



CHINA NETZWERK  
BADEN-WÜRTTEMBERG  
巴登符腾堡中德经济协会

zeppelin universität

zwischen  
Wirtschaft Kultur Politik

# 2022 年度对华经济合作

## 调查结果报告

合作单位:

巴登符腾堡中德经济协会 (CNBW) 和齐伯林大学 (ZU)

Dr.-Ing. Elmar Stumpf

Jochen Schultz

Sabine Ursel

Prof. Dr. Klaus Mühlhahn

Prof. Dr. Jarko Fidrmuc

Florian Horky

Fabian Reck

# 本调查报告作者

## 巴登符腾堡中德经济协会

巴登符腾堡中德经济协会 (CNBW) - 作为一个中立的、非盈利平台, 汇集了企业、地方政府、大学、高校和其他组织机构及个人的志趣和利益。在协会网络内, 讨论与中国有关的各类特定问题, 目的是创造协同效应和附加值。

[www.china-bw.net](http://www.china-bw.net)

## 齐柏林大学

齐柏林大学 (ZU) - 作为一个开放进取、富有启发和以研究为导向的智囊机构, 在大学教育中不断开辟新路, 追求创业方法, 并将学科锚定与跨学科的思维与工作方法相结合。

[www.zu.de](http://www.zu.de)

# 感谢

在此, 我们由衷地感谢我们的四位伙伴 - 巴登符腾堡州经济、劳动和旅游部, 巴登符腾堡州国际经济技术促进会, 普华永道有限公司, 以及罗德&伙伴律师税务审计信息综合事务所。



**Baden-Württemberg**

MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND TOURISMUS



**Rödl & Partner**



## 执行摘要

### 企业的长期经验

参与调查的 106 家企业的半数以上已在中国积极开展业务有 11 至 30 年的时间，其中 67 家在中国有一家或多家全资子公司，46 家企业在中国生产产品，28 家从中国的外部公司购买他们的产品，这有效地表明了调查的说服力。

### 中国仍是重要的销售市场：无论当今还是未来

对于大约 83% 的受调企业 (数量：88)，中国作为销售市场当今起着很重要或重要的作用，82% 的企业认为中国的重要性将保持不变或增加，与 2020/21 年度调查的数据相比，该说法没有改变。

### 中国作为采购市场：仍然重要 - 多元化正在增加

受调企业中有近 60% 的企业认为，中国作为采购市场当今起着很重要或重要的作用，其中大约 76% 的企业认为该市场未来会同样重要或甚至更重要。而在 2020/21 年度调查中，说明中国作为采购市场未来同等重要或更重要的企业占比为 90%。这明显表明，过去两年中考虑供应链多元化的企业有所增加了。

### 新冠疫情和乌克兰战争：对华业务未受显著影响

新冠疫情时期给在华的德国企业提出了特殊挑战。尽管如此，对大多数公司来说，这些对他们的中国计划没有特别影响，不过将应在其他国家另建客户和供应商关系。只有 13 名接受调查者表示，他们的公司打算将部分生产转移出中国。据调查，没有一家公司愿意将他们的生产完全从中国转移出。

到目前为止，即使是乌克兰战争也没有对大多数接受调查者的中国业务产生影响。不过，在这种情况下，一些公司指出能源成本高，因此会抬高产品价格。

### **特别挑战：预测和价格**

在华的德国企业（分级）认为预测经济发展的可靠性、价格趋势、招聘和留住合适人员、法律计划的安全性、与中国竞争对手相比的劣势、工资发展和跨文化合作等是特别大的挑战。在 2020/2021 年度调查中，最大的挑战被命为：工资和价格发展，经济、竞争和法律安全以及生产和服务合作伙伴的可靠性。

### **在华合作：正面和负面例子**

作为与中国客户或供应商的*积极经验*，接受调查的公司代表们表示，中方对“德国制造”的兴趣特别高。此外，中国的业务伙伴被描述为充满好奇心和对文化感兴趣。供应商们灵活而快捷，且质量好。即使在新冠疫情期间，也证明了他们是可靠的、以客户为导向、忠诚并随时乐于响应。

作为与中国客户或供应商的*负面经验*，受调公司表示，中国的业务伙伴非常敏感且要求高，他们对目标、动机和行动的共同定义兴趣不大。例如在商务询价时问很多细节和要文件，但最后未形成订单的情况时有发生。如果有竞争对手支付更高的薪水，中国合作伙伴的员工就会很快跳槽。此外，一些受访者提到腐败：合同只为“个人利益”而签订的情况也有发生。

### **技术与竞争：德国公司的领先地位正在消融**

大约 32% 的受调企业代表们认为，他们在技术上仍领先于中国竞争对手——尤其是在电气行业、汽车、机械和设备制造、建筑、环境和能源技术领域。另有 45% 的认为，本土竞争对手可能会在短短几年内赶超德国公司。这些公司感觉到了中国客户和合作伙伴的坚定意愿，将会在中期赶上并就地取代德国供应商。

## 对合作的兴趣

大约一半的公司认为自己在与中国伙伴的合作方面处于有利地位。此外，另一半则希望以技术和创新伙伴关系的形式进行更加密切的合作，例如：中国公司在德国投资或作为在两国的合资企业。

## 对中国的报道：为何如此具有批评性？

大约 36%的受访者认为德国媒体目前对中国的报道过于带有批评性。28%的人希望更多的是以经济为导向，2020/21 年度调查情况的结果也类似。

## 州政府对中国的精通能力：有很大的改进空间

巴登-符腾堡州政府对中国的精通能力的评估很值得思虑，企业们希望有一个明确的中国策略（来自各州和联邦政府），联邦政府在经济促进方面的“静态”做法也时有受到指责。政府多年来一直按照相同的行为模式行事——没有做出任何适配调整，也没有更准确地分析（和学习）其它制度（包括中国的制度）是如何策划出的，以便在分配补贴上更充分地支持企业。

## 自身对中国的精通能力：积极的自我观点 - 但需要进一步的支持

受访者对自身的中国精通能力评价较高；提到了人才招聘、忠诚管理、与基地之间的沟通、市场知识、对中国客户的了解、对新产品的开放性、流程和单个产品组的本地化以及对外形象等因素。

**必要：**为了更加成功，企业们在中国需要更多的德国员工拥有跨文化知识和语言技能。

**其它相关的成功因素：**建立更大的研发机构，了解更多有关法律和标准的信息，以及扩大在中国工业标准领域的话语权。

此外，企业们认为与其他公司以及文化间的非正式交流对于更好地全面了解中国业务非常重要。关于跨文化和法律问题的信息以及扩大网络联系，也包括与大学的网络联系，被视为成功的关键。这里就需要 CNBW 为企业们提供进一步的支持。

## 评论

埃尔马·史顿普夫 博士

巴登符腾堡中德经济协会

董事会主席

“我们调查显示的结果很有趣：首先，无论当今还是未来，中国对德企来说仍保持是极其重要的销售市场，即使新冠疫情时期也未改变。还有作为采购市场，中国也如同以往起着非常重要的作用，尽管企业们越来越多地考虑到其他国家的多元化发展。”

“受调企业们意识到，在中国的竞争将会更加激烈，即使在许多情况下他们认为自己（还）处于领先地位。受调企业中的一半想强化与中国伙伴的合作，另一半认为当今与中国的合作情况良好。尽管人们可多方面证明自身对中国的精通能力，但仍需有进一步的支持，不仅从政府也需要从类似 CNBW 等机构和组织的支持。这也包括如何对待和处理跨文化问题 - 从整体综合的角度来讲，CNBW 认为这一方面被低估了，因此也往往导致了在媒体、政治和社会上有无差别的说法或评价。”

*结论：*“德方和中方还须更多地相互学习。学习与理解意味着双方要处在同一视平线上并相互信赖。面对世界政治局势的日趋复杂，信任感、约束力和透明度正是专业关系管理运作的灵丹妙药。这里也有巴登-符腾堡州政府的介入，因为在策略、分析和果断运用上人们期望政治方向明确，以便减轻贸易关系的负担。因此，对 CNBW 来说，调查的结果鼓舞人心。原本就有计划为德中共同体扩展项目或服务，这次调查正为我们提供了有利的建议。”

## 关于调查的一般信息

### 2021 年度调查

巴登符腾堡中德经济协会 CNBW 与普华永道 PwC 的首次调查是在 2021 年秋。对于第二版，沿用了一些问题或稍做了适当调整，并补充了其它问题。仅针对相同的问题有比较，在管理系统内加入了 CNBW 的摘要和评论。

### 2022 年度调查

在 2022 年秋的第二次调查中，巴登符腾堡中德经济协会 CNBW 与齐柏林大学 ZU 就与中国业务伙伴在合作中的机会、风险和障碍对在德企业提出了问题。106 家企业，近 60% 位于巴登-符腾堡州，在 2022 年 9 月和 11 月间给予答复。大多数企业来自机械设备制造、汽车、咨询和电气行业，一半以上的企业在华员工的占比达到 10%，大约 13% 的企业员工在华的占比达到 50% 以上。

### 性别条款

根据 CNBW 章程，对所有有职位者和其他办事人员仅使用男性语言表达形式。这并不表示对男性的任何偏爱和对女性的歧视，这里所选的措辞仅用于使文章更明了和内容更易于理解。

# 目录

作者	I
感谢	I
执行摘要	II
评论	V
关于调查的一般信息	VI
目录	VII
图示目录	VIII
表格目录	VIII
问题 - 回答 - 图像	1
1. 参与调查企业的介绍说明	1
2. 企业结构、分公司和相关市场	7
3. 中国作为销售和采购市场	11
4. 新冠疫情和乌克兰战争的影响	16
5. 企业的挑战	19
6. 与中国客户、供应商和员工的合作	20
7. 在德对华报道	25
8. 自身对中国的精通能力和州政府对中国的精通能力	26
9. 从联邦、州和 CNBW 寻求支持	29
联系人 / 联系方式	31



## 图示目录

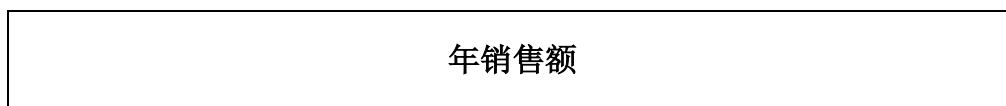
图 1: 企业规模 .....	1
图 2: 公司总部 .....	2
图 3: 在华开展业务时间 .....	3
图 4: 所属关系 .....	5
图 5: 在华员工 .....	6
图 6: 参与方式 .....	7
图 7: 外籍员工人数 .....	8
图 8: 其它相关国外市场 .....	9
图 9: 新丝绸之路的倡议 .....	10
图 10: 中国市场当今作为销售市场的重要性 .....	11
图 11: 中国市场未来作为销售市场的重要性 .....	12
图 12: 中国市场当今作为采购市场的重要性 .....	13
图 13: 中国市场未来作为采购市场的重要性 .....	14
图 14: 区域性全面经济伙伴关系自贸协定 .....	15
图 15: 由于 Covid-19 新冠疫情导致对华计划的变化 .....	16
图 16: 由于乌克兰事态发展导致对华计划的变化 .....	17
图 17: 中美经济关系 .....	18
图 18: 挑战 .....	19
图 19: 合作 .....	20
图 20: 技术地位 .....	22
图 21: 与中国企业建立合作的兴趣 .....	24
图 22: 报道 .....	25
图 23: 自身对中国的精通能力 .....	26
图 24: 政府对中国的精通能力 .....	28
图 25: 与 CNBW 的其它合作 .....	30

## 表格目录

表 1: 所属行业 .....	4
-----------------	---

## 问题 - 回答 - 图像

### 1. 参与调查企业的介绍说明



问题 1: 您的年销售额是多少?

106 家企业参加了此次调查，大约一半是微小型和中小型企业，另一半是大中型或大型企业。

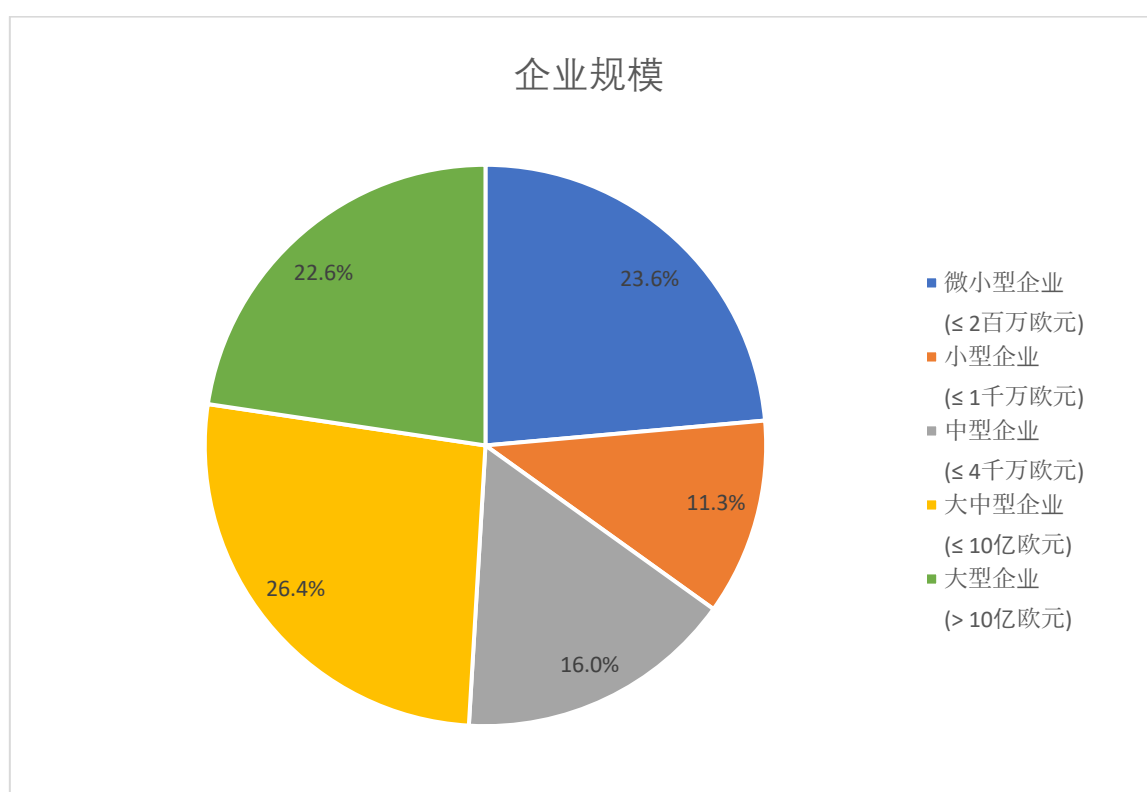


图 1: 企业规模

来源: CNBW-调查 - 2022 年度对华经济合作

备注: 106 份回答

## 公司总部

问题 2-4: 您公司的总部在哪个联邦州?

- 如您选择了“德国的其他联邦州/其他国家”:  
请说明您公司的所在地(联邦州/国家)。
- 如您选择了“德国的其他联邦州/其他国家”:  
您在巴登-符腾堡州有分公司吗?(是 / 否)

几乎 60%的参与调查的企业在巴登-符腾堡州有他们的公司驻地。另有 24%的企业,其公司总部设在其他联邦州,主要在巴伐利亚州(11 家)和北威州(5 家)。还有 17%的企业公司总部在国外 - 5 家企业在欧洲(两个

英国、意大利、西班牙和瑞士)和 5 家在亚洲(3 个中国、两个香港)。大约三分之一的在其他联邦州或国家设有公司总部的企业,在巴登-符腾堡州建有他们的分公司。

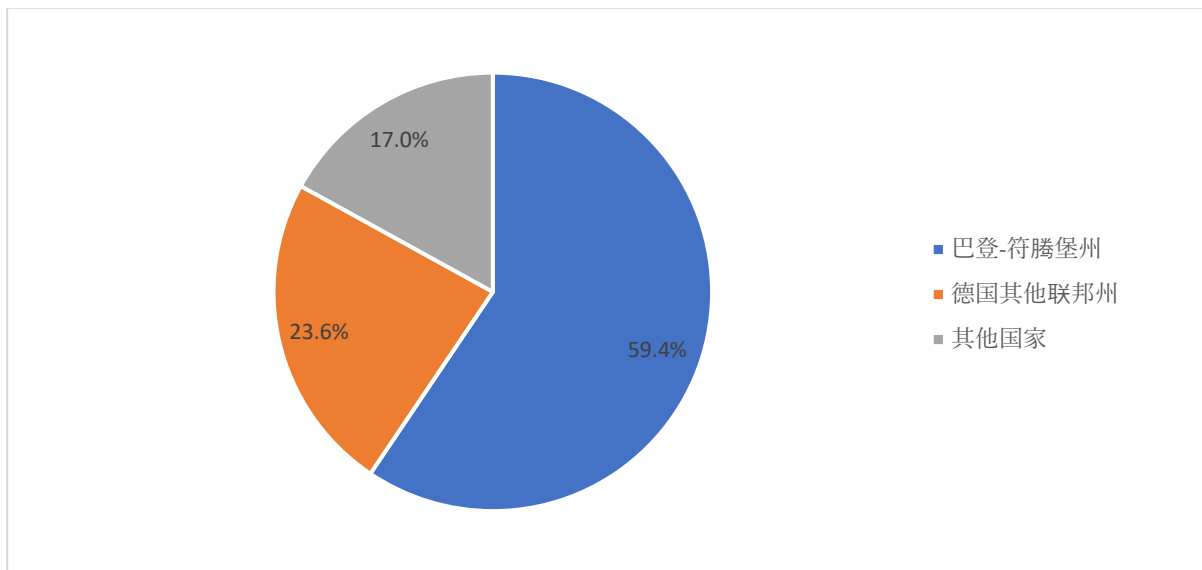


图 2: 公司总部

来源: CNBW-调查 - 2022 年对华经济合作  
备注: 106 份回答

## 在华开展业务时间

问题 5: 您的公司在华积极开展业务有多久了?

受调企业的半数以上 (62%), 在华积极开展业务已有 10 年之久。新冠疫情期间, 有 7.5% 的企业 (或 8 家企业) 仍在华积极开展业务。

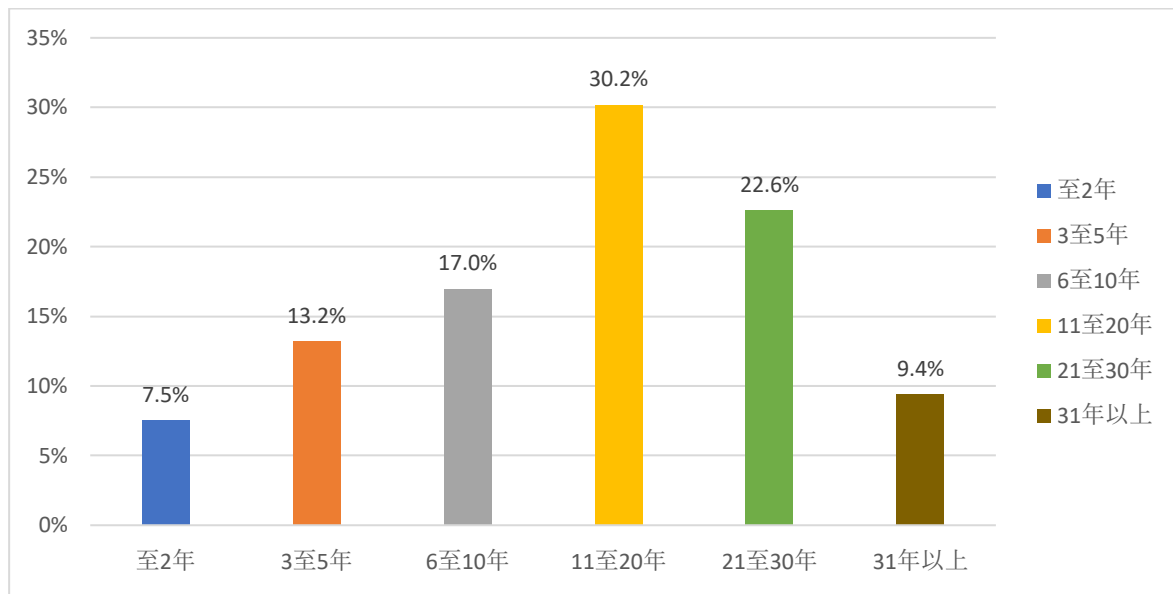


图 3: 在华开展业务时间

来源: CNBW-调查 - 2022 年对华经济合作

备注: 106 份回答

## 所属行业

问题 6-7: 您的企业属于哪一行业?

- 如您选择了“其它”，请您说明所属行业。

大约 30% 的受调企业（41 家）活跃在机械和设备制造行业以及电子、汽车行业和咨询公司各占 16%（22 家）。属于“其它”行业的

有：玩具业、服务业、表面处理技术、皮革业、玻璃和陶瓷、活动/会展、体育/时装、设计和创新等。

表 1: 所属行业

领域	%
机械/设备制造	19.7%
汽车	16.1%
咨询	16.1%
电子工业	10.2%
传统贸易	5.8%
金融/保险	2.9%
电商贸易	2.9%
化工/制药	2.9%
卫生健康业/医疗技术	2.9%
环境/能源技术	2.9%
信息技术/电信	2.2%
旅游	2.2%
教育	1.5%
建筑	1.5%
物流	1.5%
食品和饮料工业	0.7%
政府机构、地方、乡镇	0.0%
其它	8.0%

来源: CNBW-调查 - 2022 年对华经济合作

备注: 137 份回答 (有重复的可能)

## 所属关系

**问题 8:** 您属于您公司的德国单位还是中国单位的？

在接受调查的决策者中，近三分之二（约 65%）属于德国单位的，另有 20%属于中国单位的，大约 14%的属于两个单位。

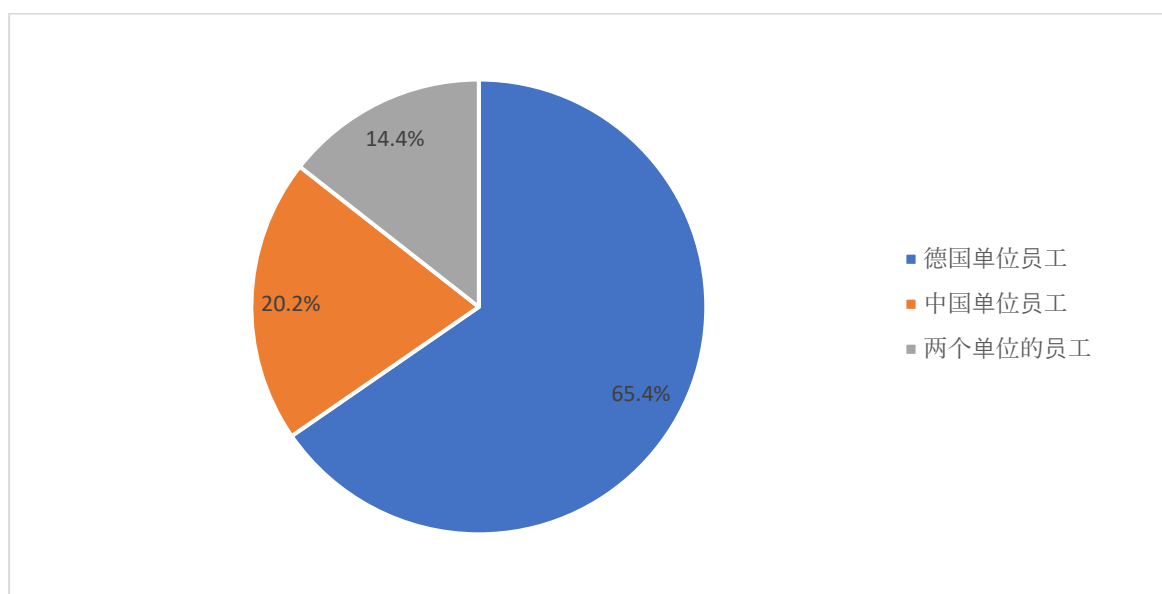


图 4: 所属关系

来源: CNBW-调查 - 2022 年对华经济合作  
备注: 104 份回答

## 在华员工

问题 9: 您公司在中国工作的员工占比是多少?

大约一半的受调企业在华员工的占比少至 10%，大约 13%的企业在华员工占比为 50%以上。

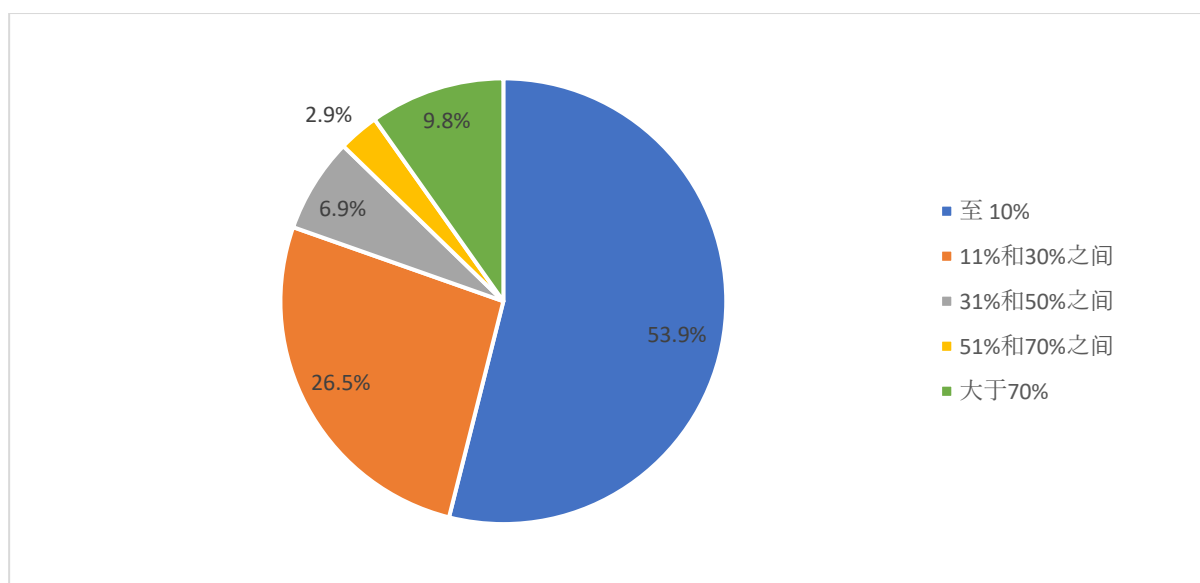


图 5: 在华员工

来源: CNBW-调查 - 2022 年对华经济合作  
备注: 102 份回答

## 2. 企业结构、分公司和相关市场

### 参与方式

问题 10: 哪种企业结构切合您在华的商业活动?

大部分的受调企业 (67 家) 在华有一个或多个全资子公司/分公司, 46 家企业在华有生产业务, 38 家公司在华有一个或多个贸易伙

伴, 并且有 28 家企业在华购买其它公司的产品。15 家公司为合资企业组织结构, 11 家企业有中国业主。

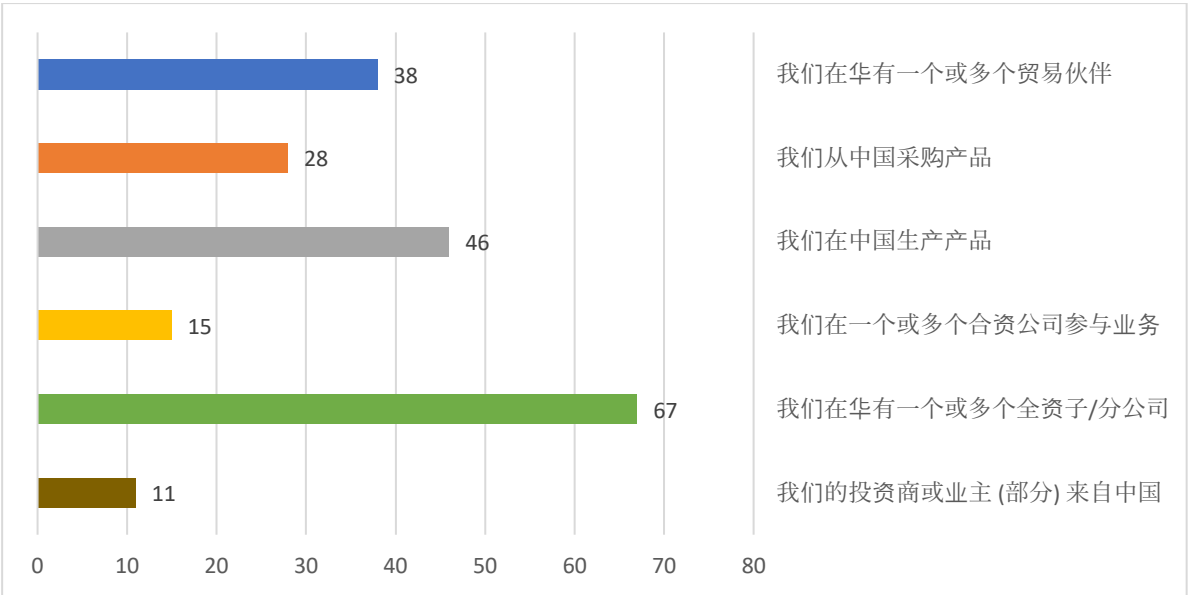


图 6: 参与方式

来源: CNBW-调查 - 2022 年对华经济合作  
备注: 104 家企业的 205 份回答 (有重复的可能)



## 外籍员工人数

问题 11: 如您在中国有分公司的话:

外籍员工人数在过去一年中的发展如何?

由于新冠疫情, 2022 年仅约有约 6% 的受调企业的外籍员工人数有所增加 (数量: 5 家)。外籍员工人数减少或人数保持不变的企业各占 47% (42 家)。

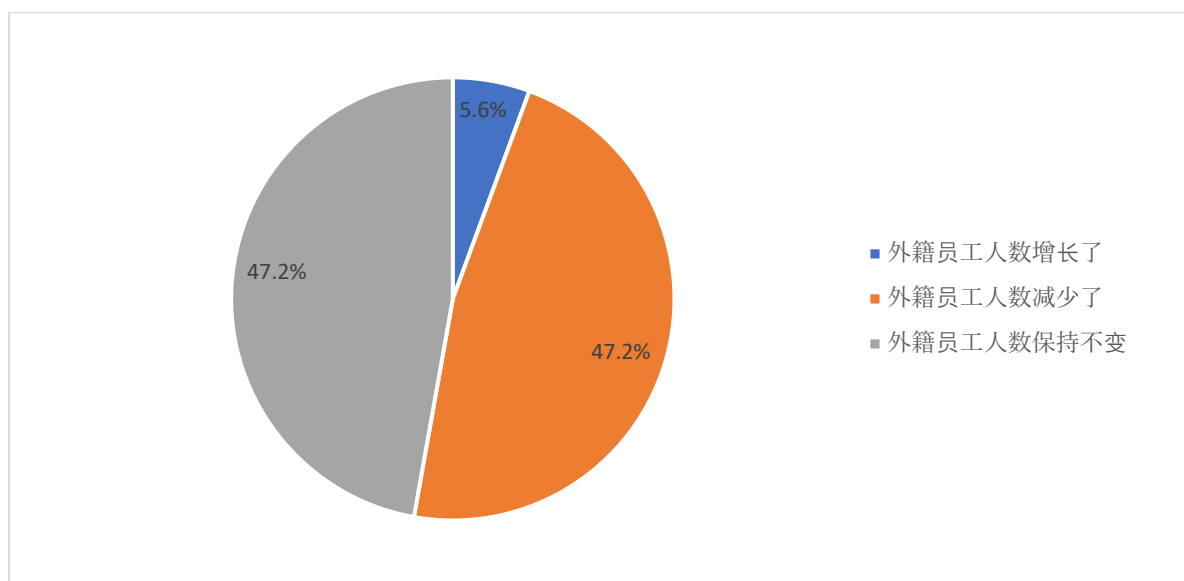


图 7: 外籍员工人数

来源: CNBW-调查 - 2022 年对华经济合作  
备注: 89 份回答

## 相关国外市场

**问题 12:** 哪三个其它国外市场与您的企业特别相关?

对受调企业来说，尤其是美国（55 个回答）和欧洲（33 个）为重要的国外市场。作为销售和采购市场，印度（16 个）也变得越来越重要。



图 8: 其它相关国外市场

来源: CNBW-调查 - 2022 年对华经济合作  
备注: 92 个回答

## 参与新丝绸之路（一带一路）

问题 13: 您参与新丝绸之路了吗?

在由中国宣布的新丝绸之路倡议中，参与者最少：88.5%的企业没有参与，不到 7%的（7 家）愿在未来参与其中。

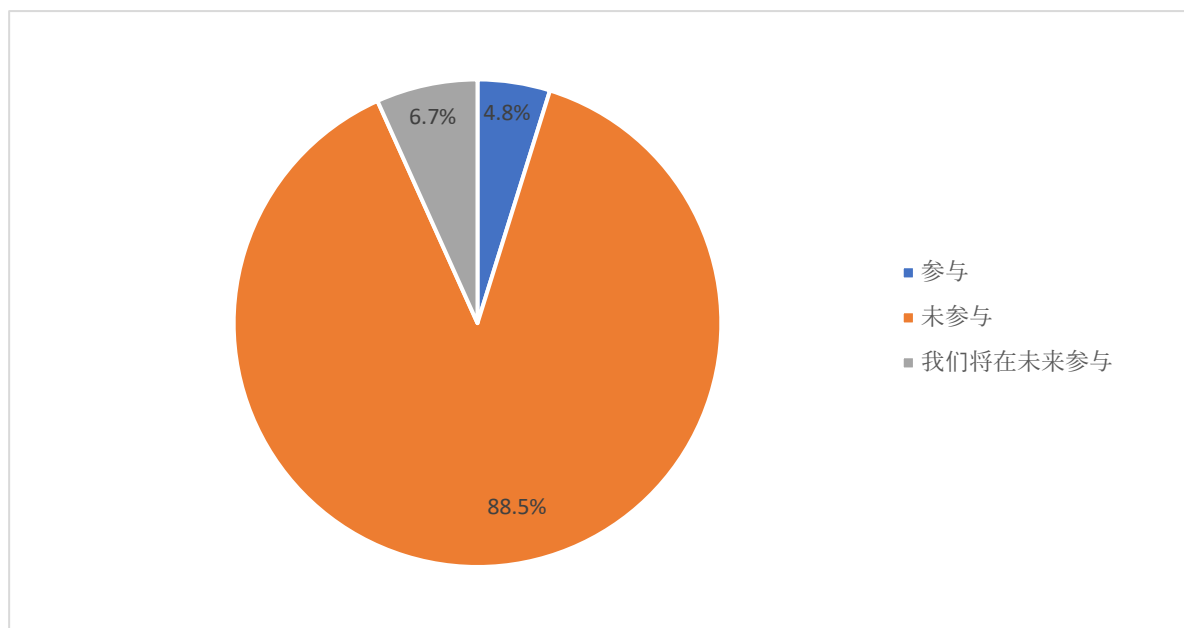


图 9: 新丝绸之路的倡议

来源: CNBW-调查 - 2022 年对华经济合作  
备注: 104 份回答

### 3. 中国作为销售和采购市场

#### 当今销售市场的重要性

问题 14：中国当今作为销售市场对您的企业何等重要？

对于 83% 的受调企业（数量：88 家）来说，中国作为销售市场起着很重要或重要作用。

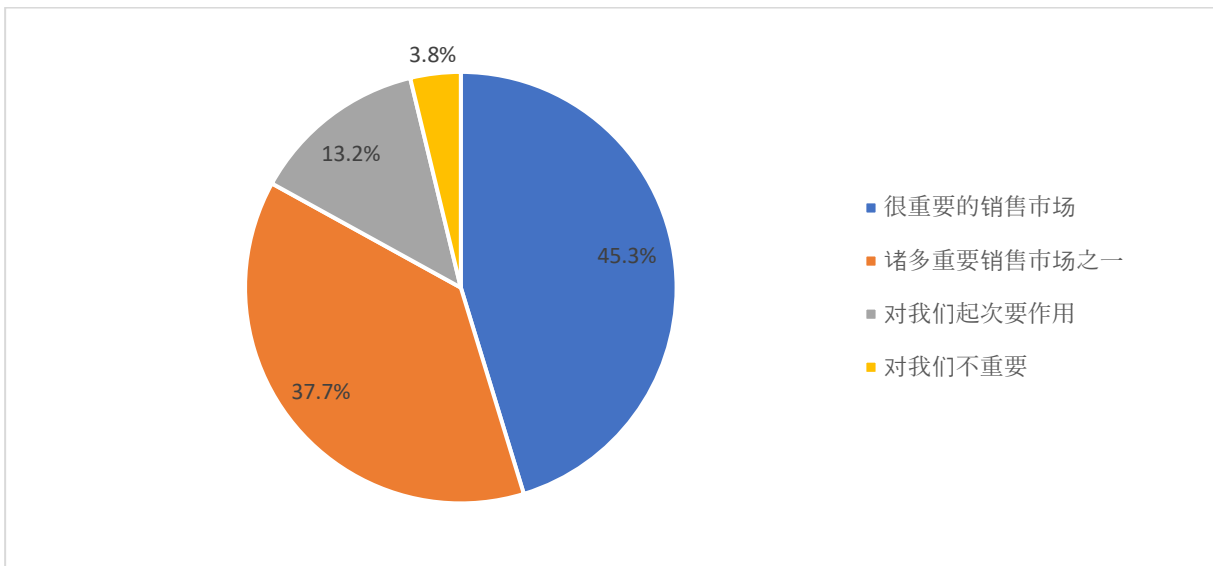


图 10：中国市场当今作为销售市场的重要性

来源：CNBW-调查 - 2022 年对华经济合作  
备注：106 份回答

## 未来销售市场的重要性

问题 15: 中国未来作为销售市场对您的企业何等重要?

大约 46% 的受调企业 (数量: 49 家) 对中国市场高度重视程度保持不变; 大约 18% (19 家) 的企业认为重要性会减少; 近 36% (38 家) 的认为中国作为销售市场未来会比当今的作用更加重要。尤其是以下行业的企业把中国视为特别重要的销售市场: 汽车行业 (11)、咨询 (9)、机械与设备制

造 (6)、电子工业 (5)、环境与能源技术 (3)、卫生健康业和医疗技术 (2), 以及信息技术和电信行业 (2)。对于这些企业中的大部分来说, 中国的销售市场在当今就已很重要了。

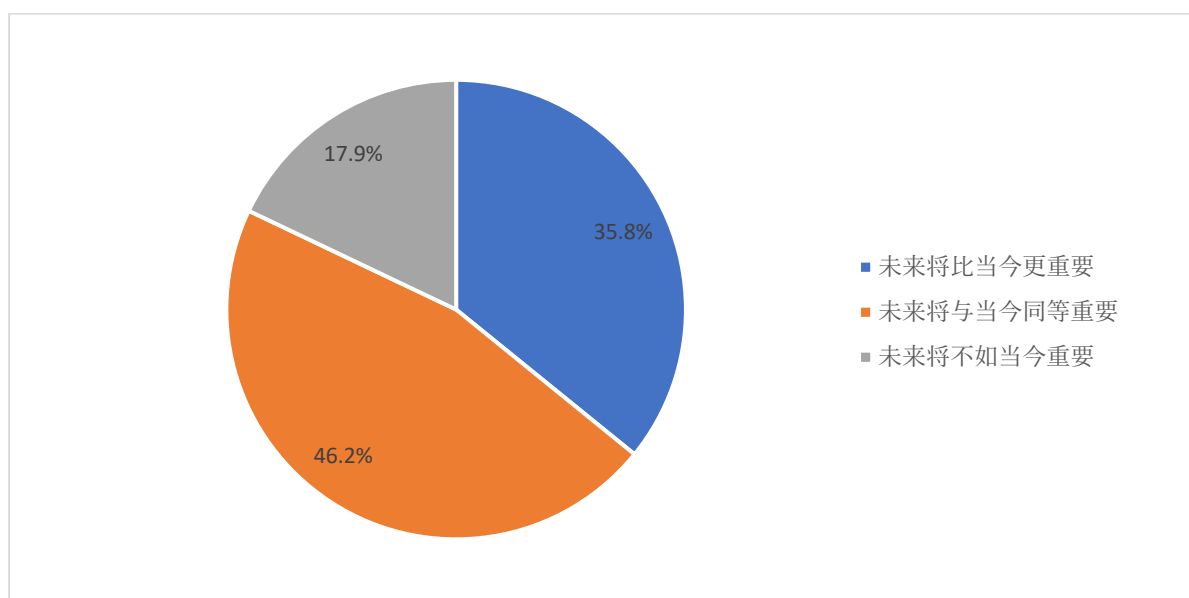


图 11: 中国市场未来作为销售市场的重要性

来源: CNBW-调查 - 2022 年对华经济合作  
备注: 106 份回答

## 当今采购市场的重要性

**问题 16:** 中国当今作为采购市场对您的企业何等重要？

对于近 60% 的受调企业（数量：62 家）来说，中国当今作为采购市场起着很重要或重要的作用  
- 而对于近 23% 的企业（24 家）来说，则起着次要的作用。

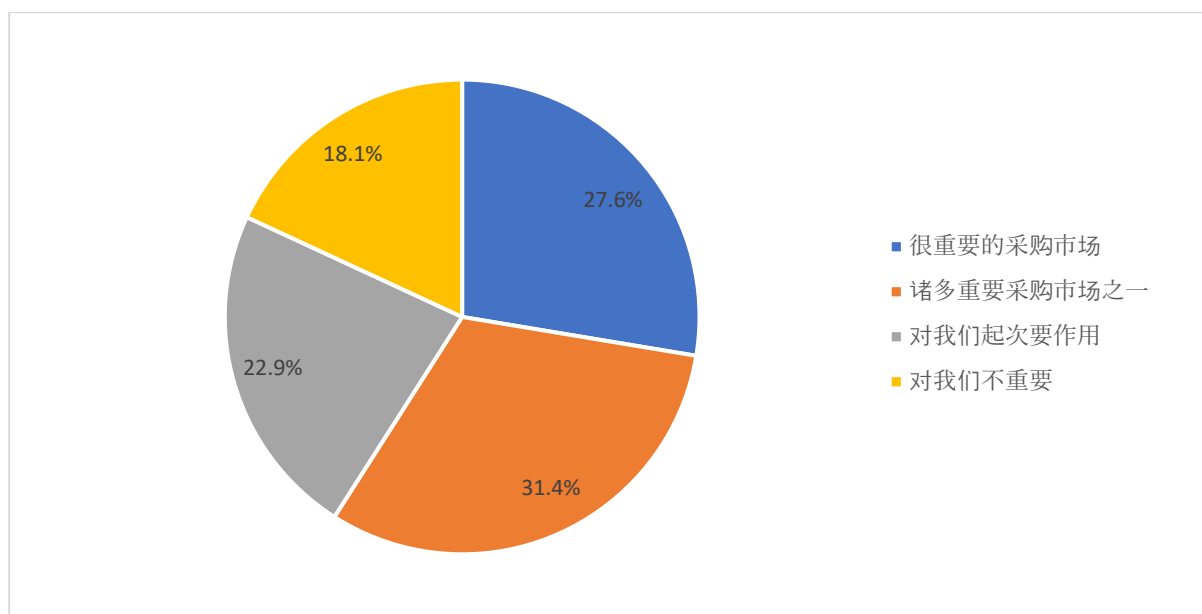


图 12: 中国市场当今作为采购市场的重要性

来源: CNBW-调查 - 2022 年对华经济合作  
备注: 105 份回答

## 未来采购市场的重要性

问题 17: 中国未来作为采购市场对您的企业何等重要?

近 54% 的受调企业（数量：57 家）对中国作为采购市场高度重视程度保持不变；大约 24%（25 家）的企业认为重要性会减少；近 22%（23 家）的认为中国作为采购市场未来

将比当今的作用更加重要。尤其是以下三种行业的企业把中国视为特别重要的采购市场：汽车行业（8 家）、机械和设备制造（4 家）以及环境与能源技术（2 家）。

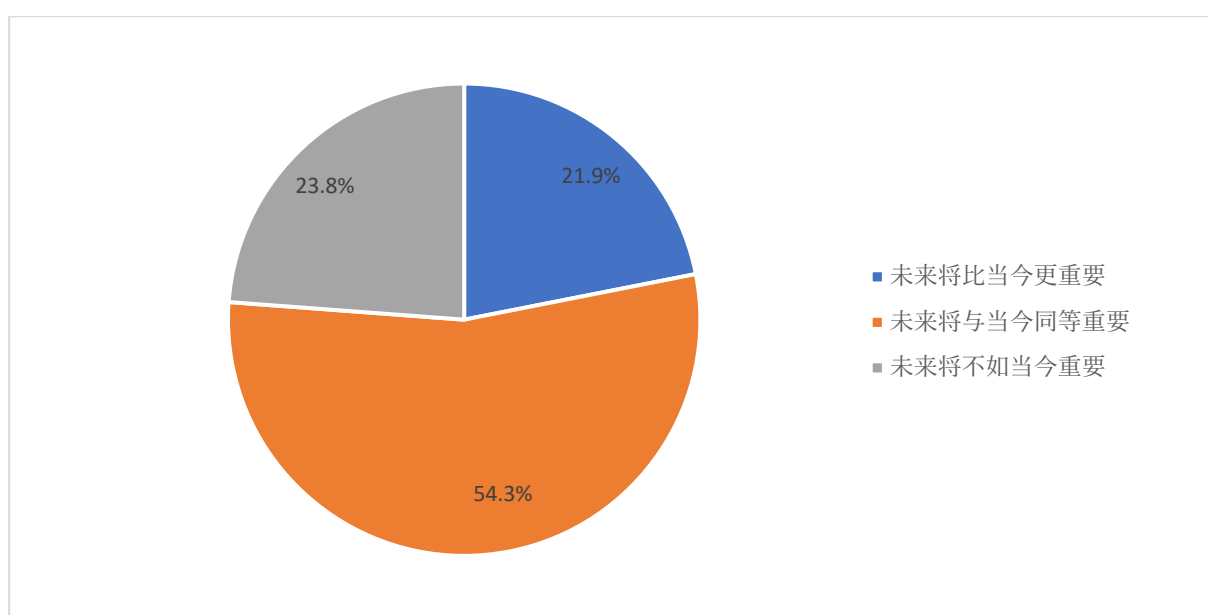


图 13: 中国市场未来作为采购市场的重要性

来源: CNBW-调查 - 2022 年对华经济合作  
备注: 105 份回答

## 区域全面经济伙伴关系自贸协定

**问题 18：亚太地区的区域全面经济伙伴关系（RCEP）新的自贸协定对贵公司重要吗？**

RCEP 协定是世界上最大的自由贸易协定，包括亚太地区的国家。对 66%的企业（数量：68 家）来说，该协定毫无意义 - 而对于 34%的企业（35 家），它确实有意义。

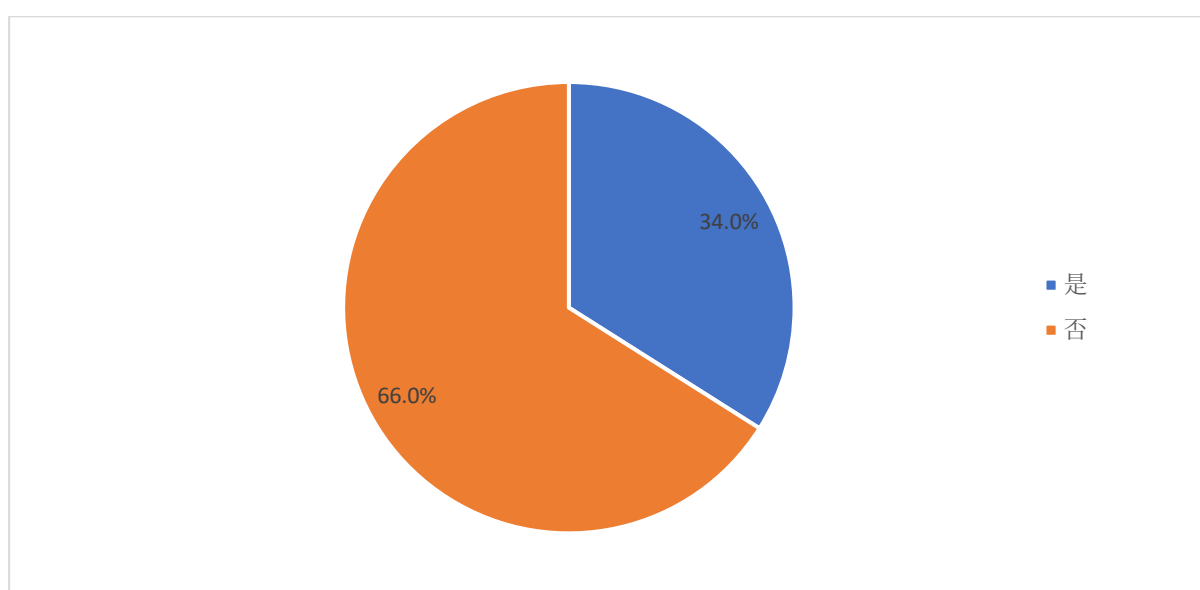


图 14：RCEP-自贸协定

来源：CNBW-调查 - 2022 年对华经济合作  
备注：103 份回答

**问题 19：请简要说明 RCEP 自贸协定与您相关或无关的理由。**

大多数企业，即 66%的公司（数量：68 家），至今在 RCEP 的国家内没有相关的商品货物流动。一家公司考虑到并认为，通过中国在这些地区的投资将会加大中国在东南亚和大洋洲的影响力。



## 4. 新冠疫情和乌克兰战争的影响

### 新冠疫情的影响

**问题 20:** COVID-19 新冠疫情的影响是否对您在中国的商业活动产生了变化?

**问题 21:** 在过去的两年中, COVID-19 疫情对您在中国的商业活动影响如何?

尽管有疫情, 大多公司(数量 52 家)仍希望在中国保持积极参与, 但也希望在其他国家建立更多客户关系。43 家企业希望留在中国, 但同时也在其他国家建立新的供应商关系。13 家企业希望将其生产部分撤出中国, 但没有一家公司愿将其生产完全移出中国。

作为解释, 受调企业说明新冠疫情对他们的业务产生了严重的负面影响。销售减少, 部分生产导致停止。因此, 销售额明显下降, 员工也减少了。专家们无法再从欧洲入境到中国、展会被取消、与中国合作伙伴的个人交流急剧下降。由于供应链中断, 采购也受到当地封锁的严重限制。此外, 在这段时间也无法赢得新客户。

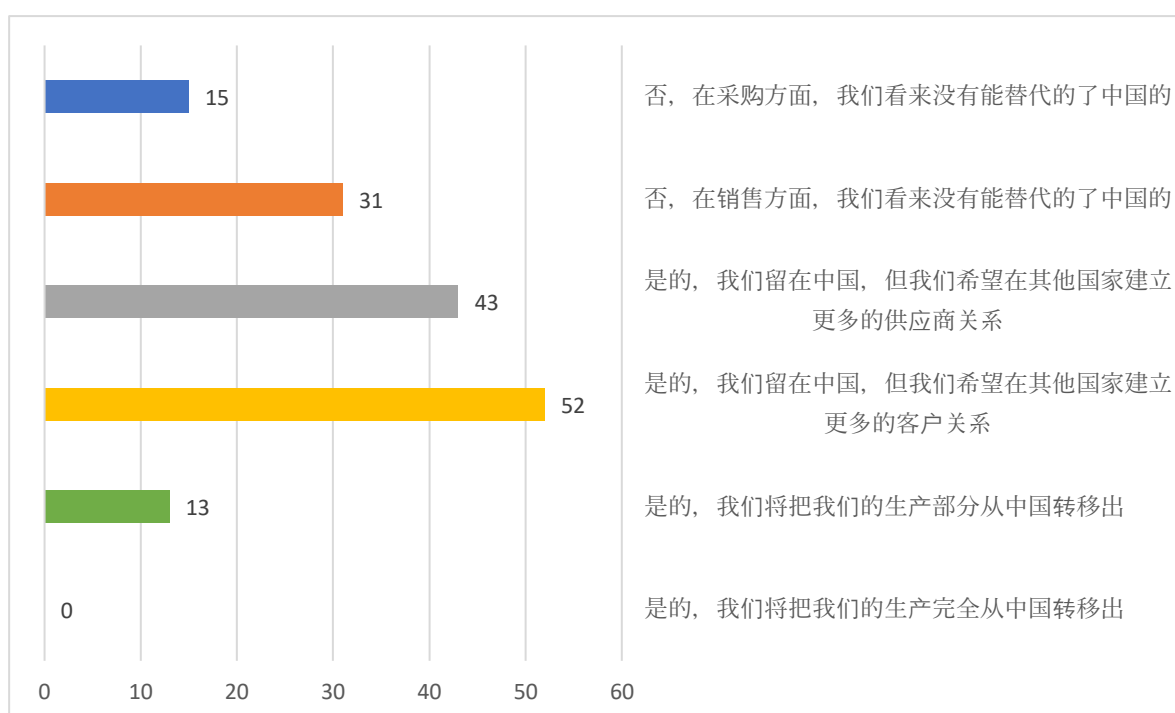


图 15: 由于 Covid-19 新冠疫情导致中国计划的变化

来源: CNBW-调查 - 2022 年对华经济合作

备注: 102 家企业的 154 份回答 (有重复回答的可能)

## 乌克兰战争的影响

**问题 22:** 乌克兰目前局势的发展对您在华的商业活动影响如何？

**问题 23:** 您会打算因为乌克兰目前局势的发展而改变您在华的商业活动吗？

大多数企业（67 家公司）表示，他们在华的商业活动不受乌克兰目前局势发展的影响。

能源高额成本使他们的产品更加昂贵，因此导致他们公司的竞争力下降。

一些公司写道（对问题 23 的公开回答），

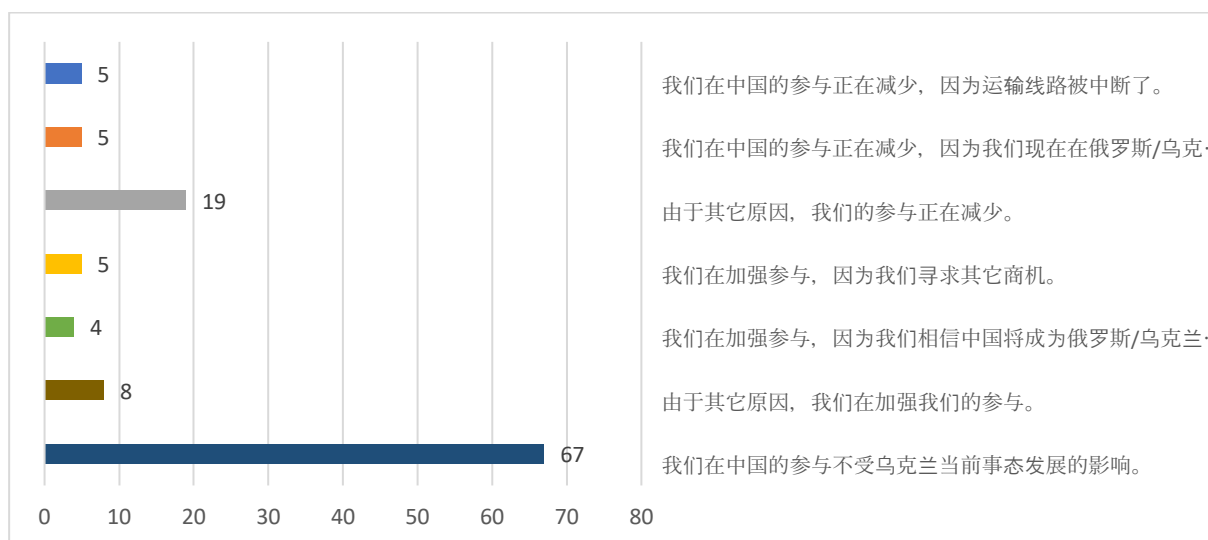


图 16: 由于乌克兰局势的发展导致中国计划的变化

来源: CNBW-调查 - 2022 年对华经济合作

备注: 103 家企业的 113 份回答 (有重复回答的可能)

**问题 24:** 如您选择“由于其它原因加强了我们在华的参与”，

请您说出加强在华参与的理由。

作为加强在华参与的原因，受调企业表示中国仍是一个重要的销售市场，这是增加在中国参与的原因。一家公司未来想在华推行“本地对本地”的战略，以减少依赖性。

## 中美关系评价

问题 25：您对当前中美经济关系的评价如何？

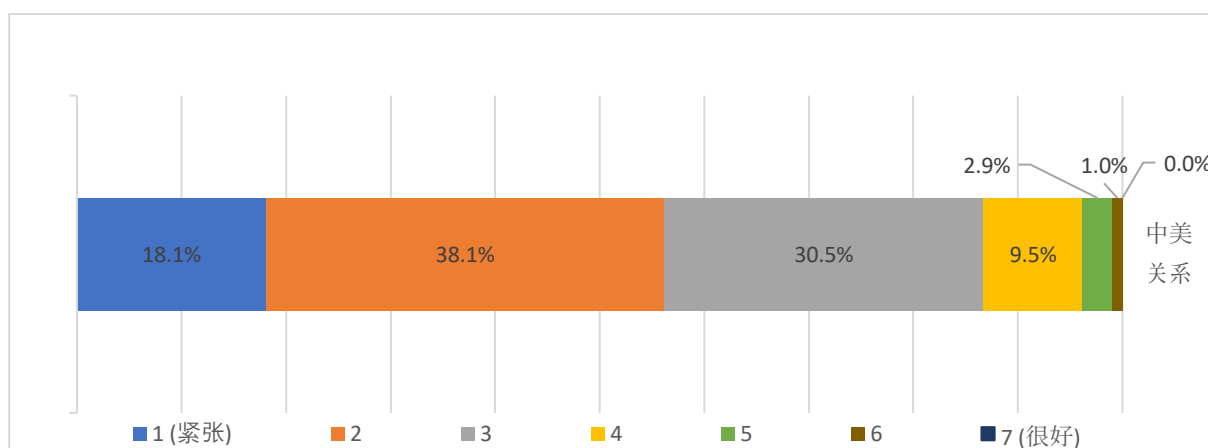
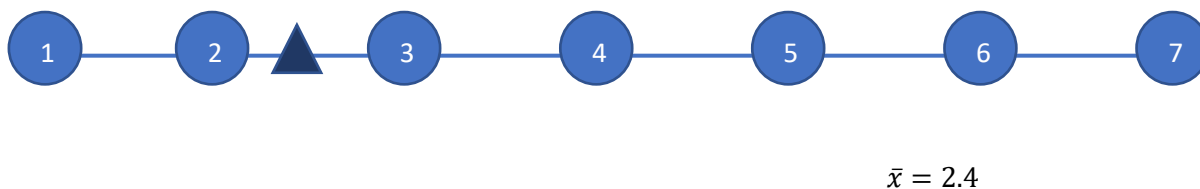


图 17：中美经济关系

来源：CNBW-调查 - 2022 年对华经济合作

备注：105 份回答

回答平均值：



备注：（1 = 紧张；7 = 很好）

中美经济关系被受调企业评估为相对紧张（平均值：2.4）。

问题 26：如您选择了“1”或“2”：您的公司受到影响了吗？如是的话，影响如何？

大多数受调企业受中美关系紧张的影响较少。同时，一些受调企业则表明，由于现有的贸易壁垒，中国市场的增长不那么强劲，而且

在全球标准化方面存在挑战，例如：在信息技术领域。

## 5. 企业的挑战

### 挑战

**问题 27:** 您在中国面临哪些特别的挑战？

受调企业在中国面临诸多挑战，尤其在经济发展预测的安全性方面（平均值：4.97）、价格发展（4.47）、赢得和留住合适人员（4.46）、法律计划的安全性（4.38）、与中国竞争对手相比的劣势（4.16）、工资发

展（4.10）、跨文化合作（3.84）、建立领导和企业文化（3.82）、伙伴可靠性（3.82）、2023 年起遵循德国供应链尽职调查法（3.80）、产品质量（3.18）和基础设施（2.61）等方面挑战巨大。

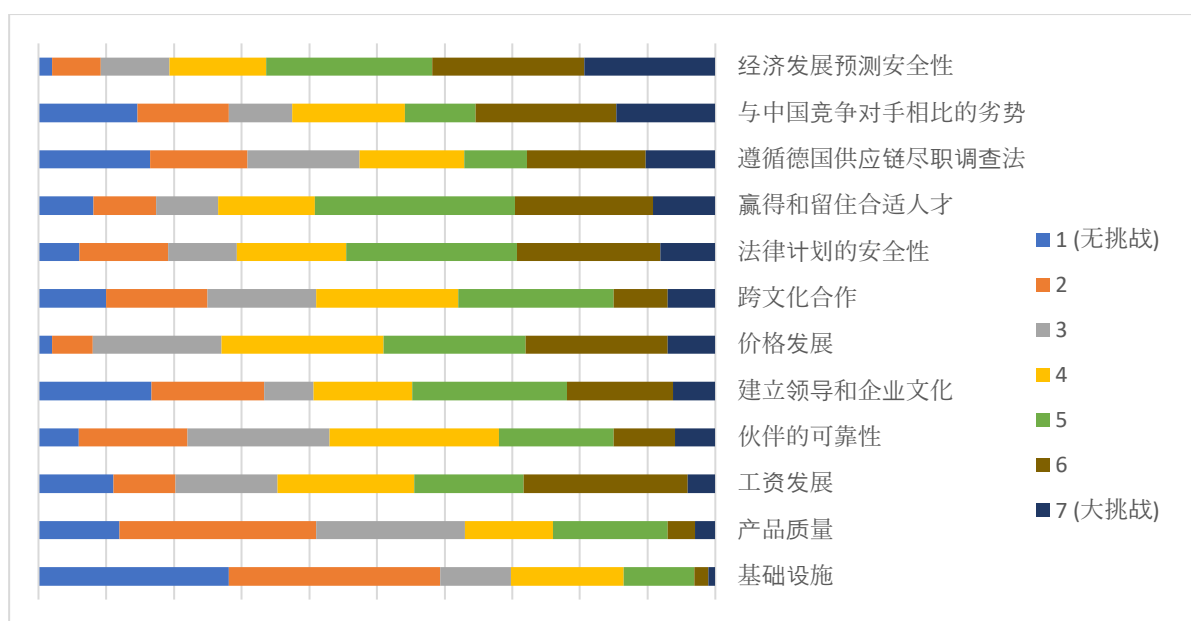


图 18: 挑战

来源: CNBW-调查 - 2022 年对华经济合作

(1 = 无挑战; 7 = 大挑战)

备注: 在 96 份和 100 份回答之间

## 6. 与中国客户、供应商和员工们的合作

### 合作

问题 28: 您如何评估与中国客户、供应商和员工们的合作?

与中国客户、供应商和员工们的合作得到了相当积极的评价（所有三个问题的平均值：4.6）。其中与中国员工们的合作被评为最佳。

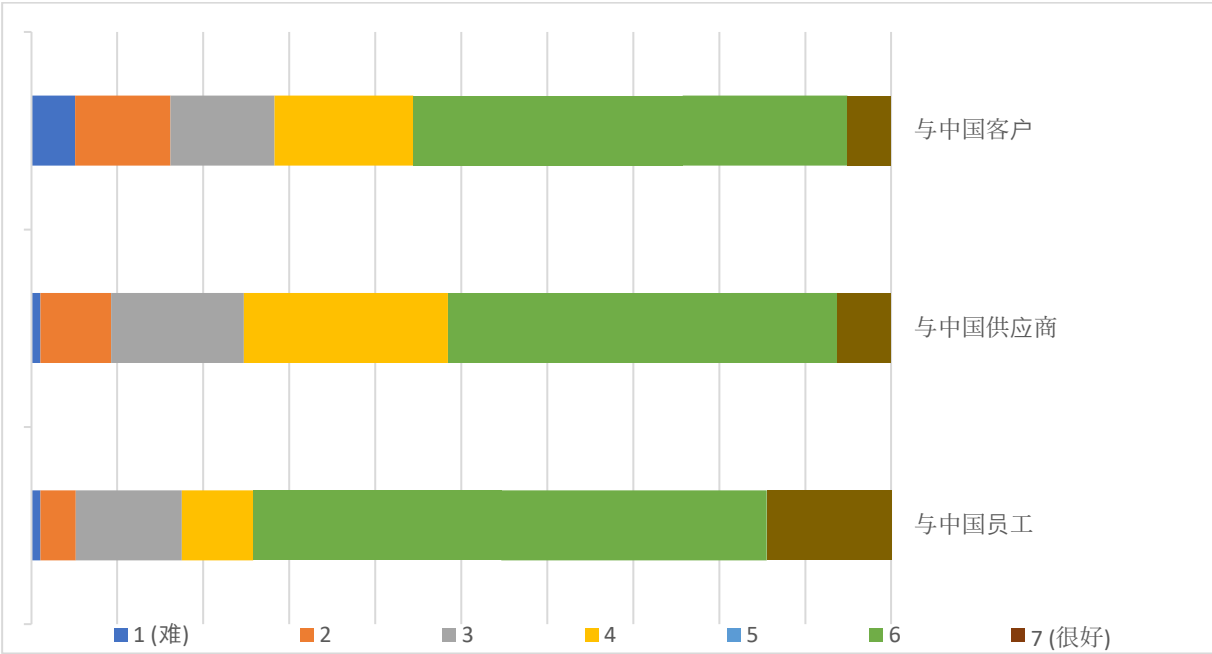


图 19: 合作

来源: CNBW-调查 - 2022 年对华经济合作  
备注: 在 97 份和 99 份回答之间

**问题 29:** 请您描述与中国客户或供应商的**正面例子**。

受调企业代表的 45 人表示，他们与中国客户或供应商们有很好的经验。一些公司已有数十年的业务关系。中国业务伙伴被描述为有好奇心和**对文化感兴趣**。他们对“德国制造”的兴趣特别大。（中型）供应商的质量

很好，他们非常灵活和快捷。即使在新冠疫情期间，中国供应商也被证明是可靠的、以客户为导向、忠诚并随时乐于响应。此外，受调者描述中国供应商提供服务非常积极。

**问题 30:** 请您描述与中国客户或供应商的**负面例子**。

受调企业的 44 名代表报告了与中国客户和供应商的负面体会经验。中国业务伙伴被描述为非常敏感和要求高，他们对目标、动机和方法方面的共同定义表现的兴趣甚少。会出现诸如商务询价时问好多细节和要资料，但最后不下订单的情况。例如，若有竞争对手支付更高的工资，中国合作伙伴的员工就会迅速换岗跳槽。此外，腐败问题也起关键

作用，只为“个人利益”签订合同的情况已有发生。还有一些受调企业代表认为，他们的产品有被中国公司抄袭的，一些贸易伙伴还利用德国品牌来吸引客户，之后却出售较便宜的当地产品。总体而言，很难找到可靠的供应商。新供应商则需要许多时间才能达到所要求的质量水平。此外，一些公司也遇有中国客户缺乏付款道德的经验。

## 技术地位

**问题 31:** 您如何看待您行业中的中国和巴登-符腾堡州企业的技术地位？

近 45% 的受调企业代表（数量：42 家）说，中国竞争对手目前正在强劲追赶，并可能在几年内超过德国公司。这里提及到的也是机械和设备制造、咨询和电气行业。约 32% 的（30 家）受调者认为他们领先于中国竞争对手，特别是在电气行业、汽车、机械和设备制造、建筑以及环境和能源技术领域。

18%（17 家）的人认为中国竞争对手在技术上与德国公司不相上下，提到的是电气、汽车、机械和设备制造行业。只有约 5% 的人认为，中国竞争对手目前已领先于德国公司，这里提到的是机械和设备制造，咨询以及电子商务领域。

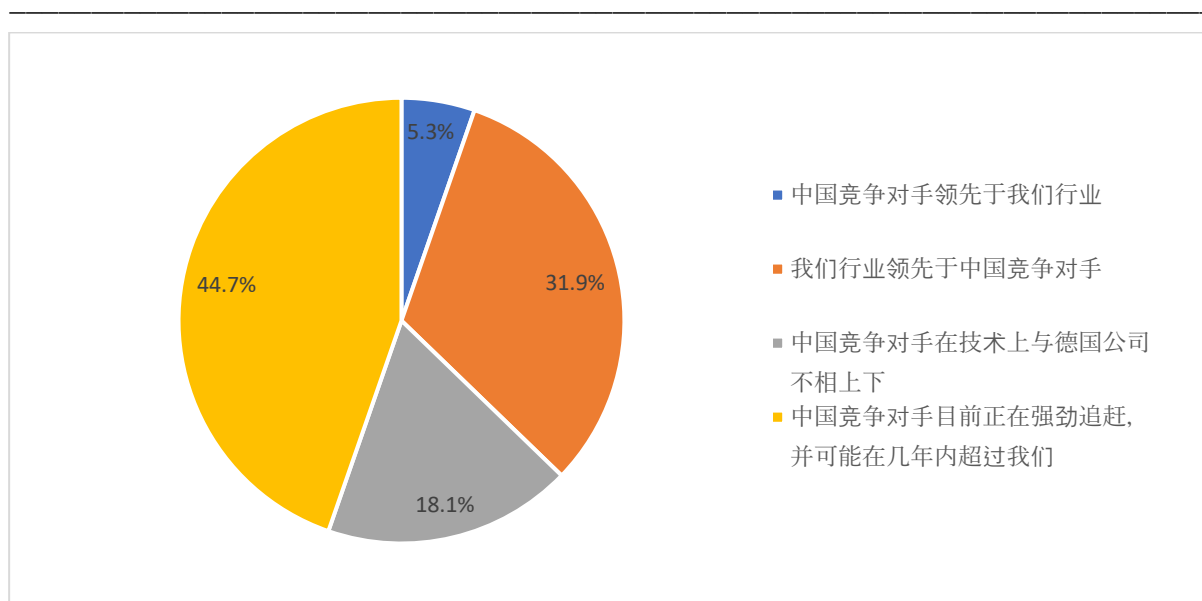


图 20: 技术地位

来源: CNBW-调查 - 2022 年度对华经济合作  
备注: 94 份回答

**问题 32:** 前面问题的回答对贵公司意味着什么？

请您说出贵公司落后于中国竞争对手或领先于中国竞争对手的行业。

接受调查的公司代表认为，在华的竞争将对长期在市场上自称为技术引领者的变得更加激烈，可感觉到中国客户和合作伙伴们的坚定意愿，希望在中期迎头赶上，并在当地取代德国供应商——主要是出于成本和服务原

因。一家公司提到德国公司在轻质结构领域的技术优势，但这里缺乏资金，并且渗透中国市场是一项重大挑战。不过，咨询行业还是会有许多增长潜力的。人们一致认为，重要的是通过专利来保护德国技术。



## 对合作的兴趣

**问题 33:** 您对哪些与中国企业扩展合作的方式感兴趣？

多数受调企业（数量：51 家）认为没有与中国企业扩展合作的必要性——他们认为自己处于有利地位。而 38 家公司则希望与中

国合作伙伴有更密切的合作。另有 20 家公司赞成建立技术和创新伙伴关系，12 家公司赞成中国在德国或中国投资。

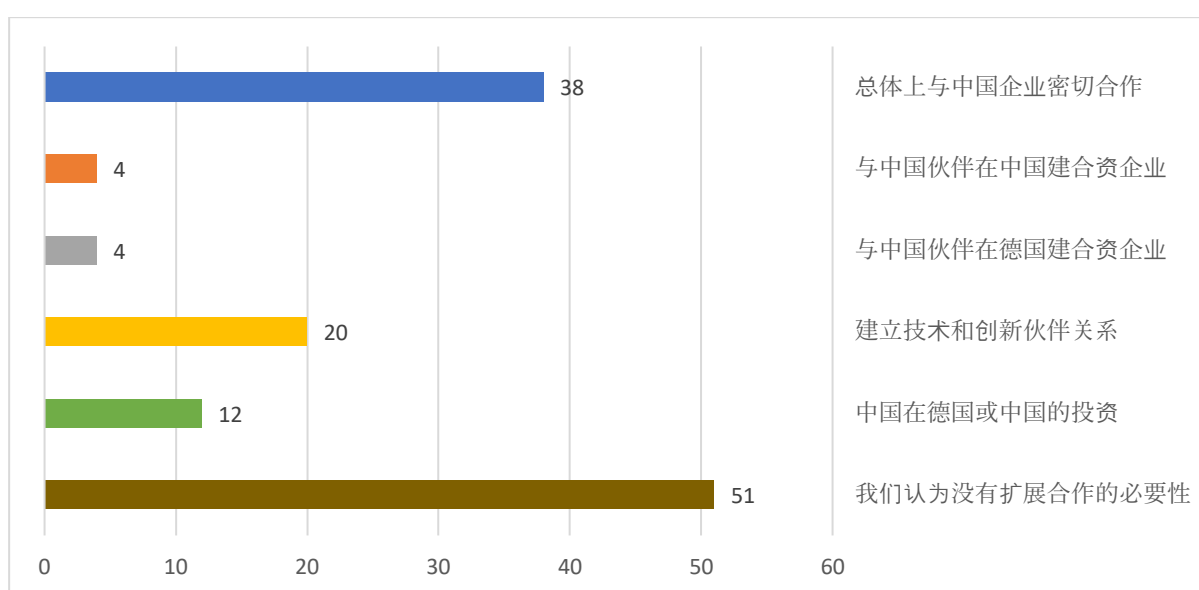


图 21: 与中国企业合作的兴趣

来源: CNBW-调查 - 2022 年度对华经济合作

备注: 99 家公司的 129 份回答 (有重复的可能)

## 7. 在德对华报道

### 报道

**问题 34:** 您如何评估德国对华目前的报道？

近 36% 的受调者（数量：48）认为，目前媒体对中国的报道过于带有批评性。对于 28%（38）来说，报道没有足够的经济导向。

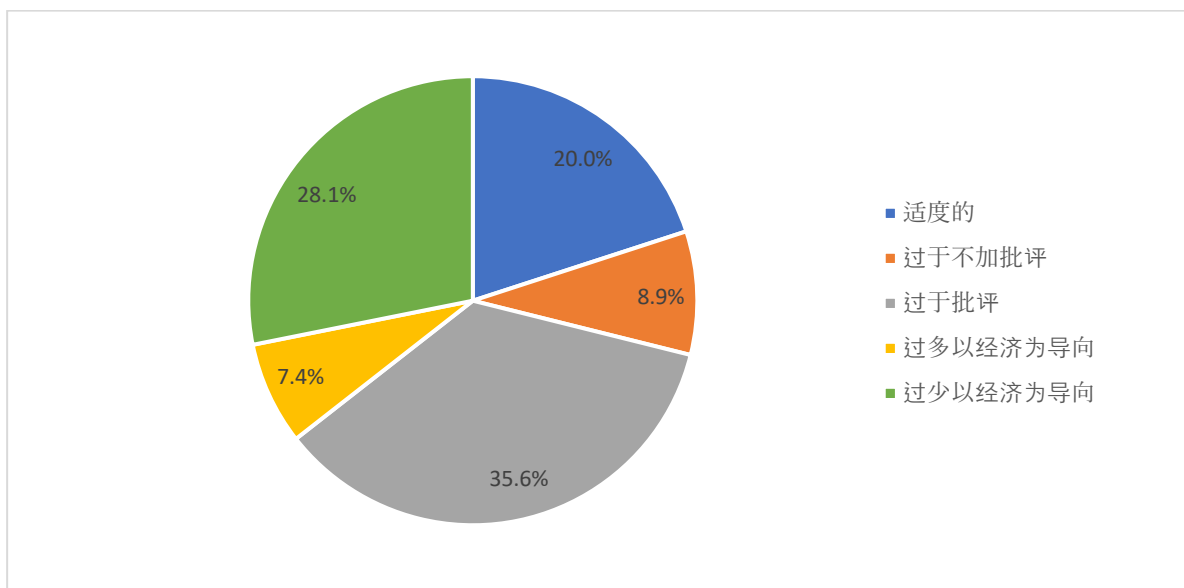


图 22: 报道

来源: CNBW-调查 - 2022 年度对华经济合作  
备注: 103 家公司的 135 份回答 (有重复的可能)

### 8. 自身对中国的精通能力和州政府对中国的精通能力

#### 对中国的精通能力

问题 35: 贵公司是否具备确保持久成功的对中国的精通能力?

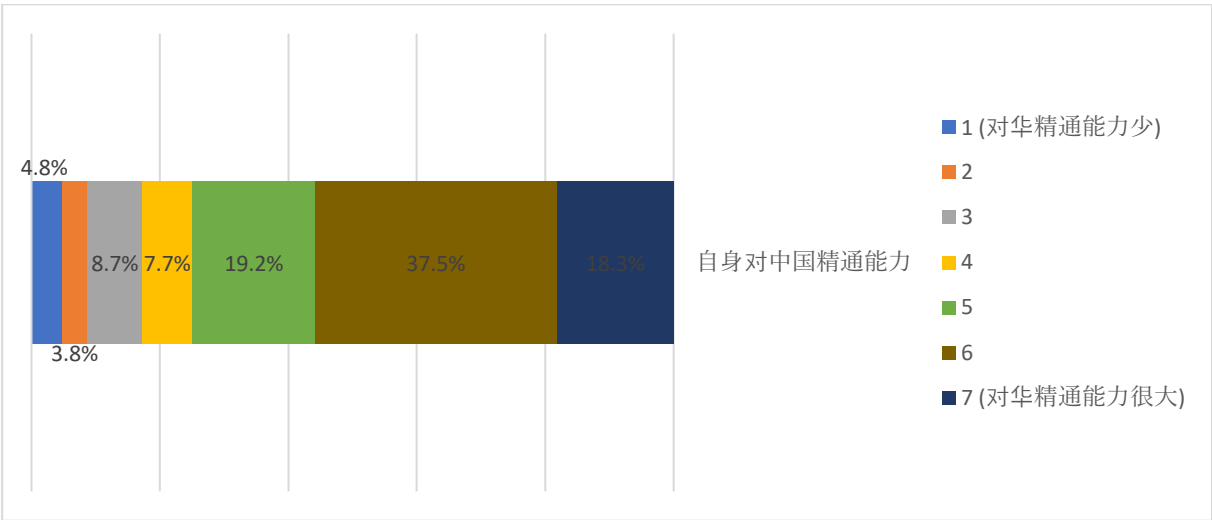


图 23: 自身对中国的精通能力

来源: CNBW-调查 - 2022 年度对华经济合作  
备注: 104 回答

回答的平均值:



$$\bar{x} = 5.2$$

1 = 对华精通能力少; 7= 对华精通能力很大

受调企业对自身中国专业知识的评价相对较高 (平均值: 5.2)。

**问题 36:** 您认为贵公司在哪些对中国的精通能力方面处于有利地位?

受调企业认为,自身对中国的精通能力尤其在以下方面评价为强项:人才招聘、忠诚管理、与基地间的沟通、跨文化能力、经济专长、市场知识、多年的经验、了解中国客户、

快速性,开放致力于新产品和以客户为导向、灵活性、流程和单个产品组的本地化、可持续性、创新及品质和形象等。

**问题 37:** 贵公司还需要哪些对中国精通能力方面的支持?

受调企业在华需要更多具有跨文化能力和语言技能的德国员工,以取得更大成功。外籍员工应当既了解中国市场也了解德国市场。

其它相关成功因素:建立更大的研发组织机构,提供更多关于法律和标准的信息,以及扩大在中国工业标准方面的话语权。

## 政府对中国的精通能力

**问题 38:** 您如何评价巴登-符腾堡州政府和管理部门对中国的精通能力？

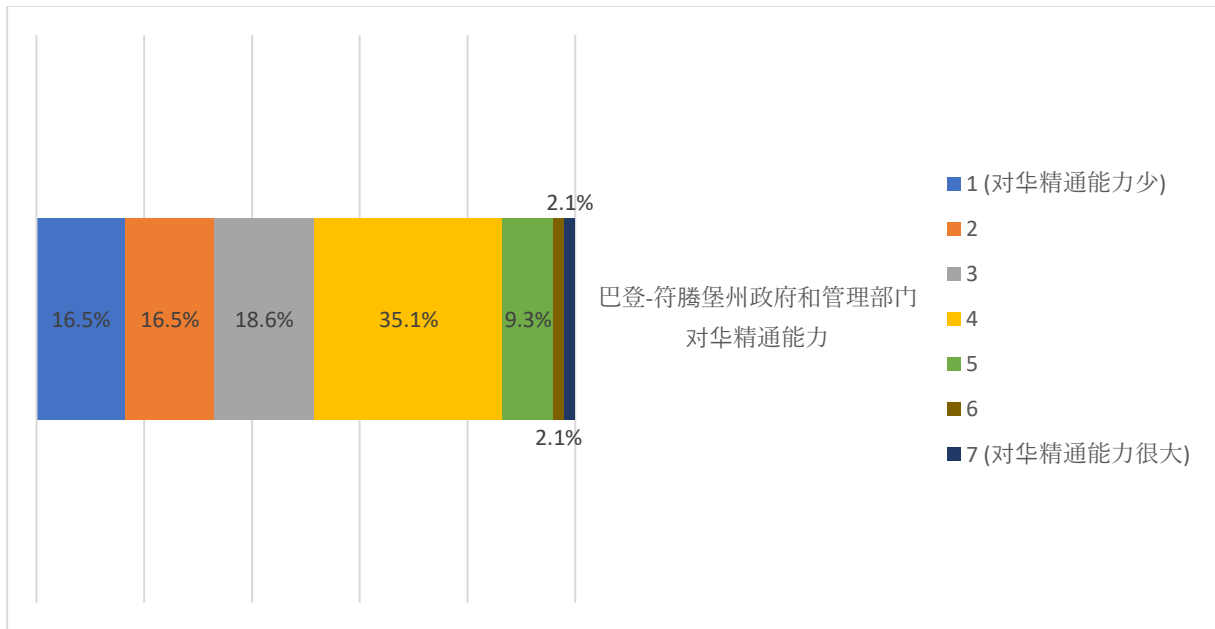


图 24: 政府对中国特定的精通能力

来源: CNBW-调查 - 2022 年度对华经济合作  
备注: 98 份回答

回答平均值:



$$\bar{x} = 3.2$$

1 = 对华精通能力少; 7 = 对华精通能力很大

巴登-符腾堡州政府对中国的精通能力被评估为绝对处于临界（平均值：3.2）。

## 9. 从联邦、州和 CNBW 寻求支持

### 支持

**问题 39:** 为了在中国业务中取得更大成功，您认为哪些支持是必要的（通过政府、非政府组织等）？

企业们希望联邦和州政府有明确的中国战略，这里也提到了可能与台湾发生冲突的情况。德国政府也应努力确保在华所有企业（本地和国际的）都按照相同的规则运营，并得到平等对待。

个别企业在促进资助方面也批评联邦政府的“静态”举措。多年来，政府一直按照同样的行为模式行事——没有做出适当调整，也没有更详细地分析其他制度（包括中国的）

是如何制定的，以便支持企业。在发放补贴方面，可向其他国家学习。

其它点：德国政府应努力确保知识产权在中国得到更好的保护。个别公司要求提供更多关于德国供应链尽职调查法的信息，为企业组织更多代表团前往中国，进一步支持当地的法规（例如产品认证），以及媒体的客观报道。

## CNBW 的支持

### 问题 40: CNBW 可以为您做些什么?

在受调企业中，有特别需求与处于类似情况的其他公司进行非正式交流（18%），两种文化之间的非正式交流（11%）以及关于在中国和来自中国新技术的非正式交流（12%）。还有关于中国跨文化主题的信息

（12%）、中国法律问题信息（14%），以及大学和研究机构的网络联系（11%）等也是巴登-符腾堡州中德经济协会可以进一步扩展的要点。

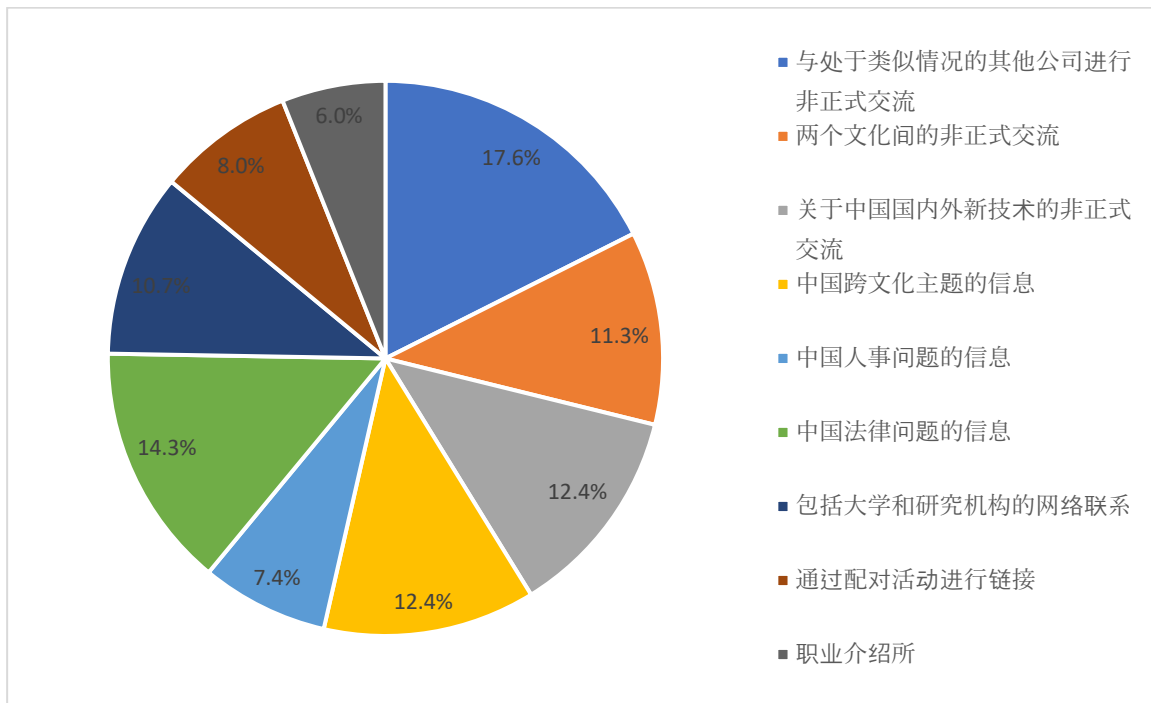


图 25: 与 CNBW 的进一步合作

来源: CNBW-调查 - 2022 年度对华经济合作  
备注: 106 家公司的 364 份回答 (有重复的可能)

### 问题 41: 对巴登符腾堡中德经济协会的进一步期望、想法和建议

受调企业期望与在华的外国商会和其他地方协会建立更多的网络联系，明确提到的是上海地区。总体上为中国特定问题创造更多空间将是件好事。此外，还建议组织企业家们去中国商务旅行和进一步促进跨文化交流。

## 联系人 / 联络方式

巴登符腾堡中德经济协会 (CNBW)

埃尔马·史顿普夫 博士

董事会主席

**Sabine Ursel**

通讯/内容/新闻

巴登办事处

Südring 3, D-77704 Oberkirch

电话: +49 7802 70 307 58

邮箱: [info@china-bw.net](mailto:info@china-bw.net)

网址: [www.china-bw.de](http://www.china-bw.de)

齐柏林大学 (ZU)

**Prof. Dr. Jarko Fidrmuc**

国际与数字经济学教研室主任

**Fabian Reck**

研究助理

Am Seemooser Horn 20, D-88045 Friedrichshafen

电话: +49 7541 6009 1241

邮箱: [jarko.firdmuc@zu.de](mailto:jarko.firdmuc@zu.de)

网址: [www.zu.de](http://www.zu.de)

### 参考文献 - 图像、文本、引文

“调查结果报告：2022 年度对华经济合作”

版权所有：巴登符腾堡中德经济协会（CNBW）和齐柏林大学（ZU） - 2023 年 4 月

使用/打印需经巴登符腾堡中德经济协会（CNBW）同意批准。

邮箱: [info@china-bw.net](mailto:info@china-bw.net)

(“2021 年度对华经济合作”首次调查 [hier ...](#))

版面设计: Klai 公司 - 中国市场与咨询服务 (德国 Karlsruhe, 中国广州)

中文翻译: 张蔚萍 - IBG 工程项目咨询翻译事务所 (德国博登湖地区-萨勒姆)