

日商 Suntory 推出「零醣質」啤酒上市銷售

1. 據日本朝日新聞本(2)月 27 日報導稱，日商 Suntory 公司頃對外宣布預定本(2021)年 4 月 13 日在市場推出「零醣質」罐裝啤酒銷售，此將係繼 KIRIN 啤酒公司於去(2020)年秋天推出後，第二家推出「零醣質」啤酒的廠商。
2. 上述商品名稱為「PERFECT SUNTORY BEER」，酒精濃度 5.5%，特徵為口感及爽口餘韻，預計為 350 毫升裝，在超市的價格為未加消費稅價格為 198 日圓。由於要將啤酒製作成「零醣質」，需有著相當高的技術門檻，目標瞄準健康意識較高消費者的青睞。
3. KIRIN 啤酒公司去(2020)年 10 月推出「一番搾、醣質 0」啤酒產品，約 4 個半月內售出 50 萬箱，銷售狀況相當良好。另外，日商 Asahi 啤酒的公關負責人員表示，「若能實現顧客追求的好喝爽口，將檢討是否推出零醣值啤酒」；而 SAPPORO 啤酒公司則表示，「正在檢討各種可能性，惟目前不方便對外透露相關內容」。

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。國際貿易局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。

<https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=782862&iz=6>

西班牙卡斯蒂利亞-萊昂(Castilla y León)自治區魯埃達(Rueda) 原產地標示葡萄酒之奇蹟與現況

根據西班牙國家報(El País)2021年3月1日報導，西班牙卡斯蒂利亞-萊昂(Castilla y León)自治區魯埃達(Rueda)通過原產地標示(denominación de origen, DO)，有助葡萄酒產業之發展，惟其成長係來自商品產量或品質，則看法各異。近年來魯埃達之主要葡萄酒包括白葡萄酒及維岱荷(verdejo)葡萄酒，其商品由第2名通過歐盟原產地標示轉變為市占率高達11.4%，僅次於拉里奧哈(La Rioja)葡萄酒，被視為魯埃達奇蹟。目前魯埃達葡萄酒國內市占率為39%，惟並非所有的維岱荷葡萄酒均在魯埃達釀製，魯埃達同時擁有其他原產地標示名稱之商品，且在魯埃達釀製之葡萄酒並非均為維岱荷品種葡萄所釀製之商品。當地同時種有少量之維拉(Viura)、巴洛米諾(palomino)或長相思(Sauvignon blanc)等品種之葡萄。魯埃達葡萄酒之重要性，主因為銷售量大且遠近知名。然而，該商品快速成長亦衍生對該原產地標示之葡萄酒生產方式及需求變更之疑問。

魯埃達原產地標示商會(la Cámara de la Denominación de Oriegen de Rueda)會長 Santiago Moro 認為，魯埃達白葡萄酒需求增加關鍵為消費者對其品質深具信心及其價格具競爭力。

渠認為魯埃達葡萄酒銷售成長主要來自國內市場需求增加，應積極拓銷國外市場、強調該葡萄酒品質、加強廣宣品牌及拓展多元化通路。近來魯埃達所在自治區政府亦修改葡萄酒釀製規範，將申請特級魯埃達葡萄酒(Gran Vino de Rueda)原產地標示，規範僅以逾 30 年葡萄園所種植之葡萄釀製，限制每公頃種植及生產葡萄最高為 1 萬公斤，調降其產量至 6,500 公斤且將其壓榨量減為 65%。為取得維岱荷白葡萄酒之差異化價格，近年來當地許多酒莊引用如更多的酒桶或酒窖等新技術及製程釀酒。

以商業角度而言，為避免魯埃達原產地標示葡萄酒於未來崩壞，應對外拓銷。目前魯埃達葡萄酒在歐洲德國及荷蘭等地已廣為人知，併於全球 100 個國家及地區銷售，但外銷僅占總生產量之 13%，爰應深耕及拓銷國際市場。另在國內市場方面，32.8%之商品係經由通路銷售，44.5%則經由旅宿餐飲業銷售。

儘管魯埃達維岱荷白葡萄酒近年來在市場銷售及形象均大幅成長，實際上該品種之葡萄係自北非引進，其種植歷史已逾千年，19 世紀末種植面積約 9 萬公頃。該地區之葡萄酒於 16 世紀至 17 世紀已非常著名，可見於西班牙大文豪 Lope de Vega、Quevedo 或 Cervantes 等作品。魯埃達原產地標示葡萄酒始於 1980 年，為卡斯蒂利亞-萊昂自治區第 1 個取得原產地標示之葡萄酒，近年來於市場表現穩定。主要在巴利亞多利德(Valladolid)及

塞哥維亞(Segovia)等地區種植，由於市場需求增加，現已拓展至 70 多個市鎮種植，面積約 2 萬公頃，其中 1 萬 7,000 公頃種植維岱荷品種。由於葡萄種植面積增加，產量由平均 5,000 萬瓶增加至 8,300 萬瓶至 9,300 萬瓶，而原產地價格則約 3 億歐元。

魯埃達葡萄酒之盛名不僅促使當地釀酒廠擴廠及現代化，更吸引西國大釀酒集團設廠。目前當地有 70 多個酒莊，其中半數酒莊係成立 10 年內之新酒莊。知名老葡萄酒莊則包括 Cuatro Reya s 合作社、Félix Sanz、García Carrión、Félix Solís、Beronia、Yllera、Ramón Bilbao、Portos、Palacios、J.Pariente、Torres、Marqués del Riscal 及 Matarromera 等。

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。國際貿易局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。

<https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=783122&iz=6>

美國暫停徵收英國烈酒懲罰性關稅，英美正協談進一步免稅協議

美國政府同意暫停其在如蘇格蘭威士忌等英國出口產品上徵收懲罰性關稅，引發外界希望，脫歐後跨大西洋貿易協議談判仍持續進行。

2019 年，當時美國川普總統針對一系列歐盟進口產品徵收 25%

懲罰性關稅，在長達 16 年航空業國際爭端中，支持美國波音公司對抗歐洲空中巴士公司。根據 2 月數據，單看蘇格蘭麥芽出口項目，可見懲罰性關稅已減少 5 億英鎊銷售。

英國國際貿易部於 3 月 4 日表示，由於 1 月政府取消對波音公司懲罰性措施，拜登政府也暫停徵收對英國產品之懲罰性關稅。該部部長 Liz Truss 指出，此顯示英國及美國決心共同努力，重建自方經濟，使雙方貿易關係可達新高度。據稱雙方「和解協議」(rapprochement)將取消一系列商品關稅，包括 1100 萬英鎊之羊絨商品、3800 萬英鎊之豬肉產品以及 4500 萬英鎊之起司交易。英國將繼續與美國尋求公平方案，解決其餘懲罰性關稅項目。雙方正在制定一項可能免除 5 億英鎊之關稅協議。

英國工商總會祕書長 Tony Danker 表示，希望此將為美國與脫歐後英國之間，建立更良好的貿易關係。懲罰性關稅正損害雙方商業利益。新協議將可解決各項爭端，為談判奠定基礎。在各企業仍受新冠疫情影響當下，貿易爭端中沒有贏家。全球貿易及投資是經濟復甦的關鍵。

此舉使英國與歐盟背道而馳，在世界貿易組織裁定美國政府向波音公司提供非法國家援助後，歐盟對美國進口產品徵收高達 40 億美元(30 億英鎊)關稅。此爭議最早可追溯至 2006 年，美國政府抱怨空中巴士獲歐盟補貼，使波音公司處於競爭劣勢。

英國 Diageo 烈酒公司執行長 Ivan Menezes 表示，昨(4)日宣布暫停烈酒稅，加上航空業長期爭端之最終解決方案，將為蘇格蘭及英國提供數千個就業機會。在英國烈酒業慶祝的同時，美國蒸餾酒協會(Distilled Spirits Council)則指出美國威士忌廠仍受營利虧損，呼籲其政府採取進一步行動以防止損失，其發言人指出，為美國暫停徵收英國酒懲罰性關稅 4 個月表示歡迎，但對英國仍向美國威士忌徵稅感到失望。統計顯示，自該稅開始徵收起，美國威士忌向英國(美國第 4 大市場)出口下降高達 53%，從 1.5 億美元縮減至 7100 萬美元。

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。國際貿易局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。

<https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=783317&iz=6>

南非菸酒產品消費稅將提高 8%

據南非商業科技網站 2 月 24 日報導，南非財政部長姆博韋尼發表 2021 年度預算演講時表示，政府將把菸酒產品消費稅提高 8%，增稅措施將立即生效。姆博韋尼認為，過度飲酒會對社會和健康造成負面影響，價格上漲將會減少酒類產品銷售並帶來積極的影響。各省政府也表示有興趣提高酒類產品價格，以此作為遏制酗酒的手段。西開普省省長艾倫·溫德表示，新冠疫情封禁期

間全國範圍內禁酒令的實施造成的經濟損害是不可持續的，但省級數據顯示南非存在明顯的酗酒問題，西開普省計劃出台更多關於酒類銷售的規定以遏制濫用。

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。國際貿易局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。

<https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=783542&iz=6>

南非酒類行業呼籲政府減稅

據南非每日商報網站 2 月 21 日報導，南非酒類品牌所有者協會表示，希望財長姆博韋尼對酒類銷售實施減稅。減稅不僅符合酒類行業利益，而且將阻止酒類銷售下降，從而阻止因禁酒令造成的稅收下降。南非財政部在其中期預算政策聲明中預計，酒類銷售禁令將導致消費稅從 2019 年的近 470 億蘭特降至 330 億蘭特。然而，南非醫學研究理事會表示，從健康的角度來看，提高酒精、香煙和含糖飲料的消費稅是一種非常有效的方式，可以以相對較小的社會成本收回與這些產品消費相關的成本。消費稅的一部分應該用以解決酒精的危害，或者政府可以考慮在消費稅的基礎上額外徵收 1%到 2%的稅，用於建立一個促進健康的組織。

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。國際貿易局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。

<https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=783543&iz=6>

美國暫時取消對西班牙橄欖油及葡萄酒等農產品加徵關稅

西班牙 ABC 日報 2021 年 3 月 6 日報導，歐盟執委會(Comisión Europea)主席范德賴恩(Ursula von der Leyen)與美國總統拜登(Joe Biden)本月 5 日達成協議，雙方同意停止先前因歐洲空中巴士公司(Airbus)及美國波音公司(Boeing)補貼所衍生之關稅戰，決定暫時取消對彼此外銷貨品所加徵之關稅，為期 4 個月，其中美國暫時取消對西班牙進口橄欖油及葡萄酒加徵之 25%關稅。

美國對西班牙農產品加徵關稅後，不僅減弱西班牙相關產品對義大利、希臘及葡萄牙等市場之競爭力，同時於 2020 年美國市場橄欖油之需求成長 19%，而西班牙之出口量卻較 2019 年大幅下滑 80%。西班牙工業、貿易暨觀光部(Ministerio de Industria, Comercio y Turismo)部長 Reyes Maroto 表示，美國對西國

商品加徵關稅對西班牙航太業及農牧食品業造成損害，在雙方尚未取得最終解決方案時，暫時取消關稅係雙方協商之一大進展。

2019 年 10 月世界貿易組織(WTO)判定由於歐盟對空中巴士(Airbus)進行補貼案，美國可對歐盟國家出口採取 75 億歐元金額之關稅報復措施。2020 年 11 月 WTO 亦同意歐盟可對美國波音公司補貼案採 40 億美元產品之反制措施，爰波音公司約 15%產品受到影響，另美國 25%輸銷歐盟之菸草、烈酒及工業機械等產品亦受波及。

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。國際貿易局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。

<https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=783552&iz=6>

非洲市場--南非禁酒令 衝擊葡萄酒及玻璃包裝瓶企業

2021 年 1 月起南非施行第三次銷售酒精禁令，目的是緩解醫院的壓力，減少醫院過多攝入酒精的受傷者，以便為新型冠狀病毒肺炎患者騰出更多的治療空間。

代表 2,500 家葡萄酒民及酒廠的南非葡萄酒協會(Vinpro)日前表示，南非政府實施的禁酒令已衝擊西開普省葡萄酒產業，考量西開普省疫情已趨穩定，Vinpro 要求開放省政府可依據疫情及

醫療院所能量，自行決定如何管理酒類產品的銷售。

西開普省政府總理 Alan Winde 則表示，2020 年兩次的禁酒令已造成葡萄酒產業 5 億 2,477 萬美元的損失，可能導致 27 萬人失業。

南非玻璃瓶製造商 Consol 執行官 Mike Arnold 也表示，若新的酒精銷售禁令持續長時間，南非玻璃包裝瓶行業的銷售額可能會再損失 9,800 萬美元。

Mike Arnold 表示，前兩次禁令的實施導致玻璃包裝瓶行業的損失超過 9,800 萬美元。Consol 及其大部分的供應鏈也會出現失業現象，不但缺乏訂單，公司的債務也在累積。Consol 主要供應葡萄酒瓶、烈酒瓶及啤酒瓶，每天約需花費 52.5 萬美元維持生產及運轉，並已再撥款 5,248 萬美元用於重建及維持目前的產能和國內的市場占有率。

南非啤酒廠是 Anheuser-Busch InBev 的一部分，也是 Consol 的客戶，已於 2021 年 2 月 5 日取消原定 1 億 6,399 萬美元的投資。

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。國際貿易局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。

<https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=781758&iz=6>

奧地利 2020 年啤酒銷售量 9,600 萬公升年減 4 %，銷售額 14 億歐元

根據奧國媒體「薩爾斯堡新聞報」(Salzburger Nachrichten) 本 (110) 年 3 月 12 日報導，奧地利 2020 年啤酒總銷售量 9.6 公升，較 2019 年減少 4%，其中國內消費 8.3 億公升 (減少 4 %)，出口 1.3 億公升 (減少 6%)，總銷售額約 14 億歐元。

2020 年奧國因新冠疫情曾實施 3 次全國性大封鎖，餐飲及旅宿業長時期限限制營業，大型活動及音樂會亦多數取消，這些因素均嚴重影響啤酒銷售量。啤酒業者在上述銷售管道平均損失約 20 % 銷售量，甚有業者銷售量衰退達 70%。所幸奧地利人愛喝啤酒，平均每人啤酒消耗量排名歐洲第 2 高 (例如：2019 年平均每個奧國人消費 107 公升啤酒，僅次於捷克)，啤酒業者以減價促銷方式，在超市儘量出清存貨挽回劣勢，以致 2020 年奧國平均每人啤酒年消費量仍達 100 公升。

不同於英國及德國同業傾倒大量滯銷啤酒，奧國啤酒釀造業者多將即將逾期庫存啤酒贈送或極低價賣給員工，另每家啤酒廠會將剩下滯銷啤酒傾倒，以向財稅局要求退回預繳啤酒稅。

奧地利人最喜愛之啤酒釀造類型為拉格啤酒 (Lagers) 及梅爾森清啤酒 (Märzen)，占總消費量 68%。奧地利人對本國產啤酒

忠誠度高，2020 年銷售前 10 大品牌中 8 家為國產啤酒，排名及佔有率依次為：Gösser (22%)、Stiegel (21%)、Zipfer (18%)、Ottakringer (12%)、Puntigamer (12%)、Wieselburger (8%)、Heineken (8% ，荷蘭啤酒廠)、Hirter (6%)、Budweiser (22% ，捷克啤酒廠)、Murauer (6%)。

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。國際貿易局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。

<https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=783813&iz=6>