

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反倾销调查的初步裁定

根据《中华人民共和国反倾销条例》（以下称《反倾销条例》）的规定，2020年8月18日，商务部（以下称调查机关）发布2020年第34号公告，决定对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒进行反倾销立案调查。

调查机关对被调查产品是否存在倾销和倾销幅度、被调查产品是否对国内相关葡萄酒产业造成损害及损害程度以及倾销与损害之间的因果关系进行了调查。根据调查结果和《反倾销条例》的规定，调查机关作出初步裁定如下：

一、调查程序

（一）立案及通知。

1. 立案。

2020年7月6日，中国酒业协会（以下称申请人）代表国内相关葡萄酒产业，正式向调查机关提起对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒进行反倾销调查的申请。

调查机关审查了申请材料，认为申请人符合《反倾销条例》第十一条、第十三条及第十七条有关国内产业提出反倾销调查申请的规定。同时，申请书中包含了《反倾销条例》

第十四条、第十五条规定的反倾销调查立案所要求的内容及有关的证据。

根据上述审查结果及《反倾销条例》第十六条的规定，调查机关于2020年8月18日发布立案公告，决定对澳大利亚的进口相关葡萄酒进行反倾销立案调查。倾销调查期为2019年1月1日至2019年12月31日(以下称倾销调查期)。产业损害调查期为2015年1月1日至2019年12月31日(以下称损害调查期)。

澳大利亚政府、澳大利亚葡萄和葡萄酒协会在评论意见中主张，申请书在申请人资格，倾销、损害及因果关系的认定和证据等方面没有满足立案调查的标准，调查机关应终止本次反倾销调查。

调查机关认为，调查机关在立案前对申请书进行了审查，认为申请人符合《反倾销条例》第十一条、第十三条及第十七条有关国内产业提出反倾销调查申请的规定。同时，申请书中包含了《反倾销条例》第十四条、第十五条规定的反倾销调查立案所要求的内容及有关的证据。上述主张不能成立。

2. 立案通知。

在决定立案调查前，根据《反倾销条例》第十六条规定，调查机关就收到国内产业反倾销调查申请书一事通知了澳大利亚驻华大使馆。

2020年8月18日，调查机关发布立案公告，向澳大利亚驻华大使馆正式提供了立案公告和申请书的公开文本。同日，调查机关将立案情况通知了申请人及申请书中列名的澳大利亚企业。

3. 公开信息。

在立案公告中，调查机关告知利害关系方，可以通过商务部贸易救济公开信息查阅室查阅本次反倾销调查相关信息的公开版本及保密版本的非保密概要。

立案当天，调查机关通过商务部贸易救济公开信息查阅室公开了申请人提交的申请书的公开版本及保密版本的非保密概要，并将电子版登载在商务部网站上。

(二) 调查。

1. 登记参加调查。

在规定时间内，澳大利亚生产商澳大利亚依恋森林酒庄、澳大利亚誉加葡萄酒有限公司、澳塔瓦酒庄、澳洲佳酿集团、保乐力加酿酒师有限公司、博格丹投资有限公司、布朗兄弟米拉瓦葡萄园有限公司、丹歌酒庄、德灵酒庄、芬格富酒业集团、富豪葡萄酒产业酒商有限公司、福莱斯葡萄酒有限公司、福润德酒业有限公司、歌浓葡萄酒有限责任公司、红袋鼠葡萄酒有限公司、卡塞拉酒业私人有限公司、礼拜山酒庄、珀缇雅谷葡萄酒有限公司、绅士酒庄、史密斯父子有限公司、泰勒飞力士、腾达堡、天鹅酿酒有限公司、温加拉

葡萄酒集团有限公司，澳大利亚贸易商澳大利亚奋进饮料有限公司、好博发展私人公司、利客兰德（澳大利亚）私人有限公司、绿色生活控股有限公司、南澳大利亚葡萄酒集团有限公司、杨利有限公司，国内进口商保乐力加（中国）酒业有限公司、广州龙程酒业有限公司、酒富圣酪（北京）贸易有限公司、烟台张裕先锋国际酒业有限公司、浙江商源国际酒业有限公司，国内生产者北京丰收葡萄酒有限公司、北京市龙徽酿酒有限公司、昌黎地王酿酒有限公司、甘肃莫高实业发展股份有限公司、贵州茅台酒厂（集团）昌黎葡萄酒业有限公司、河北马丁葡萄酿酒有限公司、河北沙城家和酒业有限公司、黑龙江青谷酒庄有限公司、怀来容辰庄园葡萄酒有限公司、怀来紫晶庄园葡萄酒有限公司、君顶酒庄有限公司、朗格斯酒庄（秦皇岛）有限公司、宁夏贺兰晴雪酒庄有限公司、宁夏恒生西夏王酒业有限公司、宁夏类人首葡萄酒业有限公司、宁夏阳阳国际酒庄股份有限公司、蓬莱国宾葡萄酒庄有限公司、秦皇岛金士国际葡萄酒庄有限公司、青岛华东葡萄酿酒有限公司、山东台依湖葡萄酒业股份有限公司、山西戎子酒庄有限公司、天明民权葡萄酒有限公司、通化万通葡萄酒股份有限公司、吐鲁番楼兰酒庄股份有限公司、威龙葡萄酒股份有限公司、香格里拉酒业股份有限公司、新疆芳香庄园酒业股份有限公司、新疆瑞泰青林酒业有限责任公司、新疆唐庭霞露酒庄有限公司、新疆西域明珠葡萄酒

业有限公司、新疆乡都酒业有限公司、新疆新雅葡萄酒业有限公司、新疆中菲酿酒股份有限公司、烟台凯斯蒂隆葡萄酒有限公司、烟台张裕葡萄酒股份有限公司、御马国际葡萄酒业（宁夏）有限公司、云南高原葡萄酒有限公司、中法合营王朝葡萄酒有限公司、中粮长城酒业有限公司、中信国安葡萄酒业股份有限公司，按立案公告要求向调查机关登记参加调查。

2. 抽样调查。

由于登记参加调查的涉案企业较多，根据《反倾销条例》第二十条和《反倾销调查抽样暂行规则》的规定，调查机关决定采用抽样调查的方法进行反倾销调查。

2020年9月15日，调查机关发放了《关于发放相关葡萄酒反倾销案抽样调查问卷的通知》，向本案各利害关系方发放了倾销抽样调查问卷，在规定期限内收到多家澳大利亚生产商、出口商提交的倾销抽样调查问卷答卷。

澳大利亚葡萄和葡萄酒协会和富豪葡萄酒产业酒商有限公司分别于2020年9月11日和9月25日就抽样问题提交了评论意见。澳大利亚葡萄和葡萄酒协会主张，为了确保选出的“样本”能够合适地代表澳大利亚葡萄酒出口商，被抽样公司应包括一些出口量较少的，出口的葡萄酒来自不同产区、使用不同葡萄品种生产的出口商。富豪葡萄酒产业酒商有限公司主张被抽样公司应当在销售方面和生产方面具有

代表性。保乐力加酿酒师有限公司在答卷中建议调查机关选择至少 4 家出口商作为强制应诉方，以确保样本具有统计学上的有效性，并请求成为被抽样企业。

调查机关对上述抽样调查问卷的答卷以及评论意见进行了审查，初步决定以收到的倾销抽样问卷答卷为基础进行抽样，将提交倾销抽样调查问卷答卷的澳大利亚生产商按照其报告的出口数量大小进行排序，选取出口数量占前 3 位的公司作为被抽样公司。2020 年 9 月 28 日，调查机关发放了《关于相关葡萄酒反倾销案抽样有关情况的通知》，将上述初步抽样方案、结果及有关情况通知各利害关系方并公开征求其评论意见。在规定期限内保乐力加酿酒师有限公司提交了评论意见，主张应基于自身产品的出口数量、反倾销和反补贴调查的一致性以及统计学上的有效性等，选择其为被抽样公司。

调查机关审查了有关利害关系方提交的信息和主张。调查机关认为，在本次调查中根据出口数量大小选取的抽样公司，不仅可以包括最多的出口数量，也可以涵盖不同类别的产品，具有代表性。同时，在不影响本次反倾销调查及时完成的情况下，选取 3 家被抽样公司是对调查机关来说实际可行的最大数量。2020 年 10 月 10 日，调查机关发放了《关于发放相关葡萄酒反倾销案调查问卷的通知》，决定根据《关于相关葡萄酒反倾销案抽样有关情况的通知》中采用的抽样

方案抽样，即以调查机关收到的倾销抽样调查问卷答卷为基础，将提交倾销抽样调查问卷答卷的澳大利亚生产商按照其报告的对中国出口数量大小进行排序，选取出口数量占前3位的公司作为被抽样公司。最终选取的公司分别为富豪葡萄酒产业酒商有限公司（Treasury Wine Estates Vintners Limited）、卡塞拉酒业私人有限公司（Casella Wines Pty. Limited）和天鹅酿酒有限公司（Australia Swan Vintage Pty Ltd）。

3. 产品型号划分。

由于被调查产品和同类产品的类别众多，不同类别产品的成本和价格差异显著，为了对价格以及成本进行公平比较，调查机关初步决定将被调查产品和同类产品归入不同的组别进行调查，并在倾销抽样调查问卷中就产品型号划分征求了评论意见。

调查机关考虑了利害关系方的相关评论意见，并参考了关于葡萄酒产品的国内外相关标准，在此基础上按照类别、色泽、含糖量、规格、品种、年份、大产区、小产区这8个主要产品特征因素，划分了18位产品控制编码对被调查产品和同类产品进行分类。

卡塞拉酒业私人有限公司、富豪葡萄酒产业酒商有限公司、天鹅酿酒有限公司先后在评论意见中提出，关于产品控制编码中的“品种”因素，调查机关制定的标准与澳大利亚生

产商普遍适用的澳大利亚葡萄酒管理局的标签规则不一致，主要体现在三个方面：第一，调查机关要求填报单一葡萄品种的标准是该葡萄品种比例不低于 75%；澳大利亚葡萄酒管理局的标签规则是 85%。第二，调查机关要求单一葡萄品种比例不足 75%的，顺序填报占比最大的两个葡萄品种；澳大利亚葡萄酒管理局的标签规则是单一葡萄品种比例不足 85%的，可以选择标识为两个以上葡萄品种，也可以选择标识任何葡萄品种。但一旦选择标识，则标识的葡萄品种所占总比例不得低于 85%，且以降序顺序排列。上述利害关系方主张遵循澳大利亚生产商目前普遍适用的澳大利亚葡萄酒管理局的标签规则 and 实际经营活动中的标签习惯，以避免应诉企业的理解差异，确保填报的准确性和数据的一致性。

调查机关经审查后认为，第一，产品控制编码规则的目的在于将被调查产品和同类产品划分为不同的组别，这与澳大利亚葡萄酒管理局标签规则所要实现的政策目标并不相同。调查机关关于产品控制编码的制定是基于成本和价格差异，以便实现公平比较，没有必要与澳大利亚葡萄酒管理局的标签规则保持完全一致。

第二，对于单一葡萄品种的比例不低于 75%的产品，该品种葡萄的成本已在原材料成本中占据决定性地位，填报该单一品种，可以满足调查机关审查生产成本、进行型号划分的需要。该标准也同时与国际葡萄与葡萄酒组织相关规则和

中国国家标准一致。

第三，对于单一葡萄品种的比例不足 75%的产品，由于可能使用不同品种的葡萄生产，或使用相同品种的葡萄生产，但不同葡萄品种的比例不同，从而造成成本差异显著，调查机关同样需要审查生产成本、进行型号划分，因此要求相关利害关系方填报占比最大的两个葡萄品种。

第四，澳大利亚葡萄酒管理局的标签规则并不强制澳大利亚生产商标注葡萄品种，澳大利亚生产商在实际经营活动中可能针对不同品牌、不同批次的产品存在不同标签习惯。如果使用澳大利亚葡萄酒管理局的标签规则和公司实际经营活动中的标签习惯，可能无法实现型号划分和公平比较的目的。

第五，调查机关制定的产品控制编码含义清晰，不存在歧义，没有证据显示有利害关系方对此有不同理解。

综上，调查机关在 2020 年 10 月 29 日向有关利害关系方发放了《关于对相关葡萄酒反倾销案中有关产品控制编码问题的复函》，要求有关利害关系方严格按照调查机关制定的产品控制编码及问卷要求填写并提交答卷。

4. 发放和回收调查问卷。

2020 年 10 月 9 日，调查机关发放了《关于发放相关葡萄酒反倾销案调查问卷的通知》，向利害关系方发放了《国外出口商/生产商调查问卷》、《国内生产者调查问卷》和《国

内进口商调查问卷》，要求相关利害关系方在规定时间内提交准确、完整的答卷。调查机关将调查问卷登载在商务部网站上，任何利害关系方可在商务部网站上查阅并下载本案调查问卷。

在规定时间内，国内相关葡萄酒生产者、富豪葡萄酒产业酒商有限公司、卡塞拉酒业私人有限公司、向调查机关申请延期提交答卷。调查机关经审查后认为，第一，调查机关在发放调查问卷之前设置了单独的抽样环节，有关利害关系方已获得了充分时间进行答卷准备；第二，国外生产商或出口商调查问卷中的多个问题与此前的抽样问卷相同，有关利害关系方已在抽样答卷中进行了回答，这进一步减少了有关利害关系方填答调查问卷的工作量。鉴于此，调查机关认为已给予有关利害关系方充分时间准备和填答问卷，因此决定不予延期。至答卷递交截止日，澳大利亚生产商富豪葡萄酒产业酒商有限公司、卡塞拉酒业私人有限公司、天鹅酿酒有限公司，国内进口商广州龙程酒业有限公司、中粮名庄荟国际酒业有限公司，21家国内相关葡萄酒生产者，澳大利亚政府向调查机关提交了答卷。

5. 接收利害关系方评论意见。

2020年9月7日，澳大利亚政府提交了《对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒进行反倾销立案调查澳大利亚的评论》。

2020年9月7日,澳大利亚葡萄和葡萄酒协会提交了《关于中国商务部对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒进行反倾销立案调查的评论意见》。

2020年9月7日,富豪葡萄酒产业酒商有限公司提交了《澳大利亚进口葡萄酒产品反倾销调查初步评论意见》。

2020年9月16日,澳大利亚葡萄和葡萄酒协会提交了《关于中国商务部对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒进行反倾销立案调查的陈述意见》。

2020年9月25日,富豪葡萄酒产业酒商有限公司提交了《澳大利亚进口葡萄酒产品反倾销调查抽样方法评论意见》。

2020年10月9日,保乐力加酿酒师有限公司提交了《关于葡萄酒反倾销调查抽样结果的评论意见》。

2020年10月22日,卡塞拉酒业私人有限公司提交了《相关葡萄酒反倾销调查问卷中有关 PCN 问题的澄清请求函》。

2020年10月23日,富豪葡萄酒产业酒商有限公司提交了《关于相关葡萄酒反倾销案国外出口商或生产商调查问卷有关产品控制编码问题的说明函》。

2020年10月26日,天鹅酿酒有限公司提交了《SWAN 关于 TWEV 提交的相关葡萄酒反倾销案国外出口商或生产商调查问卷有关产品控制编码问题的说明函》。

2020年10月30日,申请人提交了《相关葡萄酒反倾销

案申请人关于对澳大利亚被调查产品追溯征收反倾销税的申请》。

2020年11月9日，国内相关葡萄酒生产者提交了《相关葡萄酒反倾销和反补贴案国内产业关于延期提交相关调查问卷答卷的申请》。

2020年11月9日，富豪葡萄酒产业酒商有限公司提交了《关于延期提交相关葡萄酒反倾销案国外出口商或生产商调查问卷答卷的申请》。

2020年11月9日，卡塞拉酒业私人有限公司提交了《关于相关葡萄酒反倾销案调查问卷答卷的延期申请》。

2020年11月19日，澳大利亚葡萄和葡萄酒协会及其15家成员企业提交了《关于追溯征收反倾销税的抗辩》。

6. 会见有关利害关系方。

2020年9月30日，调查机关应约视频会见了富豪葡萄酒产业酒商有限公司代表，听取其对本案的意见。2020年10月12日，富豪葡萄酒产业酒商有限公司代表提交了《拜会调查机关后书面资料》。

7. 公开信息。

根据《反倾销条例》第二十三条的规定，调查机关已将调查过程中收到和制作的本案所有公开材料及案件调查参考时间表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。

二、被调查产品

（一）被调查产品范围。

调查范围：原产于澳大利亚的进口装入2升及以下容器的葡萄酒。

被调查产品名称：装入2升及以下容器的葡萄酒，简称“相关葡萄酒”。

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

产品描述：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。

该产品归在《中华人民共和国进出口税则》：22042100。

（二）相关评论意见。

富豪葡萄酒产业酒商有限公司在评论意见中主张，其出口的配制酒、白兰地及起泡葡萄酒与被调查产品描述和海关税则号不符，请求调查机关确认上述产品不是被调查产品。

调查机关强调，被调查产品的范围确定以产品描述为准，且本次被调查产品全部归在《中华人民共和国进出口税则》：22042100，归入其他税则号的产品不属于被调查产品。

三、倾销和倾销幅度

（一）正常价值、出口价格、调整项目和到岸价格的初步认定。

关于澳大利亚葡萄酒行业的特殊市场情形

本案申请人主张，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。这些非市场因素的状况导致葡萄酒生产成本和价格不可比。

基于上述原因，申请人请求调查机关对影响澳大利亚被调查产品同类产品价格可比性的非市场因素进行调查，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。

澳大利亚葡萄和葡萄酒协会在立案调查评论意见中主张：澳大利亚葡萄酒市场存在“非市场状况”这一观点缺乏证据支持，申请书用中国葡萄酒生产商向澳大利亚出口葡萄酒的价格来确定“正常价值”，这一方法在《WTO反倾销协定》下是不被允许的。即使有相关证据支持和认定，澳大利亚葡萄酒市场的市场状况不适合按照《WTO反倾销协定》第2.2条的规定被用来确定“正常价值”，但这一“非市场状况”认定本身，并不能排除“公平比较”，即基于澳大利亚市场的国内销售所确定的“正常价值”与被调查产品的出口价格之间进行“公平比较”。申请书并没有说明（更没有证据支持的）哪些因素排除了这种“公平比较”。与此相应，“正常价值”的确定和“公平比较”必须按照《WTO反倾

销协定》第 2.1 条规定的方式进行。即必须是基于澳大利亚葡萄酒市场“同类产品”的国内售价计算的“正常价值”与被调查产品出口价之间的“公平比较”。

澳大利亚葡萄和葡萄酒协会主张，澳大利亚葡萄酒市场是一个竞争性市场。所有葡萄酒的价格，不论其来源为何，均在买卖双方之间按照不受关联关系影响的正常市场条件（at arm's length）进行交易，不受任何政府干预或干扰。与澳大利亚其他市场一样，澳大利亚葡萄酒市场的唯一法规是由 Australian Competition and Consumer Commission（ACCC）颁布的《Competition and Consumer Act》，其目的是确保澳大利亚市场（包括澳大利亚葡萄酒市场）的竞争性。在澳大利亚，并不存在扭曲澳大利亚葡萄酒市场或是市场价格的任何政府监管、政策或行业计划，无论是直接地还是间接地扭曲。

调查机关对上述意见进行了初步审查。调查机关认为，《中华人民共和国对外贸易法》第四十一条规定，其他国家或者地区的产品以低于正常价值的倾销方式进入我国市场，对已建立的国内产业造成实质损害或者产生实质损害威胁，或者对建立国内产业造成实质阻碍的，国家可以采取反倾销措施，消除或者减轻这种损害或者损害的威胁或者阻碍。《反倾销条例》第三条规定，倾销是指在正常贸易过程中进口产品以低于其正常价值的出口价格进入中华人民共和国市场。

《反倾销条例》第四条及第六条规定，对进口产品的出口价格和正常价值，应当考虑影响价格的各种可比性因素，按照公平、合理的方式进行比较。申请人主张的澳大利亚市场中存在的非市场因素等特殊的市场情形有可能影响本案被调查产品及同类产品的主要生产要素投入，进而对被调查产品及同类产品的成本和价格产生重大影响。因此，根据上述规定，同时鉴于申请人提交的相关申请符合表面证据要求，调查机关决定对这些可能影响正常价值计算的特殊市场情形进行调查。并在随后调查过程中，进一步对各利害关系方提交的相关信息及评论意见进行了审查和考虑。

在规定时间内澳大利亚政府及抽样答卷公司向调查机关提交了答卷。除此以外，调查机关未收到任何其他澳大利亚利害关系方的答卷。经初步审查，公司（以下称澳大利亚公司）在答卷中对调查问卷的部分问题未予回答或仅指向政府问卷，而未能按照问卷要求提供完整、准确的答卷内容。据此，调查机关无法通过上述公司答卷获得关于被调查产品所在行业及其上游原材料及葡萄酒行业的所有必要信息。调查机关认为，调查问卷所要求的信息均与确定被调查产品正常价值的生产及成本直接相关，澳大利亚政府及公司均获得了充分时间和机会完成答卷以提供信息，但是并未完整提供。因此，对于澳大利亚公司答卷中未按要求进行回答的这部分内容，调查机关在初裁中暂决定根据《反倾销条例》第

第二十一条的规定，在已经获得的事实和可获得的最佳信息的基础上进行审查和评估，其中包括申请人提交的材料和调查机关在以往案件中所掌握的相关事实和信

1. 澳大利亚政府部门或公共部门对葡萄种植、葡萄酒生产及销售的管理和限制。

澳大利亚政府及公司在答卷中填报了澳大利亚政府对葡萄种植、葡萄酒生产及销售等行业负有监管职责的有关部门信息。关于具体监管内容，虽然问卷明确要求提供政府或公共部门的具体监管行为以及相关生产商在投资、生产等经营活动中受到的具体监管情况，但澳大利亚政府及公司并未按照问卷要求提供完整回答。例如，政府只是在答卷中提及了相关管理部门名称、隶属关系以及简要职能等总体性描述，并未提供与葡萄酒生产、销售相关的具体内容。

经初步审查，根据澳大利亚公司答卷以及申请书材料、调查机关所掌握的相关事实信息，调查机关发现，澳大利亚政府通过相关立法和产业规划与政策，以及资金扶持措施、进出口管制等方法，全方位加强对葡萄酒行业的管理、约束和激励，在资源配置中发挥了重要影响，实现了对资源的整体规划和目标性控制。

澳大利亚对葡萄种植、葡萄酒生产及销售行业进行管理和限制的政府部门或公共机构众多，包括：

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。澳大利亚政府在答卷中明确，“澳大利亚葡萄酒管理局（Wine Australia）的职责包括：协调或资助葡萄和葡萄酒的研究与开发，推动成果宣传、采用和商业化；促进葡萄酒在澳大利亚和海外的销售和消费；监管澳大利亚葡萄酒出口事宜。”

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。

此外，根据澳大利亚政府的答卷，澳大利亚葡萄和葡萄酒协会作为葡萄酒行业的协会组织，是一个国家部门机构，代表澳大利亚葡萄和葡萄酒生产商处理生产和供应链中所产生的各种政治、社会和监管问题。

2. 澳大利亚政府部门或公共部门通过立法对葡萄种植、葡萄酒生产及销售进行管理和限制。

澳大利亚政府对葡萄种植、葡萄酒生产及销售等行业进行管理和限制涉及的立法包括：《2013年澳大利亚葡萄酒法》（*Wine Australia Act 2013*），该法案旨在设立澳大利亚葡萄酒管理局（*Wine Australia*），并适用于其相关目的，包括协调或资助葡萄和葡萄酒的研究与开发，促进葡萄酒在澳大利亚和海外的销售和消费，监管澳大利亚葡萄酒出口事宜等。

《2018年澳大利亚葡萄酒条例》（*Wine Australia Regulations 2018*），该法规规定了旨在确保包括澳大利亚葡萄酒在内的出口葡萄产品质量，履行澳大利亚的国际义务，确保出口的

澳大利亚葡萄酒符合进口国要求的控制标准。

3. 澳大利亚政府部门或公共部门对葡萄种植、葡萄酒生产及销售行业的产业规划和战略的实施及影响。

申请人主张，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。

为了解上述产业规划、法律法规、政策，以及这些文件的实施可能对澳大利亚葡萄酒生产企业经营活动、生产成本及澳大利亚葡萄酒市场价格造成的影响，特别是澳大利亚政府通过上述各项政策目标对相关领域的资源配置产生的具体影响，调查问卷列出了一些具体问题。调查问卷还要求提供为确保产业规划实施制定的相关政府文件。澳大利亚政府并未按答卷要求提供文件及规划中文版本。调查机关询问同类产品及产业情况的时候，澳大利亚政府仅回答了啤酒产业的有关情况。公司也未完全予以明确回答相关问题，只是提供了相关网站联接或者指向政府答卷，导致调查机关无法将政府与企业的信息进行核对。其他澳大利亚利害关系方也未提交答卷或作出回应。关于相关政府文件的制定目的，澳大利亚公司答卷提供了部分信息。

澳大利亚葡萄和葡萄酒协会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。

调查机关认为，澳大利亚政府高度重视包括葡萄种植、葡萄酒生产及销售行业等产业，为此进行了全面、系统的战略规划。为实现相关目标，澳大利亚政府实施了一系列推动产业发展的具体举措。正是由于这些全面、系统的战略规划，并实施了一系列具体的激励措施，扭曲了相关行业的资源配置，推动了澳大利亚葡萄酒产业产量增长，降低了产品价格，获得了出口优势。尤其是《2020-2025 年战略规划》《2050 年远景规划》等实施或出台之后，澳大利亚葡萄酒行业得到了长足发展。根据澳大利亚葡萄和葡萄酒协会发布的《Vision 2050》报告称：“在过去的 30 年中，葡萄和葡萄酒业非常成功。大多数目标，尤其是国内和出口销售预测都已达到或超过了目标。可以说，从一个小市场到成为我们主要的出口伙伴的中国崛起是完全无法预料的，就像 2007-08 年度全球金融危机（GFC）的影响一样。最近，澳大利亚政府出台了 5000 万澳元的出口和地区葡萄酒支持计划，这不仅改善了市场情绪，还提高了新出口市场的销售水平，同时也鼓励了与葡萄酒有关的旅游业的发展。”根据国际经济中心（Centre for International Economics）对澳大利亚葡萄酒管理局（Wine

Australia) 的营销投资进行的独立成本效益分析报告《澳大利亚葡萄酒管理局营销活动评估报告》(Evaluation of Wine Australia' s marketing activities) (2019 年 3 月 4 日), “澳大利亚葡萄酒管理局 (Wine Australia) 在营销活动中花费的每 1 澳元为澳大利亚葡萄酒生产商带来了 1.59 澳元的经济效益”。

综上, 澳大利亚政府及协会的产业规划对澳大利亚葡萄酒行业发展、资源配置、葡萄酒生产企业经营活动和生产成本、市场供给和市场价格影响显著。

4. 澳大利亚政府通过一系列配套措施扶持葡萄酒产业发展。

申请人主张, 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。

经初步审查, 调查机关认为, 澳大利亚各级政府为了实现前述产业规划及战略, 对葡萄酒行业的生产投资提供了大量扶持政策, 这些扶持政策激发了投资者的积极性, 吸引了

投资和生产，对资源配置造成了影响，同时对生产成本及经营造成了影响。

澳大利亚政府通过澳大利亚葡萄酒管理局对研发（R&D）资金进行调拨，根据符合条件的研发（R&D）开支进行调拨。其职能还包括，调查和评估葡萄或葡萄酒研发需求；协调和资助开展葡萄或葡萄酒研发活动；评估并向国会、部长和代表组织报告全部或部分由澳大利亚葡萄酒管理局协调或资助的葡萄或葡萄酒研发活动对葡萄产业或葡萄酒产业产生的影响；监测、评价并向国会、部长和代表组织报告全部或部分由澳大利亚葡萄酒管理局协调或资助的葡萄或葡萄酒研发活动；及推动葡萄或葡萄酒研发成果的传播、采用和商业化。

此外，为实现《农业白皮书》项下目标开展的研发项目的活动和支出，澳大利亚葡萄酒管理局编制了多份《年度绩效评估报告》（Annual Performance Evaluation Reports），根据《绩效评估架构》（Performance Evaluation Framework）开展的活动，开展的研发项目的活动和支出；以及《绩效评估框架》（Performance Evaluation Framework），包括系统化评估澳大利亚葡萄酒管理局主要投资的效率、效益及影响的结构化计划及相关研究和发展成果以及评估结果的发布和传播途径。上述报告了葡萄与葡萄酒行业对在研发方面对产业的支持情况，但答卷中未按要求提供该报告中文版。

此外，调查机关发现澳大利亚联邦、州及地方政府存在大量扶持以及吸引或扩大投资的补贴项目。如，澳大利亚各级政府通过葡萄酒平衡税优惠项目给予企业税金返还，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；通过葡萄酒管理局出口和区域葡萄酒一揽子扶持计划提供高达 5000 万澳元的补贴，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；通过葡萄酒旅游和酒窖门票拨款项目，向符合资格的葡萄酒生产商提供资金上限为 1000 万澳元、每家高达 10 万澳元的年度补助金，用于减轻葡萄酒产业/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；通过出口市场发展资助项目鼓励中小型澳大利亚企业发展出口市场，并补贴出口营销费用，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；贸易、旅游和投资部通过南澳大利亚州出口加速资助项目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；通过南澳大利亚州区域食品激励项目等，供拨款或资助葡萄酒企业。此外，联邦及各州的研发税收激励项目、可持续农村用水和基础设施项目、塔斯马尼亚州葡萄园和果园扩建项目、维多利亚州农场生产力改善补助金项目等也提供了大量资金及政策支持。

调查机关认为，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。

5. 澳大利亚政府对葡萄酒行业市场准入的管控。

关于市场准入的管控措施，在调查问卷的答卷中，澳大利亚利害关系方未按调查机关要求提供全部必要信息。经初步调查，调查机关发现，澳大利亚政府对其葡萄酒销售的市场准入进行了管控并通过对上述市场准入的管控干预了正常的市场资源配置。

澳大利亚政府对葡萄酒生产销售及出口企业的市场准入进行了严格的监管。包括从业资格的认定审查，许可证的发放等。如，酒类的销售由州酒类许可部门（State Liquor Licencing Authorities）负责管理，必须获得有关主管部门许可后方可销售酒类，影响了市场的资源配置作用。

因此，调查机关认为，澳大利亚政府对其国内葡萄酒生产及销售等相关行业进行了市场准入管控，并且为实现其产业政策，通过对相关准入管控干预了市场配置资源作用。

6. 葡萄酒行业的进出口管控。

关于葡萄酒行业进出口管制，在调查问卷的答卷中，澳大利亚利害关系方未按调查机关要求提供全部必要信息。经

初步调查，调查机关发现，澳大利亚政府曾经长期直接介入干预葡萄酒的出口贸易，对相关资源配置进行人为控制，导致正常出口市场受到影响。

根据澳大利亚政府答卷提交的信息，澳大利亚葡萄酒管理局负责管控包括葡萄酒在内的澳大利亚葡萄制品出口。关于对企业的管理及计划，如《澳大利亚葡萄酒管理局 2015-2020 年战略计划》（Wine Australia's Strategic Plan 2015-20）及《澳大利亚葡萄酒管理局 2019-2020 年年度经营计划》等，澳大利亚政府未按问卷要求提供中文版。

根据《2013 年澳大利亚葡萄酒法》（Wine Australia Act 2013），澳大利亚葡萄酒管理局负责《2018 年澳大利亚葡萄酒条例》（Wine Australia Regulations 2018）的实施。条例规定，批量出口葡萄产品具有严格的条件要求，葡萄酒出口商须持有许可证并根据条例第 14 条获批出口葡萄产品，如葡萄产品出口违反条例规定，则属犯罪行为。根据该条例，所有超过 100 升的葡萄酒出口都需要批准，审批流程包括 3 个步骤：出口商出口许可证；产品注册；和产品出口许可证。澳大利亚葡萄酒管理局在审核办理许可证时，须考虑申请人的财务状况、申请人在澳大利亚是否有营业场所、申请人是否有葡萄产品的货源采购实力、是否存在与申请人有关并可能对葡萄产品出口贸易产生不利影响的事项、是否存在与申请人有关并事关促进葡萄产品出口的其他事项、申请人或其

合伙人所持有的许可证是否存在被澳大利亚葡萄酒管理局临时吊销或取消的情形，以及申请人是否为适当人选等，对于许可有极大的自由裁量权。澳大利亚政府通过该法案授权的对出口的管控，达到提高竞争力、保障出口利益、影响资源正常配置的目的。

7. 澳大利亚政府对葡萄酒价格的干预和限制。

关于澳大利亚政府对葡萄酒价格的干预和限制情况，在非市场调查问卷的答卷中，澳大利亚利害关系方未按调查机关的要求提供全部必要信息。经初步调查，调查机关发现，澳大利亚政府直接或间接地干预和影响澳大利亚葡萄酒的价格。

澳大利亚政府通过产业规划、对葡萄酒出口管控、协调行业进行促销活动干预价格等措施，试图改变澳大利亚葡萄酒产业在价值和质量方面的定位，影响市场的正常资源配置。因此，调查机关认为，澳大利亚政府通过上述方式，对澳大利亚葡萄酒价格的形成造成了一定影响。

8. 结论。

综上，调查机关对澳大利亚葡萄酒行业的特殊市场情形进行了调查，初步信息显示澳大利亚葡萄酒市场的供求关系及资源配置受到了非市场因素影响。在初裁中，暂不就该特殊市场情形做出认定，初裁后调查机关将对此进一步调查。

富豪葡萄酒产业酒商有限公司（Treasury Wine Estates

Vintners Limited)

1. 正常价值。

调查机关初步审查了该公司被调查产品和同类产品的产品范围和型号划分情况。公司答卷显示，公司将生产的被调查产品和同类产品分别对应填报至调查机关确定的 18 位产品控制编码，同时也对应填报了公司的产品型号和等级。经审查，调查机关决定在初裁中暂依据调查机关确定的产品控制编码划分产品型号。

调查机关初步审查了该公司在澳大利亚国内销售情况。经审查，倾销调查期内，该公司在澳大利亚国内销售的部分型号同类产品的数量占同期向中国出口被调查产品数量的比例均超过了 5%，符合作为进一步确定正常价值的基础的数量要求。部分型号同类产品的数量占同期向中国出口被调查产品数量的比例不足 5%。此外，还有被调查产品中还有部分型号没有在澳大利亚销售。对于后两类情况，调查机关决定采用结构正常价值方法确定正常价值。

调查机关初步审查了该公司符合数量要求的相关型号同类产品的关联交易情况。答卷显示，倾销调查期内，该公司的部分同类产品通过关联贸易商销售给非关联客户，部分同类产品直接销售给非关联客户，调查机关决定以该公司相关型号同类产品销售给国内非关联客户的价格作为进一步确定正常价值的基础。

调查机关初步审查了该公司提交的生产成本和费用数据。调查机关注意到，关于“表 6-1-1 原材料采购成本清单”，该公司没有按照问卷要求填写每种原材料的期初期末库存、耗用量及单价。关于“表 6-1-2 原材料生产成本明细表”，根据该公司答卷信息，其生产被调查产品的主要原材料散装酒部分系自身生产，但该公司未按照没有按照问卷要求填报自产散装酒的生产成本。关于“表 6-3 产品成本及相关费用”，该公司没有按照问卷要求填报所有产品型号的成本及相关费用；对于其填报的产品型号，该公司没有填报部分月份的生产成本，没有解释各项目的计算方法、费用分摊方法及有关计算公式，没有提供日常保存的成本计算单，因此无法验证其填报数据的准确性；该公司填报的销售数量和销售金额也与答卷其他表格中数据不一致，费用情况无法与“表 6-5”至“6-8”中的数据勾稽。关于“表 6-4 被调查产品和同类产品生产成本明细表”，该公司没有按照问卷要求填报所有产品型号的生产成本明细，没有填写生产被调查产品和同类产品的直接材料的类别和名称，仅填写了 4 个会计代码，且同一会计代码的直接材料在不同产品型号的成本中的单价不一致，也无法与“表 6-1-1 原材料采购成本清单”及“表 6-1-2 原材料生产成本明细表”勾稽；各产品型号的成本与“表 6-3 产品成本及相关费用”中的数据也不一致。综上，调查机关认为，该公司没有在合理时间内提供必要信息，使得被调查产品和同

类产品的生产成本和费用无法核实，调查机关暂决定根据《反倾销条例》第二十一条的规定，使用已经获得的事实和可获得的最佳信息确定该公司被调查产品和同类产品的生产成本和费用。经比较，调查机关暂决定使用该公司填报的部分产品型号的数据确定被调查产品和同类产品的生产成本和费用。调查机关依此对该公司相关型号的同类产品在国内销售是否存在低于成本交易的情况进行了初步审查。经审查，倾销调查期内，部分型号产品的国内销售中低于成本销售的交易数量占国内销售数量的比例未超过 20%，部分型号超过 20%，部分型号全部低于成本销售。根据《反倾销条例》第四条的规定，调查机关决定，对于未超过 20%的型号产品，以全部国内销售交易作为确定正常价值的基础；对于超过 20%的型号，以排除低于成本销售后的交易作为确定正常价值的基础；对于全部低于成本销售的型号，以结构正常价值方法确定正常价值。

在结构正常价值时，对于调查机关决定按调查机关确定的生产成本和费用加合理利润的方法，结构正常价值。

2. 出口价格。

调查机关初步审查了该公司向中国出口销售被调查产品的情况。该公司在倾销调查期内通过两种方式向中国出口被调查产品：一是直接向中国非关联客户销售；二是通过非关联贸易商向中国非关联客户销售。

根据《反倾销条例》第五条的规定，对于第一种销售方式，调查机关决定暂采用该公司与中国非关联客户之间的销售价格作为确定出口价格的基础；对于第二种销售方式，决定暂采用该公司与非关联贸易商之间的销售价格作为确定出口价格的基础。

3. 价格调整。

根据《反倾销条例》第六条的规定，为公平合理比较，调查机关对该公司影响价格可比性的调整项目逐一进行了审查。

(1) 正常价值部分。

调查机关审查了该公司报告的正常价值调整项目。经审查，调查机关决定暂接受该公司主张的发票折扣、葡萄酒平衡税调整、内陆运费等调整项目。

该公司主张了其他折扣和回扣、广告费用。经审查，调查机关认为该公司未提供充分证据证明该主张，决定暂不接受。

(2) 出口价格部分。

调查机关审查了该公司报告的出口价格调整项目。

经审查，调查机关决定暂接受该公司发票折扣、内陆运费、国际运费、货币兑换费等调整项目。

该公司主张了其他折扣和回扣、广告费用。经审查，调查机关认为该公司未提供充分证据证明上述两项调整主张，

决定暂不接受。

4. 关于到岸价格(CIF 价格)。

经审查，调查机关决定暂接受该公司报告的到岸价格数据。

卡塞拉酒业私人有限公司 (Casella Wines Pty. Limited)

1. 正常价值。

调查机关初步审查了该公司被调查产品和同类产品的产品范围和型号划分情况。公司答卷显示，公司将生产的被调查产品和同类产品分别对应填报至调查机关确定的 18 位产品控制编码，同时也对应填报了公司的产品型号和等级。经审查，调查机关决定在初裁中暂依据调查机关确定的产品控制编码划分产品型号。

调查机关初步审查了公司在澳大利亚国内销售情况。答卷显示，倾销调查期内，该公司的部分同类产品销售给非关联公司，部分同类产品销售给关联公司或有特殊价格安排。关于关联销售及特殊价格安排的部分交易，公司未对客户及销售情况进行说明，也未按答卷要求提供该部分关联交易及特殊价格安排的销售过程包括从货物离开工厂到第一个非关联购买者的过程。此外，调查机关发现，根据公司提交的答卷信息，在表格 1-3 中显示一家关联公司代表卡塞拉酒业私人有限公司销售同类产品，但在国内销售中并无与该关联公司的交易数据。公司答卷称，该关联公司仅作为公司向单

一客户（即超市）进行销售的中间人（或代理），并不拥有产品所有权。调查机关经审查认为，首先销售发票是以该关联公司名义开给客户，其次该关联公司并未单独答卷，最后该关联公司的销售环节及费用情况并未体现或填报在国内销售数据中，因此调查机关无法确定哪些交易系通过该关联公司进行且无法对该部分交易准确性、真实性及完整性进行核对。

调查机关对交易完整性进行了核对，发现公司经营状况及产品生产能力部分数据不一致，此外公司整体经营情况（表格 1-4）与国内销售数据（表格 4-2）在数量和金额上均不一致。此外，经审查，公司答卷中澳大利亚国内销售电子表格数据不完整。公司答卷中澳大利亚国内销售表格填报的调查期加权平均成本与成本部分数据不一致。

调查机关初步审查了该公司提交的生产成本和费用数据。调查机关注意到，关于“表 6-3 产品成本及相关费用”，公司电子表格数据不完整；对于表格中填报的数据，公司未按问卷要求按月填报生产成本数据，也未按问卷要求提供日常保存的成本计算单，导致调查机关无法在答卷信息的基础上对数据的准确性进行核对。关于“表 6-4 被调查产品和同类产品生产成本明细表”，根据问卷要求，公司应按单位被调查产品填报表格，调查机关发现，公司在多个型号的明细中未填报主要原材料桶装酒（bulk wine）的成本，且部分型

号中桶装酒单价与表格“6-1-2 原材料生产成本明细表”不一致。此外，该表格中，部分产品控制编码未填报(显示#N/A)，导致调查机关无法对该部分数据进行比对；同时，公司也未对表格 6-3 与表格 6-4 中数据的勾稽关系进行说明。

综上，公司未按问卷要求提供国内销售的完整信息，也未做合理说明；公司表格之间数据不一致导致调查机关无法核实公司交易的完整性；由于成本信息不完整且不一致，导致调查机关无法在公司填报的信息基础上获得准确的成本数据。因此，调查机关无法根据公司国内销售价格以及生产成本加合理费用和利润的方法确定正常价值。调查机关暂决定根据《反倾销条例》第二十一条的规定，使用已经获得的事实和可获得的最佳信息确定该公司被调查产品和同类产品的生产成本。

经比较，调查机关暂决定使用该公司填报的部分交易的价格确定公司的正常价值。

2. 出口价格。

调查机关初步审查了该公司向中国出口销售被调查产品的情况。公司主张，在倾销调查期内直接向中国非关联客户销售被调查产品。

根据《反倾销条例》第五条的规定，调查机关决定暂采用公司与中国非关联客户之间的销售价格作为确定出口价格的基础。

3. 价格调整。

根据《反倾销条例》第六条的规定，为公平合理比较，调查机关对该公司影响价格可比性的调整项目逐一进行了审查。

(1) 正常价值部分。

调查机关审查了公司报告的国内交易调整项目。

经审查，调查机关决定暂接受该公司主张的发票折扣、回扣、信用费用、内陆运费--工厂/仓库至客户等调整项目。

(2) 出口价格部分。

调查机关审查了公司报告的对中国出口交易调整项目。

经审查，调查机关决定暂接受该公司内陆运输--工厂/仓库到出口港、信用费用、广告费用等调整项目。

4. 关于到岸价格(CIF 价格)。

经审查，调查机关决定暂接受该公司报告的到岸价格数据。

天鹅酿酒有限公司 (Australia Swan Vintage Pty Ltd)

1. 正常价值

调查机关审查了天鹅酿酒有限公司被调查产品和同类产品的产品范围和型号划分情况。公司按照调查机关确定的18位产品控制编码，报告了被调查产品和同类产品的销售情况，同时也对应填报了与产品控制编码相应的公司产品型号和等级。经审查，调查机关决定在初裁中暂依据调查机关确

定的产品控制编码划分产品型号。

调查机关初步审查了该公司在澳大利亚国内销售情况。经审查，倾销调查期内，该公司在澳大利亚国内销售数量占同期向中国出口被调查产品数量的比例不足5%，根据《反倾销条例》第四条的规定，调查机关决定采用结构正常价值方法确定该公司的正常价值。

调查机关审查了该公司的成本情况。该公司未按照调查问卷中划分的产品控制编码报告成本，也未按照公司日常经营中划分的型号报告成本，仅根据被调查产品的等级报告了生产成本。本案被调查产品相关葡萄酒的成本受葡萄品种、葡萄产区，葡萄采摘年份等多种因素的影响，不同产区和不同品种的葡萄之间价格差别非常大，为了对价格以及成本进行公平比较，调查机关参考了关于葡萄酒产品的国内外相关标准，按照类别、色泽、含糖量、规格、品种、年份、大产区、小产区等产品特征因素，划分了18位产品控制编码，以便获得每一产品控制编码的准确成本来确保进行公平比较。该公司按照产品等级填报的成本不能合理反应与被调查产品和同类产品相关的生产和销售成本情况，因此调查机关无法根据公司报告的成本计算正常价值。此外，该公司委托当地公司提供压榨服务生产原酒，同时委托其他公司提供灌装服务，其中一家压榨公司填写了部分答卷，只报告了整体数据，相关数据与天鹅酿酒有限公司报告的数据无法对应；

其他压榨和灌装公司均未答卷，天鹅酿酒有限公司也未回答问卷中关于成本核算的问题；而且公司未提交倾销调查期的财务报告。

综上，公司未按问卷要求提供被调查产品和同类产品成本和费用的准确信息，调查机关无法按照公司填报的信息获得准确的成本数据。因此，调查机关暂决定根据《反倾销条例》第二十一条的规定，使用已经获得的事实和可获得的最佳信息确定该公司被调查产品和同类产品的生产成本。

经比较，调查机关暂决定使用该公司填报的部分被调查产品的成本和费用情况，以及公司报告的利润率计算结构正常价值，并据此确定公司的正常价值。

2. 出口价格。

调查机关初步审查了该公司向中国出口销售被调查产品的情况。该公司在倾销调查期内一部分直接向中国非关联客户销售，一部分通过非关联贸易商向中国非关联客户销售。根据《反倾销条例》第五条的规定，调查机关决定暂采用该公司销售给中国非关联客户的销售价格和该公司销售给贸易商的销售价格作为确定出口价格的基础。

3. 价格调整。

根据《反倾销条例》第六条的规定，为公平合理比较，调查机关对该公司影响价格可比性的调整项目逐一进行了审查。

(1) 正常价值部分。

调查机关根据结构正常价值确定该公司的正常价值，在价格调整部分，调查机关在结构正常价值的基础上对相关销售费用进行了调整，以使正常价值调整到出厂价水平。

(2) 出口价格部分。

调查机关审查了公司报告的对中国出口交易调整项目。

经审查，调查机关决定暂接受该公司售前仓储费用、内陆运输--工厂/仓库到出口港、国际运输费用、国际运输保险费、港口装卸费等调整项目。

4. 关于到岸价格(CIF 价格)。

经审查,公司在答卷中很多交易未报告估算的 CIF 价格,根据《反倾销条例》第二十一条的规定,调查机关决定暂依据该公司报告的发票价格计算该公司的 CIF 价格。

其他配合调查的澳大利亚生产商

根据《反倾销条例》及商务部《反倾销调查抽样暂行规则》的规定,调查机关决定,对于在截止期限内按要求提交了登记参加调查表和倾销抽样调查问卷但未被选取的澳大利亚生产商,采用被抽样公司的加权平均幅度,确定其倾销幅度。

其他澳大利亚公司 (All Others)

2020年8月18日,调查机关对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒发起反倾销调查。当日,调查机关通知了澳大利

亚驻华大使馆。同日，调查机关将立案公告登载在商务部网站上，任何利害关系方均可在商务部网站上查阅本案立案公告。立案后，调查机关给予各利害关系方 20 天的登记参加调查期，给予所有利害关系方合理的时间获知立案有关情况。调查机关还将调查问卷登载在商务部网站上，任何利害关系方可在商务部网站上查阅并下载本案调查问卷。调查机关尽最大能力通知了所有已知的利害关系方，也尽最大能力向所有已知利害关系方提醒不配合调查的结果。

调查机关将登记参加调查的各公司对中国出口数据、填答了倾销抽样调查问卷的公司对中国出口数据与中国海关统计数据进行了比较，发现二者与中国海关统计数据均有很大差距，调查机关认为，有一定比例的生产商或出口商未登记参加或未配合本次反倾销调查。

对于上述调查机关已尽通知义务但没有提供必要信息配合调查的公司，调查机关根据《反倾销条例》第二十一条的规定，在已经获得的事实和可获得的最佳信息的基础上裁定其倾销幅度。调查机关比较分析在调查中获得的信息，认为配合答卷公司的个别型号的成本及交易数据可以较为准确、合理地反映其他澳大利亚公司对中国出口被调查产品情况，且已被调查机关初步核实。调查机关决定在初裁中根据该信息确定其他澳大利亚公司的倾销幅度。

（二）价格比较。

根据《反倾销条例》第六条的规定，调查机关在考虑了影响价格的各种可比性因素的基础上，按照公平、合理的方式，将正常价值和出口价格调整至出厂水平进行比较。在计算倾销幅度时，调查机关将加权平均正常价值和加权平均出口价格进行了比较，得出倾销幅度。

（三）倾销幅度。

经计算，调查机关将初步裁定的各公司倾销幅度在附件2中列明。鉴于调查机关于2020年8月31日对被调查产品发起反补贴调查，为避免双重征税，调查机关暂决定在倾销幅度中扣除已经初步认定的出口补贴幅度。

四、国内同类产品、国内产业

（一）国内同类产品认定。

根据《反倾销条例》第十二条规定，同类产品是与倾销进口产品相同的产品，或与倾销进口产品特性最相似的产品。

调查机关对国内生产的相关葡萄酒与被调查产品的基本物理特性、原材料、生产工艺和生产设备、产品用途、销售渠道、客户群体和消费者评价等因素进行了调查：

1. 基本物理特性。

国内生产的相关葡萄酒与被调查产品都是以鲜葡萄或葡萄汁为原料，经过全部或部分发酵酿制而成的发酵酒，两者分类标准基本相同，均可以按照色泽、含糖量、二氧化碳含

量等指标进行产品分类。同时，国内生产的相关葡萄酒与被调查产品均能满足酒精度、总糖、柠檬酸、干浸出物等主要的理化指标要求以及外观色泽、澄清程度、起泡程度、香气和口味等感官要求。

调查机关初步认定，国内生产的相关葡萄酒和被调查产品的物理特性基本相同。

2. 原材料、生产工艺和生产设备。

国内生产的相关葡萄酒与被调查产品在生产过程中所使用的主要原材料基本相同，均为鲜葡萄或葡萄汁。生产工艺和生产流程上不存在实质性差异，均是对其全部或部分进行发酵后转化成葡萄酒，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。生产设备基本类似，均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、发酵罐、压榨机、离心机和过滤机等设备。

调查机关初步认定，国内生产的相关葡萄酒和被调查产品的原材料、生产工艺和生产设备基本相同。

3. 产品用途。

国内生产的相关葡萄酒与被调查产品的用途基本相同，均作为饮料酒主要供人消费，均是通过商店、超市、专卖店、网络销售、餐饮、娱乐场等方式面向消费者。

调查机关初步认定，被调查产品和国内生产的相关葡萄酒的用途基本相同。

4. 销售渠道、客户群体和消费者评价。

国内生产的相关葡萄酒与被调查产品均通过直接销售、代理销售或网络销售等方式在中国市场进行销售，针对下游消费群体，商店、超市、专卖店、餐饮和娱乐场等销售渠道既提供国内相关葡萄酒产品，也提供被调查产品，用于满足下游客户的消费需求，下游消费群体既可以选择购买被调查产品，也可以选择购买国内生产的相关葡萄酒。

调查机关初步认定，国内生产的相关葡萄酒和被调查产品销售渠道、客户群体和消费者评价基本相同。

综上，调查机关初步认定，国内生产的相关葡萄酒与被调查产品在基本物理特性、原材料、生产工艺和生产设备、产品用途、销售渠道、客户群体和消费者评价等方面基本相同，具有相似性和替代性，国内生产的相关葡萄酒与被调查产品属于同类产品。

（二）国内产业的认定。

根据《反倾销条例》第十一条关于国内产业认定的规定，调查机关对本案国内产业进行了审查和认定。2015年至2019年，提交《国内生产者调查问卷》答卷的21家企业生产的相关葡萄酒产量合计占国内同类产品总产量的比例分别为66.95%、68.27%、60.75%、62.76和60.72%，符合《反倾销条例》第十一条的规定。

澳大利亚葡萄和葡萄酒协会在其《关于中国商务部对原

产于澳大利亚的进口相关葡萄酒进行反倾销立案调查的评论意见》中主张，申请书中提供的中国葡萄酒产量的数据存疑，其市场统计的可靠性存在问题，认为申请书中某些数据涉及“重复计算”，即同一数据被计算两次。

调查机关对申请书中的中国葡萄酒产量数据进行了核实，调查机关注意到，申请书中提供的中国葡萄酒产量数据不仅仅包括申请调查的相关葡萄酒产品，即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的产量，还包括申请调查产品之外的利口葡萄酒、高起泡葡萄酒、葡萄汽酒、加香葡萄酒等特种葡萄酒和葡萄蒸馏酒以及葡萄原酒的产量。在无法直接获得国内相关葡萄酒总产量数据的情况下，调查机关多方调查了解了国内产业实际生产情况，认为通过酿酒葡萄种植面积、酿酒葡萄亩产量、出酒率、原酒进口生产成品酒的数量及损耗率以及不同成品酒的生产比例等计算出国内相关葡萄酒总产量的数据较为合理。

在此基础上，调查机关依据国内权威机构提供的数据，计算出调查期内国内相关葡萄酒产品总产量分别为37.76万千升、34.76万千升、37.48万千升、35.12万千升和28.82万千升。调查期内提交国内生产者调查问卷答卷企业生产的国内同类产品占国内相关葡萄酒产业总产量的比例分别为66.95%、68.27%、60.75%、62.76和60.72%。

调查机关初步认定，提交《国内生产者调查问卷》答卷的企业可以代表国内产业，裁决所依据的国内产业数据，除特别说明外，均来自上述国内生产企业。

五、产业损害及损害程度

（一）倾销进口产品进口数量。

调查机关对倾销进口产品的绝对数量或相对于中国生产或消费的数量是否增加进行了调查。

调查显示，根据中华人民共和国海关统计数据，2015年、2016年、2017年、2018年和2019年，被调查产品进口数量分别为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年比2015年增长40.04%；2017年比2016年增长33.25%，2018年比2017年增长11.34%，2019年比2018年增长2.55%。损害调查期内，被调查产品进口数量呈持续大幅增长趋势，调查期内累计增长113.05%。

中国相关葡萄酒的表观消费量在损害调查期内呈先升后降趋势，2015年、2016年、2017年、2018年和2019年分别为76.59万千升、81.96万千升、91.80万千升、85.39万千升和74.12万千升。2016年比2015年上升7.01%，2017年比2016年上升12.01%，2018年比2017年下降6.98%，2019年比2018年下降13.20%。

2015年、2016年、2017年、2018年和2019年被调查产品进口数量占中国国内市场份额分别为7.40%、9.69%、

11.53%、13.80%和16.30%。2016年比2015年上升了2.29个百分点，2017年比2016年上升了1.84个百分点，2018年比2017年上升了2.27个百分点，2019年比2018年比上年上升了2.50个百分点。损害调查期内，被调查产品市场份额呈持续增长趋势，调查期内累计增长8.90个百分点。

调查机关初步认定，损害调查期内，无论是被调查产品的绝对进口数量还是相对进口数量，均呈持续增长趋势。

（二）倾销进口产品对国内产业同类产品价格的影响。

调查机关就倾销进口产品对国内产业同类产品价格的影响进行了调查。

1. 关于倾销进口价格和国内产业同类产品价格的确定。

进行价格比较时，为确保两者具有可比性，应在同一贸易水平上对倾销进口价格和国内产业同类产品价格进行比较。调查机关认定，倾销进口产品国内进口清关价和国内产业同类产品出厂价格基本属于同一贸易水平，二者均不包含增值税、内陆运输费用、保险费用和次级销售渠道费用等费用。调查机关在中国海关提供的被调查产品CIF价的基础上，进一步考虑了调查期内汇率、关税税率和进口清关费用，对被调查产品进口价格进行了调整，将调整后的被调查产品进口价格作为倾销进口价格。其中，汇率根据中国人民银行公布的当年各月度平均汇率算术平均得出，进口清关费用采用进口商答卷相关信息。

调查机关在对《国内生产者调查问卷》答卷汇总的基础上，以国内产业同类产品出厂价格的加权平均价格作为国内产业同类产品价格。

按上述方法调整后的倾销进口价格整体呈下降趋势，且损害调查期末的价格低于期初的价格。2015年、2016年、2017年、2018年和2019年倾销进口价格分别为55390元/千升、49500元/千升、46352元/千升、41780元/千升和46577元/千升。2016年比2015年下降10.63%，2017年比2016年下降6.36%，2018年比2017年下降9.86%，2019年比2018年上升11.48%，损害调查期内期末比期初下降15.91%。

2015年、2016年、2017年、2018年和2019年，国内产业同类产品价格分别为32019元/千升、33227元/千升、34560元/千升、35932元/千升和38595元/千升。国内产业同类产品价格2016年比2015年上升3.77%、2017年比2016年上升4.01%、2018年比2017年上升3.97%、2019年比2018年上升7.41%。损害调查期内，国内产业同类产品价格呈上升趋势。

澳大利亚外交贸易部在其《对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒进行反倾销立案调查的评论》中主张澳大利亚专注开发中国的高档葡萄酒市场，澳大利亚向中国出口的高档葡萄酒在增加，而同时价格较低的澳大利亚葡萄酒向中国的出口一直在降低。在进行价格比较时，应该针对不同细分的市

场进行价格比较。

国内申请人主张，在被调查产品无法区分高档酒、低档酒或其他档次酒的情况下，申请人在申请阶段采用一定的方法计算被调查产品和国内同类产品的平均价格并进行整体价格比较是合理的。

调查机关对此进行了初步调查，经审查，调查机关认为，首先，澳大利亚外交贸易部在其评论意见中并没有提供关于澳大利亚对中国出口的相关葡萄酒不同品级和类别数据的证据材料。其次，在本案的调查中，为了对价格进行公平比较，调查机关对被调查产品进行了损害调查产品控制编码的分类，并要求答卷企业按公司日常销售过程中葡萄酒的品质、消费档次或品牌层级的划分进行填报，国外生产者仅有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天鹅酿酒有限公司填报了问卷，其中卡塞拉酒业私人有限公司未按调查机关的损害调查产品控制编码和品级划分标准进行填报，富豪葡萄酒产业酒商有限公司按照损害调查控制编码进行了填报，但并未按照公司品级划分标准进行填报，澳大利亚天鹅酿酒有限公司按照调查机关的分类标准进行了填报，其调查问卷数据初步表明，损害调查期间，澳大利亚天鹅酿酒有限公司对中国出口数量占被调查产品总进口数量的比例在 0.5%-3.5%，其出口金额占被调查产品总进口金额的比例在 0.3% - 2.5%，调查机关认为其数据不足以代

表被调查产品的整体进口情况，调查机关无法通过国外生产商答卷获得澳大利亚相关葡萄酒产品按损害调查产品控制编码和品级分类的进口价格，因此，调查机关决定使用中国海关统计数据中不区分产品控制编码的澳大利亚被调查进口产品加权平均价格作为计算倾销进口价格的基础。最后，国内生产者均按照调查机关的分类标准进行了问卷填报，在倾销进口价格为不区分产品控制编码的加权平均价格的情况下，调查机关决定按国内产业同类产品加权平均价格做为计算国内产业同类产品价格的基础。

综合考虑上述因素，调查机关决定以倾销进口产品加权平均后的价格和国内产业同类产品加权平均后的价格为基础进行价格影响分析。

2. 倾销进口产品对国内产业同类产品价格影响。

调查数据显示，2015年至2019年，倾销进口产品数量持续大幅增加，由2015年的5.67万千升逐年上升至2019年的12.08万千升，损害调查期间累计增长了113.05%。倾销进口产品数量占中国国内市场份额持续增长，由2015年的7.40%逐年增长至2019年的16.30%，损害调查期间累计增加了8.90个百分点。

调查显示，被调查产品与国内生产的相关葡萄酒在物理特性和技术指标、原材料、生产工艺流程、产品用途、销售渠道、客户群体基本相同，属于同类产品。国内相关葡萄酒

消费市场是一个竞争开放的市场，被调查产品与国内产业同类产品均主要通过直接销售、代理销售或网络销售等方式同时在国内市场进行销售，被调查产品与国内产业同类产品之间存在直接的竞争关系，进口产品在中国市场具有传统的强势地位，倾销进口产品的数量和其占中国国内市场份额的持续大幅增加，足以对国内同类产品价格造成实质负面影响。

调查证据显示，2015年至2019年，倾销进口价格呈总体下降趋势，其中2015年至2018年持续下降，由2015年的55390元/千升持续大幅下降至2018年的41780元/千升，2019年倾销进口价格虽有所上升，但仍比调查期初的价格下降15.91%。国内产业同类产品销售价格分别为32019元/千升、33227元/千升、34560元/千升、35932元/千升和38595元/千升，虽然国内产业同类产品的价格呈上升趋势，但2015年至2019年，国内产业同类产品的单位成本费用分别为28723元/千升、30617元/千升、31845元/千升、33409元/千升和35957元/千升，在国内产业同类产品的成本费用上升25.19%的情况下，国内产业同类产品的销售价格仅上升20.54%，低于同期成本的涨幅，表明国内产业同类产品成本的上涨没有正常传导到销售价格，销售价格的涨幅未能合理消化成本的上升，销售价格没有增长到应有的价格水平，导致国内产业同类产品价格成本差呈下降趋势，由2015年的3296元/千升下降到2019年的2638元/千升，损害调

查期内，倾销进口产品价格对国内产业同类产品价格产生了抑制作用。

调查机关初步认定，损害调查期内，倾销进口产品对国内产业同类产品价格产生了抑制作用。

（三）调查期内国内产业状况。

根据《反倾销条例》第七条、第八条的规定，调查机关对国内产业的相关经济因素和指标进行了调查，证据显示：

1. 表观消费量。

损害调查期内，国内相关葡萄酒表观消费量呈先升后降趋势。2015年、2016年、2017年、2018年和2019年，国内相关葡萄酒表观消费量分别为76.59万千升、81.96万千升、91.80万千升、85.39万千升和74.12万千升。2016年比2015年增长7.01%，2017年比2016年增长12.01%，2018年比2017年下降6.98%，2019年比2018年下降13.20%。

2. 产能。

损害调查期内，国内产业同类产品产能基本保持平稳。2015年、2016年、2017年、2018年和2019年，国内产业同类产品产能分别为64.12万千升、64.12万千升、63.05万千升、63.85万升和64.87万千升。2016年与2015年持平，2017年比2016年下降1.67%，2018年比2017年增长1.27%，2019年比2018年增长1.60%。

3. 产量。

损害调查期内，国内产业同类产品产量呈持续下降趋势。2015年、2016年、2017年、2018年和2019年国内产业同类产品产量分别为25.28万千升、23.73万千升、22.77万千升、22.04万千升和17.50万千升。2016年比2015年下降6.13%，2017年比2016年下降4.05%，2018年比2017年下降3.21%，2019年比2018年下降20.60%。

4. 国内销售量。

损害调查期内，国内产业同类产品国内销售量呈持续下降趋势。2015年、2016年、2017年、2018年和2019年国内产业同类产品国内销售量分别为24.21万千升、22.78万千升、21.93万千升、21.71万千升和18.24万千升。2016年比2015年下降5.91%，2017年比2016年下降3.73%，2018年比2017年下降1.00%，2019年比2018年下降15.98%。

5. 市场份额。

损害调查期内，国内产业同类产品市场份额呈总体下降趋势。2015年、2016年、2017年、2018年和2019年国内产业同类产品市场份额分别为31.62%、27.80%、23.90%、25.43和24.61%。2016年比2015年下降3.82个百分点，2017年比2016年下降3.90个百分点，2018年比2017年上升1.53个百分点，2019年比2018年下降0.82个百分点。调查期末比期初下降7.01个百分点。

6. 销售价格。

损害调查期内，国内产业同类产品销售价格呈上升趋势。2015年、2016年、2017年、2018年和2019年，国内产业同类产品销售价格分别为32019元/千升、33227元/千升、34560元/千升、35932元/千升和38595元/千升。2016年比2015年上升3.77%、2017年比2016年上升4.01%、2018年比2017年上升3.97%、2019年比2018年上升7.41%。

7. 销售收入。

损害调查期内，国内产业同类产品销售收入呈下降趋势，2015年、2016年、2017年、2018年和2019年分别为77.53亿元、75.69亿元、75.80亿元、78.01亿元和70.40亿元。2016年比2015年下降2.37%，2017年比2016年上升0.15%，2018年比2017年上升2.92%，2019年比2018年下降9.76%。损害调查期末比期初下降9.20%。

8. 税前利润。

损害调查期内，国内产业同类产品税前利润呈持续下降趋势。2015年、2016年、2017年、2018年和2019年分别为7.96亿元、5.93亿元、5.92亿元、5.46亿元和4.79亿元。2016年比2015年下降25.50%，2017年比2016年下降0.17%，2018年比2017年下降7.77%，2019年比2018年下降12.27%。

9. 投资收益率。

损害调查期内，国内产业同类产品投资收益率持续下

降。2015年、2016年、2017年、2018年和2019年分别为3.14%、2.27%、2.20%、2.01%和1.85%。2016年比2015年下降0.87个百分点，2017年比2016年下降0.07个百分点，2018年比2017年下降0.19个百分点，2019年比2018年下降0.16个百分点。

10. 开工率。

损害调查期内，国内产业同类产品开工率呈持续下降趋势。2015年、2016年、2017年、2018年和2019年分别为39.44%、37.00%、36.12%、34.52%和26.97%。2016年比2015年下降2.44个百分点，2017年比2016年下降0.88个百分点，2018年比2017年下降1.60个百分点，2019年比2018年下降7.55个百分点。

11. 就业人数。

损害调查期内，国内产业同类产品就业人数呈持续下降趋势。2015年、2016年、2017年、2018年和2019年国内产业同类产品就业人数分别为8733人、8471人、7942人、7461人和7068人。2016年比2015年下降3%，2017比2016年下降6.24%，2018年比2017年下降6.06%，2019年比2018年下降5.27%。

12. 劳动生产率。

损害调查期内，国内产业同类产品劳动生产率总体呈下降趋势。2015年、2016年、2017年、2018年和2019年国

内产业同类产品劳动生产率分别为 28.95 千升 / 人、28.01 千升 / 人、28.67 千升 / 人、29.54 千升 / 人和 24.75 千升 / 人。2016 年比 2015 年下降 3.25%，2017 年比 2016 年上升 2.36%，2018 年比 2017 年上升 3.03%，2019 年比 2018 年下降 16.22%。

13. 人均工资。

损害调查期内，国内产业同类产品人均工资持续增长。2015 年、2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年国内产业同类产品人均工资分别为 56335 元、60149 元、64863 元、69361 元和 75342 元。2016 年比 2015 年增长 6.77%，2017 年比 2016 年增长 7.84%，2018 年比 2017 年增长 6.93%，2019 年比 2018 年增长 8.62%。

14. 期末库存。

损害调查期内，国内产业同类产品期末库存呈先降后升再下降趋势。2015 年、2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年国内产业同类产品期末库存分别为 9.37 万千升、9.24 万千升、9.75 万千升、8.97 万千升和 7.82 万千升。2016 年比 2015 年下降 1.39%，2017 年比 2016 年增加 5.52%，2018 年比 2017 年下降 8.00%，2019 年比 2018 年下降 12.82%。

15. 经营活动现金净流量。

损害调查期内，国内产业同类产品经营活动现金净流量总体呈大幅下降趋势。2015 年、2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年月国内产业同类产品经营活动现金净流量分别为

10.41 亿元、6.97 亿元、8.23 亿元、7.09 亿元和 2.06 亿元。2016 年比 2015 年减少 33.05%，2017 年比 2016 年增加 18.08%，2018 年比 2017 年减少 13.85%，2019 年比 2018 年减少 70.94%。损害调查期末比期初下降 80.21%。

16. 投融资能力。

损害调查期内，没有证据显示国内同类产品投融资能力受到被调查产品的进口的不利影响。

调查机关对倾销进口产品的倾销幅度也进行了审查，证据显示倾销进口产品的倾销幅度不属于微量倾销，足以对国内市场的价格造成不利影响。

初步证据显示，损害调查期内，国内相关葡萄酒市场表观消费量先升后降，市场需求总体保持平稳，在倾销进口产品量增价跌的情况下，国内产业产能扩展计划被搁置，产能各年基本持平，国内产业同类产品产量和销售数量持续下降，导致国内产业同类产品的市场份额呈下降趋势，且始终处于较低水平，损害调查期内不足 32%，由于无法获得足够的市场份额，国内产业同类产品开工率持续下降，且开工率严重不足，仅有 35% 左右，生产装置大量闲置，产能无法有效释放。在倾销进口产品绝对数量和市场份额持续大幅增加，倾销进口产品价格累计降幅 15.91% 的情况下，国内产业同类产品的销售价格虽然有所增长，但增长幅度低于同期成本费用的涨幅，表明销售价格的涨幅并未能合理消化成本费用的

上升，未达到应有的销售价格水平，造成国内产业同类产品税前利润持续下降，国内产业同类产品利润率和投资收益率持续下降，无法收回前期投资，国内产业同类产品经营活动现金净流量呈现下降趋势，为了避免过多的占用流动资金，国内产业通过去库存的方式减少库存积压，国内产业同类产品期末库存有所下降。损害调查期内，国内产业同类产品销售收入下降且税前利润持续下降，造成国内产业同类产品生产经营状况持续恶化，国内产业被迫缩减就业人数，导致国内产业同类产品就业人数持续下降。

调查机关综合分析有关数据后初步认定，损害调查期内，国内产业同类产品生产经营状况恶化，国内相关葡萄酒产业受到了实质损害。

六、因果关系

根据《反倾销条例》第二十四条，调查机关审查了原产于澳大利亚的相关葡萄酒倾销进口与国内产业受到实质性损害之间是否存在因果关系。同时审查了除倾销进口之外，已知的可能对国内产业造成损害的其他因素。

（一）倾销进口产品造成了国内产业的实质损害。

损害调查期内，倾销进口产品数量呈现逐年快速上升趋势，2015年、2016年、2017年、2018年和2019年，被调查产品进口数量分别为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年比2015年增长

40.04%; 2017 年比 2016 年增长 33.25%，2018 年比 2017 年增长 11.34%，2019 年比 2018 年增长 2.55%。

损害调查期内，倾销进口产品市场份额持续快速增长。2016 年比 2015 年上升了 2.29 个百分点，2017 年比 2016 年上升了 1.84 个百分点，2018 年比 2017 年上升了 2.27 个百分点，2019 年比 2018 年比上年上升了 2.50 个百分点。与此同时，国内产业同类产品市场份额呈总体下降趋势，2016 年比 2015 年下降 3.82 个百分点，2017 年比 2016 年下降 3.90 个百分点，2018 年比 2017 年上升 1.53 个百分点，2019 年比 2018 年下降 0.82 个百分点。调查期内市场份额累计降幅达 7.01 个百分点。与此同时，倾销进口产品所占市场份额累计上升 8.90 个百分点，与国内产业同类产品市场份额下降呈反向变动关系，倾销进口产品明显挤占了国内同类产品的市场份额。

由于倾销进口产品与国内产业同类产品物理特性、原料和生产工艺、产品用途、销售渠道和客户群体等方面基本相同，二者可以相互替代，存在竞争关系，价格成为下游客户选择产品的主要因素。损害调查期内，倾销进口产品价格不断下降，在国内产业同类产品的成本费用整体上升 25.19% 的情况下，销售价格仅上升了 20.54%，低于同期成本的涨幅，表明国内产业同类产品的成本的上涨未能正常传导到销售价格，销售价格未能上升至合理的价格，国内产业同类产品

价格受到抑制，导致国内产业同类产品税前利润下降，国内产业同类产品产量、销售数量、税前利润、投资收益率、开工率和就业人数均逐年持续下降，国内产业同类产品市场份额、销售收入、劳动生产率和经营活动现金净流量均呈总体下降趋势。倾销进口产品对国内产业生产经营产生了严重损害。

调查机关据此初步认定，倾销进口产品与国内相关葡萄酒产业受到的实质损害存在因果关系。

（二）其他已知因素分析。

调查机关对除倾销进口产品以外的，可能使国内产业受到实质损害的其他已知因素进行了审查。

经初步调查，没有证据表明其他国家（地区）进口产品影响、外国与国内生产者的限制贸易的做法及它们之间的竞争、消费模式和替代产品的影响、技术发展、国内产业同类产品出口状况以及不可抗力等因素，与国内相关葡萄酒产业受到的实质损害之间存在因果关系。

澳大利亚外交贸易部在其《对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒进行反倾销立案调查的评论》中主张有以下因素可能使国内产业受到实质损害,包括调查期内《中澳自贸协定》下进口关税降至零、澳元汇率的变化、中国增值税率的降低、其他国家同类产品进口以及中国政府颁布的《党政机关厉行节约反对浪费条例》等政策的影响。

澳大利亚葡萄和葡萄酒协会在其《关于中国商务部对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒进行反倾销立案调查的评论意见》中提出，其他国家同类产品进口数量占中国总进口的主要部分，被调查产品进口价格明显高于其他国家同类产品的价格，因此中国国内产业的损害是其他国家进口造成的。

国内申请人主张，第一，对国内价格造成直接影响的是进口人民币价格，损害调查期内，被调查产品的进口价格无论是 CIF 美元价格，还是考虑进口关税和汇率的变化后的人民币价格，都呈下降趋势，导致进口产品人民币价格下降的真正原因是国外出口商对中国低价定价策略所决定的。第二，增值税税率下调在一定程度上减轻了企业的纳税负担，对国内产业发展起到的是积极作用。第三，其他国家和地区的进口数量总体呈下降趋势，且澳大利亚被调查产品的降价幅度明显高于其他国家进口产品的降价幅度。第四，中国政府出台的相关消费限制政策可能会对市场需求产生一定影响，但被调查产品的大量低价进口则会进一步加剧市场竞争，加剧国内产业的损害。

调查机关对此进行了初步调查，经审查，调查机关认为，第一，关于进口关税、澳元汇率的变化对国内产业损害的影响。调查机关在对倾销进口产品和国内产业同类产品进行价格比较时，为确保两者具有可比性，在同一贸易水平上对倾

销进口价格和国内产业同类产品价格进行了比较。其中，倾销进口产品的价格是在中国海关提供的被调查产品 CIF 价的基础上，进一步考虑了调查期内汇率、关税税率和清关费用后的人民币价格，数据初步显示，损害调查期内，倾销进口价格整体呈下降趋势，且 2015 年至 2019 年累计降幅 15.91%，在国内产业同类产品成本费用上升的情况下，对国内产业同类产品价格造成了抑制，导致国内产业同类产品销售收入、税前利润、投资收益率等主要经营性指标持续下降，对国内业造成了实质损害。因此，澳大利亚外交贸易部关于损害调查期内国内产业损害与进口关税和澳元汇率的变化有关的主张与事实不符。

第二，关于增值稅率对国内相关葡萄酒市场和国内产业造成影响的主张。调查机关认为，首先，澳大利亚外交贸易部在其评论意见中对增值稅率会对国内产业造成何种影响并没有提供直接的证据支持。其次，调查机关在倾销进口产品价格对国内产业同类产品价格进行比较时，二者均不包含增值稅、内陆运输费用、保险费用和次级销售渠道费用等费用。最后，增值稅率的下调有利于减轻国内相关葡萄酒生产企业的纳税负担，有利于企业减少资金支出，有利于推进企业的良性发展。因此，关于增值稅率对国内相关葡萄酒市场和国内产业造成影响的主张与事实不符。

第三，关于其他国家和地区的进口对国内产业的影响。

中国海关统计数据显示，损害调查期内，其他国家和地区的进口数量呈下降趋势，由 2015 年的 33.95 万千升下降至 2019 年的 33.52 万千升。其他国家和地区的进口价格呈下降趋势，由 2015 年的 4238 美元/千升，下降至 2019 年的 4116 美元/千升，其下降幅度低于倾销进口产品价格的下降幅度，与其他国家进口产品相比，倾销进口产品不仅进口数量持续大量增加，且价格下降幅度更大。同时，未有证据表明其他国家进口产品存在倾销。因此，其他国家和地区的进口对国内产业的影响不能否定被调查产品进口与国内产业遭受实质损害之间的因果关系。

第四，关于《党政机关厉行节约反对浪费条例》等消费政策对国内产业的影响。首先，澳大利亚外交贸易部主张相关消费政策可能会造成国内产业需求减少，但未提供证据支持。其次，调查证据显示，2015 年到 2017 年，国内相关葡萄酒表观消费量持续增长，由 2015 年的 76.59 万千升增长至 2017 年的 91.80 万千升，在国内产业市场需求增长的情况下，国内产业同类产品的产量和销量本应有良好的表现，以充分的满足国内市场需求，但产量和销量均出现持续下降，其中产量由 2015 年的 25.28 万千升下降到 2017 年的 22.77 万千升，销量由 2015 年的 24.21 万千升下降到 2017 年的 21.93 万千升，导致国内产业同类产品开工率持续下降，且开工率严重不足，仅在 35% 左右。2018 年到 2019 年，国内相关葡

葡萄酒的表观消费量虽然出现下降，市场需求减少，但此时倾销进口产品的数量不仅没有因为市场需求下降而减少，反而大幅增加，抢占了国内产业应有的市场份额，导致 2019 年国内产业同类产品的产量和销售数量下降幅度远大于表观消费量的下降幅度。损害调查期内，国内相关葡萄酒的表观消费量累计降幅为 3.22%，而国内产业同类产品的产量和销售数量的累计降幅则分别达到 30.78%和 24.66%，远低于表观消费量的下降幅度。同时由于倾销进口产品抑制了国内同类产品价格，影响了国内产业盈利能力，导致损害调查期内税前利润持续下滑，投资收益率持续下降。因此，澳大利亚外交贸易部关于损害调查期内国内产业损害与相关消费政策有关的主张与事实不符。

根据以上调查，调查机关初步认定，上述因素不能否定倾销进口产品与国内产业受到实质损害之间的因果关系。

七、初步调查结论

根据上述调查结果，调查机关初步裁定，原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒存在倾销，国内相关葡萄酒产业受到了实质损害，且倾销与实质损害之间存在因果关系。

附表：相关葡萄酒反倾销案数据表

项 目	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
全国总产量（万千升）	37.76	34.76	37.48	35.12	28.82
变化率	-	-7.94%	7.83%	-6.30%	-17.94%
全国总进口量（万千升）	39.61	48.18	55.23	50.87	45.60
变化率		21.64%	14.63%	-7.89%	-10.36%
被调查产品进口数量（万千升）	5.67	7.94	10.58	11.78	12.08
变化率	-	40.04%	33.25%	11.34%	2.55%
被调查产品市场份额	7.40%	9.69%	11.53%	13.80%	16.30%
变化率（百分点）	-	2.29	1.84	2.27	2.50
被调查产品进口价格（美元 / 升升）	7759	6834	6447	6090	6723
变化率	-	-11.92%	-5.66%	-5.54%	10.39%
表观消费量（万千升）	76.59	81.96	91.80	85.39	74.12
变化率	-	7.01%	12.01%	-6.98%	-13.20%
产能（万千升）	64.12	64.12	63.05	63.85	64.87
变化率	-	0.00%	-1.67%	1.27%	1.60%
产量（万千升）	25.28	23.73	22.77	22.04	17.50
变化率	-	-6.13%	-4.05%	-3.21%	-20.60%
开工率	39.44%	37.00%	36.12%	34.52%	26.97%
变化率（百分点）	-	-2.44	-0.88	-1.60	-7.55
国内销量（万千升）	24.21	22.78	21.93	21.71	18.24
变化率	-	-5.91%	-3.73%	-1.00%	-15.98%
国内市场份额	31.62%	27.80%	23.90%	25.43%	24.61%
变化率（百分点）	-	-3.82	-3.90	1.53	-0.82
国内销售收入(亿元)	77.53	75.69	75.80	78.01	70.40
变化率	-	-2.37%	0.15%	2.92%	-9.76%
国内销售价格（元/千升）	32019	33227	34560	35932	38595
变化率		3.77%	4.01%	3.97%	7.41%

税前利润（亿元）	7.96	5.93	5.92	5.46	4.79
亏损变化率	-	-25.50%	-0.17%	-7.77%	-12.27%
投资收益率	3.14%	2.27%	2.20%	2.01%	1.85%
变化率（百分点）	-	-0.87	-0.07	-0.19	-0.16
现金流量净额（亿元）	10.41	6.97	8.23	7.09	2.06
变化率	-	-33.05%	18.08%	-13.85%	-70.94%
期末库存（万千升）	9.37	9.24	9.75	8.97	7.82
变化率	-	-1.39%	5.52%	-8.00%	-12.82%
就业人数（人）	8,733	8,471	7,942	7,461	7,068
变化率	-	-3.00%	-6.24%	-6.06%	-5.27%
人均工资（元/年/人）	56335	60149	64863	69361	75342
变化率	-	6.77%	7.84%	6.93%	8.62%
劳动生产率（千升/人）	28.95	28.01	28.67	29.54	24.75
变化率	-	-3.25%	2.36%	3.03%	-16.22%