

文件总页数：79 页

公开文本

此呈：

中华人民共和国商务部

中华人民共和国葡萄酒产业申请对原产于澳大利亚的进口葡萄酒产品进行反倾销调查

中华人民共和国葡萄酒产业反倾销调查申请书

反倾销调查申请人：

中国酒业协会

申请人全权代理人：

北京市博恒律师事务所

二〇二〇年七月六日

反倾销调查申请人：

名 称： 中国酒业协会
地 址： 北京市海淀区三里河路 11 号（南新楼）6 层
邮政编码： 100831
法定代表人： 王延才
案件联系人： 火兴三
联系电话： 010-57811300

申请人全权代理人：

名 称： 北京市博恒律师事务所
地 址： 北京市西城区黄寺大街 23 号，北广大厦 1205 室
邮政编码： 100120
代理律师： 郭东平、贺京华、蓝雄
联系电话： 010-82230591/92/93/94
传 真： 010-82230598
电子邮箱： gdp@bohenglaw.com
网 址： www.bohenglaw.com

确认书

作为对原产于澳大利亚并向中国出口的葡萄酒产品提请反倾销调查的申请人的全权代理人，我们已经全部审阅了本反倾销调查申请书及其附件，并代表本案申请人签署本反倾销调查申请书。根据我们目前掌握的信息和资料，我们确认本反倾销调查申请书的内容以及所附的证据是真实、完整的。

根据《中华人民共和国对外贸易法》和《中华人民共和国反倾销条例》的规定，特此正式提起本次反倾销调查申请。

申请人全权代理人：北京市博恒律师事务所（盖章）



中国注册律师：

郭东平 律师 律师执业证号：11101200310402136（签字）



贺京华 律师 律师执业证号：11101199510115344（签字）



蓝 雄 律师 律师执业证号：11101200310817778（签字）



二〇二〇年七月六日

目 录

确认书	3
第一部分 申请书正文	6
一、利害关系方的相关情况	6
(一) 申请人及国内同类产品的生产企业	6
(二) 国内葡萄酒产业介绍	9
(三) 寻求的其它进口救济	11
(四) 申请调查产品的已知的生产商、出口商和进口商的情况	12
二、申请调查产品的具体描述和申请人申请对涉案产品的调查范围	15
三、国内同类产品的具体描述以及与申请调查产品的比较	16
(一) 国内同类产品的具体描述	16
(二) 申请调查产品与国内产业同类产品之比较	16
四、申请调查产品的进口基本情况	19
(一) 申请调查产品的进口数量变化情况	19
(二) 申请调查产品的进口价格变化情况	23
五、申请调查产品的倾销情况	25
(一) 澳大利亚申请调查产品的倾销情况	25
1、倾销幅度的计算方法	25
2、申请调查产品的出口价格	25
3、申请调查产品的正常价值	27
4、估算的倾销幅度	29
(二) 澳大利亚葡萄酒非市场状况调查申请	29
六、国内产业受到的损害情况	48
(一) 累积评估	48
(二) 申请调查产品进口数量、价格的变化及国内产业的状况	48
1、申请调查产品的数量增长情况	49
2、申请调查产品对国内同类产品价格的影响情况	52
3、申请调查产品对国内产业有关经济指标或因素的影响	57
(三) 损害的程度和类型	64
七、倾销与损害之间的因果关系	65
(一) 申请调查产品造成国内产业损害的原因分析	65
(二) 其它可能造成国内产业损害的因素分析	71
(三) 结论	74

八、公共利益之考量	74
九、结论和请求	75
(一) 结论	75
(二) 请求	75
第二部分 保密申请	77
第三部分 证据目录和清单	78

第一部分 申请书正文

一、 利害关系方的相关情况

(一) 申请人及国内同类产品的生产企业

1、 申请人的相关信息

名称： 中国酒业协会
地址： 北京市海淀区三里河路 11 号（南新楼）6 层
邮政编码： 100831
法定代表人： 王延才
案件联系人： 火兴三
联系电话： 010-57811300

（参见“附件一：申请人社会团体法人登记证书及授权委托书”）

中国酒业协会 CHINA ALCOHOLIC DRINKS ASSOCIATION（英文缩写 CADA）是由应用生物工程技术及有关技术的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，是具有法人资格的非盈利性社会团体。

中国酒业协会的宗旨是：遵守宪法、法律、法规和国家政策，遵守社会道德风尚，适应社会主义市场经济需要，推动酿酒行业生产、流通、管理、科技水平的不断提高及国际交往的不断扩大，反映行业情况和意见，维护会员的合法权益，协助政府部门加强行业管理，开展行业协调，全心全意为行业服务，促进行业的健康发展，为国家经济建设作出更大的贡献。

“协助政府促进酒类商品市场流通，保护合理竞争，打击违法行为”是中国酒业协会的一项重要工作职责。同时，中国酒业协会还致力于维护行业公平竞争，维护行业整体利益和消费者的合法权益。

中国酒业协会下设葡萄酒分会，负责葡萄酒行业的宏观管理工作。目前，中国酒业协会共有 122 家葡萄酒生产企业会员单位（详见附件二：关于葡萄酒生产企业会员单位的情况说明）。这些会员单位占国内总产量的绝大部分，在行业中具有代表性和影响力。

鉴于近年来澳大利亚葡萄酒大量低价对中国市场出口，已经对国内葡萄酒产业造成了严重的冲击和损害，根据生产企业会员单位的决议，决定以中国酒业协会的名义作为申请人，依据《中华人民共和国反倾销条例》（下称“《反倾销条例》”）的相关规定，代表中国葡萄酒产业向商务部提出对原产于澳大利亚的葡萄酒产品进行反倾销调查的申请（参见“附件三：会议纪要”）。

2、 申请人委托的代理人

为申请题述反倾销调查之目的，申请人授权北京市博恒律师事务所作为其全权代理人，代理题述反倾销案件的申请及调查工作，具体代理权限见授权委托书。（参见“附件一：申请人社会团体法人登记证书及授权委托书”）

根据申请人的委托，北京市博恒律师事务所指派该所郭东平律师、贺京华律师和蓝雄律师共同处理申请人所委托的与本案有关的全部事宜。（参见“附件四：律师指派书和律师执业证明”）

反倾销调查申请人全权代理人：

北京市博恒律师事务所

郭东平	律师	律师执业证号：11101200310402136
贺京华	律师	律师执业证号：11101199510115344
蓝 雄	律师	律师执业证号：11101200310817778

地 址： 北京市西城区黄寺大街 23 号，北广大厦 1205 室
邮政编码： 100120
联系电话： 010-82230591/92/93/94
传 真： 010-82230598
电子邮箱： gdp@bohenglaw.com
网 址： www.bohenglaw.com

3、 国内同类产品的生产企业

根据申请人的了解，目前国内同类产品的生产企业包括但不限于：

- (1) 公司名称：烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司
公司地址：山东省烟台市大马路 56 号
联系电话：0535 - 6633656
传 真：0535 - 6633639

- (2) 公司名称：中粮长城酒业有限公司
公司地址：北京市朝阳区朝阳门南大街 8 号 14 层
联系电话：010 - 85006688
传 真：010 - 85006688

- (3) 公司名称：威龙葡萄酒股份有限公司
公司地址：山东省龙口市环城北路 276 号
联系电话：0535 - 8955876
传 真：0535 - 8955876

- (4) 公司名称：中信国安葡萄酒业股份有限公司
公司地址：新疆维吾尔自治区乌鲁木齐市红山路 39 号
联系电话：0991 - 8881238
传 真：0991 - 8882439

- (5) 公司名称：通化葡萄酒股份有限公司
公司地址：吉林省通化市前兴路 28 号
联系电话：0435 - 3948468
传 真：0435 - 3949616

- (6) 公司名称：甘肃莫高实业发展股份有限公司
公司地址：甘肃省兰州市城关区高新技术产业开发区一号园区
联系电话：0931 - 8776219
传 真：0931 - 4890543

- (7) 公司名称：中法合营王朝葡萄酿酒有限公司
公司地址：天津市北辰区津围公路 29 号
联系电话：0222 - 6998888
传 真：0222 - 6990996

(8) 公司名称：贵州茅台酒厂（集团）昌黎葡萄酒业有限公司
 公司地址：河北省秦皇岛市昌黎东部工业园区
 联系电话：0335 - 2186299
 传 真：0335 - 2186919

(9) 公司名称：宁夏西夏王葡萄酒业有限公司
 公司地址：宁夏永宁县玉泉葡萄小镇大街 1 号
 联系电话：0951 - 8450198
 传 真：0335 - 8450159

(10) 公司名称：香格里拉酒业股份有限公司
 公司地址：北京市东城区白桥大街 15 号嘉禾国信大厦 8 层
 联系电话：010 - 56969000
 传 真：010 - 56969800

其他已知的国内同类产品的生产企业名单请参见“附件二：关于葡萄酒生产企业会员单位的情况说明”。

4、申请提出之日前申请人同类产品的产量占同期国内同类产品总产量的比例

数量单位：万千升

期间	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
申请人代表的同类产品合计产量	62.00	64.00	48.00	45.00	38.00
国内同类产品总产量	116.11	105.66	67.91	50.67	45.15
申请人代表的同类产品合计产量 占国内同类产品总产量比例	53.40%	60.57%	70.68%	88.81%	84.16%

注：（1）申请人代表的会员企业同类产品合计产量数据请参见附件二；

（2）国内同类产品总产量数据参见“附件五：关于国内葡萄酒产业生产经营状况的说明”。

根据上述数据统计显示，2015 年、2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年，申请人代表的同类产品合计产量占同期国内同类产品总产量的比例均超过 50%。根据《反倾销条例》的规定，申请人有权代表国内葡萄酒产业提起本次反倾销调查申请。

（二）国内葡萄酒产业介绍

葡萄酒是以鲜葡萄或葡萄汁为原料，经全部或部分发酵酿制而成的发酵酒，主要作为饮料酒供人消费。

中国葡萄酒的工业化道路始于 1892 年“张裕酿酒公司”的创办，但在战乱年代发展步履维艰。1949 年新中国成立时，整个国内葡萄酒的产量仅仅只有 84 千升。之后，经过国家以及各方的努力，葡萄酒产业才重获新生。发展至今，我国葡萄酒产业已经形成了一定的生产规模。而且，葡萄酒产业在获得发展的同时，对于增加当地农民就业和收入、繁荣地方经济、促进民族融合和社会稳定都起到了重要作用，产生了明显的社会效益和经济效益。

根据有关数据统计，目前我国有数百家葡萄酒生产企业，涉及 20 多个省、自治区、直辖市，主要产区分布在山东、河北、宁夏、新疆、甘肃等地。由于土壤、气候、地貌等不同特点，各产区已经形成各具特色的酿酒葡萄品种和葡萄酒产品。与此同时，国内葡萄酒生产企业也在朝着规模化、集团化的方向发展，如烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司、中粮长城酒业有限公司、威龙葡萄酒股份有限公司、中信国安葡萄酒业股份有限公司等，都已经各具规模、各具品牌，在国内市场上均具有较强的代表性和影响力。

虽然产业规模不断发展壮大，但是近年来受进口产品的冲击和影响，国内葡萄酒总产量呈下滑趋势。根据国家统计局的统计数据，2015 年至 2019 年，国内葡萄酒总产量分别为 116.11 万千升、105.66 万千升、67.91 万千升、50.67 万千升和 45.15 万千升，2019 年比 2015 年累计大幅减少 61.11%。

在消费市场上，按涉案产品范围统计，2015 年至 2019 年的葡萄酒表观消费量呈下降趋势，分别为 154.94 万千升、152.86 万千升、122.24 万千升、100.94 万千升和 90.45 万千升。虽然实际需求量没有官方统计数据，但从各方反映的情况来看，我国葡萄酒消费市场仍整体向好。根据相关媒体报道援引的 OIV¹数据分析，中国市场葡萄酒消费量全球排名第五，是全球葡萄酒消费增长最快的几个国家之一。按 2019 年全球消费量 2440 万千升计算，全球人均消费量 3.2 升左右，消费量排名前四的美国、法国、意大利和德国的人均消费量分别达到了 10.1 升、39.5 升、37.5 升和 24.5 升。相比之下，我国人均消费量只有 0.6 升左右，不仅低于全球人均消费水平，更是远远低于主要消费国家人均消费水平。因此，中国葡萄酒消费市场具有增长的潜力，尤其是未来随着主流消费人群的代际更替以及消费升级的影响，我国葡萄酒市场的容量将继续扩大。

¹ 请参见相关媒体报道，网址为 <http://www.winechina.com/html/2020/04/202004300821.html>。该报道援引了国际葡萄与葡萄酒组织（OIV）的相关数据分析。

作为酒类消费大国和新兴的葡萄酒消费市场，中国市场成为了包括澳大利亚在内的全球葡萄酒主要生产国关注的重点。近年来，为了抢占和扩大在中国的市场份额，澳大利亚葡萄酒厂商不惜采取低价、降价的手段向中国大量出口葡萄酒产品。

根据中国海关数据统计，2015年以来，澳大利亚申请调查产品的进口“量增价跌”行为非常明显。其中：进口数量由2015年的5.67万千升增至2019年的12.08万千升，大幅增长113%；进口价格则由2015年的7,759美元/千升下降至2019年的6,723美元/千升，累计下降13.36%；随着进口数量的大幅增长，所占中国市场份额亦由2015年的3.66%增长至2019年的13.36%，累计提高了9.70个百分点。

在进口数量持续大幅增长、市场份额持续上升、相对于国内同类产品总产量的比例持续提高、而进口价格下降且存在倾销（倾销幅度高达202.70%）的背景之下，申请调查产品的不公平进口行为严重破坏了国内市场秩序，已经对国内产业造成了严重的冲击和影响：

一方面，国内产业同类产品的产量由2015年的116.11万千升下降至2019年的45.15万千升，大幅减少61.11%。另一方面，无论是国家发改委的监测价格，还是相关上市公司披露的价格数据，国内产业同类产品的销售价格均总体呈下降趋势，且受到了进口产品的压低和抑制。在数量和价格都受到不利影响的连锁反应下，国内产业同类产品所占市场份额由2015年的74.43%大幅下降至2019年的49.58%，大幅下降了24.85个百分点，销售收入由2015年的466.05亿元下降至2019年的145.09亿元，大幅减少了68.87%，利润由2015年的52.14亿元下降至2019年的10.58亿元，大幅减少了79.71%。这些事实表明，国内产业的生产状况和经营状况正在急剧恶化，澳大利亚申请调查产品的大量低价倾销正在对国内产业造成损害。

基于上述情况以及申请书下文所述的其他相关理由，申请人认为：澳大利亚申请调查产品的大量低价倾销是国内产业遭受实质损害的原因，澳大利亚申请调查产品的倾销行为与国内产业遭受的损害之间具有明显的关联关系。为此，申请人代表国内葡萄酒产业紧急提出对澳大利亚申请调查产品开展反倾销调查申请，以维护国内产业的合法权益。

（三） 寻求的其它进口救济

截至目前，针对原产于澳大利亚的进口葡萄酒产品，除本次提出反倾销调查申请之外，国内葡萄酒产业没有根据《中华人民共和国对外贸易法》及其他相关法律规定，对其提出过任何其他贸易救济申请、也没有采取或作出任何其它进口救济的法律行动。

(四) 申请调查产品的已知的生产商、出口商和进口商的情况

申请人在合理可获得的信息和资料的基础上，提供如下已知的申请调查产品的生产商、出口商和进口商名单：

1、生产商

- (1) 企业名称： Treasury Wine Estates Limited
地 址： 58 Queensbridge Street,Southbank,VIC 3006, Australia
联系电话： +61 (3) 8533 3000
传 真： +61 (3) 9690 5196
官方网站： <https://www.tweglobal.com>

- (2) 企业名称： Australian Vintage Limited
地 址： 275 Sir Donald Bradman Drive, Cowandilla,SA 5033, Australia
联系电话： +61 (8) 8172 8333
传 真： +61 (8) 8172 8399
官方网站： <https://www.australianvintage.com>

- (3) 企业名称： Casella Wines Pty Limited
地 址： Level 5, 460 Pacific Hwy, St Leonards, NSW, 2065
联系电话： +61 (2) 9330 4700
传 真： +61 (2) 6961 3099
官方网站： <https://www.casellafamilybrands.com>

- (4) 企业名称： Accolade Wines Australia Limited
地 址： Reynell Road, Reynella, SA, Australia
联系电话： +61 (8) 8392 2222
传 真： +61 (8) 8392 2154
官方网站： <http://www.accolade-wines.com>

- (5) 企业名称： The Yalumba Wine Company
地 址： 40 Eden Valley Road, Angaston SA 5353, Australia
联系电话： +61 (8) 8561 3309
传 真： +61 (8) 8561 3393

官方网站: <https://www.yalumba.com/>

- (6) 企业名称: South Australian Wine Group Pty Ltd
地 址: 1 Butler St, Port Adelaide, South Australia 5015, Australia
联系电话: +61 (8) 8447 2566
传 真: +61 (8) 8447 2588
官方网站: <https://www.sawinegroup.com.au/>
- (7) 企业名称: The Wine Company Pty Ltd
地 址: 6 Expo Court Mt Waverley VIC 3149, Australia
联系电话: +61 (3) 9562 3900
传 真: +61 (3) 9562 3839
官方网站: <https://wineco.com.au/>
- (8) 企业名称: The Truffle & Wine Co.
地 址: 490 Seven Day Road, Manjimup, WA 6258, Australia
联系电话: +61 (8) 9777 2474
传 真: +61 (8) 9777 2820
官方网站: <http://truffleandwine.com.au/>
- (9) 企业名称: Wingara Wine Group
地 址: Level 1, 166 Albert Road South Melbourne VIC 3205, Australia
联系电话: +61 (3) 9682 5000
传 真: +61 (3) 9682 5200
官方网站: <https://www.wingara.com.au/>
- (10) 企业名称: Stoney Rise Wine Company
地 址: 96 Hendersons Lane Gravelly Beach, TAS 7276, Australia
联系电话: +61 (3) 6394 3678
传 真: +61 (3) 6394 3684
官方网站: <http://www.stoneyrise.com/>

2、出口商

根据申请人的了解, 上述主要生产商本身从事出口业务, 即亦为出口商。

3、进口商

根据申请人所掌握的情况，国内主要进口商的情况及其进口的具体资料，如合同、提单副本、商业发票、箱单及通讯地址等，在中华人民共和国海关均有备案。申请人在最大可能程度，提供以下所知的国内进口商的资料和信息。

国内已知的进口商包括但不限于如下企业：

- (1) 公司名称：安徽安粮实业发展有限公司
公司地址：合肥市金寨路 389 号盛安广场 13 楼
联系电话：0551-2831025
传 真：0551-2831057
- (2) 公司名称：广州龙程酒业有限公司
公司地址：广州市白云区鹤联路 233 号
联系电话：020-86269666
传 真：020-86269975
- (3) 公司名称：圣皮尔精品酒业（上海）有限公司
公司地址：中国（上海）自由贸易试验区日樱北路 499 号
联系电话：021-60561999
传 真：021-64453202
- (4) 公司名称：上海市食品进出口有限公司
公司地址：上海市四川北路 525 号 1002 室
联系电话：021-63571801
传 真：021- 63571806
- (5) 公司名称：江苏赫柏湾酒业有限公司
公司地址：南京市秦淮区光华东街 6 号世界之窗创意产业园 18 幢-3-3
联系电话：025-84629816
传 真：025-84629579
- (6) 公司名称：建发物流（上海）有限公司

公司地址：上海市奉贤区四团镇川南奉公路 8123 号 2 号楼 408 室
联系电话：021-61635160
传 真：021-61635155

- (7) 公司名称：鸿速实业（上海）有限公司
公司地址：上海市外高桥保税区泰谷路 169 号 B 座 304 室
联系电话：021-58660798
- (8) 公司名称：保乐力加（中国）酒业有限公司
公司地址：中国（上海）自由贸易试验区基隆路 6 号 8 楼 825 室
联系电话：021-63906088
- (9) 公司名称：广州高树贸易有限公司
公司地址：广东省广州市广州体育西路 111 号建和中心 6C
联系电话：020-38267278

二、 申请调查产品的具体描述和申请人申请对涉案产品的调查范围

（一） 申请调查产品的具体描述

中文名称：装入 2 升及以下容器的葡萄酒

英文名称：Wines in containers holding 2 liters or less

产品描述：申请调查产品是以鲜葡萄或葡萄汁为原料，经全部或部分发酵酿制而成的装入 2 升及以下容器的葡萄酒。

主要用途：主要作为饮料酒供人消费。

（二） 申请调查产品的原产地、出口国

申请调查范围：原产于澳大利亚并向中国出口的葡萄酒产品。

（三） 申请调查产品在中华人民共和国关税税则中的序号（税则号）

申请调查产品在中华人民共和国关税税则中列为：22042100。

（参见“附件六：中华人民共和国海关进出口税则，2015—2019年版”）

（四） 申请调查产品的进口关税税率、增值税和监管条件

进口关税税率：2015年，申请调查产品适用最惠国税率，为14%；2016年至2019年，申请调查产品适用协定税率，分别为8.4%、5.6%、2.8%和0。

增值税税率：2015年至2018年4月30日适用的增值税税率为17%，2018年5月1日起适用的增值税税率为16%，2019年4月1日起适用的增值税税率为13%。

（参见“附件六：中华人民共和国海关进出口税则，2015—2019年版”）

消费税税率：2015年至2019年，申请调查产品适用的消费税税率为10%。

（参见“附件七：消费税税目税率表”）

三、 国内同类产品的具体描述以及与申请调查产品的比较

（一） 国内同类产品的具体描述

中文名称：装入2升及以下容器的葡萄酒

英文名称：Wines in containers holding 2 liters or less

产品描述：国内同类产品是以鲜葡萄或葡萄汁为原料，经全部或部分发酵酿制而成的装入2升及以下容器的葡萄酒。

主要用途：主要作为饮料酒供人消费。

（二） 申请调查产品与国内产业同类产品之比较

1、 国内同类产品与申请调查产品在理化特性与产品质量的相同性或相似性

国内同类产品和申请调查产品均能满足相关葡萄酒规范中的基本理化或感官要求，在中国市场上流通都应当执行现行《葡萄酒国家标准》（GB15037-2006）。

葡萄酒种类繁多，但国内同类产品和申请调查产品相同或相似的品种，在主要的理化指标（比如酒精度、总糖、柠檬酸、干浸出物等）以及感官要求（外观色泽、澄清程度、起泡程度、香气和滋味等方面）通常不会存在实质性的区别，并可以按照色泽、含糖量、二氧化碳含量等不同分类方法对葡萄酒产品进行归类。

在产品质量方面，不同国家、不同企业对于其葡萄酒产品通常会有各自的质量分类标准，由于质量标准会存在差异，这会造成国内同类产品和申请调查产品难以一一对应并进行比较。而且，即使是相同葡萄品种生产出来的葡萄酒，由于原料、土壤、气候、成熟度、酿酒方式的差异，也会存在一定的质量差异。但是，所有葡萄酒在最基本的原料和生产工序方面都是相同的，均以鲜葡萄或葡萄汁为原料，经全部或部分发酵酿制而成的发酵酒，符合葡萄酒的基本物化特性。

2、国内同类产品与申请调查产品的外观和包装方式的相同或相似性

葡萄酒的品种较多，从外观色泽来看，主要可以分为白葡萄酒、红葡萄酒和桃红葡萄酒。白葡萄酒近似无色、微黄带绿、浅黄、禾秆黄或金黄色，红葡萄酒则呈紫红、深红、宝石红、红微带棕色或棕红色，桃红葡萄酒则呈桃红、淡玫瑰红或浅红色。相同品种的葡萄酒，国内同类产品和申请调查产品在外观上不存在实质性的差异。

在包装上，无论是国内同类产品还是申请调查产品，大部分以 750ml 标准玻璃瓶进行包装，也有 350ml、500ml、700ml 等不同容量的包装。

3、国内同类产品与申请调查产品在原材料方面的相同或相似性

国内同类产品与申请调查产品在生产过程中所使用的主要原材料均为鲜葡萄或葡萄汁，不同葡萄酒所使用的葡萄品种存在一定的差异。另外，申请调查产品和国内同类产品的部分厂商也直接外购葡萄原酒进行生产，但葡萄原酒最初也是由鲜葡萄酿造而成。

根据申请人的初步了解，澳大利亚葡萄品种大部分从欧洲或南非引进，酿造红葡萄酒的品种主要包括西拉、赤霞珠、黑比诺、歌海娜、马尔贝克等，酿造白葡萄酒的主要品种包括霞多丽、长相思、雷司令等。我国酿酒葡萄品种大部分也从欧洲引进，酿酒葡萄品种与澳大利亚申请调查产品不存在实质性区别，主要包括赤霞珠、美乐、蛇龙珠、霞多丽、

长相思、贵人香、雷司令等通用品种。由于气候、土壤、种植技术等因素影响，不同地区产出的葡萄在质量会存在差异，进而会对葡萄酒的质量产生影响，但不会改变葡萄酒的基本物化特性。

基于上述事实，申请人认为，国内同类产品与申请调查产品所使用的原料不存在实质性的区别。

4、国内同类产品与申请调查产品的生产工艺流程的相同或相似性

国内同类产品和申请调查产品的生产工艺原理相同，都是以鲜葡萄或葡萄汁为原料，对其全部或部分进行发酵转化成葡萄原酒，然后进行稳定处理、澄清、调配、冷冻、过滤等工艺处理，最终获得成品葡萄酒。但是，在具体生产过程中，不同品种葡萄酒的生产工艺各有差异，为提起本次申请之目的，申请人仅以红葡萄酒和白葡萄酒的工艺情况为例，进行如下说明：

红葡萄酒：葡萄原料经过分选，进行除梗破碎，将葡萄果酱入罐后进行酒精的主发酵，然后开罐将皮渣进行分离和压榨，倒灌进行二次发酵，将酒中的苹果酸转化为乳酸，发酵结束后即成为红葡萄原酒，然后通过贮存、稳定处理、澄清、调配、冷冻或过滤等工艺处理，全指标合格的红葡萄酒便可进行灌装，并装箱入库。

白葡萄酒：葡萄原料经过分选，进行压榨，将葡萄汁入罐，经澄清后进行发酵，发酵过程中的糖分将全部或部分转化为酒精，发酵结束获得白葡萄原酒，然后通过贮存、澄清、调配、冷冻、过滤等工艺处理，全指标合格的白葡萄酒便可进行灌装，并装箱入库。

国内同类产品和申请调查产品在加工过程及生产工艺方面无明显差异。国内同类产品和申请调查产品主要采用大规模生产的现代化生产设备，包括葡萄分选设备、除梗破碎机、发酵罐、压榨机、离心机、冷冻机、板框过滤机、硅藻土过滤机以及酒泵等设备，与澳大利亚申请调查产品的生产设备类似。另外，优于传统习惯和地域性的特点，国内生产企业和澳大利亚生产企业也部分采用传统的葡萄酒酿造工艺，但工艺原理跟采用现代化设备生产是相同的，不存在实质性的差异。

5、国内同类产品与申请调查产品在消费领域和最终用途的相同或相似性

国内同类产品和申请调查产品在国内市场上的消费领域和最终用途基本相同，二者均作为饮料酒主要供人消费，一般通过商店、超市、专卖店、网络销售、餐饮、娱乐场等方

式面向消费者。

6、国内同类产品与申请调查产品在销售渠道和客户群体的相同或相似性

申请调查产品一般通过海运集装箱方式从国内各大港口进入中国市场，然后通过直销、代销或网络销售等方式流入各地市场。国内同类产品在国内市场上也主要通过直销、代销或网络销售等销售渠道进行流通。而且，国内同类产品和申请调查产品在国内市场上互相竞争，针对相同的消费群体，商店、超市、专卖店、餐饮、娱乐场等渠道等单位通常既会提供国内同类产品，也会提供申请调查产品。因此，国内同类产品和申请调查产品在销售渠道和销售地域上具有相同性或重叠性，并且互相竞争。

7、结论

综上所述，申请人认为，申请调查产品和国产葡萄酒在基本的物化特性、外观包装、生产工艺、主要用途、销售渠道、销售地域和客户群体等方面不存在实质性差异，相互之间存在竞争和替代性，属于同类产品。

四、 申请调查产品的进口基本情况

（一） 申请调查产品的进口数量变化情况

1、 申请调查产品绝对进口数量变化情况

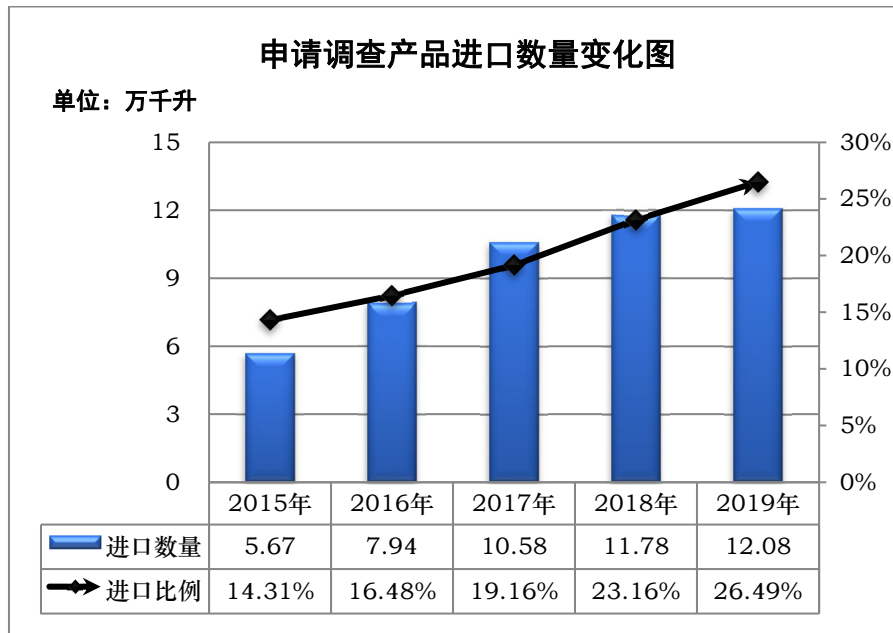
申请调查产品的进口数量变化表

数量单位：千升

期间	国别	进口数量	数量所占比例	数量变化幅度
2015 年	中国总进口	396,141	100.00%	-
	澳大利亚	56,681	14.31%	-
2016 年	中国总进口	481,778	100.00%	21.62%
	澳大利亚	79,385	16.48%	40.05%
2017 年	中国总进口	552,319	100.00%	14.64%
	澳大利亚	105,826	19.16%	33.31%
2018 年	中国总进口	508,739	100.00%	-7.89%
	澳大利亚	117,845	23.16%	11.36%
2019 年	中国总进口	456,018	100.00%	-10.36%
	澳大利亚	120,812	26.49%	2.52%

注：（1）上表数据来源请参见“附件八：葡萄酒海关进出口数据统计”；

（2）数量所占比例 = 申请调查产品进口数量 / 中国总进口数量。



申请调查期内，申请调查产品的进口数量呈持续大幅增长趋势。2015年至2019年，进口数量分别为5.67万千升、7.94万千升、10.58万千升、11.78万千升和12.08万千升，2016年、2017年、2018年和2019年与上年相比分别增长40.05%、33.31%、11.36%和2.52%，2019年比2015年累计大幅增长113%。

同期，申请调查产品所占中国总进口数量的比例也呈持续上升趋势，2015年至2019年所占进口比例分别为14.31%、16.48%、19.16%、23.16%和26.49%，2019年比2015年累计大幅提高了12.18个百分点。

2、 申请调查产品相对进口数量变化情况

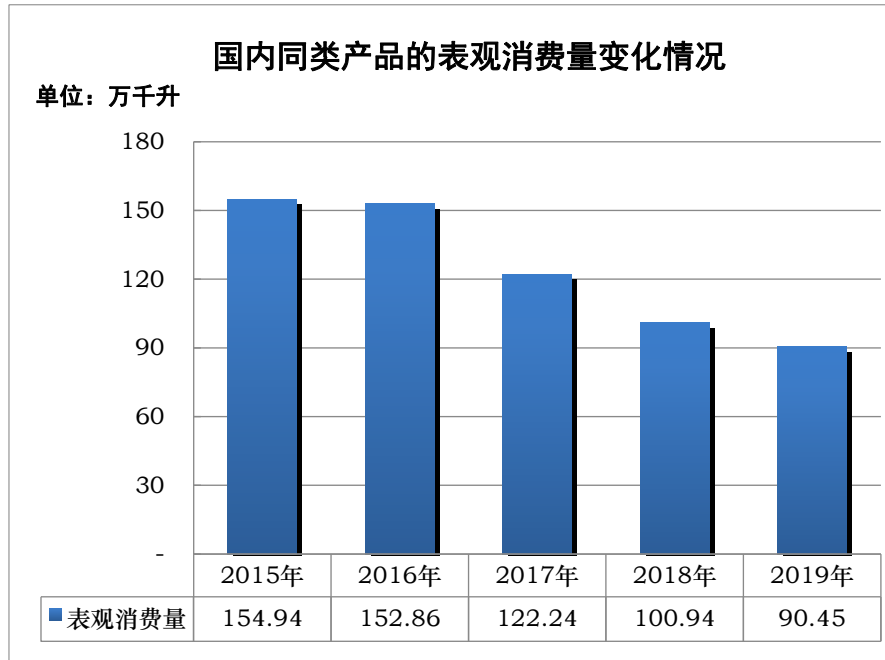
2.1 国内同类产品的表现消费量变化情况

国内同类产品的表现消费量变化情况

数量单位：千升

期间	中国总产量	中国总进口量	中国总出口量	中国表现消费量	变化幅度
2015年	1,161,100	396,141	7,793	1,549,448	-
2016年	1,056,600	481,778	9,796	1,528,582	-1.35%
2017年	679,100	552,319	9,063	1,222,356	-20.03%
2018年	506,700	508,739	6,053	1,009,386	-17.42%
2019年	451,500	456,018	2,991	904,527	-10.39%

- 注：（1）中国葡萄酒总产量数据请参见“附件五：关于国内葡萄酒产业生产经营状况的说明”，进出口量数据请参见“附件八：葡萄酒海关进出口数据统计”；
- （2）表观消费量 = 中国总产量 + 中国总进口量 - 中国总出口量。



申请调查期内，国内葡萄酒的表观消费量呈下降趋势，2015年至2019年的表观消费量分别为154.94万千升、152.86万千升、122.24万千升、100.94万千升和90.45万千升，2016年、2017年、2018年和2019年与上年相比分别减少了1.35%、20.03%、17.42%和10.39%，2019年比2015年累计减少41.62%。

由于实际需求量没有官方统计数据，但从各方反映的情况来看，我国葡萄酒消费市场仍整体向好。根据相关媒体报道援引的 OIV 数据分析，中国市场葡萄酒消费量全球排名第五，是全球葡萄酒消费增长最快的几个国家之一。按 2019 年全球消费量 2440 万千升计算，全球人均消费量 3.2 升左右，消费量排名前四的美国、法国、意大利和德国的人均消费量分别达到了 10.1 升、39.5 升、37.5 升和 24.5 升。相比之下，我国人均消费量只有 0.6 升左右，不仅低于全球人均消费水平，更是远远低于主要消费国家人均消费水平。因此，中国葡萄酒消费市场具有增长的潜力，尤其是未来随着主流消费人群的代际更替以及消费升级的影响，我国葡萄酒市场的容量将继续扩大。

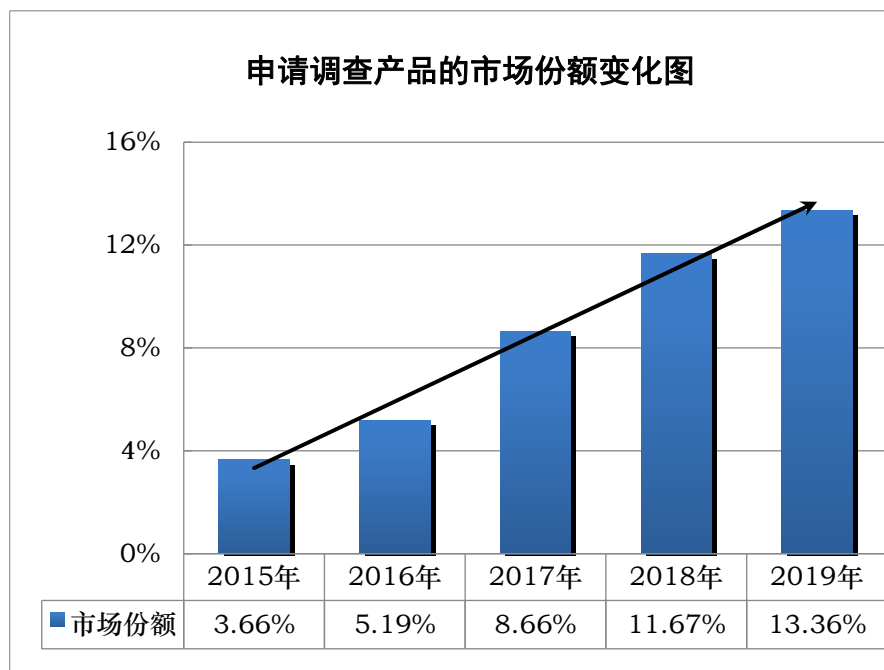
2.2 申请调查产品的市场份额变化情况

申请调查产品所占中国市场份额的变化表

数量单位：千升

期间	申请调查产品 进口数量	中国葡萄酒 表观消费量	申请调查产品 市场份额	增减百分点
2015年	56,681	1,549,448	3.66%	-
2016年	79,385	1,528,582	5.19%	上升 1.54 个百分点
2017年	105,826	1,222,356	8.66%	上升 3.46 个百分点
2018年	117,845	1,009,386	11.67%	上升 3.02 个百分点
2019年	120,812	904,527	13.36%	上升 1.68 个百分点

注：申请调查产品市场份额 = 申请调查产品进口数量 / 中国葡萄酒表观消费量。



申请调查期内，随着进口数量的持续大幅增长，申请调查产品所占中国市场份额呈持续上升趋势。2015年至2019年，市场份额分别为3.66%、5.19%、8.66%、11.67%和13.36%，2016年、2017年、2018年和2019年与上年相比分别提高了1.54个百分点、3.46个百分点、3.02个百分点和1.68个百分点，2019年比2015年累计提高了9.70个百分点，且处于整个申请调查期的最高水平。

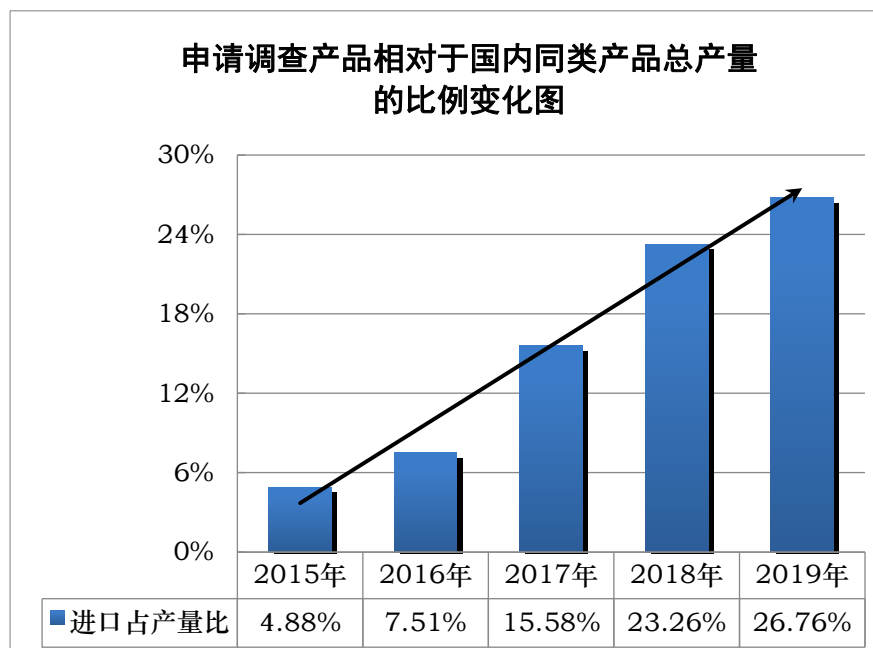
2.3 申请调查产品的进口量相对于国内同类产品总产量的变化情况

申请调查产品所占国内同类产品总产量的变化表

数量单位：千升

期间	申请调查产品 进口数量	国内同类产品 总产量	申请调查产品占国内 同类产品总产量的比例	增减百分点
2015年	56,681	1,161,100	4.88%	-
2016年	79,385	1,056,600	7.51%	上升 2.63 个百分点
2017年	105,826	679,100	15.58%	上升 8.07 个百分点
2018年	117,845	506,700	23.26%	上升 7.67 个百分点
2019年	120,812	451,500	26.76%	上升 3.50 个百分点

注：申请调查产品占国内同类产品总产量的比例 = 申请调查产品进口数量 / 国内同类产品总产量。



申请调查期内，随着进口数量的持续大幅增长，申请调查产品相对于国内同类产品总产量的比例也在持续提高。2015年至2019年，所占比例分别为4.88%、7.51%、15.58%、23.26%和26.76%，2016年、2017年、2018年和2019年与上年相比分别提高2.63个百分点、8.07个百分点、7.67个百分点和3.50个百分点，2019年比2015年累计提高了21.88个百分点，且处于整个申请调查期的最高水平。

（二） 申请调查产品的进口价格变化情况

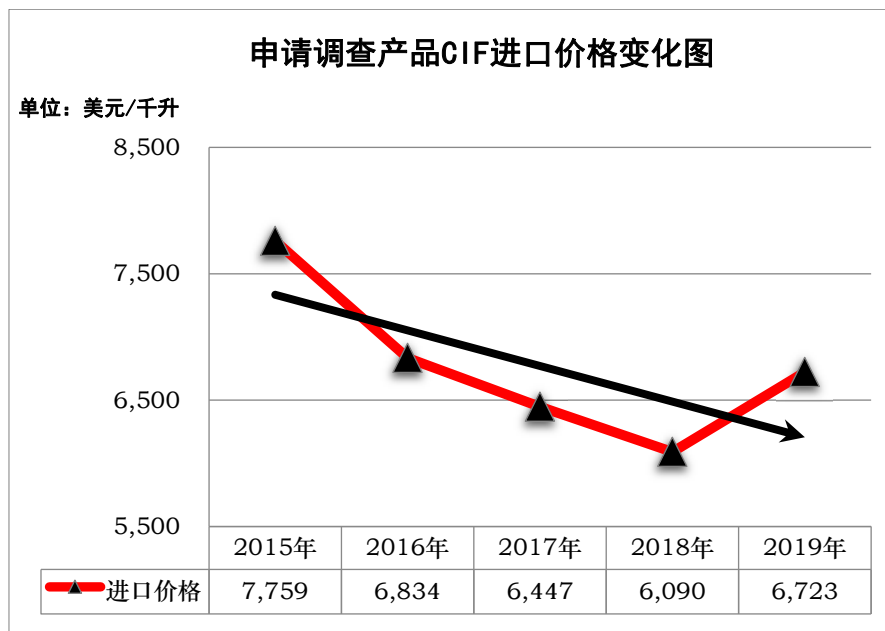
申请调查产品进口价格变化情况

单位：千升，美元，美元/千升

期间	国别	进口数量	进口金额	进口价格	价格变化幅度
2015年	中国总进口	396,141	1,878,320,951	4,742	-
	澳大利亚	56,681	439,807,206	7,759	-
2016年	中国总进口	481,778	2,194,981,117	4,556	-3.91%
	澳大利亚	79,385	542,542,756	6,834	-11.92%
2017年	中国总进口	552,319	2,552,695,824	4,622	1.44%
	澳大利亚	105,826	682,275,226	6,447	-5.67%
2018年	中国总进口	508,739	2,574,643,489	5,061	9.50%
	澳大利亚	117,845	717,682,271	6,090	-5.54%
2019年	中国总进口	456,018	2,192,008,491	4,807	-5.02%
	澳大利亚	120,812	812,200,451	6,723	10.39%

注：（1）上表数据来源请参见“附件八：葡萄酒海关进出口数据统计”；

（2）进口价格=进口金额/进口数量。



申请调查期内，申请调查产品的进口价格总体呈下降趋势。2015年至2019年，申请调查产品的进口价格分别为7,759美元/千升、6,834美元/千升、6,447美元/千升、6,090美元/千升和6,723美元/千升，2016年比2015年下降11.92%，2017年比2016年下降5.67%，2018年比2017年下降5.54%，2018年比2015年大幅下降21.51%，2019年比2018年上涨10.39%，但仍比2015年累计下降13.36%。

在进口数量持续大幅增长、市场份额持续上升、相对于国内同类产品总产量的比例也在持续上升的情况下，申请调查产品的降价行为对国内产业造成了巨大的冲击。如下文所述，国内产业同类产品受到了明显的价格压低和价格抑制，利润总额持续下滑，对国内同类产品的生产经营状况造成了冲击和损害（具体参见下文“申请调查产品对国内产业相关经济指标或因素的影响”部分的分析和说明”）。

五、 申请调查产品的倾销情况

根据申请人目前掌握的初步证据表明，原产于澳大利亚的进口申请调查产品存在倾销行为。以下，申请人申请以2019年1月1日至2019年12月31日为本案的倾销调查期间，根据目前掌握的资料和数据，初步估算原产于澳大利亚的进口葡萄酒产品的倾销幅度。

（一） 澳大利亚申请调查产品的倾销情况

1、 倾销幅度的计算方法

（1）受限于资料，申请人无法详细了解原产于澳大利亚的申请调查产品在 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间内向中国出口的具体交易价格，申请人暂根据我国海关统计数据计算出的加权平均价格作为计算其出口价格的基础。

（2）如第（二）部分所述，初步证据表明，澳大利亚国内葡萄酒市场存在特殊市场状况，导致同类产品的生产成本和价格存在不可比。因此，申请人恳请调查机关对本案中影响澳大利亚申请调查产品倾销幅度计算的非市场状况进行调查，以确保认定正常价值中所使用的生产成本和价格数据未受市场扭曲，具有可比性。鉴于澳大利亚从中国进口的葡萄酒产品不存在扭曲澳大利亚市场的情形，申请人暂以澳大利亚从中国进口葡萄酒的价格作为其正常价值计算的基础。

（3）基于上述调整前的出口价格以及正常价值，申请人进行适当的调整，并在同一贸易环节的水平上进行比较，进而估算原产于澳大利亚的进口申请调查产品的倾销幅度。

（4）申请人根据进一步的资料和信息收集，对出口价格和正常价值以及倾销幅度的计算保留进一步变动和主张的权利。

2、 申请调查产品的出口价格

(1) 调整前的进口价格

单位：千升、美元、美元/千升

2019 年	出口数量	出口金额	出口价格
澳大利亚	120,812	812,200,451	6,723

注：（1）数据来于“附件八：葡萄酒海关进出口数据统计”；

（2）出口价格 = 出口金额 / 出口数量。

(2) 价格调整

根据法律规定，关于价格调整 and 价格比较，申请人应当对正常价值、出口价格在销售条件、条款、税收、贸易环节、数量、物理特征等方面做适当调整，在对正常价值和出口价格进行比较时，应当尽可能在同一贸易环节、相同时间的销售上进行。

为估算倾销幅度之目的，申请人进行下列调整：

A、进口关税、增值税、进口商利润的适当调整

由于申请人了解到的出口价格是根据中国海关进口统计的数量和金额计算所得，是加权平均 CIF 价格，并不包括进口关税、增值税等，此项调整不应适用。

B、销售条件和贸易环节的适当调整

由于申请人了解到的出口价格是加权平均 CIF 出口价格，为了和正常价值在出厂价的水平上进行比较，应该在上述价格的基础上扣除从澳大利亚从出厂到中国的各种环节费用，包括国际运费、国际保险费、港口杂费、出口国运费、出口国保费、包装费、折扣、佣金、信用成本、仓储、商检费和其它费用等等。总体而言，上述环节费用大致可以分为澳大利亚到中国的境外环节费用和境内环节费用。

关于境外环节费用，根据申请人的了解，申请调查产品主要通过集装箱进行海上运输。为了对海运费和保险费进行合理调整，申请人暂以初步获得的澳大利亚港口到中国港口的海运费价格和以及中国到大洋洲的保险费率作为基础对出口价格进行调整。根据申请人获得的初步证据，20 尺集装箱从澳大利亚到中国大陆的平均海运费为 1081 美元/柜，按照每 20 尺集装箱可以装载 12,000 瓶葡萄酒，每瓶 750ml 计算，折每柜装载 9 千升葡萄酒，因此平均海运费单价为 120 美元/千升。根据国际惯例，保险费是根据货物 CIF 价值的 110% 进行计算，保险费 = CIF 价格 * 110% * 保险费率，中国到大洋洲的保险费率为 0.35%。关于

其他费用，根据稳健原则，暂不扣除。（请参见“附件九：海运费和保险费报价”）

关于境内环节费用，申请人暂无法获得申请调查产品在澳大利亚实际发生的境内环节费用。但是，为了对境内环节费用进行合理调整，申请人暂以从世界银行集团（World Bank Group）了解到的澳大利亚的出口贸易境内环节费用（包括准备文件、清关费用、装卸费、内陆运输费等）作为基础对出口价格进行调整。根据世界银行集团的报告（相关证据请参见“附件十：世界银行集团关于澳大利亚贸易环节费用报告”），澳大利亚境内环节费用合计为 1555 美元。按照 20 尺的集装箱每柜可以装载 12,000 瓶葡萄酒，每瓶 750ml 计算，折每柜装载 9 千升葡萄酒，申请调查产品的境内环节费用约为 173 美元/千升。

由此，本项调整如下：

单位：美元/千升

2019 年	出口价格调整
澳大利亚	$6,723 - 120 - 6,723 * 110\% * 0.35\% - 173$

C、销售数量和物理特征等其它方面的调整

由于澳大利亚生产并向中国出口销售的葡萄酒数量均具有代表性和可比性，而且在理化特性等方面基本相同，此项调整暂不应考虑。

（3）调整后的出口价格

经过上述调整，调整后出口价格为：

单位：美元/千升

2019 年	调整后的出口价格
澳大利亚	6,404

3、申请调查产品的正常价值

（1）澳大利亚自中国的进口葡萄酒价格

根据申请人的了解，如第（二）部分所述，澳大利亚国内葡萄酒市场存在特殊市场状况，导致同类产品的生产成本和价格存在不可比。鉴于中国葡萄酒产品对澳大利亚出口具有商业的独立性，未受澳大利亚产业政策、扶持措施的干预，申请人暂以澳大利亚从中

国进口的葡萄酒的价格作为其正常价值计算的基础。2019 年，澳大利亚从中国进口同类产品的价格如下：

单位：升、美元、美元/千升

期间	进口数量	进口金额	进口价格
2019 年	3,844	77,000	20,031

注：（1）数据来源：请参见“附件十一：澳大利亚从中国进口葡萄酒的统计数据”；

（2）进口价格 = 进口金额 / 进口数量*1000。

（2）价格调整

根据法律规定，关于价格调整 and 价格比较，申请人应当对正常价值、出口价格在销售条件、条款、税收、贸易环节、数量、物理特征等方面做适当调整，在对正常价值和出口价格进行比较时，应当尽可能在相同时间的销售、同一贸易环节的水平上进行。

为估算倾销幅度之目的，申请人进行下列调整。

A、销售条件和贸易环节的调整

为了计算倾销幅度之目的，申请人在到厂价的基础上和出口价格进行比较。由于申请人了解到的澳大利亚从中国进口葡萄酒的价格为市场价格，并非到厂价格，应当对销售条件和贸易环节进行调整，包括境内运费、境内保费、包装费、折扣、佣金、信用成本、仓储和其它费用等。但是，基于稳健的原则且有利于申请调查企业的考虑，申请人暂不对销售条件和贸易环节进行调整。

B、税收的调整

由于申请人了解到的澳大利亚从中国进口葡萄酒的价格为 CIF 进口价格，应对进口关税进行调整。但是，基于稳健的原则且有利于申请调查企业的考虑，申请人暂不对进口关税进行调整。

C、销售数量和物理特征等其它方面的调整

根据申请人的初步了解，由于澳大利亚同类产品从中国进口的进口数量具有代表性和可比性，此项调整暂不应考虑。

(3) 调整后的正常价值

单位：美元/千升

2019 年	调整后的正常价值
澳大利亚	20,031

4、 估算的倾销幅度

单位：美元/千升

2019 年	澳大利亚申请调查产品的倾销幅度
出口价格 (CIF)	6,723
出口价格 (调整后)	6,404
正常价值 (调整后)	20,031
倾销绝对额*	13,627
倾销幅度**	202.70%

注：（1）倾销绝对额* = 正常价值（调整后） - 出口价格（调整后）；

（2）倾销幅度** = 倾销绝对额 / 出口价格（CIF）。

(二) 澳大利亚葡萄酒非市场状况调查申请

初步证据表明，澳大利亚葡萄酒产业的发展与政府的大力支持密切相关。通过立法、产业规划以及配套各种扶持措施，澳大利亚联邦政府以及各州政府部门对葡萄酒行业进行了广泛的干预、控制和管理，导致澳大利亚葡萄酒产业存在市场扭曲的情形。这些非市场状况导致葡萄酒生产成本和价格不可比。

因此，基于以下具体的事实和说明，申请人恳请调查机关对本案中影响澳大利亚申请调查产品倾销幅度计算的非市场状况进行调查，以确保认定正常价值中所使用的生产成本和价格数据未受市场扭曲，具有可比性。

1、 干预葡萄酒产业和葡萄酒市场的有关政府部门

澳大利亚葡萄酒管理局（Wine Australia）是澳大利亚葡萄酒业的法定研究、开发、营销和监管机构，依据《2013年澳大利亚葡萄酒法》设立，主要职能是协调或资助葡萄和葡萄酒的研发，调控澳大利亚葡萄酒的出口，以及促进在澳大利亚和海外葡萄酒的销售和消费。管理局还为澳大利亚葡萄酒业免费提供出口数据，市场情报、进出口数据和其他一般信息。政府资助是澳大利亚葡萄酒管理局重要的资金来源。

澳大利亚农业、水和环境部与澳大利亚酿酒师和葡萄种植者、行业代表机构、其他政府机构和国际组织合作，向澳大利亚政府提供包括国际市场准入、税收和产业结构等与澳大利亚葡萄酒有关的事务的建议。

澳大利亚政府贸易和投资委员会（Austrade）负责在葡萄酒出口方面为澳大利亚葡萄酒业提供实用的建议或帮助。

澳大利亚税务局是澳大利亚的税收征管机构，该机构为葡萄酒生产者提供葡萄酒平衡税的税收减免优惠。

澳大利亚农业和资源经济与科学局（ABARES）是农业，水和环境部的科学和经济学研究部门。ABARES 发布许多包含有关澳大利亚葡萄酒业的有用信息和分析，为葡萄酒业提供支持。

相关州政府农业或工业部门也负责葡萄种植和葡萄酒生产的监管，包括：新南威尔士州政府第一产业部、昆士兰州政府农业和渔业部、南澳大利亚第一产业与资源、南澳大利亚的 Phylloxera 和葡萄产业委员会、塔斯马尼亚州政府第一产业公园水和环境部门、维多利亚州政府经济发展就业运输和资源部、西澳大利亚州政府农业与食品部等。

有关政府机构介绍请参见附件十五（1）。

2、政府制定了葡萄酒产业规划，干预了葡萄酒市场

澳大利亚政府对葡萄酒产业有着完整的规划体系。规划体系使其对葡萄酒业的干预更为系统化，采用了一整套干预机制，包括定量和定性的发展目标和财政支持等。

澳大利亚葡萄和葡萄酒行业与葡萄酒管理局联合发布了《2050年远景规划》，规划了澳大利亚葡萄酒产业长期发展路线。与《远景规划》相一致，澳大利亚葡萄酒管理局还制定了更为详细的五年规划，包括《2015-2020年战略规划》和《2020-2025年战略规划》。五年规划为葡萄酒行业设定了发展战略规划和策略、发展重点，提供了资金分配方案，并设立了衡量是否达到发展预期的具体量化的关键绩效指标。

其中，《2015-2020年战略规划》提出了澳大利亚葡萄酒产业的两个发展重点，以及12个基本发展战略，发展重点包括（1）增加葡萄酒需求及提高葡萄酒利润；（2）提高葡萄

园、酿酒厂和葡萄酒业务的竞争力。发展战略包括（1）全球推广澳大利亚葡萄酒；（2）保护澳大利亚葡萄酒的声誉；（3）创建澳大利亚葡萄和葡萄酒的卓越品质；（4）改善资源管理和可持续性；（5）改善葡萄园的经营；（6）改善酒庄经营；（7）增强市场准入；（8）培养能力（人才培养）；（9）商业智能和管理；（10）研究成果和应用；（11）合作事宜（国内和国际股东的交流合作）以及（12）合作服务（信息服务或技术支持）。

《2020-2025 年战略规划》提出了五个基本发展战略，包括：（1）通过市场营销增加澳大利亚葡萄酒需求，并使葡萄酒溢价；（2）保护澳大利亚葡萄酒的声誉；（3）利用葡萄种植者和葡萄酒生产商出色的研究成果来提高葡萄和葡萄酒的卓越品质；（4）通过提供知识和工具来支持种植者和生产者实施环境管理实践，保证环境可持续发展；（5）通过加快采用研究成果和最佳实践来建立业务的可持续性、卓越性和领导力。该战略规划中对各项计划还提供了具体的资金分配计划，共计 6540 万澳元。

有关产业规划介绍请参见附件十五（1）。

3、政府通过一系列配套措施扶持葡萄酒产业发展

为了发展葡萄酒产业，澳大利亚联邦政府以及各州政府实施了大量扶持措施。其中，为配套上述葡萄酒产业发展规划，澳大利亚葡萄酒管理局制定了出口和区域葡萄酒一揽子扶持计划以及与扩大需求和出口相关的其他扶持措施。同时，澳大利亚联邦政府还通过优惠税率对葡萄酒征收平衡税，促使葡萄酒能够保持竞争优势。同时，在葡萄种植、农场、酒庄以及研发方面，联邦和各州政府也实施了大量的现金补贴、税收减免、贷款优惠和咨询服务。

3.1 扶持项目基本情况

- （1）葡萄酒平衡税优惠项目
- （2）出口和区域葡萄酒一揽子扶持计划
- （3）区域计划
- （4）葡萄酒旅游和酒窖门票拨款项目
- （5）管理农场风险项目
- （6）国家土地保育项目
- （7）加速商业化项目
- （8）创新连接项目
- （9）出口市场发展资助项目

- (10) 研发税收激励项目
- (11) 业务增长资助项目
- (12) 澳大利亚博士研究实习项目
- (13) 可持续农村用水和基础设施项目
- (14) 联邦农业高效灌溉促进项目
- (15) 初级生产者的供水设施三年税收抵扣项目
- (16) 干旱优惠贷款计划
- (17) 农业推进救助项目
- (18) 特殊情况利率补贴项目
- (19) 农场金融特许贷款计划
- (20) 维多利亚州农业能源投资计划
- (21) 维多利亚州区域就业基金项目
- (22) 维多利亚州食品资源资助项目
- (23) 维多利亚州区域买家吸引项目
- (24) 首都领地商业能源和用水项目
- (25) 新南威尔士州 TechVouchers 项目
- (26) 塔斯马尼亚州先进制造业创新和增长优惠券制度
- (27) 西澳大利亚州创新优惠券项目
- (28) 南澳大利亚州出口加速资助项目
- (29) 南澳大利亚州资源生产力评估项目
- (30) 南澳大利亚州区域食品激励项目
- (31) 南澳大利亚州重点区域品牌支持项目
- (32) 塔斯马尼亚州葡萄园和果园扩建项目
- (33) 南澳大利亚州河谷地区可持续发展基金项目
- (34) 南澳大利亚州默累河可持续发展计划
- (35) 维多利亚州 NVIRP 2 农场项目
- (36) 维多利亚州农场生产力改善补助金项目
- (37) 维多利亚州农业基础设施和就业基金
- (38) 新南威尔士州和昆士兰州干旱恢复优惠贷款计划
- (39) 塔斯马尼亚州更高效的灌溉支持项目
- (40) 塔斯马尼亚州农业发展优惠贷款计划

3.2 扶持项目的具体说明

(1) 葡萄酒平衡税优惠项目 (Wine equalisation tax rebate, WET)

与其他酒精饮料按酒精含量征税不同，澳大利亚政府对葡萄酒征收的平衡税(或均等税)按葡萄酒批发价值的 29%税率计征。但是，初步证据显示（附件十五（2）），一方面，澳大利亚政府对葡萄酒征收的平衡税低于其他酒精饮料²，另一方面，葡萄酒生产商还可以申请部分退税。澳大利亚政府通过税率优惠以及部分税金返还的方式，可以降低葡萄酒生产商的税收负担，直接让葡萄酒厂商获得利益。

（2） 出口和区域葡萄酒一揽子扶持计划（The Export and Regional Wine Support Package）

为发展本国葡萄酒产业，澳大利亚政府出台了出口和区域葡萄酒一揽子扶持计划（见附件十五（3））。该一揽子计划是一项高达 5000 万澳元的承诺，实施期限自 2017 年至 2020 年，由葡萄酒管理局（Wine Australia）具体负责，致力于提升澳大利亚葡萄酒对外出口，协助发展以出口为重点的企业，使葡萄酒生产企业受益。一揽子计划包括了很多扶持措施，比如：

——国际葡萄酒旅游竞争拨款（International Wine Tourism Competitive Grants）

在该扶持项目下，澳大利亚政府拨款 500 万澳元用于特定活动，包括（1）用于吸引国际游客的葡萄酒旅游营销；（2）用于吸引国际游客到特定地区的葡萄酒营销活动；（3）用于增加国际葡萄酒旅游和游客消费的葡萄酒活动；（4）基础设施（硬或软）用于建立集中的服务，产品和经验，以补充特定地区或国际葡萄酒旅游业，或直接支持国际葡萄酒旅游，并为特定地区的多个企业带来好处；（5）创新产品或服务，支持或补充国际葡萄酒旅游，并使特定地区的多个企业受益。（见附件十五（3））

——国际葡萄酒旅游州拨款（International Wine Tourism State Grants）

在该扶持项目下，澳大利亚政府拨款 500 万澳元用于特定活动，包括（1）研究指导州内葡萄酒旅游战略的发展，以促进国际葡萄酒旅游业的发展；（2）促进协作规划过程，在州内开发葡萄酒旅游策略，以促进国际葡萄酒旅游业的发展；（3）澳大利亚葡萄酒协会或澳大利亚州政府制定的战略中确定国际葡萄酒旅游活动的实施；（4）试验针对国际葡萄酒

² 根据澳大利亚税务局（Australian Taxation Office）官网披露的信息，酒精度超过 10%的饮料酒中，白兰地每升酒精含量需缴纳 81.16 澳元，其他饮料酒每升酒精含量需要缴纳 86.9 澳元。澳大利亚饮料酒的税率具体请参见网址 <https://www.ato.gov.au/Business/Excise-and-excise-equivalent-goods/Alcohol-excise/Excise-rates-for-alcohol>。

旅游增长的新措施。（见附件十五（4））

——葡萄酒出口拨款（Wine Export Grants）

该扶持项目旨在支持中小企业在中国大陆、香港，澳门及美国建立新的营销渠道，实施期限自 2018 年 1 月至 2020 年 5 月。澳大利亚政府拨款 150 万澳元用于特定的出口促进活动，以支持葡萄酒出口。另外，根据项目介绍，只有在之前财政年度内营业总额低于 2,000 万澳元且出口营业额低于 500 万澳元的葡萄酒生产商才有资格申请补贴。（见附件十五（5））

——中美营销活动（China and USA marketing activities）

在该扶持项目下，澳大利亚政府拨款 3250 万澳元用于特定的出口促进活动，旨在增加葡萄酒对中国和美国的出口。（见附件十五（6））

——能力发展项目（Capability development）

在该扶持项目下，葡萄酒管理局通过提供资金支持，开展与出口计划、市场分析、开发葡萄酒旅游产品和服务、出口市场障碍等相关的课题研讨会和研究，以便在出口准备和发展葡萄酒旅游方面提升区域葡萄酒生产商的地位、产品与服务。（见附件十二（7））

葡萄酒管理局通过上述几项扶持措施的财政拨款，可以减轻葡萄酒产业/企业的营销成本，帮助葡萄酒产业/企业提升出口，给葡萄酒产业/企业带来利益。

（3）区域计划（Regional Program）

区域计划是葡萄酒管理局（Wine Australia）的一项重要举措，旨在增加葡萄酒的需求量以及提高葡萄酒行业的竞争力。在区域计划下，政府通过一个或多个地区组成了 11 个区域，允许所有葡萄酒产区参与区域计划。在每个区域内，由州或地区葡萄酒协会负责协调。区域计划自 2017 年 7 月 1 日开始，每个区域应制定 5 年计划（2017-2022 年），并确定通过地区研究、示范项目和研究延伸来解决区域问题和推广事宜。每个澳大利亚葡萄酒产区都可以获得项目资金。可用资金的最大数额基于该产区支付的葡萄酒税的价值，较高的产区可以获得更大比例的资金总额。该项目每年向 11 个区域提供共计 72.5 万澳元的项目资金，5 年共计 362.5 万澳元。葡萄酒管理局通过财政拨款，可以减轻葡萄酒产业/企业的营销成本，帮助葡萄酒产业/企业提升市场，给葡萄酒产业/企业带来利益。（见附件十五（8））

(4) 葡萄酒旅游和酒窖门票拨款项目 (Wine Tourism and Cellar Door Grant)

该补贴项目由葡萄酒管理局 (Wine Australia) 负责实施, 是其与澳大利亚葡萄和葡萄酒业共同制定的一系列扶持措施的一部分, 也是作为上文提到的 5000 万澳元出口和区域葡萄酒一揽子扶持计划的补充。该项目旨在吸引游客参观葡萄酒区域, 带动葡萄酒发展。符合资格的葡萄酒生产商将能够获得高达 100,000 澳元的年度补助金, 用于其符合条件的国内葡萄酒销售。每个财政年度, 拨款计划的总资金上限为 1000 万澳元。葡萄酒管理局通过财政拨款, 可以减轻葡萄酒产业/企业的营销成本, 帮助葡萄酒产业/企业提升出口, 给葡萄酒产业/企业带来利益。(见附件十五 (9))

(5) 管理农场风险项目 (Managing Farm Risk Program)

管理农场风险项目是由澳大利亚农业和水资源部 (Department of Agriculture and Water Resources) 具体负责的补贴项目 (见附件十五 (10))。当农场在购买新的保险时, 其支付的保险评估、保险方案分析等费用可以获得澳大利亚政府补贴。该项目旨在协助农场企业抵御不可抗力风险 (如恶劣天气、干旱和市场波动等风险)。根据澳大利亚葡萄酒研究所列出的葡萄酒行业可获得的补贴清单³, 葡萄种植者可以申请该项目补贴, 每个葡萄种植者的补贴上限为 2500 澳元。澳大利亚政府通过向葡萄种植者提供与购买保险有关的费用支出, 可以降低种植葡萄的成本支出, 使葡萄酒产业受益。

(6) 国家土地保育项目 (National Landcare Program)

国家土地保育项目是澳大利亚农业和水资源部 (Department of Agriculture and Water Resources) 负责实施的补贴项目 (见附件十五 (12))。国家土地保育项目旨在通过与工业界、社区和其他政府的合作, 保护澳大利亚的水、土壤、植物和动物及其生活和互动的生态系统的生产性利用。国家土地保育项目项下的智能农场计划包含三个部分: 智能农业合作伙伴关系、智能农场小额拨款、建立土地保护社区和能力。其中: 在智能农业合作伙伴关系部分, 政府投资 5500 万澳元用于中型到大型项目, 以鼓励开发、试验和推广创新工具和农场实践; 在智能农场小额拨款部分, 政府提供 5500 万澳元的竞争性小额拨款, 旨在支持采用改善自然资源的管理和质量、提高农场生产力的最佳实践; 在建立土地保护社区和能力部分, 政府提供 2400 万澳元, 以支持知识和成就的分享, 并促进社区领导。根据澳大利亚葡萄酒研究所列出的葡萄酒行业可获得的补贴清单⁴, 葡萄种植者可以申请该项目补

³ 请参见附件十五 (11)。

⁴ 请参见附件十五 (11)。

贴，每个葡萄种植者的补贴上限为 100,000 澳元。澳大利亚政府通过向葡萄种植者提供农场方面的补贴，可以降低种植葡萄的成本支出，使葡萄酒产业受益。

(7) 加速商业化项目 (Accelerating Commercialisation)

加速商业化项目由澳大利亚工业、创新和科学部提供专家指导和拨款，以帮助企业将其新颖的产品、流程和服务商业化（见附件十五（13））。该项目为成功的申请人提供三大类帮助，包括（1）商业化指导，（2）加速商业化拨款，（3）组合服务。在商业化拨款项目下，政府可以为每个合格的申请人提供最多 25 万或 100 万澳元的拨款。根据澳大利亚葡萄酒研究所列出的葡萄酒行业可获得的补贴清单⁵，葡萄种植者及酒庄可以申请该项目补贴，可以通过补贴来帮助企业降低商业化成本，并给葡萄酒行业带来利益。

(8) 创新连接项目 (Innovation Connections)

创新连接项目由澳大利亚工业、创新和科学部提供专家指导和拨款，帮助企业了解他们的研究需求，与研究部门建立联系并为协作研究项目提供资金。（见附件十五（14））

该项目首先提供免费的创新连接促进服务，包括与高技能的指导人员讨论进入新市场或现有市场的战略研究机会、确定关键研究领域、寻找企业与研究部门合作的方式。之后，企业可以申请最高 5 万澳元的创新连接补助金，以开展研究项目，解决创新促进报告中提出的建议。根据澳大利亚葡萄酒研究所列出的葡萄酒行业可获得的补贴清单⁶，葡萄种植者及酒庄可以申请该项目补贴，来帮助其降低开展研究项目的成本支出，并给葡萄酒产业带来利益。

(9) 出口市场发展资助项目 (Export Market Development Grants)

出口市场发展资助项目是澳大利亚政府为出口商提供的重要财政援助计划，由澳大利亚贸易委员会（Austrade）管理实施（见附件十五（15））。该计划旨在鼓励中小型澳大利亚企业发展出口市场，并补贴合格的出口营销费用。每个符合条件的申请人最多可以获得 8 笔拨款，以报销超过 5000 澳元以上的合格的出口营销费用的 50%。根据澳大利亚葡萄酒研究所列出的葡萄酒行业可获得的补贴清单⁷，每个葡萄种植者及酒庄可以从该补贴项目中申请最高 15 万澳元的补贴。澳大利亚政府通过出口补贴，可以降低葡萄酒产业的出口营销

⁵ 请参见附件十五（11）。

⁶ 请参见附件十五（11）。

⁷ 请参见附件十五（11）。

成本，给葡萄酒产业带来利益。

(10) 研发税收激励项目 (The Research and Development Tax Incentive)

研发税收激励项目由澳大利亚税务局以及工业、创新和科学部共同负责实施，通过鼓励行业进行可能原本不会进行的研发、提高小企业进行研发的动力、为企业提供更可预测更简单的支持等方式，来提高整个澳大利亚经济的竞争力和生产力（见附件十五（16））。如果符合条件的实体未享受所得税减免且年营业总额低于 2000 万澳元的合格实体可享受 43.5% 的税收抵免。所有其他符合条件的实体可享受 38.5% 的税收抵免（受益人可以将当年未使用的抵扣金额结转到次年进行抵免）。根据澳大利亚葡萄酒研究所列出的葡萄酒行业可获得的补贴清单⁸，葡萄种植者及酒庄可以从该补贴项目中申请税收抵免。澳大利亚政府通过税收抵免，可以帮助葡萄酒产业降低研究开发活动的成本，给产业带来利益。

(11) 业务增长资助项目 (Business Growth Grants)

业务增长资助项目由澳大利亚工业、创新和科学部具体负责实施，旨在支持提高企业在澳大利亚市场和/或其他国家市场进行交易的能力（见附件十五（17））。补助金额高达合格项目费用的 50%。每个申请人最低补助金额为 2,500 澳元，最高补助金额为 20,000 澳元，用于支持提高企业在澳大利亚市场和/或其他国家市场进行交易的能力和技能的策略。根据澳大利亚葡萄酒研究所列出的葡萄酒行业可获得的补贴清单⁹，葡萄种植者及酒庄可以申请该项目补贴。澳大利亚工业、创新和科学部通过财政补贴，可以帮助葡萄酒产业减少成本支出，提高出口交易能力，给产业带来利益。

(12) 澳大利亚博士研究实习项目 (Australian Postgraduate Research Intern)

澳大利亚博士研究实习项目由澳大利亚工业、创新和科学部制定，是澳大利亚唯一的所有部门、所有学科博士的实习计划。该项目是工业界和学术界之间的纽带，是一个面向所有大学和工业部门的非营利计划，包括中小型企业和政府机构（见附件十五（18））。

该计划为行业提供了一个平台，通过短期 3-5 个月紧密聚焦的研究项目进一步发展和创新，并为博士提供机会，将高分析研究专业知识应用于项目，同时在行业环境中获得宝贵的经验。符合条件的所有中小型企业以及政府机构都可以获得澳大利亚政府对 5 个月博

⁸ 请参见附件十五（11）。

⁹ 请参见附件十五（11）。

士实习费用（通常 26,000 澳元）的 50%的补贴。根据澳大利亚葡萄酒研究所（THE AUSTRALIAN WINE RESEARCH INSTITUTE）列出的葡萄酒行业可获得的补贴清单¹⁰，葡萄种植者和酒庄也可以申请该项目补贴。澳大利亚工业、创新和科学部通过直接补贴的方式，可以帮助葡萄酒产业降低成本，给葡萄酒产业带来利益。

(13) 可持续农村用水和基础设施项目（Sustainable Rural Water Use and Infrastructure Program）

该项目是一项涉及 100 亿澳元的国家计划，主要包括三个部分：灌溉基础设施项目、水的购买和供给措施。大部分基础设施基金用于墨累-达令盆地的项目以支持“盆地计划”的实施。项目的一个重要目的是为了帮助农业灌溉者提高用水效率¹¹。在该项目下，澳大利亚各州政府根据本州情况实施具体补贴项目，包括：

----新南威尔士州的私人灌溉设施运营商项目（Private Irrigation Infrastructure Operators Program for New South Wales）¹²：对私人灌溉设施进行节水升级，提高农业用水和管理的效率和生产力。

----南澳大利亚州私人灌溉设施运营商项目（Private Irrigation Infrastructure Program for South Australia）¹³：对私人灌溉设施运营商、运输商和个体户的灌溉设施进行节水升级，提高农业用水和管理的效率和生产力。

----昆士兰州健康水源用水和高效计划（Queensland Healthy Headwater Water Use and Efficiency Program）¹⁴：对个体户的灌溉设施进行节水升级，提高农业用水和管理的效率和生产力。

----古尔本-墨累水资源连接项目第二阶段（Goulburn Murray Water Connection Project Stage 2）¹⁵：对古尔本-墨累灌区输水系统和灌溉户的设施进行节水升级。

¹⁰ 请参见附件十五（11）。

¹¹ 补贴项目具体内容请参见附件十五（19）：澳大利亚 WTO 补贴通告：G/SCM/N/315/AUS 第 11 页。

¹² 补贴项目具体内容请参见附件十五（19）：澳大利亚 WTO 补贴通告：G/SCM/N/315/AUS 第 11 页。

¹³ 补贴项目具体内容请参见附件十五（19）：澳大利亚 WTO 补贴通告：G/SCM/N/315/AUS 第 12 页。

¹⁴ 补贴项目具体内容请参见附件十五（19）：澳大利亚 WTO 补贴通告：G/SCM/N/315/AUS 第 13 页。

¹⁵ 补贴项目具体内容请参见附件十五（19）：澳大利亚 WTO 补贴通告：G/SCM/N/315/AUS 第 14 页。

---维多利亚州农场现代化项目（Victorian Farm Modernisation Project）¹⁶：对维多利亚州的古尔本-墨累灌区的农场灌溉设施进行节水升级支持。类型包括漫灌，激光测量，漫灌转滴灌或喷灌，系统自动化和水渠修复。

---新南威尔士州盆地管道项目（New South Wales State Basin Pipe – Stock and Domestic）¹⁷：在新南威尔士州墨累-达令盆地，用更有效的运水系统替代现有输水设施。

---新南威尔士州灌溉农业现代化项目（New South Wales State Water Metering Scheme）¹⁸：对农场的水利设施进行改善，使灌溉者采用更有效的水资源管理方法，减少水资源的损失并提高生产力。

---农场高效灌溉项目（On-Farm Irrigation Efficiency Project）¹⁹：联邦政府通过地方的输水机构（如行业组织和流域管理局），帮助灌溉户实现农场灌溉设施的现代化，提高用水效率。类型包括漫灌转滴灌或喷灌，激光分级和系统自动化。

可持续农村用水和基础设施项目是由澳大利亚联邦政府制定的，由联邦政府与各州政府共同实施的补贴项目。其中，新南威尔士州的私人灌溉设施运营商项目经过三轮实施，共提供 9.17 亿澳元；南澳大利亚州私人灌溉设施运营商项目经过两轮实施，共提供 1,440 万澳元资金；昆士兰州健康水源用水和高效计划经过 12 轮公开申请，共提供 1.55 亿澳元资金；古尔本-墨累水资源连接项目第二阶段共提供 9.56 亿澳元资金；维多利亚州农场现代化项目共提供 1 亿澳元资金；新南威尔士州盆地管道项目共提供 1.37 亿澳元资金；新南威尔士州灌溉农业现代化项目共提供 1.199 亿澳元资金；农场高效灌溉项目经过 5 轮实施，共提供 5.09 亿澳元资金等。

根据澳大利亚政府在我国大麦反补贴案件中提交的《关于澳大利亚进口大麦反补贴调查终裁决定的事实披露函澳大利亚书面意见》，其明确指出“在使用南澳大利亚州默累河水进行作物灌溉的地理区域内……灌溉用水常用于高价值园艺及葡萄作物”²⁰。因此，申请人有理由相信，澳大利亚葡萄酒产业明显受益于上述扶持措施，可以降低葡萄酒产业的生产成本，给葡萄酒产业带来利益。

¹⁶ 补贴项目具体内容请见附件十五（19）：澳大利亚 WTO 补贴通告：G/SCM/N/315/AUS 第 15 页。

¹⁷ 补贴项目具体内容请见附件十五（19）：澳大利亚 WTO 补贴通告：G/SCM/N/315/AUS 第 16 页。

¹⁸ 补贴项目具体内容请见附件十五（19）：澳大利亚 WTO 补贴通告：G/SCM/N/315/AUS 第 17 页。

¹⁹ 补贴项目具体内容请见附件十五（19）：澳大利亚 WTO 补贴通告：G/SCM/N/315/AUS 第 18 页。

²⁰ 见澳大利亚政府在我国大麦反补贴案中提交的《关于澳大利亚进口大麦反补贴调查终裁决定的事实披露函澳大利亚书面意见》，第 4-5 页。

(14) 联邦农业高效灌溉促进项目 (Commonwealth On-Farm Further Irrigation Efficiency Program)

该补贴项目是澳大利亚政府在《2007 年水资源法》授权下，协助墨累-达令盆地的灌溉户提高现代化和农场灌溉设施的效率的补贴项目²¹。项目资金由“环境水资源专项账户”提供，通过联邦政府和地方的输水机构之间的资助协议进行发放，并通过当地的输水机构（如行业机构和流域管理局，灌溉机构和灌溉户）提供。澳大利亚政府在此项目中共提供了 1500 万澳元的资金。根据澳大利亚政府在我国大麦反补贴案件中提交的《反补贴调查问卷政府答卷》，联邦农业高效灌溉促进项目批准的 66 个子项目有 62 个涉及用于生产多年生树木和葡萄藤作物。因此，葡萄作物是该补贴项目最大受益者。通过澳大利亚政府的财政补贴，可以降低葡萄种植者或农场的成本支出，给葡萄酒产业带来利益。

(15) 初级生产者的供水设施三年税收抵扣项目 (3 year write off on water facilities for primary producers)

自 2015 年以来，澳大利亚政府以税收减免的形式，对初级生产者在供水设施上的资本支出提供补贴，由澳大利亚税务局负责实施。接受补贴的生产者最高可以抵扣高达三分之一的供水设施资本支出。符合条件的支出包括修复、输送水资源的设施改进以及设施增加，还包括土地养护措施中资本支出²²。鉴于葡萄种植需要大量用水灌溉，葡萄种植者和农场通常会购买和修建供水设施，澳大利亚政府通过税收抵扣，可以降低葡萄种植者/农场的成本支出，给葡萄酒产业带来利益。

(16) 干旱优惠贷款计划 (Drought Concessional Loans Scheme)

在该补贴项目下，因干旱原因导致财政紧张的农场可以被视为符合条件，可在 50% 债务的金额范围内，申请优惠贷款，贷款额度最高可达 100 万澳元。优惠贷款可用于债务重组，某些经营费用以及干旱恢复和准备活动²³。根据澳大利亚政府在我国大麦反补贴案件中提交的《反补贴调查问卷政府答卷》，只有明确位于澳大利亚境内干旱地区的农场企业才有资格根据该方案获得优惠贷款。鉴于澳大利亚葡萄/葡萄酒产区主要位于干旱地区，符合条件的葡萄农场企业也可以申请项目补贴，通过优惠贷款，可以降低农场企业的成本支

²¹ 补贴项目具体内容请见附件十五 (19)：澳大利亚 WTO 补贴通告：G/SCM/N/315/AUS 第 20 页。

²² 请见附件十五 (20)：经济合作与发展组织 (OECD) 《澳大利亚农业支持项目评估》第 7 页。

²³ 请见附件十五 (20)：经济合作与发展组织 (OECD) 《澳大利亚农业支持项目评估》第 4 页。

出，给葡萄酒产业带来利益。

(17) 农业推进救助项目 (Agriculture Advancing Australia Farm Help)

澳大利亚联邦政府对陷入严重财务困难且难以从金融机构获得贷款的农民提供津贴，由农业和水资源部具体负责。津贴内容包括：“新开始 (NewStart)” 项目的授权下提供的最高 12 个月的收入支持；最高 5500 澳元的建议和培训补助金；最高 75000 澳元的重建拨款；最高 2500 澳元的进一步的咨询和培训支持等²⁴。符合条件的葡萄种植者有资格申请该项目补贴。通过政府财政拨款，可以改善葡萄种植者的财务状况，降低农场成本支出，给葡萄酒产业带来利益。

(18) 特殊情况利率补贴项目 (Exceptional Circumstances Interest Rate Subsidies)

该补贴项目来源于《农村调整法 1992》的授权，由澳大利亚联邦政府向农场企业和小企业提供利率补贴，当企业由于特殊原因陷入财政困境后即可能获得相关农场贷款，包括营运资金/透支、定期贷款、商业票据、供应商债务和设备融资（但不包括设备租赁）²⁵。符合条件的葡萄农场企业有资格申请该项目补贴。通过政府财政贴息，可以降低农场成本支出，给葡萄酒产业带来利益。

(19) 农场金融特许贷款计划 (Farm Finance Concession Loans Scheme)

在该补贴项目下，澳大利亚政府向符合条件的农场企业提供优惠贷款，用于债务重组或提高生产力活动²⁶。符合条件的葡萄农场企业有资格申请该项目补贴。通过贷款优惠，可以降低农场成本支出，给葡萄酒产业带来利益。

(20) 维多利亚州农业能源投资计划 (Agriculture Energy Investment Plan)

农业能源投资计划是由维多利亚州政府制定的，计划提供 3000 万澳元用于支持提高能效和能源生产率的补贴项目，致力于支持提高农业生产力、促进市场准入、增加出口和增加就业机会（见附件十五 (21)）。根据澳大利亚葡萄酒研究所列出的葡萄酒行业可获得的补贴清单²⁷，葡萄种植者可以申请该项目补贴，补贴上限为 100 百万澳元。维多利亚

²⁴ 请参见附件十五 (20)：经济合作与发展组织 (OECD) 《澳大利亚农业支持项目评估》第 18 页。

²⁵ 请参见附件十五 (20)：经济合作与发展组织 (OECD) 《澳大利亚农业支持项目评估》第 4 页。

²⁶ 请参见附件十五 (20)：经济合作与发展组织 (OECD) 《澳大利亚农业支持项目评估》第 4 页。

²⁷ 请参见附件十五 (11)。

州政府通过直接补贴的方式，可以降低葡萄种植者的成本支出，给葡萄酒产业带来利益。

(21) 维多利亚州区域就业基金项目 (Regional Jobs Fund)

区域就业基金项目由维多利亚州区域发展局负责实施。它通过吸引和促进投资，来促进创造就业机会和保留现有就业机会，同时致力于扩大市场。该项目重点关注区域竞争优势或高增长潜力业务，旨在提高区域能力、创新和利用新兴产业部门的潜力，特别是政府认定的优先领域和新的出口市场。（见附件十五（22））

项目资金来源于区域就业及基础设施基金（The Regional Jobs and Infrastructure Fund, RJIF），具体通过五个拨款类别为战略项目和基础设施提供支持，包括：投资和吸引力、创新和生产力、就业、市场准入、技能发展。根据澳大利亚葡萄酒研究所列出的葡萄酒行业可获得的补贴清单²⁸，葡萄种植者和葡萄酒庄可以申请该项目补贴。维多利亚州政府通过财政拨款，可以减少葡萄种植者和葡萄酒庄的成本支出，给葡萄酒产业带来利益。

(22) 维多利亚州食品资源资助项目 (Food Source Victoria Grants)

维多利亚州食品资源资助项目是由维多利亚州政府下属维多利亚农业机构制定，包括规划补助金和增长补助金两个方面的补贴（见附件十五（23））。规划补助金支持农民、种植者、加工商和制造商共同合作以发展他们的业务，探索增长机会并制定具有明确行动的增长计划。增长补助金则解决对增长或出口发展构成障碍的供应链问题。根据澳大利亚葡萄酒研究所列出的葡萄酒行业可获得的补贴清单²⁹，葡萄种植者和葡萄酒庄可以申请该项目补贴，补贴可以帮助葡萄种植者和葡萄酒庄减少营销成本支出，给葡萄酒产业带来利益。

(23) 维多利亚州区域买家吸引项目 (Regional Inward Buyer Mission Programme)

该项目来源于维多利亚地区发展法案的授权，通过前进 - 维多利亚州增长基金提供一次性拨款，以协助公司吸引买家，重点是食品、葡萄酒和农业综合企业相关行业（见附件十五（24））。该项目致力于帮助维多利亚州的区域性行业和企业向买家和投资者展示他们的能力，补贴主要用于报销部分将买家和有影响力的记者带到维多利亚州的费用，包括机票，住宿，地面交通和会议费用。葡萄酒产业是法律明确规定的补贴对象，补贴可以帮

²⁸ 请参见附件十五（11）。

²⁹ 请参见附件十五（11）。

助葡萄酒产业减少营销成本支出，给葡萄酒产业带来利益。

(24) 首都领地商业能源和用水项目 (Business Energy and Water Program)

商业能源和用水项目由首都领地政府可持续发展部具体负责，致力于为想要升级到更节水和节能技术的合格首都领地企业提供补贴，包括照明、电器、供暖或制冷、冷藏、保温、厕所和龙头。对符合条件的企业，首都领地政府将承担一半的成本，最高为 5000 澳元（见附件十五（25））。根据澳大利亚葡萄酒研究所列出的葡萄酒行业可获得的补贴清单³⁰，葡萄种植者和葡萄酒庄可以申请该项目补贴，补贴可以帮助葡萄种植者和葡萄酒庄降低用水和能源方面的运营成本，给葡萄酒产业带来利益。

(25) 新南威尔士州 TechVouchers 项目 (TechVouchers)

TechVouchers 项目由新南威尔士州工业部负责实施，鼓励新南威尔士州中小型企业和推动商业创新计划交付合作伙伴之间的研究合作（见附件十五（26））。通过该项目，中小企业可以与相关研究领域的专家建立联系，并开展创新的联合研究项目，并允许访问难以接触的高科技仪器和设施。对符合条件的每个企业，新南威尔士州工业部最多提供 1.5 万澳元的现金补贴。根据澳大利亚葡萄酒研究所列出的葡萄酒行业可获得的补贴清单³¹，葡萄种植者和葡萄酒庄可以申请该项目补贴，补贴可以降低葡萄种植者和葡萄酒庄的研发成本，给葡萄酒产业带来利益。

(26) 塔斯马尼亚州先进制造业创新和增长优惠券制度 (Advanced Manufacturing Innovation and Growth Voucher System)

先进制造业创新和增长优惠券制度项目由塔斯马尼亚州发展部负责实施，旨在鼓励塔斯马尼亚先进制造企业选择创新和增长计划的途径，从而提高其竞争力。该计划可以在以下方面提供援助，包括质量保证体系认证，工业设计师 - 工业产品和制造设计，颠覆性技术，以及工程和应用研究（包括识别嵌入式创新，重新设计，新产品开发等）。（见附件十五（27））

政府为符合条件的销售额在 30 万至 2000 万澳元的塔斯马尼亚中小型先进制造企业提供无偿资助，最低补助金额为 5 000 澳元，最高为 15 000 澳元。根据澳大利亚葡萄酒研究

³⁰ 请参见附件十五（11）。

³¹ 请参见附件十五（11）。

所列出的葡萄酒行业可获得的补贴清单³²，葡萄种植者和葡萄酒庄可以申请该项目补贴，补贴可以降低葡萄种植者和葡萄酒庄的成本支出，给葡萄酒产业带来利益。

(27) 西澳大利亚州创新优惠券项目 (Innovation Vouchers Program)

该项目是西澳大利亚州政府新产业基金的一项举措，旨在帮助中小企业将其想法和创新商业化，并扩大创造就业机会。该计划可以为西澳大利亚州的中小型企业提供获取专业技能、服务或知识所需的财务支持，使其能够在西澳大利亚州推进商业活动或计划。（见附件十五（28））

通过新产业基金向符合条件的中小企业提供最多 20,000 澳元的补贴。根据澳大利亚葡萄酒研究所列出的葡萄酒行业可获得的补贴清单³³，葡萄种植者和葡萄酒庄可以申请该项目补贴，补贴可以降低葡萄种植者和葡萄酒庄的商业化成本支出，给葡萄酒产业带来利益。

(28) 南澳大利亚州出口加速资助项目 (Export Accelerator Grants)

出口加速资助项目是由南澳大利亚州政府制定的，通过贸易、旅游和投资部实施的补贴项目（见附件十五（29））。该项目可以为合格的中小企业提供最高 30,000 澳元的资助，以帮助其通过营销和出口发展机会开拓新的全球市场。根据澳大利亚葡萄酒研究所（THE AUSTRALIAN WINE RESEARCH INSTITUTE）列出的葡萄酒行业可获得的补贴清单³⁴，葡萄酒庄可以申请该项目补贴，补贴可以降低葡萄酒庄出口营销成本支出，帮助其开拓全球市场，给葡萄酒产业带来利益。

(29) 南澳大利亚州资源生产力评估项目 (Resource Productivity Assessment)

资源生产力评估项目由南澳大利亚州政府下属法定机构南澳大利亚绿色工业协会（Green Industries SA）制定，旨在通过提高业务运营效率、节约资源（材料、水和能源），防止浪费和提高生产力来改善业务绩效和盈利能力（见附件十五（30））。根据澳大利亚葡萄酒研究所（THE AUSTRALIAN WINE RESEARCH INSTITUTE）列出的葡萄酒行业可获得的补贴清单³⁵，葡萄酒庄可以申请该项目补贴，可以帮助葡萄酒庄降低运营成本，提高业务绩效和盈利能力，给葡萄酒产业带来利益。

³² 请参见附件十五（11）。

³³ 请参见附件十五（11）。

³⁴ 请参见附件十五（11）。

³⁵ 请参见附件十五（11）。

(30) 南澳大利亚州区域食品激励项目 (Regional Food Initiatives Program)

区域食品激励项目是南澳大利亚州政府在区域发展基金的其中一个项目。区域发展基金的目的是为了促进经济增长以及提高生产力。通过区域食品激励项目，南澳大利亚州致力于为促进区域食品网络和其他相关利益攸关方的合作项目提供支持，并优先考虑“清洁环境中的优质食品和葡萄酒”（见附件十五（31））。葡萄酒属于政府明确确定的补贴对象。通过补贴，可以降低葡萄酒生产企业的项目成本，使其从中获得利益。

(31) 南澳大利亚州重点区域品牌支持项目 (Supporting Brands of our Key Regions Grant Funding Program)

重点区域品牌支持项目是 2014/2015 年南澳大利亚州预算选举的承诺，目标是支持各地区制定和执行有效和可持续的区域特定战略食品、葡萄酒和烹饪旅游营销战略和活动。这些战略和活动支持南澳大利亚州地方特色、品牌和定位（见附件十五（32））。葡萄酒协会是补贴的接受者，但通过葡萄酒协会的营销活动，可以给葡萄酒产业带来利益。

(32) 塔斯马尼亚州葡萄园和果园扩建项目 (Vineyard and Orchard Expansion Program)

该项目由塔斯马尼亚州政府增长部（the Department of State Growth）负责实施，旨在刺激水果产业的增长（见附件十五（33））。该计划为商业贷款提供了三年的利息补贴，以支持在塔斯马尼亚州扩建或建立葡萄园或果园。贴息降低了葡萄园或果园农场主的贷款成本，使葡萄酒产业从中获得利益。

(33) 南澳大利亚州河谷地区可持续发展基金项目 (Riverland Sustainable Futures Fund South Australia)

南澳大利亚州为支持河谷地区改善基础设施、增强行业竞争力，提供 2000 万澳元的可持续发展基金。为申请该基金，申请人需向南澳大利亚州政府或河谷地区政府证明其项目如何使该地区的经济多样化，或者如何建立在该地区的竞争优势³⁶。根据澳大利亚政府在我国大麦反补贴案件中提交的《反补贴调查问卷政府答卷》，河谷地区的相关葡萄酒庄接受了补贴。补贴可以降低葡萄酒庄的成本支出，给葡萄酒产业带来利益。

³⁶ 请参见附件十五（20）：经济合作与发展组织（OECD）《澳大利亚农业支持项目评估》第 8 页。

(34) 南澳大利亚州默累河可持续发展计划-灌溉效率改进计划 (South Australian River Murray Sustainability Program-Irrigation efficiency Element)

自 2013 年起四年半的时间内，南澳大利亚政府在该补贴项目下提供了 2.6 亿澳元的资金支持，旨在提高南澳大利亚默累河灌溉者的供水和使用效率³⁷。根据澳大利亚政府在我国大麦反补贴案中提交的《关于澳大利亚进口大麦反补贴调查终裁决定的事实披露函澳大利亚书面意见》，其明确指出“在使用南澳大利亚州默累河水进行作物灌溉的地理区域内……灌溉用水常用于高价值园艺及葡萄作物”³⁸。默累河地区是南澳大利亚州主要的葡萄/葡萄酒产区。因此，申请人有理由相信，葡萄作物是南澳大利亚州默累河可持续发展计划主要服务对象。补贴可以降低葡萄的种植成本，给葡萄酒产业带来利益。

(35) 维多利亚州 NVIRP 2 农场项目 (NVIRP 2 On-farm Project)

维多利亚州政府致力于帮助农民进行灌溉系统的优化升级，以最佳效率将水资源从大坝输送到工厂，确保维多利亚州农场能在农场现代化进程中实现最大利益³⁹。根据澳大利亚政府在我国大麦反补贴案中提交的《关于澳大利亚进口大麦反补贴调查终裁决定的事实披露函澳大利亚书面意见》，“灌溉用水常用于高价值园艺及葡萄作物”⁴⁰。鉴于维多利亚州是澳大利亚葡萄酒主产区之一，申请人有理由相信，葡萄酒产业也能够从中获得利益。

(36) 维多利亚州农场生产力改善补助金项目 (On Farm Productivity Improvement Grants Victoria)

在该补贴项目下，维多利亚州政府向遭遇旱灾的北部农场企业提供补贴，用于改善农场基础设并提高生产力，例如改善包装棚或幼苗的农场苗圃等，但不包括水利灌溉基础设施。补贴金额不超过成本支出的 50%，且不超过 3000 澳元⁴¹。鉴于葡萄酒产业是维多利亚州重要的农业部门，也是重要的出口部门，且主要位于干旱地区，申请人有理由相信葡萄酒产业也能够从中获得利益。

³⁷ 请参见附件十五（20）：经济合作与发展组织（OECD）《澳大利亚农业支持项目评估》第 41 页。

³⁸ 请参见澳大利亚政府在我国大麦反补贴案中提交的《关于澳大利亚进口大麦反补贴调查终裁决定的事实披露函澳大利亚书面意见》，第 4-5 页。

³⁹ 请参见附件十五（20）：经济合作与发展组织（OECD）《澳大利亚农业支持项目评估》第 8 页。

⁴⁰ 请参见澳大利亚政府在我国大麦反补贴案中提交的《关于澳大利亚进口大麦反补贴调查终裁决定的事实披露函澳大利亚书面意见》，第 4-5 页。

⁴¹ 请参见附件十五（20）：经济合作与发展组织（OECD）《澳大利亚农业支持项目评估》第 8 页。

(37) 维多利亚州农业基础设施和就业基金项目 (Agriculture Infrastructure and Jobs Fund-Victoria)

2016 年，维多利亚州政府资助 2 亿澳元设立农业基础设施和就业基金，旨在提高农民农业部门的业绩和复原力。该基金目前由经济发展、就业、运输和资源部具体负责实施，是政府驱动经济增长的重要组成部分，通过在基础设施和农业供应链的资助可以提高生产力，增加出口和降低成本，保证维多利亚州的农民、企业和行业保持竞争力。该基金还致力于政府在一些项目的重大投资和活动，通过专注于农场以外的项目和活动来进一步提高农业生产力⁴²。鉴于葡萄酒产业是维多利亚州重要的农业部门，也是重要的出口部门，申请人有理由相信葡萄酒产业也能够从中获得利益。

(38) 新南威尔士州和昆士兰州干旱恢复优惠贷款计划 (Drought Recovery Concessional Loans Scheme)

该补贴项目由澳大利亚联邦政府制定，由联邦政府与新南威尔士州和昆士兰州政府签订《服务水平协议》对该项目管理。该补贴项目致力于使农场在干旱条件下恢复生产力和盈利能力，以提供优惠贷款的方式，向符合条件的农业企业提供资助。所获贷款将用于与干旱相关的恢复活动或重新种植相关的支出⁴³。根据申请人的了解，新南威尔士州是澳大利亚主要的葡萄酒产区，葡萄酒产业也主要位于干旱地区，因此申请人有理由相信葡萄酒产业可以申请该项目补贴，补贴可以降低生产成本支出，给葡萄酒产业带来利益。

(39) 塔斯马尼亚州更高效的灌溉支持项目 (Supporting More Efficient Irrigation in Tasmania)

该补贴项目是由澳大利亚联邦政府制定的由塔斯马尼亚州政府负责实施的扶持计划，主要用于提升灌溉用水的效率，确保塔斯马尼亚灌溉区的水资源以可持续和有效的方式得到利用⁴⁴。在该项目中，塔斯马尼亚州政府提供 8000 万澳元的资金支持。同时，根据澳大利亚政府在我国大麦反补贴案中提交的《反补贴调查问卷政府答卷》，该补贴项目还得到了联邦政府 1.4 亿澳元的支持，两项资金合计 2.2 澳元。鉴于塔斯马尼亚州是澳大利亚葡萄酒主产区之一，申请人有理由相信，葡萄酒产业也能够从灌溉用水服务中获得利益。

⁴² 请参见附件十五 (20)：经济合作与发展组织 (OECD) 《澳大利亚农业支持项目评估》第 43 页。

⁴³ 请参见附件十五 (20)：经济合作与发展组织 (OECD) 《澳大利亚农业支持项目评估》第 6 页。

⁴⁴ 请参见附件十五 (20)：经济合作与发展组织 (OECD) 《澳大利亚农业支持项目评估》第 9 页。

(40) 塔斯马尼亚州农业发展优惠贷款计划 (AgriGrowth Concessional Loan Scheme)

该补贴项目是塔斯马尼亚州政府为推进《农业展望 2050》而实施的计划。为提高塔斯马尼亚州农业和农业食品板块的价值，政府向本州农场企业和农业食品企业提供低息贷款。在提供贷款时，政府需要审核申请者的贷款用途，包括创新农业综合企业计划等提升农业相关企业价值的活动⁴⁵。根据澳大利亚政府在我国大麦反补贴案中提交的《反补贴调查问卷政府答卷》，葡萄酒庄或葡萄园项目是该补贴项目的主要支持对象，优惠贷款可以降低葡萄酒庄或葡萄园项目的生产成本支出，给葡萄酒产业带来利益。

4、小结

综上所述，申请人认为，为鼓励和发展本国葡萄酒产业，澳大利亚联邦政府和州政府发挥了重要作用，并通过有关产业政策、产业规划以及扶持措施，对葡萄酒产业和市场进行了干预，已经严重扭曲了澳大利亚葡萄酒的生产、供需和价格，导致澳大利亚葡萄酒生产商可以以不合理的低成本生产和营销葡萄酒，并扭曲了葡萄酒的市场价格。在葡萄酒生产成本以及葡萄酒价格本身不具有可比性的情形下，将对澳大利亚申请调查产品的倾销幅度计算产生重大影响。

因此，申请人恳请调查机关对本案中影响澳大利亚申请调查产品倾销幅度计算的非市场状况进行调查，以确保认定正常价值中所使用的生产成本和价格数据未受市场扭曲，具有可比性。同时，申请人保留今后合理时间内根据进一步掌握的资料和证据，就澳大利亚政府在法律上或事实上对葡萄酒行业存在的其他控制、限制和管理等行为，以及存在的其他市场扭曲情况向调查机关进行补充说明及或提出新的主张的权利。

六、 国内产业受到的损害情况

(一) 累积评估

此次申请人申请的涉案产品的原产地和出口国（地区）范围仅为澳大利亚一个国家，关于累积评估的问题在本次申请中不适用。

(二) 申请调查产品进口数量、价格的变化及国内产业的状况

⁴⁵ 补贴项目具体内容请参见附件十五（19）：澳大利亚 WTO 补贴通告：G/SCM/N/315/AUS 第 85 页。

1、申请调查产品的数量增长情况

1.1 申请调查产品绝对进口数量变化情况

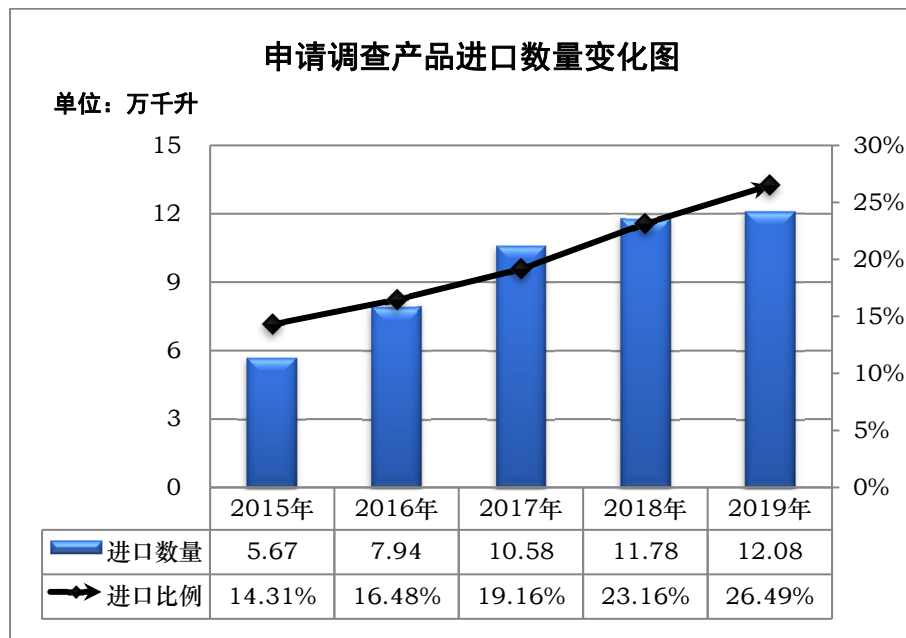
申请调查产品的进口数量变化表

数量单位：千升

期间	国别	进口数量	数量所占比例	数量变化幅度
2015年	中国总进口	396,141	100.00%	-
	澳大利亚	56,681	14.31%	-
2016年	中国总进口	481,778	100.00%	21.62%
	澳大利亚	79,385	16.48%	40.05%
2017年	中国总进口	552,319	100.00%	14.64%
	澳大利亚	105,826	19.16%	33.31%
2018年	中国总进口	508,739	100.00%	-7.89%
	澳大利亚	117,845	23.16%	11.36%
2019年	中国总进口	456,018	100.00%	-10.36%
	澳大利亚	120,812	26.49%	2.52%

注：（1）上表数据来源请参见“附件八：葡萄酒海关进出口数据统计”；

（2）数量所占比例 = 申请调查产品进口数量 / 中国总进口数量。



申请调查期内，申请调查产品的进口数量呈持续大幅增长趋势。2015年至2019年，进口数量分别为5.67万千升、7.94万千升、10.58万千升、11.78万千升和12.08万千升，2016年、2017年、2018年和2019年与上年相比分别增长40.05%、33.31%、11.36%和2.52%，

2019 年比 2015 年累计大幅增长 113%。

同期，申请调查产品所占中国总进口数量的比例也呈持续上升趋势，2015 年至 2019 年所占进口比例分别为 14.31%、16.48%、19.16%、23.16%和 26.49%，2019 年比 2015 年累计提高了 12.18 个百分点。

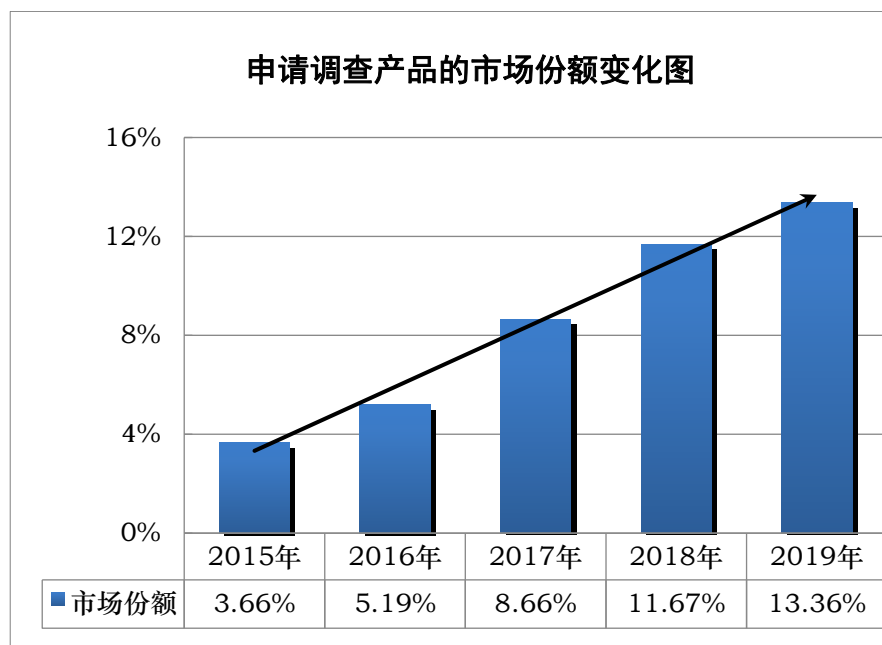
1.2 申请调查产品的市场份额变化情况

申请调查产品所占中国市场份额的变化表

数量单位：千升

期间	申请调查产品进口数量	中国葡萄酒表观消费量	申请调查产品市场份额	增减百分点
2015 年	56,681	1,549,448	3.66%	-
2016 年	79,385	1,528,582	5.19%	上升 1.54 个百分点
2017 年	105,826	1,222,356	8.66%	上升 3.46 个百分点
2018 年	117,845	1,009,386	11.67%	上升 3.02 个百分点
2019 年	120,812	904,527	13.36%	上升 1.68 个百分点

注：申请调查产品市场份额 = 申请调查产品进口数量 / 中国葡萄酒表观消费量。



申请调查期内，随着进口数量的持续增长，申请调查产品所占中国市场份额呈持续上升趋势。2015 年至 2019 年，市场份额分别为 3.66%、5.19%、8.66%、11.67%和 13.36%，2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年与上年相比分别提高了 1.54 个百分点、3.46 个百分

点、3.02 个百分点和 1.68 个百分点，2019 年比 2015 年累计提高了 9.70 个百分点，且处于整个申请调查期的最高水平。

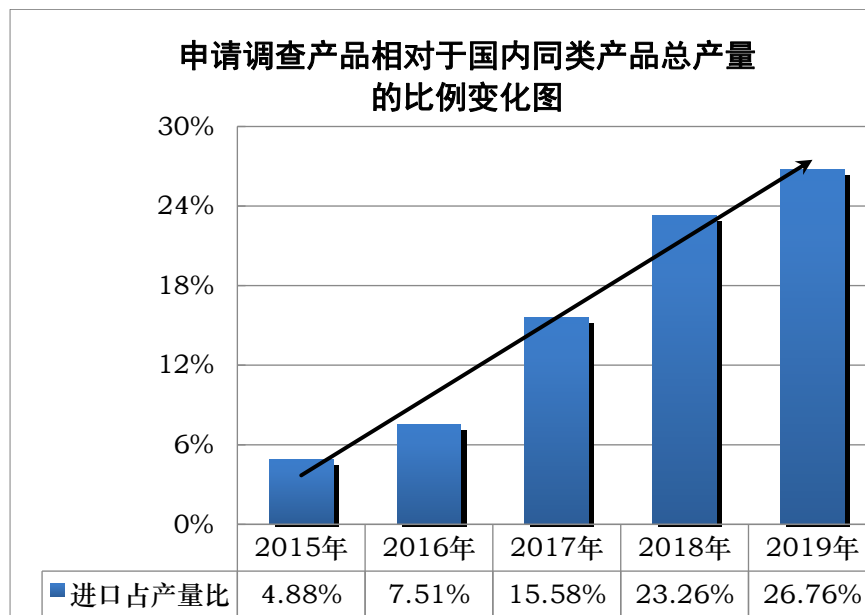
1.3 申请调查产品的进口量相对于国内同类产品总产量的变化情况

申请调查产品所占国内同类产品总产量的变化表

数量单位：千升

期间	申请调查产品进口数量	国内同类产品总产量	申请调查产品占国内同类产品总产量的比例	增减百分点
2015 年	56,681	1,161,100	4.88%	-
2016 年	79,385	1,056,600	7.51%	上升 2.63 个百分点
2017 年	105,826	679,100	15.58%	上升 8.07 个百分点
2018 年	117,845	506,700	23.26%	上升 7.67 个百分点
2019 年	120,812	451,500	26.76%	上升 3.50 个百分点

注：申请调查产品占国内同类产品总产量的比例 = 申请调查产品进口数量 / 国内同类产品总产量。



申请调查期内，随着进口数量的持续大幅增长，申请调查产品相对于国内同类产品总产量的比例也在持续上升。2015 年至 2019 年，所占比例分别为 4.88%、7.51%、15.58%、23.26%和 26.76%，2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年与上年相比分别提高 2.63 个百分点、8.07 个百分点、7.67 个百分点和 3.50 个百分点，2019 年比 2015 年累计提高了 21.88 个百分点，且处于整个申请调查期的最高水平。

2、申请调查产品对国内同类产品价格的影响情况

2.1 申请调查产品的进口价格变化情况

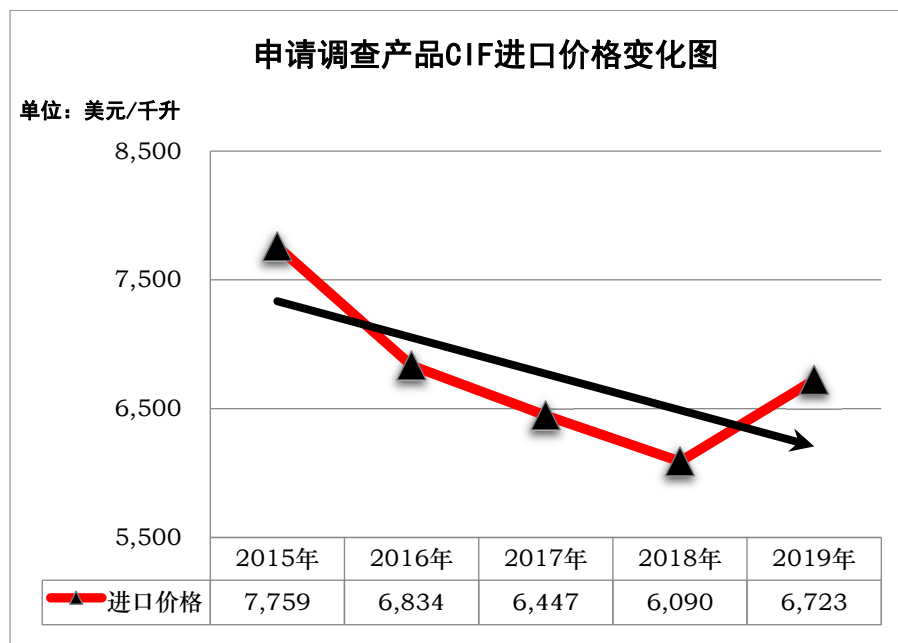
申请调查产品进口价格变化情况

单位：千升，美元，美元/千升

期间	国别	进口数量	进口金额	进口价格	价格变化幅度
2015年	中国总进口	396,141	1,878,320,951	4,742	-
	澳大利亚	56,681	439,807,206	7,759	-
2016年	中国总进口	481,778	2,194,981,117	4,556	-3.91%
	澳大利亚	79,385	542,542,756	6,834	-11.92%
2017年	中国总进口	552,319	2,552,695,824	4,622	1.44%
	澳大利亚	105,826	682,275,226	6,447	-5.67%
2018年	中国总进口	508,739	2,574,643,489	5,061	9.50%
	澳大利亚	117,845	717,682,271	6,090	-5.54%
2019年	中国总进口	456,018	2,192,008,491	4,807	-5.02%
	澳大利亚	120,812	812,200,451	6,723	10.39%

注：（1）上表数据来源请参见“附件八：葡萄酒海关进出口数据统计”；

（2）进口价格=进口金额/进口数量。



申请调查期内，申请调查产品的进口价格总体呈下降趋势。2015年至2019年，申请调查产品的进口价格分别为7,759美元/千升、6,834美元/千升、6,447美元/千升、6,090美元/千升和6,723美元/千升，2016年比2015年下降11.92%，2017年比2016年下降5.67%，2018年比2017年下降5.54%，2018年比2015年大幅下降21.51%，2019年比2018年增长

10.39%，但仍比 2015 年累计下降 13.36%。

2.2 申请调查产品对国内同类产品价格的影响

2.2.1 申请调查产品和国内同类产品的市场竞争分析

申请人认为，申请调查产品和国内同类产品在国内市场上存在直接的价格竞争关系，申请调查产品进口数量和进口价格的变化对国内同类产品的价格造成了明显不利影响：

第一，如上文所述，申请调查产品与国内产业同类产品在基本的物化特性不存在实质性区别，相互之间存在竞争和替代性，属于同类产品，因此它们在中国市场上是相互竞争的。

第二，申请调查产品与国内产业同类产品同时在中国市场上销售，销售渠道基本相同，均通过直销、代销或网络销售的方式面向全国市场，客户群体也不存在实质性区别。这说明二者产品存在竞争的客观条件和平台。

第三，申请调查产品和国内产业同类产品同时在国内市场上销售竞争，经销商或代理商既采购（或销售）申请调查产品，也同时采购（或销售）国内同类产品。消费者也存在同时消费申请调查产品和国内产业同类产品的情形。因此，申请调查产品与国内产业同类产品在国内市场上存在直接的竞争关系。

第四，在产品物化特性、产品质量、销售渠道、客户群体不存在实质性区别的情况下，产品价格对下游用户的采购选择具有非常重要的影响。而且，近年来国内电商发展迅速，市场透明度在不断提高，消费者对价格的变化更加敏感。因此，进口数量和进口价格的变化对国内市场、国内产业会产生影响。

在中国市场上，澳大利亚葡萄酒厂商凭借其既有的口碑和品牌，以及在消费群体中养成的消费习惯，具有较强的竞争优势。而且，随着进口数量的持续大幅增加，市场份额的不断上升，申请调查产品在中国市场上的话语权也在不断提高，影响力不断加深。申请调查产品和国内产业同类产品在之间的竞争关系不断加剧，对国内产业同类产品的价格影响也在不断扩大。

因此，申请人认为，申请调查产品和国内产业同类产品在国内市场上存在直接竞争关系。在二者产品属于同类产品并可以互相替代，且产品价格对下游用户的采购选择具有重要影响的情况下，申请调查产品的降价倾销行为足以对国内产业同类产品销售价格产生负面影响。具体进一步说明如下：

2.2.2 申请调查产品和国内同类产品的销售价格均呈下降趋势

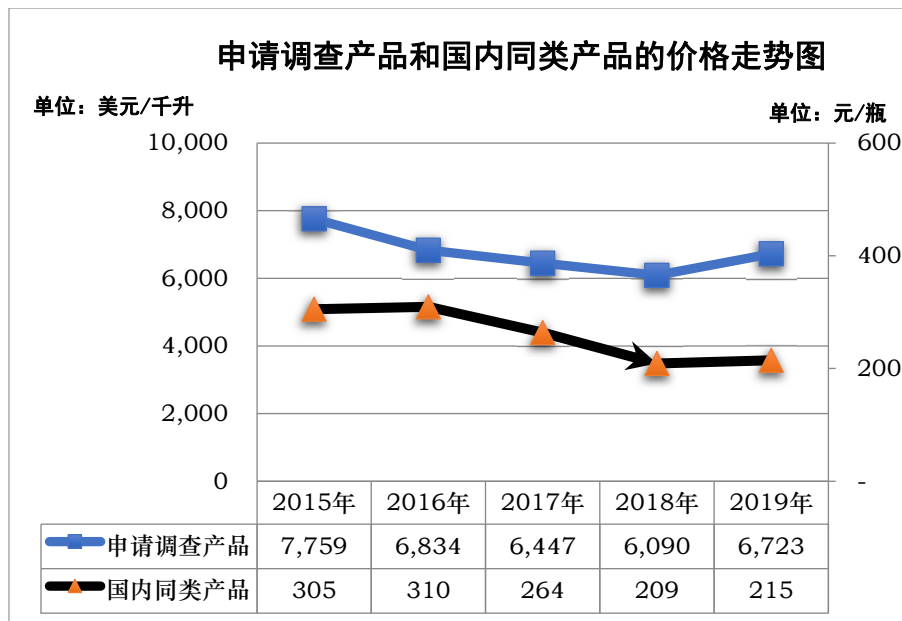
申请调查产品和国内同类产品的价格对比

期 间	申请调查产品		国内同类产品			
	美元进口价格 (美元/千升)	变化 幅度	高档价格 (元/瓶)	中低档价格 (元/瓶)	算数平均 价格	变化幅度
2015 年	7,759	-	548	63	305	-
2016 年	6,834	-11.92%	549	70	310	1.41%
2017 年	6,447	-5.67%	454	73	264	-14.81%
2018 年	6,090	-5.54%	349	69	209	-20.74%
2019 年	6,723	10.39%	357	72	215	2.64%

注：（1）申请调查产品进口价格来源于“附件八：葡萄酒海关进出口数据统计”；

（2）国内同类产品高档价格和中低档价格来源于中华人民共和国发展和改革委员会价格监测中心披露的《36 个大中城市日用工业消费品平均价格表》中的“干红 750ml 12 度高档”以及“干红 750ml 12 度中低档”数据统计，具体请参见“附件十二：发改委对干红葡萄酒的价格监测数据”；

（3）算数平均价格=（高档价格+中低档价格）÷2。



申请调查期间，申请调查产品和国内产业同类产品的价格走势基本一致总体，均呈下降趋势。2016 年比 2015 年，申请调查产品的进口价格下降 11.92%，国内同类产品的价格上涨 1.41%。2017 年比 2016 年，申请调查产品的进口价格下降 5.67%，国内产业同类产品的价格下降 14.81%。2018 年比 2017 年，申请调查产品的进口价格下降 5.54%，国内产业

同类产品的价格下降 20.74%。2019 年比 2018 年，申请调查产品的进口价格上涨 10.39%，国内产业同类产品的价格上涨 2.64%。2019 年比 2015 年，申请调查产品的进口价格大幅下降 13.36%，国内产业同类产品的价格下降 29.71%。

而且，根据可获得的国内 4 家葡萄酒上市公司已经披露的年报数据亦可以佐证申请调查期内国内同类产品销售价格总体呈下降趋势。

4 家上市公司国内葡萄酒产品的销售价格变化情况

单位：元/千升

期 间	销售数量	销售收入	销售价格	价格变化幅度
2015 年	118,082	4,756,285,400	40,279	-
2016 年	131,941	4,786,275,366	36,276	-9.94%
2017 年	138,816	4,957,887,993	35,716	-1.54%
2018 年	141,544	5,008,197,783	35,383	-0.93%
2019 年	119,811	4,715,495,377	39,358	11.23%

注：上述销售数据来源于国内 4 家葡萄酒上市公司（分别是烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司、通化葡萄酒股份有限公司、中信国安葡萄酒股份有限公司和威龙葡萄酒股份有限公司）已经披露的年报。上述 4 家上市公司均是国内规模较大的葡萄酒生产企业，2019 年销售数量占全国总产量的 27% 左右，具有代表性和影响力，其价格情况可以反映国内产业的总体水平。2015 年至 2019 年的销售数据请参见“附件十三：四家葡萄酒上市公司年报”。

表格数据显示，2015 年至 2019 年期间，4 家上市公司的国内同类产品的实际销售价格也总体呈下降趋势，2016 年比 2015 年下降 9.94%，2017 年比 2016 年下降 1.54%，2018 年比 2017 年下降 0.93%，2019 年比 2018 年上涨了 11.23%，但仍比 2015 年价格下降 2.29%。

上述事实说明申请调查产品和国内同类产品之间的价格具有明显的关联性。尤其是，在二者产品属于同类产品并可以互相替代，且产品价格对下游用户的采购选择具有重要影响的情况下，随着进口数量的大幅增长、市场份额的提高，申请调查产品进口价格的大幅下降必然会国内同类产品带来极大的降价压力，并最终导致国内同类产品在申请调查期内同步下滑，价格上涨空间受到了极大的抑制。

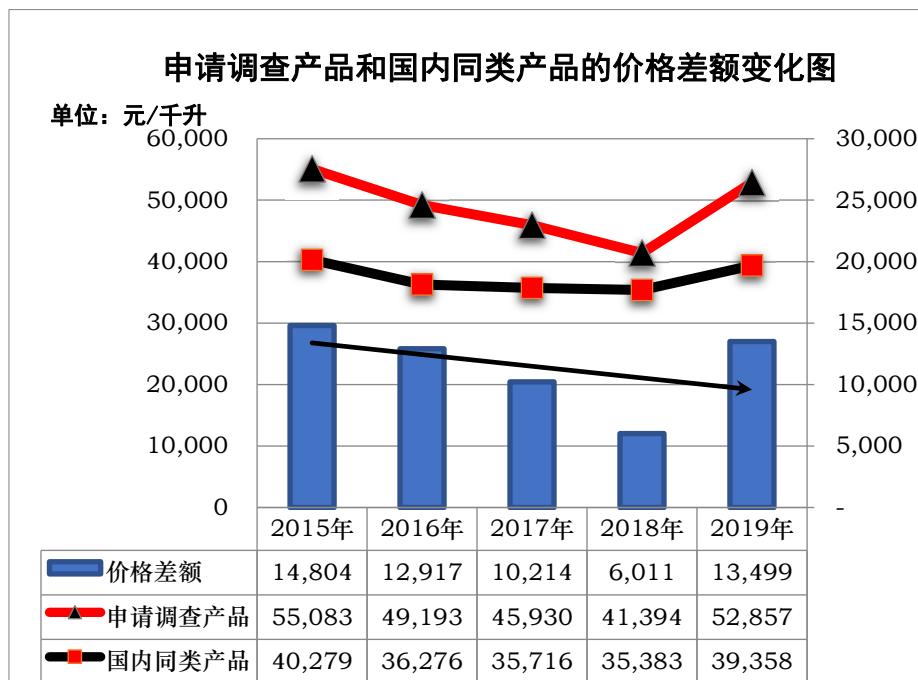
2.2.3 申请调查产品压低和抑制了国内同类产品的销售价格

申请调查产品和国内同类产品的价格差额变化

单位：元/千升；亿元

期间	申请调查产品 人民币进口价格	国内同类产品 销售价格	二者产品 价格差额	国内同类产品 利润总额
2015年	55,083	40,279	14,804	52.14
2016年	49,193	36,276	12,917	47.80
2017年	45,930	35,716	10,214	33.83
2018年	41,394	35,383	6,011	12.71
2019年	52,857	39,358	13,499	10.58

- 注：（1）申请调查产品人民币进口价格 = CIF 美元进口价格 * 美元兑人民币汇率 * (1 + 进口关税)，美元兑人民币汇率请参见“附件十四：汇率统计”；
- （2）国内同类产品销售价格请参见“附件十三：四家葡萄酒上市公司年报”；
- （3）二者产品价格差额 = 申请调查产品人民币进口价格 - 国内同类产品销售价格；
- （4）国内同类产品利润总额来源于附件五。



申请调查期内，由于申请调查产品的进口价格总体大幅下降，导致与国内同类产品的价格差额总体呈缩小趋势，2015年至2019年的价格差额分别为14,804元/千升、12,917元/千升、10,214元/千升、6,011元/千升和13,499元/千升，2019年比2015年缩小了9%。可见，申请调查产品的降价行为压低了国内同类产品的价格。

受到价格下降的不利影响，国内同类产品的利润总额也在大幅下滑，2016年比2015年减少8.32%，2017年比2016年减少29.23%，2018年比2017年减少62.43%，2019年比

2018 年减少 16.76%，2019 年比 2015 年累计大幅减少了 79.71%。因此，在无法获得更大利润空间的情况下，国内同类产品的价格上涨也已经受到了明显的抑制。

基于上述分析，申请人认为，申请调查期内，进口申请调查产品已经对国内产业同类产品造成了明显的价格压低和价格抑制。

3、申请调查产品对国内产业有关经济指标或因素的影响

根据法律规定，在分析倾销进口产品对国内产业的相关经济因素和指标的影响时，主要包括对国内产业状况的所有有关经济因素和指数的综合评估，包括实际或潜在的变化，如产量、销售、市场份额、利润、投资效益、开工率、价格、就业、工资、筹措资本或投资能力等指标和因素。

对于本案而言，由于我国葡萄酒产业非常分散，涉及数百家葡萄酒生产企业，即使是申请人的葡萄酒生产企业会员单位也多达 122 家，申请人在收集和统计个体生产企业的有关经济指标方面存在较大的困难。在这种背景之下，本申请书在以下分析申请调查产品对国内同类产品的相关经济因素和指标的影响时，申请人暂以可获得的国家统计局统计的规模以上葡萄酒企业的产量、销售收入和利润总额，国家发改委披露的价格以及 4 家上市公司披露的销售数据为基础，对有关经济指标进行分析。

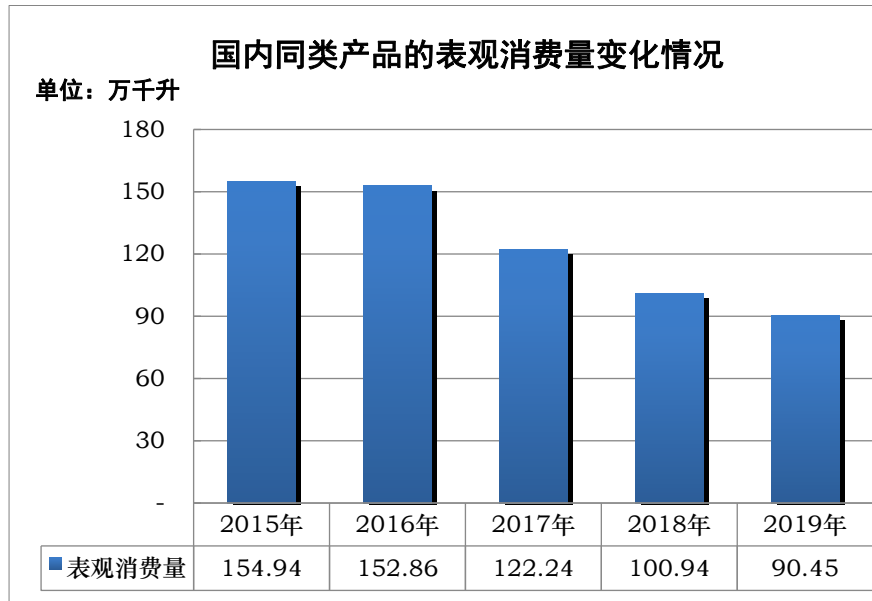
申请人申请以 2015 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日作为本案的产业损害分析期间。本申请书在以下分析倾销进口产品对国内产业同类产品的相关经济因素和指标的影响时，对 2015 年至 2019 年期间国内同类产品的相关经济因素和指标的变化趋势进行了评估。通过此分析和评估，申请人认为：由于申请调查产品的大量低价倾销行为，国内葡萄酒产业正在遭受损害。

3.1 国内同类产品的表现消费量变化情况

国内同类产品的表现消费量变化情况

单位：千升

期间	表现消费量	变化幅度
2015 年	1,549,448	-
2016 年	1,528,582	-1.35%
2017 年	1,222,356	-20.03%
2018 年	1,009,386	-17.42%
2019 年	904,527	-10.39%



申请调查期内，国内葡萄酒的表观消费量呈下降趋势，2015年至2019年的表观消费量分别为154.94万千升、152.86万千升、122.24万千升、100.94万千升和90.45万千升，2016年、2017年、2018年和2019年与上年相比分别下降了1.35%、20.03%、17.42%和10.39%。2019年比2015年累计下降41.62%。

由于实际需求量没有官方统计数据，但从各方反映的情况来看，我国葡萄酒消费市场仍整体向好。根据相关媒体报道援引的 OIV 数据分析，中国市场葡萄酒消费量全球排名第五，是全球葡萄酒消费增长最快的几个国家之一。按 2019 年全球消费量 2440 万千升计算，全球人均消费量 3.2 升左右，消费量排名前四的美国、法国、意大利和德国的人均消费量分别达到了 10.1 升、39.5 升、37.5 升和 24.5 升。相比之下，我国人均消费量只有 0.6 升左右，不仅低于全球人均消费水平，更是远远低于主要消费国家人均消费水平。因此，中国葡萄酒消费市场具有增长的潜力，尤其是未来随着主流消费人群的代际更替以及消费升级的影响，我国葡萄酒市场的容量将继续扩大。

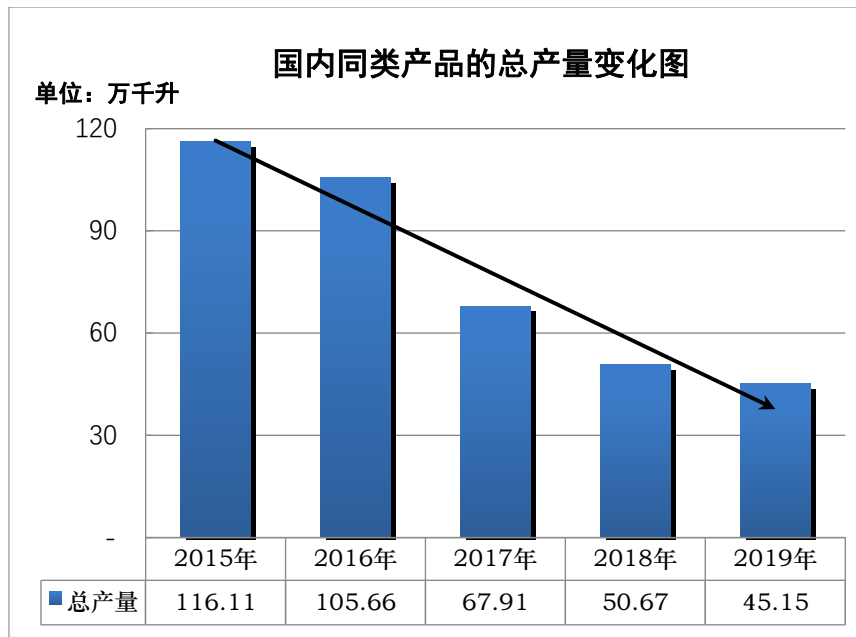
3.2 国内产业同类产品的产量变化情况

国内产业同类产品的产量的变化情况

数量单位：千升

期 间	产 量	变 化 幅 度
2015 年	1,161,100	-
2016 年	1,056,600	-9.00%
2017 年	679,100	-35.73%
2018 年	506,700	-25.39%
2019 年	451,500	-10.89%

注：数据来源于“附件五：关于国内葡萄酒产业生产经营状况的说明”。



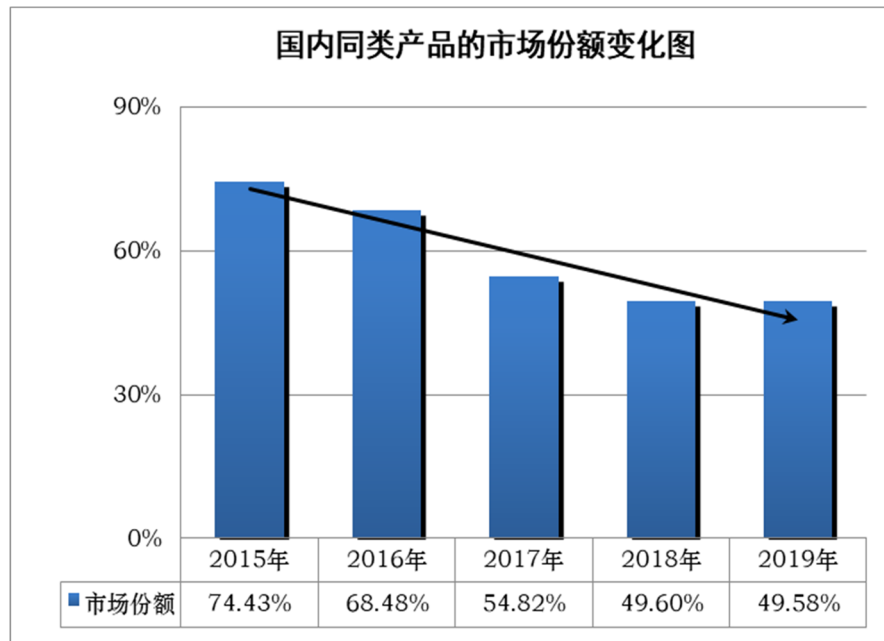
申请调查期内，由于申请调查产品的大量、低价进口冲击，国内产业同类产品的产量呈持续下降趋势。2015年至2019年，国内产业同类产品总产量分别为116.11万千升、105.66万千升、67.91万千升、50.67万千升和45.15万千升，2016年与2015年相比减少了9.00%，2017年与2016年相比减少了35.73%，2018年与2017年相比减少了25.39%，2019年与2018年相比进一步减少了10.89%，申请调查期内累计大幅减少了61.11%。

3.3 国内产业同类产品的市场份额变化

国内产业同类产品的市场份额变化情况

期 间	市场份额	变化幅度
2015年	74.43%	-
2016年	68.48%	下降 5.95 个百分点
2017年	54.82%	下降 13.67 个百分点
2018年	49.60%	下降 5.22 个百分点
2019年	49.58%	下降 0.01 个百分点

注：市场份额 = (国内产业同类产品总产量 - 中国总出口量) / 国内表观消费量。



申请调查期内，受申请调查产品的冲击和挤占，国内产业同类产品所占市场份额呈持续下降趋势。2015年至2019年的市场份额分别为74.43%、68.48%、54.82%、49.60%和49.58%，2016年比2015年下降5.95个百分点，2017年比2016年下降13.67个百分点，2018年比2017年下降5.22个百分点，2019年比2018年下降0.01个百分点，2019年比2015年累计下降24.85个百分点。

3.4 国内产业同类产品的销售价格变化

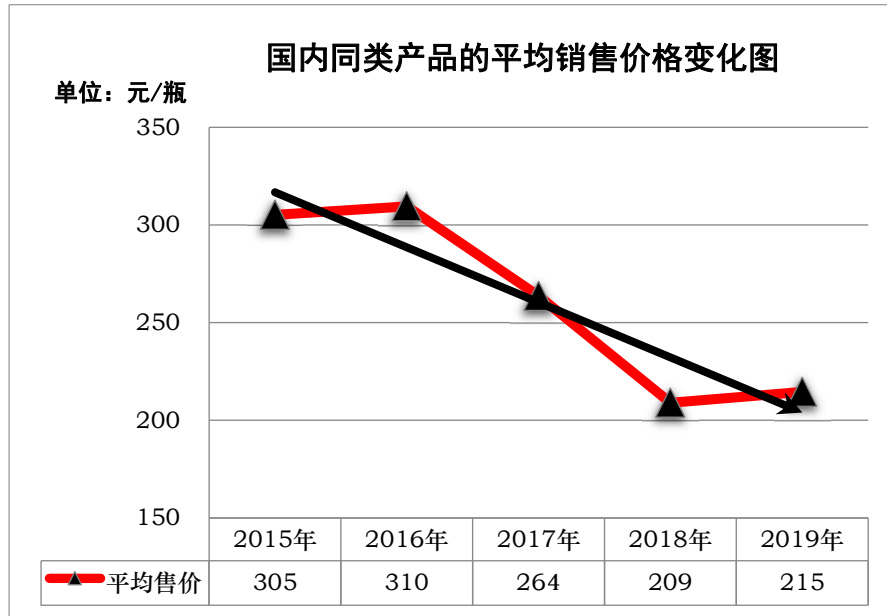
国内产业同类产品的价格变化情况

单位：元/瓶

期 间	高档葡萄酒 市场价格	变化幅度	中低档葡萄酒 市场价格	变化幅度	算数平均 价格	变化幅度
2015年	548	-	63	-	305	-
2016年	549	0.28%	70	11.30%	310	1.41%
2017年	454	-17.31%	73	4.85%	264	-14.81%
2018年	349	-23.12%	69	-5.94%	209	-20.74%
2019年	357	2.32%	72	4.27%	215	2.64%

注：（1）高档葡萄酒市场价格和中低档葡萄酒市场价格分别来源于中华人民共和国发展和改革委员会价格监测中心披露的《36个大中城市日用工业消费品平均价格表》中的“干红750ml 12度高档”以及“干红750ml 12度中低档”数据统计，具体请参见“附件十二：发改委对于红葡萄酒的价格监测数据”；

（2）算数平均价格=（高档葡萄酒市场价格+中低档葡萄酒市场价格）÷2。



根据发改委的数据统计，由于申请调查产品的持续降价行为对国内产业同类产品造成了价格压低和抑制，导致国内产业同类产品在申请调查期内的平均销售价格总体也呈下滑趋势。2016年比2015年上涨1.41%，2017年比2016年下降14.81%，2018年比2017年下降20.74%，2019年比2018年增长2.64%，2019年比2015年累计大幅下降了29.71%。

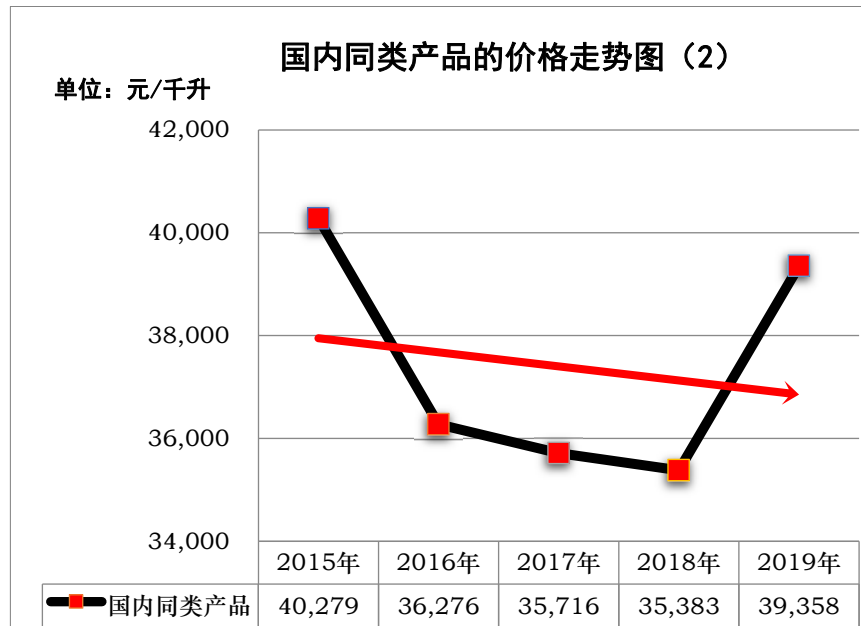
而且，根据可获得的国内4家葡萄酒上市公司已经披露的年报数据亦可以佐证申请调查期内国内产业同类产品的销售价格总体呈下降趋势。

4 家上市公司国内葡萄酒产品的销售价格变化情况

单位：元/千升

期 间	销售数量	销售收入	销售价格	价格变化幅度
2015 年	118,082	4,756,285,400	40,279	-
2016 年	131,941	4,786,275,366	36,276	-9.94%
2017 年	138,816	4,957,887,993	35,716	-1.54%
2018 年	141,544	5,008,197,783	35,383	-0.93%
2019 年	119,811	4,715,495,377	39,358	11.23%

注：上述销售数据来源于国内4家葡萄酒上市公司（分别是烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司、通化葡萄酒股份有限公司、中信国安葡萄酒股份有限公司和威龙葡萄酒股份有限公司）已经披露的年报。上述4家上市公司均为国内规模较大的葡萄酒生产企业，2019年销售数量占全国总产量的27%左右，具有代表性和影响力，其价格情况可以反映国内产业的总体水平。2015年至2019年的销售数据请参见“附件十三：四家葡萄酒上市公司年报”。



表格数据显示，2015年至2019年期间，4家上市公司的国内同类产品的实际销售价格总体也呈下降趋势，2016年比2015年下降9.94%，2017年比2016年下降1.54%，2018年比2017年下降0.93%，2018年比2015年下降12.16%，2019年比2018年上涨11.23%，但仍比2015年累计下降2.29%。

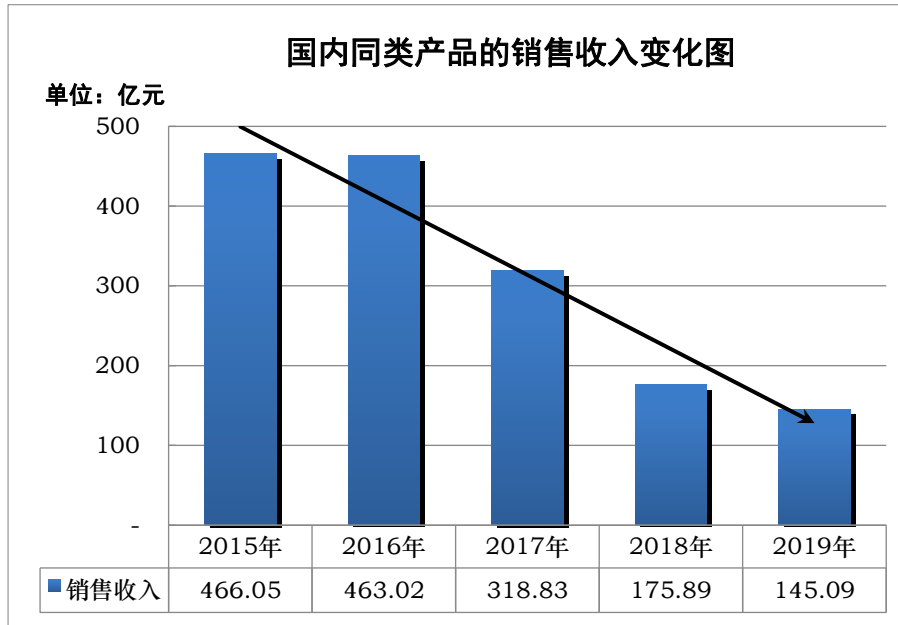
3.5 国内产业同类产品的销售收入的变化

国内产业同类产品销售收入的变化情况

单位：亿元

期 间	销售收入	变化幅度
2015年	466.05	-
2016年	463.02	-0.65%
2017年	318.83	-31.14%
2018年	175.89	-44.83%
2019年	145.09	-17.51%

注：数据来源于“附件五：关于国内葡萄酒产业生产经营状况的说明”。



申请调查期内，受产量减少以及价格下降的负面影响，国内产业同类产品的销售收入呈持续大幅下降趋势。2015年至2019年，国内产业同类产品的销售收入分别为466.05亿元、463.02亿元、318.83亿元、175.89亿元和145.09亿元。2016年与2015年相比减少了0.65%，2017年与2016年相比减少了31.14%，2018年与2017年相比减少了44.83%，2019年与2018年相比进一步减少了17.51%，申请调查期内累计大幅减少了68.87%。

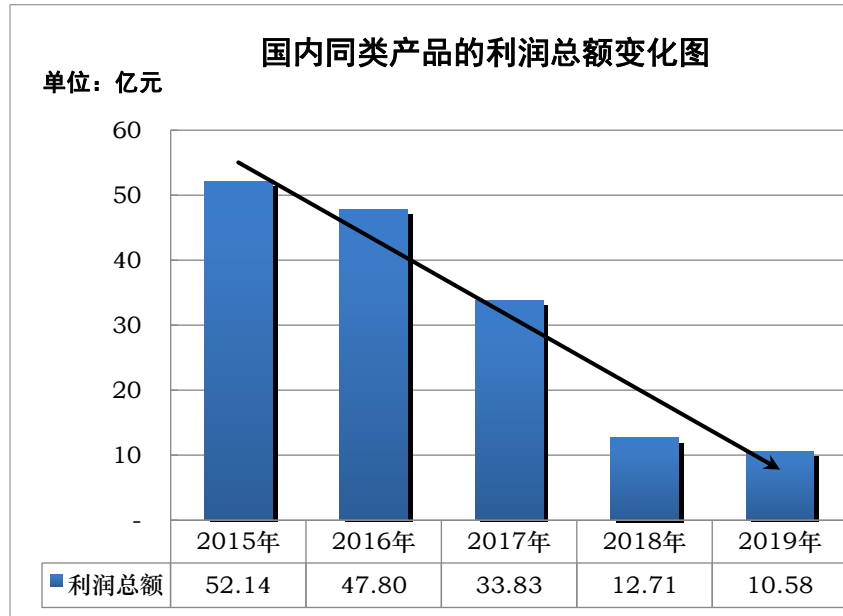
3.6 国内产业同类产品的利润变化情况

国内产业同类产品的利润变化情况

单位：亿元

期间	利润	变化幅度
2015年	52.14	-
2016年	47.80	-8.32%
2017年	33.83	-29.23%
2018年	12.71	-62.43%
2019年	10.58	-16.76%

注：数据来源于“附件五：关于国内葡萄酒产业生产经营状况的说明”。



与销售收入的表现相同，申请调查期内，国内产业同类产品的利润总额也呈持续下降趋势。2015年至2019年，国内产业同类产品的利润总额分别为52.14亿元、47.80亿元、33.83亿元、12.71亿元和10.58亿元，2016年比2015年减少8.32%，2017年比2016年减少29.23%，2018年比2017年减少62.43%，2019年比2018年进一步减少16.76%，申请调查期内累计大幅减少了79.71%。

（三） 损害的程度和类型

通过上述分析和说明可以看出：在申请调查产品大量低价倾销进口的冲击下，国内产业同类产品的多个经济指标都已经出现了不同程度的下滑趋势，具体表现在：

1、国内产业同类产品的总产量呈持续下降趋势，由2015年的116.11万千升下降至2019年的45.15万千升，累计大幅减少了61.11%；

2、由于市场受到挤占，国内产业同类产品的市场份额也在明显下降，由2015年的74.43%下降至2019年的49.58%，累计大幅下降了24.85个百分点；

3、由于申请调查产品的价格压低和价格抑制，国内产业同类产品的销售价格总体呈下降趋势，无论是发改委监测的2015年至2019年的市场价格，还是国内4家上市公司公开年报披露的2015年至2019年价格数据，都表现出相同的变化趋势；

4、受产量减少和价格下降的双重不利影响，国内产业同类产品的销售收入也在大幅减少，由2015年的466.05亿元下降至2019年的145.09亿元，累计大幅减少了68.87%；

5、国内产业同类产品的利润总额也呈大幅下降趋势，由2015年的52.14亿元减少至

2019 年的 10.58 亿元，累计大幅减少了 79.71%。

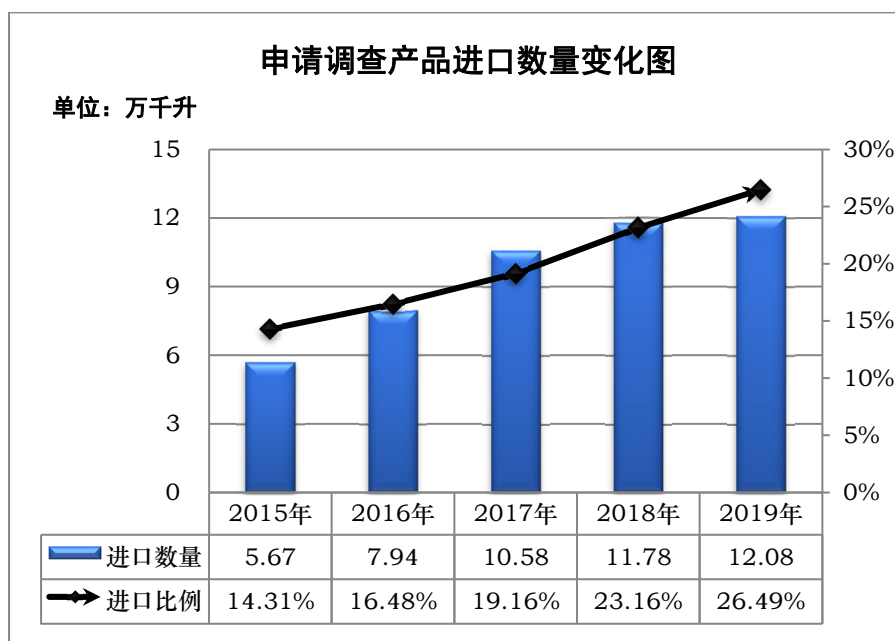
总的来看，申请调查期内，与国内产业同类产品有关的经济指标，销售价格总体呈下滑趋势，产量、市场份额、销售收入和利润总额呈持续下降趋势，并且均已下降至申请调查期内的最低水平。这些事实充分说明，国内产业的生产状况和经营状况正在急剧恶化，申请调查产品的大量低价倾销已经对国内产业造成了实质损害。

七、 倾销与损害之间的因果关系

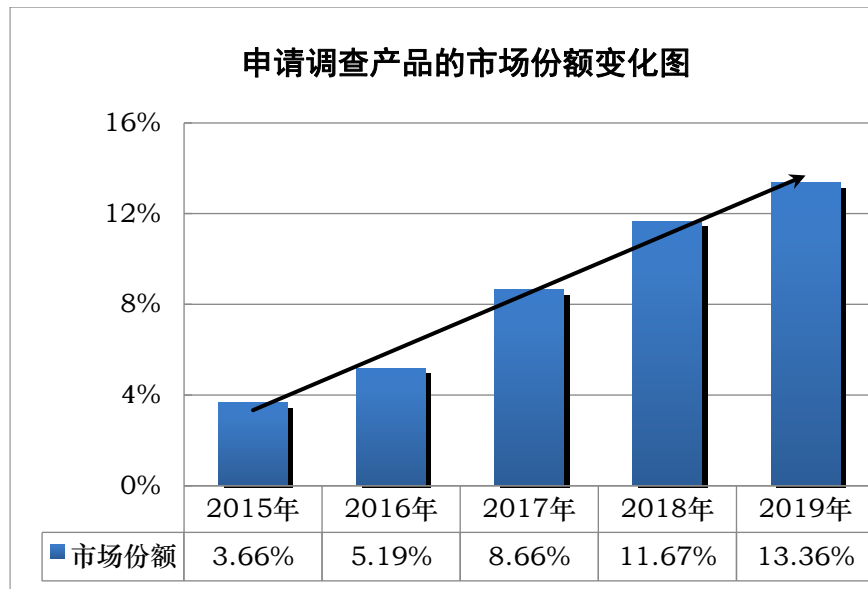
（一） 申请调查产品造成国内产业损害的原因分析

作为酒类消费大国和新兴的葡萄酒消费市场，中国葡萄酒的人均消费量低于全球人均消费水平，更是远远低于主要消费国家人均消费水平。而且，中国葡萄酒消费市场具有增长的潜力，尤其是未来随着主流消费人群的代际更替以及消费升级的影响，中国葡萄酒市场的容量将继续扩大。这对澳大利亚葡萄酒厂商来说具有极大的吸引力，使其不惜采取低价倾销的手段抢占和扩大在中国的市场份额。

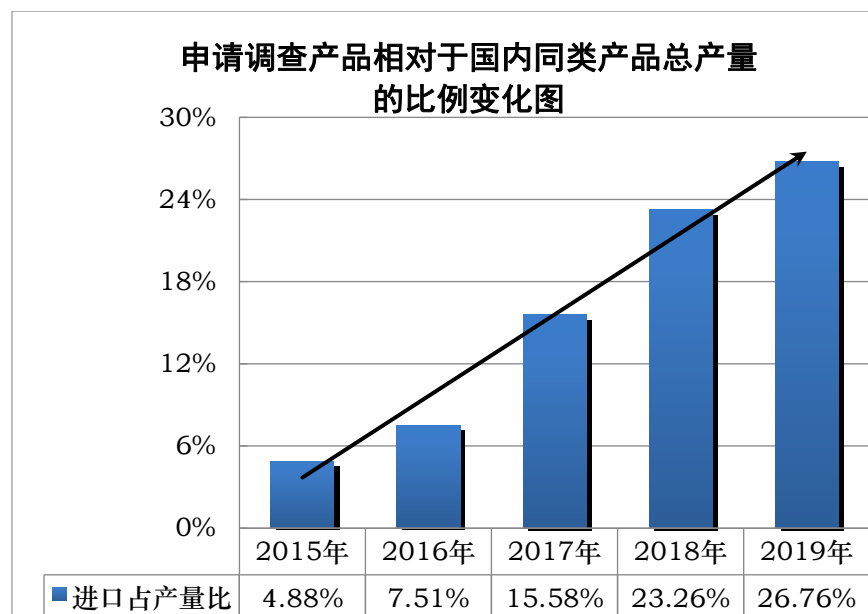
根据中国海关数据统计，申请调查期内，申请调查产品的绝对进口数量持续在大幅增长。2015 年至 2019 年，进口数量分别为 5.67 万千升、7.94 万千升、10.58 万千升、11.78 万千升和 12.08 万千升，2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年与上年相比分别增长 40.05%、33.31%、11.36%和 2.52%，2019 年比 2015 年累计大幅增长 113%。同期，申请调查产品所占中国总进口数量的比例也呈持续上升趋势，2015 年至 2019 年所占进口比例分别为 14.31%、16.48%、19.16%、23.16%和 26.49%，2019 年比 2015 年累计提高了 12.18 个百分点。2019 年的进口数量和所占中国总进口比例均为申请调查期内的最高水平。



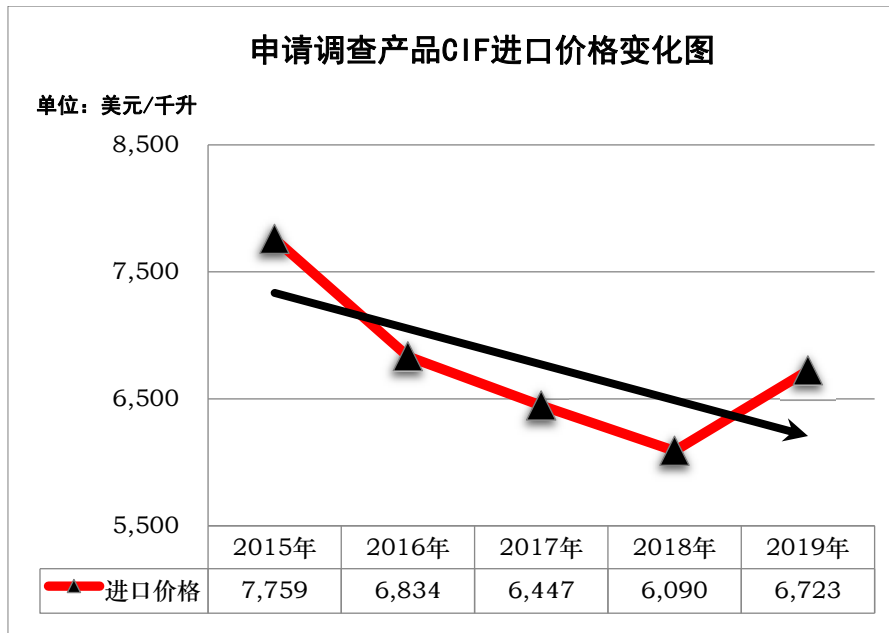
在进口数量持续增长的拉动下，申请调查产品所占中国市场份额也在不断提高。2015年至2019年，市场份额分别为3.66%、5.19%、8.66%、11.67%和13.36%。2016年、2017年、2018年和2019年与上年相比分别提高了1.54个百分点、3.46个百分点、3.02个百分点和1.68个百分点，2019年比2015年累计提高了9.70个百分点，且处于整个申请调查期的最高水平。



另外，相对于国内产业同类产品总产量而言，申请调查产品与国内产业同类产品总产量的比例也在不断提高。2015年至2019年，所占比例分别为4.88%、7.51%、15.58%、23.26%和26.76%，2016年、2017年、2018年和2019年与上年相比分别提高2.63个百分点、8.07个百分点、7.67个百分点和3.50个百分点，2019年比2015年累计提高了21.88个百分点，且所占比例为申请调查期内的最高水平。

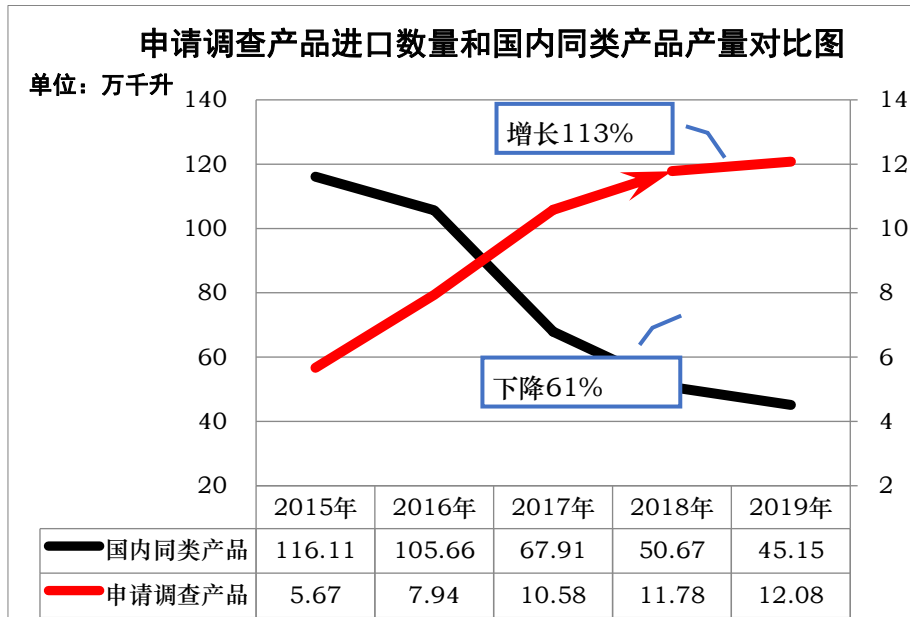


进口数量之所以持续大幅增长，与申请调查产品的低价倾销行为密不可分。同期，申请调查产品的进口价格呈持续下降趋势。2015年至2019年，申请调查产品的进口价格分别为7,759美元/千升、6,834美元/千升、6,447美元/千升、6,090美元/千升和6,723美元/千升，2016年比2015年下降11.92%，2017年比2016年下降5.67%，2018年比2017年下降5.54%，2018年比2015年大幅下降21.51%，2019年比2018年增长10.39%，但仍比2015年累计下降13.36%。而且，根据初步测算，申请调查产品2019年的倾销幅度高达202.70%。

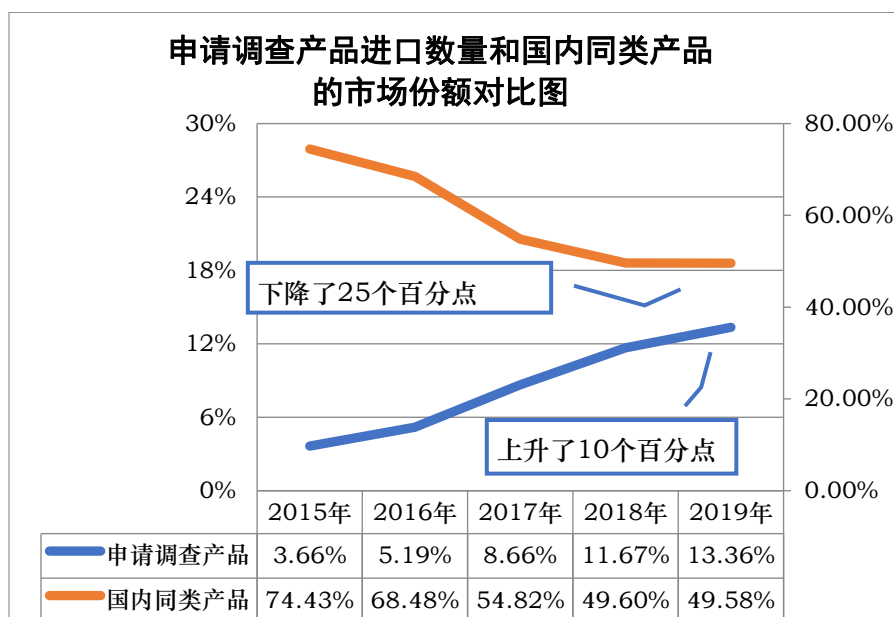


由于申请调查产品与国产葡萄酒属于同类产品，产品之间存在替代性和竞争性，产品价格对下游用户的采购选择具有重要影响，因此在进口数量大幅增长、市场份额持续提高、相对于国内同类产品总产量的比例持续提高、进口价格大幅下降的情况下，倾销进口申请调查产品足以对国内市场 and 国内产业造成冲击和影响：

一方面，国内产业同类产品的产量均呈持续下降趋势，与申请调查产品的进口数量增长呈反向变动关系。其中：2016年比2015年，国内产业同类产品产量减少了9.00%，而申请调查产品进口数量增长了40.05%；2017年比2016年，国内产业同类产品产量减少了35.73%，而申请调查产品进口数量增长了33.31%；2018年比2017年，国内产业同类产品产量减少了25.39%，申请调查产品进口数量增长了11.36%；2019年比2018年，国内产业同类产品产量减少了10.89%，申请调查产品进口数量增长了2.52%。申请调查期内，国内产业同类产品产量累计大幅减少了61.11%，而申请调查产品进口数量累计增长了113%。

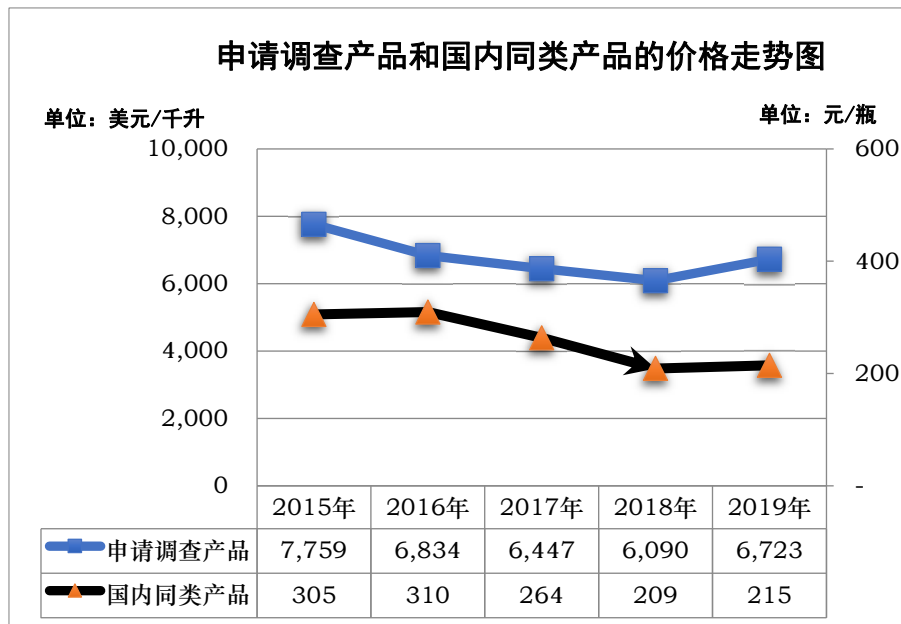


受产量减少的负面影响，国内产业同类产品所占市场份额也呈持续下降趋势，与申请调查产品的市场份额上升呈反向变动关系。其中：2016 年比 2015 年，国内产业同类产品市场份额下降了 5.95 个百分点，而申请调查产品市场份额上升了 1.54 个百分点；2017 年比 2016 年，国内产业同类产品市场份额下降了下降 13.67 个百分点，而申请调查产品市场份额上升了 3.46 个百分点；2018 年比 2017 年，国内产业同类产品市场份额下降了 5.22 个百分点，而申请调查产品市场份额上升了 3.02 个百分点；2019 年比 2018 年，国内产业同类产品市场份额下降了 0.01 个百分点，而申请调查产品市场份额上升了 1.68 个百分点；申请调查期内，国内产业同类产品市场份额累计下降了 24.85 个百分点，而申请调查产品市场份额累计上升了 9.70 个百分点。



另一方面，在进口数量增长导致市场竞争加剧的情况下，申请调查产品的降价行为压低和抑制了国内产业同类产品的销售价格，导致国内产业同类产品的销售价格呈下降趋势，并对国内产业同类产品的销售收入和利润总额产生了负面影响。

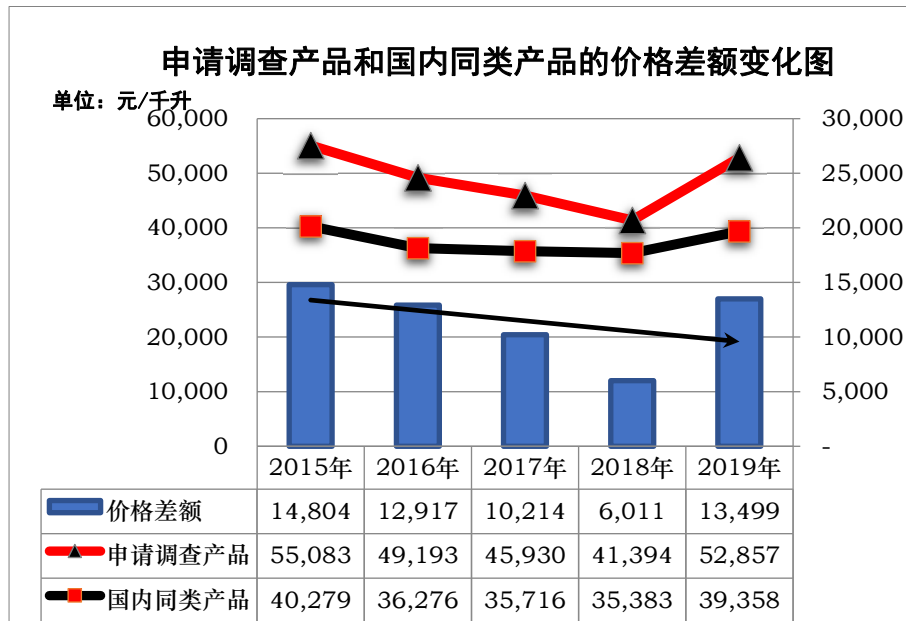
根据发改委监测的平均价格数据以及海关进口数据：2016 年比 2015 年，申请调查产品的进口价格下降 11.92%，国内同类产品的价格微增 1.41%；2017 年比 2016 年，申请调查产品的进口价格下降 5.67%，国内产业同类产品的价格下降 14.81%；2018 年比 2017 年，申请调查产品的进口价格下降 5.54%，国内产业同类产品的价格下降 20.74%；2019 年比 2018 年，申请调查产品的进口价格增长 10.39%，国内产业同类产品的价格增长 2.64%；2018 年比 2015 年，申请调查产品的进口价格下降 21.51%，国内产业同类产品的价格下降 31.52%。2019 年申请调查产品的进口价格和国内产业同类产品的价格均有所增长，但分别仍比 2015 年下降 13.36%和 29.71%。



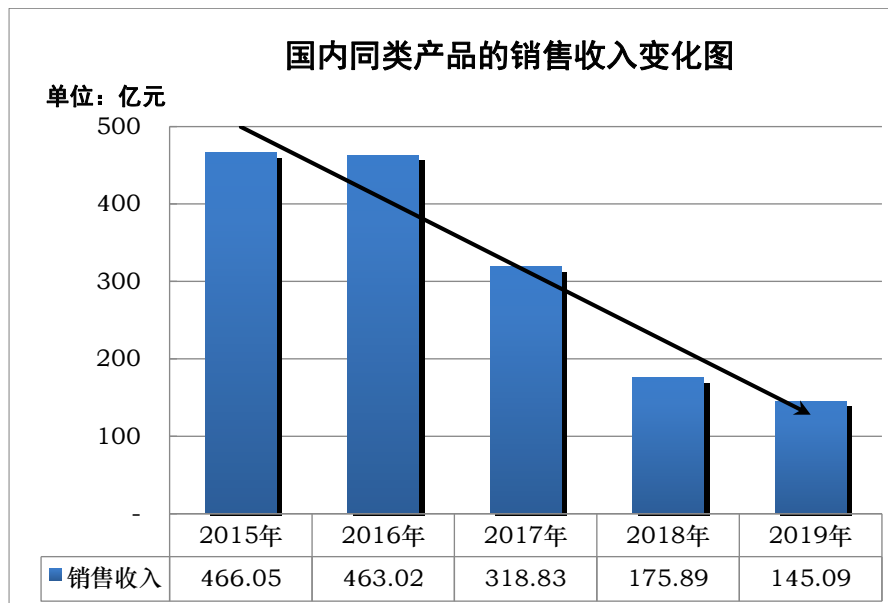
而且，具有代表性的国内 4 家葡萄酒上市公司已经披露的年报数据亦可以进一步佐证申请调查期内国内产业同类产品的销售价格总体呈下降趋势，2016 年比 2015 年下降 9.94%，2017 年比 2016 年下降 1.54%，2018 年比 2017 年下降 0.93%，2019 年比 2018 年上涨了 11.23%，但仍比 2015 年价格下降 2.29%。

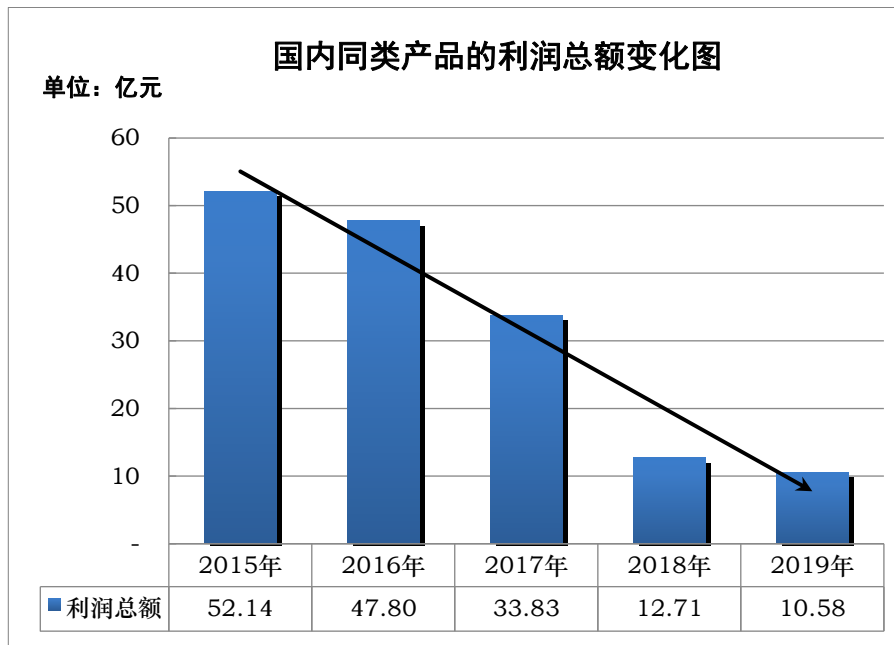
另外，随着进口价格的大幅下滑，申请调查产品与国内同类产品的价格差额总体呈缩小趋势，2015 年至 2018 年的价格差额分别为 14,804 元/千升、12,917 元/千升、10,214 元/千升、6,011 元/千升和 13,499 元/千升，2019 年比 2015 年缩小了 9%。可见，申请调查产

品的降价行为压低了国内同类产品的价格。



受此不利影响，同期国内产业同类产品的销售收入和利润都在大幅减少。其中，销售收入2019年比2015年累计减少了68.87%，利润总额2019年比2015年大幅减少了79.71%，2019年国内产业同类产品的产量、市场份额、销售收入和利润均为调查期内最低水平，与2019年进口数量的最高水平呈反向变动关系，与总体呈下降趋势的进口价格的呈同向变动关系。





综合上述分析，申请人认为，国内产业同类产品的生产状况和经营状况正在急剧恶化，国内产业正在遭受严重的实质损害，申请调查产品对中国市场的大量低价倾销是造成国内产业实质损害的重要原因，二者之间具有直接的因果关系。

（二）其它可能造成国内产业损害的因素分析

1、其它国家和地区的进口产品的影响

根据海关数据统计，除澳大利亚之外，我国还从欧盟、智利、美国等其他国家（地区）进口同类产品。申请调查期内，其他国家（地区）葡萄酒的进口数据如下表所示：

其他国家（地区）同类产品的进口数量变化情况

单位：千升

期间	澳大利亚		其他国家（地区）	
	进口数量	变化幅度	进口数量	变化幅度
2015年	56,681	-	339,460	-
2016年	79,385	40.05%	402,394	18.54%
2017年	105,826	33.31%	446,493	10.96%
2018年	11.36%	11.36%	390,894	-12.45%
2019年	120,812	2.52%	335,206	-14.25%

其他国家（地区）同类产品的进口价格变化情况

单位：美元/千升

期间	澳大利亚		其他国家（地区）	
	进口价格	变化幅度	进口价格	变化幅度
2015年	7,759	-	4,238	-
2016年	6,834	-11.92%	4,107	-3.09%
2017年	6,447	-5.67%	4,189	2.01%
2018年	6,090	-5.54%	4,751	13.40%
2019年	6,723	10.39%	4,116	-13.35%

注：其他国家（地区）的进口数据来源于“附件八：葡萄酒海关进出口数据统计”。

申请调查期内，其他国家（地区）同类产品的进口数量先增后降，总体呈下降趋势，与澳大利亚申请调查产品的进口数量持续大幅上升趋势存在明显不同。同期，其他国家（地区）同类产品的进口价格表现相对平稳，与澳大利亚申请调查产品的进口价格总体明显下降趋势也存在不同。

因此，申请人认为，其他国家（地区）同类产品的进口变化不能否定澳大利亚申请调查产品对国内产业造成的损害。

2、市场需求变化的影响

申请调查期内，国内葡萄酒的表观消费量呈下降趋势，由2015年的154.94万千升下降至2019年的90.45万千升，2019年比2015年减少了41.62%。

虽然实际需求量没有官方统计数据，但从各方反映的情况来看，我国葡萄酒消费市场仍整体向好。根据相关媒体报道援引的OIV数据分析，中国市场葡萄酒消费量全球排名第五，是全球葡萄酒消费增长最快的几个国家之一，人均消费量只有0.6升左右，不仅低于全球人均消费水平，更是远远低于主要消费国家人均消费水平。因此，中国葡萄酒消费市场具有增长的潜力，尤其是未来随着主流消费人群的代际更替以及消费升级的影响，我国葡萄酒市场的容量将继续扩大。这些事实对申请调查期内澳大利亚申请调查产品持续加大对中国市场出口具有解释力。

退一步说，如果表观消费量呈下降趋势对市场会产生负面影响，那么，在国内同类产品 and 申请调查产品都处在同一个市场并相互竞争的情况下，这些负面影响也应当同时作用

于国内同类产品和申请调查产品，国内产业在遭受损害的同时，澳大利亚申请调查产品的进口也应当受到不利影响。但事实上，在整个申请调查期内，澳大利亚申请调查产品的进口数量持续在大幅增长，而同期国内产业同类产品的产量在大幅减少，二者呈截然相反的不同表现。

因此，申请人认为，表观消费量呈下降趋势不能否定澳大利亚申请调查产品对国内产业造成的损害。

3、消费方式的变化的影响

到目前为止，我国没有限制使用或消费葡萄酒产品的政策变化。而且，申请调查期内，中国市场正处在主流消费人群的代际更替以及消费升级的过程中，对葡萄酒产业和葡萄酒市场都构成利好。因此，申请人认为，申请调查期内不存在消费方式的变化而对国内产业造成损害的情况。

4、出口变化的影响

根据海关数据统计，申请调查期内，国内产业同类产品的出口数量很少，变化不大，年出口量不到1万千升，占全国总产量的比例约为1%。国内产业同类产品主要立足于国内市场。因此，申请人认为，国内产业遭受的损害不是由于出口变化造成的。

5、国内外正常竞争的影响

如上文所述，申请调查产品和国内同类产品的物化特性、销售渠道基本相同，销售地域和客户群体存在交叉。而且国内生产企业一直致力与提高企业的技术水准、扩大企业的生产规模。在生产经营管理方面，国内生产企业也普遍致力管理的规范和提升。同时，企业也普遍重视资源综合利用和节能减排，在酿酒葡萄皮渣等副产物综合利用以及废水处理和循环利用等方面进步明显，部分企业利用酿酒葡萄皮渣提取酒精、单宁等副产品，提高了企业经济效益。

由此可见，国内产业无论在企业规模、产品质量上还是生产经营管理上都具备良好的市场竞争能力。如果澳大利亚进口产品与国内产业的同类产品进行公平竞争，国内产业完全具备本土的优势，不应当会遭受如此严重的不利影响。

6、商业流通渠道和贸易政策的影响

随着改革开放的进一步深入以及市场经济体制的不断完善，目前国内葡萄酒产品完全实行市场化的价格机制，生产经营完全受市场规律调节。国内产业同类产品与销售渠道与申请调查产品相同，在商业流通领域并不存在阻碍国内同类产品销售或造成国内产业损害的因素。

另外，到目前为止，我国没有颁布限制该产业贸易行为的其它相关政策，国内产业没有受到这方面的负面影响。

（三） 结论

基于上述分析，申请人认为，申请调查产品与国内产业遭受的实质损害之间存在因果关系，而其他因素不能否定澳大利亚申请调查产品对国内产业造成的损害。

八、 公共利益之考量

申请人认为，反倾销是为了纠正进口倾销产品不公平贸易竞争的行为，消除倾销造成国内葡萄酒产业的损害性影响。采取反倾销措施的目的就是通过对破坏正常市场秩序的不规范低价倾销行为的制约，以维护和规范正常的贸易秩序，恢复和促进公平竞争。根据各国的反倾销实践，考量公共利益问题时对于恢复扭曲的市场秩序和保护有效的竞争应予以特别的重视。鉴于原产于澳大利亚的申请调查产品在国内市场大量低价倾销，严重破坏了国内市场公平竞争秩序，对国内产业造成了严重的冲击和损害。在这种情况下，采取反倾销措施有助于恢复这种被扭曲的竞争秩序，有利于维护国内产业的安全并进而维护国家经济的安全，符合国家公共利益。

其次，我国酿酒葡萄主要产区分布在山东、河北、宁夏、新疆和甘肃等省区，而葡萄酒产业与葡萄种植密切相关，涉及到广大农民的根本利益。发展和保护葡萄酒产业，对发展区域经济和壮大支柱优势产业能起到良好的引导作用，对当地及周边农民脱贫致富、增加收入能够起到了重要的带动作用，对现阶段致力于精准扶贫、帮助人民生活全面实现小康水平具有重要影响，对边疆地区的社会稳定具有重要作用。因此，通过反倾销措施来保护葡萄酒产业的健康发展也符合国家政策，符合农民的根本利益。

而且，发展和保护葡萄酒产业，对积极延伸产业链，推进葡萄酒产业多元化发展，也具有积极的意义，可以促进企业利用特有的生态、地理、文化等优势，加快发展葡萄采摘、葡萄酒品尝、休闲旅游等相关产业，也可以带动了葡萄籽油等相关产品的开发，行业形成

多元化产业发展模式。

再者，反倾销针对的是以价格歧视方式倾销进口的产品，并不抵制正常的对外贸易，也不会对正当的、公平的进口造成障碍。采取反倾销措施的目的是将倾销进口产品的价格调整到公平的竞争水平上，并不是将进口产品完全挡在国门外。因此，如果今后采取相关的反倾销措施，澳大利亚申请调查产品也完全可以以公平、正常的价格水平向中国市场出口，其正当的进口行为不会受到任何限制。即使由于采取反倾销措施而对澳大利亚申请调查产品的进口造成一定的影响，其他国家（地区）的进口葡萄酒也可以进行补充并满足市场需求。

最后，申请人认为，通过反倾销有利于改善葡萄酒市场的经营环境，有利于规范葡萄酒市场的经营秩序，而不至于因为受到进口产品倾销价格的误导，进而出现市场混乱的情况。葡萄酒产品的质量直接关系到消费者的利益，关系到消费者的生命健康和生活水平，如果产品质量无法得到保障，最终损害的将是消费者的利益。因此，从长远的角度来看，只有葡萄酒市场得到规范，价格保持在一个合理、稳定和有序的水平，葡萄酒生产企业才能在稳定的市场中最终获得利益，并与消费者形成互惠互利的和谐关系。

综上，申请人认为，对原产于澳大利亚的进口葡萄酒开展反倾销调查并采取反倾销措施符合中华人民共和国的公共利益。

九、 结论和请求

（一） 结论

根据上述事实 and 理由，申请人认为，原产于澳大利亚的进口葡萄酒产品在国内市场存在明显的倾销行为，而且这种倾销行为已经对国内产业造成了实质损害。

在这种情况下，及时有效开展反倾销调查并采取相应反倾销措施，有利于恢复被扭曲的市场竞争秩序，保护国内葡萄酒产业的合法权益，保障国内产业的正常发展。同时，对原产于澳大利亚的进口葡萄酒产品开展反倾销调查并采取反倾销措施，在保护保护国内产业安全的同时，对保护国家经济安全、保障农民的根本利益和维护消费者的权益也具有积极的意义，符合中华人民共和国的公共利益。

（二） 请求

为了保护国内葡萄酒产业的合法权益以及今后的发展前途，依据《中华人民共和国对外贸易法》和《中华人民共和国反倾销条例》的规定，申请人请求中华人民共和国商务部对原产于澳大利亚并向中国出口的葡萄酒进行反倾销立案调查，并根据调查结果向国务院关税税则委员会做出建议，对原产于澳大利亚并向中国出口的葡萄酒产品征收反倾销税。

第二部分 保密申请

一、 保密申请

根据《中华人民共和国反倾销条例》第 22 条的规定，申请人请求对本申请书中的材料以及附件作保密处理，即除了本案调查机关及《中华人民共和国反倾销条例》所规定的部门可以审核及查阅之外，该部分材料不得以任何方式进行保密，禁止以任何方式接触、查阅、调卷或了解。

二、 非保密性概要

为使本案的利害关系方能了解本申请书以及附件的综合信息，申请人特此制作申请书以及附件的公开文本，而有关申请保密的材料和信息在申请书及附件的公开文本中作了有关说明或非保密性概要。

三、 保密处理方法说明

对于本申请书及附件公开文本中涉及申请人的相关保密信息，申请人文字概要的方式提供非保密概要。

第三部分 证据目录和清单

- 附件一： 申请人社会团体法人登记证书及授权委托书
- 附件二： 关于葡萄酒生产企业会员单位的情况说明
- 附件三： 会议纪要
- 附件四： 律师指派书和律师执业证明
- 附件五： 关于国内葡萄酒产业生产经营状况的说明
- 附件六： 中华人民共和国海关进出口税则，2015—2019 年版
- 附件七： 消费税税目税率表
- 附件八： 葡萄酒海关进出口数据统计
- 附件九： 海运费和保险费报价
- 附件十： 世界银行集团关于澳大利亚贸易环节费用报告
- 附件十一： 澳大利亚从中国进口葡萄酒的统计数据
- 附件十二： 发改委对干红葡萄酒的价格监测数据
- 附件十三： 四家葡萄酒上市公司年报
- 附件十四： 汇率统计
- 附件十五： 非市场状况部分相关附件
- 附件十五（1） 澳大利亚葡萄酒产业介绍
- 附件十五（2） 葡萄酒平衡税优惠项目介绍
- 附件十五（3） 国际葡萄酒旅游竞争拨款项目介绍
- 附件十五（4） 国际葡萄酒旅游州拨款项目介绍
- 附件十五（5） 葡萄酒出口拨款项目介绍
- 附件十五（6） 中美营销活动项目介绍
- 附件十五（7） 能力发展项目介绍
- 附件十五（8） 区域计划项目介绍
- 附件十五（9） 葡萄酒旅游和酒窖门票拨款项目介绍
- 附件十五（10） 管理农场风险项目介绍
- 附件十五（11） 澳大利亚葡萄酒研究所补贴清单
- 附件十五（12） 国家土地保育项目介绍
- 附件十五（13） 加速商业化项目介绍
- 附件十五（14） 创新连接项目介绍
- 附件十五（15） 出口市场发展资助项目介绍

- 附件十五(16) 研发税收激励项目介绍
- 附件十五(17) 业务增长资助项目介绍
- 附件十五(18) 澳大利亚博士研究实习项目介绍
- 附件十五(19) 澳大利亚 WTO 补贴通告
- 附件十五(20) 经济合作与发展组织 (OECD) 《澳大利亚农业支持项目评估》
- 附件十五(21) 维多利亚州农业能源投资计划项目介绍
- 附件十五(22) 维多利亚州区域就业基金项目介绍
- 附件十五(23) 维多利亚州食品资源资助项目介绍
- 附件十五(24) 维多利亚州区域买家吸引项目介绍
- 附件十五(25) 首都领地商业能源和用水项目介绍
- 附件十五(26) 新南威尔士州 TechVouchers 项目介绍
- 附件十五(27) 塔斯马尼亚州先进制造业创新和增长优惠券制度项目介绍
- 附件十五(28) 西澳大利亚州创新优惠券项目介绍
- 附件十五(29) 南澳大利亚州出口加速资助项目介绍
- 附件十五(30) 南澳大利亚州资源生产力评估项目介绍
- 附件十五(31) 南澳大利亚州区域食品激励项目介绍
- 附件十五(32) 南澳大利亚州重点区域品牌支持项目介绍
- 附件十五(33) 塔斯马尼亚州葡萄园和果园扩建项目介绍