の税金利息徴収の猶予を求めることについての事項、同公告の適用範囲等について規定を設けている。
【法令全文】 下記 URL をクリックしてください。
<http://www.mofcom.gov.cn/aarticle/b/e/200611/20061103621171.html>

I 全国銀行間債券市場債券借貸業務管理暫行規定

【发布单位】 中国人民银行
【发布文号】 中国人民银行公告【2006】15号
【发布日期】 2006-11-02
【实施日期】 2006-11-20
【法令全文】 请点击以下网址查看：
http://www.gov.cn/zwgk/2006-11/06/content_433729.htm

I 全國銀行間債券市場貸付業務管理暫定規定

【発布機関】 中国人民銀行
【発布番号】 中国人民銀行公告【2006】15号
【発布日】 2006-11-02
【施行日】 2006-11-20
【法令全文】 下記 URL をクリックしてください。
http://www.gov.cn/zwgk/2006-11/06/content_433729.htm

I 国家税务总局关于印发《个人所得税自行纳税申报办法（试行）》的通知

【发布单位】 国家税务总局
【发布文号】 国税发【2006】162号
【发布日期】 2006-11-06
【实施日期】 2007-01-01
【提 示】 该通知规定，有下列情形之一的应向税务机关进行自行办理纳税申报，并规定了申报内容、申报地点、申报期限、申报方式、申报管理及相关的法律责任等。
n 年所得人民币 12 万元以上的（此处的纳税人，不包括在中国境内无住所，且在一个纳税年度中在中国境内居住不满 1 年的个人）；
n 从中国境内两处或者两处以上取得工资、薪金所得的；
n 从中国境外取得所得的（此处的纳税人，是指在中国境内有住所，或者无住所而在一个纳税年度中在中国境内居住满 1 年的个人）；
n 取得应税所得，而没有扣缴义务人；
n 国务院规定的其他情形。
【法令全文】 请点击以下网址查看：
http://www.gov.cn/zwgk/2006-11/09/content_437151.htm

I 「個人所得稅納稅申告弁法（試行）」を印刷配布することについての国家稅務總局による通知

【発布機関】 国家稅務總局
【発布番号】 国税発【2006】162号
【発布日】 2006-11-06
【施行日】 2007-01-01
【コメント】 同通知では、次の各号にあげる状況のいずれかに該当する場合、税務機関にて納税申告を自ら行なわなければならないと規定しており、且つ、申告内容、申告場所、申告期限、申告方式、申告管理及び関係する法的責任等について規定している。
n 年間の所得が 12 万人民币元以上の場合。（ここでいう納税者には、中国域内に住所がなく、しかも 1 つの納税年度における中国域内での居住が 1 年に満たない個人は含まない。）
n 中国域内にて 2 箇所又は 2 箇所以上から賃金、給与を受け取る場合。
n 中国域外からの所得がある場合。（ここでいう納税者は、中国域内に住所がある、或いは、住所はないが 1 つの納税年度における中国域内での居住が満 1 年である個人をいう。）
n 課税所得があるが、控除義務のない場合。
n 國務院が定めるその他の状況。
【法令全文】 下記 URL をクリックしてください。
http://www.gov.cn/zwgk/2006-11/09/content_437151.htm

I 利用外資“十一五”规划

【发布单位】国家发展和改革委员会

【发布日期】2006-11-09

【提 示】该规划提出了“十一五”期间中国利用外资的指导思想、总体战略目标、主要任务及相应的政策措施等。

【法令全文】请点击以下网址查看：

<http://www.ndrc.gov.cn/zjgx/W020061109412044823714.doc>

I 外資利用「十一五」計画

【発布機関】国家発展改革委員会

【発 布 日】2006-11-09

【コメント】同計画では「十一五」期間において中国が外資を利用するにあたってのガイドライン、全体的戦略目標、主要な任務及び相応の政策措置等を定めている。

【法令全文】下記 URL をクリックしてください。

<http://www.ndrc.gov.cn/zjgx/W020061109412044823714.doc>

I 关于将 2006 年度出口退税率文库 (20060915C 版) 上网发布的公告

【发布单位】上海市国家税务局

【提 示】根据《财政部、发展改革委、商务部、海关总署、国家税务总局关于调整部分商品出口退税率和增补加工贸易禁止类商品目录的通知》(财税[2006]139 号)和《财政部、海关总署、国家税务总局关于调整部分商品出口退税率有关问题的补充通知》(财税[2006]145 号)的规定,国家对部分出口商品的征退税率进行了修订,并按要求制发了新版退税率文库(20060915C 版)。为满足出口企业及时了解 2006 年度出口商品退税率修订情况的需求,上海市国家税务局将 2006 年度的出口商品退税率文库(20060915C 版)在网上予以发布。

【相关法令全文】请点击以下网址查看：

《财政部、发展改革委、商务部、海关总署、国家税务总局关于调整部分商品出口退税率和增补加工贸易禁止类商品目录的通知》(财税[2006]139 号)

http://www.mof.gov.cn/news/20060915_1556_16612.htm

《财政部、海关总署、国家税务总局关于调整部分商品出口退税率有关问题的补充通知》(财税[2006]145 号)

http://www.mof.gov.cn/news/20060930_1556_16881.htm

《关于将 2006 年度出口退税率文库(20060915C 版) 上网发布的公告》

<http://www.csi.sh.gov.cn/gb/csj/csgg/sw/userobje ct7ai23253.html>

I 2006 年輸出時の税金還付率文庫 (20060915C 版)をインターネット上で公示することについての公告

【発布機関】上海市国家税务局

【コメント】「一部の商品の輸出時の税金還付率を調整し、加工貿易禁止類商品目録を追加することについての財政部、发展改革委、商务部、税関総署、国家税務総局による通知」(财税[2006]139 号)及び「一部の商品の輸出時の税金還付率を調整することについての財政部、税関総署、国家税務総局による補充通知」(财税[2006]145 号)の規定によると、国は一部の輸出商品の徴税還付率を修正すると同時に、要求に応じて新たなバージョンの税金還付率文庫(20060915C 版)を制定し発布した。輸出企業が 2006 年輸出商品の税金還付率の修正状況を遅滞なく把握できるようにとの要求に応えるために、上海市国家税务局は 2006 年度の輸出商品の税金還付率文庫(20060915C 版)をインターネット上で公示することにした。

【関係法令全文】下記 URL をクリックしてください。

「一部の商品の輸出時の税金還付率を調整し、加工貿易禁止類商品目録を追加することについての財政部、发展改革委、商务部、税関総署、国家税務総局による通知」(财税[2006]139 号)

http://www.mof.gov.cn/news/20060915_1556_16612.htm

「一部の商品の輸出時の税金還付率を調整することについての財政部、税関総署、国家税務総局による補充通知」(财税[2006]145 号)

http://www.mof.gov.cn/news/20060930_1556_16881.htm

「2006 年輸出時の税金還付率文庫(20060915C 版)をインターネット上で公示することについての公告」

<http://www.csi.sh.gov.cn/gb/csj/csgg/sw/userobje ct7ai23253.html>

【注】

- Y 如果需要了解法律、法规或政策的全文内容或需要相关日文翻译服务，请与我们联系；
- Y 本栏目所公布的网址通常为官方网址，如果无法访问，您可以通过搜索引擎查阅或与我们联系。

二、相关新信息

I 上海将实施三项鼓励政策，为积极合理利用外资

为积极合理利用外资，上海将实施三项鼓励政策：一是鼓励外资企业参与基础设施和功能开发；二是鼓励外资企业参与上海城市创新体系的建设，特别是研发机构入驻上海；三是鼓励外资企业参与经济结构调整，参与现代服务业和先进制造业的发展。

(摘自 2006 年 11 月 06 日中国新闻网)

I 产地——商品经营者向消费者进行明示的重要内容

根据中国《消费者权益保护法》的规定，消费者享有知悉其购买、使用的商品的真实情况的权利，有根据商品的不同情况，要求经营者提供商品的真实信息的权利，即通常所说的知情权；经营者应当尊重消费者的知情权，向消费者提供商品的真实信息，不得作引人误解的虚假宣传。这里的“信息”包含众多内容，其中很重要的一项就是产地。

n 产地的含义及其重要意义

产地，是指商品的地理来源，即商品的生产地、制造地。产地标识则是指商品来自某特定国家、地区等地理区域的标注或表示，如“上海制造”等。

产地的意义十分重要。从消费者的立场来看，产地往往与商品的质量、价格、信誉、消费偏好等密切相关，消费者常常以产地作为购买商品的主要依据。而对于经营者而言，消费者乐于购买的地方的商品，就能够吸引消费者，经营者因消费者对产地的偏好而能够拥有良好的销路，从而产地使经营者获取了竞争优势，因此，经营者同样重视商品的产地。

n 经营者应向消费者提供商品产地的真实信息——明示义务

【注】

- Y 法令・政策の全文の内容や相応の日本語訳のサービスが必要な場合には、私共にご連絡ください。
- Y ご案内する URL は政府筋の公式サイトですが、リンクできない場合は、検索エンジンで検索いただくか、私共にご連絡いただければと思います。

二、関係する新たな情報

I 上海は3つの奨励政策を実施し、外資を積極的且つ合理的に利用する

外資を積極的且つ合理的に利用するために、上海は次の3つの奨励政策を実施する。1つ目は、外資企業がインフラ設備及び機能の開発に参加することを奨励すること。2つ目は、外資企業が上海都市体系革新のための建設に参加すること、とりわけ R&D 機関が上海に常駐することを奨励し、3つ目は、外資企業が経済構築の調整に参加し、近代サービス及び先進的な製造業の発展に参加することを奨励する。

(2006 年 11 月 6 日付の中国新聞網より抜粋)

I 产地——商品经营者为消费者のために表示する重要な内容

中国の「消費者権益保護法」の規定によると、消費者は自らが購入・使用する商品の真実の状況を知る権利を有しており、商品ごとの異なる状況に応じて、経営者に対し商品の真実の情報を提供するように求める権利を有しているが、つまりこれが一般的に言われる知る権利である。経営者は消費者の知る権利を尊重し、消費者に対し商品の真実の情報を提供しなければならず、誤解を招く虚偽の宣伝を行ってはならない。ここでいう「情報」には、数多くの内容が含まれるのだが、その中の重要なものの1つが産地である。

n 産地という言葉に含まれる意味合い及びその重要な意味

産地とは、商品の地理的な出所、即ち製品の生産地、製造地をいう。産地の標示は、「上海製造」等といったように、商品がある特定の国や地域等の地理的な区域から来たのだという標示又は表示をいう。

産地の意味は非常に重要である。消費者の立場から見た場合、産地は往々にして商品の品質、価格、瀋陽、消費の好み等と密接な係わりがあり、消費者は産地を商品購入の際の主要な根拠とすることがよくある。経営者にとってみれば、消費者が購入しやすい地域の商品は、消費者を惹きつけることができ、経営者は消費者の産地に対する好みによって良好な販路をもつことができるのであり、産地は経営者にとって競争面での優勢を得ることができるため、経営者は商品の産地も同

根据《消费者权益保护法》关于经营者“应当向消费者提供商品的真实信息”的规定，律师理解，经营者负有向消费者明示商品产地的义务。而这一明示义务具体包括两项义务：其一是对商品产地的标注义务、其二是对商品产地的说明义务。

其一，标注义务。经营者对商品产地的标注义务主要见诸《产品标识标注规定》。根据《产品标识标注规定》，中国境内生产的商品、进口商品的产地标注的要求有所不同。

1. 对于中国境内生产的商品，产地标注的要求是：
 - 1) 应当标注生产者的名称和地址；
 - 2) 可以标注产地（即，产地不是必须标注的强制性标注事项）；
 - 3) 如果标注产地，标注的应当是商品的最终制作地、加工地或者组装地。
2. 对于进口商品，产地标注的要求是：
 - 1) 可以不标注原生产者的名称和地址；
 - 2) 应当标注原产地（国家/地区），以及代理商或者进口商在中国依法登记注册的名称和地址。
 - 3) 标注的原产地应当依据中国有关规定予以确定（律师在本文中不予详述）。

其二，说明义务。经营者对商品产地的说明义务见诸《消费者权益保护法》。根据《消费者权益保护法》，经营者对消费者就其提供的商品的质量提出的询问，应当作出真实、明确的答复。所前所述，由于产地与商品的质量密切相关，因此，如果消费者对商品产地提出询问，经营者同样应当作出真实、明确的答复。

n 经营者不能对商品产地作引人误解的虚假宣传

《消费者权益保护法》在規定经营者“应当向消费者提供商品的真实信息”的基础上，进一步規定经营者对商品信息“不得作引人误解的虚假宣传”。实践中，虚假宣传的常见类型主要有：对商品质量、价格、数量的虚假宣传；对经营者的虚假宣传；利用赠品促销而对赠品进行的虚假宣传。那么，既然产地是商品的一项重要信息，显然经营者也不得对产地作虚假宣传。

需要指出的是，《消费者权益保护法》规定的“虚假宣传”是“引人误解的虚假宣传”，其特征在于“引人误解”，即，它是一种使消费者产生错误认识的行为，是一种误导行为。这种误导行为不限于通常意义上的虚假的宣传，只要经营者的宣传行为在客观上使消费者产生了错误认识，就属于“引人误解的虚假宣传”，即使宣传内容在字面上是正确的（没有虚假的信息），也是如此。而且，判断经营者的宣传行为是否在客观上使消费者产生错误认识，应当根据一般消费者的理解确定，而不是根据经营者的主观意图确定。

様に重視することになる。

n 経営者は消費者に対し商品の産地の真実の情報を提供しなければならない——表示義務

「消費者権益保護法」の経営者は「消費者に対し商品の真実の情報を提供しなければならない」ことについての規定から判断し、経営者は消費者に対し商品の産地を表示する義務を負うと解釈する。また、この表示義務には、2つの義務が含まれており、1つは商品の産地の標示義務であり、もう1つは商品の産地についての説明の義務である。

1つ目の標示義務について。経営者による商品の産地の標示義務は主に「製品標示標注規定」に定められている。「製品標示標注規定」によると、中国域内で生産した商品、輸出商品の産地標示の要求は違いがある。

1. 中国域内で生産した商品について、産地の標示上の要求は次の通りである。
 - 1) 生産者の名称と住所を標示しなければならない。
 - 2) 産地を標示することができる。（即ち、産地は必ず標示しなければならないという強制標示事項ではない。）
 - 3) 産地を標示する場合、標示するのは商品の最終的な製作地、加工地又は組立地でなければならない。
2. 輸入商品について、産地の標示上の要求は次の通りである。
 - 1) もとの生産者の名称と住所を標示しなくてもよい。
 - 2) 原産地（国/地域）及び代理業者又は輸入業者が中国で法に従い登記登録した名称と住所を標示しなければならない。
 - 3) 標示する原産地は中国の関係する規定に従って確定しなければならない。（この度の本文では省略する。）

2つ目の説明義務について。経営者による商品産地についての説明義務は「消費者権益保護法」に定められている。「消費者権益保護法」によると、経営者は、消費者が自らの提供した商品の品質について質問をした場合、真実且つ明確な回答をしなければならないとされている。すでに述べたように、産地と商品の品質は密接な係わりがあるため、もしも消費者が商品の産地について質問した場合、経営者はやはり真実且つ明確な回答をしなければならない。

n 経営者は商品の産地について誤解を招く虚偽の宣伝を行ってはならない

「消費者権益保護法」は経営者が「消費者に対し商品の真実の情報を提供しなければならない」ことを定めた上で、さらに経営者は商品の情報について「誤解を招く虚偽の宣伝を行ってはならない」と定めている。実践の中で、虚偽の宣伝のよくあるタイプには、商品の品質・価格・数量についての虚偽の宣伝、経営者についての虚偽の宣伝、景品を利用した販売促進における景品についての虚偽の宣伝が主にある。産地が商品の重

对此,可以简要举例说明:A国电子厂商为降低成本,在市场竞争中谋求优势,对其在中国销售的某种电子商品改用B地区生产的零部件(价格、性能均低于A国产零部件),将该种电子商品的产地标注为A国,并未作其他说明,且在中国销售该种电子商品时所作的宣传容易使消费者误以为A国该种电子厂商使用了其自产零部件。该例中,A国电子厂商虽然没有进行任何字面上虚假的宣传(《产品标识标注规定》并未强制要求经营者标注商品的零部件的产地),但在客观上可能使消费者产生了错误认识(认为该种电子商品使用A国产零部件),因而其行为没有充分尊重消费者的知情权,涉嫌《消费者权益保护法》规定的“引人误解的虚假宣传”。

n 经营者作引人误解的虚假宣传的法律责任

根据《消费者权益保护法》的有关规定,经营者如果有对商品作引人误解的虚假宣传行为,根据行为的不同情节,有可能受到工商行政管理部门给予的责令改正、警告、没收违法所得、罚款、责令停业整顿、吊销营业执照的行政处罚。

(里兆律师事务所 2006年11月10日整理编写)

要な情報の1つであるからには、経営者は産地についても虚偽の宣伝を行なってはならない。

注意が必要なこととして、「消費者権益保護法」が定める「虚偽の宣伝」は「誤解を招く虚偽の宣伝」であり、その特徴は「誤解を招く」ことにあり、つまり、それは消費者に誤った認識を生じさせる行為の1種であり、誤って導く行為の1種である。このような行為は一般的な意味での虚偽の宣伝に限ることなく、経営者の宣伝行為が客観上、消費者に誤った認識をさせるだけで、「誤解を招く虚偽の行為」に該当することになり、宣伝内容が文字上は正確(虚偽の情報はない)であったとしても、そのようになる。また、経営者の宣伝行為が客観上、消費者に誤った認識を生じさせるかどうかは、一般の消費者による解釈によって確定することになり、経営者の主観的な意図によって確定するのではない。

この点について、例を挙げて簡単に説明する。A国の電子メーカーはコストを引き下げて、市場競争において優勢をはかるために、同社が中国で販売するある種の電子商品をB地区で製造した部品(価格、性能はいずれもA国自社製造の部品には劣る)を使用することに改め、この電子商品の産地をA国と標示し、また、その他の説明を行なっておらず、中国で同電子商品を販売する際に行なった宣伝は消費者がA国の同電子メーカーは自社製造部品を使用していると勘違いしやすいものであった。この例の中で、A国の電子メーカーは文字上の虚偽の宣伝は何も行っていない(「製品標示標注規定」では経営者に対し、商品の部品の産地を標示するよう強制的には求めている)が、客観上、消費者に誤った認識を生じさせる(つまり、この電子商品はA国で自社製造した部品を使用したと思わせた)可能性があることから、この行為は消費者の知る権利を充分には尊重しておらず、「消費者権益保護法」に規定する「誤解を招く虚偽の宣伝」である疑いがある。

n 経営者が誤解を招く虚偽の宣伝を行なった場合の法的責任

「消費者権益保護法」の関係規定によると、経営者が商品について誤解を招く虚偽の宣伝行為を行なった場合、その行為の実際の状況に応じて、工商行政管理部门からの是正命令、警告、違法所得の没収、罰金、営業停止命令、営業許可証の取消といった行政処罰が科される可能性がある。

(里兆法律事務所が2006年11月10日付で作成)