

中国葡萄酒进口贸易发展的时空特征、主要问题与优化路径

郑国富¹, 于敏^{2*}

(1.广西民族师范学院 商学院, 广西 崇左 532200; 2.农业农村部 对外经济合作中心, 北京 100125)

摘要:中国“入世”以来,葡萄酒进口贸易取得了显著的发展成效,在很大程度上满足了人民日益增长的美好生活需要。为深入探究其发展状况,通过运用联合国商品贸易数据库、国际葡萄与葡萄酒组织等资料,分析了2001-2023年中国葡萄酒进口贸易发展的总体规模、国际地位、市场来源、产品结构、进口均价等特征。发现中国葡萄酒进口贸易发展中仍存在一些问题和不足。其一,进口增长势头极为迅猛,由此导致贸易逆差大幅度扩增,这对国内相关产业产生了较大的冲击。其二,进口来源市场在数量拓展方面较为有限,地区结构也不尽合理,存在着过度依赖部分特定地区的情况。其三,进口均价呈现不断攀升的态势,使得贸易条件逐渐趋于恶化,增加了进口成本及贸易风险。其四,进口监管机制尚不够健全,对于市场竞争秩序的管理也还不完善,存在一些扰乱市场公平竞争的现象。研究结果认为:中国应积极推进国内葡萄酒产业转型升级,培育自身竞争新优势;拓展进口来源市场数量,优化地区结构,增强抵御外部风险能力,提升国际话语权,改善贸易条件;健全进口监管体系,完善产品质量制度,维护公平竞争市场秩序;鼓励国内葡萄酒企业“走出去”,深化国际产能投资合作,提升产业链供应链韧性与安全水平,促进投资带动关联进口增长,实现中国葡萄酒进口贸易可持续健康发展。

关键词:中国葡萄酒;进口贸易;产业安全;国际竞争力

中图分类号:TS262.6

文章编号:0254-5071(2025)08-0304-06

doi:10.11882/j.issn.0254-5071.2025.08.044

引文格式:郑国富,于敏.中国葡萄酒进口贸易发展的时空特征、主要问题与优化路径[J].中国酿造,2025,44(8):304-309.

Spatio-temporal characteristics, main problems and optimization paths of the development of wine import trade in China

ZHENG Guofu¹, YU Min^{2*}

(1.College of Commerce, Guangxi Minzu Normal University, Chongzuo 532200, China;

2.Foreign Economic Cooperation Center, Ministry of Agriculture and Rural Affairs, Beijing 100125, China)

Abstract: Since China's accession to the World Trade Organization, the wine import trade has achieved remarkable development results, largely meeting the people's ever-growing needs for a better life. To deeply explore its development status, using data from the United Nations Commodity Trade Database, the International Organization of Vine and Wine, and other sources, the overall scale, international status, market sources, product structure, and average import price of wine import trade in China from 2001 to 2023 were analyzed. It was found that there were still some problems and deficiencies in the development of wine import trade in China. Firstly, the growth momentum of imports had been extremely rapid, which had led to a significant expansion of the trade deficit and had a considerable impact on related domestic industries. Secondly, the expansion of the import source market in terms of quantity was relatively limited, and the regional structure was not entirely reasonable. There was an excessive reliance on certain specific regions. Thirdly, the average import price had been on a continuous upward trend, which had gradually deteriorated the terms of trade, increasing import costs and trade risks. Fourth, the import supervision mechanism was still not sound enough, and the management of the market competition order was also not perfect. There were some phenomena that disrupt fair market competition. The research results suggested that China should actively promote the transformation and upgrading of its domestic wine industry and cultivate new competitive advantages for itself. Expanded the number of import source markets, optimized the regional structure, enhanced the ability to resist external risks, increased international discourse power, and improved trade terms. Improved the import supervision system, perfected the product quality inspection system, and maintained a fair and competitive market order. Encouraged domestic wine enterprises to "go global", deepen international capacity investment and cooperation, enhanced the resilience and security of the industrial chain and supply chain, promoted investment-driven growth in related imports, and achieved sustainable and healthy development of wine import trade in China.

Key words: wine in China; import trade; industrial safety; international competitiveness

收稿日期:2024-12-23

修回日期:2025-03-22

基金项目:中央农办、农业农村部乡村振兴专家咨询委员会软科学项目(RKX20210401);国家自然科学基金西部项目(19XJY015);广西民族师范学院高层次人才项目(2023SBNGCC006);广西民族师范学院科研项目(1024/10300130)

作者简介:郑国富(1981-),男,教授,硕士,研究方向为农产品贸易。

***通讯作者:**于敏(1980-),女,副研究员,博士,研究方向为国际农业合作。

2001年12月11日中国正式“入世”,标志着开启全面融入经济全球化进程;同时,中国政府积极构建和主动参与区域性自贸协定,实现外贸高速高质发展。20余年来,中国政府有序开放国内葡萄酒^①市场,削减关税,改革税制,优化进口流程,搭建平台,创新方式,为贸易发展营造良好氛围;加之,自贸区零关税的贸易创造效应有效释放^[1],琳琅满目的国外葡萄酒纷纷登陆中国市场,备受追崇,较好地满足了人民日益增长的美好生活需要。目前,中国已位居世界葡萄酒的第11大生产国、第8大消费国、第6大进口国,国内需求旺盛,发展潜力巨大,未来前景看好。2024年11月14日,中国加入国际葡萄与葡萄酒组织(International Organisation of Vine and Wine, OIV),翻开了中国葡萄酒产业国际化发展的“新篇章”。梳理2001年以来中国葡萄酒进口贸易发展的时空特征,剖析存在的问题与原因,反思带来的冲击与影响,探索优化策略与路径,以期更好地推动中国葡萄酒进口贸易可持续健康发展。

1 中国葡萄酒进口贸易发展的时空特征

1.1 总量增长与地位上升

2001-2023年中国葡萄酒进口贸易发展情况见图1。

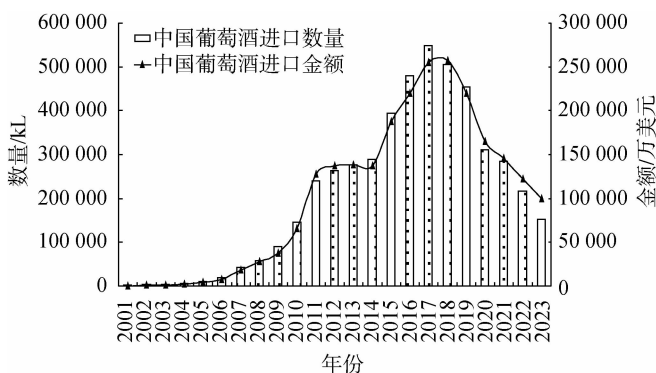


图1 2001-2023年中国葡萄酒进口贸易发展情况

Fig. 1 Wine import trade development in China from 2001 to 2023

由图1可知,2001-2011年为起步高涨期。中国“入世”推动葡萄酒进口贸易顺势而上,规模高涨,地位攀升。2001年中国葡萄酒进口数量为1 883 kL,金额为497.7万美元,约占世界葡萄酒进口总额的0.05%,排名第55位。2006年1月1日中国葡萄酒进口关税税率由“入世”前的43%削减至14%^[2]。2006年中国葡萄酒进口呈“井喷式”增长,数量为20 215 kL,同比增长95.52%,金额为7 678.1万美元,同比增长92.27%。2007年中国葡萄酒进口数量与金额同比增长109.19%和139.71%。2011年中国葡萄酒进口金额突破10亿美元大关,达127 289.9万美元,同比增长94.27%,跃居世界葡萄酒进

口金额第5位;2011年中国葡萄酒进口金额较2001年增长了254倍,成为世界葡萄酒进口增长最快的国家之一。2012-2014年为徘徊调整期。自2012年起中国葡萄酒进口转入连续三年降速徘徊阶段。2012年中国葡萄酒进口金额增速跌至个位数,为8.12%。2013年进口金额增长率仅为0.42%。2014年中国葡萄酒进口首次出现自“入世”以来的负增长,为-1.14%。2015-2018年为企稳回升期。2015年中国葡萄酒进口止跌回升,金额同比增长37.59%,跃居世界第3位,仅次于美国、英国,所占比例为7.97%。2016年4月7日中国财政部等部门将葡萄酒列入《跨境电子商务零售进口商品清单》,给予进口关税减免和其他税费优惠,一大批葡萄酒类跨境电商进口企业如雨后春笋般蓬勃发展,2016年深圳海关备案登记葡萄酒进口企业数量多达3 800家,推动中国葡萄酒进口迈入新一轮高涨期^[3]。2017年中国葡萄酒进口数量攀升至峰值,达548 976 kL,同比增长14.50%,位居世界葡萄酒进口数量第3位。2018年中国葡萄酒进口金额攀升至峰值,达257 329.9万美元,同比增长0.84%,位居世界葡萄酒进口金额第3位,数量为506 364 kL,同比下降7.76%,下滑至世界葡萄酒进口数量第4位。2019-2023年为回落低迷期。中国葡萄酒进口增势骤然逆转,规模缩减,地位下滑。2018-2019年中国财政部等部门曾连续两次下调葡萄酒进口增值税,但葡萄酒进口下滑势头依旧未得到有效遏制。自2019年以来中国葡萄酒进口数量与金额连续“双降”,各年份降幅均超两位数以上。2020年新冠疫情爆发与全球蔓延,国际经贸往来受阻,国内葡萄酒消费需求骤降,进口数量与金额同比下降31.63%和24.59%^[4]。2021年3月28日中国对澳大利亚葡萄酒实施反倾销措施,一定程度上影响中国葡萄酒进口整体发展。2023年中国葡萄酒进口数量为151 643 kL,同比下降29.76%,位居世界葡萄酒进口数量第7位;金额为100 155.1万美元,同比下降18.14%,中国占世界葡萄酒进口总额的3.72%,排名跌至第6位,次于美国(18.20%)、英国(11.51%)、德国(6.63%)、加拿大(6.25%)、荷兰(5.04%)。

1.2 市场来源数量增扩

2001年和2023年中国葡萄酒进口贸易前十位市场来源见表1。由表1可知,法国位居首位,金额为242.2万美元,所占比例为48.66%,前十位市场集中度为97.35%。2002年中国葡萄酒进口来源市场数量增扩至24个。法国凭借其葡萄酒生产规模、品质声誉、营销网络等优势,于2001-2018年连续18年蝉联中国葡萄酒进口榜首,呈“一枝独秀”之势,各年份所占比例均维持在50%左右,2011年占比高达55.42%。

① 根据世界海关组织2022版《商品名称及编码协调制度》(简称,HS),葡萄酒包括:HS220421(≤2 L瓶装葡萄酒)、HS220422(2~10 L的瓶装葡萄酒)、HS220429(其他),HS220422于2017年从HS220429中单列出来。鉴于近年来我国葡萄酒进口贸易金额中HS220421所占比例均超九成以上,2023年HS220421所占比例为92.57%,另外,政府关于葡萄酒进口贸易政策主要集中于HS220421,故本文所分析的葡萄酒限于HS220421(≤2 L瓶装葡萄酒),简称“小瓶装葡萄酒”。

另一方面,智利、澳大利亚、新西兰、格鲁吉亚等自贸协定伙伴逐渐成为中国葡萄酒进口的“新宠”^[5]。根据中国与智利自贸协定安排,自2006年10月1日起中国对智利葡萄酒进口实施降税,于2015年降至零关税^①,智利抢占先机,急速扩张,跃居第3位(2015年),仅次于法国和澳大利亚。根据中国与格鲁吉亚自贸协定安排,自2018年1月1日起中国对格鲁吉亚葡萄酒进口关税税率由原先的14%直接降至0。根据中国与澳大利亚自贸协定安排,自2019年1月1日起中国对澳大利亚葡萄酒进口实施零关税优惠^②,澳大利亚在中国葡萄酒进口市场中“异军突起”,有“后来者居上”之势,2019-2020年澳大利亚超越法国,跃居中国葡萄酒进口首位,2019年金额峰值达81 220.0万美元。2021年中国对澳大利亚葡萄酒实施反倾销措施,中国葡萄酒进口来源格局再次上演“大洗牌”,自澳大利亚进口呈“断崖式”下降,同比锐减93.19%,澳大利亚在中国葡萄酒进口金额中所占比例只剩3.14%,仅为4 578.7万美元,法国重返榜首,同比增长44.45%,所占比例为44.95%。2023年中国葡萄酒进口来源市场数量为51个,总体格局呈现为“一极、双雄、众小”的特征,其中,法国雄居首位,金额为49 198.5万美元,所占比例为49.12%,前十位市场集中度为96.64%;同期,中国自欧盟、发达国家、自贸协定伙伴进口所占比例分别为68.71%、77.02%、21.40%。

表1 2001年和2023年中国葡萄酒进口贸易前十位市场来源
Table 1 Top ten market of wine import trade in China from 2001 and 2023

年份 序号	2001			2023		
	国别 (地区)	金额/ 万美元	比例/ %	国别 (地区)	金额/ 万美元	比例/ %
1	法国	242.2	48.66	法国	49 198.5	49.12
2	澳大利亚	80.0	16.07	智利	17 291.3	17.26
3	美国	56.7	11.39	意大利	10 155.3	10.14
4	意大利	42.7	8.58	西班牙	5 424.3	5.42
5	西班牙	24.5	4.92	美国	4 717.7	4.71
6	德国	13.6	2.73	新西兰	2 860.5	2.86
7	阿根廷	8.1	1.63	德国	2 369.8	2.37
8	智利	7.8	1.57	南非	1 920.9	1.92
9	南非	5.0	1.00	阿根廷	1 699.4	1.70
10	加拿大	4.0	0.80	格鲁吉亚	1 154.5	1.15

资料来源:根据联合国商品贸易统计数据库(UN Comtrade)计算整理所得。

1.3 产品结构趋于优化

“入世”初期,中国葡萄酒进口以散装(HS220429)为主^[6],2001-2023年中国葡萄酒进口贸易产品结构见图2。由图2可知,2001年散装葡萄酒金额和数量所占比例分别为77.49%和93.37%。长期以来,中国散装葡萄酒进口主要来

自于智利,个别年份所占份额达80%以上(2003年智利占所占比例为84.04%),其原因是智利产品性价比高。国内企业通常先从海外进口散装葡萄酒,然后在保税区等分装为小瓶(HS220421),再以“贴牌”、“套牌”或冠之“洋名”等方式批零销售。国内部分传统葡萄酒企业和新设酒类企业竞相加入,热衷于进口“快赚”模式,胜过于传统自产自销式。小瓶装葡萄酒进口方式与渠道主要包括:直接代理进口海外知名品牌产品、进口已投资(收购)海外酒庄关联产品、以跨境电商小规模进口等^[7]。张裕于2005年成立全资先锋国际酒业有限公司,专注海外葡萄酒进口业务,2012-2016年期间全国新设公司数量多达312家。近年来张裕先锋国际酒业有限公司等联合组建锋裕公司,成为中国葡萄酒进口的“航母”。各式“洋葡萄酒”如潮水般涌入,抢滩市场,争夺高端。随着国内消费者对海外小瓶装进口葡萄酒的青睐与信任,以及国家出台小瓶装葡萄酒进口税费优惠等,小瓶装葡萄酒分别于2006年和2009年相继成为中国葡萄酒进口金额与数量的主导,2023年小瓶装葡萄酒进口金额和数量所占比例分别为92.57%和62.62%。

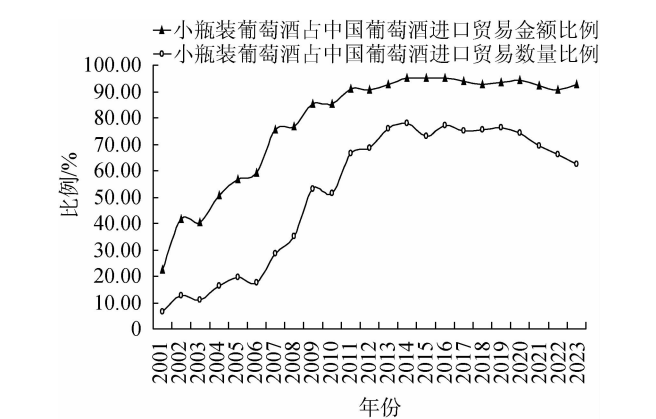


图2 2001-2023年中国葡萄酒进口贸易产品结构
Fig. 2 Product structure of wine import trade in China from 2001 to 2023

1.4 进口均价持续攀升

2001-2023年中国葡萄酒进口均价见图3。由图3可知,2001-2023年中国葡萄酒进口均价总体保持上涨趋势,2001年中国葡萄酒进口均价为2.643美元/L,略低于世界葡萄酒进口均价(2.683美元/L),高于英国葡萄酒进口均价(2.498美元/L)。2012-2021年中国葡萄酒进口均价处于徘徊阶段。2022-2023年虽然中国葡萄酒进口规模持续萎缩,但进口均价仍保持两位数以上高速增长,2023年中国葡萄酒进口均价攀升至峰值,达6.605美元/L,同比增长16.55%,略低于世界葡萄酒进口均价(6.561美元/L),中国自法国葡萄酒进口均价为8.812美元/L,进口数量达55 830 kL;自瑞

① 根据中国与智利自贸协定:2006-2015年中国对智利葡萄酒进口关税税率由基期(2006年)的14%逐年匀速减至0。
② 根据中国与澳大利亚自贸协定:2015-2019年中国对澳大利亚葡萄酒进口关税税率由基期(2014年)的14%逐年匀速减至0。

士进口均价最高,达39.400美元/L,进口数量为15 kL;自白俄罗斯进口均价最低,仅为1.667美元/L,进口数量为6 kL。

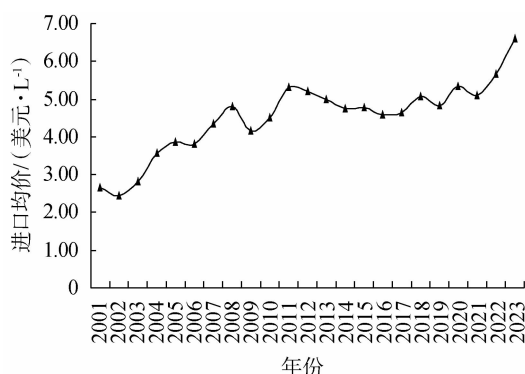


图3 2001—2023年中国葡萄酒进口均价

Fig. 3 Average price of wine import trade in China from 2001 to 2023

2 中国葡萄酒进口贸易发展中存在的主要问题及影响

2.1 贸易结构持续失衡,冲击国内产业发展

2001—2023年中国葡萄酒贸易差额金额见图4。由图4可知,20余年来,受国内需求旺盛驱动、进口优惠政策叠加及欧美葡萄酒文化强势传播等因素综合影响,中国葡萄酒进口总体高涨;但出口业务长期乏力,规模萎缩,后劲不足,以致中国葡萄酒贸易发展一直处于逆差状态,金额累计达214.17亿美元。2001年中国葡萄酒出口金额为401.5万美元,逆差金额为96.2万美元。自2006年以来贸易逆差规模持续增扩。2011年逆差金额突破10亿美元,达125 193.1万美元。2018年逆差金额攀升至峰值,达221 066.8万美元。自2019年以来逆差规模有所控制,增幅收窄。2023年中国葡萄酒出口金额为3 495.5万美元,逆差金额为96 659.6万美元,同比下降18.46%。

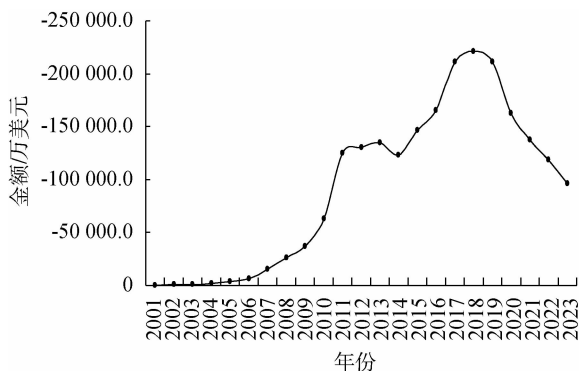


图4 2001—2023年中国葡萄酒贸易差额金额

Fig. 4 Trade balance of wine trade in China from 2001 to 2023

诚然,进口海外优质葡萄酒较好地满足了人民日益增长的美好生活需要;但长期、急速、大规模的进口也给国内相关产业带来严峻挑战和巨大冲击,自身短板凸显、内外问题交织、多重危机潜伏^①。目前,进口葡萄酒在中国国内

消费总量中所占份额已超过1/3,国内葡萄酒企业生存环境急剧恶化,企业数量缩减,产销与利润普降,市场占有率下滑^②。根据中国酒业协会资料:2023年全国规模以上葡萄酒企业数量为104家,已不足2017年(244家)的50%;全国规模以上葡萄酒企业总产量由2012年的138.2万 kL锐减至2023年的14.3万 kL;2023年规模以上葡萄酒企业销售收入仅为90.9亿元,仅相当于2016年(464.54亿元)的五分之一左右;2023年规模以上葡萄酒企业利润为2.2亿元,较2015年(52亿元)缩减95%以上^③。从生产供给端分析,张裕A(股票代码000869)长期作为国内葡萄酒行业的龙头企业,2023年度其葡萄酒主营利润仅为18.53亿元,直接腰斩,不足2011年的50%^④。另外,诸如通葡(股票代码:600365)、中葡(股票代码:600084)、威龙(股票代码:603779)、莫高(股票代码:600543)等国内上市葡萄酒公司经营纷纷陷入连年亏损的“泥潭”,甚至遭遇退市与破产之厄运,其中,通葡、莫高等被ST警示,中葡已退市并被中信尼雅葡萄酒有限公司取代^⑤。从消费需求端分析,海外葡萄酒凭借其优良品质与赫赫声誉急速抢滩国内中高端市场,赢得高度认同与信任,日益成为行业产品的“正宗”和高品质的“代名词”,其替代与挤出效应“所向披靡”^⑥;另一方面诸多国内葡萄酒企业内外交困、江河日下,被排挤至中低端市场和边缘地带。国内葡萄酒产业已陷入“实质性阻碍”境地,前景堪忧、不容忽视,亟待积极应对、统筹谋划、破局突围、绝境重生^⑦。

2.2 来源结构不合理,外部风险集聚

中国葡萄酒进口来源市场数量拓展不足,尤其自2018年以来进口市场数量逆势缩减,由2018年的67个缩减至2023年的51个。2023年中国进口来源市场数量尚不足全球葡萄酒出口市场数量(155个)的1/3。美国作为当今世界葡萄酒进口贸易第一大国别市场,其进口来源市场数量多达67个。囿于中国葡萄酒进口来源市场数量有限,导致市场集中度持续走高,加剧外部风险集聚,且不易分散与化解。2001—2023年中国葡萄酒进口市场数量和集中度见图5。由图5可知,20余年来,中国葡萄酒进口前十位市场集中度一直维持在95%以上,总体偏高,甚至近两年呈反弹上扬态势。

长期以来,中国葡萄酒进口市场来源结构表现为高度依赖性与非对称性并存之特征。中国葡萄酒进口对第一大来源市场依存度均在50%以上,除2019年和2020年个别年份外,法国一直雄居中国葡萄酒进口来源榜首,影响广泛且深远;同时,中国自法国葡萄酒进口主要集中于波尔多、勃艮第等地区的少数葡萄酒企业或酒庄。但另一方面法国葡萄酒出口对中国市场依赖度较为有限,2023年中国仅占其出口总额的5.65%,排名第5位。非对称性贸易依赖格局进一步加剧中国葡萄酒进口风险,导致国际谈判回旋余地有限,时常受制于人。横向对比分析,中国长期位居世界前

① 根据张裕A(股票代码:6000365)历年财务报表资料:2011年其葡萄酒主营收入、利润、毛利率分别为49.67亿元、39.37亿元、79.25%;2023年上述三项指标分别降至31.39亿元、18.53亿元、59.04%。

十位葡萄酒进口国家(地区)的第一大进口来源所占比例之首。美国葡萄酒进口市场分布结构相对合理,2023年其前二大市场(法国、意大利)所占比例分别为32.34%和31.69%,呈平分秋色、有效制衡、竞合发展态势。

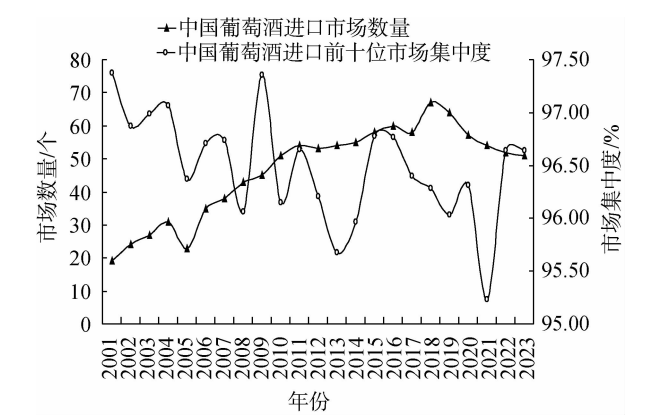


图5 2001–2023年中国葡萄酒进口市场数量和集中度
Fig. 5 Market number and the concentration of wine import trade in China from 2001 to 2023

2.3 进口均价持续上涨,贸易条件恶化

2001–2023年中国葡萄酒进口均价总体攀升,尤其近两年,进口均价增幅达10.99%和16.55%,贸易条件加速恶化。2023年中国葡萄酒进口前十位国家均价情况见表2。

表2 2023年中国葡萄酒进口前十位国家均价情况
Table 2 Average price of wine import trade in China from the top ten countries in 2023

国别	中国进口 均价/ (美元/L)	同比 增长/ %	对世界出 口均价/ (美元/L)	对中国出 口均价/ (美元/L)	同比 增长/ %
法国	8.812	11.32	8.245	8.740	10.65
智利	4.470	6.96	3.220	4.000	2.96
意大利	7.341	24.02	4.711	6.585	18.50
西班牙	3.597	25.73	2.997	3.442	26.78
美国	14.812	25.45	8.754	13.826	106.45
新西兰	9.953	-19.06	3.689	5.052	4.57
德国	5.660	2.74	3.723	5.910	0.85
南非	3.580	-0.39	3.049	3.552	9.77
阿根廷	6.741	29.83	4.221	6.450	28.28
格鲁吉亚	3.653	3.60	1.726	2.066	2.73

资料来源:根据联合国商品贸易统计数据库(UN Comtrade)计算整理所得。

由表2可知,2023年中国葡萄酒进口前十位市场中的进口均价普遍上涨,其中,中国自法国葡萄酒进口均价同比增长11.32%。同时,前十位市场对中国葡萄酒出口均价显著高于其对世界出口均价,尤其美国、德国、阿根廷等对中国葡萄酒出口均价超出其对世界出口均价50%以上。

究其根源在于:进口来源市场数量相对有限和非对称性贸易依赖关系。

2.4 进口监管机制不健全,市场竞争秩序不完善

近年来,全球葡萄酒市场总体产能过剩,供过于求日趋严重,根据国际葡萄与葡萄酒组织(OIV)统计,2023年全球葡萄酒库存增量约为16亿L。世界葡萄酒主要出口国家为去库存与抢占市场,频以低价策略甚至不惜非法倾销,破坏公平竞争市场秩序,冲击我国国内葡萄酒产业正常发展^①。法国长期雄踞中国葡萄酒进口来源市场榜首,低价竞争显著。2001–2023年法国对中国、美国、日本葡萄酒出口均价见图6。由图6可知,2023年法国对中国葡萄酒出口均价为8.740美元/L,明显低于其对美国(11.522美元/L)、日本(11.094美元/L)等发达国家出口均价;甚至还低于对泰国(18.127美元/L)、越南(10.433美元/L)等发展中国家出口均价。另外,近年来葡萄酒进口走私案件频发,形式多样,涉案金额与数量巨大,各类假冒伪劣产品趁机涌入,鱼目混珠,泥沙俱下,乱象环生,产品质量参差不齐,危害人民健康安全,扰乱正常市场秩序,损害合法进口权益。

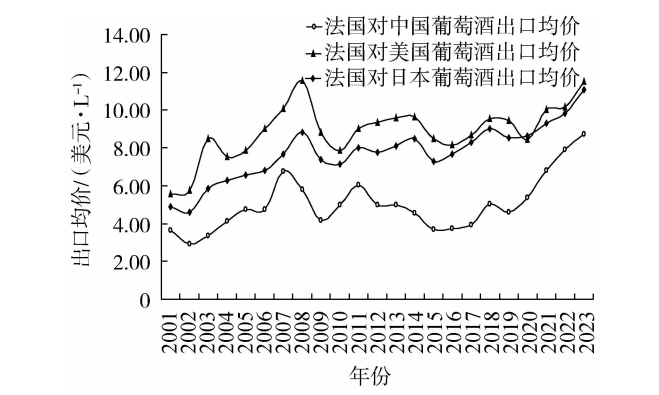


图6 2001–2023年法国对中国、美国、日本葡萄酒出口均价
Fig. 6 Average price of France’s wine export to China, USA and Japan from 2001 to 2023

3 政策建议

3.1 推进产业转型升级,培育竞争新优势

新时期,以习近平总书记关于“发展新质生产力”重要论述为理论指引,贯彻新发展理念,完善顶层设计,深化国内葡萄酒产业供给侧结构性改革,加速转型升级,夯实根基,凝练特色,发挥后发优势,培育竞争新优势。加大产业扶持力度,优化扶持措施,统筹国内葡萄酒原料产区中长期建设规划,稳定酿酒葡萄种植规模,实施“良区、良种、良法”模式,实现增量提质发展。秉持绿色兴农理念,发展有机生态终端产品。坚持科技兴农战略,引进国外先进技术与设备,提升数字化与智能化水平,重视专业技术人才培养^[4]。实施品牌战略,质量为本,久久为功,有所作为^[15]。借鉴国际葡萄酒标准,完善国内质检体系,构建具有统一的、

① 2013年7月1日中国对欧盟葡萄酒进口实施反倾销和反补贴调查,后经双方协商,中国终止调查;2021年3月28日中国对澳大利亚正式实施反倾销措施,加征反倾销关税税率为116.2%–218.4%,2024年3月28日经双方协商,中国终止实施。

权威性的产品等级评价体系^[16]。推进“原产地命名保护制度”(Appellation d'origine contrôlée, AOC),加强知识产权保护。鼓励国内葡萄酒企业差异化竞争、细分市场、错位发展,以市场需求为导向,协调高中低端布局^[17]。挖掘中国葡萄酒历史文化精髓,塑造富有中国特色的葡萄酒文化,加强舆论宣传引导,增强国民对国产葡萄酒的认知与认同,重建信心与信任^[18]。

3.2 拓展进口市场数量,优化地区分布结构

坚定不移地实施扩大开放战略,提升对外开放水平;同时,依托我国超大规模市场优势,优化管理措施,增强外贸自主权与平衡能力。发挥“看不见的手”与“看得见的手”的功能,激活市场主体活力,实现外贸高质量可持续发展^[19]。坚持“拓来源,调结构;促竞争,强自主”发展策略,常规化动态化调整。增扩进口来源市场数量,减轻对个别市场依赖,优化地区分布结构,增强抵御国际风险的能力和韧性。强化主要来源市场间相互竞争,弱化单一市场垄断性,构筑制衡竞争格局,增强自主能力,维护贸易利益。密切与世界葡萄酒中小型出口国家贸易合作,满足多样性选择,提升国际话语权。参与区域性自贸协定安排,加速零关税进程,增扩自贸协定伙伴业务。开展国际市场调研与信息收集,参与国际博览会、评奖会,根据世界各国葡萄酒产量规模与品质优势,牵线搭桥,拓展朋友圈。发挥国内葡萄酒行业协会和进口商会的功能与作用,统筹协调,增进沟通,强化合作,减少内部恶性竞争,提升外贸综合利益。

3.3 完善进口监管机制,营造公平竞争市场秩序

政府建立健全葡萄酒进口业务监管制度,完善立法,严格执法。搭建葡萄酒进出口贸易信息平台,密切跟踪国际市场供求动态,及时发现贸易合作中存在的问题,完善国际风险评估与市场预警机制^[20]。发挥政府、企业、商会、研究机构的优势,构建对葡萄酒主要进口来源市场及重点企业业务合作的监测体系,加强对出口商备案管理,建立“双反”预警与应对机制,完善国内产业发展评估与咨询业务,及时鉴别国际贸易中的不公平竞争,查处各类违法行为,营造良好的竞争秩序与市场环境^[21]。完善进口葡萄酒产品质检标准与要求,加大知识产权保护,规范产品的标签标识管理,打击进口产品信息中的虚标乱标现象,严处各类假冒伪劣产品^[22]。延伸海关监管领域,严厉打击各类非法走私进口活动,维护合法权益。

3.4 加大海外投资合作,构筑稳定产业链供应链

坚持系统思维,完善产业发展顶层设计,精心谋划,合理布局,科学引导,鼓励国内葡萄酒类企业实施“走出去”战略,提升产业发展的国际水平^[23]。增大对海外优质葡萄园、酿酒庄园投资合作,投资或并购海外葡萄酒企业和酒庄的资产或股份,提升国际资本市场运作能力,优化资源配置,构筑稳定的海外葡萄酒原料的来源渠道和生产基地,增强产业发展主动权^[24]。引导国内企业参与国际产业上

下游分工合作,构筑全产业链。完善海外投资关联产品进口管理制度,优化进口流程,简化通关手续,降低通关费用,提升产业链供应链安全性。融入国际葡萄与葡萄酒组织(OIV),参与国际行业治理与标准制定,提供中国智慧与方案,提升国际话语权。创新贸易方式,丰富“互联网+葡萄酒”合作模式^[25],整合优质资源,拓展线上线下渠道,优化国际物流与配送,实现中国葡萄酒进口贸易可持健康发展。

参考文献:

- [1] 姜书竹. 关税下调对中国葡萄酒进口的影响及对策[J]. 当代经济管理, 2013, 35(6): 26-30.
- [2] 张燕, 朱济义. 中国葡萄酒行业现状、存在的问题及发展趋势[J]. 酿酒科技, 2009(11): 128-131.
- [3] 唐文龙, 火兴三, 肖永杰. 进口葡萄酒在中国市场的分销渠道演进[J]. 中外葡萄与葡萄酒, 2024(1): 100-111.
- [4] 刘世松. 新冠肺炎疫情对中国葡萄酒行业的影响及对策建议[J]. 中外葡萄与葡萄酒, 2020(2): 68-71.
- [5] 赵青松, 甘山亮. 中国进口葡萄酒市场的国别分析及发展趋势[J]. 中国酿造, 2020, 39(10): 216-219.
- [6] 张丽艳. 中国葡萄酒贸易格局分析及展望[J]. 世界农业, 2012(12): 128-131.
- [7] 刘世松, 唐文龙. 中国葡萄酒生产与市场发展70年[J]. 中外葡萄与葡萄酒, 2020(1): 9-14.
- [8] 刘世松. 中国葡萄酒产业面临的危机与对策[J]. 酿酒, 2011, 38(5): 80-83.
- [9] 唐文龙, 阮仕立, 刘涛, 等. 2012-2020年中国葡萄酒行业回顾与展望[J]. 中外葡萄与葡萄酒, 2021(5): 87-93.
- [10] 韩永奇. 中国葡萄酒产业发展现状、问题及对策研究[J]. 新疆农垦经济, 2020(11): 70-77.
- [11] 许靖, 代晓霞, 王旭, 等. 我国葡萄酒产业发展的掣肘因素分析及对策建议[J]. 中外葡萄与葡萄酒, 2022(6): 111-114.
- [12] 陈万钧, 许教伍. 回望: 入世十年的中国葡萄酒[J]. 中外葡萄与葡萄酒, 2012(2): 66-69.
- [13] 金颖琦. 中国葡萄酒进口现状及对产业的影响[J]. 轻工标准与质量, 2013(6): 13-15.
- [14] 刘世松, 营葵. 中国葡萄酒产业现状剖析及发展研究[J]. 酿酒, 2016, 43(5): 13-17.
- [15] 李建芳, 李益. 中国葡萄酒产业特点及竞争策略[J]. 中外葡萄与葡萄酒, 2018(5): 62-67.
- [16] 穆维松, 吴晓倩, 齐建芳, 等. 中国葡萄酒产业发展形势及市场需求特征分析[J]. 中外葡萄与葡萄酒, 2022(4): 81-89.
- [17] 田伟业, 杨和财, 张军翔, 等. 中外葡萄酒产品等级分类评价级启示[J]. 中国酿造, 2020, 39(10): 220-224.
- [18] 莫寅斌, 江志国, 孙登泊, 等. 文化自信视域下特色的中国葡萄酒文化的建设路径[J]. 中国食品工业, 2024(15): 77-79.
- [19] 李媛媛, 王鲁泉, 张栋. 我国葡萄酒产业竞争力意识路径探析[J]. 中外葡萄与葡萄酒, 2022(3): 78-83.
- [20] 廖娅琳. 中国葡萄酒进口贸易特征及影响因素研究[D]. 昆明: 云南大学, 2016.
- [21] 刘中建. 葡萄酒进口贸易风险防范机制研究[J]. 港口经济, 2016(9): 54-56.
- [22] 杨和财, 房玉林. 中国葡萄酒产业发展动力、潜在风险与对策研究[J]. 经济问题探索, 2008(3): 30-33.
- [23] 刘世松. 进口葡萄酒对我国葡萄酒产业的影响及对策[J]. 中国市场, 2011(45): 157-158.
- [24] 张石芬, 田志宏. 我国葡萄酒进口需求及产品异质性的实证研究[J]. 国际贸易问题, 2012(5): 139-147.
- [25] 黄天柱, 张欣悦, 薛春丽. 葡萄酒全产业链深度融合国际比较分析[J]. 中国酿造, 2023, 42(9): 240-245.