

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最终裁定

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，调查机关作出最终裁定如下：

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。

调查机关在初裁中认为，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。初裁后，没有利害关系方就此提出异议。

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) 初裁前调查。

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）。

腾达堡在初裁后评论意见中主张，该公司属于中小型家族葡萄酒企业，被抽样公司的数据和客户记录不代表其实际情况，故申请调查机关对其进行单独评估。澳大利亚政府在终裁披露后的评论意见中主张，调查机关不应阻碍一开始未被选作被抽样公司的出口商自愿提交答卷，调查机关未能将保乐立加酿酒师有限公司纳入被抽样企业，违反了世界贸易组织关于抽样的规则。调查机关认为，第一，如上文所述，选取3家被抽样公司对调查机关来说已是实际可行的最大数量，如对其他公司进行单独审查将妨碍调查的及时完成。同时，根据出口数量大小选取的3家公司，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。第二，腾达堡在调查机关就抽样方案征求意见时并未提出相关主张，也没有自愿提交倾销调查问卷答卷，现阶段再单独评估该公司数据将妨碍调查及时完成。第三，调查机关没有阻

碍任何澳大利亚公司自愿提交答卷。事实上，调查机关第一时间将调查问卷登载在商务部网站上，并在通知中明确指出，未被抽样的公司可自愿提交答卷。调查过程中，没有任何澳大利亚公司自愿提交答卷。综上，调查机关没有对其他公司进行单独审查。

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，主要体现在两个方面：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，产品控制编码的目的是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，以确保计算倾销幅度时能够进行公平比较，以此确定了产品控制编码的划分标准。

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 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》，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，富豪葡萄酒产业酒商有限公司、卡塞拉酒业私人有限公司及国内相关葡萄酒生产者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。

关于问卷发放事宜，澳大利亚葡萄和葡萄酒协会在初裁及终裁披露后的评论意见中主张，调查机关没有向其发放调查问卷，也没有接受其提出的合作及协助调查（包括提供相关信息）的请求，这一决定导致初裁存在诸多缺陷；调查机关也没有给予其任何指示，没有详细说明所要求提供的信息，因此不能使用“可获得事实”。申请人在初裁后的评论意见中主张，调查机关在调查过程中开展了多种形式的调查工

作，各利害关系方进行辩护的机会已得到充分保障。调查机关经审查认为，调查机关依照相关法律规定，在商务部网站上登载了所有调查问卷，各利害关系方均可回答与倾销和损害认定相关的问题并提供证据资料。同时，调查机关还为各利害关系方提供了陈述意见和提交论据的充分机会，在整个调查过程中，各利害关系方均有权按照相关规定提交与案件调查相关的信息。

关于延期申请事宜，富豪葡萄酒产业酒商有限公司、卡塞拉酒业私人有限公司、澳大利亚政府在初裁后和终裁披露后的评论意见中主张，调查机关拒绝延期提交答卷申请的决定，没有适当考虑有关利害关系方提出的该案存在的客观原因，没有给予有关利害关系方进行辩护的充分机会，也给有关利害关系方强加了不合理的举证责任。

申请人在初裁后的评论意见中主张，各利害关系方 37 天的法定答卷时间已得到充分保障；调查机关对延期申请给予了考虑并解释了拒绝理由；1 家被抽样公司并未提出延期申请，表明应诉公司有能力在规定时限内提交答卷。

调查机关认为，第一，调查机关充分考虑了有关利害关系方陈述的理由、该案的实际情况以及调查工作安排，在此基础上作出了拒绝延期提交答卷申请的决定。如果同意延期申请，将影响调查程序的正常进行。第二，在整个调查的各个阶段中，调查机关通过发放和接受答卷及补充答卷、征求

和接受评论意见、视频会见等多种方式，为各利害关系方提供了陈述意见、提交论据及解释说明的充分机会。第三，调查机关在问卷中收集的信息是调查所必需的信息，且给予了合理的答卷时间，没有给有关利害关系方强加不合理的举证责任。

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。此外，各利害关系方亦可通过“贸易救济调查信息化平台”查阅、下载调查机关发布及其他利害关系方提交的有关公开信息的电子版。

(三) 初裁决定及公告。

2020年11月27日，调查机关发布2020年第59号公告，公布了本案的初裁决定，初步认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实质损害，而且倾销与实质损害之间存在因果关系。公告决定自2020年11月28日起，对被调查产品实施临时反倾销措施。公告当日，调查机关通知了有关利害关系方，并将公告登载在商务部网站上供各利害关系方和公众查阅。

(四) 初裁后调查。

1. 初裁后信息披露。

2020年11月27日，调查机关依据《反倾销调查信息披露暂行规则》规定，向3家被抽样公司和澳大利亚政府披露并说明了初裁决定中计算公司倾销幅度和损害认定时所依据的基本事实和理由，并给予其提出评论意见的机会。根据初裁公告的要求，各利害关系方亦可在初裁决定发布之日起10天之内就初裁决定向调查机关提出书面评论并附相关证据。

2. 接收利害关系方书面评论意见。

2020年12月2日，北京南澳绿亨庄园国际贸易有限公司提交了《给商务部的信》。

2020年12月3日，卡塞拉酒业私人有限公司提交了《对相关葡萄酒反倾销案初步裁定的评论意见》。

2020年12月7日，澳大利亚政府提交了《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书面评论意见》。

2020年12月7日，澳大利亚葡萄和葡萄酒协会提交了《关于对葡萄酒反倾销案中配合调查企业的初裁评论意见》和《关于葡萄酒反倾销案初步裁定的评论意见》。

2020年12月7日，富豪葡萄酒产业酒商有限公司提交了《反倾销初步裁定评论意见》。

2020年12月7日，天鹅酿酒有限公司提交了《相关葡萄酒反倾销初裁倾销部分所依据基本事实披露的函的评论

意见》。

2020年12月7日，腾达堡提交了《关于对澳洲葡萄酒反倾销案初步裁定的评论意见》。

2020年12月7日，史密斯父子有限公司提交了《关于对澳洲葡萄酒反倾销案初步裁定的评论意见》。

2020年12月7日，申请人提交了关于初裁决定的评论意见《相关葡萄酒反倾销案申请人关于初步裁定的评论意见》。

2021年1月22日，申请人提交了《相关葡萄酒反倾销和反补贴案申请人对澳方相关价格承诺申请的评论意见》。

2021年2月10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和反补贴案中申请人对价格承诺申请评论意见的评论意见》。

2021年3月3日，申请人提交了《相关葡萄酒反倾销案申请人对相关利害关系方初裁后评论意见的评论意见》。

2021年3月22日，澳大利亚葡萄和葡萄酒协会提交了《关于对澳洲葡萄酒反倾销案和反补贴案最终裁定基本事实披露的评论意见》。

2021年3月22日，天鹅酿酒有限公司提交了《关于相关葡萄酒反倾销终裁倾销部分所依据基本事实披露的函的评论意见》。

2021年3月22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关于最终裁定所依据基本事实披露的评论意见》。

2021年3月23日，澳大利亚政府提交了《关于对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒反倾销调查最终裁定所依据基本事实披露的书面评论意见》。

3. 国内产业核查。

为对申请书、调查问卷答卷中提供的材料及相关证据进行核查，了解其他与本案调查工作有关的情况，调查机关于2021年1月27日向烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司和中粮长城酒业有限公司发出了《关于相关葡萄酒反倾销反补贴案核查有关事宜的通知》，要求该两家公司根据核查问题单的要求准备并按时提交相关的书面材料和证据材料。在规定时间内，该两家公司按要求提交了相关材料。

4. 发放和回收补充问卷。

2021年2月1日，调查机关向3家被抽样公司发出了《关于发放相关葡萄酒反倾销案补充问卷的通知》，要求相关利害关系方在规定时间内提交准确、完整的补充问卷答卷。天鹅酿酒有限公司申请延期提交答卷。调查机关经审查后决定给予3天延期。至答卷递交截止日，3家被抽样公司向调查机关提交了答卷。

对上述调查中收集到的材料、信息以及有关评论意见，调查机关在最终裁定中依法予以了考虑。

5. 价格承诺申请。

在初裁后规定时限内，澳大利亚葡萄和葡萄酒协会及其代表的公司、卡塞拉酒业私人有限公司、富豪葡萄酒产业酒商有限公司、博格丹投资有限公司先后提交了价格承诺申请。

申请人在随后的评论意见中主张，第一，卡塞拉酒业私人有限公司、富豪葡萄酒产业酒商有限公司和澳大利亚葡萄和葡萄酒协会及其代表的公司没有充分配合调查机关的调查工作，其价格承诺申请应依法被驳回；第二，被调查产品的种类和规格繁多，申请价格承诺的生产企业数量多，容易导致规避，无法消除倾销和补贴进口造成的损害。

富豪葡萄酒产业酒商有限公司在随后的评论意见中主张，其是“充分合作”的出口商，承诺的价格易执行和监管，且承诺价格远远超过国内产业平均价格水平，不会对国内产业造成实质损害。

调查机关经审查后认为，本案的被调查产品型号众多，出口商数量众多，价格承诺的监控不具可行性，且发生规避的风险较大。鉴于此，调查机关决定对上述价格承诺申请不予接受。

6. 终裁前信息披露。

本案终裁前，调查机关依据《反倾销条例》第二十五条规定，向本案利害关系方披露并说明了本次反倾销调查终裁

决定所依据的基本事实，并给予其提出评论意见的机会。在规定的时间内，有关利害关系方发表了对终裁披露的评论意见。调查机关在终裁决定中依法予以了考虑。

7. 公开信息。

根据《反倾销条例》的规定，调查机关将初裁后调查过程中收到和制作的本案所有公开材料送交商务部贸易救济公开信息查阅室，供各利害关系方查找、阅览、摘抄、复印有关公开信息。此外，各利害关系方亦可通过“贸易救济调查信息化平台”查阅、下载调查机关发布及其他利害关系方提交的有关公开信息的电子版。

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。

调查机关在初裁中强调，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。

初裁后，没有利害关系方就此提出异议。

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最终认定。

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”，这一方法在世界贸易组织《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世界贸易组织《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”必须按照世界贸易组织《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。

初裁中，调查机关对上述意见进行了审查。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。在初裁中，调查机关对上述情况进行了初步审查，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、准确的信息。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或其上游原材料及葡萄酒行业的所有必要信息。因此，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，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，澳大利亚政府在答卷中提及了相

关管理部门名称、隶属关系以及简要职能等总体性描述，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，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

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。

据此，调查机关在初裁中暂认定，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。

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监管和约束。

澳大利亚政府对葡萄种植、葡萄酒生产及销售等行业进行监管和约束涉及的立法包括：《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，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。

据此，调查机关在初裁中暂认定，澳大利亚政府部门或公共部门通过立法葡萄酒生产及销售进行了监管和约束。

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，影响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 2007-2008 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造成了一定影响。

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》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、效益及影响的结构性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，已经干预或影响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，并影响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介入葡萄酒的出口贸易，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 2015-2020）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》，澳大利亚葡萄酒

管理局负责《2018年澳大利亚葡萄酒条例》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对葡萄酒出口进行管控，实现提高竞争力、保障出口利益、影响资源配置等目的。

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，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部分非市场因素影响。在初裁中，调查机关暂未对该特殊市场情形做出认定。初裁后，调查机关对此进行了进一步调查。

澳大利亚政府在其初裁评论意见中称：初步裁定“错误地陈述澳大利亚抽样答卷公司‘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’”，“澳大利亚政府代表澳大利亚抽样答卷公司对反倾销问卷第七部分所做的答卷，可直接提交给中国商务部”且“澳大利亚抽样答卷公司可在其问题的回答中交叉引用澳大利亚政府提交的答卷。因此，澳大利亚政府和澳大利亚抽样答卷公司全力配合，依据中国商务部的具体要求各自完成了其对调查问卷第七部分的答卷。”此外，澳大利亚政府认为，澳大利亚葡萄酒产业的规章制度（例如许可规定与食品标准遵守规定）支持葡萄酒自由市场的存在，并与之相容，葡萄酒是商业化生产的，澳大利亚政

府未持任何葡萄园或其他农业作物，澳大利亚政府并未控制和管理葡萄酒和农产品价格等等。

经审查，调查机关认为，首先，政府问卷、出口商及生产商问卷是两个单独的问卷，答卷主体及内容各不相同，其次，对于政府和企业问卷中的问题，调查机关需根据各方提交的信息进行综合分析、交叉核对，公司答卷中对很多涉及公司自身的问题，如“请说明对被调查产品生产、销售的影响以及对你公司的影响”等，也未作答而是指向政府，这些未提交信息属于必要信息，与澳大利亚政府主张的“澳大利亚抽样答卷公司全力配合”不符，也不符合问卷要求。

此外，关于澳大利亚政府提出的自由市场等主张，调查机关对此进行了考虑和进一步审查，认为上述方面内容，调查已在初裁中予以考虑并进行了详细论述。

调查机关对澳大利亚政府提交的终裁前披露的评论意见也进行了考虑。

在终裁中，调查机关决定维持初裁认定，不对澳大利亚葡萄酒行业的特殊市场情形做出认定。

富豪葡萄酒产业酒商有限公司（Treasury Wine Estates Vintners Limited）

1. 正常价值。

初裁中，调查机关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，该公司将生产

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，同时也对应填报了该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。初裁后，没有利害关系方就此提出评论意见。经进一步调查，调查机关决定在终裁中维持初裁时的认定。

初裁中，调查机关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，该公司在澳大利亚全部国内销售数量占同期向中国出口被调查产品数量的比例超过了5%。调查机关进一步分产品型号进行了审查。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，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。初裁后，没有利害关系方就此提出评论意见。经进一步调查，调查机关决定在终裁中维持初裁时的认定。

初裁中，调查机关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。初裁后，没有利害关系方就此提出评论意见。经进一步调查，调查机关决定在终裁中维持初裁时的认定。

初裁中，调查机关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，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。

初裁后，该公司就调查机关的认定提出了评论意见。关

于“表 6-1-1 原材料采购成本清单”，该公司解释，由于答卷时间过于紧张且表 6-1-1 中的采购信息对倾销幅度的计算不会产生直接关联，故未按照问卷要求提交相关信息。其在评论意见中重新提交了表 6-1-1，仅将每种原材料分别列在单个工作簿中，仍然没有填写每种原材料的期初、期末库存、耗用量及单价。该公司解释，由于数量统计存在多种单位且每种原材料均存在多种细分规格，因此无法在短时间内统计出有意义的期初、期末库存以及消耗量。关于“表 6-1-2 原材料生产成本明细表”，该公司予以了说明，并在评论意见中重新提交了部分型号所使用的散装酒的生产成本，但仅填报了金额栏，未按照表格要求填报数量、期初及期末库存等内容。调查机关认为，上述理由并不构成未按问卷要求在规定时间内提交信息的合理原因。调查机关进一步发现，该公司在“表 6-2 存货收发明细表”中没有按照问卷要求填报主要原材料的存货收发情况，表 6-1-1、表 6-1-2 中的相关数据无法与表 6-2 进行对照审查，使得相关数据无法相互核实。上述与原材料成本和库存相关的数据的缺失和不一致影响了调查机关对于被调查产品和同类产品生产成本的核定。

关于“表 6-3 产品成本及相关费用”，该公司解释，第一，由于答卷时间紧张，该公司只填报了部分型号的成本及相关费用；第二，由于调查机关线上系统最初对上传文件大小有较为严苛的规定，该公司只好将所有数据数值化处理以缩小

文件大小，因此未包含各项目的计算方法、费用分摊方法及有关计算公式。该公司补充提交了部分数据说明其分摊方法及数据的一致性。调查机关认为，该公司在答卷期间并未将其遇到的相关问题及其处理方法提前告知并征询调查机关意见，可能存在的技术问题原本可以通过技术手段予以解决，该公司主张的答卷时间和技术因素并不构成未按问卷要求在规定时间内提交信息的合理原因。

关于“表 6-4 被调查产品和同类产品生产成本明细表”，该公司确认同一会计代码的直接材料成本存在不同单价且无法与表 6-1-1 和表 6-1-2 勾稽，同时解释了原因。调查机关进一步发现，该公司在“表 6-2 存货收发明细表”中没有按照问卷要求填报主要原材料的存货收发情况，对于表 6-2 和表 6-4 的填报方法也不一致，使得相关数据无法相互核实。调查机关还注意到该公司在表 6-4 中对于部分型号产品没有填报生产成本明细，对于表 6-4 中列出的部分直接材料没有填报采购或自产的信息，因此在补充问卷中要求该公司予以说明。该公司在补充答卷中解释了原因。调查机关认为，上述理由并不构成未按问卷要求在规定时间内提交信息的合理原因。上述与成本相关数据的缺失和不一致进一步影响了调查机关对于被调查产品和同类产品生产成本的核定。

综上，调查机关认为，该公司在明确知晓问卷要求的情况下，没有尽其所能、充分配合调查，没有在合理时间内提

供必要信息，且未给予合理解释，调查机关决定维持初裁的做法。

关于使用已经获得的事实和可获得的最佳信息的基础，该公司在初裁后的评论意见中主张，第一，调查机关指出的成本表格存在的“问题”不构成适用“可获得的最佳信息”的基础。第二，关于“该公司没有在合理时间内提供必要信息”的认定缺乏事实基础。第三，关于“被调查产品和同类产品的生产成本和费用无法核实”的认定缺乏法律、事实基础。该公司在终裁披露后的评论意见中也提出了类似主张。

调查机关经审查后认为，第一，调查机关在问卷中收集的信息是调查过程中所必需的信息。从上文描述中可知，该公司没有按照问卷要求，在规定时间内提交相关信息，已提交的相关信息也存在诸多缺陷。第二，在调查机关向该公司指出上述问题后，该公司也没有给予合理解释。上述因素共同造成了被调查产品和同类产品的生产成本和费用无法核实的结果。已经获得的事实和可获得的最佳信息的使用基础已经具备。

关于已经获得的事实和可获得的最佳信息的使用，该公司在初裁后的评论意见中主张，第一，调查机关没有披露所使用的型号数据，未充分履行披露义务。第二，调查机关没有给予有关利害关系方任何通知或者解释的机会，未履行程序义务。第三，调查机关选取的是该公司填报的成本和费用

最高的型号的数据，并非“可获得的最佳信息”。该公司在终裁披露后的评论意见中也提出了类似主张。

调查机关经审查后认为，第一，调查机关已在披露给该公司的倾销幅度计算表格中清晰列明了所使用的型号数据，该公司的后续评论意见也显示其明确知晓调查机关所使用的型号数据。第二，调查机关在公告、通知、问卷等相关调查文件中多次明确指出，如未充分配合调查，调查机关可根据《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做出裁定。调查机关已经充分履行了告知义务；调查机关在初裁及披露、补充问卷中均说明了该公司答卷存在的问题及未接受答卷相关信息的理由，并给予该公司充分的解释说明的机会。第三，调查机关对调查过程中获得的信息进行了比较分析和评估，考虑到该公司没有充分配合调查，调查机关认为，在初裁中使用的型号数据作为已经获得的事实和可获得的最佳信息来使用是适当的。

关于“低于成本测试”，该公司在初裁后的评论意见中主张，在具体产品型号层面上，如果通过低于成本测试的销售部分数量不足该型号总内销数量的 20%，则该部分销售不应被视为正常贸易过程中的销售，因此不应作为计算正常价值的基础。该公司在终裁披露后的评论意见中进一步主张，该做法不需要特别证明，同时也符合调查机关和其他世界贸易组织成员的长期实践做法。调查机关经审查后认为，该公司

主张的做法没有法律依据，没有证据证明该部分销售不属于正常贸易过程中的销售，调查机关决定维持初裁时的做法。

关于“正当程序权利”，该公司在终裁披露后的评论意见中主张，调查机关一方面拒绝接受其在初裁评论意见和补充答卷中补充提交的证据和信息，另一方面却通过书面核查给予申请人“额外”的机会补充信息和抗辩，损害了各利害关系方的正当程序权利。调查机关经审查后认为，在整个调查的各个阶段中，调查机关通过多种方式对各利害关系方提供了陈述意见、提交论据及解释说明的平等的充分的机会。该公司没有按照答卷要求在合理时间内提供必要信息，调查机关也通过多种方式向其提供了解释说明的机会，该公司没有按照答卷要求在合理时间内提供有关信息，且未给予合理解释。

2. 出口价格。

初裁中，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。

初裁后，没有利害关系方就此提出评论意见。经进一步调查，调查机关决定在终裁中维持初裁时的认定。

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。

初裁中，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。初裁后，没有利害关系方就此提出评论意见。经进一步调查，调查机关决定在终裁中维持初裁时的认定。

该公司还主张了其他折扣和回扣、广告费用。初裁中，调查机关认为该公司未提供充分证据证明上述调整主张，决定不予接受。该公司在初裁和终裁披露后的评论意见中主张，其他折扣、回扣以及广告费用均为公司日常销售中产生的直接费用，与销售市场相关且包含在给客户的发票价格之中，该公司在评论意见中补充提交了部分信息说明相关勾稽、分摊方法。

调查机关经审查后认为，第一，没有充分证据显示上述费用实际发生；第二，关于其他折扣和回扣，该公司没有按

照问卷要求说明折扣的标准和依据及确定折扣的方法，第三，关于广告费用，该公司没有按照问卷要求解释确定广告费用的方法，且相关费用与被调查产品和同类产品的销售直接相关。综上，调查机关决定在终裁中维持初裁时的认定。

(2) 出口价格部分。

初裁中，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。初裁后，没有利害关系方就此提出评论意见。经进一步调查，调查机关决定在终裁中维持初裁时的认定。

该公司还主张了其他折扣和回扣、广告费用。初裁中，调查机关认为该公司未提供充分证据证明上述调整主张，决定不予接受。初裁后的公司主张以及调查机关审查和认定情况与上文“正常价格部分”中的有关内容相同。

4. 关于到岸价格(CIF 价格)。

经审查，调查机关决定在初裁中暂接受该公司报告的到岸价格数据。初裁后，没有利害关系方就此提出评论意见。经进一步调查，调查机关决定在终裁中维持初裁时的认定。

本案终裁前，调查机关依据《反倾销条例》第二十五条规定，向该公司披露并说明了上述调查认定及反倾销调查终裁决定所依据的基本事实，并给予其提出评论意见的机会。该公司在终裁披露后的评论意见，调查机关均予以了考虑。

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

1. 正常价值。

调查机关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，该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，同时也对应填报了该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。初裁后，没有利害关系方提出评论意见，经进一步调查，调查机关决定在终裁中维持初裁认定。

初裁后，调查机关进一步审查了该公司在澳大利亚国内的销售情况。

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。初裁中，调查机关发现，关于关联销售及特殊价格安排的部分交易，该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，根据该公司提交的答卷信息，在关联公司情况（表 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。该公司答卷称，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。在初裁中，调查机关认为，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。

初裁后，该公司提交评论意见称，卡塞拉在表 4-1 中详细说明了客户情况，并在附件 4.4 中详细说明了销售流程，这些文件中包括关联销售及特殊价格安排的交易。调查机关对此进行了进一步审查，问卷要求“对于特殊的价格安排，请详细描述特殊价格安排情况”，但实际上该公司并未在表 4-1 或该问题回答中说明何为特殊价格安排，也未解释为何部分特殊价格安排销售价格为负值。初裁后该公司称这些销售是免费样品或是员工内部消费，出于税务目的，金额定为负值，但未就原始答卷信息不完整提供合理解释。此外，关于关联公司未答卷的问题，该公司在初裁评论中称该关联公司仅作为中间人，因此表 4-2 没有报告该关联公司的销售环节以及与其的交易，其与该关联公司开具发票的交易相关的所有销售费用（如有）均包含在国内销售数据中，由于不是一家贸易公司，因此无需单独提交答卷。调查机关对此进行了审查，认为该公司未能说明其与该关联公司开具发票的交易相关的所有销售费用均包含在国内销售数据中，也未能在国内销

售数据（表 4-2）中填报并说明经由该关联公司销售产生的费用，该关联公司是销售渠道上的重要环节，以自身名义开具发票给客户，该部分信息缺失影响了调查机关在同一销售环节上对出口价格和正常价值进行比较。因此调查机关认为，该公司的解释不构成未按问卷要求提供信息的合理原因。调查机关决定在终裁中维持初裁认定。

初裁中，调查机关对交易完整性进行了核对，发现该公司经营状况及产品生产能力部分数据不一致，且该公司整体经营情况（表 1-4）与国内销售数据（表 4-2）在数量和金额上均不一致。此外，经审查，该公司答卷中澳大利亚国内销售电子表格数据不完整。该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（表 6-3）数据不一致。

初裁后，该公司对于整体经营情况（表 1-4）与国内销售数据（表 4-2）在数量和金额上均不一致的问题未做解释说明，此外公司经营情况（表 1-4）和产品生产能力（表 1-5）在调查期公司销售数量、部门销售数量和被调查产品销售数量所填信息不一致。调查机关无法在公司提交信息基础上确认及验证其完整性和准确性。

关于国内销售数据（表 4-2）和成本数据（表 6-3）的电子表格不完整的问题，该公司提交评论意见称，是因为调查机关要求的 WPS 版本不支持这些表格中提交的大量数据。

该公司在补充问卷答卷中对此进行解释的时候称，该公司的电子工作表数据在将 Excel 表格转换为 WPS 版本时，WPS 程序并未告知用户相关文件超过了支持的行数或列数，并且不支持的行或列被丢弃，初裁后才意识到这一问题。

调查机关认为，首先，根据调查问卷要求，“答卷所提供的电子数据必须包括所有交易情况”，并且“光盘中的内容应当与答卷中的格式保持一致”，在规定时间内，该公司虽然纸质文件提交了信息，但电子数据表格不完整且不一致；其次，据调查机关了解，WPS 可以支持公司全部交易数据的提交，该公司在使用软件上出现的技术问题，不能成为提交电子数据不完整的合理理由；第三，调查机关已经在问卷要求中说明“如你公司无法提供电子数据载体或无法按照本问卷要求提供电子数据载体，则可在本问卷发放之日起 15 天内向商务部贸易救济调查局提交书面申请，并说明理由。”因此，即使该公司在使用 WPS 过程中由于技术问题等不能提交全部数据，公司也从未在规定时间内向调查机关提出软件使用或者信息载体存在问题或困难。最后，即便是在初裁后，公司也未按照调查机关的要求提交 WPS 数据表格，即便公司认为 WPS 文档无法容纳全部交易，也未尝试过将交易数据拆分为两个 WPS 文档提交。调查机关认为，公司既没有谨慎核对答卷是否完整，也未尽力按照调查机关的要求提交表格，也未曾在规定时间内尝试与调查机关沟通或说明，因此，

公司并未尽其所能提供信息。综上，调查机关认为，在规定时间内该公司未按要求提交完整的必要信息，该公司原始答卷中电子表格数据不完整且电子表格与答卷不一致，影响了调查。且该公司的解释不构成未按问卷要求提供信息的合理原因。调查机关决定在终裁中维持初裁认定。

初裁中，调查机关初步审查了该公司提交的生产成本和费用数据。调查机关发现，关于产品成本及相关费用(表 6-3)，该公司电子表格数据不完整，仅填报部分型号数据；对于表格中填报的数据，该公司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，该公司应按单位被调查产品填报表格，调查机关发现，该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 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，该公司也未对表 6-3 与表 6-4 中数据的勾稽关系进行说明。

初裁后调查机关对上述问题进行了进一步调查。该公司在初裁评论中称，卡塞拉并不具有可用的月度成本单，因此未按月填报生产成本数据，也未提供日常保存的成本计算单。对于未填报桶装酒成本的产品型号，葡萄酒的材料成本

反映在“未贴标瓶装酒（Clean Skin）”中。对于桶装酒单价不一致的数据，可能是因为表 6-1-2 中报告的单价还包括了用于销售的桶装酒，“用于下一阶段生产的桶装酒”中填报的数量和金额可与表 6-4 进行核对。对于部分产品控制编码显示 #N/A，这说明这些产品未在调查期内销售，由于这些产品与倾销幅度计算无关，因此未向其分配产品控制编码。此外，该公司在补充问卷答卷中称：未贴标瓶装酒可以被视为处在生产过程中的中间产品，而不是原材料，因此不应包含在表 6-1-2 中。

经进一步审查，调查机关认为，关于原材料桶装酒，据问卷要求，该公司应按单位被调查产品和同类产品情况填报表 6-4，需“分栏列出占被调查产品价值前 5 位的直接材料”，“表列项目涉及分摊的，请提供分摊标准和分摊公式”。该公司答卷中将桶装酒做为被调查产品和同类产品的原材料（或直接原料）并提供“表 6-1-2 原材料生产成本清单”。同时，部分未以桶装酒填报的型号，以“未贴标瓶装酒”作为直接材料填报，但未填报“未贴标瓶装酒”的表 6-1-2 原材料生产成本清单，且未就该“未贴标瓶装酒”的来源及成本情况进行解释说明，也未根据答卷要求在原材料生产成本明细表或采购明细部分进行填报或解释说明。该公司一方面称该“未贴标瓶装酒”为中间产品，一方面称为直接原材料，不能做出自洽的合理解释。调查机关认为，原酒是被调查产品的重要原材料，

该部分信息是调查机关审查成本数据的重要依据，属必要信息。此外，关于桶装酒单价不一致的问题，该公司也未就此做出合理解释和说明。上述与原材料成本相关的数据的缺失和不一致影响了调查机关对于被调查产品和同类产品生产成本的核定。该公司的解释不构成未按问卷要求提供信息的合理原因。

综上，该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；该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该公司填报的信息基础上获得准确的成本数据；电子数据不完整导致调查机关无法在该公司提交的表格数据基础上进行倾销幅度计算。因此，调查机关无法根据该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。调查机关决定在终裁中维持初裁决定，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的正常价值。

初裁后，调查机关进一步对调查中获得的信息进行了比较分析，经审查，在综合考虑被调查产品物理特性、型号之间成本差异等、贸易环节等影响因素后，调查机关认为，在其他答卷公司的国内销售加权平均价格基础上对相关费用进行适当调整后获得的信息，可以合理反映符合市场条件的正常价值，调查机关决定在终裁中以该信息作为已经获得的

事实和可获得的最佳信息，并据此确定该公司的正常价值。在此过程中，调查机关已将其他答卷公司被调查产品的国内销售加权平均价格调整至出厂环节价水平。

本案终裁前，调查机关依据《反倾销条例》第二十五条规定，向该公司披露并说明了上述调查认定及反倾销调查终裁决定所依据的基本事实，并给予其提出评论意见的机会。在规定的时间内，公司未提出异议或提交评论意见。

2. 出口价格。

调查机关进一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。

初裁中，根据《反倾销条例》第五条的规定，调查机关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。

初裁后，没有利害关系方就此提出评论意见。经进一步调查，调查机关决定在终裁中维持初裁认定。

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。

初裁中，调查机关接受了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。

初裁后调查机关进行了进一步审查。在终裁中，调查机关决定依据其他答卷公司被调查产品的国内销售数据确定该公司的正常价值。在此过程中，调查机关根据公司的销售情况，将其他答卷公司被调查产品的国内销售价格调整至出厂环节价水平。

(2) 出口价格部分。

调查机关审查了该公司报告的对中国出口交易调整项目。

初裁中，调查机关接受了该公司内陆运输--工厂/仓库到出口港、信用费用、广告费用等调整项目。

初裁后，没有利害关系方就此提出评论意见。经进一步调查，调查机关决定在终裁中维持初裁认定。

4. 关于到岸价格(CIF 价格)。

初裁中，调查机关接受了该公司报告的到岸价格数据。

初裁后，没有利害关系方就此提出评论意见。经进一步调查，调查机关决定在终裁中维持初裁认定。

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。该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该公司产品型号和等级。初裁中，调查机关决定暂依据调查机关确定的产品控制编码划分产品型号。初裁后，没有利害关系方就此提出评论意见。经进一步调查，调查机关决定在终裁中维持初裁中的认定。

初裁中，调查机关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，调查机关认为该公司的国内销售数量不能据以进行公平比较，因此在初裁中，调查机关决定不依据该公司国内销售数据确定该公司的正常价值。初裁后，没有利害关系方就此提出评论意见。经进一步调查，调查机关决定在终裁中维持初裁中的认定。

初裁中，调查机关认定该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，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。

初裁后，该公司在初裁评论中就成本认定情况提出了评论意见，调查机关也对该公司的成本和相关费用情况进行了进一步审查。经审查发现，该公司未按照调查问卷中划分的产品控制编码报告成本，也未按照该公司日常经营中划分的型号——即 JDE 编码——报告成本，而是仅根据被调查产品

的等级报告了生产成本。该公司在初裁评论中也未对此情况提供合理的解释。

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。该公司仅按照产品等级填报的成本不能合理反映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该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，未按照调查问卷的要求提供详细的成本情况；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计算单的问题。鉴此，调查机关无法获得该公司生产销售的被调查产品的成本和相关费用的准确情况。

综上，该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，调查机关无法按照该公司填报的信息获得准确的成本数据。因此，调查机关无法依据该公司报

告的成本和费用情况计算公司的结构正常价值。在终裁中，调查机关决定根据《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正常价值。

初裁后，调查机关进一步对调查中获得的信息进行了比较分析，经审查，在综合考虑被调查产品物理特性、型号之间成本差异等、贸易环节等影响因素后，调查机关决定在终裁中以其他答卷公司被调查产品的国内销售加权平均价格作为已经获得的事实和可获得的最佳信息，并据此确定该公司的正常价值。在此过程中，调查机关已将其他答卷公司被调查产品的国内销售加权平均价格调整至出厂环节价水平。

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，初裁中，调查机关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。

初裁后，调查机关进一步审查了该公司对中国出口销售情况，调查机关发现，该公司通过一个或者多个非关联贸易商或关联贸易商向中国销售，为进一步了解该公司在对中国出口销售过程中销售给关联贸易商和非关联贸易商以及销售给最终客户的定价机制情况，调查机关向该公司发放了补

充问卷。公司补充问卷的答卷显示，该公司销售给关联贸易商的定价机制与销售给非关联贸易商或非关联客户之间的定价机制基本相同，因此，根据《反倾销条例》第五条的规定，在终裁中，调查机关决定，依据该公司直接销售给非关联贸易商或者关联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。

初裁中，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。

在终裁中，调查机关决定依据其他答卷公司被调查产品的国内销售数据确定确定该公司的正常价值。在此过程中，调查机关已将其他答卷公司被调查产品的国内销售价格调整至出厂环节价水平。

(2) 出口价格部分。

调查机关审查了该公司报告的对中国出口交易调整项目。

在初裁中，调查机关决定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。

初裁后，没有利害关系方就此提出评论意见。经进一步调查，调查机关决定在终裁中维持初裁中的认定。

4. 关于到岸价格(CIF 价格)。

经审查，该公司在答卷中很多交易未报告估算的 CIF 价格，在初裁中，调查机关根据《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。

初裁后，调查机关对该公司对中国出口的 CIF 价格进一步进行了审查，在终裁中，调查机关决定对该公司未报告 CIF 价格的交易，依据该公司填报的对中国出口国际运输费用和国际运输险费重新估算了该公司的对中国出口 CIF 价格。

本案终裁前，调查机关依据《反倾销条例》第二十五条规定，向该公司披露并说明了上述调查认定及反倾销调查终裁决定所依据的基本事实，并给予其提出评论意见的机会。该公司在终裁披露后的评论意见，调查机关均予以了考虑。

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，调查机关在初裁中决定，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。

澳大利亚葡萄和葡萄酒协会在初裁后的评论意见中主张，对未被选取的澳大利亚公司使用加权平均倾销幅度是“不合理的”。其认为，《反倾销条例》第41条规定，应以“合理的方式”确定未包括在审查范围内的出口经营者的倾销幅度。世界贸易组织《反倾销协定》并未明确规定任何具体方法来确定未被选取的出口商的倾销幅度，而只是规定了允许的最大倾销幅度。对于本案中配合调查但未被选取的出口商，调查机关应依据其提交的国内和出口销售价格和数量方面的信息，作为“可获得的最佳信息”，确定其倾销幅度。

申请人在初裁后的评论意见中主张，调查机关按照被抽样公司的加权平均幅度来确定未被抽样公司倾销幅度的做法符合中国和世界贸易组织反倾销法律的相关规定。

调查机关经审查认为，根据《反倾销调查抽样暂行规则》第十三条的规定，未单独审查的应诉出口商、生产商的倾销幅度按选取的出口商、生产商的加权平均倾销幅度确定。据此，调查机关决定维持初裁决定。

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、填写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信息可以较为准确、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。

澳大利亚政府在初裁和终裁披露后的评论意见中主张，未登记参加调查的公司和未被调查机关选入抽样样本的公

司不应被视为没有配合调查，不应被裁定较高的倾销幅度。

申请人在初裁后的评论意见中主张，上述公司未参加调查并提供必要信息，应被视为不配合公司，调查机关在已经获得的事实和可获得的最佳信息基础上裁定其倾销幅度的做法并无不妥。

调查机关认为，正如上文所述，调查机关履行了充分的通知和提醒义务。数据显示，有一定比例的生产商或出口商既没有登记参加调查，也没有填答倾销抽样调查问卷。上述公司已经构成未在合理时间内提供必要信息。据此，调查机关决定维持初裁时的认定及做法。

（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，调查机关将最终裁定的各公司倾销幅度在公告附件 1 中列明。

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。

调查机关认定，国内生产的相关葡萄酒和被调查产品的用途基本相同。

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，调查机关在初裁中认定，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。

初裁后，澳大利亚葡萄和葡萄酒协会（以下简称“澳酒业协会”）在其提交的《关于对澳洲葡萄酒反倾销案初步裁定的评论意见》中提出，被调查产品不是“大宗商品”，根据葡萄品种、调配、葡萄采摘年份、葡萄产区、品质、品牌等不同，每款葡萄酒产品都是独特且与众不同的，不能将其做为同一种大宗商品与中国葡萄酒进行比较，并以此为基础进行同类产品、实质损害和因果关系的认定。

申请人在其提交的《相关葡萄酒反倾销案申请人对相关利害关系方初裁后评论意见的评论意见》中认为，不同的葡萄酒在葡萄品种、采摘年份、品质和品牌等方面存在差异，反映的是产品之间的规格或型号不同，但其基本内在特性不存在实质性区别，不同葡萄酒的产品价格存在差异，并不影响不同葡萄酒之间存在的竞争关系，属于同一类产品，且与国内同类产品存在竞争关系。

调查机关进一步调查后认为，第一，自澳大利亚进口的葡萄酒依据不同的葡萄品种、葡萄的采摘年份、葡萄的产区、品质和品牌等因素，可以被划分为不同规格和型号，调查机关对不同规格和型号葡萄酒的物理特性、原材料、生产工艺流程、产品用途、销售渠道和客户群体进行了比较，调查显示，不同规格的葡萄酒产品在理化指标和物理特性方面并无实质性差别，均是通过色泽、含糖量和二氧化碳含量等指标

进行衡量。原料和生产设备、工艺流程基本一致，均是以鲜葡萄或葡萄汁为原料，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。产品用途基本一致，均是作为饮料酒供人消费。销售渠道和客户群体也基本相同，均是通过直接销售、代理销售或网络销售等方式在中国市场进行销售，具有较高的竞争性和可替代性，因此，调查机关认定，自澳大利亚进口的葡萄酒产品虽然有不同规格和型号，但都属于同一类产品。

第二，调查机关对被调查产品和国内同类产品之间，在质量和品质、价格和销售渠道、客户群体以及产品用途之间的竞争条件进行了比较，调查显示，被调查产品有不同价位档次、不同品质的葡萄酒产品，国内同类产品同样也细分为高档葡萄酒和中低档普通葡萄酒。国内相关葡萄酒消费市场是一个竞争开放的市场，被调查产品与国内同类产品都在中国国内市场上销售，国外高档葡萄酒价格的变化，会对消费者选择国内高档或中低档普通葡萄酒产生直接影响，被调查产品与国内同类产品均主要通过直接销售、代理销售等方式同时在国内市场进行销售，并存在共同的客户群体，被调查产品和国内同类产品的销售，没有明显的时间和地域偏好。因此，调查机关认定，在质量和品质、价格和销售渠道、客户群体以及产品用途方面被调查产品与国内同类产品之间存在直接的竞争关系。因此，调查机关认定，自澳大利亚进口的葡

葡萄酒产品虽然有不同的规格和型号，但都属于同一类产品，与国内同类产品之间存在竞争关系，自澳大利亚进口的葡萄酒产品将做为同一类产品与国内同类产品进行同类产品、实质损害和因果关系的认定。澳酒业协会关于被调查产品不应被认定为“大宗商品”，且与国内同类产品不存在竞争关系，不能以此为基础进行实质损害和因果关系认定的主张不成立。

初裁后澳大利亚及食品饮料有限公司（商业用名腾达堡）在其提交的对初裁的评论意见中对调查机关有关中国国内同类产品的四个方面的认定无异议，认为其产品与中国国内同类产品是相似的。

澳酒业协会在其《关于对澳洲葡萄酒反倾销案和反补贴案最终裁定基本事实披露的评论意见》中提出，以千升为单位的葡萄酒产品不是被调查产品，被调查产品装入2升及以下容器，并不是以千升为单位进行销售和购买。

调查机关进一步调查后认为，本次被调查产品范围为原产于澳大利亚的进口装入2升及以下容器的葡萄酒，千升和升均为葡萄酒产品的计量单位，且千升和升本质上为同一种计量单位，并不影响被调查产品和国内同类产品的认定。调查机关对澳酒业协会的主张不予接受。

经进一步调查，调查机关最终认定，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。

澳酒业协会在其《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%。

调查机关在初裁中认定，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。

初裁后，澳大利亚及食品饮料有限公司（商业用名腾达堡）在其提交的对初裁的评论意见中表示尊重中国葡萄酒总产量的核实统计数据。没有利害关系方对此认定提出异议。

经进一步调查，调查机关决定维持初裁结论。调查机关最终认定，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大量增加进行了调查。

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,倾销进口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年倾销进口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年比呈持续显著增长趋势上年上升了2.50个百分点。损害调查期内,

倾销进口产品市场份额呈持续显著增长趋势，调查期内累计增长 8.90 个百分点。

调查机关在初裁中认定，损害调查期内，倾销进口产品的绝对进口数量呈持续大量增长趋势，倾销进口产品市场份额呈持续显著增长趋势。没有利害关系方对此认定提出异议。

经进一步调查，调查机关决定维持初裁结论。调查机关最终认定，损害调查期内，倾销进口产品的绝对进口数量呈持续大量增长趋势，倾销进口产品市场份额呈持续显著增长趋势。

（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倾销进口产品 CIF 价格的基础上，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。国内产业同类产呈持续显著增长趋势品价格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。

澳大利亚政府在其《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。

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。

初裁后，澳酒业协会在其提交的对初裁的评论意见中提出，被调查产品是一种消费品，其与中国国内葡萄酒产品的竞争关系发生在贸易的零售层面，而不是在出厂或进口的节点上，因此，用被调查产品国内进口清关价和国内产业同类产品的出厂价格进行比较存在缺陷。

申请人在其评论意见中认为，被调查产品和国内同类产品的销售渠道上具有相同或相似性，两者既通过经销商等经

销渠道销售，也通过直销的形式直接面向终端消费者，且零售价格会受到经销商的采购渠道、盈利模式、销售平台等多种因素的影响，用零售价格进行比较不能准确反映倾销进口产品和国内同类产品在出厂销售渠道的直接竞争关系。

调查机关进一步调查后认为，第一，调查机关认定被调查产品与国内产业同类产品之间在质量和品质、价格和销售渠道、客户群体以及产品用途方面存在直接的竞争关系。证据显示，被调查产品与国内产业同类产品在国内市场相互竞争，被调查产品与国内产业同类产品均主要通过直接销售、代理销售等方式同时在国内市场进行销售，国内部分经销商既销售被调查产品，也同时销售国内产业同类产品，不同销售渠道和环节被调查产品和国内产业同类产品均存在价格竞争。因此，被调查产品与国内产业同类产品之间的价格竞争并不只存在于零售环节。第二，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，零售环节上的价格很大程度上由经销商决定，其价格受经销商的采购渠道、销售策略、盈利模式和利润水平影响，既不能真实反映被调查产品生产企业和国内同类产业的实际生产经营状况，也不能客观准确地反映倾销进口产品的进口价格对国内产业同类产品的价格的影响。因此，调查机关不接受澳酒业协会关于将被调查产品价格与国内产业同类产品价格在零售环节上进行比较

更为合理的主张。

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，足以对国内产业同类产品价格造成影响。

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单位成本费用上升 25.19%，特别是单位成本上升 30.24%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，销售价格的增长未能合理反映成本的上升，销售价格没有增长到相应的价格水平，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。

调查机关在初裁中认定，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。

澳酒业协会在其提交的对初裁的评论意见中主张，被调查产品出口价格高于国内葡萄酒出厂价，没有证据证明被调查产品抑制了国内产业同类产品的价格。

申请人在其评论意见中认为，进口价格高不代表被调查产品价格不会对国内产业同类产品造成损害，被调查产品进口数量大幅增长，价格下降，极大限制了国内同类产品的价格上涨空间，对国内同类产品造成了严重的价格抑制。

调查机关进一步调查后认为，第一，倾销进口产品对国内产业同类产品价格的影响，包括倾销进口产品数量和倾销进口价格对国内产业同类产品价格的影响。损害调查期内，倾销进口产品的无论是绝对进口数量还是相对进口数量，均持续大幅增加，倾销进口产品数量占中国国内市场份额持续增长，同时倾销进口产品的价格呈下降趋势，且倾销进口产品和国内产业同类产品存在直接竞争关系，因此，倾销进口产品量增价跌对国内产业同类产品的价格足以造成实质负面影响。第二，价格抑制指的是由于倾销进口的影响，国内产业同类产品价格未达到合理的水平，倾销进口产品的价格虽然高于国内产业同类产品的价格，但损害调查期内，倾销进口产品数量累计增长 113.05%，价格累计下跌 15.91%，直接抑制了国内产业同类产品的价格上涨空间，造成国内产业同类产品在成本上涨的情况下无法获得相应的价格上涨。因此，澳酒业协会关于倾销进口产品价格高就没有对国内产业同类产品价格造成抑制的主张不成立。

经进一步调查，调查机关决定维持初裁结论。调查机关最终认定，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）损害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、63.85万千升和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。损害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，没有证据显示国内产业同类产品投融资能力受到倾销进口产品进口的不利影响。

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。

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，在被调查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%，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 and 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单位成本的涨幅，表明销售价格的涨幅并未能合理消化成本的上升，未达到相应的销售价格水平，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在初裁中认定，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。

初裁后，澳大利亚及食品饮料有限公司（商业用名腾达堡）在其提交的对初裁的评论意见中认为，其公司在中国自澳大利亚葡萄酒进口量中占的百分比不到 0.05%，其进口数量对中国国内产业同类产品的影响微乎其微，因此不可能损害或无法影响中国国内或进口市场。

调查机关认为，根据《反倾销条例》第八条的规定，在确定倾销对国内产业造成的损害时，应当审查倾销进口产品的数量、价格及其对国内产业相关经济因素和指标的影响，而不是审查其中一家国外出口商的出口数量和价格，虽然澳大利亚及食品饮料有限公司在中国自澳大利亚葡萄酒进口量中占的百分比不到 0.05%，但调查机关审查的是自澳大利亚进口的倾销进口产品的整体情况，证据显示，2015 年至 2019 年，自澳大利亚倾销进口产品数量持续大幅增加，倾销进口产品的价格对国内产业同类产品的价格造成了抑制，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。

澳酒业协会在其提交的对初裁的评论意见中提出，由于倾销调查期为 2019 年，调查机关没有认定 2015 年 - 2018 年

被调查产品存在倾销，因此该时间段内的国内产业损害不能认为是倾销造成的损害，且 2019 年国内产业并未受到损害，因此不能认定国内产业受到损害。

申请人在其评论意见中认为，产业损害调查期通常为立案调查开始前的三至五年，在分析国内产业的各项经济指标时，应将各个经济指标结合在一起，从它们之间的整体变化和相互关系来考察，而不能利用调查期内个别期间的数据表现进行孤立分析。

调查机关进一步调查后认为，第一，根据我国《反倾销产业损害调查规定》第 18 条的规定，反倾销案件的产业损害调查期通常为立案调查开始前的三至五年，相关葡萄酒反倾销案的产业损害调查期为 2015 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日，符合我国法律的相关规定。第二，关于被调查产品对国内产业影响的审查应包括整个损害调查期内对影响产业状况的有关经济因素和指标发展变化趋势的评估，认定国内产业是否受到实质损害不能仅依据国内产业经济指标在损害调查期中某一个期间的经济指标的表现，而应当综合考虑国内产业各项经济指标在损害调查期内的变化趋势，因此，澳酒业协会关于 2019 年国内产业没有受到损害，国内产业就没有受到损害的主张不成立。

经进一步调查，调查机关决定维持初裁结论。调查机关最终认定，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，倾销进口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。损害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产业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单位成本费用整体上升 25.19%，特别是单位成本上升 30.24%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。

调查机关据此在初裁中认定，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。

经进一步调查，调查机关决定维持初裁结论。调查机关最终认定，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相关政策文件的影响。

澳酒业协会在其《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。

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倾销进口产品 CIF 价的基础上，进一步考虑了损害调查期内汇率、关税税率和清关费用后的人民币价格，数据显示，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納稅负担，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倾销进口产品进口与国内产业遭受实质

损害之间的因果关系。

第四，关于有关政策文件对国内产业的影响。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产业同类产品价格，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，调查机关在初裁中认定，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。

澳酒业协会在其初裁后的评论意见中再次主张，国内产业受到损害，是由于其他经济因素造成的，如其他国家进口的影响、消费政策的影响以及国内产业结构性问题的影响。

申请人在其提交的评论意见中指出，被调查产品的倾销进口行为与国内产业受到的损害之间具有因果关系，其他因素不能否定被调查产品已经对国内产业造成损害的事实。澳酒业协会的相关主张不能成立。

调查机关进一步调查后认为，第一，关于其他国家进口的影响，证据显示，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倾销进口产品进口与国内产业遭受实质

损害之间的因果关系。

第二，关于消费政策的影响，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，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。同时由于倾销进口产品抑制了国内产业同类产品价格，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，澳酒业协会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不能成立。

第三，关于国内葡萄酒产量急剧增长所导致的中国葡萄酒产业结构性问题的主张。调查机关进一步调查后认为，首先，澳酒业协会主张国内葡萄酒产业有结构性问题，成本高，品质和形象不佳，但未提供证据材料支持。其次，澳酒业协会主张的由于上世纪 90 年代和 21 世纪初国内葡萄酒产量急

剧增长导致的国内葡萄酒产业的结构性问题，其发生的时间为 1990 年至 2000 年初，不属于本案损害调查期间。最后，证据显示，损害调查期内，国内产业同类产品质量稳定，符合中国《葡萄酒国家标准》，生产设备主要采用大规模生产的现代化生产设备，企业管理规范，产品规格型号丰富，可以满足不同消费群体的需求。因此，澳酒业协会主张的国内产业同类产品存在结构性问题，导致质量长期下降，品质和形象不佳的主张不能成立。无利害关系方对此提出其他异议。

经进一步调查，调查机关决定维持初裁结论。调查机关最终认定，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。

澳酒业协会和澳大利亚政府在终裁披露后的评论意见中对国内产业、价格影响、实质损害和因果关系的分析提出了评论意见，调查机关在终裁中均予以了考虑。

七、最终调查结论

根据上述调查结果，调查机关最终裁定，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 / 千升）	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%