

## 中澳贸易“零关税”就要来了！进出口市场将发生哪些变化？

|      |                                  |
|------|----------------------------------|
| 产品名称 | 中澳贸易“零关税”就要来了！进出口市场将发生哪些变化？      |
| 公司名称 | 深圳市浩通天成国际物流有限公司-<br>保税仓储报关部      |
| 价格   | .00/个                            |
| 规格参数 |                                  |
| 公司地址 | 深圳市坪山区龙田街道南布社区兰金十一路10号<br>成城发工业园 |
| 联系电话 | 15818752481 15818752481          |

### 产品详情

中澳贸易“零关税”就要来了

那对进出口市场将发生哪些变化呢？

来一起先来了解一下

从2019年1月1日起，所有进入澳大利亚的中国商品的关税将被取消，而中国也将基本取消对澳洲进口商品征收的关税。

中澳自由贸易协定自2005年4月启动谈判，2015年6月17日正式签署，2015年12月20日正式生效。从2015年起，中澳双方进行过四次关税减让，从澳大利亚进口的商品开始逐步降低关税，相当一部分商品会在5年内实现零关税。根据中澳自贸协定，2019年1月1日起将实施第五轮产品的降税。

这就意味着，2019年开始我国取消澳大利亚所有关税！而作为回礼，从2019年1月1日起，我国所有进入澳大利亚的中国商品的关税将被取消！

同时，中澳两方企业还签署了跨越5年、总价值达758亿元的11项协议。中国与澳大利亚在健康、金融科技、城市和环境服务、旅游服务等方面的合作正在不断深入。

根据中澳自贸协定，从2015年起，中澳双方进行过四次关税减让，从澳大利亚进口的商品开始逐步降低关税，相当一部分商品会在5年内实现零关税。明年元旦中澳将进行第五轮减让。

澳大利亚是世界上依赖中国的发达经济体，目前，中国是澳大利亚大贸易伙伴和大的出口目的地国，澳大利亚是中国第六大出口目的地国。2017年，两国进出口总值达9234.1亿元人民币，同比增长29.1%。同时，澳大利亚也是美国的盟友，美国是澳大利亚大的投资者。

免关税此举普遍被业界看好，并提前担心澳洲航线将面临涨价爆仓。那么，接下来相关的中国进出口市场将发生怎样的变化？

## 澳大利亚市场概况

幅员辽阔的澳大利亚，绝大部分(80%)的人口分布在东部和东南部沿海地区的主要城市里，人口密度每平方公里2.5人，从而形成了市场分散的特点，进口产品的市场推广、分销、运输、售后服务等都需要相当大的投入和艰苦不懈的努力。

新州、维州、昆士兰州和西澳是澳经济为发达的地区。悉尼和墨尔本分别是澳大利亚的金融中心和制造业中心，也是大的两个消费市场，还是中国商品进入澳大利亚市场的两个主要集散地。

澳大利亚与新西兰的经济一体化进展顺利。澳是南太地区国家的。因此，澳大利亚对南太地区市场有一

定的辐射功能。

澳大利亚的主要进口产品包括：原油、小客车、汽油、电讯设备、药剂、货运车、电脑、黄金、土木工程设备、轮胎、汽机车零配件、测量及分析仪器等；

澳进口商分为两类，一类是进口贸易公司，另一类是大型零售连锁店，后者是消费类产品在澳销售的主渠道。澳大型零售集团主要有两家，Coles Myer和Woolworths，合占澳零售市场75%的份额。

为了维持贸易便利及控制安全风险，澳大利亚仍然实施严格的检疫措施或技术规定，禁止及限制部分产品进口。

澳大利亚于2000年引入商品及服务税(GST)。除了若干类基本商品外，大多数进口到澳洲的商品及服务都必须缴付商品及服务税。商品及服务税的税率为应课税进口货品价值的10%。应课税进口货品价值相当于货品的海关估价、应课关税、付运费用及其它开支的总和。

澳大利亚也向本地及进口货品征收商品及服务税、葡萄酒平衡税(WET)以及豪华汽车税(LCT)。

## 出口市场

澳大利亚对所有中国所有进口商品实行零关税这一消息将给中国众多行业带来好机会。

五金卫浴行业。今年9月24号，美国正式对中国厨卫五金产品加增10%关税。除美国外，一些发展中国家如智利、泰国、印度、尼日利亚等也加入了对华反倾销的行列。

11月1日，中国各大制造业出口退税增加也已落实，但是此项利好中却没有五金卫浴行业，令不少五金卫浴厂家着实郁闷了一把。现在这一消息对于做卫浴出口的企业来说无疑是雪中送炭。

出于环保因素等考虑，澳大利亚开设卫浴工厂的要求非常严格，因此在澳洲本土生产的卫浴五金产品不是很多。在我国卫生洁具出口的诸多国家中，澳洲占有重要地位。2017年，我国出口澳大利亚卫生陶瓷总金额达1.23亿美元，占总出口率2.9%。

近年，中国大型房地产商诸如万达也在澳大利亚投资房地产项目。中国热钱的涌入也带动了当地房地产的发展。因为住宅开发的激增，厨房和浴室的新设施达到创纪录水平。同时，澳洲房产翻修行业也在复苏，澳洲人一旦决定进行翻新，他们中超过九成的人会把厨房和浴室的卫生洁具与五金产品全部更换。

据澳洲住宅行业协会报告显示，自2011年以来，澳大利亚各地新增住宅数量连续5年出现增长。且超过71%的新建独立式住宅配备了不止一间浴室，13%的住宅配备了多达四间浴室。

此外，由于澳洲对卫浴产品的进口要求非常严苛，导致卫生洁具以及五金产品要进入澳大利亚市场的门槛非常高，澳洲标准的申请常常要经过重重关卡。（中国卫浴企业想打进澳洲市场，先看“澳标”这关如何过）基于这个原因，澳洲卫浴市场的竞争不是很激烈，卫浴五金产品在澳大利亚市场的利润率也比出口到其他国家要高得多。

澳洲人不仅对产品质量要求很高，对节水节能也非常看重。澳洲是一个非常缺水的国家，大多数澳洲人每次洗澡的用时不会超过5分钟。如果想要打入澳洲市场的厂家，产品节水的功能一定要做好。

汽车行业。由于采矿业和农牧业发达，公路运输是澳大利亚非大宗货物在国内周转的主要手段，每年77%的货物靠公路运送。

目前澳大利亚没有本土自主汽车品牌。2017年底，澳大利亚唯一的汽车制造商霍顿汽车宣布正式停产。意味着其进口车的需求量将进一步增加，因此全球各大汽车厂家都把市场瞄准了澳大利亚。

澳大利亚市场对商用车的要求非常严格，乘用车的排放要求达到欧 标准，但是商用车的排放要求达到欧 标准，排放是中国自主品牌汽车企业进军澳大利亚市场大的技术障碍。其次，由于澳大利亚的人工成本非常高，所以对车辆可靠性的要求非常高，如果一款车型消费者总抱怨要维修，这款车型必然没有任何市场。另外，对于轿卡、皮卡和VAN类车型则需要做ANCAP测试，碰撞安全性能要求非常高。

中国对澳大利亚的汽车出口主要为非核心零配件，如汽车轮胎、电子仪器仪表、制动器、车轮、减震器等，主要用于维修和售后。中国产品在澳大利亚售后配件市场占有率较高，市场接受程度较好。

我国整车出口澳大利亚始于2003年，上海大众POLO进入澳大利亚市场。随着《中澳自由贸易协定》正式生效，越来越多的中国品牌将目光锁定在澳大利亚市场，例如2017年上汽大通的皮卡T60在澳大利亚上市（澳大利亚市场称LDV），大通D90更是将正式媒体试驾会放在澳大利亚；而长城集团则把哈弗H2、哈弗H6、哈弗H8、哈弗H9、风骏5这些当家产品引入澳大利亚市场。这些都意味着中国汽车企业对澳大利亚市场的重视。

## 进口市场

葡萄酒行业：2017/2018年(截至2018年9月)，澳大利亚对中国大陆出口的葡萄酒突破10亿澳元，比此前的12个月增长66%。中国已经成为澳大利亚大的葡萄酒出口市场。

2015年中澳双边自贸协定生效后，澳大利亚进口瓶装葡萄酒关税已三次下调，从之前的14%一路降至当前的2.8%，并将在2019年1月1日进一步降至零。与之相比，法国、意大利和西班牙的进口瓶装葡萄酒仍然面临14%的关税。

澳大利亚地广人稀，气候条件非常适宜葡萄的生长。阳光充沛的南澳地区是澳大利亚大的葡萄酒产区，产量占全国的一半的以上。

目前，澳大利亚由霞多丽（Chardonnay）和西拉（Shiraz）酿制的葡萄酒已成为行业；另外来自猎人谷（Hunter Valley）的赛美蓉（Semillon）白葡萄酒别具一格。

由于气候炎热温差大，澳大利亚红酒的酒精度普遍较高，酒体浓郁，很受欢迎。数据表明，2017年澳大利亚红酒每升的平均价格也上涨了6%到了5.55澳币，在10澳币每升及以上这个市场里，几乎有一半的红酒出口到了中国。至2019年澳大利亚红酒出口中国关税降为零，澳大利亚红酒从高性价比到中高端市场将有更大的发展潜力。

除了继续关注北京、上海、广州等一线城市，澳大利亚葡萄酒出口商也在积极开拓其他城市。相关人士表示：“中国是一个巨大的市场，我们不能仅仅盯在大的几个城市上。中国的很多二三线城市也有很大潜力，只不过那里对葡萄酒的认知需要时间来培育。”

龙虾行业：提到龙虾，中国餐桌上的龙虾种类繁多，但民众心中始终为澳洲龙虾留着无可替代的位置。

2015年中澳签署自贸协定正式生效，大批澳洲优质海鲜涌入中国市场，收获大批粉丝。近来，澳洲龙虾的销售线上线下各放异彩，在各大电商平台、海鲜门店都能看见澳洲龙虾的身影。2019年1月1日，中国对澳洲龙虾10%关税的后一部分将取消（2.8-3%），得益于国内消费市场的蓬勃发展，澳洲龙虾在中国市场发展空间无限。

如今，整个澳洲龙虾出口量的59%进了中国吃货的胃。而在西澳大利亚，过去一年捕获的6300吨龙虾里，98%空运到了中国，相当于一千多只大象的重量。

在澳洲周边海域生长的龙虾不下九种，其中的西澳红龙和南澳龙虾具经济价值，更是在中国民众餐桌上的“爱宠”。

南澳龙虾和新西兰纽龙（99%出口到中国）属于同一种龙虾，主要分布在新南威尔士北部。他们成年后多生长在5-200米深的水底，昼伏夜出。

今年南部海域的渔民报告称，渔业状况良好，渔获量强劲，中国的高需求使其价格一直处于高位。

西澳大利亚每年捕捞大约6300吨龙虾，其中98%出售到中国市场，而且好的产品平均能卖到每公斤80美元以上。2018年，中国延续了对澳洲龙虾强大的购买力，绝大部分龙虾都出口到了中国市场，少量被运往、韩国、马来西亚和新加坡等国家。

澳洲龙虾巨头公司富格森甚至在深圳开设了办事处，在当地配备一名中国销售人员，并定期参加贸易展，以挖掘新的潜在客户。该公司总经理表示，自贸协定还将允许南澳龙虾出口商将产品运往此前无法进入的中国部分地区。

传统上，澳洲龙虾市场只局限于中国香港周边的三到四个南部省份以及中国的一线城市和越南北部。而现在，随着中国海产行业供应链模式的革新，电商平台普及和企业的线下仓储布局，澳洲龙虾将在中国二三线和内陆城市市场出现。

三文鱼行业：目前澳洲的三文鱼只能季节性出口到中国，将来或许会有更多进入。

在中国的进口冰鲜三文鱼市场上，澳大利亚三文鱼在上海和北京已经有相当一部分市场了，基于对三文鱼6-7公斤规格的刻板印象，华南市场暂时还未全面接受，不过在业者看来，这个只是时间问题。

澳大利亚的三文鱼养殖主要集中在澳大利亚南部的塔斯马尼亚州，塔斯马尼亚州是一个离岸小岛，是养殖三文鱼水域。

对于中国市场来说，澳大利亚三文鱼的优势主要体现为鲜度和性价比。业内人士介绍，先从塔斯马尼亚岛将包装好的冰鲜三文鱼渡轮运到墨尔本，墨尔本直飞中国只需要11个小时，从生产日期到中国只需要两天时间，周一生产，周三就可以到货，这是全球唯一一个产地可以做到这么快，它的鲜度也是好的。

今年到明年年初，澳洲一家名为Tassal的公司将出口共计5000吨三文鱼到中国市场，随着后续产量的增长，他们每年对中国市场出口的增量也将会同步，预期每年会增长50%。

此外，根据中澳自贸协定的内容，中国还将逐渐降低直至取消澳洲奶粉、牛肉、海鲜、金属原料等的关税并简化中国企业对澳投资的审批流程。未来，双方国家民众都将进一步享受到更加优质和丰富的产品。

。