

谨呈：

中华人民共和国商务部

中华人民共和国白兰地产业申请对原产于欧盟的进口装入 200 升以下容器的蒸馏葡萄酒制得的烈性酒（通常称白兰地）产品进行反倾销调查

中华人民共和国白兰地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

二〇二三年十一月三十日

反倾销调查申请人：

名 称： 中国酒业协会
地 址： 北京市朝阳区西坝河西路 3 号楼 1-3 层
邮政编码： 100028
负 责 人： 宋书玉
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、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

作为对原产于欧盟并向中国出口的白兰地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）

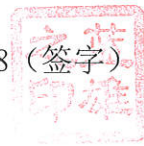


中国注册律师：

郭东平 律师 律师执业证号：11101200310402136 (签字)



蓝 雄 律师 律师执业证号：11101200310817778 (签字)



二〇二三年十一月三十日

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) 国内白兰地产业介绍.....	10
(三) 寻求的其它进口救济.....	14
(四) 申请调查产品的已知的生产商、出口商和进口商的情况.....	14
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.....	17
三、 国内同类产品的具体描述以及与申请调查产品的比较.....	18
(一) 国内同类产品的具体描述.....	18
(二) 申请调查产品与国内产业同类产品之比较.....	19
四、 申请调查产品的倾销情况.....	20
(一) 倾销幅度的计算方法.....	21
(二) 申请调查产品的出口价格.....	21
(三) 申请调查产品的正常价值.....	23
(四) 估算的倾销幅度.....	25
五、 国内产业受到的损害情况.....	26
(一) 累积评估.....	26
(二) 申请调查产品进口数量、价格的变化及国内产业的状况.....	26
1、 申请调查产品的进口数量增长情况.....	26
2、 申请调查产品对国内同类产品价格的影响情况.....	32
3、 申请调查产品对国内产业有关经济指标或因素的影响.....	41
(三) 实质损害威胁.....	59
1、 在欧盟及各成员国的巨额补贴支持下，欧盟白兰地产业将会利用这些竞争优势进一步加大申请调查产品对中国市场的倾销，这将会对国内产业造成进一步的冲击和影响，已经较为脆弱的国内产业正在面临着巨大的实质损害威胁.....	59
2、 中国市场发展潜力巨大，对欧盟厂商具有极大的吸引力，欧盟申请调查产品对中国出口存在实质增长的可能性.....	65
3、 欧盟申请调查产品进口的大幅增长率表明其对中国出口很可能实质性增长.....	67
4、 欧盟白兰地生产能力和出口能力的大幅增长，以及全球其他市场吸收欧盟过剩产能的能力急剧下滑等事实表明其对中国出口很可能实质性增长.....	69
5、 欧盟申请调查产品将进一步以对国内产业同类产品造成价格压低、抑制和削减的方式进口，并且将很可能导致对申请调查进口产品需求的增加.....	74
6、 欧盟申请调查产品的库存可能大幅增长，表明其对中国出口很可能实质性增长.....	77
7、 申请调查产品可能对国内产业造成的进一步影响.....	78

(四) 结论：申请调查产品对国内产业造成了实质损害威胁	82
六、 倾销与实质损害威胁之间的因果关系	83
(一) 申请调查产品造成国内产业实质损害威胁的原因分析	83
(二) 其它可能造成国内产业损害的因素分析	90
(三) 结论	91
七、 公共利益之考量	92
八、 结论和请求	92
(一) 结论	93
(二) 请求	93
第二部分 保密申请	94
第三部分 证据目录和清单	95

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： 北京市朝阳区西坝河西路 3 号楼 1-3 层
邮政编码： 100028
负 责 人： 宋书玉
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）是由从事全国酒类产品酿造、经销、科教、装备及为其服务的企事业单位、社会组织和个人自愿结成的全国性、行业性社会团体，是具有法人资格的非营利性社会组织。

中国酒业协会的宗旨包括但不限于：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。

中国酒业协会下设白兰地专业委员会，负责白兰地行业的具体管理和服务工作。目前，中国酒业协会共有 20 家白兰地生产企业会员单位（参见“附件二：申请人关于对欧盟白兰地开展贸易救济调查申请的声明”）。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。

鉴于原产于欧盟的进口白兰地产品的倾销行为已经对国内白兰地产业造成了影响和威胁，中国酒业协会决定作为申请人，对原产于欧盟的进口白兰地产品进行反倾销调查的申请（参见“附件二：申请人关于对欧盟白兰地开展贸易救济调查申请的声明”）。

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“附件三：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

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：烟台市大马路 56 号

联系电话：0535-6633638

- (2) 公司名称：中粮长城葡萄酒（蓬莱）有限公司
公司地址：山东省烟台市蓬莱区刘家沟镇长城路1号
联系电话：0535-5963982
- (3) 公司名称：威龙葡萄酒股份有限公司
公司地址：山东省烟台市龙口市芦头镇威龙大道567号
联系电话：0535-3616249
- (4) 公司名称：庄臣酿酒（福建）有限公司
公司地址：福州市连江县敖江经济开发区庄臣工业园1号楼、2号楼A区
联系电话：0591-26228666
- (5) 公司名称：辽宁华原葡萄酒庄有限公司
公司地址：盘锦市盘山县甜水乡孙家村
联系电话：0424-5902299
- (6) 公司名称：烟台南山庄园葡萄酒有限公司
公司地址：山东省龙口市南山工业园
联系电话：0535-8616989
- (7) 公司名称：安徽安特食品股份有限公司
公司地址：安徽省宿州经济技术开发区金泰五路1号
联系电话：0557-2282600
- (8) 公司名称：新疆中信国安葡萄酒业有限公司
公司地址：新疆昌吉州玛纳斯县乌伊路51号
联系电话：0994-6633905
- (9) 公司名称：上海葡本酿酒科技有限公司
公司地址：上海市金山区海丰路65号5339室
联系电话：021-67221036
- (10) 公司名称：君顶酒庄有限公司
公司地址：山东省烟台市蓬莱区南王街道南王山谷君顶大道1号
联系电话：0535-5623777

- (11) 公司名称: 烟台高升酒业有限公司
公司地址: 山东省烟台市蓬莱区振兴路 163 号
联系电话: 0535-5745999
- (12) 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: 022-26998888
- (13) 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: 0931-8776209
- (14) 公司名称: 甘肃莫高实业发展股份有限公司葡萄酒厂
公司地址: 甘肃省武威市凉州区黄羊镇新河街 1 号
联系电话: 0935-2608427
- (15) 公司名称: 甘肃紫轩酒业有限公司
公司地址: 甘肃省嘉峪关市机场路 5396 号
联系电话: 0937-5971728
- (16) 公司名称: 内蒙古金沙葡萄酒业股份有限公司
公司地址: 内蒙古阿拉善盟阿拉善经济开发区乌斯太镇北滩
联系电话: 0473-6910222
- (17) 公司名称: 山西戎子酒庄有限公司
公司地址: 乡宁县昌宁镇东廋村
联系电话: 0357-6838888
- (18) 公司名称: 新疆嘉恒葡萄酒业有限公司
公司地址: 新疆巴州博湖县博斯腾湖乡库代力克村
联系电话: 15276163678
- (19) 公司名称: 分金亭酒业集团有限公司
公司地址: 江苏省泗洪县经济技术开发区
联系电话: 13805244669
- (20) 公司名称: 巴克斯酒业(成都)有限公司
公司地址: 四川邛崃市临邛镇南江路 18 号

联系电话：028-88798288

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：万吨

期间	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年 上半年
申请人代表的同类产品合计产量	40,557	27,835	34,993	25,932	10,539
国内同类产品总产量	40,692	27,925	35,047	25,965	10,631
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	99.67%	99.68%	99.85%	99.87%	99.14%

注：申请人代表的会员企业同类产品合计产量以及国内同类产品总产量请参见“附件二：申请人关于对欧盟白兰地开展贸易救济调查申请的声明”。

根据上述数据统计显示，2019年至2023年上半年，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白兰地产业提起本次反倾销调查申请。

（二）国内白兰地产业介绍

本申请涉案的装入200升以下容器的蒸馏葡萄酒制得的烈性酒，通常称白兰地，是以葡萄、葡萄汁（浆）、葡萄皮渣、葡萄酒等为原料制得，主要作为饮料酒供人消费。

根据《本草纲目》记载，早在1100多年前，中国就用葡萄酿酒，蒸馏葡萄烧酒，也就是现在的白兰地。但是，真正的工业化生产则始于张裕公司。1892年，张裕酿酒公司成立，1895年开始修建酒窖，直至1905年，历时十年经三次改建而成，采用的是土洋建筑法的结合，从此中国白兰地重新起航。1914年，张裕第一桶白兰地酿成，1915年张裕白兰地“可雅”在太平洋万国博览会上获金奖，中国白兰地开始走向世界。此后，张裕一直从事白兰地的生产。

新中国成立后，中国白兰地产业的发展虽然经历了一段困难时期，但上世纪进入80年代后重新得到快速发展。张裕公司在80年代从法国引进了壶式蒸馏设备，是国内第一个采用壶式蒸馏生产白兰地的厂家，到90年代初，张裕白兰地产量突破万吨，之后多次进行了扩产，并开始从事高端白兰地产品的研发和生产，其“可雅”系列产品与国外相同或类似质量等级的中高端产品可以相媲美，甚至部分产品品质优于进口白兰地。张裕白兰地在世界级白兰地赛事中获得60多项国际大奖，其中可雅15年获得全球XO标杆酒盲品

赛冠军。感官体验上，张裕相关产品相比欧盟产品更柔顺自然，余味更悠长，更具中国特色。

除了张裕公司，长城、威龙、王朝等其他生产企业也先后开始从事白兰地的生产。发展至今，中国白兰地产业已经形成了一定的生产规模。而且，白兰地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、促进社会稳定也起到了重要作用，产生了明显的社会效益和经济效益。

中国是全球最大的烈酒市场，其中，白兰地处于起步发展阶段。而且，随着中国市场越来越国际化和多元化，消费者对于生活品质的追求、年轻消费群体的崛起、经销商对于新品类的追求，白兰地走向大众、提升市场渗透率的趋势日渐显著，这些因素将有利于促进白兰地在中国市场的消费增长，中国市场具有巨大的发展潜力。

2019年至2022年，中国白兰地的需求量保持在较大规模，分别为72,048吨、56,829吨、69,004吨和57,166吨。在此期间，白兰地的需求量有所波动，但市场前景始终向好，2023年上半年需求量已经再次恢复增长，为27,027吨，比2022年上半年增长7.30%。

需求增长潜力巨大的中国市场始终对欧盟厂商具有极大的吸引力。即便中国市场需求量2022年比2019年有所减少，欧盟厂商也仍在大量向中国出口白兰地产品。在需求增长的2021年以及2023年上半年，欧盟白兰地的进口数量也总是呈大幅增长趋势，其中2021年（36,813吨）比2020年（27,601吨）大幅增长33.37%，2023年上半年（12,416吨）也比上年同期大幅增长15.06%。

而且，欧盟白兰地占中国市场份额总体呈上升趋势，由2019年的43.01%上升至2022年的48.47%，2022年比2019年提高了5.46个百分点。2023年上半年，随着进口数量的反弹，所占中国市场份额为45.94%，比2022年上半年提高了3.10个百分点。长期以来，欧盟白兰地产品在不断挤占国内产业的市场份额，而且初步证据也显示欧盟白兰地对中国出口存在明显的倾销行为，初步估算的倾销幅度为15.88%。

在白兰地进口数量总体呈增长趋势的变化过程中，国内产业面临欧盟厂商的竞争压力和威胁不断加大，受到了一定的冲击和影响。一方面，欧盟产业所占中国市场份额挤占了国内产业的市场份额，二者呈“此消彼长”的变动关系，国内产业的市场份额由2019年的【100】下降至2022年的【88】，下降了【12】个百分点，2023年上半年市场份额为【89】，比2022年上半年下降了【8】个百分点。而且，来自欧盟的进口数量占中国总产量的比例在持续上升，已经由2019年的76.14%上升至2023年上半年的116.79%，大幅提高了40.65个

百分点，在中国市场的竞争力和影响力在不断提高。另一方面，2019年以来，国内产业同类产品的多个经济指标（包括开工率、产量、内销数量、市场份额、期末库存、内销收入、税前利润、投资收益率、现金流、就业人数、劳动生产率等）已经呈不同程度的下降趋势或不利表现。

【国内产业同类产品的市场份额来源于申请人会员单位张裕公司，涉及商业秘密，对外披露这些数据将对申请人和张裕公司造成严重不利影响，故申请保密不再列出。如下文第五部分“国内产业受到的损害情况”中所述，申请人以指数的形式表示上述市场份额数据的变化情况。首期间的指数设定为 100，之后各期间按照与首期间 2019 年的实际数据比乘以 2019 年的指数计算。】

尤其是 2023 年上半年，在国内需求量同比上年增长 7.30% 的背景下，良好的市场状况并没有导致国内产业相关经济指标，如销量、销售收入、税前利润等，获得应有的恢复和增长。相反，在欧盟白兰地季度进口“量增价跌”的冲击下，这些原本应当表现积极的指标反而正在进一步恶化。同时，由于价格受到压低、削减和抑制，且市场份额受到挤占，国内产业更多的经济指标，如开工率、产量、期末库存、投资收益率、现金流等，也呈不同程度的消极表现。这些事实表明，国内产业具有明显的脆弱性，正在受到进口产品的冲击和影响，并极有可能会受到进口产品“量增价跌”的进一步倾销冲击，进而遭受严重的实质损害。

初步证据表明，欧盟是全球最大的白兰地生产地区，具有强大的生产能力。申请调查期内，欧盟白兰地的总产量呈大幅增长趋势，由 2019 年的 354,023 吨增至 2022 年的 420,749 吨，大幅增长了 18.85%。同时，欧盟也是全球最大的白兰地出口地区，具有强大的出口能力，年出口量维持在 20 万吨左右的极高水平，占总产量的平均比例高达 59%，欧盟白兰地产业是典型的出口导向型产业。在可预见的时间内，欧盟白兰地的产量很可能会进一步大量增长，增加了欧盟白兰地对中国出口实质增长的可能性。

同时，欧盟白兰地产业面临不利的市场环境，将导致其产量进一步过剩、库存进一步增长。一方面，欧盟消费者酒精消费能力在不断下降。另一方面，包括美国在内的全球其他消费市场需求总体在大幅减少，欧盟对包括美国在内的全球其他市场的出口数量也在大幅减少，表明其他市场消化欧盟白兰地过剩产能、过剩产量的能力在大幅下降，无法吸收欧盟申请调查产品的新增产量，加大了欧盟白兰地对中国实质增长的巨大可能性。

事实上，如果对比欧盟白兰地对中国市场以及对其他第三国（地区）市场的出口情况，可以发现 2023 年上半年欧盟厂商相比以往更加依赖中国市场，根据欧盟统计局数据，相

比 2022 年上半年，欧盟对第三国（地区）的出口数量大幅减少了 28.06%，而对中国出口数量则大幅增长了 8.29%，第三国（地区）占欧盟总出口数量的比例已经由原来的 87% 下降至 82.22%，而中国市场占欧盟总出口数量的比例则由原来的 13% 上升至 17.78%。

而且，根据中国海关统计，欧盟白兰地 2023 年 1-9 月的进口数量仍在进一步大幅增长，为 22,768 吨，比上年同期大幅增长 22.79%，增长幅度比 2023 年上半年大幅提高。逐季度的进口数量环比也在持续大幅增长，2023 年 2 季度比 1 季度大幅增长 69.61%，3 季度比 2 季度大幅增长 32.55%。进口价格也仍然处于下降趋势，2023 年 3 季度比 2022 年 4 季度累计下降了 11.64%，仍在对国内同类产品造成价格压低、削减和抑制。

同时，2023 年 1-9 月，国内产业同类产品的生产状况和财务状况并没有发生实质性的转变，仍在受到欧盟白兰地的进一步冲击和影响，相关经济指标如开工率、产量、销量、销售价格、销售收入、税前利润、投资收益率等仍在遭受不同程度的冲击和影响，脆弱性进一步加深。

根据目前的市场状况以及国内产业未来的发展趋势，在可预见的时间内，欧盟白兰地仍然存在进一步大幅降价的可能性。一方面，在中高端市场，法国几大白兰地品牌（如人头马、马爹利、轩尼诗等）基本上在中国市场形成垄断，但随着国内产业不断发力这一领域白兰地产品的生产和推广，欧盟申请调查产品和国内同类产品的竞争将会不断加剧。另一方面，在低端市场，欧盟厂商也在不断发力和渗透，其地理扩张已经由原来的一线、二线、三线城市逐步下沉到四线及四线以下的城市，与国内产业的竞争也在不断加剧。

为了继续垄断中高端市场，也为了进一步开拓低端市场，欧盟向中国出口白兰地的数量发生实质性增长是可以预见的并且是非常迫近的。而且，欧盟厂商也很可能进一步采取降价、低价的倾销方式来抢占中国市场份额，并借此打压国内产业的发展壮大，将会对国内同类产品造成进一步的价格压低、削减和抑制，并可能会对国内产业造成严重的损害。届时，国内产业同类产品的相关经济指标将可能全面下滑，产量、产能利用率、销量和市场份额等指标可能会进一步下降。而且，为了维持生产和稳定就业，国内产业将不得不以牺牲利润的形式进一步被迫降价销售，销售收入、税前利润、投资收益率等很可能会进一步恶化。受此不利影响，国内产业的生存状况将面临着巨大的威胁，并很可能最终会遭受严重的实质损害。

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：欧盟相关进口白兰地产品的倾销不公平竞争行为已经对国内产业造成了实质损害威胁，并且这一实质损害威胁具有高度的现实性和紧迫性。如果不及时采取反倾销措施，国内产业的生产经营状况有

可能会进一步恶化，并最终遭受严重的实质损害。为此，申请人代表国内产业紧急提出对欧盟的相关进口白兰地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，针对原产于欧盟的进口白兰地产品，除本次提出反倾销调查申请之外，国内白兰地产业没有根据《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： Rémy Cointreau（人头马君度集团）
地 址： Rémy Cointreau 21, Rue Balzac 75008 Pari, France
联系电话： +33 (0)1 44 13 44 13
官方网站： <https://www.remy-cointreau.com>
- （2） 企业名称： Pernod Ricard（保乐力加集团）
地 址： Pernod Ricard – 5, cours Paul Ricard,75380 Paris Cedex 08,France
联系电话： +33 (0)1 70 93 16 00
官方网站： <https://www.pernod-ricard.com/en>
- （3） 企业名称： LVMH Group（LVMH 集团）
地 址： LVMH, 22 avenue Montaigne - 75008 Paris - France
联系电话： +33 1 44 13 22 22
官方网站： <https://www.lvmh.com>
- （4） 企业名称： COURVOISIER S.A.S.
地 址： 2 place du Chateau, Jarnac, 16200, France
联系电话： +33 5 4535 5555
官方网站： <https://www.courvoisier.com>

- (5) 企业名称: Louis Royer
地 址: 27/29 Rue du Chail, 16200 Jarnac, FRANCE
联系电话: + 33 (0)5 45 81 02 72
官方网站: <https://louis-royer.com/>
- (6) 企业名称: DELAMAIN & CIE
地 址: 7 RUE JACQUES ET ROBERT DELAMAIN,
JARNAC 16200, FRANCE
联系电话: (+33) 05 45 81 08 24
官方网站: <https://www.delamain-cognac.com/>
- (7) 企业名称: Chateau de Cognac
地 址: 127 boulevard Denfert-Rochereau, BP 3 16 101 Cognac, France
联系电话: +33 (0)5 45 36 88 86
官方网站: <https://www.chateaucognac.com/>
- (8) 企业名称: CAMUS LA GRANDE MARQUE
地 址: 29 rue Marguerite de Navarre, 16100 Cognac - France
联系电话: +33 (0)5 45 32 28 28
官方网站: <https://camus.fr/en>
- (9) 企业名称: Miguel Torres S.A.
地 址: M. Torres, 6. 08720 Vilafranca del Penedès. Barcelona, SPAIN
联系电话: +34 93 8177400
官方网站: <https://www.torresbrandy.com/>
- (10) 企业名称: BODEGAS SÁNCHEZ ROMATE HNOS. S.A.
地 址: C/ Lealas, 26-3011404, Jerez de la Frontera, Cádiz, Spain
联系电话: +34 956 18 22 12

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

国内已知的进口商包括但不限于如下企业：

- (1) 公司名称：上海酩悦轩尼诗国际贸易有限公司
公司地址：中国（上海）自由贸易试验区富特北路 458 号 4 层 459 室
联系电话：021-22119999
- (2) 公司名称：深圳市光焰供应链有限公司
公司地址：深圳市盐田区盐田街道东海社区明珠道 15 号
盐田综合保税区中天元物流园 1 层 A 区仓库
联系电话：18128805516
- (3) 公司名称：上海雷米君度贸易有限公司
公司地址：中国（上海）自由贸易试验区台中南路 2 号 3 层 369 室
联系电话：021-64486111
- (4) 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 11 楼 1115 室
联系电话：021-23011000
- (5) 公司名称：广东卓志跨境电商供应链服务有限公司
公司地址：广州市南沙区港荣一街 3 号 401-2 房
联系电话：020-62661188
- (6) 公司名称：深圳中电前海仓储运营有限公司
公司地址：深圳市前海深港合作区南山街道临海大道 53 号
前海湾电子产品综合物流中心 701
联系电话：0755-83783800
- (7) 公司名称：上海靖立贸易有限公司
公司地址：上海市青浦区赵巷镇民实路 91 号 2023 室
联系电话：021-55971508
- (8) 公司名称：深圳市易达博通物流有限公司
公司地址：深圳市坪山区龙田街道南布社区新世纪科技工业园

1 号厂房第四层

联系电话：0755-89937590

- (9) 公司名称：全球消费精品（海南）贸易有限公司
公司地址：海南省海口市保税区海口综合保税区联检大楼 4 楼
联系电话：0898-66509537
- (10) 公司名称：远流贸易（上海）有限公司
公司地址：上海市黄浦区淮海中路 300 号 5004 室
联系电话：021-62488498
- (11) 公司名称：上海日上星国际货运代理有限公司
公司地址：中国（上海）自由贸易试验区正定路 515 号
A6 库区一层 7-12 库房
联系电话：021-68351001
- (12) 公司名称：珠海易跨境供应链服务有限公司
公司地址：珠海市珠澳跨境工业区珠海园区中心路 83 号
联发大厦四层 A 区 001 室
联系电话：13620467892
- (13) 公司名称：广州加州贸易有限公司
公司地址：广州市越秀区广州大道中 307 号 4402 房
联系电话：13924782444
- (14) 公司名称：宾三得利洋酒贸易（上海）有限公司
公司地址：上海市静安区南京西路 1539 号二座 37 层 3701-3705 室
联系电话：021-32794888

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 200 升以下容器的蒸馏葡萄酒制得的烈性酒（通常称白兰地）

英文名称：Spirits obtained by distilling grape wine in containers holding less than 200 liters
(usually called Brandy)

产品描述：申请调查产品是以葡萄、葡萄汁（浆）、葡萄皮渣、葡萄酒等为原料制得的烈性酒。

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：原产于欧盟并向中国出口的装入 200 升以下容器的蒸馏葡萄酒制得的烈性酒。

（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：22082000。该税则号项下装入 200 升及以上容器的蒸馏葡萄酒制得的烈性酒不在本次申请调查产品范围之内。

（参见“附件四：中华人民共和国海关进出口税则，2019—2023 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：申请调查产品目前适用 5% 的暂定税率。

增值税税率：2019 年 4 月 1 日起适用的增值税税率为 13%。

（参见“附件四：中华人民共和国海关进出口税则，2019—2023 年版”）

消费税：2019 年至 2023 年，申请调查产品适用复合消费税，其中按 20% 的税率计征从价消费税，同时按 1 元/公斤（折 0.912 元/升）的税率计征从量消费税。

（参见“附件五：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 200 升以下容器的蒸馏葡萄酒制得的烈性酒（通常称白兰地）

英文名称: Spirits obtained by distilling grape wine in containers holding less than 200 liters (usually called Brandy)

产品描述: 国内同类产品是以葡萄、葡萄汁（浆）、葡萄皮渣、葡萄酒等为原料制得的烈性酒。

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

国产白兰地和申请调查产品均能满足相关白兰地规范或标准中的基本理化或感官要求。白兰地种类较多，相同或相似等级的国产白兰地和申请调查产品，在主要的理化指标（如酒精度、非酒精挥发物总量、总酸、高级醇、吸光度、铜含量等）以及感官要求（如外观、色泽、香气、口味感等方面）不存在实质性的区别。

在产品质量方面，不同国家、不同企业对于其白兰地产品通常会有各自的质量等级细分方法和标准。总体而言，实践中申请调查产品和国产白兰地均会根据在木桶中陈酿的时间（酒龄），被细分为不同等级产品，两者分类标准有相似和交叉的部分。白兰地的等级划分在实践中有如下标准（不同国家、不同企业还可能根据各自产品特点对标准进行细化或优化）：

- 臻级（XXO）：应至少包括酒龄 ≥ 14 年
- 特级（XO）：应至少包括酒龄 ≥ 6 年
- 优级（VSOP）：应至少包括酒龄 ≥ 4 年
- 一级（VO）：应至少包括酒龄 ≥ 3 年
- 二级（VS）：应至少包括酒龄 ≥ 2 年

另外，白兰地的等级与原料种植环境、气候、品种、陈酿、调配等均相关，因此不同等级白兰地在满足酒龄要求的基础上，还应满足相关生产过程要求。国产白兰地和申请调查产品在最基本的原料和生产工序等方面都是相同的，均符合白兰地的基本物化特性和质量标准。

2、 国内同类产品与申请调查产品在原材料、生产工艺和生产设备方面的相同或相似性

国产白兰地与申请调查产品在生产过程中所使用的主要原材料基本相同，均为葡萄或葡萄汁（浆）。生产工艺和生产流程上不存在实质性差异，通常都是将该主要原材料发酵、蒸馏、陈酿、调配后最终制得成品白兰地。另外，国产白兰地与申请调查产品也均可以葡萄酒或发酵后的葡萄皮渣为原料，经蒸馏、陈酿、调配而制得。

国产白兰地与申请调查产品的生产设备基本类似，无实质性差异，主要设备有葡萄除梗破碎机、压榨机、不锈钢发酵罐、不锈钢原酒罐、蒸馏设备（壶式、塔式等）、各种规格橡木桶、用于调配贮存白兰地的不锈钢罐、冷冻机、过滤机、灌装机、配套的包装设备等。

3、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

国产白兰地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，二者均主要作为饮料酒供人消费，一般通过商店、超市、专卖店、网络线上、餐饮、娱乐场等方式面向消费者。

4、国内同类产品与申请调查产品在销售渠道、销售区域和客户群体的相同或相似性

国产白兰地与申请调查产品均通过直接销售、经销商销售或网络线上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产白兰地，也提供申请调查产品，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申请调查产品，也可以选择购买国产白兰地。

国产白兰地与申请调查产品主要销售区域基本相同，以广东、福建、浙江、江苏、上海、山东等沿海省份为主辐射全国，其中广东市场均为二者的最主要销售区域。

5、结论

综上分析，申请人认为，申请调查产品和国产白兰地在基本的物化特性、产品质量等级、原材料、生产工艺和生产设备、产品用途、销售渠道、销售区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、 申请调查产品的倾销情况

根据申请人目前掌握的初步证据表明，原产于欧盟并向中国出口的申请调查产品存在倾销行为。以下，申请人暂以2022年7月1日至2023年6月30日为本案的倾销调查期间，根据目前掌握的资料和数据，初步估算原产于欧盟并向中国出口的申请调查产品的倾销幅度。

（一）倾销幅度的计算方法

1、受限于资料，申请人无法详细了解申请调查期内欧盟申请调查产品对中国出口的具体交易价格，暂根据中国海关统计的欧盟申请调查产品的 CIF 进口价格作为计算出口价格的基础。

2、由于收集证据困难，申请人暂无法掌握申请调查期内欧盟同类产品在其本土市场的销售价格，并无法以此作为正常价值计算的基础。根据《反倾销条例》第四条第二款的规定：“进口产品的同类产品，在出口国（地区）国内市场的正常贸易过程中没有销售的，或者该同类产品的价格、数量不能据以进行公平比较的，以该同类产品出口到一个适当第三国（地区）的可比价格或者以该同类产品在原产国（地区）的生产成本加合理费用、利润为正常价值”。为估算申请调查产品的倾销幅度，申请人暂以欧盟对新加坡的出口价格作为计算申请调查产品正常价值的基础。

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，进而估算欧盟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。

（二）申请调查产品的出口价格

1、调整前的出口价格

单位：吨、美元、美元/吨

申请的倾销调查期	出口数量	出口金额	出口价格
2022年7月至2023年6月	29,331	1,546,229,096	52,716

注：（1）数据来源于“附件六：中国白兰地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、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、增值税等的适当调整

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 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欧盟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（地区）运费等。总体而言，大致可以分为欧盟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，欧盟对中国出口申请调查产品主要通过集装箱的方式进行海上运输。40 尺集装箱每柜大约可以装载申请调查产品 11.49 吨。目前，申请人暂无法获得欧盟同类产品对中国出口的实际海运费和保险费。但是，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欧洲到中国的海运费价格以及中国到欧洲航线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，40 尺集装箱从欧洲到中国的海运费为 5500-6200 美元/柜（平均 5850 美元/柜），申请调查产品的平均运费单价为 509.09 美元/吨，保险费率为 0.45%（参见“附件七：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欧盟实际发生的境内环节费用。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）了解到的欧盟相关成员国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（附件八），欧盟 20 尺集装箱的境内环节费用合计为 990 美元/柜，按装载 5.75 吨计算（即 40 尺集装箱装载量的 50%），每吨申请调查产品的境内环节费用约为 172.31 美元。

由此，本项调整如下：

单位：美元/吨

申请的倾销调查期	出口价格调整
2022年7月至2023年6月	$52,716 - 509.09 - (52,716 \times 0.45\% \times 110\%) - 172.31$

C、销售数量和物理特征等其它方面的调整

鉴于欧盟申请调查产品对中国的出口数量以及对第三国（新加坡）的出口数量均具有代表性，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/吨

申请的倾销调查期	调整后的出口价格
2022年7月至2023年6月	51,774

（三）申请调查产品的正常价值

由于收集证据困难，申请人暂无法掌握申请的倾销调查期内欧盟同类产品在其本土市场的销售价格，并无法以此作为正常价值计算的基础。

根据《反倾销条例》第四条第二款的规定：“进口产品的同类产品，在出口国（地区）国内市场的正常贸易过程中没有销售的，或者该同类产品的价格、数量不能据以进行公平比较的，以该同类产品出口到一个适当第三国（地区）的可比价格或者以该同类产品在原产国（地区）的生产成本加合理费用、利润为正常价值”。

为估算申请调查产品的倾销幅度，申请人暂以该同类产品出口到适当第三国的可比价格作为申请调查产品的正常价值。通过公开渠道，申请人获得了新加坡海关统计的税则号220820项下的欧盟有关产品的进口数据。根据初步了解，新加坡税则号220820项下的进口产品主要是申请调查产品的同类产品，且新加坡是欧盟白兰地在全球的第四大出口市场，在亚洲的第二大出口市场（仅次于中国）。鉴于欧盟对新加坡出口数量和出口价格具有代表性和可比性，申请人暂以新加坡海关统计的自欧盟的平均进口价格作为欧盟对新加

坡的出口价格，并以此作为计算申请调查产品正常价值的基础。

1. 调整前的正常价值

单位：吨、美元、美元/吨

申请的倾销调查期	出口数量	出口金额	出口价格
2022年7月至2023年6月	15,593	952,681,000	61,095

注：（1）数据来源于“附件九：新加坡白兰地海关进口数据统计”；

（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、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、出厂前的水平上进行。

为估算倾销幅度之目的，申请人进行下列调整：

A、税收的调整

由于申请人了解到的上述调整前的正常价值是根据新加坡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调整

由于申请人了解到的上述调整前的正常价值是根据新加坡海关进口统计的数量和金额计算所得，是加权平均 CIF 进口价格，为了在出厂价的水平上估算倾销幅度，应该在上述价格的基础上扣除从欧盟出厂到新加坡的各种环节费用，包括国际运费、国际保险费、港口杂费、出口国（地区）运费等。总体而言，大致可以分为欧盟到新加坡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，欧盟对新加坡出口申请调查产品主要通过集装箱的方式进行海上运输。40 尺集装箱每柜大约可以装载申请调查产品 11.49 吨。目前，申请人暂无法获得欧盟同类产品对新加坡出口的实际海运费和保险费。但是，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欧洲到新加坡的海运费价格以及新加坡到欧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，40 尺集装箱从欧洲到新加坡的海运费为 5500-6200 美元/柜（平均 5850 美元/柜），申请调查产品的

平均运费单价为 509.09 美元/吨，保险费率为 0.4%（参见“附件七：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欧盟实际发生的境内环节费用。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）了解到的欧盟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）作为基础进行调整。根据世界银行集团的报告（附件八），欧盟 20 尺集装箱的境内环节费用合计为 990 美元/柜，按装载 5.75 吨计算（即 40 尺集装箱装载量的 50%），每吨申请调查产品的境内环节费用约为 172.31 美元。

由此，本项调整如下：

单位：美元/吨

申请的倾销调查期	正常价值调整
2022 年 7 月至 2023 年 6 月	61,095 - 509.09 - (61,095×0.4%×110%) - 172.31

C、销售数量和物理特征等其它方面的调整

鉴于欧盟申请调查产品对中国的出口数量以及对新加坡的出口数量均具有代表性，而且在理化特性等方面基本相同，此项调整暂不应考虑。

3. 调整后的正常价值

单位：美元/吨

申请的倾销调查期	调整后的正常价值
2022 年 7 月至 2023 年 6 月	60,145

（四）估算的倾销幅度

单位：美元/吨

申请的倾销调查期	倾销幅度的估算
出口价格（CIF）	52,716
出口价格（调整后）	51,774
正常价值（调整后）	60,145
倾销绝对额*	8,371
倾销幅度**	15.88%

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）；

(3) 需要说明的是，在倾销幅度估算过程中，申请人采用的正常价值基础数据来源于新加坡海关税则号 220820 项下的进口数据。根据初步了解，新加坡海关税则号 220820 项下的进口产品主要是申请调查产品的同类产品（装入 200 升以下容器的产品），但不排除该税则号项下也可能包括了少量的装入 200 升及以上容器的其他产品。考虑到其他产品的进口价格相对较低，在无法获得同类产品实际进口价格的情况下，基于稳健原则，申请人暂采用了税则号 220820 项下的平均进口价格作为正常价值计算的基础，最终估算的倾销幅度会相对较低。申请人恳请调查机关在日后的调查过程中对此做进一步调查，同时申请人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。

五、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）范围仅为欧盟一个地区，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

1、申请调查产品的进口数量增长情况

1.1 申请调查产品的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：吨

期间	国别（地区）	进口数量	数量所占比例	数量变化幅度
2019 年	中国总进口	31,498	100.00%	-
	欧盟	30,985	98.37%	-
2020 年	中国总进口	27,974	100.00%	-11.19%
	欧盟	27,601	98.67%	-10.92%
2021 年	中国总进口	37,526	100.00%	34.15%
	欧盟	36,813	98.10%	33.37%
2022 年	中国总进口	28,160	100.00%	-24.96%
	欧盟	27,706	98.39%	-24.74%
2022 年 上半年	中国总进口	11,023	100.00%	-
	欧盟	10,790	97.88%	-
2023 年 上半年	中国总进口	12,700	100.00%	15.21%
	欧盟	12,416	97.76%	15.06%

注：（1）上表数据来源请参见“附件六：中国白兰地进出口数据统计”；
（2）数量所占比例 = 欧盟进口数量 / 中国总进口数量。



欧盟是中国进口白兰地的最主要来源。申请调查期内，欧盟申请调查产品占中国白兰地总进口数量的比例在 98%左右，基本上垄断了中国进口市场。

申请调查期内，申请调查产品的进口数量有所波动，但始终保持在较高水平。2019 年至 2022 年，进口数量分别为 30,985 吨、27,601 吨、36,813 吨和 27,706 吨。2020 年比 2019 年减少 10.92%，2021 年比 2020 年增长 33.37%，2022 年比 2021 年减少 24.74%。在中国市场需求量恢复增长的情况下，进口数量总是在大幅增长，除 2021 年之外，2023 年上半年进口数量为 12,416 吨，也比 2022 年上半年大幅增长 15.06%。

2022 年以来申请调查产品的季度进口数量变化情况

数量单位：吨

期间	进口数量	同比上年变化幅度	环比上季度变化幅度
2022 年 1 季度	4,899	-	-
2022 年 2 季度	5,891	-	20.24%
2022 年 3 季度	7,752	-	31.59%
2022 年 4 季度	9,163	-	18.21%
2023 年 1 季度	4,605	-6.01%	-
2023 年 2 季度	7,810	32.59%	69.61%

注：申请调查产品进口数量来源于“附件六：中国白兰地海关进出口数据统计”。



而且，自 2022 年以来，申请调查产品的季度进口数量的增幅也在不断加大：一方面，逐季度的进口数量环比在持续大幅增长。2022 年，2 季度比 1 季度增长 20.24%，3 季度比 2 季度增长 31.59%，4 季度比 3 季度增长 18.21%。2023 年，2 季度比 1 季度大幅增长 69.61%；另一方面，2023 年各季度与上年同期相比，进口数量总体也在大幅增长，虽然 1 季度比上年同期减少 6.01%，但是 2 季度比上年同期大幅增长 32.59%，进而促使上半年进口数量比上年同期大幅增长 15.06%。

1.2 申请调查产品的相对进口数量变化情况

1.2.1 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：吨

期间	全国总内销数量	中国总进口数量	中国表现消费量	变化幅度
2019 年	40,550	31,498	72,048	
2020 年	28,855	27,974	56,829	-21.12%
2021 年	31,478	37,526	69,004	21.43%
2022 年	29,006	28,160	57,166	-17.16%
2022 年上半年	14,166	11,023	25,189	-
2023 年上半年	14,327	12,700	27,027	7.30%

- 注：（1）表观消费量 = 国内同类产品的全国总内销数量 + 中国总进口数量；申请人暂以表观消费量作为需求量进行分析和说明；
- （2）国内同类产品的全国总内销数量请参见“附件二：申请人关于对欧盟白兰地开展贸易救济调查申请的声明”，中国总进口数量请参见“附件六：中国白兰地海关进出口数据统计”。



中国是全球最大的烈酒市场，其中，白兰地处于起步发展阶段。而且，随着中国市场越来越国际化和多元化，消费者对于生活品质的追求、年轻消费群体的崛起、经销商对于新品类的追求，白兰地走向大众、提升市场渗透率的趋势日渐显著，这些因素将有利于促进白兰地在中国市场的消费增长，中国市场具有巨大的发展潜力。

在起步发展阶段，相比全球很多国家（地区），中国白兰地的需求量保持在较高水平。2019年至2022年，国内白兰地的需求量分别为72,048吨、56,829吨、69,004吨和57,166吨。在此期间，白兰地的需求量虽然有所波动，2020年比2019年减少21.12%，2021年比2020年增长21.43%，2022年比2021年减少17.16%，但市场前景仍然向好，2023年上半年需求量再次恢复增长，为27,027吨，比2022年上半年增长7.30%。而且，随着经济逐步回暖，消费力持续提升，白兰地需求量将会进一步增长。

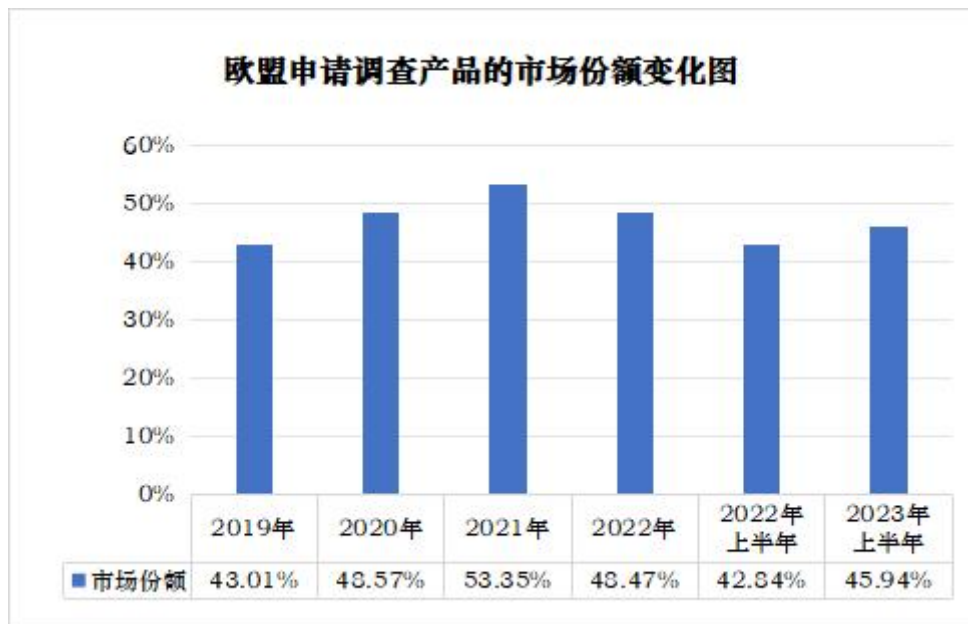
1.2.2 申请调查产品的市场份额变化情况

申请调查产品所占中国市场份额的变化表

数量单位：吨

期间	申请调查产品进口数量	中国白兰地需求量	申请调查产品市场份额	增减百分点
2019年	30,985	72,048	43.01%	-
2020年	27,601	56,829	48.57%	上升 5.56 个百分点
2021年	36,813	69,004	53.35%	上升 4.78 个百分点
2022年	27,706	57,166	48.47%	下降 4.88 个百分点
2022年上半年	10,790	25,189	42.84%	
2023年上半年	12,416	27,027	45.94%	上升 3.10 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 / 中国白兰地需求量。



由于具有巨大的发展潜力，新兴的中国市场对欧盟厂商具有极大的吸引力。通过倾销策略，欧盟申请调查产品占中国市场份额总体呈上升趋势。

2019年至2022年，欧盟申请调查产品的市场份额分别为43.01%、48.57%、53.35%和48.47%，2020年和2021年与上年相比分别提高了5.56个百分点和4.78个百分点，2022年虽然比2021年下降了4.88个百分点，但仍比2019年提高了5.46个百分点。2023年上半年，其市场份额为45.94%，比2022年同期提高了3.10个百分点。

鉴于中国白兰地进口98%左右来自于欧盟，其他国家的进口几乎可以忽略，欧盟申请调查产品市场份额的上升意味着欧盟申请调查产品正在不断挤占国内产业的市场份额，对国内产业的冲击和威胁正在不断加大。

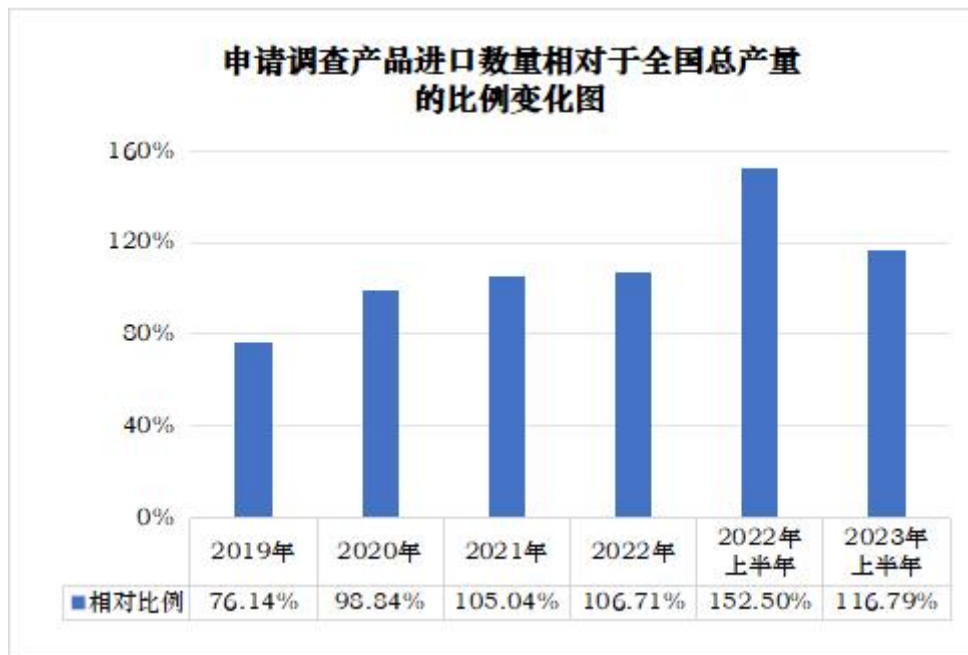
1.2.3 申请调查产品的进口量相对于国内同类产品总产量的变化情况

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：吨

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
2019年	30,985	40,692	76.14%	-
2020年	27,601	27,925	98.84%	上升 22.70 个百分点
2021年	36,813	35,047	105.04%	上升 6.20 个百分点
2022年	27,706	25,965	106.71%	上升 1.67 个百分点
2022年上半年	10,790	7,076	152.50%	-
2023年上半年	12,416	10,631	116.79%	下降 35.71 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，除了市场份额的提升之外，申请调查产品相对于国内同类产品总产量的比例总体也在大幅提高。2019年至2022年以及2023年上半年，这一比例分别为76.14%、98.84%、105.04%、106.71%和116.79%，2023年上半年比2019年累计大幅提高了40.65个百分点。

上述事实进一步说明，在中国市场上，申请调查产品的实际供应能力已经超过了国内同类产品的总产量，相对于国内同类产品，申请调查产品的供应能力和市场影响力正在不断提高，对国内产业的冲击和威胁正在不断加大。

1.3 小结

基于上述分析和说明，申请人认为，需求潜力巨大的中国市场对欧盟厂商具有极大的吸引力，申请调查期内的进口数量虽然有所波动，但始终保持在较高水平，占中国市场份额以及相对于国内同类产品总产量的比例总体也呈上升趋势，其在中国市场的供应能力和市场影响力在不断提高，已经对国内产业构成了冲击和威胁，并挤占了一部分国内产业市场份额。

而且，随着市场需求的逐步恢复增长以及消费者的消费能力提升，2022年和2023年的各个季度，申请调查产品的绝对进口数量正在大幅增长，增幅也明显加大。这些事实进一步表明，申请调查产品的进口数量有进一步实质增长的巨大可能性，有关进一步的分析 and 说明请参见下文“损害威胁”的相应部分。

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

申请调查产品的进口价格变化情况

单位：吨、美元、美元/吨

期间	进口数量	进口金额	进口价格	价格变化幅度
2019年	30,985	1,054,185,823	34,023	-
2020年	27,601	969,890,367	35,140	3.28%
2021年	36,813	1,660,001,945	45,093	28.33%
2022年	27,706	1,393,412,562	50,293	11.53%
2022年上半年	10,790	485,115,182	44,959	-
2023年上半年	12,416	637,931,716	51,382	14.29%

注：（1）上表数据来源请参见“附件六：中国白兰地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呈上涨趋势。2019年至2022年，进口价格分别为34,023美元/吨、35,140美元/吨、45,093美元/吨和50,293美元/吨。2020年比2019年上涨3.28%，2021年比2020年上涨28.33%，2022年比2021年上涨11.53%。

2023年以来申请调查产品的季度进口价格变化情况

单位：吨，美元，美元/吨

期间	进口数量	进口金额	进口价格	价格变化幅度
2022年4季度	9,163	533,503,017	58,221	-
2023年1季度	4,605	242,429,376	52,644	-9.58%
2023年2季度	7,810	395,502,340	50,637	-3.81%

注：（1）上表数据来源请参见“附件六：中国白兰地海关进出口数据统计”；
（2）进口价格=进口金额/进口数量。



2023 年上半年，申请调查产品的进口价格为 51,382 美元/吨，比 2022 年上半年上涨 14.29%。但是，逐季度环比，进口价格已经呈现明显的下降趋势，其中 2023 年 1 季度比 2022 年 4 季度下降 9.58%，2023 年 2 季度比 2023 年 1 季度下降 3.81%，比 2022 年 4 季度累计下降了 13.03%。而且，如上文所述，申请调查产品对中国出口存在明显的倾销，初步估算的倾销幅度为 15.88%。

2.2 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竞争关系，主要表现在：

第一，如上文所述，申请调查产品与国内同类产品在基本的理化特性具有相同或相似性，在主要的理化指标（如酒精度、非酒精挥发物总量、总酸、高级醇、吸光度、铜含量等）以及感官要求（如外观、色泽、香气、口味感等方面）不存在实质性的区别，相互之间可以相互替代，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，均通过直接销售、经销商销售或网络线上销售等方式在中国市场进行销售，说明二者产品存在竞争的客观条件和平台。

第三，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产白兰地，也提供申请调查产品，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申请调查产品，也可以选择购买国内同类产品。同时，二者产品主要销售区域也基本相同，以广东、福建、浙江、江苏、上海、山东等沿海省份为主辐射全国，其中广东市场均为二者的最主要销售区域。因此，申请调查产品与国内同类产品在国内市场上存在直接的竞争关系。

第四，申请调查产品和国内同类产品的质量不存在实质性的差异，相同或类似质量等级产品的形象、生产工艺流程、饮用场景、目标人群、产品价格高度重合，存在直接的竞争关系。一方面，在中高端市场，法国几大白兰地品牌（如人头马、马爹利、轩尼诗等）基本上形成了垄断，但是随着国内产业不断发力这一领域白兰地产品的生产和推广，欧盟申请调查产品和国内同类产品的竞争在不断加剧。另一方面，在低端市场，欧盟厂商也在不断发力和渗透，其地理扩张已经由原来的一线、二线、三线城市逐步下沉到四线及四线以下的城市，与国内产业的竞争也在不断加剧。对于相同或相似质量等级的产品而言，价

格对于消费者的选择具有重要作用，产品低价、降价将会导致消费者更多地选择具有品牌知名度优势的欧盟申请调查产品，将会对国内产业造成更大的冲击和威胁，进而会加剧二者产品之间的竞争。

因此，申请人认为，申请调查产品和国内同类产品在中国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，申请调查产品的进口价格变化会对国内同类产品的销售价格产生影响。

2.3 申请调查产品对国内同类产品造成的价格压低

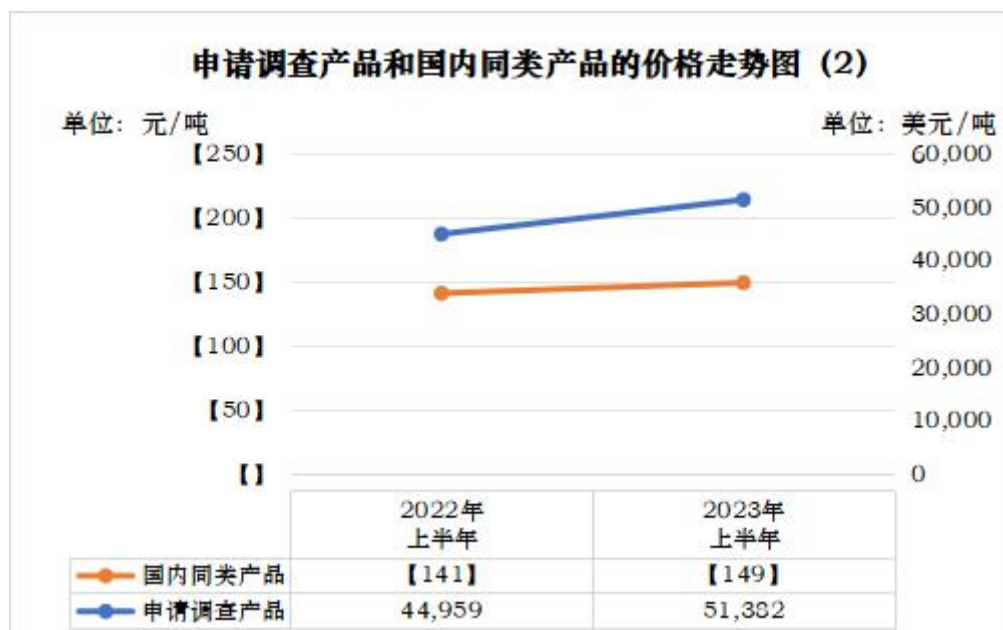
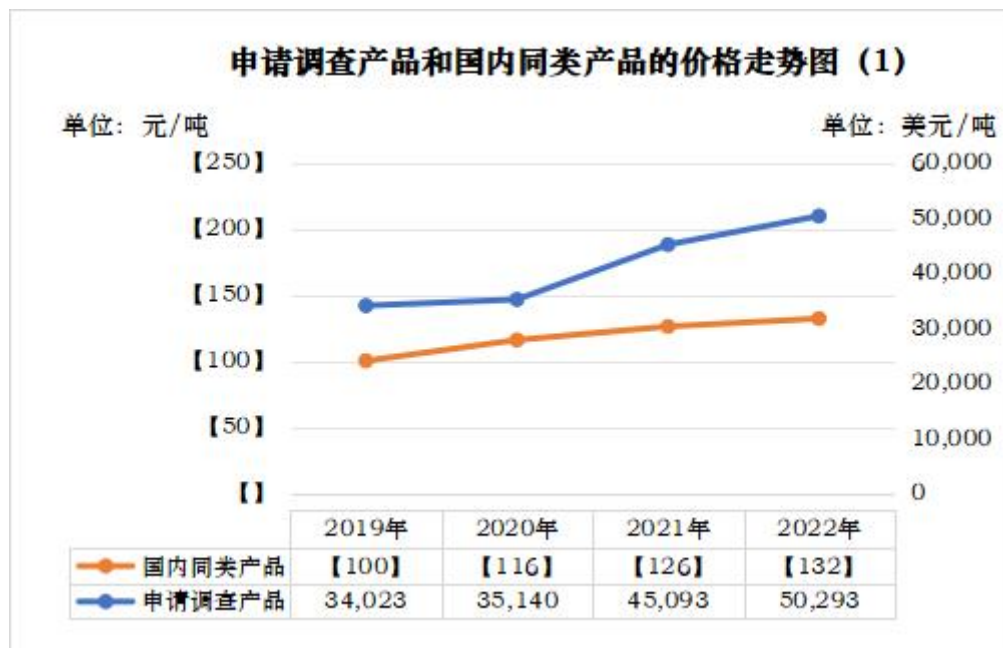
申请调查产品和国内同类产品的价格对比

期 间	申请调查产品		国内同类产品	
	进口价格 (美元/吨)	变化 幅度	内销价格 (元/吨)	变化 幅度
2019 年	34,023		【100】	
2020 年	35,140	3.28%	【116】	15.75%
2021 年	45,093	28.33%	【126】	8.83%
2022 年	50,293	11.53%	【132】	4.76%
2022 年上半年	44,959	-	【141】	
2023 年上半年	51,382	14.29%	【149】	5.86%

注：（1）申请调查产品进口价格来源于“附件六：中国白兰地海关进出口数据统计”；

（2）国内同类产品的内销价格来源于“附件十：张裕公司的财务数据和报表”。

【上表国内同类产品内销价格来源于申请人会员单位张裕公司，涉及商业秘密，对外披露这些数据将对申请人和张裕公司造成严重不利影响，故申请保密不再列出。申请人以指数的形式表示上述数据的变化情况。首期间的指数设定为 100，之后各期间按照与首期间 2019 年的实际数据比乘以 2019 年的指数计算。以下有关变化趋势图或文字说明如涉及相同数据，同样以表格指数进行替代。】



申请调查期间，申请调查产品和国内同类产品的价格均呈持续上升趋势。2023年上半年比2019年，申请调查产品的进口价格累计上涨51.02%，国内同类产品的内销价格累计上涨49.34%。相同的价格走势说明申请调查产品和国内同类产品之间的价格具有关联性。

在产品价格走势具有关联性的背景之下，申请调查产品的价格涨跌将会对国内同类产品的价格产生影响。尤其是，欧盟厂商在中国市场上具有价格话语权，国内产业只能随行就市，价格跟随。一旦申请调查产品出现降价行为，国内同类产品也会被迫降价参与竞争。

2023 年以来申请调查产品和国内同类产品的价格变化情况

期间	申请调查产品	国内产业同类产品		
	进口价格 (美元/吨)	VS (元/吨)	VO (元/吨)	VSOP (元/吨)
2022 年 4 季度	58,221	【100】	【100】	【100】
2023 年 1 季度	52,644	【120】	【126】	【111】
2023 年 2 季度	50,637	【116】	【99】	【110】
2023 年 1 季度比 2022 年 4 季度	-9.58%	20.09%	25.78%	11.23%
2023 年 2 季度比 2023 年 1 季度	-3.81%	-3.71%	-20.99%	-1.45%

注：申请调查产品和国内产业同类产品的价格数据来源同上。

【上表国内同类产品分规格产品的内销价格来源于申请人会员单位张裕公司，涉及商业秘密，对外披露这些数据将对申请人和张裕公司造成严重不利影响，故申请保密不再列出。申请人以指数的形式表示上述数据的变化情况。首期间的指数设定为 100，之后各期间按照与首期间的实际数据比乘以首期间的指数计算。以下有关文字说明如涉及相同数据，同样以表格指数进行替代。】

事实上，如上文所述，2023 年以来，欧盟申请调查产品的季度平均进口价格环比已经在持续下降，2023 年 1 季度比 2022 年 4 季度下降 9.58%，2023 年 2 季度比 2023 年 1 季度进一步下降 3.81%。由于欧盟申请调查产品率先降价且降价幅度较大，导致国内产业三种不同质量等级的同类产品在 2023 年 2 季度开始被迫降价，相比 2023 年 1 季度，VS 产品降价 3.71%，VO 产品降价 20.99%，VSOP 产品降价 1.45%。

也就是说，2023 年以来，随着申请调查产品进口数量的增长以及市场份额的进一步提高，申请调查产品的降价行为正在对国内同类产品的销售价格走势产生不利影响，正在压低国内同类产品的销售价格。

2.4 申请调查产品对国内同类产品造成的价格削减

相同或相似质量等级的申请调查产品和国内同类产品的价格比较

单位：元/瓶

级别（酒龄）	申请调查产品	国内同类产品（张裕可雅）
VS（2年）	130-150元 （700ML）	128元 （700ML）
VO（3年）	200-320元 （700ML）	188元 （700ML）
VSOP（3-6年）	350-660元 （700ML）	438元 （700ML）
XO（6-10年）	899-2000元 （700ML）	1688元 （700ML）
XXO（14年以上）	2370-3480元 （700ML）	2688元 （650ML）

注：（1）申请调查产品的销售价格来自于轩尼诗、人头马、马爹利、馥华诗等品牌，为京东、淘宝、抖音线上官方旗舰店2023年10月份的报价。同时，需要说明的是，线上报价可能会因为各种促销活动而有所变动，整体价格会有所降低或增加赠品，线下经销商实际报价通常也略低于线上报价；

（2）鉴于申请调查产品在中国市场上主要以中高端产品为主，为了尽可能保证产品价格具有可比性，国内同类产品的报价也主要是中高端产品（张裕可雅系列的产品）的报价。

根据申请人掌握的市场状况，相同或相似质量等级的申请调查产品和国内同类产品的生产工艺、饮用场景、目标人群具有相同或相似性，这些竞争条件促使相同或相似质量等级的产品之间可以相互替代。而且，申请调查产品和国内同类产品同时在实体店和电商平台进行销售，市场价格非常透明。初步证据表明，如上述表格所示，相同或相似质量等级的申请调查产品和国内同类产品的价格区间高度重合，彼此之间互有高低，表明申请调查产品和国内同类产品在中国市场上存在直接的价格竞争关系。

在中国市场上，相比国内同类产品，欧盟申请调查产品具有明显的品牌优势、规模优势和竞争优势。通常，消费者的认知是申请调查产品的销售价格应当高于国内同类产品的销售价格，也就是申请调查产品相对于国内同类产品应当溢价销售。然而，产品价格之间互有高低，在一定程度上也反映出部分申请调查产品正在对国内同类产品造成价格削减。而且，随着申请调查产品的降价销售，价格削减的情形将会更多地发生，申请调查产品相对于国内同类产品的价格竞争优势将会进一步提高，消费者会因为申请调查产品的降价行为而更多地选择具有品牌优势、价格优势的申请调查产品。

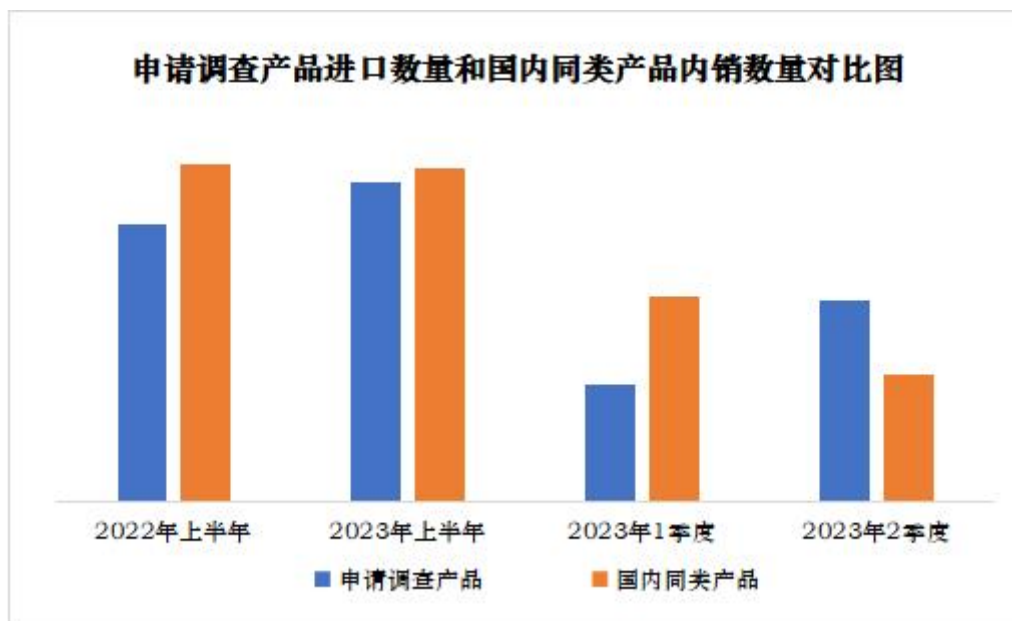
2023 年申请调查产品进口数量和国内同类产品销售数量的对比

数量单位：吨

期间	申请调查产品 进口数量	同比变化幅度	国内产业同类产品 内销数量	同比变化幅度
2022 年上半年	10,790	-	【34】	-
2023 年上半年	12,416	15.06%	【33】	-1.19%
2023 年 1 季度	4,605	-	【21】	-
2023 年 2 季度	7,810	69.61%	【13】	-38.11%

注：申请调查产品进口数量来源请见附件六。国内产业同类产品内销数量来源于张裕公司，请参见附件十。

【上表国内产业同类产品的内销数量来源于申请人会员单位张裕公司，涉及商业秘密，对外披露这些数据将对申请人和张裕公司造成严重不利影响，故申请保密不再列出。申请人以指数的形式表示上述数据的变化情况。首期间 2019 年的指数设定为 100，之后各期间按照与首期间 2019 年的实际数据比乘以首期间 2019 年的指数计算。以下有关文字说明如涉及相同数据，同样以表格指数进行替代。】



也正因为如此，2023 年以来，申请调查产品的进口数量在持续大幅增长，2023 年上半年同比上年大幅增长 15.06%，2023 年 2 季度环比 1 季度大幅增长 69.61%。与之相反，在国内需求量 2023 年上半年同比上年增长 7.30% 的有利市场环境下，国内产业同类产品的内销数量反而减少了 1.19%，2023 年 2 季度环比 1 季度则大幅减少 38.11%。鲜明的反向变动关系进一步表明，欧盟厂商正在通过降价、削价策略大量向中国市场倾销申请调查产

品，且挤占了国内产业的市场份额。而且，如下文所述，由于内销数量大幅减少，国内产业明显无法合理分摊相关税金附加及期间费用，造成产品的单位利润持续下滑。

2.5 申请调查产品对国内同类产品造成的价格抑制

2023 年国内产业同类产品的价格与成本的比较

单位：元/吨

期间	内销价格	单位成本	价格差额	同比变化幅度
2023 年 1 季度	【147】	【138】	【173】	-
2023 年 2 季度	【153】	【190】	【50】	-71.08%

注：上述数据来源于张裕公司，请参见附件十。单位成本为单位销售成本加上分摊的单位税金及附加和期间费用，价格差额等于内销价格减去单位成本。

【上表国内产业同类产品的内销价格和成本来源于申请人会员单位张裕公司，涉及商业秘密，对外披露这些数据将对申请人和张裕公司造成严重不利影响，故申请保密不再列出。申请人以指数的形式表示上述数据的变化情况。上述数据首期间 2019 年的指数设定为 100，之后各期间按照与首期间 2019 年的实际数据比乘以首期间 2019 年的指数计算。以下有关文字说明如涉及相同数据，同样以表格指数进行替代。】

2023 年以来，在国内需求量增长的有利市场环境下，国内产业本应当获得更大的市场空间和实现更大的规模效益。但是，在申请调查产品价格压低和价格削减的作用下，国内产业多个不同质量等级的同类产品被迫降价销售，即便如此，市场份额仍然受到了挤占，内销数量的减少导致国内产业无法合理分摊税金附加和期间费用，造成单位成本急剧上升，2023 年 2 季度环比 1 季度大幅增长了 37.69%，并最终导致内销价格与单位成本的差额大幅缩小，由 1 季度的【173】元/吨下降至 2 季度的【50】元/吨，大幅减少了 71.08%。

由此可见，申请调查产品的降价行为不仅对国内产业同类产品造成了价格压低和价格削减，还对国内产业同类产品造成严重的价格抑制。

2.6 小结

基于上述分析和说明，申请人认为，2023 年以来，申请调查产品的降价行为已经对国内产业同类产品造成了价格压低、价格削减和价格抑制。

而且，申请人认为，欧盟厂商进一步抢占中国市场的意图是非常明确的，其销售区域已经由一线、二线、三线城市逐步覆盖至四线及四线以下的城市，未来无论是中高端市场，

还是低端市场，与国内产业的竞争关系将会不断加剧。由于产品价格是抢占市场份额的重要手段，欧盟厂商极有可能会继续通过降价手段来打压国内产业，将会对国内同类产品造成进一步价格压低、削减和抑制。有关申请调查进口产品将对国内同类产品价格造成进一步实质性影响的分析，请参见下文“损害威胁”的相应部分。

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，在分析申请调查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、产能利用率、价格、就业、工资、筹措资本或投资能力等指标和因素。

申请调查期间，申请人会员单位张裕公司的同类产品产量占全国总产量的平均比例在90%以上。因此，张裕公司同类产品的生产和财务数据可以合理反映国内白兰地产业的发展状况。本申请书在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，有关国内产业的各项经济因素和指标数据，除特别说明外，均来自于张裕公司。

申请人暂以2019年1月1日至2023年6月30日为本案产业损害调查期，并对该期间国内产业同类产品的产能、产量、产能利用率、销量、市场份额、期末库存、销售收入、价格、利润、投资收益率、现金流、工资和就业、劳动生产率等经济指标和因素的变化趋势进行了评估。通过此分析和评估，申请人认为，申请调查产品的倾销行为已经对国内产业造成了实质损害威胁，具体分析如下：

3.1 国内同类产品需求变化情况

国内同类产品的需求量变化情况

数量单位：吨

期间	中国需求量	变化幅度
2019年	72,048	
2020年	56,829	-21.12%
2021年	69,004	21.43%
2022年	57,166	-17.16%
2022年上半年	25,189	-
2023年上半年	27,027	7.30%



中国是全球最大的烈酒市场，其中，白兰地处于起步发展阶段。而且，随着中国市场越来越国际化和多元化，消费者对于生活品质的追求、年轻消费群体的崛起、经销商对于新品类的追求，白兰地走向大众、提升市场渗透率的趋势日渐显著，这些因素将有利于促进白兰地在中国市场的消费增长，中国市场具有巨大的发展潜力。

在起步发展阶段，相比全球很多国家（地区），中国白兰地的需求量保持在较高水平。2019年至2022年，国内白兰地的需求量分别为72,048吨、56,829吨、69,004吨和57,166吨。在此期间，白兰地的需求量虽然有所波动，2020年比2019年减少21.12%，2021年比2020年增长21.43%，2022年比2021年减少17.16%，但市场前景仍然向好，2023年上半年需求量再次恢复增长，为27,027吨，比2022年上半年增长7.30%。而且，随着经济逐步回暖，消费力持续提升，白兰地需求量将会进一步增长。

由于具有巨大的发展潜力，新兴的中国市场对欧盟厂商具有极大的吸引力。通过倾销行为，欧盟申请调查产品不断挤占国内产业的市场份额。2023年以来，在市场需求明显增长的情况下，受申请调查产品进口量增价跌的不利影响，国内产业更多的经济指标不断恶化，销量、市场份额、期末库存、销售收入、税前利润、投资收益率、现金流等进一步呈现不同程度的消极表现。申请调查产品的倾销行为正在对国内产业造成更大的冲击和威胁。

3.2 国内产业同类产品的产能、产量、开工率的变化

国内产业同类产品产能、产量和开工率的变化情况

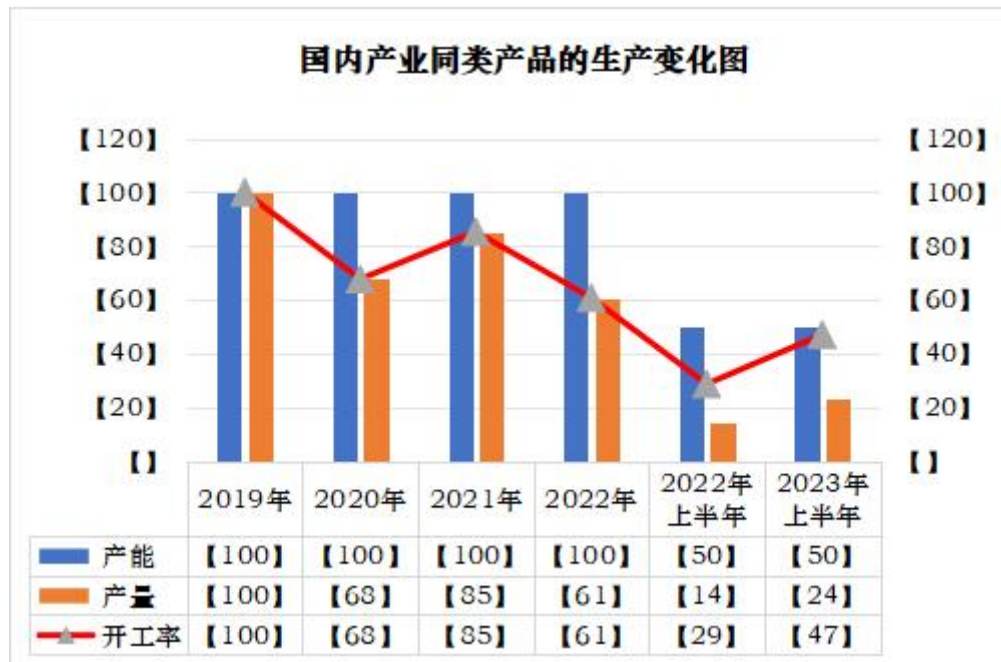
数量单位：吨

期 间	实际产能	产 量	开 工 率	开工率增减百分点
2019 年	【100】	【100】	【100】	-
2020 年	【100】	【68】	【68】	下降【32】个百分点
2021 年	【100】	【85】	【85】	上升【18】个百分点
2022 年	【100】	【61】	【61】	下降【25】个百分点
2022 年上半年	【50】	【14】	【29】	-
2023 年上半年	【50】	【24】	【47】	上升【18】个百分点

注：（1）数据来源于“附件十：张裕公司的财务数据和报表”；

（2）开工率=产量 / 实际产能。

【上表国内产业同类产品的产能、产量和开工率来源于申请人会员单位张裕公司，涉及商业秘密，对外披露这些数据将对申请人和张裕公司造成严重不利影响，故申请保密不再列出。申请人以指数的形式表示上述数据的变化情况。首期间的指数设定为 100，之后各期间按照与首期间 2019 年的实际数据比乘以 2019 年的指数计算。以下有关变化趋势图或文字说明如涉及相同数据，同样以表格指数进行替代。】



申请调查期内，国内产业同类产品的装置产能维持不变，年产能为【100】。

同期，国内产业同类产品的开工率总体呈下降趋势，处于较低水平。开工率 2020 年比 2019 年下降【32】个百分点，2021 年比 2020 年反弹【18】个百分点，2022 年比 2021 年下降【25】个百分点，2023 年上半年比 2022 年上半年反弹【18】个百分点。总体而言，开工率 2023 年上半年比 2019 年下降了【53】个百分点。

相应地，国内产业同类产品的产量总体呈减少趋势。产量 2020 年比 2019 年减少 32.30%，2021 年比 2020 年增长 26.01%，2022 年比 2021 年减少 28.81%，2022 年比 2019 年减少 39.27%。2023 年上半年比 2022 年上半年，产量增长 64.30%，但考虑到开工率只有【47】且明显低于 2019 年至 2022 年的开工率水平，产量增长已经受到了明显抑制且整体处于较低水平。

3.3 国内产业同类产品的国内销售数量的变化

国内产业同类产品国内销售数量变化情况

单位：吨

期间	内销数量	变化幅度
2019 年	【100】	-
2020 年	【71】	-29.32%
2021 年	【77】	8.58%
2022 年	【70】	-8.71%
2022 年上半年	【34】	-
2023 年上半年	【33】	-1.19%

注：数据来源于“附件十：张裕公司的财务数据和报表”。

【上表国内产业同类产品的内销数量来源于申请人会员单位张裕公司，涉及商业秘密，对外披露这些数据将对申请人和张裕公司造成严重不利影响，故申请保密不再列出。申请人以指数的形式表示上述数据的变化情况。首期间的指数设定为 100，之后各期间按照与首期间 2019 年的实际数据比乘以 2019 年的指数计算。以下有关变化趋势图或文字说明如涉及相同数据，同样以表格指数进行替代。】



申请调查期内，国内产业同类产品的内销数量总体呈减少趋势，2020年比2019年减少29.32%，2021年比2020年增长8.58%，2022年比2021年减少8.71%，2022年比2019年减少29.94%，2023年上半年比2022年上半年减少1.19%。

而且，如以下图表数据所示：2023年上半年，在需求量同比上年增长7.30%的情况下，由于申请调查产品进口数量的增长幅度过快，导致国内产业的内销数量无法相应获得增长。2023年上半年，申请调查产品进口数量大幅增长了15.06%，而国内产业同类产品内销数量减少了1.19%。2023年2季度比2023年1季度，申请调查产品进口数量大幅增长了69.61%，国内产业同类产品内销数量则大幅减少了38.11%。

可见，受申请调查产品量增价跌的影响，国内产业同类产品的内销数量指标正在遭受进一步的冲击。

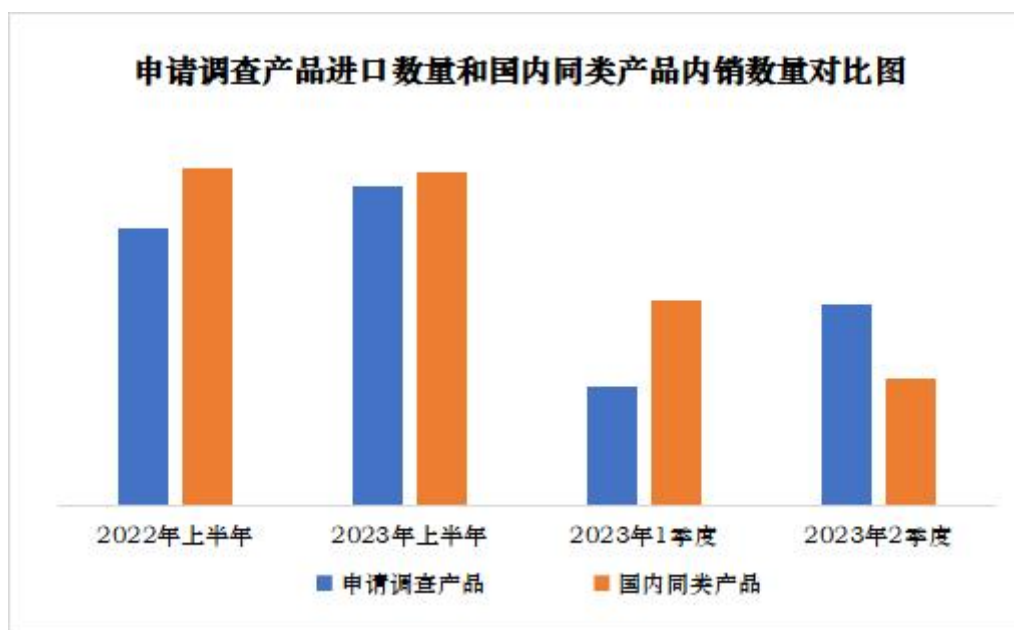
2023年申请调查产品进口数量和国内同类产品销售数量的对比

数量单位：吨

期间	申请调查产品进口数量	同比变化幅度	国内产业同类产品内销数量	同比变化幅度
2022年上半年	10,790	-	【34】	-
2023年上半年	12,416	15.06%	【33】	-1.19%
2023年1季度	4,605	-	【21】	-
2023年2季度	7,810	69.61%	【13】	-38.11%

注：申请调查产品进口数量来源请参见附件六。国内产业同类产品内销数量来源于“附件十：张裕公司的财务数据和报表”。

【上表国内产业同类产品的内销数量来源于申请人会员单位张裕公司，涉及商业秘密，对外披露这些数据将对申请人和张裕公司造成严重不利影响，故申请保密不再列出。申请人以指数的形式表示上述数据的变化情况。首期间的指数设定为 100，之后各期间按照与首期间 2019 年的实际数据比乘以 2019 年的指数计算。以下有关变化趋势图或文字说明如涉及相同数据，同样以表格指数进行替代。】



3.4 国内产业同类产品市场份额的变化

国内产业同类产品市场份额变化情况

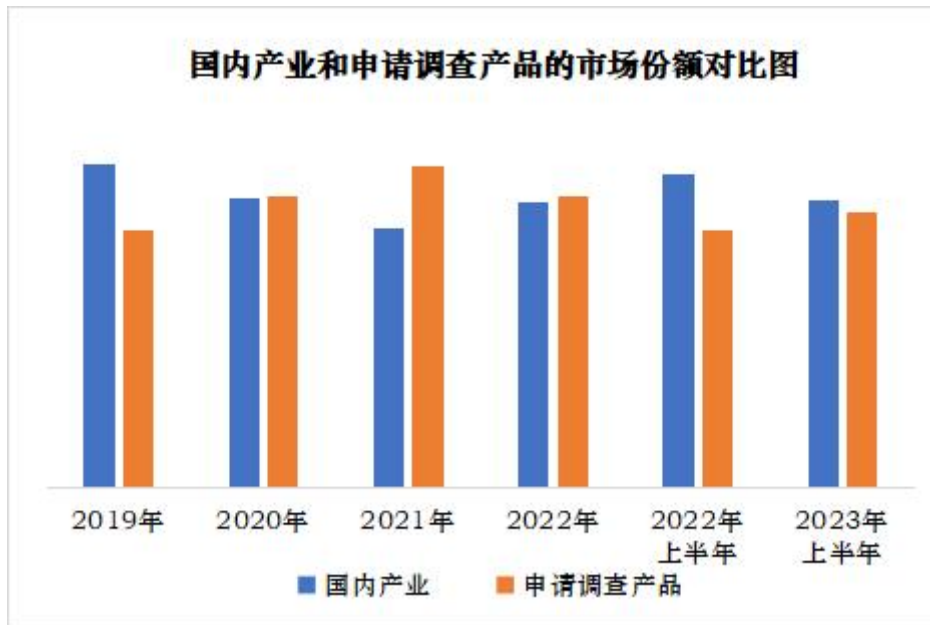
数量单位：吨

期间	内销数量	需求量	市场份额	份额增减百分点
2019年	【100】	72,048	【100】	-
2020年	【71】	56,829	【90】	下降【10】个百分点
2021年	【77】	69,004	【80】	下降【9】个百分点
2022年	【70】	57,166	【88】	上升【8】个百分点
2022年上半年	【34】	25,189	【97】	-
2023年上半年	【33】	27,027	【89】	下降【8】个百分点

注：市场份额 = 内销数量 / 需求量。

【上表国内产业同类产品的内销数量和市场份额来源于申请人会员单位张裕公司，涉及商业秘密，对外披露这些数据将对申请人和张裕公司造成严重不利影响，故申请保密不再列出。申请人以指数的形式表示上述数据的变化情况。首期间的指数设定为 100，之后

各期间按照与首期间 2019 年的实际数据比乘以 2019 年的指数计算。以下有关变化趋势图或文字说明如涉及相同数据，同样以表格指数进行替代。】



申请调查期内，受申请调查产品的挤占，国内产业所占市场份额总体呈下降趋势，2020 年比 2019 年下降【10】个百分点，2021 年比 2020 年下降【9】个百分点，2022 年比 2021 年反弹【8】个百分点。

2023 年上半年，如上文所述，在需求明显增长的情况下，由于国内产业受进口产品挤占无法获得更多的市场机会，且内销数量呈下降趋势，国内产业所占市场份额的下跌走势并没有发生变化，同比 2022 年下降【8】个百分点，比 2019 年累计下降了【11】个百分点。

3.5 国内产业同类产品期末库存量的变化

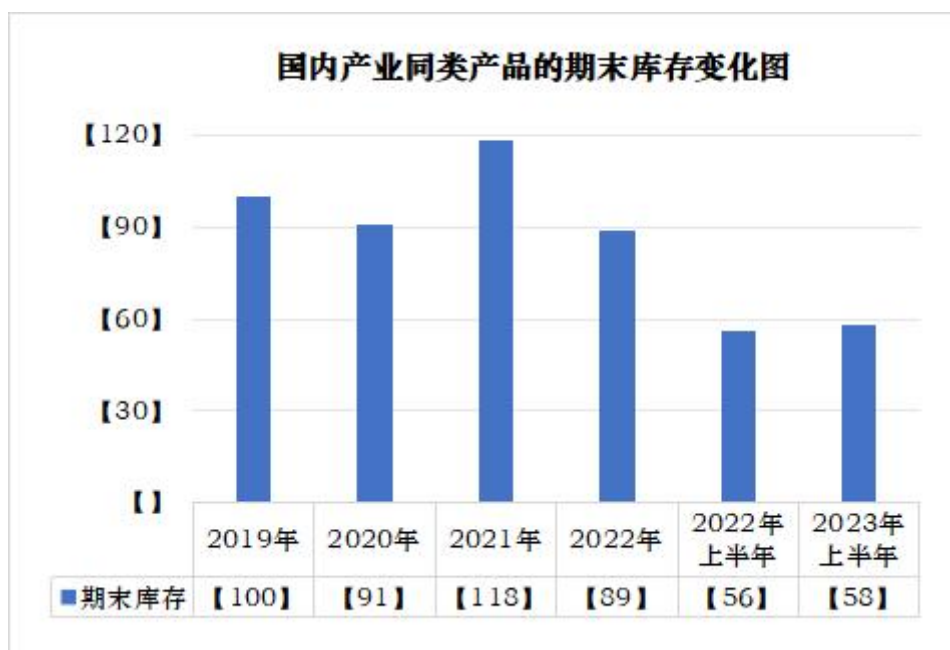
国内产业同类产品期末库存变化情况

数量单位：吨

期间	期末库存	变化幅度	占产量的比重
2019 年	【100】	-	【100】
2020 年	【91】	-9.32%	【134】
2021 年	【118】	30.34%	【139】
2022 年	【89】	-24.79%	【146】
2022 年上半年	【56】	-	【394】
2023 年上半年	【58】	3.17%	【247】

注：数据来源于“附件十：张裕公司的财务数据和报表”。

【上表国内产业同类产品的期末库存及期末库存占产量的比重来源于申请人会员单位张裕公司，涉及商业秘密，对外披露这些数据将对申请人和张裕公司造成严重不利影响，故申请保密不再列出。申请人以指数的形式表示上述数据的变化情况。首期间的指数设定为 100，之后各期间按照与首期间 2019 年的实际数据比乘以 2019 年的指数计算。以下有关变化趋势图或文字说明如涉及相同数据，同样以表格指数进行替代。】



申请调查期内，国内产业同类产品的期末库存有所波动。2020 年比 2019 年减少 9.32%，2021 年比 2020 年增长 30.34%，2022 年比 2021 年减少 24.79%。2023 年上半年，在市场需求明显增长的情况下，由于市场份额受到挤占，国内产业同类产品的期末库存比 2022 年上半年增长 3.17%。

另外，期末库存占同期产量的比重呈上升趋势，由 2019 年的【100】提高至 2022 年的【146】，2023 年上半年进一步提高至【247】，累计上升了【147】个百分点。

3.6 国内产业同类产品内销收入的变化

国内产业同类产品内销收入变化情况

单位：元

期间	内销收入	变化幅度
2019年	【100】	
2020年	【82】	-18.19%
2021年	【97】	18.17%
2022年	【92】	-4.36%
2022年上半年	【48】	-
2023年上半年	【50】	4.60%

注：数据来源于“附件十：张裕公司的财务数据和报表”。

【上表国内产业同类产品的内销收入来源于申请人会员单位张裕公司，涉及商业秘密，对外披露这些数据将对申请人和张裕公司造成严重不利影响，故申请保密不再列出。申请人以指数的形式表示上述数据的变化情况。首期间的指数设定为100，之后各期间按照与首期间2019年的实际数据比乘以2019年的指数计算。以下有关变化趋势图或文字说明如涉及相同数据，同样以表格指数进行替代。】



申请调查期内，受销售数量总体大幅减少的不利影响，国内产业同类产品的内销收入总体呈下降趋势。其中：2020年比2019年减少18.19%，2021年比2020年增长18.17%，2022年比2021年减少4.36%，2022年比2019年减少7.54%。

2023 年国内产业同类产品内销收入变化情况

单位：吨、元

期间	国内产业同类产品 内销数量	同比变化幅度	国内产业同类产品 内销收入	同比变化幅度
2023 年 1 季度	【21】	-	【30】	
2023 年 2 季度	【13】	-38.11%	【20】	-35.43%

注：国内产业同类产品内销数量和收入来源于张裕公司，请详见附件十。

【上表国内产业同类产品的内销数量和内销收入来源于申请人会员单位张裕公司，涉及商业秘密，对外披露这些数据将对申请人和张裕公司造成严重不利影响，故申请保密不再列出。申请人以指数的形式表示上述数据的变化情况。首期间的指数设定为 100，之后各期间按照与首期间 2019 年的实际数据比乘以 2019 年的指数计算。以下有关变化趋势图或文字说明如涉及相同数据，同样以表格指数进行替代。】



而且，如以上图表数据所示：2023 年上半年，国内产业同类产品的内销收入同比上年虽然增长了 4.60%，但如果逐季度来看，由于内销数量 2 季度比 1 季度大幅减少 38.11%，导致内销收入相应大幅减少 35.43%。

可见，受申请调查产品量增价跌的影响，国内产业同类产品的内销收入增长受到了明显的抑制，正在遭受进一步的冲击。

3.7 国内产业同类产品税前利润的变化

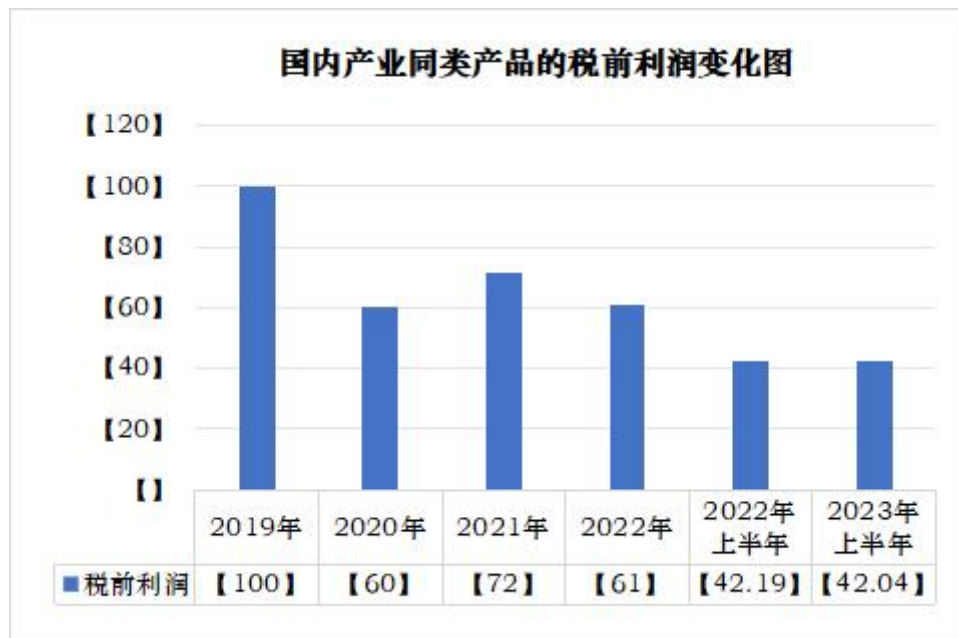
国内产业同类产品税前利润变化情况

单位：元

期间	税前利润	变化幅度
2019年	【100】	
2020年	【60】	-39.52%
2021年	【72】	18.22%
2022年	【61】	-14.83%
2022年上半年	【42.19】	-
2023年上半年	【42.04】	-0.35%

注：数据来源于“附件十：张裕公司的财务数据和报表”。

【上表国内产业同类产品的税前利润来源于申请人会员单位张裕公司，涉及商业秘密，对外披露这些数据将对申请人和张裕公司造成严重不利影响，故申请保密不再列出。申请人以指数的形式表示上述数据的变化情况。首期间的指数设定为100，之后各期间按照与首期间2019年的实际数据比乘以2019年的指数计算。以下有关变化趋势图或文字说明如涉及相同数据，同样以表格指数进行替代。】



申请调查期内，国内产业同类产品的税前利润总体呈大幅下降趋势，2020年比2019年减少39.52%，2021年比2020年增长18.22%，2022年比2021年减少14.83%，2022年比2019年减少39.10%，2023年上半年比2022年上半年进一步减少0.35%。

而且，如以下图表数据所示：2023 年上半年，在需求量同比上年增长 7.30%的情况下，由于申请调查产品进口数量的增长幅度过快，导致国内产业的内销数量减少了 1.19%，税前利润相应减少 0.35%。2023 年 2 季度比 2023 年 1 季度，申请调查产品进口数量大幅增长了 69.61%，国内产业同类产品内销数量大幅减少了 38.11%，税前利润相应大幅减少 82.10%。

可见，受申请调查产品量增价跌的影响，国内产业同类产品的税前利润指标正在遭受进一步的冲击。

2023 年国内同类产品税前利润的变化情况

单位：元

期间	税前利润	变化幅度
2022 年上半年	【42.19】	-
2023 年上半年	【42.04】	-0.35%
2023 年 1 季度	【36】	-
2023 年 2 季度	【6】	-82.10%

注：数据来源于“附件十：张裕公司的财务数据和报表”。

【上表国内产业同类产品的税前利润来源于申请人会员单位张裕公司，涉及商业秘密，对外披露这些数据将对申请人和张裕公司造成严重不利影响，故申请保密不再列出。申请人以指数的形式表示上述数据的变化情况。首期间的指数设定为 100，之后各期间按照与首期间 2019 年的实际数据比乘以 2019 年的指数计算。】

3.8 国内产业同类产品投资收益率的变化

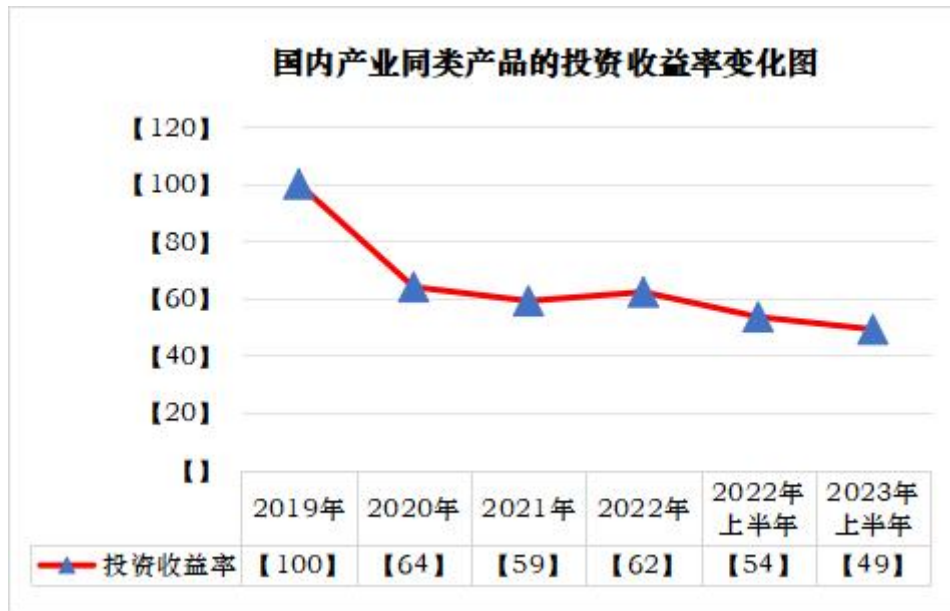
国内产业同类产品投资收益率变化情况

金额单位：元

期间	投资总额	税前利润	投资收益率	变化幅度
2019 年	【100】	【100】	【100】	-
2020 年	【95】	【60】	【64】	下降【36】个百分点
2021 年	【121】	【72】	【59】	下降【5】个百分点
2022 年	【98】	【61】	【62】	上升【3】个百分点
2022 年上半年	【79】	【42.19】	【54】	-
2023 年上半年	【86】	【42.04】	【49】	下降【4】个百分点

注：数据来源于“附件十：张裕公司的财务数据和报表”。

【上表国内产业同类产品的投资总额、税前利润和投资收益率来源于申请人会员单位张裕公司，涉及商业秘密，对外披露这些数据将对申请人和张裕公司造成严重不利影响，故申请保密不再列出。申请人以指数的形式表示上述数据的变化情况。首期间的指数设定为 100，之后各期间按照与首期间 2019 年的实际数据比乘以 2019 年的指数计算。以下有关变化趋势图或文字说明如涉及相同数据，同样以表格指数进行替代。】



受税前利润总体大幅减少的不利影响，国内产业同类产品的投资收益率总体也呈下降趋势。其中：2020 年比 2019 年下降【36】个百分点，2021 年比 2020 年下降【5】个百分点，2022 年比 2021 年反弹【3】个百分点，2022 年比 2019 年下降了【38】个百分点。2023 年上半年比 2022 年上半年，投资收益率进一步下降了【4】个百分点。

3.9 国内产业同类产品与经营活动有关的现金净流量的变化

国内产业同类产品现金净流量的变化情况

单位：元

期 间	现金净流量	变化幅度
2019 年	【100】	-
2020 年	【168】	68.26%
2021 年	【299】	77.83%
2022 年	【237】	-20.65%
2022 年上半年	【147】	-
2023 年上半年	【137】	-7.06%

注：数据来源于“附件十：张裕公司的财务数据和报表”。

【上表国内产业同类产品的现金流来源于申请人会员单位张裕公司，涉及商业秘密，对外披露这些数据将对申请人和张裕公司造成严重不利影响，故申请保密不再列出。申请人以指数的形式表示上述数据的变化情况。首期间的指数设定为 100，之后各期间按照与首期间 2019 年的实际数据比乘以 2019 年的指数计算。以下有关变化趋势图或文字说明如涉及相同数据，同样以表格指数进行替代。】



申请调查期内，国内产业同类产品的现金流呈先增后降的变化趋势，其中 2020 年比 2019 年增加 68.26%，2021 年比 2020 年增加 77.83%，2022 年比 2021 减少 20.65%。2023 年上半年比 2022 年上半年，现金流进一步减少 7.06%。

3.10 国内产业同类产品工资和就业的变化

国内产业同类产品工资总额、就业人数及人均工资的变化情况

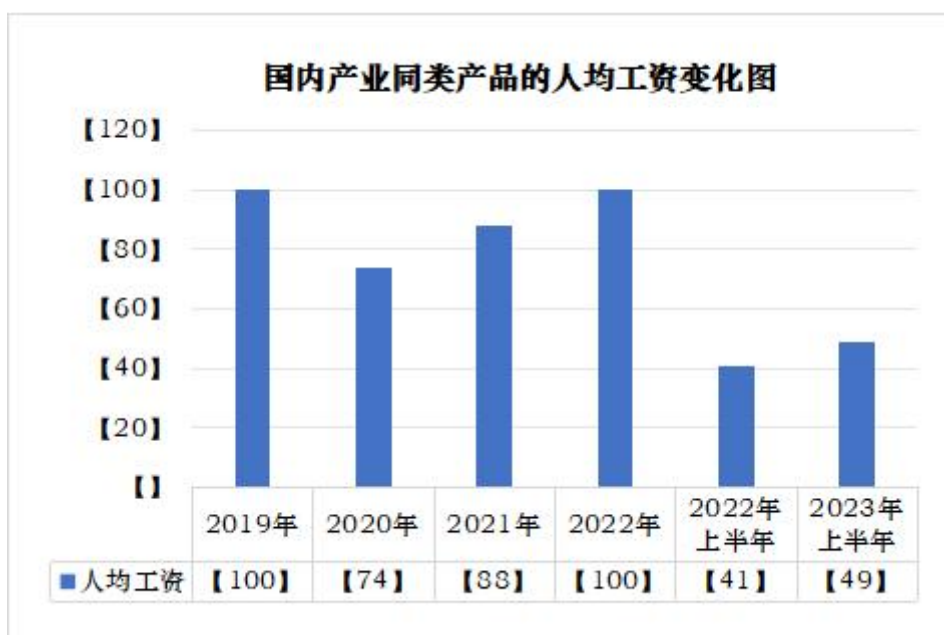
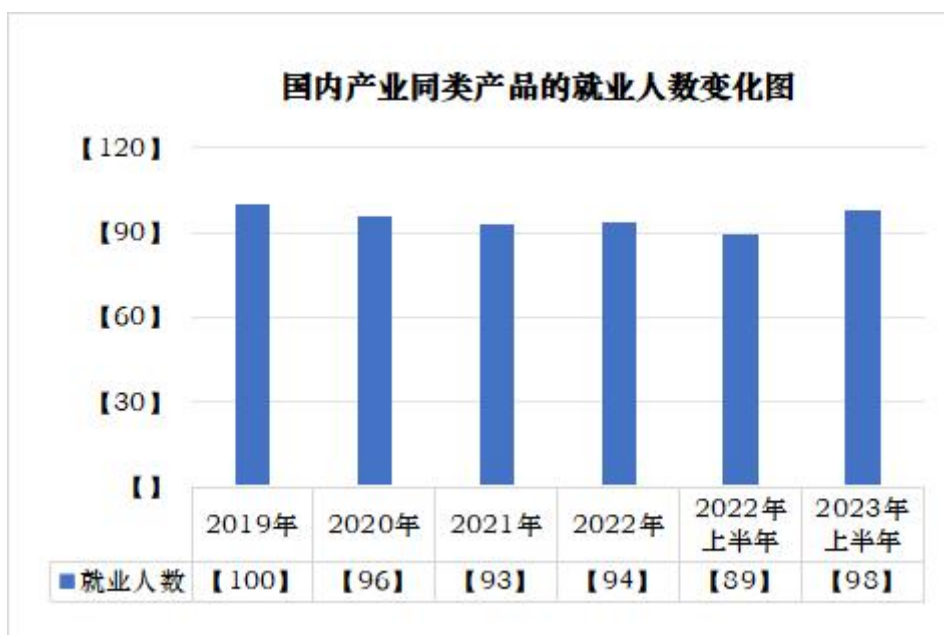
单位：元；人；元/人

期间	工资总额	就业人数	变化幅度	人均工资	变化幅度
2019年	【100】	【100】		【100】	
2020年	【71】	【96】	-4.46%	【74】	-25.86%
2021年	【82】	【93】	-2.80%	【88】	18.63%
2022年	【94】	【94】	0.96%	【100】	13.93%
2022年上半年	【36】	【89】	-	【41】	-
2023年上半年	【48】	【98】	10.00%	【49】	20.96%

注：（1）数据来源于“附件十：张裕公司的财务数据和报表”；

（2）人均工资=工资总额 / 就业人数。

【上表国内产业同类产品的就业人数和工资来源于申请人会员单位张裕公司，涉及商业秘密，对外披露这些数据将对申请人和张裕公司造成严重不利影响，故申请保密不再列出。申请人以指数的形式表示上述数据的变化情况。首期间的指数设定为 100，之后各期间按照与首期间 2019 年的实际数据比乘以 2019 年的指数计算。以下有关变化趋势图或文字说明如涉及相同数据，同样以表格指数进行替代。】



申请调查期内，国内产业同类产品的就业人数相对稳定，但有所减少。其中：2020 年比 2019 年减少 4.46%，2021 年比 2020 年减少 2.80%，2022 年比 2021 年增长 0.96%，2023 年上半年比 2022 年上半年增长了 10%。2023 年上半年比 2019 年，就业人数减少了 1.79%。

同期，国内产业就业人员的人均工资呈先降后涨的变化趋势。其中：人均工资 2020 年比 2019 年减少 25.86%，2021 年比 2020 年增长 18.63%，2022 年比 2021 年增长 13.93%，2022 年比 2019 年增长 0.21%，2023 年上半年比 2022 年上半年增长 20.96%。

由于国内产业同类产品的市场份额受到申请调查产品的挤占，开工率处于较低水平，且销售数量大幅减少，工资上涨导致的成本增加将无法得到合理分摊，会对公司的税前利润、投资收益率以及现金流等指标产生不利影响。

3.11 国内产业同类产品劳动生产率的变化

国内产业同类产品劳动生产率的变化情况

单位：吨/人

期间	劳动生产率	变化幅度
2019 年	【100】	-
2020 年	【105】	4.67%
2021 年	【108】	2.88%
2022 年	【107】	-0.95%
2022 年上半年	【56】	-
2023 年上半年	【51】	-9.09%

注：（1）数据来源于“附件十：张裕公司的财务数据和报表”；

（2）劳动生产率 = 产量 / 就业人数。

【上表国内产业同类产品的劳动生产率来源于申请人会员单位张裕公司，涉及商业秘密，对外披露这些数据将对申请人和张裕公司造成严重不利影响，故申请保密不再列出。申请人以指数的形式表示上述数据的变化情况。首期间的指数设定为 100，之后各期间按照与首期间 2019 年的实际数据比乘以 2019 年的指数计算。以下有关变化趋势图或文字说明如涉及相同数据，同样以表格指数进行替代。】



申请调查期内，国内产业的劳动生产率总体呈上升趋势，后期有所下降。劳动生产率上升主要原因是产量大幅减少，因为就业人数相对稳定。其中：劳动生产率 2020 年比 2019 年提高 4.67%，2021 年比 2020 年提高 2.88%，2022 年比 2021 年下降 0.95%。2022 年比 2019 年，劳动生产率提高了 6.67%。2023 年上半年比 2022 年上半年，劳动生产率下降了 9.09%。

3.12 小结

通过上述分析和说明可以看出：申请调查期内，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或不利表现，具体表现在：

- 1、开工率处于极低水平且总体呈下降趋势，2023 年上半年比 2019 年下降了【53】个百分点；
- 2、总产量总体呈下降趋势，2022 年比 2019 年减少 39.27%，2023 年上半年虽然有所反弹，但仍处于较低水平；
- 3、内销数量总体呈下降趋势，2022 年比 2019 年减少 29.94%，2023 年上半年比 2022 年同期减少 1.19%；
- 4、市场份额总体呈下降趋势，2023 年上半年比 2019 年累计下降了【11】个百分点；

5、期末库存处于较高水平，占同期产量的比重在持续上升，由2019年的【100】提高至2023年上半年的【247】，累计上升了【147】个百分点；

6、内销收入总体呈下降趋势，2022年比2019年减少7.54%；

7、税前利润总体呈大幅下降趋势，2022年比2019年减少39.10%，2023年上半年比2022年同期进一步减少0.35%；

8、投资收益率总体呈下降趋势，2022年比2019年下降了【38】个百分点，2023年上半年比2022年同期进一步下降了【4】个百分点；

9、现金流2022年比2021年减少20.65%，2023年上半年比2022年同期进一步减少了7.06%；

10、就业人数2023年上半年比2019年减少了1.79%；

11、劳动生产率2023年上半年比2022年上半年下降了9.09%。

而且，通过上述分析和说明还可以看出：需求潜力巨大的中国市场始终对欧盟厂商具有极大的吸引力，申请调查产品2019年至2022年的进口数量总体虽然呈下降趋势，但始终保持较大的规模，进口数量自2021年以来已经超过中国同类产品的全国总产量，并借此抢占了更多的市场份额，导致国内产业所占市场份额总体呈下降趋势，申请调查产品对国内产业的冲击和威胁正在不断加大。

尤其是，2023年上半年，在需求量同比上年增长7.30%的背景下，良好的市场状况并没有导致国内产业相关经济指标，如销量、销售收入、税前利润等，获得应有的增长。相反，在申请调查产品季度进口“量增价跌”的冲击下，这些原本应当表现积极的指标反而正在进一步恶化，其他经济指标，如开工率、产量、期末库存、销售价格、投资收益率、现金流等，也呈不同程度的消极表现。

总的来看，申请调查期内，国内产业具有明显的脆弱性，生产状况和财务状况表现不佳，尤其是2023年上半年多个经济指标的消极表现与同期市场需求明显增长背道而驰，且生产和经营状况正在恶化。申请调查产品的大量低价倾销已经对国内产业造成了一定的冲击和影响，正在对国内产业造成实质损害威胁。如果申请调查产品进一步大量低价对中

国内市场倾销，将会对国内产业造成进一步的冲击和不利影响，国内产业极有可能会遭受严重的实质损害。

（三）实质损害威胁

根据《反倾销产业损害调查规定》的相关规定，实质损害威胁是指对国内产业尚未造成实质损害，但有证据表明如果不采取措施将导致国内产业实质损害发生的明显可预见和迫近的情形。在反倾销调查中，调查机关在确定实质损害威胁时，应当审查以下因素：

（1）表明进口很可能发生实质增长的倾销产品进口的大幅增长率；

（2）表明进口很可能发生实质增长的倾销进口产品生产者生产能力的增长。在采用这一指标时应考虑是否存在其它出口市场吸收任何额外的出口；

（3）进口产品是否正以将大幅压低或抑制国内同类产品价格的价格进口，并且将很可能导致对进口产品需求的增加；

（4）被调查产品的库存情况。

结合上述法律规定，申请人对申请调查产品的倾销行为正在对国内产业造成实质损害威胁问题详细分析如下：

1、在欧盟及各成员国的巨额补贴支持下，欧盟白兰地产业将会利用这些竞争优势进一步加大申请调查产品对中国市场的倾销，这将会对国内产业造成进一步的冲击和影响，已经较为脆弱的国内产业正在面临着巨大的实质损害威胁

欧盟是全球最大的白兰地生产地区，也是全球最大的白兰地出口市场。欧盟白兰地产业在全球市场上之所以极具竞争力，与欧盟及各成员国的支持和巨额补贴具有重要关系。

葡萄、葡萄汁、葡萄酒、葡萄皮渣等均可以作为原材料用于生产白兰地。针对葡萄酒部门，包括葡萄、葡萄汁、葡萄酒、副产品蒸馏等产品，欧盟通过制定共同农业政策，包括 1307/2013 号条例、1308/2013 号条例、2021/2115 号条例等，实施了一系列扶持措施，由欧盟及各成员国共同负责实施，向酿酒葡萄种植者、葡萄酒生产者等提供了巨额补贴，促进了葡萄酒部门的健康发展，也提高了葡萄酒部门的竞争力。这些补贴项目包括：

- (1) 基础支付计划 (Basic Payment Scheme) /基础收入补贴 (Basic Income Support)
- (2) 绿色补贴项目 (Greening)
- (3) 危机蒸馏 (Crisis distillation)
- (4) 市场推广 (Promotion)
- (5) 葡萄园重建和转型 (Restructuring And Conversion of Vineyards)
- (6) 绿色收割 (Green Harvesting)
- (7) 共同基金 (Mutual Fund)
- (8) 收获保险 (Harvesting Insurance)
- (9) 投资补贴(Investments)
- (10) 创新补贴 (Innovation in the Wine Sector)
- (11) 副产品蒸馏 (By-product distillation)

由于葡萄酒部门的有关产品，包括葡萄、葡萄汁、葡萄酒、葡萄皮渣等，是生产白兰地的原材料，欧盟及各成员国对葡萄酒部门的支持和巨额补贴，对其白兰地的市场竞争力提高起到了非常重要的支撑作用，不仅保障了白兰地的原材料供应稳定，也促使白兰地保持原材料的低价成本优势，白兰地产业从中获得了巨大的补贴利益。发展至今，欧盟白兰地产业在全球市场上已经具有明显的生产规模优势、品牌效应优势、出口竞争优势等，在价格方面也具有非常强的定价权和主动权。这也是欧盟申请调查产品得以加大对中国市场出口力度，抢占更多市场份额的重要原因。

根据申请人的初步了解，未来欧盟厂商仍将受益于欧盟及各成员国的进一步支持和补贴，其势必会利用这些竞争优势加大申请调查产品对中国市场的倾销，将会对国内产业造成进一步的冲击和影响，已经较为脆弱的国内产业正在面临着巨大的实质损害威胁。

上述 11 个补贴项目的具体内容和补贴利益请参见下文进一步说明。

1.1 补贴项目的具体介绍

(1) 基础支付计划 (Basic Payment Scheme) /基础收入补贴 (Basic Income Support)

基础支付计划是 2015-2022 年欧盟共同农业政策下最重要的补贴计划，来源于欧盟 1307/2013 号条例第三节第一章的授权（请参见附件十一）。基础收入补贴则是 2023 年至 2027 年欧盟新共同农业政策最终的补贴计划，来源于 2021/2115 号条例第 2 篇第 2 章第 2 节的授权（请参见附件十二）。

新共同农业政策下的基础收入补贴是之前基础支付计划的替代，保留和延续了基础支付计划的很多内容，但本质上二者都是通过欧盟预算对符合条件的农户提供直接的财政补贴，以给付权基础进行操作，给付权数量等于农户的农业土地面积。根据欧盟委员会在中国马铃薯淀粉第二次反补贴期终复审案件答卷提供的数据，2019年欧盟每公顷土地的平均补贴金额为219.1欧元¹。由于历史造成的原因，不同成员国的补贴标准存在差异。

(2) 绿色补贴 (Greening)

绿色补贴为欧盟共同农业政策下的另外一个重要补贴计划，与基础支付计划配套，目标是为了环保、应对气候变化、促进绿化，符合公共利益，维持欧盟农业长久竞争力，推动可持续发展。2015-2022年的补贴来源于欧盟1307/2013号条例第三节第三章的授权（附件十一），2023年至2027年的补贴来源于2021/2115号条例第2篇第2章第4节的授权（请参见附件十二）。

根据1307/2013号条例的有关规定，绿色补贴的预算资金约占直接支付预算总额的30%，给付权价值根据基础支付计划给付权的45%计算确定。2021/2115号条例第97条对预算总额进行了调整，预算资金原则上不低于直接支付预算总额的25%。

与基础支付计划/基础收入补贴相同，绿色补贴项目的实施也是基于给付权。农民满足各成员国制定的生态计划的有关条件，才可获得该项目下拨款资助。比如，根据2021/2115号条例的规定，每个生态计划将包含至少以下两个关于气候、环境和动物福利方面的具体要求：（1）减缓气候变化，比如减少农业活动产生的温室气体排放；（2）适应气候变化，比如采取行动提供粮食生产系统和动植物多样化；（3）保护和改善水质；（4）防止土壤退化，提高土壤肥力等；（5）保护生态多样性；（6）减少使用农药；（7）提高动物福利和采取对抗抗生素的行为等。

绿色补贴与基础支付计划/基础收入补贴挂钩，欧盟委员会及各成员国会审查农民的种植情况，如果没有遵守条件，将不支付绿色补贴，而且基础支付计划/基础收入补贴的资助也不再支付。相应地，满足条件并获得绿色补贴的农户，也会同时获得基础支付计划/基础收入补贴下的资助，两个项目是相辅相成的。

¹ 补贴金额数据来源于欧盟政府于2022年11月向商务部提交的《马铃薯淀粉反补贴措施期终复审出口国（地区）政府调查问卷》答卷（公开版）第45页。

(3) 危机蒸馏 (Crisis Distillation)

危机蒸馏来源于欧盟 1308/2013 号条例引言第 182 的授权（附件十三）。为应对过渡期结束后的危机情形，各成员国可以通过危机蒸馏向生产者提供补贴，用于扶持本国葡萄酒生产企业以缓解葡萄酒过剩危机。

危机蒸馏为共同农业政策下欧盟对葡萄酒部门进行直接干预的一部分，属于国家支持项目。危机蒸馏下的资助上限为各成员国直接支付预算总额的 15%。补贴支付前，各成员国应当通知欧盟委员会并获得批准。

根据公开渠道获得的信息（附件十四），2023 年产季，法国政府对外披露两轮危机蒸馏补贴，合计补贴金额高达 2 亿欧元，用于扶持本国葡萄酒生产企业以缓解葡萄酒过剩危机。根据了解，过剩葡萄酒通过蒸馏通常用于生产白兰地及其他蒸馏酒。

(4) 市场推广 (Promotion)

市场推广致力于从两个方面向葡萄酒部门提供财政补贴，一是向消费者宣传葡萄酒消费方式以及有关原产地和地理标识的制度；而是在第三国市场提升欧盟葡萄酒产品的竞争力。2015-2022 年的补贴来源于 1308/2013 号条例第二章第 4 节第 45 条的授权（附件十三），2023 年至 2027 年的补贴来源于 2021/2115 号条例第三篇第二章第 4 节第 58 条第 1（i-k）款的授权（附件十二）。

获得补贴通常由 5 种情形，（1）公共关系，宣传和广告措施，尤其是突出欧盟产品的质量、食品安全和环保优势；（2）参加重要性的国际盛会、推介会和展会；（3）市场竞争信息，尤其是欧盟体制的原产地、地理标识和有机生产的信息；（4）如有必要，为扩大市场输出，对新市场开展研究；（5）通过研究来评估信息宣传和市场推广。根据规定，补贴金额不超过推广活动合格经费的 50%。

(5) 葡萄园重建和转型 (Restructuring and Conversion of Vineyards)

欧盟通过葡萄酒园重建和转型项目向葡萄酒生产者提供补贴。2015-2022 年的补贴来源于 1308/2013 号条例第二章第 4 节第 46 条的授权（附件十三），2023 年至 2027 年的补贴来源于 2021/2115 号条例第三篇第二章第 4 节第 58 条第 1（a）款的授权（附件十二）。

葡萄园重建和转型项目应当致力于改善生产机制的可持续发展以及符合生态需要，可

以是下列行为的其中一种或几种：葡萄品种的更换，包括采用嫁接方式；葡萄园的搬迁；葡萄园管理技术的提升。葡萄园的正常新老（或新旧）更新不能获得补贴。补贴分为两种形式，一是收入损失的补偿，二是提供重建或转型的成本支出。

(6) 绿色收割 (Green Harvesting)

欧盟通过绿色收割项目对葡萄酒部门提供财政补贴。2015-2022 年的补贴来源于 1308/2013 号条例第二章第 4 节第 47 条的授权（附件十三），2023 年至 2027 年的补贴来源于 2021/2115 号条例第三篇第二章第 4 节第 58 条第 1（c）款的授权（附件十二）。

绿色收割是指在葡萄还未成熟之前破坏或拔除葡萄枝，从而降低某一地区的产量，目的是为了恢复欧盟区域内葡萄酒市场的供需平衡，以避免发生市场危机。破坏或拔出葡萄枝需要产生成本，并且会造成收入损失，欧盟通过补贴来弥补损失，但补贴金额不得超过二者之和的 50%。

(7) 共同基金 (Mutual Funds)

欧盟通过共同基金对葡萄酒部门提供补贴。2015-2022 年的补贴来源于 1308/2013 号条例第二章第 4 节第 48 条的授权（附件十三），2023 年至 2027 年的补贴来源于 2021/2115 号条例第三篇第二章第 4 节第 58 条第 1（1）款的授权（附件十二）。

共同基金的设立是为了向生产者提供财政资助，以防范市场波动而给生产者造成损害。对设立共同基金的支持可以以临时和递减援助的形式提供，以支付基金的行政费用。

(8) 收获保险 (Harvest Insurance)

欧盟通过收获保险项目对葡萄酒部门提供补贴。2015-2022 年的补贴来源于 1308/2013 号条例第二章第 4 节第 49 条的授权（附件十三），2023 年至 2027 年的补贴来源于 2021/2115 号条例第三篇第二章第 4 节第 58 条第 1（d）款的授权（附件十二）。

收获保险补贴是为了保障葡萄酒生产者的收入稳定，避免因自然灾害、恶劣天气、病虫害灾害而造成歉收。如果损害是由恶劣天气造成的，且可以被自然灾害所吸收，则补贴金额不得超过保险费的 80%，如果损害是由于恶劣天气、或者病虫害灾害造成的，则补贴金额不得超过保险费的 50%，补贴只有在保险机构未 100%支付生产者遭受的收入损失的情况下（比照其他保险项目支付）才能给予。

(9) 投资补贴 (Investment)

欧盟对葡萄酒生产者的投资行为提供补贴。2015-2022年的补贴来源于1308/2013号条例第二章第4节第50条的授权（附件十三），2023年至2027年的补贴来源于2021/2115号条例第三篇第二章第4节第58条第1（b）（m）款的授权（附件十二）。

投资项目主要针对酿酒的加工设备、基础设施及市场开发，无论是有形资产投资，还是无形资产投资。投资应当致力于改善企业的经营状况以及促使其适应市场需求的发展。同时，应当与葡萄酒产品的生产和市场开发有关，包括改善节能、全球能源有效利用以及可持续的生产流程。

不同的投资项目适用不同的补贴标准存在。比如，与酿酒葡萄种植系统有关的固定资产投资或无形资产投资项目的最高补贴率通常自40%到75%不等，而与葡萄酒生产可持续性有关的投资项目的补贴金额通常不超过项目资金的50%。

(10) 创新补贴 (Innovation in the Wine Sector)

欧盟对葡萄酒部门的有关创新项目提供补贴。2015-2022年的补贴来源于1308/2013号条例第二章第4节第51条的授权（附件十三），2023年至2027年的补贴来源于2021/2115号条例第三篇第二章第4节第58条第1（e）款的授权（附件十二）。

补贴致力于提升欧盟葡萄酒部门的市场能力以及竞争性，无论是有形资产投资，还是无形资产投资，包括新产品、生产工艺、技术方面的开发，同时也包括知识产权的转让等。根据2021/2115号条例的规定，不同地区的最高补贴率存在差异，自40%到80%不等。

(11) 副产品蒸馏 (By-product Distillation)

欧盟通过副产品蒸馏项目对葡萄酒部门提供补贴。2015-2022年的补贴来源于1308/2013号条例第二章第4节第52条的授权（附件十三），2023年至2027年的补贴来源于2021/2115号条例第三篇第二章第4节第58条第1（g）款的授权（附件十二）。

在葡萄酒酿造过程中，对副产品进行蒸馏，不管是强制还是自愿的，只要符合相关法律条件，就可以获得财政资助。补资助金额按照每百升酒精含量进行确定，但并不是所有副产品蒸馏都能够获得资助，要求蒸馏后的酒精度不得超过所生产出来的葡萄酒所含酒精

度的10%。补贴应当给予蒸馏生产者，这些生产者利用葡萄酒制造过程中的副产品进行加工处理并蒸馏至酒精度不低于92%。

1.2 补贴金额

尽管无法掌握上述补贴项目的实际补贴金额，但申请人有理由相信，欧盟及各成员国提供的补贴金额是非常巨大的，而且未来5年（2023-2027年）仍将继续实施相同的补贴行为。

比如，针对给付权的国家财政预算（包括基础支付计划/基础收入补贴和绿色补贴），1307/2013 条例下 2022 年的国家财政预算总额为 382.29 亿欧元，2021/2115 号条例项下的国家财政预算总额 2023 年至 2027 年分别为 386.08 亿欧元、387.15 亿欧元、388.22 亿欧元、389.29 亿欧元和 389.29 亿欧元。又比如，共同农业政策专门针对葡萄酒部门的一系列干预措施，每年补贴金额大约为 10 亿欧元。此外，在危机蒸馏项目下，法国 2022/2023 年的补贴金额就高达 2 亿欧元。

如上文所述，葡萄酒部门的有关产品，包括葡萄、葡萄汁、葡萄酒、葡萄皮渣等，是生产白兰地的原材料。欧盟及各成员国对葡萄酒部门的支持和巨额补贴，对其白兰地的市场竞争力提高起到了非常重要的支撑作用，不仅保障了白兰地的原材料供应稳定，也促使白兰地保持原材料的低价成本优势。白兰地产业可以从葡萄酒部门的补贴项目中获得利益。

获益于长期巨额补贴，欧盟白兰地产业在全球市场上已经具有明显的生产规模优势、品牌效应优势、出口竞争优势等，在价格方面也具有非常强的定价权和主动权。这也是欧盟申请调查产品得以加大对中国市场出口力度，抢占更多市场份额的重要原因。

然而，欧盟及各成员国提供的大量补贴行为已经严重扭曲了公平竞争的市场环境，在补贴仍将持续的背景之下，欧盟厂商很可能会利用这些竞争优势加大申请调查产品对中国市场的倾销，将会对国内产业造成进一步的冲击和影响，已经较为脆弱的国内产业正在面临着巨大的实质损害威胁。

2、中国市场发展潜力巨大，对欧盟厂商具有极大的吸引力，欧盟申请调查产品对中国出口存在实质增长的可能性

中国是全球最大的烈酒市场，其中，白兰地处于起步发展阶段。而且，随着中国市场越来越国际化和多元化，消费者对于生活品质的追求、年轻消费群体的崛起、经销商对于

新品类的追求，白兰地走向大众、提升市场渗透率的趋势日渐显著，这些因素将有利于促进白兰地在中国市场的消费增长，中国市场具有巨大的发展潜力。

在起步发展阶段，相比全球很多国家（地区），中国白兰地的需求量保持在较大规模。2019年至2022年，国内白兰地的需求量分别为72,048吨、56,829吨、69,004吨和57,166吨。在此期间，白兰地的需求量虽然有所波动，2020年比2019年减少21.12%，2021年比2020年增长21.43%，2022年比2021年减少17.16%，但市场前景仍然向好，2023年上半年需求量再次恢复增长，为27,027吨，比2022年上半年增长7.30%。业界对中国市场的发展前景也保持乐观。万国酒联(北京)国际酒业股份有限公司相关业务负责人认为，“长远来看，随着经济逐步回暖，消费力持续提升之下，洋酒市场未来一定是上升的趋势”²。

事实上，市场增长潜力巨大的中国市场始终对欧盟厂商具有极大的吸引力。全球洋酒巨头帝亚吉欧集团的大中华区相关业务负责人在相关场合表示，“目前洋酒在中国市场的渗透率还处于较低水平，这意味着巨大增长空间”³。里斯战略定位咨询全球相关业务负责人也认为，“中国作为全球最大的烈酒消费市场，尽管目前还是以白酒消费为主，但对洋酒企业而言市场潜力巨大”⁴。

即便中国市场需求量 2022 年比 2019 年有所减少，欧盟厂商也仍在大量向中国出口申请调查产品，占其总出口量的比例始终维持在 13% 的较高水平，尤其是 2021 年欧盟厂商抓住中国市场明显改善的机会，向中国出口了更多的申请调查产品，出口数量为 36,813 吨，比 2019 年大幅增长了 18.81%。2023 年上半年，在欧盟对其他国家（地区）出口数量大幅减少的背景下，逐步恢复的中国市场无疑对欧盟厂商具有更大的吸引力，欧盟也再次重新增加对中国市场的出口，出口数量 2023 年上半年比 2022 年上半年大幅增加了 15.06%。

另外，欧盟厂商对中国市场也非常重视，并将在未来进一步扩大中国业务市场。比如，马爹利目前的中国业务主要集中在东南市场，但其认为“该品牌在地理扩张上仍然有巨大的潜力，以往注重的是一线、二线、三线市场，但是现在已经开始不断地下沉到四线甚至四线以下的市场”⁵。又比如，保乐力加近期向中国推出了近 70 款干邑与威士忌产品，在中国市场首发马爹利单一产区陈年干邑的两款产品，分销模式也迅速随之改变，通过线上线下联动，充分运用多元化渠道和更多类型的社交媒体平台来无缝触达消费者。围绕中国市场的特定需求推出定制产品，从口味到瓶身设计，都会根据中国消费者的多元化需

² http://pinpai.9998.tv/xinxi/kongfujiajiu_146366.html

³ https://www.sohu.com/a/715688820_116132

⁴ https://www.sohu.com/a/715688820_116132

⁵ <https://www.foodtalks.cn/news/41141>

求量身定制⁶。

因此，申请人认为，中国市场发展潜力巨大，对欧盟厂商具有极大的吸引力，中国市场将成为欧盟厂商转移过剩产量的必争之地，欧盟申请调查产品进口数量存在进一步实质增长的巨大可能性。

3、欧盟申请调查产品进口的大幅增长率表明其对中国出口很可能实质性增长

如上文相关部分所述：一方面，2019年至2023年上半年，申请调查产品占中国市场份额总体呈上升趋势。其中，2022年比2019年提高了5.46个百分点，2023年上半年比2022年同期进一步提高了3.10个百分点，且2019年以来始终维持在43%以上的较高市场份额。

另一方面，2019年至2023年上半年，申请调查产品相对于国内同类产品总产量的比例总体在大幅提高，2023年上半年比2019年累计提高了40.65个百分点，2023年上半年的比例已经高达116.79%。

上述事实均表明，相对于国内同类产品，申请调查产品在中国市场的供应能力和影响力在不断提高。

2022年以来申请调查产品的进口数量变化情况

数量单位：吨

期间	进口数量	同比上年变化幅度	环比上季度变化幅度
2022年1-9月	18,542	-	-
2023年1-9月	22,768	22.79%	-
2022年1季度	4,899	-	-
2022年2季度	5,891	-	20.24%
2022年3季度	7,752	-	31.59%
2022年4季度	9,163	-	18.21%
2023年1季度	4,605	-6.01%	-
2023年2季度	7,810	32.59%	69.61%
2023年3季度	10,353	33.55%	32.55%

注：申请调查产品进口数量来源于“附件六：中国白兰地海关进出口数据统计”。

⁶ <http://www.news.cn/fashion/20231108/7598c517a2b04e7aba77da62388ceca2/c.html>



而且，从以上图表所列最近期间的相关数据来看，申请调查产品进口数量的增幅仍在不断加大：

一方面，2023年1-9月，来自欧盟的申请调查产品进口数量为22,768吨，比上年同期大幅增长22.79%。逐季度的进口数量环比也在持续大幅增长，2季度比1季度大幅增长69.61%，3季度比2季度大幅增长32.55%。2023年3季度的进口数量为10,353吨，为2022年以来的最高季度进口水平。

另一方面，2023年各季度如果与上年同期相比，进口数量也仍然在大幅增长。除2023年1季度比2022年1季度减少6.01%之外，2023年2季度比2022年2季度大幅增长32.59%，2023年3季度比2022年3季度进一步大幅增长33.55%。而且，2023年2季度环比大幅增长69.61%、3季度环比大幅增长32.55%的变化幅度均明显高于2022年2季度环比增长20.24%、3季度环比增长31.59%的变化幅度。

由此可见，2023年以来，欧盟申请调查产品的进口数量正在大幅增长，且逐季度进口数量的增幅正在不断加大。这些事实表明申请调查产品对中国出口存在进一步实质性大幅增长的巨大可能性。

4、 欧盟白兰地生产能力和出口能力的大幅增长，以及全球其他市场吸收欧盟过剩产能的能力急剧下滑等事实表明其对中国出口很可能实质性增长

4.1 欧盟白兰地的生产能力的增长

由于资料有限，申请人暂无法获得欧盟白兰地的实际生产能力。但是，考虑到产量和需求端的变化情况，申请人认为欧盟白兰地产业的生产能力是在不断提高的，可供出口的能力也是在不断增长的。

欧盟白兰地的产量变化情况

期 间	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
总产量 (千升，酒精含量 100%)	194,092	169,469	203,042	230,674
总产量 (千升，酒精含量 50%)	388,184	338,938	406,085	461,347
总产量 (折吨)	354,023	309,112	370,349	420,749
吨变化情况	-	-12.69%	19.81%	13.61%

注：（1）欧盟总产量数据（千升，酒精含量 100%）来源于欧盟统计局官方网站，请参见“附件十五：欧盟统计局关于白兰地的产量数据统计”；

（2）鉴于欧盟统计局对外披露的白兰地进出口数量按照“重量单位”以及消费品正常“酒精含量”进行统计，为了保持口径一致，申请人将上述白兰地总产量容积单位（千升，酒精含量 100%）统一折成重量单位及正常酒精含量的产量数据。根据欧盟 2019/787 号条例的定义，白兰地最终消费品通常是酒精含量不高于 50% 的饮料酒。基于稳健原则，申请人首先将 100% 酒精含量的总产量折算呈 50% 酒精含量的总产量。申请人认为估算出来的总产量数据是较为客观准确的，因为 2021 年折算的产量 406,085 千升与 Spirits Europe（欧洲烈酒行业协会）在有关报告披露的 2021 年白兰地产量数据（即 406,000 千升）基本一致（请参见附件十六）。在此基础上，根据 1 升白兰地酒精约等于 0.912KG，申请人将总产量进一步折算成吨重。

欧盟是全球最大的白兰地生产地区，具有强大的生产能力。申请调查期内，欧盟白兰地的总产量呈大幅增长趋势，由 2019 年的 354,023 吨增至 2022 年的 420,749 吨，大幅增长了 18.85%。尽管申请人暂无法获得 2023 年以来的总产量数据，但初步证据表明，这一产量有可能会进一步增长。

一方面，欧盟及各成员国对葡萄种植权利、葡萄种植准入实施严格限制，也就是说葡萄种植区域是相对稳定的，这些产业政策可以保证葡萄种植基地、葡萄原料的供应稳定。另一方面，用于酿造白兰地的葡萄产量在大幅增长，比如根据有关报道，法国“之所以今年（2023年）整体产量仍旧平稳，实则主要归于夏朗德地区酿白兰地的葡萄产量大涨，达到了17%”⁷。

另一方面，全球及欧洲葡萄酒消费市场低迷，导致欧盟葡萄酒产量严重过剩。根据有关报道，法国农业部初步预计2023年“葡萄酒产量在44亿至47亿升之间，达到甚至超过2018至2022年间平均水平”⁸，但是“法国过剩的葡萄酒高达3亿升，如果倒掉，足以填满100多个奥林匹克规模的游泳池”⁹。由于葡萄酒产量严重过剩，法国农业部在2023年将提供2亿欧元的危机蒸馏补贴¹⁰，鼓励将过剩葡萄酒用于蒸馏其他产品。

在用于酿造白兰地的葡萄产量大幅增长、葡萄酒产量严重过剩的背景之下，鉴于葡萄、葡萄酒都是生产白兰地的直接原材料，这些增长情形将导致欧盟白兰地的生产能力进一步提高，可以为其继续大量对外出口提供保障，增加了欧盟申请调查产品对中国实质增长的可能性。

4.2 欧盟白兰地须依赖出口的能力的增长

申请人暂无法获得欧盟白兰地的实际产能和需求量数据，进而无法准确计算欧盟白兰地的闲置产能，并以此作为分析欧盟白兰地须依赖出口的能力变化的基础。但是，申请人认为，如上文所述，在欧盟白兰地生产能力不断增长的背景之下，由于本土酒类需求端的消费水平不断下滑，将导致欧盟白兰地须依赖出口的能力也将进一步增长。

根据世界卫生组织（WHO）的有关报道（请参见附件十七），欧洲人均酒精¹¹消费能力从“2000年的12L下降至2019年的9.5L”，而且“这一下降趋势仍将持续到2025年”¹²。另据有关报道，2022年欧盟所有零售商的酒精销售额比上年减少了4%¹³。

⁷ https://www.sohu.com/a/732375442_451953

⁸ http://fr.china-embassy.gov.cn/ljfg/202308/t20230818_11128826.htm

⁹ <https://new.qq.com/rain/a/20230903A05SGT00>

¹⁰ <https://wallstreetcn.com/articles/3699353>

¹¹ 包括烈性酒（如白兰地）、葡萄酒和啤酒等各类酒精，为折百酒精单位。

¹² <https://spirits.eu/spirits-society/reducing-alcohol-related-harm-in-europe>

另外，欧盟相关白兰地主产区的消费能力非常有限，严重依赖出口市场。如下文所诉，欧盟白兰地出口量占其总产量的平均比例达到了 59%，也就是说平均只有 41% 的产量比例在本土市场消费，远远小于出口市场。又比如根据有关报道，“2021 年法国白兰地酒总产量为 8670 万升……法国白兰地酒 97% 的产量面向出口市场”¹⁴，“整个干邑地区产出的白兰地只有约 2.8% 是被法国内部消化的，其余的 97.2% 均用于出口”¹⁵。

上述事实表明，欧盟白兰地产业严重依赖出口市场，在生产能力进一步增长的背景下，随着本土酒精消费能力将进一步下降，白兰地产能、产量也将进一步过剩，增加了其依赖出口市场的能力，加大了欧盟申请调查产品对中国实质增长的可能性。

4.3 全球其他出口市场吸收欧盟白兰地产量的能力在逐步下滑

欧盟白兰地的对外出口情况

单位：吨

期 间	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2022 年 上半年	2023 年 上半年
总出口数量	234,336	193,532	212,518	207,678	102,899	78,724
总产量	354,023	309,112	370,349	420,749	-	-
总出口量占总产量比例	66.19%	62.61%	57.38%	49.36%	-	-
其中：对中国出口数量	31,132	24,950	31,146	27,283	12,927	13,998
比例	13.29%	12.89%	14.66%	13.14%	12.56%	17.78%
其中：对其他国家（地区） 出口数量	203,204	168,582	181,372	180,395	89,972	64,726
比例	86.71%	87.11%	85.34%	86.86%	87.44%	82.22%

注：欧盟总出口量数据来源于欧盟统计局官方网站，请参见“附件十八：欧盟统计局关于白兰地的出口数据统计”。

欧盟是全球最大的白兰地出口市场，具有强大的出口能力。2019 年至 2022 年，欧盟白兰地的出口数量始终维持在 20 万吨左右的极高水平，出口量占其总产量的比例在 49%

¹³ <https://www.thespiritsbusiness.com/2023/01/alcohol-sales-in-europe-lower-than-pre-pandemic/>

¹⁴ http://fr.china-embassy.gov.cn/chn/ljfg/202201/t20220122_10631940.htm

¹⁵ <https://www.cognac.fr/presse/cognac-apres-une-periode-exceptionnelle-une-normalisation-des-expeditions-en-2022-et-des-ambitions-reaffirmees/>

至 66%左右，平均高达 59%。这些事实表明，欧盟白兰地是典型的出口导向型产业，一半以上的产量需要依赖海外市场，否则本土市场无法消化如此巨大的过剩产量。

2019 年至 2022 年，欧盟对中国以及其他国家（地区）的出口比例变化不大，中国占欧盟总出口量的比例基本维持在 13%左右，其他国家（地区）维持在 87%左右。

然而，在申请调查期内的最近期间，即 2023 年上半年，上述情况开始发生实质性变化，相比 2022 年上半年，欧盟白兰地对中国出口数量反而大幅增长了 8.29%，而对其他国家（地区）的出口数量则大幅减少了 28.06%。中国占欧盟总出口数量的比例已经上升至 17.78%，而其他国家（地区）占欧盟总出口数量的比例则下降至 82.22%。

另外，根据相关报道：路威酩轩集团 2023 年上半年的烈酒和干邑白兰地业务收入减少了 11%¹⁶，主要原因是受“美国零售渠道高库存、消费需求疲软”的影响¹⁷；人头马君度“2023 年上半年对美国销售额同样大幅减少 35%，相反对亚太地区（包括中国）的销售额急剧上升。中国市场需求将继续回暖”¹⁸；马爹利全球最大的单一市场则是中国市场，中国是该品牌的增长引擎，全球业务增长的一半是中国市场带来的¹⁹。

2022 年以来欧盟白兰地对美国的出口数量变化情况

数量单位：吨

期间	出口数量	同比上年变化幅度	环比上季度变化幅度
2022 年上半年	44,746	-	-
2023 年上半年	20,236	-54.78%	-
2022 年 1 季度	18,347	-	-
2022 年 2 季度	26,400	-	43.89%
2022 年 3 季度	23,640	-	-10.45%
2022 年 4 季度	12,893	-	-45.46%
2023 年 1 季度	11,530	-37.16%	-10.58%
2023 年 2 季度	8,707	-67.02%	-24.48%

注：欧盟对美国出口数据来源于欧盟统计局官方网站，请参见“附件十八：欧盟统计局关于白兰地的出口数据统计”。

¹⁶ <https://www.bevnet.com/spirits/2023/lvmh-cognac-sales-continue-to-drop-in-first-half-of-2023/>

¹⁷ <http://www.stcn.com/article/detail/944558.html>

¹⁸ <https://www.bnnbloomberg.ca/remy-cointreau-sales-drop-35-as-us-cognac-demand-skids-1.1950141.amp.html>

¹⁹ <https://www.foodtalks.cn/news/41141>



美国是欧盟白兰地第一大出口市场。但是，自 2022 年 3 季度以来，欧盟白兰地对美国的出口数量在持续大幅减少。一方面，出口数量 2022 年 3 季度、4 季度和 2023 年 1 季度、2 季度环比上季分别大幅减少 10.45%、45.46%、10.58%和 24.48%；另一方面，出口数量 2023 年 1 季度、2 季度和上半年同比上年分别大幅减少 37.16%、67.02%和 54.78%。

上述事实表明，在美国等全球其他市场需求总体大幅减少、高库存的情况下，包括美国在内的全球其他市场消化欧盟白兰地过剩产能、过剩产量的能力在大幅下滑，无法吸收欧盟申请调查产品的新增产量。这也是欧盟厂商 2023 年以来比以往更加依赖中国市场的重要原因，其正在将更多的过剩产量转移到中国市场进行消化，在可预见的时间内，这一情况还将继续发生，加大了欧盟申请调查产品对中国实质增长的可能性。

4.4 小结

基于上述分析，申请人认为，欧盟白兰地产业具有强大的生产能力，生产能力在大幅增加，可以为其进一步增加对中国出口提供保障。欧盟白兰地产业同样具有强大的出口能力，是典型的出口导向型产业，有一半以上的过剩产量严重依赖国外（地区）市场。中国是欧盟白兰地的主要出口市场，申请调查期内的最近期间，欧盟对包括美国在内的其他国家（地区）出口数量在大幅减少，而对中国的出口数量在大幅增长，各自所占欧盟总出口数量的比例呈“此消彼长”的变化趋势，进一步表明其他国家（地区）市场对欧盟过剩产量的吸收能力在下降，欧盟厂商只能将更多的过剩产能转移到中国市场。

因此，欧盟白兰地生产和出口能力的大幅增长及全球其他市场吸收欧盟过剩产量的能力在下滑的事实表明，欧盟未来向中国出口申请调查产品的数量发生实质性增长是明显可

预见且迫近的，其倾销行为将对国内产业造成更大的不利影响和威胁。

5、欧盟申请调查产品将进一步以对国内产业同类产品造成价格压低、抑制和削减的方式进口，并且将很可能导致对申请调查进口产品需求的增加

如上文所述，2023年以来，欧盟申请调查产品的进口价格逐季度环比已经呈明显的下降趋势，2023年1季度比2022年4季度下降9.58%，2023年2季度比2023年1季度下降3.81%，已经对国内产业同类产品造成了价格压低、削减和抑制。

由于降价行为，欧盟申请调查产品的价格竞争优势相对国内同类产品在不断提高，导致消费者也更多地选择具有品牌优势、价格优势的申请调查产品。2023年上半年，申请调查产品的进口数量在持续大幅增长，同比上年大幅增长15.06%，2季度环比1季度大幅增长69.61%。

申请调查产品进口价格变化情况

单位：吨、美元、美元/吨

期间	进口数量	进口金额	进口价格	价格变化幅度
2022年4季度	9,163	533,503,017	58,221	-
2023年1季度	4,605	242,429,376	52,644	-9.58%
2023年2季度	7,810	395,502,340	50,637	-3.81%
2023年3季度	10,353	532,572,482	51,443	1.59%

注：（1）上表数据来源请参见“附件六：中国白兰地海关进出口数据统计”；

（2）进口价格 = 进口金额 / 进口数量。



而且，如上述图表所示，根据最近期间 2023 年 1-9 月的海关数据统计，欧盟申请调查产品的进口价格仍处于下降趋势，2023 年 3 季度的进口价格比 2022 年 4 季度的高点大幅下降了 11.64%。

2023 年以来国内同类产品的价格变化情况

期间	VO (元/吨)	VSOP (元/吨)	XO (元/吨)
2023 年 1 季度	【100】	【100】	【100】
2023 年 2 季度	【79】	【99】	【107】
2023 年 3 季度	【89】	【97】	【97】
3 季度比 1 季度	-10.93%	-2.80%	-2.66%

注：国内产业同类产品的价格数据来源于“附件十：张裕公司的财务数据和报表”。

【上表国内同类产品分规格产品的内销价格来源于申请人会员单位张裕公司，涉及商业秘密，对外披露这些数据将对申请人和张裕公司造成严重不利影响，故申请保密不再列出。申请人以指数的形式表示上述数据的变化情况。首期间的指数设定为 100，之后各期间按照与首期间的实际数据比乘以首期间的指数计算。以下有关文字说明如涉及相同数据，同样以表格指数进行替代。】

受此不利影响，国内同类产品更多规格产品的销售价格受到了压低。2023 年 3 季度比 1 季度，VO 产品价格下降了 10.93%，VSOP 产品下降了 2.80%，XO 产品 2.66%。由此可见，申请调查产品的降价行为正在进一步压低国内产业同类产品的销售价格。

而且，申请调查产品对国内同类产品造成的价格削减也在进一步加剧，因为降价行为促使申请调查产品获得了更多的市场机会，并进一步挤占了国内产业的市场份额。2023 年 1-9 月，申请调查产品的进口数量高达 22,768 吨，同比上年大幅增长 22.79%，明显高于上半年 15.06% 的增幅。相比之下，2023 年 1-9 月，国内产业同类产品的销售数量同比上年则减少了 3.40%，高于上半年 1.19% 的降幅。这些事实说明，申请调查产品的低价行为对进口数量的增长起到了明显的促进作用。

2023 年国内产业同类产品的价格与成本的比较

单位：元/吨

期间	平均内销价格	单位成本	价格差额	同比变化幅度
2022 年 1-9 月	【139】	【148】	【114】	
2023 年 1-9 月	【151】	【164】	【114】	-0.15%
2023 年 1 季度	【147】	【138】	【173】	-
2023 年 2 季度	【153】	【190】	【50】	-71.08%
2023 年 3 季度	【154】	【178】	【86】	72.54%

注：上述数据来源于张裕公司，请参见附件十。单位成本为单位销售成本加上分摊的单位税金及附加和期间费用，价格差额等于内销价格减去单位成本。

【上表国内同类产品分规格产品的内销价格、单位成本和价格差额来源于申请人会员单位张裕公司，涉及商业秘密，对外披露这些数据将对申请人和张裕公司造成严重不利影响，故申请保密不再列出。申请人以指数的形式表示上述数据的变化情况。首期间 2019 年的指数设定为 100，之后各期间按照与首期间 2019 年的实际数据比乘以首期间 2019 年的指数计算。以下有关文字说明如涉及相同数据，同样以表格指数进行替代。】

在进口数量持续大幅增长、产品价格受到进一步压低和削减的不利市场环境下，国内产业同类产品的生产和销售均受到严重不利影响，导致国内同类产品的单位成本总体呈上升趋势，进而对同类产品的经营效益产生了负面影响。从上表数据可以看出，国内同类产品的价格成本差额总体呈下降趋势，虽然 3 季度相对于 2 季度的最低点大幅反弹，但比 1 季度仍大幅下降了 50.10%，2023 年 1-9 月的价格差额同比上年也下降了 0.15%。因此，申请调查产品的降价行为仍在进一步对国内产业同类产品造成价格抑制。

根据目前的市场状况以及国内产业未来的发展趋势，在可预见的时间内，欧盟申请调查产品仍然存在进一步大幅降价的可能性，将会对国内同类产品造成进一步的价格压低、削减和抑制。

一方面，在中高端市场，法国几大白兰地品牌（如人头马、马爹利、轩尼诗等）基本上在中国市场形成垄断，但随着国内产业不断发力这一领域白兰地产品的生产和推广，欧盟申请调查产品和国内同类产品的竞争将会不断加剧。另一方面，在低端市场，欧盟厂商也在不断发力和渗透，其地理扩张已经由原来的一线、二线、三线城市逐步下沉到四线及四线以下的城市，与国内产业的竞争也在不断加剧。

欧盟厂商在全球市场上具有明显的品牌优势、规模优势、成本优势等，也具有很强的市场推广能力，并得到欧盟及成员国政府的鼓励和补贴支持。欧盟厂商很可能会继续利用各种营销手段，包括在各大销售平台开展降价促销优惠活动等，在国内市场上继续倾销，进行不公平竞争。而且，对于相同或相似质量等级的产品而言，价格对于消费者的选择具有重要作用。目前，随着国内线下实体店和线上电商销售平台的迅速发展，市场已经相对透明，消费者对销售平台的价格变化非常敏感，会因为降价而更多地选择具有品牌优势、价格优势的申请调查产品。比如，人头马君度相关业务负责人分析，“由于即饮渠道复苏、618 电商大促带来的强劲增长，中国大陆市场二季度实现了两位数的超预期增长，和 2019-2020 财年同期比干邑的销售额几乎翻了一倍”²⁰。

上述市场环境和市场活动极大地加剧了申请调查产品和国内同类产品在中国市场的竞争关系，不仅中高端市场的竞争会加剧，也会进一步延伸到中低端市场的竞争。为了继续垄断中高端市场，也为了进一步开拓低端市场，欧盟厂商极有可能会进一步通过降价手段来实现这些目标。受此影响，国内产业将不得不为了维持市场份额、维持生产稳定而被迫进一步降低价格与之进行竞争，国内产业同类产品很可能被迫大幅下降。

因此，申请人认为，国内产业同类产品正在受到申请调查产品的价格压低、削减和抑制，在欧盟厂商具有明显竞争优势且极有可能进一步降价的情况下，加大了欧盟申请调查产品增加对中国出口的可能性。

6、欧盟申请调查产品的库存可能大幅增长，表明其对中国出口很可能实质性增长

由于资料有限，申请人暂无法获得欧盟白兰地产业在申请调查期内的实际期末库存数据，并恳请调查机关在日后的调查过程中对此做进一步调查。

但是，从产需情况来看，申请人认为欧盟白兰地产业存在期末库存存在大幅增长的极大可能性。一方面，欧盟白兰地的产量在申请调查期内总体呈增加趋势，且 2023 年存在进一步增长的可能性。另一方面欧盟消费者在酒精方面的消费能力不断下降，并且根据 WHO 的预测，这一下降趋势将持续到 2025 年，同时欧盟白兰地对包括美国在内的全球其他市场的出口数量总体呈大幅下降趋势。这些不利市场状况将会导致欧盟白兰地的产量进一步严重过剩。

与之相反，中国白兰地市场正处于起步发展阶段，具有巨大的增长潜力，对欧盟厂商始终具有巨大的吸引力。而且，2023 年以来，中国市场需求已经在恢复增长，欧盟厂商也

²⁰ <http://www.stcn.com/article/detail/944558.html>。

在持续加大对中国市场的出口数量，并且正在布局新的市场策略，扩张四线及四线以下的市场。

因此，申请人认为，欧盟白兰地的期末库存在可预见的未来可能会进一步增长，过剩产量可能会更多地转移到中国市场，加大了欧盟申请调查产品增加对中国出口的可能性。

7、申请调查产品可能对国内产业造成的进一步影响

如上文相关部分所述，申请调查期内，申请调查产品的倾销行为对国内产业造成了一定的冲击和影响。申请调查产品 2019 年至 2022 年的进口数量总体虽然呈下降趋势，但始终保持较大的规模，进口数量自 2021 年以来已经超过中国同类产品的全国总产量，并借此抢占了更多的市场份额，导致国内产业所占市场份额总体呈下降趋势，申请调查产品对国内产业的冲击和威胁正在不断加大。而且，2019 年以来国内产业同类产品的多个经济指标已经出现了不同程度的下滑趋势或不利表现。

尤其是 2023 年上半年，在需求量同比上年增长 7.30% 的背景下，良好的市场状况并没有导致国内产业相关经济指标，如销量、销售收入、税前利润等，获得应有的增长。相反，在申请调查产品季度进口“量增价跌”的冲击下，这些原本应当表现积极的指标反而正在进一步恶化，其他经济指标，如开工率、产量、期末库存、销售价格、投资收益率、现金流等，也呈不同程度的消极表现。

而且，如果考察 2023 年 1-9 月份的经营状况，可以发现申请调查产品“量增价跌”的进口行为仍在对国内产业造成进一步的冲击和影响。具体如下：

7.1 国内产业同类产品产能、产量、开工率的进一步变化

国内产业同类产品产能、产量和开工率的变化情况

数量单位：吨

期 间	实际产能	产量	开工率	开工率增减百分点
2022 年 1-9 月	【75】	【32】	【43】	-
2023 年 1-9 月	【75】	【39】	【51】	上升【8】个百分点

注：（1）数据来源于“附件十：张裕公司的财务数据和报表”；

（2）开工率=产量 / 实际产能。

【上表国内产业同类产品的产能、产量和开工率来源于申请人会员单位张裕公司，涉

及商业秘密，对外披露这些数据将对申请人和张裕公司造成严重不利影响，故申请保密不再列出。申请人以指数的形式表示上述数据的变化情况。首期间的指数设定为 100，之后各期间按照与首期间 2019 年的实际数据比乘以 2019 年的指数计算。以下有关文字说明如涉及相同数据，同样以表格指数进行替代。】

2023 年 1-9 月，受申请调查产品的冲击，国内产业的产能仍然无法有效释放，开工率虽然同比上年提高了【8】个百分点，但相较于之前年份仍然处于较低水平，2023 年 1-9 月【8】个百分点的增幅也明显小于 2023 年上半年【18】个百分点的增幅，产量增长受到了进一步的抑制。

7.2 国内产业同类产品内销数量的进一步变化

国内产业同类产品内销数量变化情况

单位：吨

期间	内销数量	变化幅度
2022 年 1-9 月	【50】	-
2023 年 1-9 月	【48】	-3.40%
2023 年 1 季度	【21】	-
2023 年 2 季度	【13】	-38.11%
2023 年 3 季度	【15】	15.50%

注：数据来源于“附件十：张裕公司的财务数据和报表”。

【上表国内产业同类产品的内销数量来源于申请人会员单位张裕公司，涉及商业秘密，对外披露这些数据将对申请人和张裕公司造成严重不利影响，故申请保密不再列出。申请人以指数的形式表示上述数据的变化情况。首期间的指数设定为 100，之后各期间按照与首期间 2019 年的实际数据比乘以 2019 年的指数计算。以下有关文字说明如涉及相同数据，同样以表格指数进行替代。】

2023 年 1-9 月，受申请调查产品的进一步挤占，国内产业失去了更多的市场机会，内销数量同比上年减少了 3.40%，2023 年 1-9 月 3.40% 的下降幅度也高于 2022 年上半年 1.19% 的下降幅度，2023 年 3 季度的内销数量也比 1 季度大幅减少了 28.52%。内销数量指标正在进一步遭受冲击。

7.3 国内产业同类产品内销收入的进一步变化

国内产业同类产品内销收入变化情况

单位：元

期间	内销数量	内销收入	变化幅度
2023年1季度	【21】	【30】	
2023年2季度	【13】	【20】	-35.43%
2023年3季度	【15】	【23】	16.21%

注：数据来源于“附件十：张裕公司的财务数据和报表”。

【上表国内产业同类产品的内销收入来源于申请人会员单位张裕公司，涉及商业秘密，对外披露这些数据将对申请人和张裕公司造成严重不利影响，故申请保密不再列出。申请人以指数的形式表示上述数据的变化情况。首期间的指数设定为100，之后各期间按照与首期间2019年的实际数据比乘以2019年的指数计算。以下有关文字说明如涉及相同数据，同样以表格指数进行替代。】

2023年1-9月，由于同类产品的季度内销数量总体在大幅减少，且受到了申请调查产品价格压低、削减和抑制的不利影响，导致3季度的内销收入相比1季度也在大幅减少，降幅为24.97%。

7.4 国内产业同类产品税前利润的进一步变化

国内产业同类产品税前利润变化情况

单位：元

期间	税前利润	变化幅度
2022年1-9月	【57】	-
2023年1-9月	【55】	-3.54%

注：数据来源于“附件十：张裕公司的财务数据和报表”。

【上表国内产业同类产品的税前利润来源于申请人会员单位张裕公司，涉及商业秘密，对外披露这些数据将对申请人和张裕公司造成严重不利影响，故申请保密不再列出。申请人以指数的形式表示上述数据的变化情况。首期间的指数设定为100，之后各期间按照与首期间2019年的实际数据比乘以2019年的指数计算。以下有关文字说明如涉及相同数据，同样以表格指数进行替代。】

2023年1-9月，由于生产受到抑制且内销数量不断减少，对国内产业造成了较大的成本压力，税前利润仍然呈下降趋势，同比上年减少了3.54%。2023年1-9月3.54%的下降

幅度高于 2022 年上半年 0.35% 的下降幅度。

7.5 国内产业同类产品投资收益率的进一步变化

国内产业同类产品投资收益率变化情况

金额单位：元

期间	投资总额	税前利润	投资收益率	变化幅度
2022 年 1-9 月	【96】	【57】	【59】	-
2023 年 1-9 月	【98】	【55】	【56】	下降【3】个百分点

注：数据来源于“附件十：张裕公司的财务数据和报表”。

【上表国内产业同类产品的投资总额、税前利润和投资收益率来源于申请人会员单位张裕公司，涉及商业秘密，对外披露这些数据将对申请人和张裕公司造成严重不利影响，故申请保密不再列出。申请人以指数的形式表示上述数据的变化情况。首期间的指数设定为 100，之后各期间按照与首期间 2019 年的实际数据比乘以 2019 年的指数计算。以下有关文字说明如涉及相同数据，同样以表格指数进行替代。】

2023 年 1-9 月，国内产业同类产品的投资收益率仍然呈下降趋势，同比上年减少了【3】个百分点。

7.6 小结

从上述最近期间的数据变化情况来看，申请调查产品的进口数量仍在持续大幅增长，且增幅进一步扩大，对国内市场的供应能力和影响力也在不断加大。同时，申请调查产品的进口价格也仍然处于下降趋势，仍在对国内产业造成进一步的价格压低、削减和抑制，并借此抢占了更多的市场份额。受此进一步的不利影响，国内产业同类产品的相关经济指标，如开工率、产量、销量、销售收入、税前利润、投资收益率等，也仍在遭受不同程度的冲击和影响，脆弱性进一步加深。

如上文所述，考虑到欧盟白兰地的生产规模和出口能力，在可预见的迫近时间内，欧盟申请调查产品的进口数量存在进一步实质增长的巨大可能性，进口价格存在进一步下降的可能性，倾销行为很可能会对国内同类产品造成进一步的价格压低、削减和抑制。

在此情况下，如果不及时采取相应的措施，随着申请调查产品的进一步量增价跌，已经较为脆弱的国内产业的生产和经营状况将很可能进一步严重恶化。届时，国内产业同类

产品的相关经济指标将可能全面下滑，产量、产能利用率、销量和市场份额等指标可能会进一步下降。而且，为了维持生产和稳定就业，国内产业将不得不以牺牲利润的形式被迫进一步降价销售，销售收入、税前利润、投资收益率等很可能会进一步恶化。受此不利影响，国内产业的生存状况将面临着巨大的威胁，并很可能最终会遭受严重的实质损害。

（四）结论：申请调查产品对国内产业造成了实质损害威胁

根据上文分析表明：

1、在欧盟及各成员国的巨额补贴支持下，欧盟白兰地产业将会利用这些竞争优势进一步加大申请调查产品对中国市场的倾销，这将会对国内产业造成进一步的冲击和影响，已经较为脆弱的国内产业正在面临着巨大的实质损害威胁；

2、相关证据和事实表明，中国市场发展潜力巨大，随着经济逐步回暖以及消费力的持续提升，白兰地市场的需求量将会进一步增长，这对欧盟厂商具有极大的吸引力，中国市场将成为欧盟厂商转移过剩产量的必争之地，表明欧盟申请调查产品进口数量存在进一步实质增长的巨大可能性；

3、2023年以来，欧盟申请调查产品的进口数量正在大幅增长，且逐季度进口数量的增幅正在不断加大。这些事实表明申请调查产品对中国出口存在进一步实质性大幅增长的巨大可能性；

4、欧盟是全球最大的白兰地生产地区，具有强大的生产能力。而且，欧盟白兰地生产能力在大幅增长，需求量减少可能会导致其期末库存进一步增加，同时全球其他市场吸收欧盟过剩产量的能力在下滑的事实表明，欧盟未来向中国出口申请调查产品的数量发生实质性增长是明显可预见且迫近的；

5、申请调查产品和国内产业同类产品的价格走势具有明显的关联性。欧盟申请调查产品在国内市场具有定价话语权，国内产业只能随行就市，追随申请调查产品的进口价格发生变化。自2022年4季度以来，欧盟申请调查产品的进口价格总体呈大幅下降趋势，已经对国内产业同类产品造成了价格压低、削减和抑制，且这一不利情形有可能进一步加剧。由于申请调查产品具有价格竞争优势，加大了申请调查产品进一步增加对中国出口的可能性；

6、申请调查期内，申请调查产品的倾销行为对国内产业造成了一定的冲击和影响。

一方面，申请调查产品的大量进口挤占了国内产业的市场份额，而且2019年以来国内产业同类产品的多个经济指标已经出现了不同程度的下滑趋势或不利表现。另一方面，2023年以来，申请调查产品的“量增价跌”行为对国内产业造成了进一步的冲击，导致国内产业在需求增长的情况下无法获得应有的恢复和发展，相关经济指标如开工率、产量、市场份额、销量、销售收入、税前利润等出现不同程度的下降趋势或不利表现。而且，这一不利表现已经持续到最近期间的1-9月份。

鉴于上述情形，申请人认为，欧盟申请调查产品的倾销行为正在对国内产业造成实质损害威胁，并且这一实质损害威胁具有高度的现实性和紧迫性。如果不及时采取措施，国内产业的生产状况和财务状况将极有可能会进一步严重恶化，将遭受严重的实质损害。

六、 倾销与实质损害威胁之间的因果关系

（一） 申请调查产品造成国内产业实质损害威胁的原因分析

中国是全球最大的烈酒市场，其中，白兰地处于起步发展阶段。而且，随着中国市场越来越国际化和多元化，消费者对于生活品质的追求、年轻消费群体的崛起、经销商对于新品类的追求，白兰地走向大众、提升市场渗透率的趋势日渐显著，这些因素将有利于促进白兰地在中国市场的消费增长，中国市场具有巨大的发展潜力。

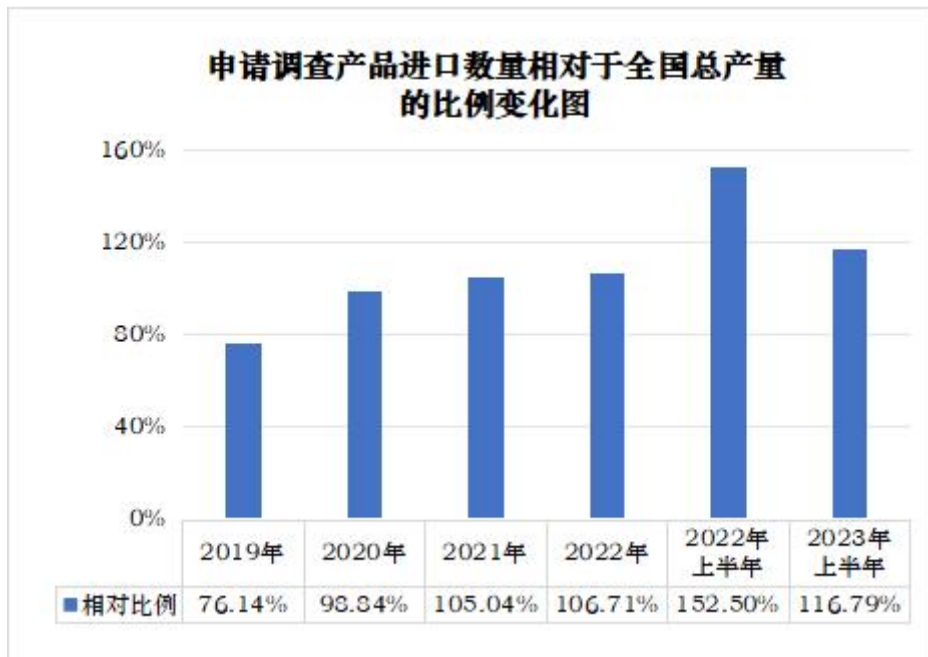
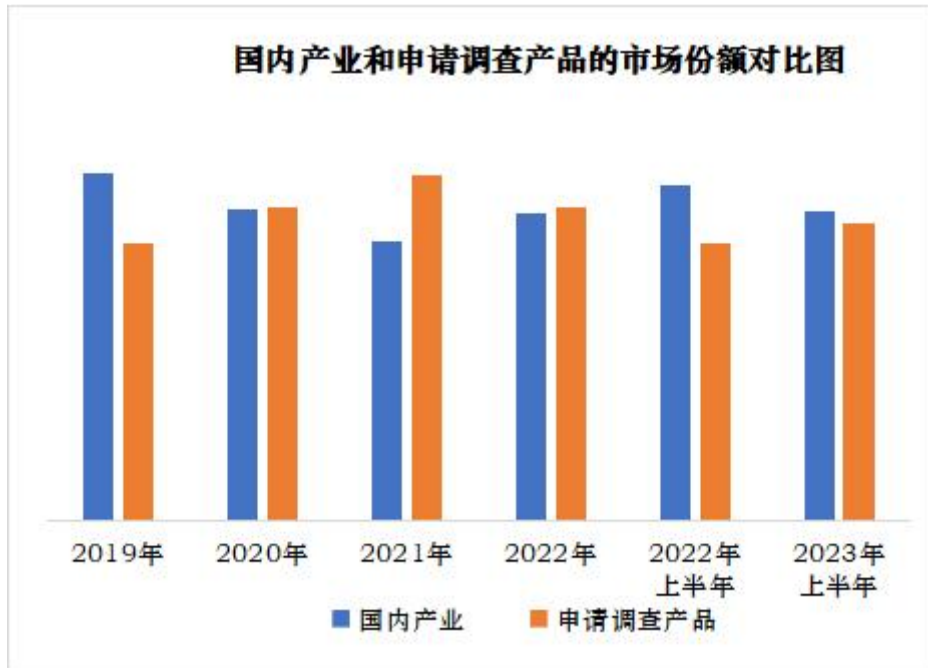
在起步发展阶段，相比全球很多国家（地区），中国白兰地的需求量保持在较大规模。2019年至2022年，国内白兰地的需求量分别为72,048吨、56,829吨、69,004吨和57,166吨。在此期间，白兰地的需求量虽然有所波动，2020年比2019年减少21.12%，2021年比2020年增长21.43%，2022年比2021年减少17.16%，但市场前景仍然向好，2023年上半年需求量再次恢复增长，为27,027吨，比2022年上半年增长7.30%。包括欧盟厂商在内的各方对中国市场的发展前景也保持乐观。

增长潜力巨大的中国市场始终对欧盟厂商具有极大的吸引力。即便中国市场需求量2022年比2019年有所减少，欧盟厂商也仍在大量向中国出口申请调查产品。在需求增长的2021年以及2023年上半年，申请调查产品的进口数量也总是呈大幅增长趋势，其中2021年比2020年大幅增长33.37%，2023年上半年也比上年同期大幅增长15.06%。而且，初步证据也表明，申请调查产品对中国市场的出口存在明显的倾销行为，初步估算的倾销幅度为15.88%。



而且，欧盟申请调查产品占中国市场份额总体上升趋势，由2019年的43.01%上升至2022年的48.47%，2022年比2019年提高了5.46个百分点。2023年上半年，随着进口数量的反弹，所占中国市场份额为45.94%，也比2022年上半年提高了3.10个百分点。

在申请调查产品进口总体呈增长趋势的变化过程中，国内产业面临欧盟申请调查产品的竞争压力和威胁不断加大，受到了一定的冲击和影响。一方面，欧盟申请调查产品所占中国市场份额挤占了国内产业的市场份额，二者呈“此消彼长”的变动关系，国内产业的市场份额由2019年的【100】下降至2022年的【88】，下降了【12】个百分点，2023年上半年市场份额为【89】，比2022年上半年下降了【8】个百分点。而且，申请调查产品的进口数量占中国总产量的比例在持续上升，已经由2019年的76.14%上升至2023年上半年的116.79%，大幅提高了40.65个百分点，在中国市场的竞争力和影响力在不断提高。另一方面，2019年以来，国内产业同类产品的多个经济指标（包括开工率、产量、内销数量、市场份额、期末库存、内销收入、税前利润、投资收益率、现金流、就业人数、劳动生产率等）已经呈不同程度的下降趋势或不利表现。



尤其是2023年上半年，在国内需求量同比上年增长7.30%的背景下，良好的市场状况并没有导致国内产业相关经济指标，如销量、销售收入、税前利润等，获得应有的恢复和增长。相反，在申请调查产品季度进口“量增价跌”的冲击下，这些原本应当表现积极的指标反而正在进一步恶化，其他经济指标，如开工率、产量、期末库存、销售价格、投资收益率、现金流等，也呈不同程度的消极表现。

2023年上半年，申请调查产品的季度进口价格持续下降，2023年1季度比2022年4季度下降9.58%，2023年2季度比2023年1季度进一步下降3.81%。由于欧盟申请调查产品率先降

价且降价幅度较大，导致国内产业三种不同质量等级的同类产品从2023年2季度开始被迫降价，相比2023年1季度，VS产品降价3.71%，VO产品降价20.99%，VSOP产品降价1.45%。申请调查产品的降价行为对国内产业同类产品造成了价格压低、削减和抑制。

由于具有价格竞争优势，申请调查产品的进口数量持续大幅增长。2023年上半年同比上年大幅增长15.06%，2023年2季度环比1季度大幅增长69.61%。与之相反，在国内需求量2023年上半年同比上年增长7.30%的有利市场环境下，国内产业同类产品的内销数量反而减少了1.19%，2023年2季度环比1季度则大幅减少38.11%。国内产业销售数量和销售价格下滑的不利表现与申请调查产品的量增价跌倾销行为具有关联性，国内产业正在受到申请调查产品的冲击和威胁。

受此不利影响，2023年上半年，国内产业更多的经济指标出现不同程度的下降趋势或不利表现。比如：开工率只有【47】，且明显低于2019年至2022年的开工率水平，产量增长已经受到了明显抑制且整体处于较低水平；市场份额同比上年下降了【8】个百分点；期末库存同比上年增长了3.17%；内销收入2季度比1季度大幅减少38.11%，增长受到抑制；税前利润同比上年减少0.35%，2季度比1季度大幅减少82.10%；投资收益率同比上年下降【4】个百分点；现金流同比上年减少7.06%；劳动生产率同比上年下降9.09%。

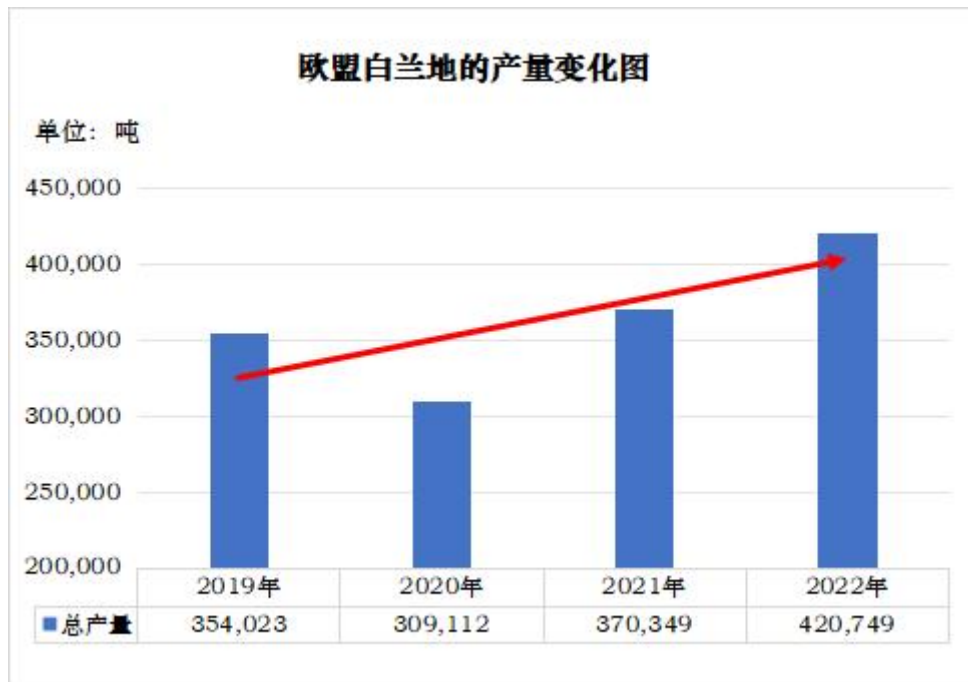
这些经济指标的消极表现说明国内产业具有明显的脆弱性，正在受到申请调查产品的冲击和影响。初步证据也表明，欧盟向中国出口申请调查产品的数量发生实质性增长是可以预见的并且是非常迫近的，将对国内产业造成进一步的威胁和冲击，甚至很可能导致国内产业遭受严重的实质损害。

欧盟是全球最大的白兰地生产地区，也是全球最大的白兰地出口市场。欧盟白兰地产业在全球市场上之所以极具竞争力，与欧盟及各成员国的支持和巨额补贴具有重要关系。而且，未来欧盟及各成员国仍将继续实施补贴，有利于保持和提高欧盟白兰地的生产规模优势、品牌效应优势、出口竞争优势等，有利于保持其市场定价权和主动权。欧盟厂商很可能会利用这些竞争优势加大申请调查产品对中国市场的倾销。

如果考察欧盟白兰地的生产能力、出口能力、库存以及欧盟对全球其他市场出口变化的事实，可以预见未来欧盟厂商极有可能向中国进一步大量出口申请调查产品。

申请人暂无法掌握欧盟白兰地产业的实际产能数据，但其产量在申请调查期内总体呈大幅增长趋势，由2019年的354,023吨增至2022年的420,749吨，大幅增长了18.85%。由于用于酿造白兰地的葡萄产量在2023年大幅增长，葡萄酒也大量过剩，原材料产量大

量增加将导致欧盟白兰地产量在未来可能进一步大幅增长。产量大幅增长的事实表明欧盟白兰地的生产能力在大幅提高，可以为欧盟申请调查产品进一步增加对中国出口提供保障，增加了欧盟申请调查产品对中国出口实质增长的可能性。

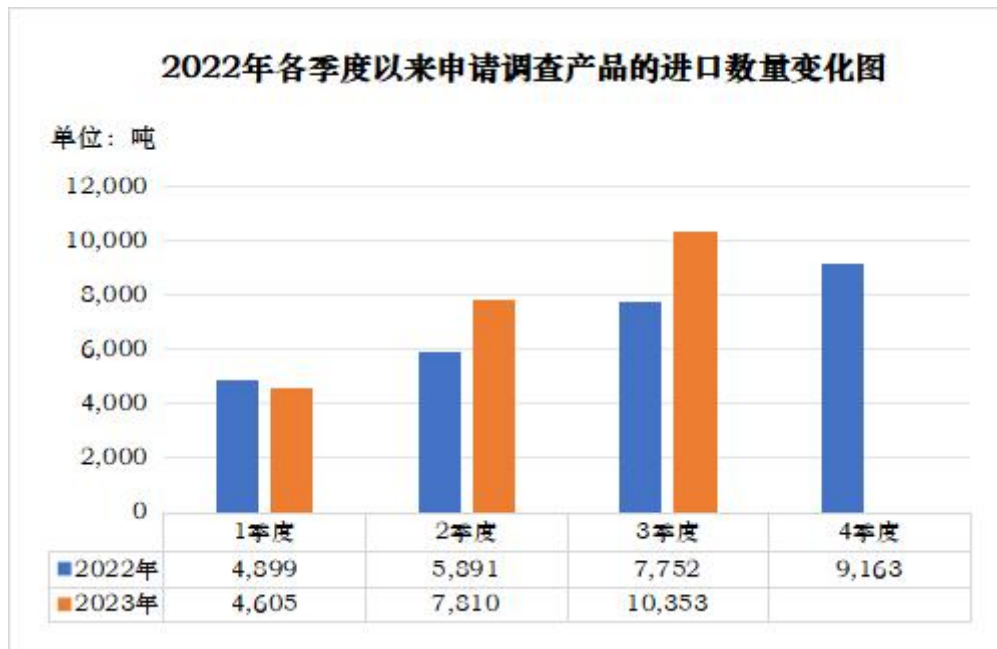


初步证据也表明，欧盟须依赖出口的能力在大幅提高。一方面，欧盟白兰地产业是典型的出口导向型产业，出口量占其总产量的平均比例达到了 59%，也就是说平均只有 41% 的产量比例在欧盟本土市场消费，尤其是法国，白兰地产量 97% 对外出口，表明欧盟白兰地需求量远远小于产量，存在大量的过剩产能、过剩产量须依赖出口。另一方面，在未来欧盟白兰地产量有可能进一步提高，而欧盟消费者酒精消费能力在不断下降、包括美国在内的全球其他市场需求出口数量总体也在减少的不利影响下，欧盟白兰地产能、产量将会进一步过剩，库存将会进一步增加，进而会导致须依赖出口的能力大幅提高，过剩产能、过剩产量可能会更多地转移到中国市场。

此外，如果对比欧盟白兰地对中国市场以及对其他第三国（地区）市场的出口情况，可以发现 2023 年上半年欧盟厂商相比以往更加依赖中国市场。2023 年上半年相比 2022 年上半年，欧盟对其他国家（地区）出口数量大幅减少了 28.06%，而对中国出口数量则大幅增长了 8.29%，其他国家（地区）占欧盟总出口数量的比例已经由原来的 87% 下降至 2023 年上半年的 82.22%，而中国市场占欧盟总出口数量的比例则由原来的 13% 上升至 2023 年上半年的 17.78%。相关证据还进一步表明，由于全球最大市场美国的需求减少，导致欧盟主要厂商（如路威酩轩、人头马君度）等的销售出现下滑。这些事实进一步表明，包括美国在内的全球其他市场对消化欧盟白兰地过剩产能、过剩产量的能力在大幅减少，无法吸

收欧盟申请调查产品的新增产量，加大了欧盟申请调查产品对中国实质增长的可能性。

事实上，如果考察最近期间，欧盟申请调查产品的进口数量仍在持续大幅增长。一方面，2023年1-9月，来自欧盟的申请调查产品进口数量为22,768吨，比上年同期大幅增长22.79%。逐季度的进口数量环比也在持续大幅增长，2季度比1季度大幅增长69.61%，3季度比2季度大幅增长32.55%。2023年3季度的进口数量为10,353吨，为2022年以来的最高季度进口水平。另一方面，2023年各季度如果与上年同期相比，进口数量也仍然在大幅增长。除2023年1季度比2022年1季度减少6.01%之外，2023年2季度比2022年2季度大幅增长32.59%，2023年3季度比2022年3季度进一步大幅增长33.55%。而且，2023年2季度环比大幅增长69.61%、3季度环比大幅增长32.55%的变化幅度均明显高于2022年2季度环比增长20.24%、3季度环比增长31.59%的变化幅度。



而且，2023年1-9月，欧盟申请调查产品的进口价格仍处于下降趋势，2023年3季度比2022年4季度累计下降了11.64%，仍在对国内同类产品造成价格压低、削减和抑制。申请调查产品的降价行导致其相对于国内同类产品具有价格竞争优势，促进了进口数量的进一步大幅增长。



同时，申请调查产品的进一步量增价跌行为对国内产业同类产品造成了进一步的冲击和影响。2023年1-9月，国内产业同类产品的生产状况和财务状况并没有发生实质性的转变，相关经济指标如开工率、产量、销量、销售价格、销售收入、税前利润、投资收益率等仍在遭受不同程度的冲击和影响，脆弱性进一步加深。

根据目前的市场状况以及国内产业未来的发展趋势，在可预见的迫近时间内，欧盟申请调查产品仍然存在进一步大幅降价的可能性。一方面，在中高端市场，法国几大白兰地品牌（如人头马、马爹利、轩尼诗等）基本上在中国市场形成垄断，但随着国内产业不断发力这一领域白兰地产品的生产和推广，欧盟申请调查产品和国内同类产品的竞争将会不断加剧。另一方面，在低端市场，欧盟厂商也在不断发力和渗透，其地理扩张已经由原来的一线、二线、三线城市逐步下沉到四线及四线以下的城市，与国内产业的竞争也在不断加剧。

为了继续垄断中高端市场，也为了进一步开拓低端市场，欧盟向中国出口白兰地的数量发生实质性增长是可以预见的并且是非常迫近的。而且，欧盟厂商也很可能进一步采取降价、低价的倾销方式来抢占中国市场份额，并借此打压国内产业的发展壮大，将会对国内同类产品造成进一步的价格压低、削减和抑制，并可能会对国内产业造成更为严重的损害。届时，国内产业同类产品的相关经济指标将可能全面下滑，产量、产能利用率、销量和市场份额等指标可能会进一步下降。而且，为了维持生产和稳定就业，国内产业将不得不以牺牲利润的形式进一步被迫降价销售，销售收入、税前利润、投资收益率等很可能会进一步恶化。受此不利影响，国内产业的生存状况将面临着巨大的威胁，并很可能最终会遭受严重的实质损害。

因此，基于上文所述，如果不及时采取相应的措施，欧盟申请调查产品很可能会进一步大量低价向中国市场倾销，并将对国内产业造成更为严重的冲击和影响，申请调查产品的不公平竞争行为将是造成国内产业遭受实质损害的直接原因。倾销进口产品与国内产业所面临的实质损害威胁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，除欧盟之外，中国还从摩尔多瓦、阿尔巴尼亚、南非、土耳其等其他国家（地区）少量进口同类产品。2019年至2022年以及2023年上半年，进口数量分别为514吨、372吨、713吨、455吨和285吨，占中国总进口数量的比例只有2%左右，属于可忽略不计。因此，申请人认为，其他国家（地区）同类产品的进口变化没有对国内产业造成损害，在可预见的未来也不会成为实质性威胁国内产业经营状况的因素。

2、 市场需求变化的影响

申请调查期内，国内白兰地的需求量由2019年的72,048吨下降至2022年的57,166吨，2022年比2019年减少了20.66%。但是，申请人这种影响是暂时的，从长期来看，不影响中国市场向好的增长趋势。

一方面，2023年上半年需求量为27,027吨，比2022年上半年增长了7.30%，市场重新复苏并恢复增长。另一方面，初步证据表明，业界各方对中国市场的发展前景保持乐观，认为中国市场潜力巨大，随着经济逐步回暖，消费力持续提升之下，市场未来将呈增长的趋势。

因此，申请人认为，市场需求的变化在可预见的未来不会成为实质性威胁国内产业经营状况的因素。

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白兰地产品的政策变化。而且，随着中国市场越来越国际化和多元化，白兰地走向大众、提升市场渗透率的趋势日渐显著。消费者对于生活品质的追求、年轻消费群体的崛起、经销商对于新品类和更大利润空间的追求，这些因素都有利于促进白兰地在中国市场的消费增长。因此，申请人认为，消费方式的变化在

可预见的未来不会成为实质性威胁国内产业经营状况的因素。

4、出口变化的影响

根据海关数据统计，申请调查期内，中国同类产品的总出口数量很少，变化不大，年出口量在1000吨左右，占全国总产量的平均比例只有5%左右。国内产业同类产品主要立足于国内市场。因此，出口的变化在可预见的未来不会成为实质性威胁国内产业经营状况的因素。

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，相同或类似质量等级的国产白兰地与申请调查产品的生产工艺流程、饮用场景、目标人群、产品价格高度重合。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，提高了企业经济效益。

由此可见，国内产业无论在产品质量还是生产经营管理上都具备良好的市场竞争能力。如果欧盟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，在可预见的未来不会成为实质性威胁国内产业经营状况的因素。

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，目前国内白兰地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，原产于欧盟申请调查产品的倾销行为已经对国内产业构

成了实质损害威胁，而其它因素并不会成为实质性威胁国内产业经营状况的因素。

七、 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，消除倾销造成国内白兰地产业的损害性影响。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进口行为的制约，以维护和规范正常的贸易秩序，恢复和促进公平竞争。根据各国的贸易救济实践，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。鉴于原产于欧盟的申请调查产品在国内市场进行倾销不公平竞争，破坏了国内市场公平竞争秩序，对国内产业造成了冲击和威胁。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，我国白兰地主要产区分布在山东、河北、宁夏、新疆等省区，产业与葡萄种植密切相关，涉及到广大农民的根本利益。发展和保护白兰地产业，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。因此，通过反倾销措施来保护白兰地产业的健康发展也符合国家政策，符合农民的根本利益。

再次，发展和保护白兰地产业，对积极延伸产业链也具有积极的意义，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、白兰地品尝、休闲旅游等相关产业，进而带动行业形成多元化产业发展模式。

最后，反倾销针对的是以价格歧视方式进口的产品，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，欧盟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欧盟申请调查产品的进口造成一定的影响，其他国家（地区）的进口白兰地也可以进行补充并满足市场需求。

综上，申请人认为，对原产于欧盟的进口白兰地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。

八、 结论和请求

（一） 结论

根据上述事实 and 理由，申请人认为，原产于欧盟的进口白兰地产品存在倾销，且已经给国内产业造成了实质损害威胁。

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，保护国内白兰地产业的合法权益，保障国内产业的健康发展。同时，对原产于欧盟的进口白兰地产品开展反倾销调查并采取反倾销措施，符合公共利益。

（二） 请求

为了保护国内白兰地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欧盟并向中国出口的白兰地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，对原产于欧盟并向中国出口的白兰地产品征收反倾销税。

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

对于本申请书公开文本中涉及申请人会员单位商业秘密的相关数据和信息及能够用于推算申请人会员单位商业秘密的数据，申请人按照如下方法进行保密处理：

第一，对于表格中列示的保密数据，以指数的形式替代原有数字并表示原有数字的变化情况。涉及的数据包括：申请人会员单位同类产品的产能、产量、开工率、销量、市场份额、期末库存、内销价格、销售成本、销售收入、税前利润、利润率、平均投资额、投资收益率、现金净流量、工资总额、就业人数、人均工资、劳动生产率等相关数据；

第二，对于文字中涉及的保密信息和数据，以方括号“【 】”的方式隐去原有数据和信息，并以表格中的指数形式，或以文字概要的方式提供了相关非保密概要。

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： 申请人关于对欧盟白兰地开展贸易救济调查申请的声明
- 附件三： 律师指派书和律师执业证明
- 附件四： 中华人民共和国海关进出口税则，2019—2023 年版
- 附件五： 消费税税目税率表
- 附件六： 中国白兰地海关进出口数据统计
- 附件七： 海运费和保险费报价
- 附件八： 世界银行集团的报告
- 附件九： 新加坡白兰地海关进口数据统计
- 附件十： 张裕公司的财务数据和报表
- 附件十一： 1307/2013 号条例
- 附件十二： 2021/2115 号条例
- 附件十三： 1308/2013 号条例
- 附件十四： 法国危机蒸馏补贴
- 附件十五： 欧盟统计局关于白兰地的产量数据统计
- 附件十六： 欧洲烈酒行业协会的相关市场报告
- 附件十七： WHO 关于欧洲酒精消费能力下降的报告
- 附件十八： 欧盟统计局关于白兰地的出口数据统计