

附件

## 中华人民共和国商务部关于对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒征收反倾销税和反补贴税必要性的复审裁定

2021年3月26日，商务部发布2021年第6号和第7号公告，决定对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒征收反倾销税，为避免双重征税，不征收反补贴税。反倾销税实施期限自2021年3月28日起5年。

2023年11月30日，应澳大利亚葡萄和葡萄酒协会申请，商务部发布2023年第52号公告，决定对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒征收反倾销税和反补贴税的必要性进行复审。

根据调查结果，并依据《中华人民共和国反倾销条例》（以下简称《反倾销条例》）第四十九条和《中华人民共和国反补贴条例》（以下简称《反补贴条例》）第四十八条的规定，调查机关作出复审裁定如下：

## **一、反倾销措施和反补贴措施**

2021年3月26日，商务部发布2021年第6号和第7号公告，决定对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒征收反倾销税，为避免双重征税，不征收反补贴税。反倾销税实施期限自2021年3月28日起5年。反倾销税率为116.2%-218.4%。反补贴税率为6.3%-6.4%。

## **二、复审调查程序**

### **(一) 立案及通知。**

#### **1. 复审申请。**

2023年10月31日，澳大利亚葡萄和葡萄酒协会向商务部提交了《对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒进行反倾销和反补贴复审的申请》，主张相关措施实施后，情况发生了重大变化，请求商务部就对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒征收反倾销税和反补贴税的必要性进行复审，并根据复审结果取消措施。

#### **2. 立案前通知。**

2023年11月10日，商务部就收到复审申请事宜通知了原审申请人中国酒业协会和澳大利亚驻华使馆，并向其转交了申请书。规定时间内，调查机关未收到评论意见。

### **3. 立案。**

依据《反倾销条例》第四十九条和《反补贴条例》第四十八条相关规定，调查机关对申请进行了审查，认为符合立案条件。

根据审查结果，调查机关于2023年11月30日发布2023年第52号公告，决定自当日起对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒征收反倾销税和反补贴税的必要性进行复审。同日，调查机关向本次复审申请人澳大利亚葡萄和葡萄酒协会、原审申请人中国酒业协会以及澳大利亚驻华使馆提供了立案公告。

### **4. 公开信息。**

在立案公告中，调查机关告知利害关系方，可以在商务部网站贸易救济局子站下载或到商务部贸易救济公开信息查阅室查阅本次复审调查相关信息的非保密文本。

立案后，调查机关通过商务部贸易救济公开信息查阅室公开了本案申请人提交的申请书非保密版本，并将电子版登载在商务部网站上。

#### **(二) 利害关系方提交评论意见。**

2023年12月10日，中国酒业协会提交了评论意见。

2023年12月14日，北京南澳绿亨庄园国际贸易有限公司和 Barossa Trading & Bottling Company Pty Ltd提交了评论意见。

2023年12月19日，澳大利亚政府提交了评论意见。

### **（三）发放调查问卷和收取答卷。**

2024年1月4日，调查机关通过“贸易救济调查信息化平台”（<https://etrb.mofcom.gov.cn>）向有关利害关系方发放了《相关葡萄酒反倾销和反补贴措施复审案国外出口商或生产商及相关利害关系方调查问卷》《相关葡萄酒反倾销和反补贴措施复审案国内生产者及相关利害关系方调查问卷》《相关葡萄酒反倾销和反补贴措施复审案国内进口商及相关利害关系方调查问卷》及问卷通知。同日，调查机关还通过商务部贸易救济公开信息查阅室公开了问卷及问卷通知。

在规定时间内，澳大利亚葡萄和葡萄酒协会、富豪葡萄酒产业酒商有限公司、卡塞拉酒业私人有限公司、Small Gully Wines Pty Ltd、中国酒业协会、中国食品土畜进出口商会酒类进出口商分会、厦门建发国际酒业集团有限公司、北京挖玫电子商务有限公司、美夏国际贸易（上海）

有限公司和大连巴克斯酒业有限公司向调查机关提交了调查问卷答卷。

#### **（四）实地核查。**

为核实答卷信息的完整性、真实性和准确性，根据《反倾销条例》第二十条和《反补贴条例》第二十条的规定，2024年1月22日和1月30日，调查机关先后对北京挖玖电子商务有限公司和厦门建发国际酒业集团有限公司进行了实地核查。

#### **（五）公开信息。**

根据《反倾销条例》第二十三条和《反补贴条例》第二十三条的规定，调查机关已将调查过程中接受和制作的本案所有公开材料公布在“贸易救济调查信息化平台”（<https://etrb.mofcom.gov.cn>），并及时送交商务部贸易救济公开信息查阅室。各利害关系方可以查找、阅览、摘抄、复印有关公开信息。

#### **（六）信息披露。**

根据《反倾销条例》和《反补贴条例》的规定，2024年3月12日，调查机关向各利害关系方披露了本案裁定所依据的基本事实，并给予其提出评论意见的机会。在规定的时间内，澳大利

亚政府提交了评论意见。调查机关在复审裁决中对上述意见予以了考虑。

### **三、复审产品范围**

本次复审的产品范围是反倾销措施和反补贴措施所适用的产品，与商务部 2021 年第 6 号公告和第 7 号公告中的产品范围一致。

### **四、征收反倾销税和反补贴税的必要性**

#### **(一) 利害关系方主张。**

本案有关利害关系方在申请书、评论意见以及调查问卷答卷中提出了相关主张。

#### **1. 复审申请人主张。**

澳大利亚葡萄和葡萄酒协会（以下称复审申请人）是澳大利亚具有代表性的行业协会，并于 2019 年被澳大利亚农业和水资源部部长依据《2013 年澳大利亚葡萄酒法》认定为澳大利亚葡萄种植者和酿酒商的指定行业组织。复审申请人主张，相关措施实施后，中国葡萄酒的整体市场需求正在发生变化，消费者饮酒量趋于减少，但在购买时寻求更高品质的产品。澳大利亚葡萄酒可向中国消费者提供更多选择。同时澳大利国内市场和产业的变化也降低了澳大利亚葡萄酒对华大规模出口的能力。复审申请人还认为，当

前存在很好的机遇，可与中国国内葡萄酒产业、餐饮零售业以及其他价值链合作伙伴合作，在中国发展葡萄酒品类，愿与中国的业界探索各个领域、各种方式的合作机会。基于当前情况，复审申请人主张，对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒征收反倾销税和反补贴税不符合公共利益，并请求调查机关依据《反倾销条例》第三十七条、第四十九条和《反补贴条例》第三十八条、第四十八条的规定，对相关措施的必要性进行复审，并根据复审结果取消措施。

## **2. 国内产业主张。**

中国酒业协会（以下称原审申请人）是由酿酒生产企业及为其服务的相关单位自愿组成的全国性行业组织，下设葡萄酒分会负责葡萄酒行业的宏观管理工作。原审申请人主张，葡萄酒双反调查由其代表国内产业提出申请，是国内产业依据我国反倾销和反补贴调查法律规定运用贸易救济保护产业健康发展的维权行为，符合世贸组织贸易救济法律的原则和精神。措施的实施产生了积极效果和作用，但国内产业的恢复和发展不可能一蹴而就，维持对澳大利亚葡萄酒的双反措施仍然有必要。

### **3. 其他利害关系方的主张。**

澳大利亚政府、富豪葡萄酒产业酒商有限公司、卡塞拉酒业私人有限公司和 Small Gully Wines Pty Ltd 提出了与复审申请人类似的主张，建议取消对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒的反倾销措施和反补贴措施。中国食品土畜进出口商会酒类进出口商分会、厦门建发国际酒业集团有限公司、北京挖玖电子商务有限公司、美夏国际贸易（上海）有限公司、大连巴克斯酒业有限公司主张，取消措施有利于保障进口葡萄酒供应链稳定，缓解国内进口葡萄酒市场价格上涨压力，不会挤占国产葡萄酒市场份额，且在一定程度上有助于活跃葡萄酒消费市场，促进国产与进口葡萄酒产业共同健康成长。

#### **（二）征收反倾销税和反补贴税的必要性。**

调查机关对各利害关系方的主张及其所提交的证据进行了审查，并据此对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒征收反倾销税和反补贴税的必要性进行了分析。

调查机关注意到，葡萄酒行业是一个竞争激烈且产品多样化的行业。作为一种日常消费品，葡萄酒的价值和消费者选择受到多重因素影响，

包括但不限于类别、色泽、葡萄品种、产地、酿造工艺、年份等。葡萄酒的生产广泛分布在全球各地。从传统的葡萄酒产区如法国、意大利和西班牙，到新兴的市场如澳大利亚、智利和南非，全球各个地区都有不同类型和风味的葡萄酒产出。同时，葡萄酒的贸易量巨大，已实现全球范围的广泛流通。近期国内市场形势持续变化，葡萄酒行业内的竞争日趋激烈。

相关措施实施后，国内葡萄酒市场发生以下几个方面的变化：

### **1. 自澳相关葡萄酒进口数量大幅下降。**

对自澳大利亚进口的相关葡萄酒的临时措施于 2020 年 11 月 28 日开始实施，最终措施于 2021 年 3 月 28 日开始实施，截止目前已执行逾 3 年时间。相关措施有效限制了澳大利亚葡萄酒的倾销进口行为。2020 年至 2022 年，自澳大利亚进口数量分别为 8.57 万千升、0.47 万千升和 317 千升，累计下降 99.63%，占中国总进口比重由 27.46% 降至 0.15%。2023 年 1-6 月份，自澳大利亚进口数量为 105 千升，维持下滑态势，占中国总进口比重仅为 0.14%。同期，自澳大利亚进口的相关葡萄酒在国内市场的份额由 12.45% 降

至 0.07%。相关措施为中国国内产业创造了一定发展空间。

## 2. 国内市场的进口来源发生显著调整。

2020 年至 2022 年，受新冠疫情、市场竞争等多重因素影响，中国自除澳大利亚之外的其他国家和地区进口相关葡萄酒的数量波动剧烈，总体略有下降。2020 年至 2022 年，自其他国家和地区进口数量分别为 22.65 万千升、28.16 万千升和 21.62 万千升，总体下降 4.55%。2023 年 1-6 月份，自其他国家和地区进口数量为 7.61 千升，同比下滑 32.20%。随着自澳大利亚进口数量显著下降，2020 年至 2022 年，自法国进口数量占中国总进口的比重由 28.40% 上升至 33.96%，自智利进口数量占中国总进口的比重由 16.03% 上升至 27.80%，自西班牙进口数量占中国总进口的比重由 11.14% 上升至 13.79%，自意大利进口数量占中国总进口的比重由 6.58% 上升至 9.03%。法国、智利、西班牙和意大利是目前中国葡萄酒市场的主要进口来源。

根据原审申请人提供表观消费量及中国海关统计数据计算，2020 年至 2022 年，国产葡萄酒的市场份额由 54.89% 下降至 49.99%；进口葡

葡萄酒的市场份额由 45.13% 上升至 50.01%。2023 年 1-6 月份，国产葡萄酒的市场份额降至 46.91%，而进口葡萄酒的市场份额升至 53.09%。上述数据显示，措施实施以后，澳大利亚葡萄酒的原有市场份额逐步被其他来源的葡萄酒取代，法国、智利、西班牙和意大利等其他国家和地区的葡萄酒市场份额逐渐上升。其中，2020 年至 2022 年自法国进口的市场份额由 12.87% 上升至 17.20%，自智利进口的市场份额由 7.26% 上升 14.08%，自西班牙进口的市场份额由 5.05% 上升 6.98%，自意大利进口的市场份额由 2.98% 上升 4.57%。由此可见，尽管相关措施对澳大利亚葡萄酒进口产生了显著的限制作用，国产葡萄酒仍然面对其他进口产品的激烈竞争。

### **3. 市场需求总量持续下滑。**

在中国酒类消费中，受国内本土酒饮历史文化、产业发展水平、市场培育成效等多重因素影响，相对于白酒、啤酒而言，葡萄酒的消费者群体有限，近年来，在面临激烈的多品类竞争时处于劣势地位，市场规模不断萎缩。根据国际葡萄酒和烈酒研究所统计，2020 年至 2022 年的国内葡萄酒市场需求量分别为 74.96 万千升、64.54

万千升和 50.11 万千升，三年累计下降 33.15%。根据原审申请人统计，2020 年至 2022 年的国内葡萄酒市场的表观消费量分别为 68.85 万千升、55.64 万千升和 42.75 万千升，累计下降 37.91%。2023 年 1-6 月份的表观消费量为 14.07 万千升，同比下降 26.03%，下滑态势仍在延续。

市场需求的持续下滑是国内葡萄酒行业当前面临的一个严重制约因素。有利害关系方提出，在新市场格局下，以法国、意大利、西班牙等为代表的“旧世界”葡萄酒供应国，以及“新世界”中的美国、智利等产地，相较于澳大利亚，在市场化运作、品牌打造、推广创新等方面活跃度相对较弱，缺乏大品牌对市场的带动引领。有利害关系方认为，澳大利亚葡萄酒此前经营中国市场，在培育市场拥趸过程中也衍生出了一些关于澳大利亚葡萄酒的特定消费场景，因此，若恢复澳大利亚葡萄酒进口，也能解锁更多的葡萄酒消费场景，一定程度上活跃和提振国内葡萄酒市场。

#### **4. 市场消费结构升级开始显现。**

近年来，包括中国在内的全球葡萄酒市场消费结构出现了显著变化，越来越多的消费者对葡

葡萄酒的口味以及健康问题的关注度在提升，在购买葡萄酒时开始寻求更高品质的产品。根据国际葡萄酒和烈酒研究所统计，2020年至2022年中国市场的葡萄酒销售价格分别为9.26万元/千升、10.48万元/千升和10.37万元/千升，累计上升12.08%。其中，国产葡萄酒销售价格分别为5.00万元/千升、6.05万元/千升和6.24万元/千升，累计上升24.61%。

多个利害关系方提出，在市场下行的大背景下，葡萄酒平均销售价格反而持续攀升，显示消费结构正在发生变化，中高端产品的消费占比持续走高。国内不同的消费群体对于不同品类、不同消费层级的葡萄酒有差异化需求。

## **5. 受特殊因素影响，进口价格上涨，国内消费市场承压。**

相关措施实施后，受新冠疫情影响、地缘格局不稳定、国际政治经济形势变化等多方面因素作用，叠加部分产区葡萄产量因气候变化减产的影响，全球主要葡萄酒产区的原材料价格、人工成本、国际航运成本上升，航线受阻风险增大，进而导致我国葡萄酒进口均价持续上涨，供应链不确定性增高。根据中国海关统计数据，2020

年至 2022 年，中国进口葡萄酒的平均价格为 5301 美元/千升、5087 美元/千升和 5650 美元/千升，累计上升 6.58%。2023 年 1-6 月份为 6685 美元/千升，同比上升 22.01%，上涨趋势更为显著。其中，自法国进口价格由 2020 年的 5117 美元/千升上涨至 2023 年 1-6 月份的 9086 美元/千升；自智利进口价格由 3767 美元/千升上涨至 4549 美元/千升；自西班牙进口价格由 2601 美元/千升上涨至 3847 美元/千升；自意大利进口价格由 4780 美元/千升上涨至 7193 美元/千升。受此影响，本已低迷的国内葡萄酒消费市场进一步承压，消费端购买成本有所上升。

### **（三）调查结论。**

综上，调查机关认为，相关措施实施 3 年以来，中国葡萄酒市场状况较原审调查期间发生了较大变化。中国自澳大利亚进口的相关葡萄酒数量出现大幅下跌，进口来源发生了显著调整。同时，措施实施以来，受不同品类产品竞争激烈、进口价格上涨等多重因素影响，国内葡萄酒市场需求持续萎缩。在上述新情况下，对相关措施进行调整，拓展进口来源多元化，有助于缓解进口葡萄酒市场价格上涨压力，激发国内葡萄酒市场

的消费需求及市场活跃度，并更好地满足国内消费群体对于不同类型葡萄酒的差异化需求，符合公共利益。

## **五、复审裁定**

根据调查结果，调查机关裁定，鉴于中国葡萄酒市场情况发生变化，对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒征收反倾销税和反补贴税已无必要。