

2026/02/05

作者：駐法國代表處經濟組 吳組長嘯吟

## 歐盟-印度 FTA：法國產業的戰略轉向與現實紅利

綜整近期法媒與官方報導，甫於上(1)月 26 日正式達成的「歐盟-印度自由貿易協定」，被法國視為兼具經濟與地緣政治意義的關鍵里程碑。相較於先前在與南方共同市場 ( Mercosur ) 協定上引發的激烈反彈，法國政府與主流媒體對此次協定展現出「務實的歡迎」。究其主因在於，該協定被定位為歐盟推動「戰略自主」的重要支柱之一，在美國保護主義升溫與對中國供應鏈風險升高的背景下，印度被視為具規模、具潛力且相對穩定的替代夥伴。

根據法國公共投資銀行 ( Bpifrance ) 的專文分析，該協定為法國工業體系，特別是 French Fab 工業品牌，帶來明確且具體的關稅紅利。汽車產業被視為最大受益者之一：原本高達 110% 的進口關稅，將在每年 25 萬輛 ( 涵蓋燃油車與電動車 ) 的配額內大幅降至 10%，不僅有利於整車製造商，也為龐大的零組件供應鏈打開市場。航太產業方面，原先最高 11% 的關稅將全面歸零，對以空中巴士 ( Airbus ) 為核心的法國航太供應鏈構成實質利多。重工業、化學、醫材與製藥領域亦同步受惠，部分機械

設備關稅曾高達 44%，未來將分階段免稅，有助於法國精密化工與醫事技術進軍印度這個高速成長市場。

值得注意的是，法國此次對協定的支持，建立在明確的「農業紅線」之上。為避免重演 Mercosur 協定引發農民反彈的經驗，歐盟刻意將牛肉、家禽、稻米與糖等高度敏感農產品排除在自由化範圍之外，成功降低國內政治風險。除工業部門外，烈酒與葡萄酒產業亦被看好，葡萄酒關稅有望從 150% 降至約 20–30%。然而，國內仍存在謹慎與批判聲音，部分左翼團體質疑該協定更有利於德國重工業，並對印度的人權與勞工標準提出疑慮。整體而言，這項 FTA 反映了法國在價值堅持與產業現實之間，選擇更具戰略計算的平衡路線。

備註:經濟部駐外單位為利業者即時掌握商情，廣泛蒐集相關資訊供業者參考。國際貿易署無從查證所有訊息均屬完整、正確，讀者如需運用，應自行確認資訊之正確性。

[歐盟-印度 FTA：法國產業的戰略轉向與... | 經貿透視雙周刊](#)

2026/02/12

作者：駐芬蘭代表處經濟組 梁組長佳聿

## 芬蘭無規範酒品進口業者需對進口酒品投保產品責任險

芬蘭無明確規範酒製造業者需對進口之酒品投保產品責任險、公共責任意外險或火險。芬蘭酒類食品法(Alcohol & Food Act)僅規範進口商須對其所售之酒類品之品質、成分、標示及其他顯示方式符合規範。酒品進口商是否投保產品責任險係自行考量決定。

芬蘭酒類食品法(Alcohol & Food Act)僅規範進口商須對其所售之酒類品之品質、成分、標示及其他顯示方式符合規範。在芬蘭廠商必須投保雇主職員退休保險及環境險，至於酒製造業者是否投保產品責任險、公共責任意外險或火險等為自行考量決定。

備註:經濟部駐外單位為利業者即時掌握商情，廣泛蒐集相關資訊供業者參考。國際貿易署無從查證所有訊息均屬完整、正確，讀者如需運用，應自行確認資訊之正確性。

[芬蘭無規範酒品進口業者需對進口酒品投保產... | 經貿透視雙周刊](#)

2026/02/13

作者：台灣貿易中心成都代表處

## 中國大陸中西部酒類市場發展與進口法規概況

一、大陸酒類進出口現況：進口轉型、出口穩增

依中國大陸食品土畜進出口商會 2025 年前三季度統計，大陸酒類市場正處結構調整期，進口整體走弱、出口穩定成長，反映消費趨勢改變與國產酒國際競爭力提升。

進口市場：量減價升，品類快速替換

整體酒類進口金額同比下滑 13.9%，屬結構優化而非市場萎縮：

- | 烈酒：量增 6.8%、額減 24.2%。干邑大幅衰退 56%，威士忌量增 33.3%，但均價下滑，伏特加、龍舌蘭等小眾烈酒成長超 50%；大陸白酒進口逆勢上漲 40.4%，主要進入免稅通路。
- | 葡萄酒：量減 22.6%、額減 4.5%、均價上漲 23.4%。澳洲葡萄酒憑零關稅拿下 41.65%市占，擠壓法國酒市占。
- | 啤酒：進口量價齊跌，國產精釀替代效應明顯，僅無醇啤酒進口成長 13.1%。

出口市場：全線成長，白酒、啤酒為主力

前三季度酒類出口金額同比成長 7.9%：

- 白酒：出口額破 7 億美元、年增 5.3%，以香港為最大市場，並逐步擴及英國、緬甸等主流市場。
- 啤酒：出口額 4.1 億美元，量額均增約 17%，以高 CP 值搶攻亞洲市場。
- 葡萄酒：金額雖小但增幅達 137.4%，高度依賴香港轉口與電商。

整體觀察，大陸酒類出口已從華人市場，逐步走向國際主流通路。

二、大陸白酒內需：中西部為核心腹地，香型格局穩定

白酒在大陸酒類消費占比達 59%–67%，商務、禮贈、宴席為主要場景，低度、時尚化白酒也擴大年輕客群。

中西部為白酒重點產區與消費區，三大香型優勢明確：

1. 濃香型：川酒獨大，市占絕對領先

以香氣濃郁、口感綿甜為主，四川產量占比超 95.7%。

2025 年川酒銷售規模突破 1800 億元，濃香型達 1570 億元；

四川零售市場中濃香型占 70.6%，成都單一市場貢獻超五成。五

糧液、瀘州老窖為指標品牌。

## 2. 清香型：口感柔和，年輕客群擴大

清香型工藝簡、週期短、價帶親民，在中西部快速成長。

山西汾酒為龍頭，2025 年前三季度營收 329.24 億元，並透過通路下沉縣市，帶動整個香型市占提升。

## 3. 醬香型：高端化明顯，茅台帶動產業

醬香主打高端、商務禮贈，茅台為絕對領導品牌。

2025 年前三季度茅台營收 1309.04 億元，年增 6.32%，鞏固大陸高端白酒龍頭地位。

此外，兼香型、米香型等在湖北、湖南等地形成區域特色，成為市場補充。

## 三、中西部重點酒類品牌（外貿產業觀點）

### 湖北

1. 白雲邊：兼香型代表，2025 年營收 87.2 億元，湖北宴席市場主流。

2. 稻花香：濃香型為主，深耕縣鄉下沉市場，穩定擴張市占。

## 湖南

1. 酒鬼酒：馥郁香型代表，受高端市場調整影響，2025 年前三季度表現承壓。
2. 湘窖：具濃、醬、兼香生產能力，積極擴建醬酒產能，深耕湖南並向外擴張。

## 四川

1. 五糧液：濃香型龍頭，全球能見度高，穩居中西部高端白酒核心。
2. 瀘州老窖：國窖 1573 為旗艦，強化品牌年輕化與場景行銷。

## 四、2026 年大陸酒類進口法規：關稅調整 + 標籤嚴管 + 品質把關

2026 年大陸針對酒類進口展開新一輪規範，降低部分關稅、強化合規門檻，有利正規貿易、壓縮灰色通路。

### 1. 關稅調整

核心品項稅率穩定，周邊品項調降：

- 葡萄酒 14%、白酒 20%、啤酒 0%–35%，普通稅率維持 180% 高檔。
- 味美思關稅，由 65%降為 30%，橡木桶零件由 12%降為 5%，部分木材製品零關稅。
- 與東協、澳洲等 FTA 國家持續給予優惠關稅，澳洲葡萄酒受惠最明顯。

## 2. 標籤預審制度 ( 2026 年上路 )

廣州、上海海關先行試辦「標籤預審核」：

- 強制標示：品名、成分、酒精度、容量、原產地、經銷商資訊等。
- 葡萄酒須標品種、年份；果酒須明確防腐劑含量。
- 平行輸入須提供發票、產證、付款證明等，落實「貨、證、款、運」全鏈管理。
- 不合格將退運、銷毀。

## 3. 品質安全強化

海關擴大檢驗項目，針對防腐劑、微生物、食品添加劑加嚴把關。

不合格產品禁止進口，業者列入信用記錄，影響後續通關效率。

## 五、產業外貿結論

2025–2026 年大陸酒類市場呈現三大趨勢：

1. 進口走向高質化、品牌化，量減價升、結構持續優化。
2. 出口穩健成長，白酒、啤酒逐步打開國際市場。
3. 中西部為白酒核心產區，香型格局穩定，區域品牌與全國品牌並存。
4. 2026 法規趨嚴，關稅釋放紅利、標籤與品質加強監管，有利正規貿易商長期經營。

整體而言，大陸酒類市場正朝「品質化、品牌化、規範化」發展，無論是國產全球化或外酒本土化，合規與通路能力將成為關鍵。

[中國大陸中西部酒類市場發展與進口法規概況 | 經貿透視雙周刊](#)