



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



2021 年度对华经济合作

调查结果报告

2021 年度对华经济合作

巴登符腾堡中德经济协会 (CNBW) 和咨询机构普华永道德国有限公司中国业务部 (CBG) 共同发起了一项调查, 即 (德国企业的) 中国业务负责人如何评估 (对华经济合作中的) 投资、销售和采购等领域 (的情况)。该项调查在巴登-符腾堡州的范围内展开, 调查问卷中包括了成功因子、机遇与风险、困难以及与中国商业伙伴合作的等多个问题。该调查既是 (企业) 情绪的晴雨表, 也是一个趋势报告。通过这次调查, CNBW 和普华永道为巴登符腾堡州与中国之间的经济合作关系的进一步发展做出了重要贡献。

此项调研获得了巴登-符腾堡州经济、劳动和旅游部 (Das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg) 的大力支持。



Baden-Württemberg

MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND TOURISMUS

此项调查从 2020 年 12 月初开始, 持续到 2021 年 4 月初结束。一共有 144 名企业代表参与了调研。同时, 还对巴登-符腾堡州的 11 家公司的总经理或公司内中国事务负责人进行了深入的电话采访。大约四分之一 (25.6%) 受访企业来自于机械和设备工程领域, 另有 20.4% 的受访企业来自于汽车和电气行业。这意味着受访企业充分代表了巴登-符腾堡州的强势产业。

目录

2021 年度对华经济合作	2
目录	3
执行摘要 / 核心信息	4
补充的电话采访	6
来自于巴登符腾堡中德经济协会 CNBW 和普华永道中国业务集团的评论及归纳总结	7
调查问题一览	8
问题、回答及图表	9
关于此项调查的作者	25
联系人 / 联络信息	26

执行摘要 / 核心信息

1.) 作为（产品的）销售和采购市场，（德国企业）在中国有着无法撼动的利益

回顾一下，许多德国公司在中国市场已经有很悠久的历史了。大约三分之一受访企业在中国从事商业活动已经长达 10 至 20 年，7%的受访企业甚至在中国开展业务已经超过 30 年了。另有不到 30%的受访问企业（累计）进入中国市场还不到五年。这表明德国企业对与在中国市场开展销售和采购的新业务有着强烈的兴趣。一半以上的受访公司已经在中国开展了业务，拥有一家或多家全资子公司；13%的受访公司以合资企业的形式在华开展业务（参考：问题 3.1）。

2.) 对于 60%的受访德国企业，中国作为销售市场将发挥越来越重要的作用。

对于 35.6%的受访公司来说，中国是一个非常重要的销售市场——或者是几个重要市场之一。约有 60%的人预计，在未来，作为自己公司的销售市场，中国对将发挥比今天更重要作用。有 29%的受访者预计，中国市场在未来会保持目前同样的重要性。由此可以得出结论，（德国企业在）中国市场的活动在未来将继续扩大（参考：问题 3.2）。

3.) 中国作为一个采购市场的重要性也将增加

对于四分之一的受访公司来说，中国今天已经是一个非常重要的采购市场了，对于另外四分之一的公司来说，中国是几个采购市场中的一个。40.9%的人认为，未来中国作为一个采购市场的重要性会增加（参考：问题 3.3）。

4.) 尽管有新冠疫情：德国公司在中国的经营计划并没有改变，但在东欧有更多的多元化发展。

三分之二的受访公司表示，在新冠疫情爆发后，今年的经营状况不错。尽管有疫情这种特殊情况，未来几年中他们在中国计划并没有改变。与之相关，有 33.1%的公司反应，新冠疫情对其中国计划产生了影响，其

中 40%的公司表示，他们的公司打算继续留在中国，但由于新冠疫情带来的经验，他们希望在其它地区，特别是在东欧，设立更多的业务点或发展更多的供应商，（参考：问题 3.4）。

5.) 对中国的新丝绸之路的倡议，德国公司仍然兴趣不大，参与不多。

目前，只有 7%的受访公司参与了发起的一带一路的倡议——而且主要是在独联体国家（参考：问题 3.5）。这在专家访谈中也得到了证实。人们更多地从政治角度看待这个话题，而不是将其视为一个经济机会。

6.) 从技术角度看，中国公司正在大力追赶，并已在一定程度上主导了国际市场。

尽管中国的竞争者在某些领域，如物联网（IoT）和人工智能（AI）领域占据主导地位，但大约 40%的受访公司对成功战胜这些挑战持积极态度。在与中国公司的竞争方面，40%的公司认为，目前自己与来自于中国的竞争对手相比仍处于有利地位。然而，60%的受访者认为，中国的竞争对手将奋力追赶，并可能在几年后在其行业内领先于德国公司。在中国竞争者今天已经占主导地位的行业中，（调查报告）特别提到了物联网和人工智能等数字领域。此外，（调查报告）还指出了在中国应用新技术的速度（参考：问题 4.1）。

7.) 与中国伙伴的合作始终令人满意——（德国公司）希望加强合作

受访企业倾向于积极评价与中国合作伙伴的合作。与中国员工的合作值为 6（等级：1=差，到 8=非常好）。与中国客户的合作仍然处于令人满意的范围，其数值为 5.4。相比之下，与中国供应商合作的成功关键因素的数值下降到 4.9（参考：问题 4.2）。就扩大与中国公司合作的愿望而言，互利合作、增加非正式交流和技术合作位列榜首。然而，三分之一的受访公司也认为没有必要扩大合作（参考：问题 4.3）。

8.) 在中国面临的主要挑战：物价和工资的提高

中国的物价和工资的增长被认为是最大的挑战，其次是经济方面、竞争方面和法律方面的安全性。第三个最重要的问题是合作伙伴的可靠性，例如在生产和服务方面。其次是产品质量。其他成功的关键因素是招聘合适的员工，发展管理和企业文化，以及中国和德国之间的跨文化合作。另一方面，中国的基础设施也受到赞扬：大多数德国公司对此都很满意（参考：问题 4.4）。

9.) 40% 的受调企业认为德国媒体对中国的报道过于挑剔。

报道：40%的调查参与者认为德国媒体中的中国的形象（的报道）过于挑剔。另一方面，而其它受调企业认为（所报道的）形象是全面的或并不挑剔的都占 27%。因此，在

（对于中国的形象的）认知方面，没有一个统一的中国形象（参考：问题 5）。

10.) （受调企业）希望从 CNBW 这里获得更多关于中德问题的交流（机会）。

对于 CNBW 的期望：首要任务是可以在轻松的气氛中，就中德合作的相关问题进行非正式的交流。主题：法律问题（如合规、责任问题）、组织问题、人事问题、新技术、跨文化问题。

通过 CNBW 建立更多的联络（例如与商业服务提供机构以及大学生或高校等）。

牵线对接的活动也很有意义，促进相互理解也非常重要。

补充的 电话采访

定性调查更加丰富了从定量调查中获得的调查结论。除了上面列出的主题之外，受访者将成功关键因素之一“速度”，无论是组织上(的速度)还是技术方面(的速度)，列为在华的德国公司面临的主要挑战。市场和竞争对手都在以惊人的速度发生变化。

受访者认为，德国总部和中国子公司之间的**内部合作**也是需要改进的。(这些改进)不仅应针对国际流程的建立，尤其关系到德国总部的员工对他们的中国同事的总体的了解。

受访者关注的问题还包括，如何确保可以持续性的**向中国转让技术和专业知识**，如何确定(德国母公司)向其中国的子公司等分支机构所转移的必要信息是“适量”的？在中国的分支机构能在多大程度上实现本土化？普遍认为，一个理想的解决方案是先在德国培训中国员工，然后再把这些员工部署在中国本地。

受访者还希望巴登-符腾堡州中国经济协会**可以就签证问题或产品进出口等一般话题提供更加深入的实用性的信息**，通过 CNBW 来与此相关的服务范围也受到欢迎。

来自于巴登符腾堡中德经济协会 CNBW 和普华永道中国业务集团的评论及归纳总结

埃尔马 史顿普夫 博士

巴登-符腾堡中德经济协会 CNBW

董事会主席

引用原文：

“我们发现，尽管新冠疫情对供应链和商业关系产生了暂时的影响，但大多数接受调查的公司都坚持他们在中国的计划，或打算进一步扩大这些计划。他们正在为未来几年不断增长的销售市场做准备。（受访企业）对与中国公司的合作表示了强烈的兴趣，（他们认为）双方都应尽可能地从合作中受益。对于（德国）公司来说，决定性的问题是谁能够及时地将这种基本的积极态度转化为充分的行动。

受访者对中国市场上技术领域的实施速度表示关注。此外，中国的竞争者预计将在几年内超过德国在某些领域的市场参与者。因此，有必要重新调整商业模式，发展创新。

可以预见的是，在“同中国供应商的合作”这一因素上仍有改进的余地。此问题可能是由于缺乏对商业惯例的了解，但也可能是由于公司本身的态度和行为方式。因此，在评估与中国的伙伴公司的合作时，应始终结合自身的依赖性和专业流程。

示例：如果一家德国采购公司不是（或不再是）中国供应商的主要买家，那么这肯定会对供应商的履约程度产生影响（在德国和其他国家也是同样的情况）。

这里提到了受访企业对与同中国公司合作有着强烈兴趣，在此种情况下，双方都应尽可能地（从合作中）受益。 “

对 CNBW 来说，此次调查提供了重要指示，即提供的服务组合需要扩大。事实是：市场上（商业）活动的增加使专业的支持和新的合作形式成为必要。

托马斯 海克

普华永道会计师事务所有限公司

审计合伙人，中国业务组负责人

德国和欧洲

引用原文：

“很高兴获悉，无论政治大气候如何，德国经济在中国市场上继续保持着信心和自信。尽管如此，在中国开展活动的（德国）公司应始终关注（中国的）每一个五年计划，并审核它对自己在中国的（经营）活动可能产生的影响。特别是目前的第 14 个五年计划内容已经非常完备，其重点是“双循环”。

这意味着中国在加强自己的国内市场。虽然外国公司的市场准入将变得更容易，但中国政府希望在进口和出口之间创造一个平衡，使自己更独立于外国的进口，从而也加强供应链的弹性。（我）建议德国公司在其商业活动中为中国政府这一明显的战略变化做好计划。此外，在未来几年，伴随着气候保护问题的是中国的大规模的投资。拥有相应的二氧化碳减排或碳中和和技术解决方案的公司将会获得大量的机会”。

调查问题一览

1. 参与调查的公司的介绍
2. 所属行业
3. 受调公司在中国活动的现状及前景
 - 3.1 与中国的合作：目前的活动和组织形式
 - 在中国的业务经营时间
 - 在中国的经营方式
 - 3.2 中国做为目前和未来的销售市场
 - 中国做为销售市场的重要性
 - 中国做为销售市场在未来的作用
 - 3.3 中国做为采购市场
 - 中国做为采购市场的重要性
 - 中国作为一个采购市场的在未来的重要性
 - 3.4 新冠疫情带来的变化
 - 新冠疫情下，究竟是哪些原因让受调公司认为没有必要重新考虑其中国战略
 - 新冠疫情下，有哪些背景，让受调企业重新考虑他们的中国计划
 - 3.5 新丝绸之路（一带一路）的倡议
4. 德国和中国企业的合作
 - 4.1 科技方面的定位
 - 4.2 对于当前合作的评估
 - 4.3 对于同中国公司合作的期望
 - 4.4 德国企业在中国需要应对的挑战
5. 德国当前关于中国的报道
6. 对于巴登符腾堡中德经济协会 CNBW 的期望

问题、回答及图表

1. 参与调查的企业介绍

参与调查的公司介绍

共有 144 家公司参加了此次调查。其中几乎有一半可以归类为中小型企业。大约 14%的

公司报告说，其年营业额超过 10 亿欧元；因此它们可以被视为大公司。

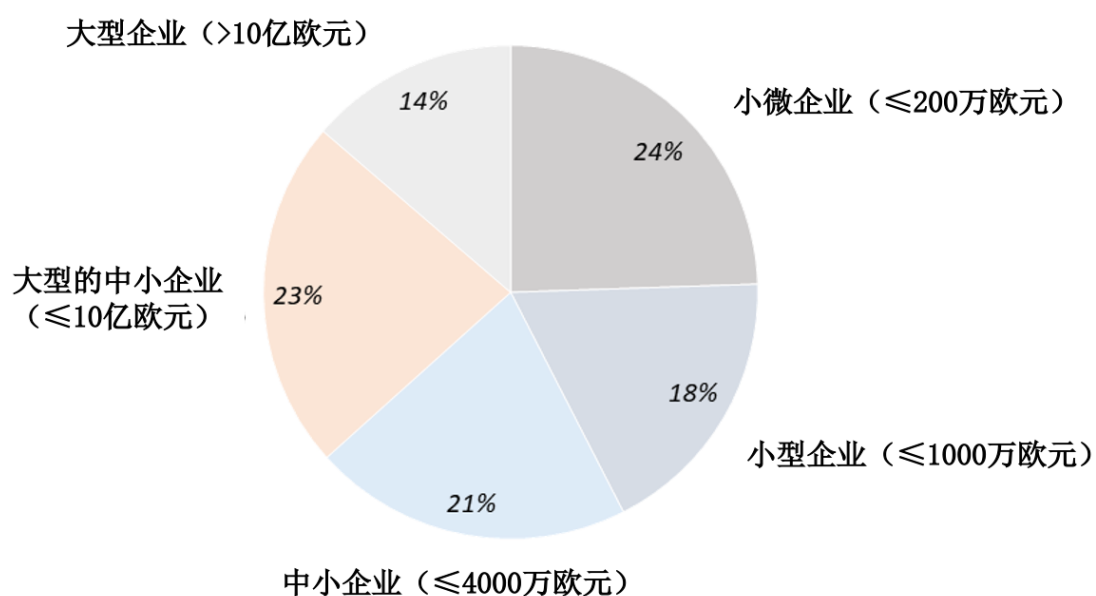


图 1: 参与调查企业的年销售额

2. 所属行业

所属行业

大约四分之一（25.6%）的受调企业活跃在机械和工程设备领域。累计有 20.4%的受调企业属于汽车和电气行业。这意味着巴登一

符腾堡州的强势产业也在调查中得到了充分体现。咨询公司所占比例相对较高（17.5%），这一点很引人注目。

回答选项	所占比例
机械及设备制造	25, 6%
咨询业	17, 5%
汽车产业	13, 1%
电子业	7, 3%
IT	5, 1%
贸易-传统	4, 4%
教育	3, 7%
化工, 制药	3, 7%
贸易-电子商务	2, 9%
建筑业	2, 2%
权力机构、市政当局、社区	1, 5%
环境工业, 能源科技	1, 5%
金融, 保险	0, 7%
健康和社会救济, 护理	0, 7%
医疗-技术	0, 7%
科技	0, 7%
其它 * (请详述)	8, 7%

***其它:**
商业促进,
建筑设计及规划,
项目管理,
服务,
其它行业

图 2: 参与调查的企业所属行业

3. 受调公司在中国的活动的现状及前景

同中国合作： 目前的活动及组织形式

受调公司在中国的业务经营时间

大多数受调公司，大约三分之一，在中国的业务已经经营了10到20年，有不到7%的公司甚至在中国经营了30年以上。相比之下，12.3%的受调企业在过去两年才决定进

入中国市场。这意味着大量的受调公司可以回顾与中国市场的悠久历史。然而，只有不到30%（累计）的企业在中国经营了不到五年。

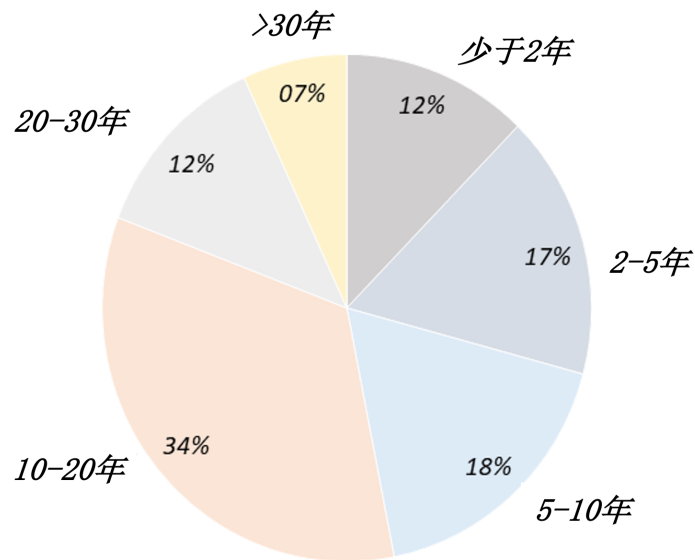
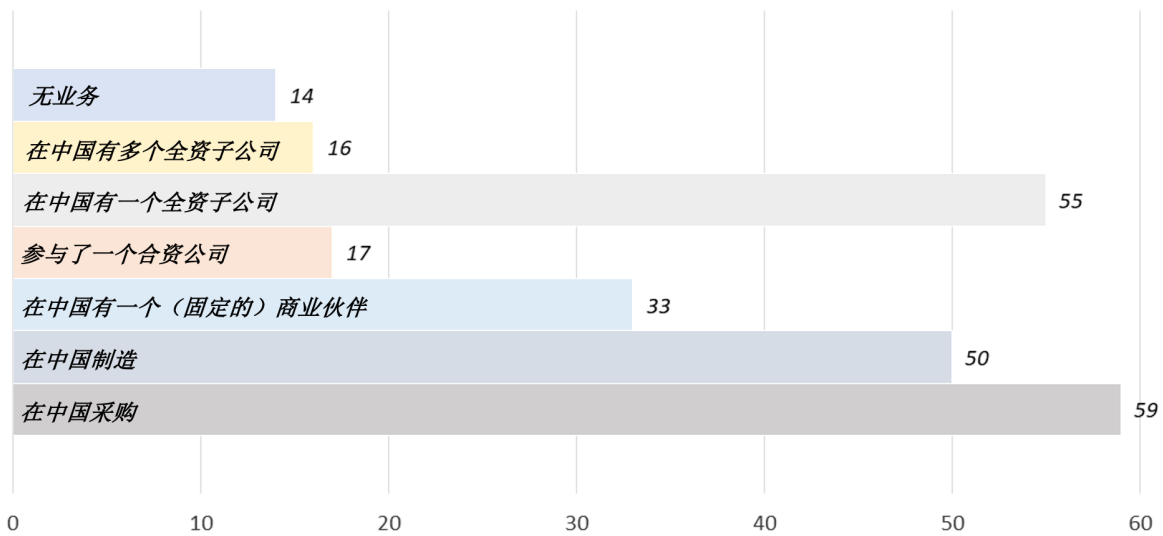


图 3：受调企业在中国的经营时间

经营方式（可以选多个答案）

所有受调公司中，只有 14 家没有在中国开展活动。回答此问题的 135 家受调公司中，有 121 家在那里活动。其中，55 家公司（在华）有一个全资子公司，其中 16 家公司甚至在中国有几个子公司。在回答这个问

题的受调公司中，有一半以上的公司直接在中国投资。此外，有 17 家公司与中国合作伙伴共同经营一家合资企业。在接受调查的公司中，有 50 家在那里有一个或多个生产设施，有 59 家企业在中国为采购公司。



（上表为受调企业的回答的绝对数量，共有 135 家企业回答了问题）

图 4：受调公司在中国的活动及组织形式

中国做为目前和将来的销售市场

中国做为销售市场的重要性

对于 35.6% 的受访公司来说，中国是一个非常重要的销售市场。对于同样占比的受调公司来说，中国是几个（销售）市场之一。然而，对于多达 28.8%（累计）的受访企业，他们在中国的销售只起到次要作用——至少目前是这样。

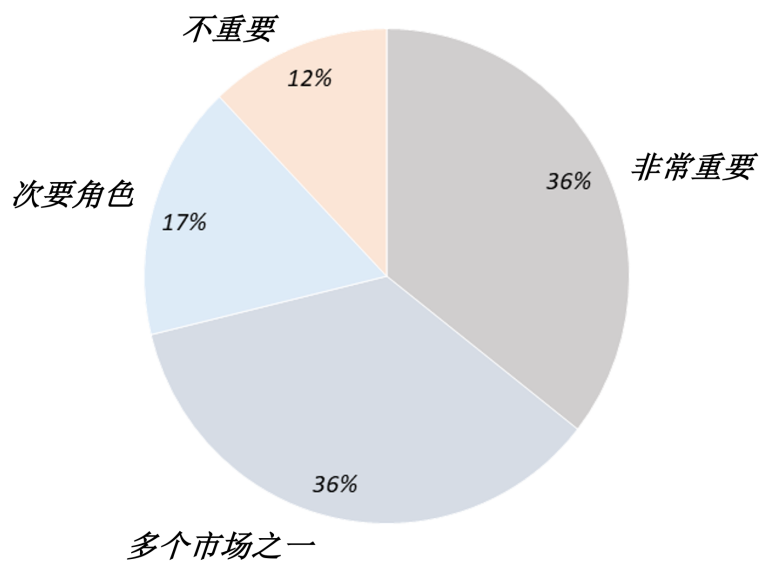


图 5：做为销售市场中国对于受调企业的重要性

中国做为销售市场在未来的作用

大约 60% 的受调公司认为, 中国作为自己公司的销售市场在未来将比现在发挥更重要的作用。29% 的人预计中国市场在未来将保持目前的重要性。只有 11% 的人预计中国市场的重要性会下降。

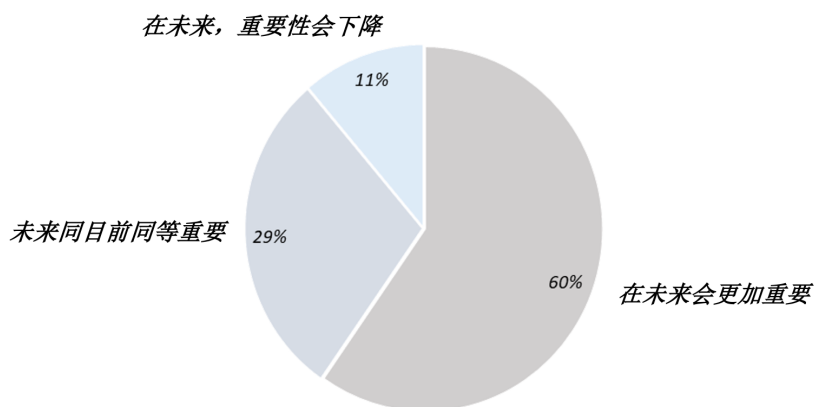


图 6: 中国做为销售市场在未来的角色

中国做为采购市场

中国做为采购市场的重要性

对于大约四分之一的受访公司来说, 中国是一个非常重要的采购市场, 对于另外四分之一的公司来说, 中国是几个采购市场中的一个。目前, 大约有一半的受访企业认为, 对他们来说, 目前从中国进行采购尚缺乏决定性的推动力。

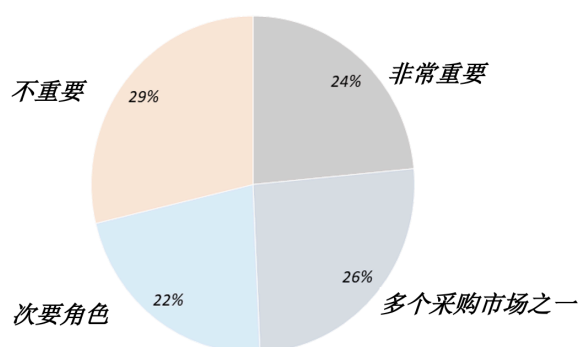


图 7: 中国做为采购市场的重要性

未来中国做为采购市场的意义

40.9%的受调企业认为，中国将在未来的（企业）采购活动中发挥更重要的作用。半数人认为，其重要性将保持不变。只有 10%

的人评估，在未来，中国在（企业）采购中的作用将会比现在低。.

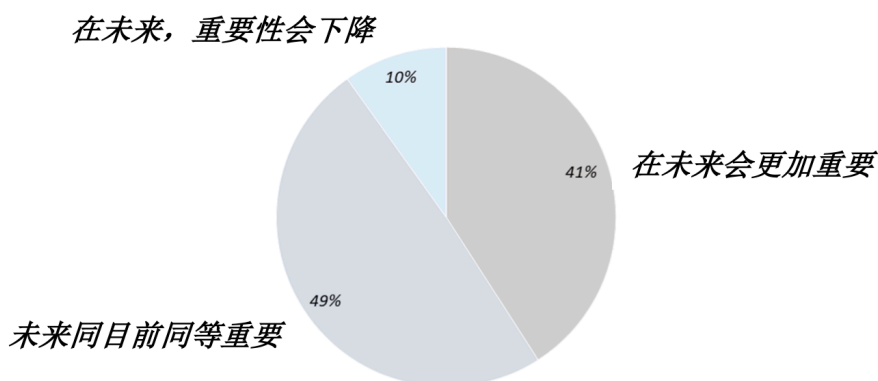


图 8：中国做为采购市场在未来的作用

由于新冠疫情而导致的变化

尽管有很多关于新冠大流行引起的经济变化的讨论，但在新冠疫情开始一年之后，三分之二的公司表示，尽管有这种特殊情况，但未来几年内，他们的中国计划没有改变。

这也符合以下说法：即对近 90% 的公司而言，中国做为销售市场，未来会保持同等重要或变得更重要（见图 6）。

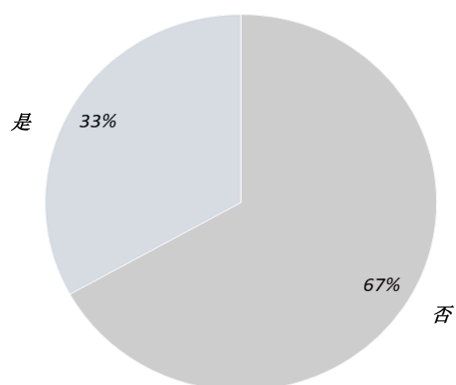
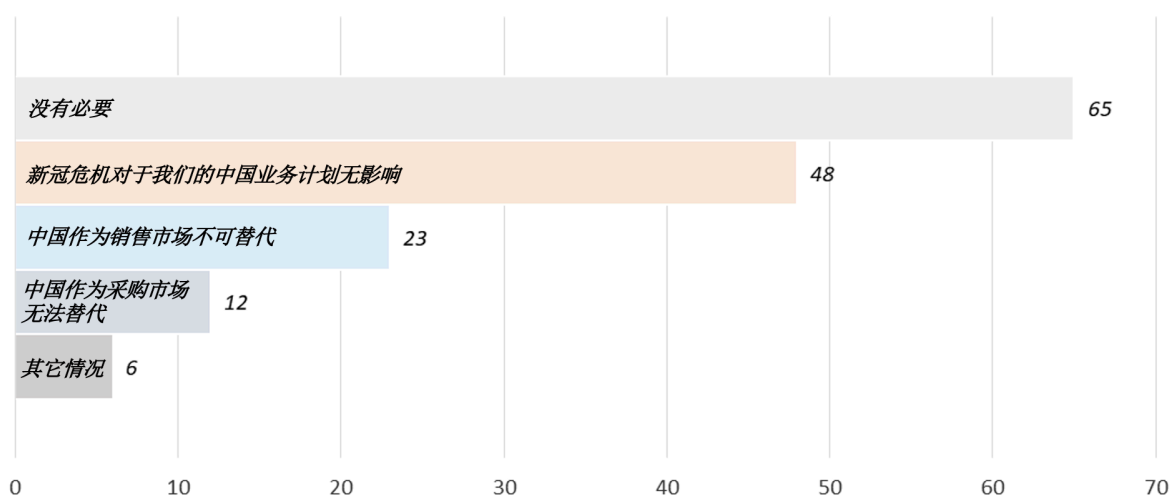


图 9：未来几年内，新冠疫情对受调公司的中国计划（是否有）影响

新冠疫情下，究竟是哪些原因，让受调公司认为没有必要重新考虑其中国战略(可以多项选择)

有 66.9% (的受调公司) 不想因为新冠疫情而改变他们在中国的活动的公司 (图 9)，这之中的 71% 的受调企业 (91 个答复中的 65 个) 明确表示他们根本不认为有必要这样做。48 家公司报告说，新冠危机对他们的中国

计划没有影响。在 91 家公司中，有 23 家公司表示，除了中国这个销售市场之外，他们没有其他的选择，有 12 家公司对中国作为**采购市场**也持同样的看法。



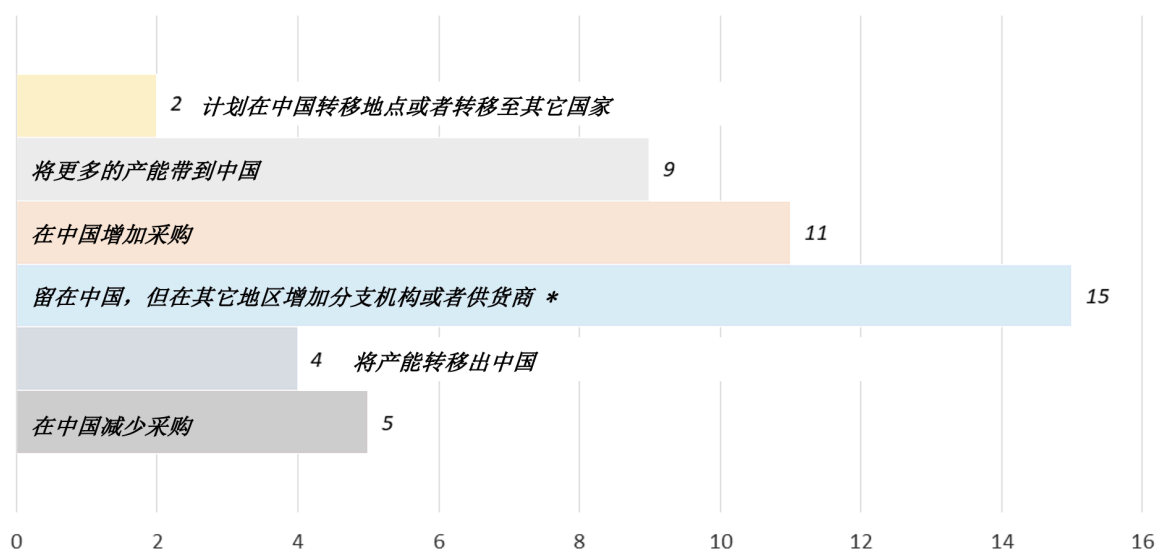
(回答的绝对数字，共有 91 家公司回答了问题)

图 10: 新冠疫情下同中国合作的变化

新冠疫情下，有哪些背景，让受调企业在重新考虑他们的中国计划

图 9 中表示新冠疫情对其中国计划有影响的 33.1% 的公司中，其中 40%（37 个答复中的 15 个）表示他们的公司打算继续留在中国，但由于新冠疫情的经验，他们希望在其他地区建立更多的基地或供应商。这里特别提到了东欧。五家公司希望未来减少在中国

的采购，而相反的是，有 11 家受调公司，即约 30%，希望未来在中国进行更多采购。一些公司也在计划调整其生产结构。虽然有四家公司希望将生产能力从中国转移到其他国家，但有九家公司希望将更多的产能带到中国。



* 其他地区：大多数为东欧国家

(回答的绝对数字，共有 37 个公司回答了问题)

图 11：新冠疫情没有影响受调公司在中国的经营活的原因

新丝绸之路(“一带”)的倡议

在中国宣布的新丝绸之路倡议中，93%的受访公司目前没有参与。在这一倡议中活跃的

7% (的受调公司) 主要涉及独联体国家，如俄罗斯。

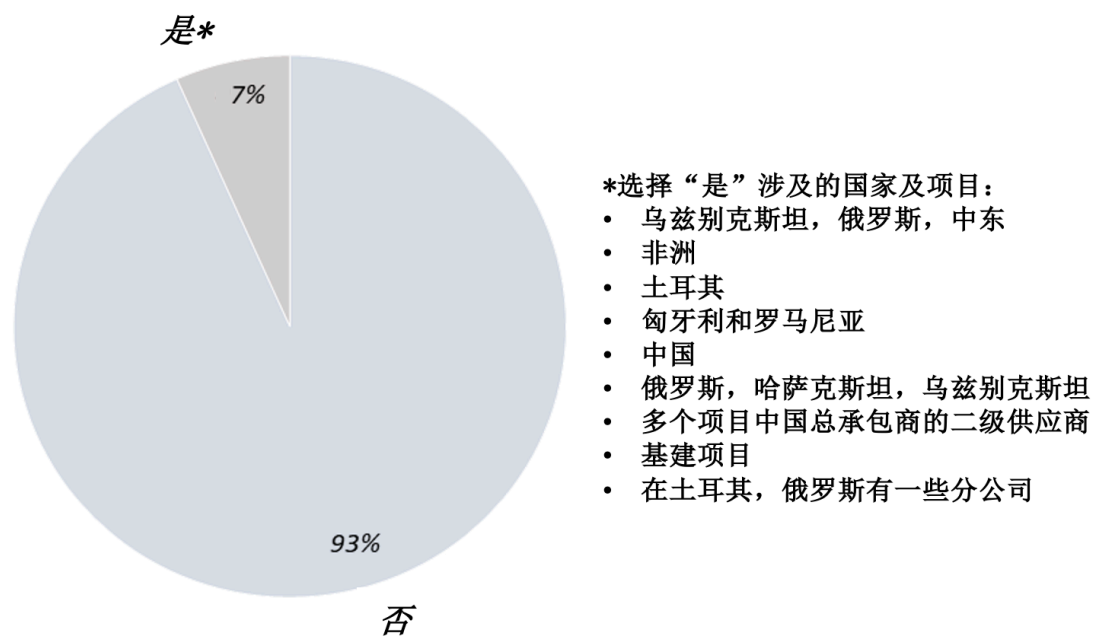


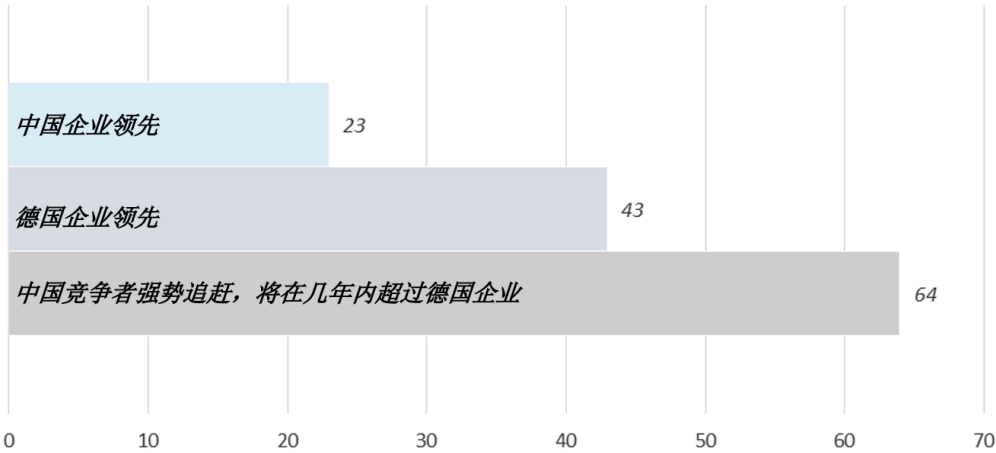
图 12：是否参与了新丝绸之路倡议（注：指一带一路中的一带）

4. 德国和中国企业的合作

技术（领先性的）定位（可以多选）

共计有 110 家公司回答了这个问题。23 个受调公司认为自己在技术上已经落后于来自中国的竞争对手。43 家受调公司认为自己在技术上领先于其中国的竞争对手。64 家公司认为，中国的竞争者将在几年内强势追赶

并在技术上超越德国公司。在中国竞争者今天已经占主导地位的行业，特别提到了物联网、IT 和 AI 等数字领域。还提到了（中国公司在）实施新技术的速度。



（回答的绝对数量，共有 110 家受调企业回答了此问题）

图片 13：同中国竞争对手相比，德国公司的技术（领先性的）定位

对于当前的（中德企业）合作的评估

总体而言，德国公司看待同中国的合作还是积极正面的。与中国员工的合作被评为6分（等级：1=不好，到8=非常好）。与中国

客户的合作被评为5.4。与中国供应商的合作因素的评估值下降到4.9。

您如何评价同中国员工的合作



您如何评价同中国供应商的合作



您如何评价同中国客户的合作



1: “我们双方根本无法沟通!”

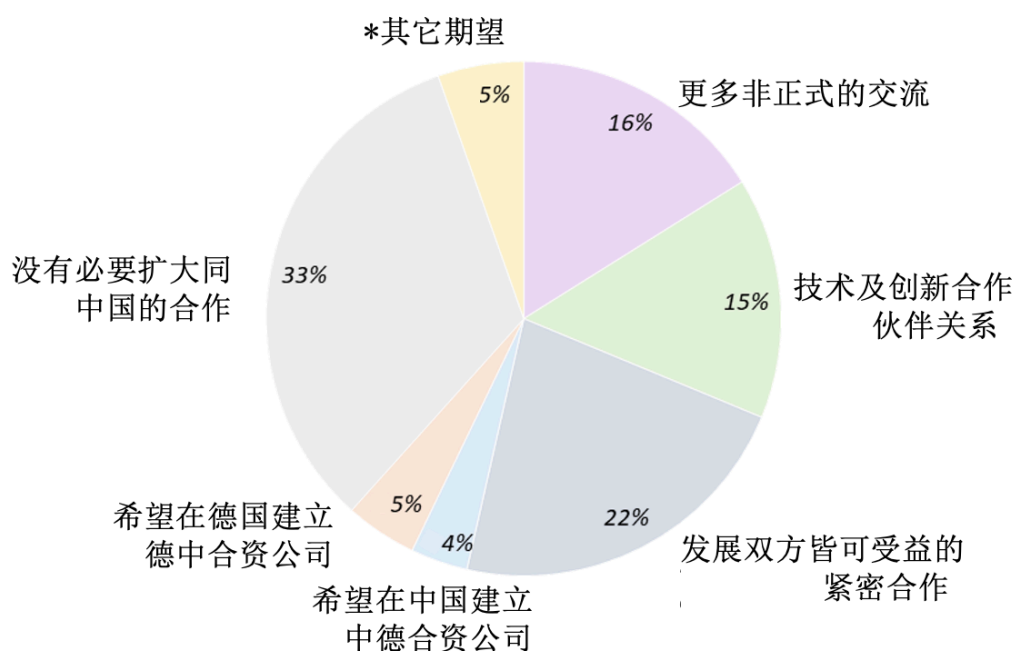
8: “合作是非常令人满意和充满信任的”

图 14: 对于和中国合作的评价

关于同中国公司合作的期望

受访者对与中国公司的合作有着浓厚的兴趣；双方都应尽可能地受益（22.3%）。寻找可能的技术和创新伙伴对 15%的人来说是

很重要的。16%的人希望看到扩大非正式交流，以便从中方了解更多情况。33%认为没有必要扩大合作。



*其它期望：

- 没有了，我们已经建立了牢固的联络，已经得到了我们所需要的
- 我们的目前合作非常顺利，期望在教育领域的合作

图 15：受访企业对于同中国公司扩大合作的期望

德国企业在中国面临的挑战

德国公司在与中国的合作中面临着不同的挑战。中国的物价和工资的提高被认为是最大的挑战，其次是经济、竞争和法律安全。第三大问题是合作伙伴的可靠性，例如在生产和服务方面，随后是产品质量。其他关键的成功因素包括招聘合适的人员，发展管理和企业文化，以及中德之间的跨文化合作。另一方面，中国的基础设施也受到了赞扬：大多数德国公司对此都很满意。

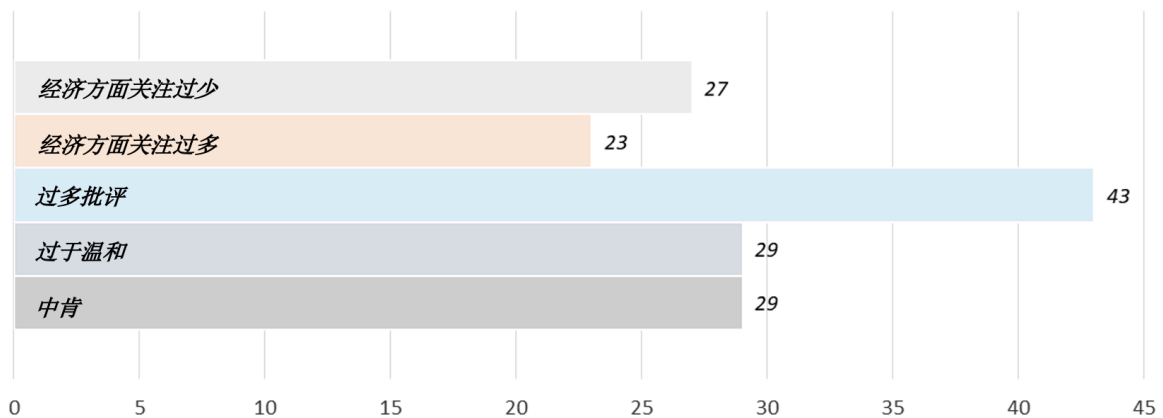


图 17: 德国企业在中国面临的挑战

当前德国关于中国的报道 (回答可以多选)

109 家公司回答了这个问题。大多数调查参与者认为德国媒体对于中国的形象过于挑剔（43 个回答）。29 个受调企业认为（德国媒体关于中国的）报道过于缺乏批判

性或缺乏平衡性。在经济关系方面，调查结果比较中立。虽然 27 家公司认为媒体报道没有以经济为导向，但 23 家公司的想法恰恰相反。



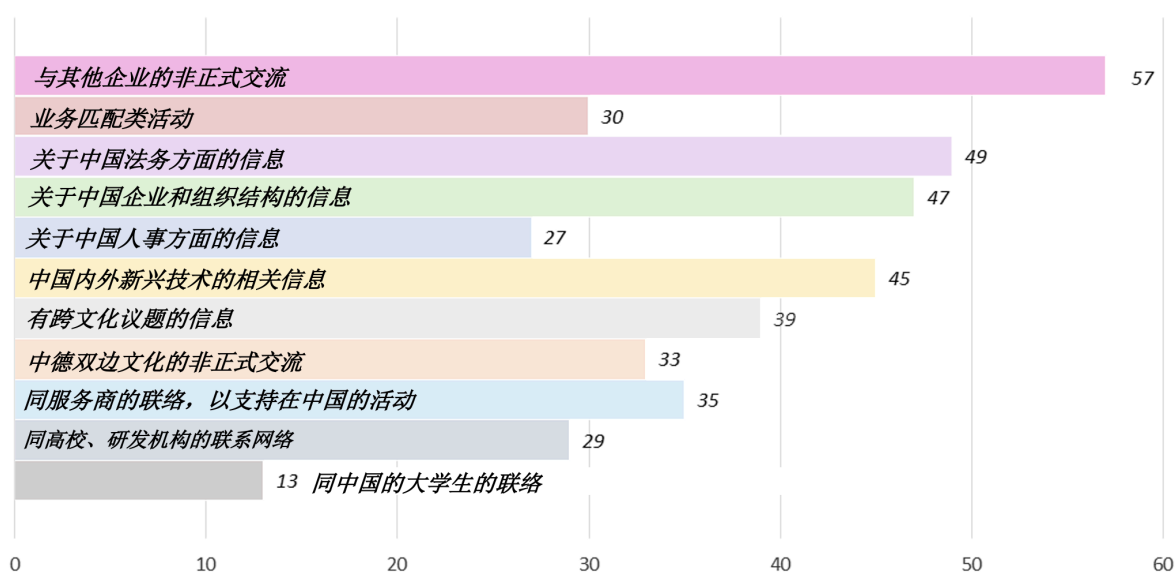
(回答问题的绝对数量，共有 109 个受调公司回答了问题)

图 16：目前德国媒体有关中国的报道的评价

对于巴登符腾堡中德经济协会 CNBW 期望 (回答可以多选)

在另一个调查问题中, 受访者可以提出他们对于巴登符腾堡中德经济协会 CNBW 的愿望和期待。有 57 家公司认为与其它公司的非正式交流是最重要的, 在这样的交流中, 关于中德合作的问题应该在轻松的氛围中讨论。就内容而言, 法律方面的主题(如合规性、责任问题)的信息特别受欢迎, 其次是组织方面的主题以及人事问题、新技术和跨

文化主题。(受调企业还希望)从 CNBW 可以同多方建立联系(如提供支持的服务提供商、大学生或大学)。牵线对接的活动也很有意义。33 个受调公司希望增加两种文化之间的非正式交流, 这些交流可以在不复杂的层面上促进相互理解。为此, 希望双方对各自的文化和历史有一个批判性的看法, 并期待与德国政治代表进行交流。



(回答的绝对数量, 共有 105 个企业回答了问题)

图 18: 受调企业对于 CNBW 的期望

关于此项调查的作者

巴登符腾堡中德经济协会 (China Netzwerk Baden-Württemberg e. V) (CNBW) 是一个中立的、非盈利的平台，这个平台汇聚了有着共同志趣的多个参与者，其中包括了企业、地方部门、研发机构、大学、学院和其他组织以及私人等。

巴登符腾堡中德经济协会还同位于周边地区的已有的专业组织和其他中国协会开展了合作。在协会的网络内，各方就有关中国的特定问题进行深入的交流并展开讨论，其目的是创造协同效应以及附加值。公众也可以从（协会所提供的）实际的帮助中受益。

（协会活动的）重点是互动形式的专业会议（封闭式和开放式的）、共同举办主题会议、最优方法的确认、建立智囊团以及在专业工作组内，进行以结果为导向的工作，例如关于德中合作、人工智能和新交通/新能源。

www.china-bw.net

普华永道是德国领先的审计和咨询公司。

凭借跨学科的专业知识、遍及全球的网络以及高度的诚信，仅在德国，普华永道就开设有 21 个分支机构，为客户在审计、税务和企业咨询等领域提供了针对特定行业的高质量服务。

在全球范围内，在 157 个国家的 276,000 多名员工属于普华永道网络。普华永道中国业务部拥有一支跨学科团队，针对中国作为市场和商业伙伴，它提供全面性的建议、分析和背景信息。在《普华永道中国指南》中，中国是世界上最具有活力的市场之一，专家们会定期的报告来自中国的最新的话题和变化。

www.pwc.de/china

www.china.de/chinacompass

联系人 / 联络信息

埃尔玛 史顿普夫 博士
董事会主席
巴登符腾堡中德经济协会 CNBW

巴登符腾堡中德经济协会
巴登办事处
Südring 3
D-77704 Oberkirch
+49 7802 70 307 58
Mail: contact@china-bw.net
www.china-bw.net

托马斯 海克
合伙人, 中国业务集团 负责人
德国及欧洲
普华永道有限公司
审计师事务所

普华永道有限公司
审计师事务所
Friedrich-Ebert-Anlage 35-37
D-60237 法兰克福
+49 69 9585 12 65
Mail: thomas.heck@pwc.com
www.pwc.de/china
www.pwc.de/chinacompass

巴登符腾堡中德经济协会 CNBW 和普华永道 PwC 对
巴登-符腾堡州经济、劳动和旅游部的支持表示衷心感谢

我们还要感谢 Sabine Dietlmeier, Sabine Ursel, 袁园和 Andreas Kleinn (Klai 公司)在调查和评估方面提供的支持, 同时衷心感谢吕天湘 (Lu Tianxiang) 完成了本调查报告全文中文版的翻译工作。

所有图片:

版权属于 CNBW und PwC (2021)
只有在获得 CNBW 的许可后才能使用/打印。

文字来源及引用:
"调查结果报告: 2021 年对华经济合作--概述"。

设计:
Klai 有限公司 - 中国市场推广及咨询 (卡尔斯鲁厄)