



中国德国商会

商业信心调查2021 | 2022



序言

本报告由中国德国商会与毕马威会计师事务所合作出版，以商业信心调查为基础。该调查有 15 年的历史，是我们采用时间最长的工具，用来衡量在中国经营的德国企业的商业景气度。这也标志着我们第三次与毕马威会计师事务所（德国）合作。

为了应对新冠疫情造成的全球经济下滑，在华德企经历了变革，重新定义自己，适应大流行和地缘政治发展给他们带来的新现实。中国经济稳步复苏，2021 年国内生产总值增长 8.1%（国家统计局初步核算结果），超过一半的在华德企在 2021 年经历了行业的改善。然而，同样需要强调的是，德国公司对 2022 年的展望不如对 2021 年的那么乐观，这表明现实主义取代了强烈的乐观情绪。

公平的竞争环境是在华德企的主要关注点，他们面临着越来越多的监管业务挑战，尤其是对本土企业的优惠待遇。当前的旅行限制同样影响了德国企业，对他们与中国企业间的相互了解、知识转移、在华投资和中国经济增长产生了负面影响。

主要受机遇和制约因素的驱动，第二次本地化浪潮，也即“本地化 2.0”正在加速。“脱钩”和目前的旅行限制推动德国公司进行本地化，否则可能错过“中国国内市场的机遇。此外，由于复杂的监管挑战，德企对风险和合规管理的需求也日益增加。

晏思

中国德国商会华北及东北地区，
执行董事兼董事会成员

马铭博

中国德国商会上海地区
执行董事兼董事会成员

马廷坤

中国德国商会华南及西南地区
执行董事兼董事会成员

安德烈亚斯·格伦茨

国际业务管理合伙人
毕马威德国

中国德国商会拥有了 2,300 家会员公司，约占所有在中国经营的德国企业的 50%。596 家会员企业对本次调查做出了回应，使 2021 年的参与度达到了历史新高。这是迄今为止分析德国商会会员在中国商业情绪的最具代表性的样本，我们想借此机会感谢参与调查的会员公司的宝贵贡献。这也表明，企业对发出自己的声音、期望和关注的问题的需求日益增强。我们相信，这份调查报告为进一步扩大中德两国的经济关系提供了有价值、有依据的指导。它也将指导商会在 2022 年与政府对接的工作。

目录

2	序言
3	内容目录
4	图表目录
6	概要
8	核心发现
10	1 商业信心领先-现实主义取代了强烈的积极情绪
	1.1 2021年的业务和公司业绩及对2022年的展望
	1.2 商业机会
	1.3 商业机会：碳中和
	1.4 投资信心
20	2. 自主可控-对公平竞争环境的影响
	2.1 对本土公司的优惠待遇
	2.2 双循环
	2.3 新冠疫情下的旅行限制
	2.4 脱钩
30	3. 本地化2.0 -由机会和制约因素驱动
	3.1 本土化以减轻脱钩倾向
	3.2 旅行限制加速了本土化计划
	3.3 本土化的领域及其驱动因素
	3.4 与本土公司的竞争加剧
38	4. 日益增长的对风险和合规管理的需求
	4.1 报复性措施
	4.2 供应链法
	4.3 中国的企业社会信用体系
	4.4 知识产权和网络安全法
45	5. 德国公司的优先事项：改善公平竞争环境，放宽旅行限制，以及德中合作
46	6. 关于调查
48	附录
54	联系方式

图表目录

1 **p.12/Figure 1.1:**
行业发展和前景强劲,但在新冠疫情强劲复苏后预期受到抑制

p.13/Figure 1.2:
电子行业引领积极的发展期望

p.14/Figure 1.3:
新冠疫情第二年的积极表现

p.14/Figure 1.4:
德国企业对 2022 年的展望依然强劲

p.15/Figure 1.5:
中国的商业机会继续失去重要作用

p.16/Figure 1.6:
49% 的德国公司视“双碳”目标为一个机会

p.16/Figure 1.7:
特别是化工和电子行业的公司认为“双碳”目标是一个机会

p.17/Figure 1.8:
三分之二的德国公司为即将实施的“双碳”目标做准备

p.17/Figure 1.9:
三分之一的公司将高达 5% 的收入用于碳中和投资

p.17/Figure 1.10:
化工和汽车行业的公司在碳中和方面的强劲投资计划

p.18/Figure 1.11:
投资依然强劲,超过 70% 的企业继续在中国投资

p.18/Figure 1.12:
电子和汽车行业的公司表现出强烈的投资意向

p.19/Figure 1.13:
在新的生产设施和研发方面的强劲的投资计划

p.19/Figure 1.14:
由于商业政治化的影响,1/3 的德企减少了在华投资

p.19/Figure 1.15:
绝大多数的德国公司会继续留在中国

2 **p.22/Figure 2.1:**
对本土公司的优惠待遇成为首项监管业务挑战

p.23/Figure 2.2:
法律的不确定性和对本土公司的优惠待遇是各行业面临的最大的监管挑战

p.23/Figure 2.3:
三分之一的德国公司表示受到不利的待遇

p.24/Figure 2.4:
1/3 的德国公司仍然经历市场准入限制

p.24/Figure 2.5:
42% 参与公共采购的公司受到了中国竞争对手的优惠待遇的影响

p.24/Figure 2.6:
公共采购的歧视性措施仍然存在

p.25/Figure 2.7:
双循环被视为挑战或机遇

p.25/Figure 2.8:
生产企业更多地将双循环视为机会

p.26/Figure 2.9:
大多数考虑减少投资的公司认为双循环构成挑战

p.27/Figure 2.10:
当前的旅行限制是经营性业务中最重要的挑战之一

p.27/Figure 2.11:
旅行限制对相互理解、外国投资和中国经济增长产生负面影响

p.28/Figure 2.12:
1/3 的德国公司预计未来几年外国员工将减少

p.28/Figure 2.13:
旅行限制和本土化推动了外国员工的减少

p.28/Figure 2.14:
因旅行限制,半数公司减少了与总部交流

p.29/Figure 2.15:
55% 的德国公司面临“脱钩”带来的负面影响

p.29/Figure 2.16:
近 90% 的德国公司认为经济和技术“脱钩”趋势的上升会带来商业风险

3 **p.32/Figure 3.1:**
通过与伙伴企业合作,合作采购与研发等工作变得更加本地化,缓解脱钩趋势

p.32/Figure 3.2:
为缓解脱钩趋势本行业采取的具体措施

p.33/Figure 3.3:
旅行限制加速了本地化,1/3 的德国公司在中国进行技术知识本地化

p.34/Figure 3.4:
跨越所有业务领域的本土化

p.34/Figure 3.5:
客户的接近性是本土化的关键驱动因素

p.34/Figure 3.6:
中国的客户群体以及创新速度推动研发本土化

p.35/Figure 3.7:
50% 的德企预计中国竞争对手将在未来五年内成为其行业的创新领导者

p.35/Figure 3.8:
在化工、消费品及汽车行业,对中国竞争对手成为创新领导者的预期尤为强烈

p.36/Figure 3.9:
德国产品的质量和技术水平仍然具有竞争力

p.37/Figure 3.10:
35% 的公司计划与中国的合作伙伴进行更多的接洽

p.37/Figure 3.11:
市场参与度和客户推动了中国合作伙伴进行更多接洽的愿望

4 **p.40/Figure 4.1:**
超过三分之一的公司预计报复性措施会影响公司业务

p.40/Figure 4.2:
40% 的公司间或直接或受到美国对中国企业或个人制裁的影响

p.41/Figure 4.3:
几乎有一半的公司正计划实施新的德国供应链法相关合规措施

p.41/Figure 4.4:
较大的公司开始或计划实施新的合规措施

p.42/Figure 4.5:
几乎一半的在华德国企业在实施德国供应链法的合规措施时面临挑战

p.43/Figure 4.6:
70% 的公司使用企业信用信息公示平台 -- 主要用于在交易前获取潜在商业伙伴的信用信息

p.43/Figure 4.7:
7% 的企业在企业信用信息公示平台上有负面记录

p.44/Figure 4.8:
德国企业持续面临的知识产权挑战

p.44/Figure 4.9:
技术要求和数据跨境传输的限制是与网络安全法有关的主要关注点

5 **p.45/Figure 5:**
德国政府应倡导改善公平竞争环境,放宽旅行限制,促进德中合作

6 **p.46/Figure 6.1:**
受访企业的区域分布

p.47/Figure 6.2:
受访企业的行业分布情况

p.47/Figure 6.3:
受访企业的主营业务

p.47/Figure 6.4:
受访企业在华的生产状况

p.47/Figure 6.5:
受访企业的规模情况

p.48/Figure A.1:
国内消费和创新仍是驱动力,但趋势下行

p.49/Figure A.2:
持续的旅行限制、加剧的国内竞争和商业的政治化导致德国企业减少投资

p.50/Figure A.3:
1/3 的德国公司表示受到不利的待遇

p.50/Figure A.4:
几乎一半的企业受到了对中国竞争对手优惠待遇的影响

p.50/Figure A.5:
四分之一的公司认为对外国品牌的情绪变化会带来负面影响

p.51/Figure A.6:
50% 的人预计中国的竞争者将在未来五年内成为其行业的创新领导者

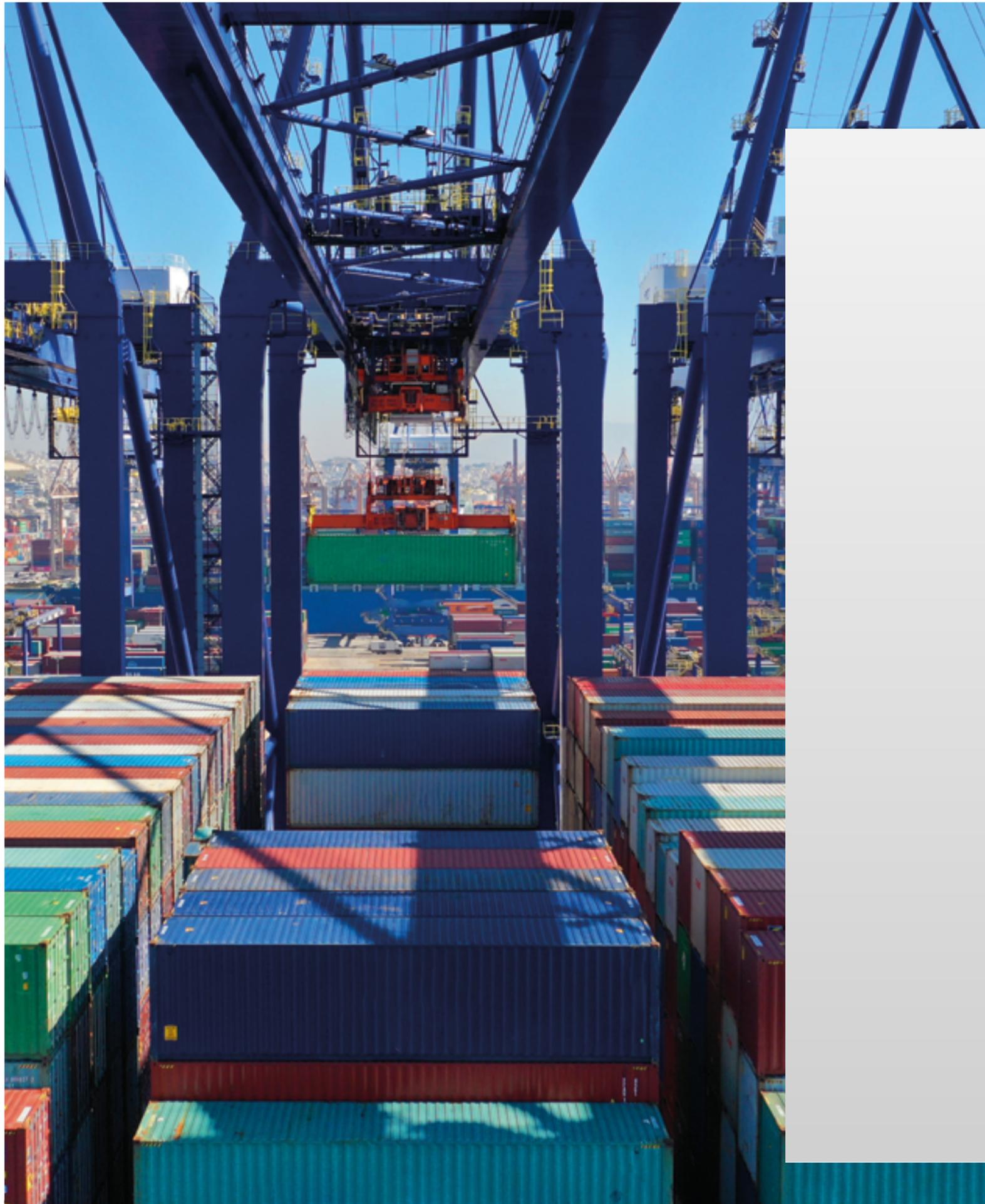
p.51/Figure A.7:
企业运营面临越来越大的压力

p.52/Figure A.8:
半数公司在商业运营中没有面临负面记录的后果

p.52/Figure A.9:
德国政府倡导改善公平竞争环境,放宽旅行限制,促进德中合作

p.53/Figure A.10:
受访企业的区域分布

p.53/Figure A.11:
受访企业的行业分布情况



概要

市场信心保持不变

在华德企对下一年充满信心：2021年近60%的德国在华企业实现业务增长，过半企业期待2022年其所在行业在华能更好发展。中国市场依旧是德企在全球重要的市场之一：71%的受访企业将继续增加投资。只有4%的企业打算离开中国市场。然而一种关于中国商业机会的新现实主义正在出现，这抵消了以前的热情。例如，只有51%的企业认为内需增长是他们在华业务的最大机遇，而去年有73%的企业这么认为。

尽管如此，与去年一样，许多受访企业仍旧计划在中国进行进一步投资。投资重点是新生产设施(49%受访企业)、研发(47%)以及生产流程的自动化和进一步开发(37%)。市面上积极参与脱碳技术、产品和服务的企业尤其可以从中国宏伟的计划中获益：近半(49%)的受访者认为，中国到2060年实现碳中和的目标是一个商机。

“自主可控”的倾向影响公平竞争环境

在华德企正以乐观的态度迎接新的一年，他们对中国市场的投入依然坚定不移。然而“自主可控”的经济政策也使得缺乏平等待遇成为德资企业在中国面临的重大政策挑战。与前一年商业信心调查相比，该项在挑战排名中从第6名上升到第1名。调查显示，三分之一(34%)的德国企业表示受到过不公平待遇，尤其是在市场准入、公共采购和政策监管领域。42%参与过公共采购流程的德企表示曾经受到中国竞争对手优惠待遇的负面影响。企业还遇到过透明度不够、购买本土产品以及国有企业优先等问题。

此外，旅行限制是德国企业在中国面临的重大运营挑战之一(42%)。严格的入境管制对德资企业在中国顺利开展业务造成不少障碍。调查显示，(72%的受访企业认为)旅行限制影响了相互理解，(56%认为)影响了外国投资，(45%认为)最终影响了中国的经济增长。

本地化 2.0 — 由商机和限制驱动的企业

过去十年中，德企在华的本地化发展迅速。第一波本地化浪潮主要是由监管政策所驱动，比如与中国合作伙伴建立合资企业的要求。然而，第二波“本地化 2.0”是由客户行为变化、市场预期、创新速度和普遍的脱钩趋势所驱动。在华德企通过加强与当地合作伙伴的合作以及本地化采购和研发来应对这种情况。持续的旅行限制也加速了本地化：三分之一(33%)受访企业已经将其技术和运营在中国的本地化。

日益增长的对风险和合规管理的需求

围绕合规和风险管理的问题对德国公司来说越来越重要，由于最近中国和德国的立法，加上 COVID-19 的流行，表明了对中国风险和合规管理的需求越来越大。55%的受访公司面临知识产权方面的挑战，中国网络安全法增加了遵守技术要求的困难(49%)和数据跨境传输的限制(46%)。在合规管理方面，70%的德国公司使用中国的企业社会信用体系(CSCS)，主要在交易前获取潜在商业伙伴的信用信息。

德国公司的优先事项：改善公平竞争环境，放宽旅行限制，以及德中合作

在上述的发展、机遇和挑战背景下，在华德企向新一届的德国政府提出了对中国战略的预期：

从德国企业的角度来看，新联邦政府应该继续努力改善在华德企的竞争环境并致力于放宽旅行限制。同时，新政府应继续保持和中国对话，努力在各个领域协调德中经济合作。

核心发现



商业信心领先 - 现实主义取代了强烈的积极性

- 德国公司的业绩和前景强劲，但在 COVID-19 的复苏后预期受到抑制
- 中国的商业机会持续丧失重要性
- 半数受访德企视中国即将到来的“3060”双碳目标为一个商业机会
- 71% 的德企计划未来两年在中国投资，特别是在生产设施和研发方面。
- 96% 的德企继续留在中国市场
- 三分之一减少在中国的投资的德国公司称商业的政治化和加剧的国内竞争是主要原因。



“自主可控”及对公平竞争环境的影响

- 对本地企业的优惠待遇已成为 2021 年业务监管的首要挑战，1/3 的德企遇到了不利的待遇
- 法律的不确定性是在华德企面临的第二大监管挑战
- 德国公司认为双循环既是挑战也是机遇
- 旅行限制是德国公司面临的首要挑战之一，对中期相互了解、外国投资和中国经济增长均产生了负面影响
- 半数以上的德企在未来两年内将面临由于脱钩所带来的合作与交流受阻，以及投资信心下降的负面影响



本地化 2.0 - 由机会和制约因素驱动

- 通过与合作伙伴、采购和研发的合作，变得更加本地化，减轻了脱钩的倾向
- 旅行限制加速了本地化，有三分之一的德国公司在中国实现了技术和操作知识的本土化
- 50% 的受访企业预计中国竞争对手将在未来五年内成为其行业的创新领导者



日益增长的对风险和合规管理的需求

- 40% 的受访企业间接或直接地受到美国对中国企业或个人制裁的影响
- 几乎一半的公司正计划或已经开始为德国供应链法实施新的合规措施。
- 70% 的德国公司使用企业信用信息公示平台，主要用于在交易前获得潜在商业伙伴的信用信息。
- 知识产权问题继续对在在华德企构成挑战。
- 技术要求和数据跨境传输的限制是中国网络安全法的主要关注点。

从德国公司的角度来看，德国新政府应继续倡导改善公平竞争环境，放宽旅行限制，深化德中各领域的经济合作。

商业信心领先- 现实主义取代了强烈的 积极性

商业业绩和前景的现实主义

在 2020 年全球经济低迷的情况下，中国仍然录得 101,356.7 亿元人民币的 GDP，增长率为 2.2%，中国经济稳步复苏，2021 年前三季度的同比增长率为 9.8%。世界银行预测，中国的实际国民生产总值 (GDP) 增长将在 2022 年达到 5.1%。德国公司对明年的前景持积极态度，超过一半的受访德国公司预计 2022 年其行业发展将有所改善。然而，在 2020 年，对 2021 年的预期更为积极，这可能是由于预期会从 COVID-19 造成的收缩中恢复。将对 2022 年的展望与对 2021 年的展望相比较，预期没有那么乐观（减少了 15 个百分点，从 66% 到 51%），这显示现实主义取代了强烈的积极性。

- ▶ 德国公司的业绩和前景强劲，但在 COVID-19 复苏后预期受到抑制。

商业机会中的现实主义

中国仍然是德国企业不可或缺的市场，他们仍然在中国寻求市场增长和扩张。然而，自 2019 年以来，对中国商业机会的乐观情绪已被现实主义所取代，各种商业机会对德国公司的重要性正在逐渐消失。

- ▶ 中国的商业机会继续丧失重要性。

2020 年 9 月，在第 75 届联合国大会上，中国表示力争在 2030 年前使二氧化碳排放达到峰值，在 2060 年前实现碳中和。随着中国碳中和政策的实施，中国庞大的国内市场对从事去碳化技术、产品和服务的公司来说是一个机会。

- ▶ 半数受访德企视中国即将到来的“3060”双碳目标为一个商业机会

积极的投资趋势继续存在

中国连续第五年成为德国最重要的贸易伙伴，2020 年两国之间的贸易额（进口和出口）为 2132 亿欧元。大多数德国公司将中国视为其行业的关键市场，投资意愿依然强烈。

- ▶ 71% 的德国公司计划未来两年在中国投资，特别是在生产设施和研发方面。

- ▶ 96% 的德企会继续留在中国市场

然而，选择减少在中国投资的公司认为，持续的政治冲突、对外贸易摩擦和中国日益激烈的竞争是减少投资的主要原因。

- ▶ 计划减少中国投资的德国公司中，三分之一称商业的政治化和加剧的国内竞争是主要原因

1: NBS (National Bureau of Statistics, China). 2021. Announcement of the National Bureau of statistics on the Final Verification of GDP in 2020.
2: NBS (National Bureau of Statistics, China). 2021. Preliminary Accounting Results of GDP for the Third Quarter of 2021.
3: The World Bank. 2021. China Economic Update – December 2021.
[online] Available at: <<https://www.worldbank.org/en/country/china/publication/china-economic-update-december-2021>> [Accessed: 28 December 2021].
4: Statistisches Bundesamt (Destatis). 2021. The People's Republic of China is again Germany's main trading partner.
[online] Available at: <<https://www.destatis.de/EN/Themes/Economy/Foreign-Trade/trading-partners.html>> [Accessed: 28 December 2021].



2021年的业务和公司业绩及对2022年的展望

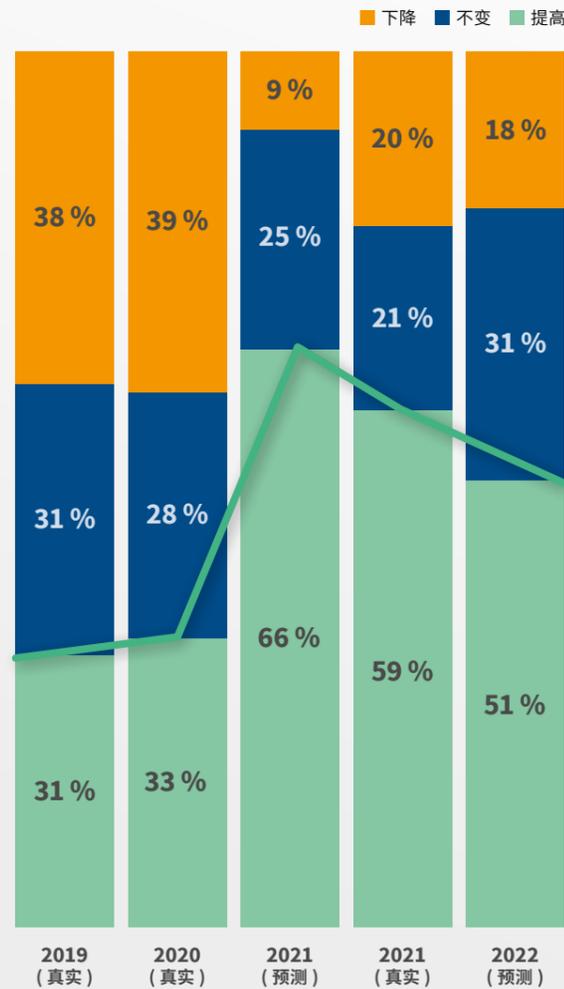
COVID-19 对中国经济的影响在 2020 年达到顶峰后，中国 2021 年前三季度的 GDP 增长为 9.8%，表明经济在稳步复苏。2021 年第一季度的 GDP 同比增长达 18.3%——这是自 1992 年中国开始此项记录以来的最高单季度增长率。然而，18.3% 对强劲增长的指示作用不大，因为它是与 2020 年第一季度 COVID-19 的峰值所引起的收缩相比的。将中国 2019 年第一季度的 GDP 作为与 2021 年的对比基数，可以获得一个更准确的指标：两年的增长平均为 5%。在 2021 年第二季度，GDP 同比增长 7.9%，第三季度增长 4.9%。两年的增长分别达到 5.5% 和 4.9%。中国强劲但受阻的 GDP 增长与德国公司对其 2021 年行业发展的评估相关联。

与 2020 年相比，2021 年 59% 的受访企业在中国的行业发展有所改善，而只有 20% 的受访企业出现了恶化。与 2020 年公司对其行业 2021 年的展望相比，实际发展情况并不像预期的那样积极。这并不奇怪因为在 2020 年底，当对 2021 年的前景进行调查时，企业正在从 COVID-19 的低迷中恢复过来，预期新冠大流行对中国没有进一步的影响，从而对下一年表现出非常乐观的看法。

与 2019 年的实际发展情况以及 2019 年对 2020 年做出的展望相比，2022 年的行业发展预期相对乐观，51% 的受访企业预期自己的行业会有所改善 (Figure 1.1)。

图 1.1 行业发展和前景强劲，但在 COVID-19 复苏后预期受到抑制

与去年相比，您如何评价贵公司所在行业 2021 年在中国的发展情况？以及贵公司对 2022 年有何期望？(2020/2021 n=535; 2021/2022 n=587)



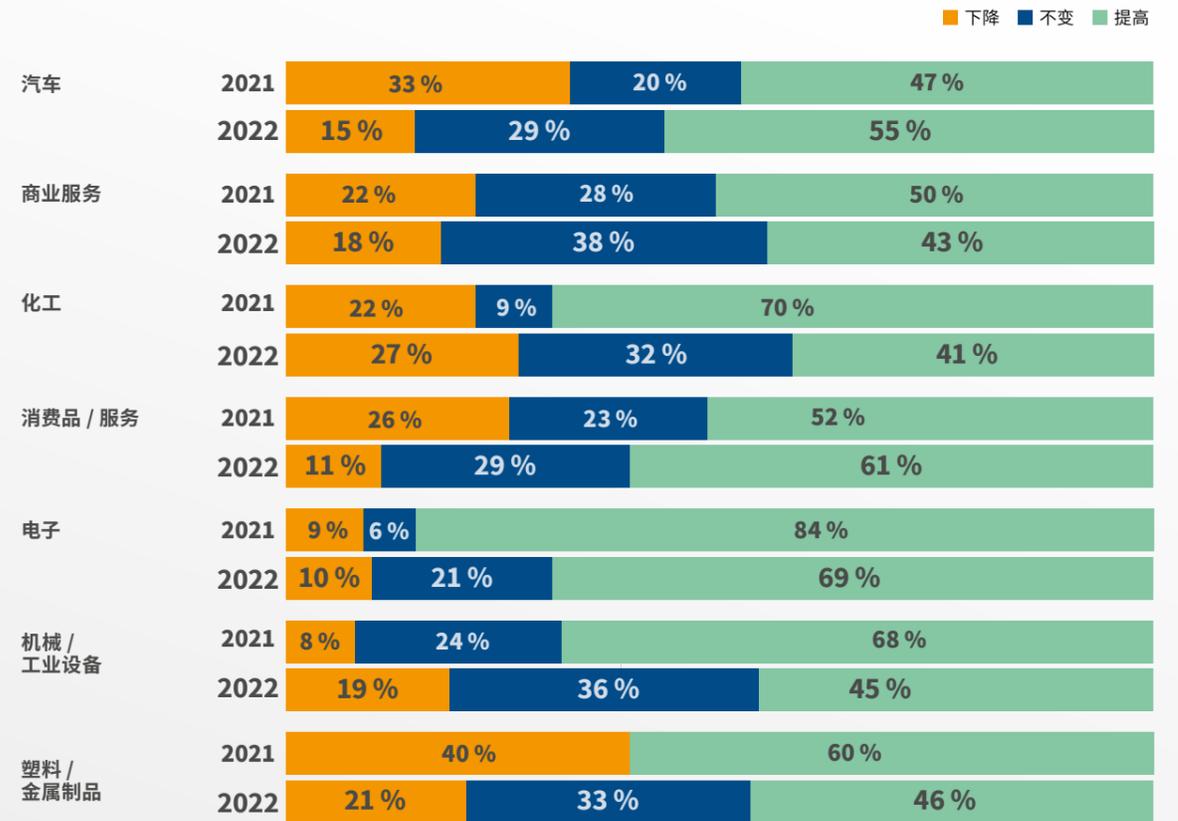
*备注：不包括“我不知道”的答案

在行业层面，与 2020 年相比，电子 (84%)、化工 (70%) 以及机械和工业设备 (68%) 行业在 2021 年有所改善。电子 (69%)、消费品和服务 (61%) 以及汽车 (55%) 行业的大多数公司预计其行业发展在 2022 年会有提高。值得注意的是，化工行业中只有 41% 的企业预计 2022 年

会有提高，27% 的企业预计 2022 年将有所恶化。化工行业因此从 2021 年非常乐观的行业发展转为 2022 年最不乐观的行业 (图 1.2)。从营业额、利润、投资和就业等关键业绩指标来看，德国企业对其业绩的评估相对积极，与 2020 年相比，63% 的企业预计到 2021 年底营业额会增

图 1.2 电子行业引领积极的发展期望

与去年相比，您如何评价贵公司所在行业 2021 年在中国的发展情况？以及贵公司对 2022 年有何期望？(n=587)



*备注：不包括“我不知道”的答案

5: NBS (National Bureau of Statistics, China). 2021. National Economy Continued to Recover and Real Economy Showed Steady Growth in November. [online] Available at: <www.stats.gov.cn/english/PressRelease/202112/t20211215_1825291.html> [Accessed: 28 December 2021].

商业机会

加, 48% 的企业预计利润会增加, 32% 的企业预计投资会增加, 36% 的企业预计就业会增加 (图 1.3)。

是营业额, 60% 的德国公司预计营业额会增加。预计利润上升的公司较少 (41%), 就业和投资没有以同样的速度跟进 (图 1.4)。观察公司规模可以发现大型公司比小型公司更乐观。

这种积极的观点仍然反映在对 2022 年的展望中, 特别

图 1.3 COVID-19 后第二年的积极表现

与 2020 年相比, 您预计到 2021 年底贵公司在以下领域的表现将会如何? (n=587)

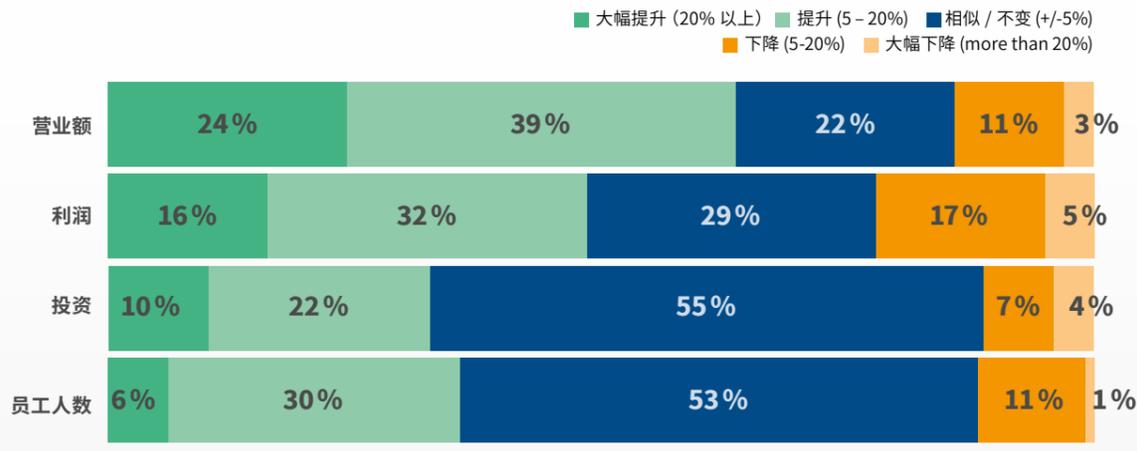
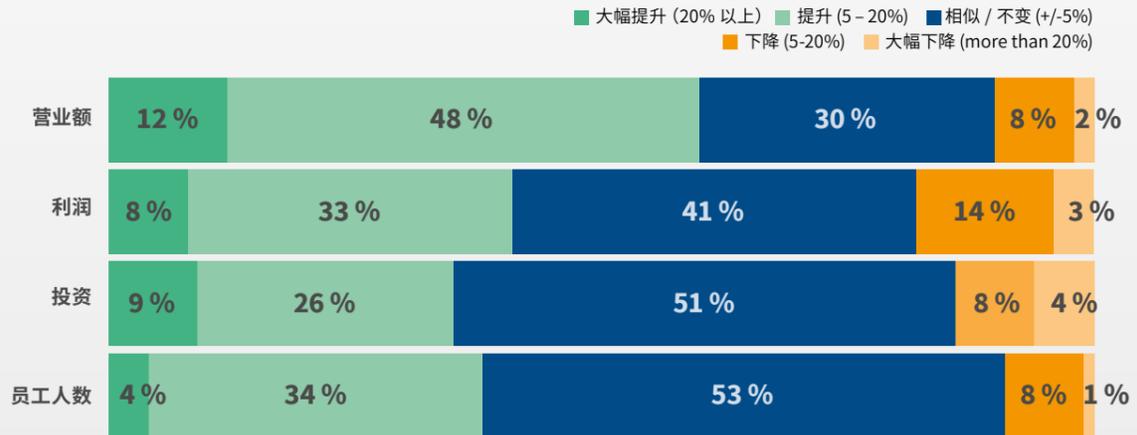


图 1.4 德国企业对 2022 年的展望依然强劲

与 2021 年相比, 您对 2022 年贵公司在以下领域有何展望? (n=585) compared to 2021? (n=585)*



* 备注: 不包括“我不知道”的答案

超过一半的受访企业认为国内消费增长是其在华业务的首要机会, 这也是国内消费增长, 连续三年位居榜首。然而, 国内消费正在失去其重要性: 将消费增长评价为重要机会的公司比例从 2020 年的 73% 下降到 2021 年的 51%。

的人认为这是一个机会 (图 1.5, 见附录中的完整版本, 图 A.1)

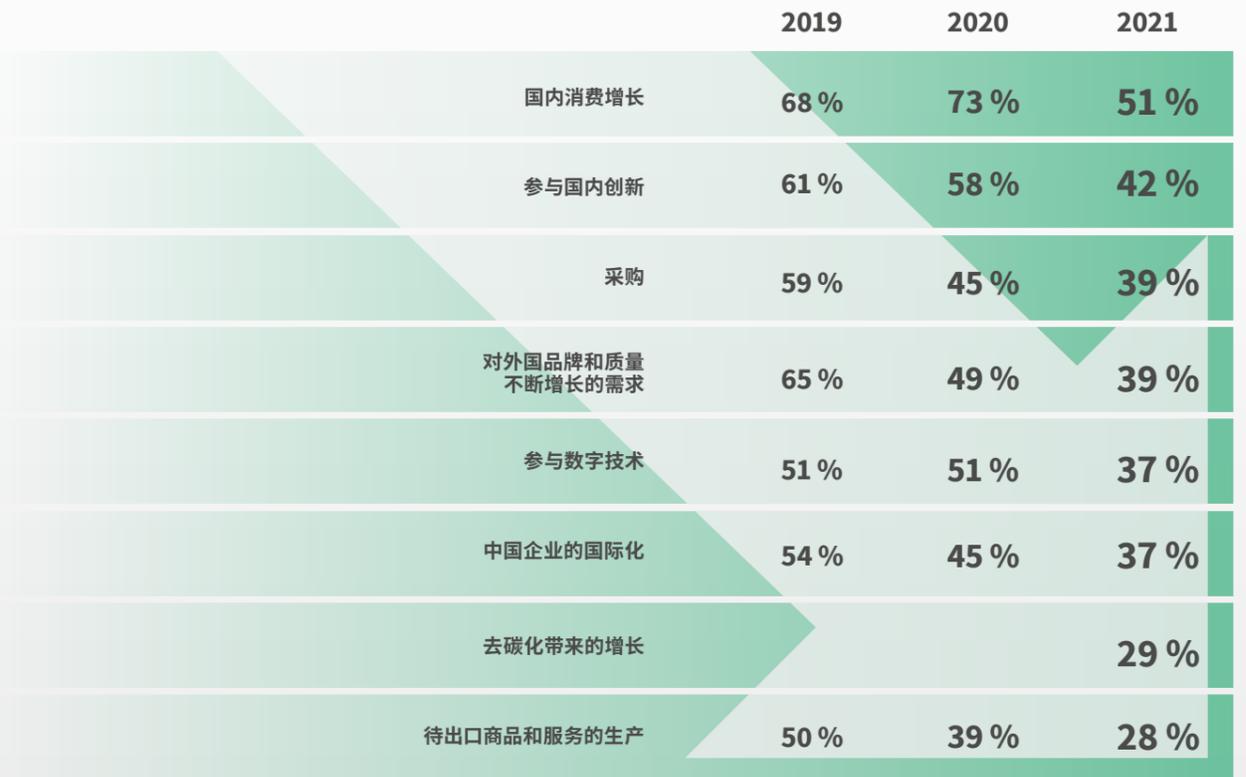
中国商业机会重要性的这种下降趋势体现在所有商业领域。对于第二大相关商业机会, 即参与国内创新, 其重要性从 2020 年的 58% 下降到 2021 年的 42%。2019 年, 59% 的德国公司将资源配置及采购视为在中国的重要商业机会。2021 年, 这个数字下降到 39%。

德国公司面临着越来越多的监管和业务挑战, 如对本土公司的优惠待遇, 这可能会减少市场上的机会 (详见第二章)。

对外国品牌和质量的需求的增加这一机会的重要性下降最显著, 两年来下降了 26 个百分点: 2021 年, 只有 39%

图 1.5 中国的商业机会继续失去重要作用

请就贵公司在华业务评估以下商机 (2019/20 n=512; 2020/21 n=452; 2021/22 n=571) 2021/22 n=571)



备注: 只显示了将商业机会评为“重大”的公司的百分比。完整的结果可以在附录中找到, 图 A.1

1.3 商业机会：碳中和

2020年9月，在第75届联合国大会上，中国表示力争在2030年前使二氧化碳排放达到峰值，努力争取在2060年前实现碳中和。随着中国碳中和政策的实施，中国庞大的国内市场对从事去碳化技术、产品和服务的公司来说是一个机会。

几乎一半的在华德企支持这一说法，认为中国即将到来的“3060”双碳目标是其产品、服务和解决方案的机会(图1.6)。更具体地说，在化工(61%)、电子(58%)、机械和工业设备(53%)等德国公司发挥着主导作用的制造行业，受访者认为“双碳”目标是一个机遇。然而，在企业认为脱碳化是一个机会的同时，57%的企业预计由于更严格的环境法规和能源价格，运营成本会随着上升。

在塑料和金属制品行业，80%的公司更关注因更严格的环境法规而导致的公司运营成本的上升，只有16%的公司认为这是一个机会，与其他行业相比，这个数字是非常低的(图1.7)。2021年发展不利，2022年预期较低，参与中国国内创新和数字发展较少，国内消费机会较少，本地采购较少的企业，更关注成本的上升。

69%的德国公司正通过各种方式为实现碳中和做准备，包括绿色能源供应(36%)，投资节能设施和场所(34%)，以及减碳产品和服务(31%)。特别是汽车和化工行业与供应商和能源供应商积极合作，实现去碳化。然而，在所有被调查的公司中，仍有31%的公司目前没有做任何准备(图1.8)。

图 1.6 49% 的德国公司视“双碳”目标为机会

您对中国即将到来的“30-60”双碳目标(在2030年“碳达峰”，在2060年“碳中和”)有何期望？(n=576)

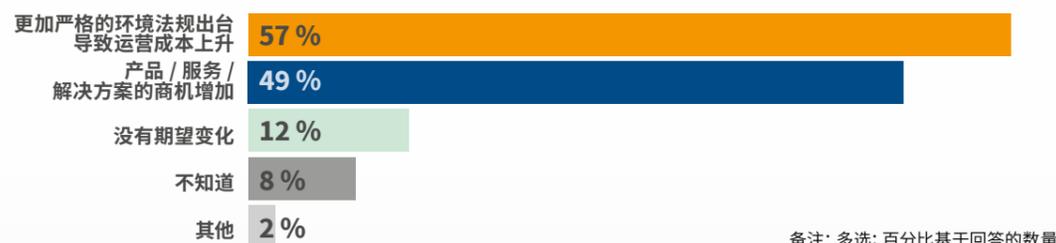


图 1.7 特别是化工和电子行业的公司认为“双碳目”标是一个机会

您对中国即将到来的“30-60”双碳目标(在2030年“碳达峰”，在2060年“碳中和”)有何期望？(n=576)

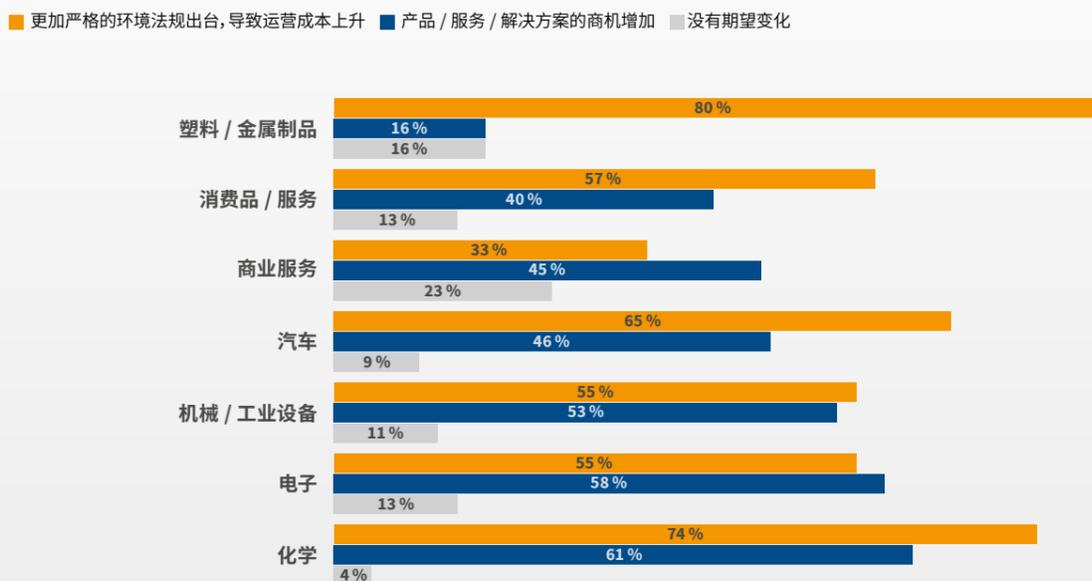
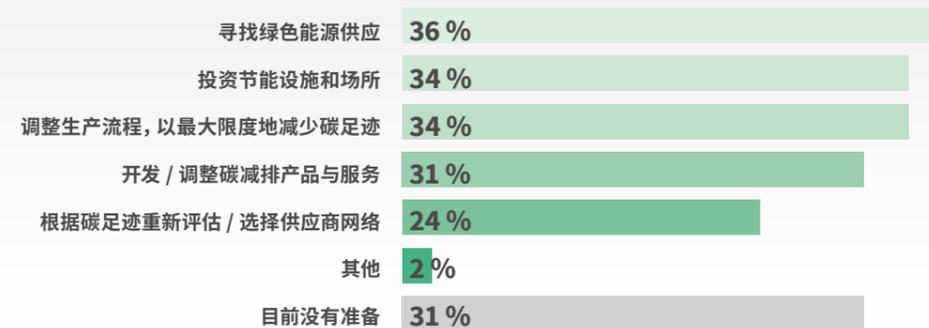


图 1.8 三分之二的德国公司为即将实施的“双碳”目标做准备
贵公司如何为即将实施的双碳目标做好准备？(N=576)



三分之一的德国公司将其收入的5%用于碳中和。1%的受访公司的投资甚至超过其公司收入的20%(图1.9)。

特别是化工和汽车行业宣布了对其公司碳足迹的强大投资计划(分别为70%和63%)(图1.10)。

71%的受访企业计划在未来两年内进一步在中国投资。2019年，67%的受访企业和2020年，72%的受访企业计划进一步投资，这表明德国企业对中国的投资信心依然强劲(图1.11)。

图 1.9 三分之一的公司将高达5%的收入用于碳中和投资
贵公司在中国的碳中和计划中预计会有多少投资？(n=575)

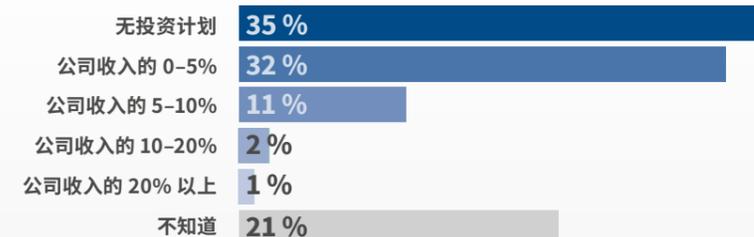
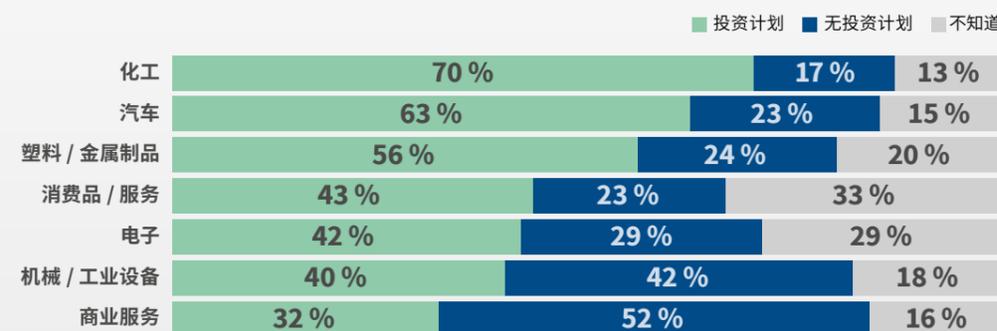


图 1.10 化工和汽车行业的公司在碳中和方面的强劲投资计划
贵公司在中国的碳中和计划中预计会有多少投资？(n=575)



4 投资信心

电子行业 90% 的公司和汽车行业近 80% 的公司计划在未来两年内进一步在中国投资，这是投资计划最庞大的两个行业 (图 1.12)。

在计划进一步在中国投资的 71% 的企业中，大多数计划投资于新的生产设施和研发，例如通过合作和技能开发 (图 1.13)。这表明中国市场在研究和开发方面的重要性日益增加。

图 1.11 投资依然强劲，超过 70% 的企业继续在中国投资

贵公司是否计划未来两年内继续在华投资？ (2020/21 n=462; 2021/22 n=576)

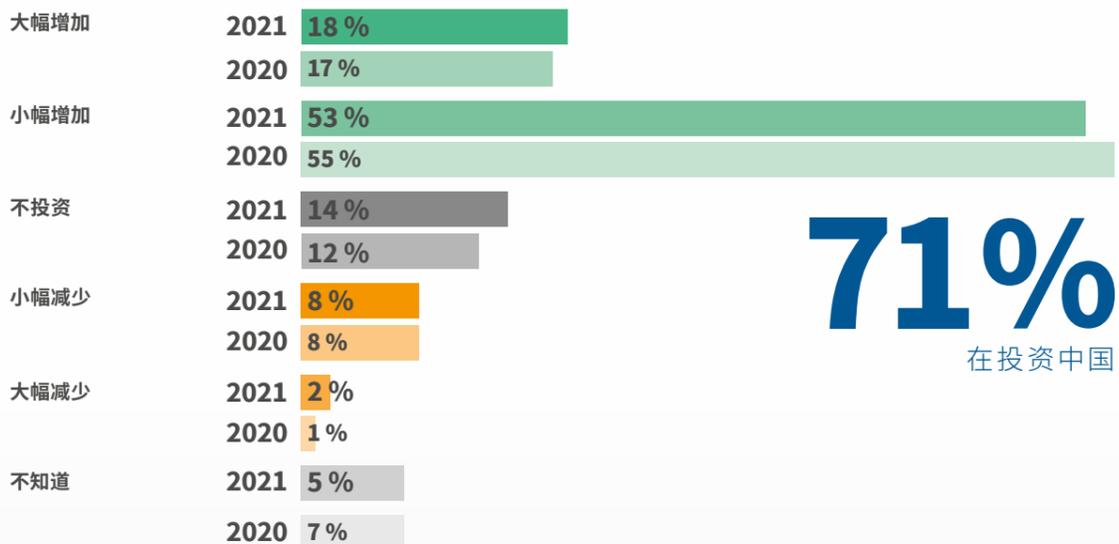
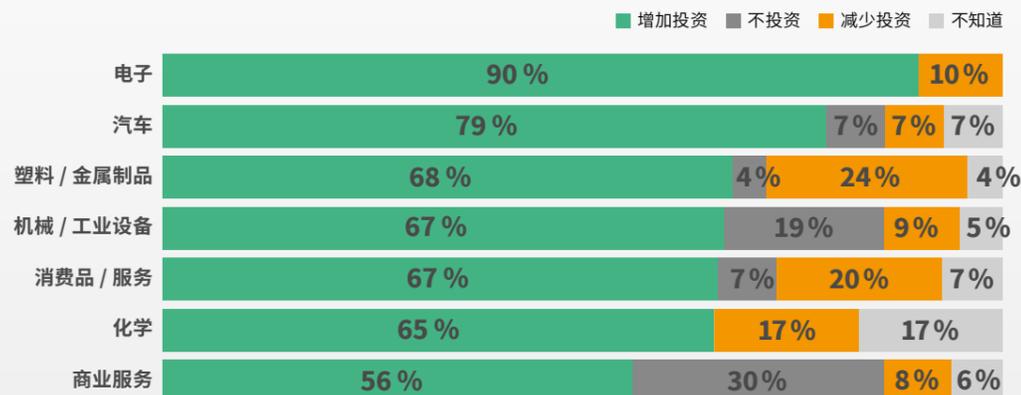


图 1.12 电子和汽车行业的公司表现出强劲的投资计划

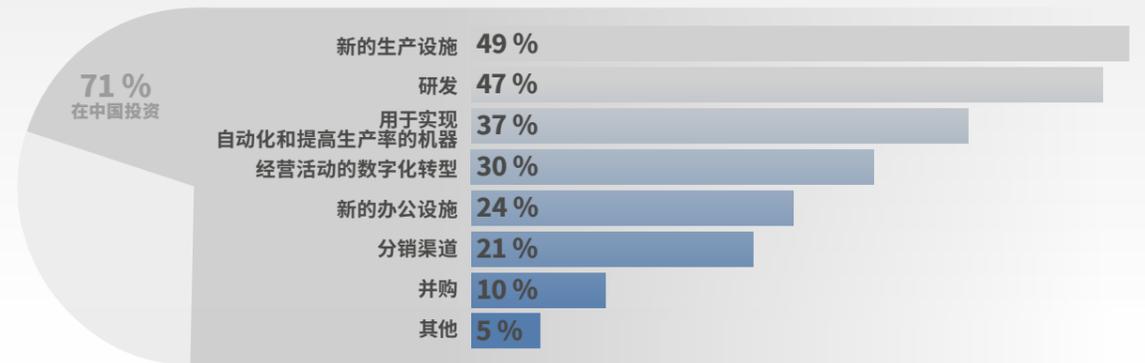
贵公司是否计划未来两年内继续在华投资？ (n=576)



备注：“增加投资”是“大幅增加投资”和“小幅增加投资”之和；“减少投资”是“小幅减少投资”和“大幅减少投资”之和。

图 1.13 在新的生产设施和研发方面的强劲的投资计划

贵公司计划未来两年内在哪些领域进行在华投资？ (n=404)



备注：多选；百分比基于回答的数量；问题只问给在图 1.11 中回答“大幅增加投资”或“小幅增加投资”的受访者。

14% 的受访企业在未来几年没有投资计划，10% 计划减少投资 (图 1.11)。这些公司减少投资的主要原因是旅行限制的持续 (34%)，对市场扩张的低预期 (34%)，国内竞争加剧 (33%)，以及商业的政治化 (30%)。将政治化列为减少或停止在中国投资的主要原因的公司从 2020 年的 12% 增加到 2021 年的 30% (图 1.14，完整版见附录，图 A.2)。

与最近几年类似，绝大多数公司 (96%) 没有计划在未来一年内完全离开中国。只有 4% 表示他们考虑离开中国，但还没有任何具体计划 (图 1.15)。这表明，中国仍然是德国企业不可或缺的市场。

图 1.14 减少在华投资的德国企业中，1/3 称受商业政治化的影响。

贵公司不在华投资或减少在华投资的主要原因是什么？ (n=134)



备注：多选；百分比基于回答的数量；问题只问给在图 1.11 中回答“不投资”、“大幅减少投资”或“小幅减少投资”的受访者。完整的结果可以在附录中找到，图 A.2

图 1.15 绝大多数的德国公司会继续留在中国

贵公司是否计划在未来 12 个月内完全离开中国？ (2020/21 n=458; 2021/22 n=538)



自主可控-- 对公平竞争环境的影响

自 2007 年中国德国商会开始调查其会员的商业情绪以来，对本土公司的优惠待遇首次被在华德企列为监管领域的首要挑战，其次是不断增加的法律法规的不确定性。根据受访企业的回复，在市场准入、公共采购和监管环境等方面普遍存在对本土公司的优惠待遇。三分之一的德国公司表示经历过不平等的待遇，向公平的竞争环境转变仍然需要继续发力。

- ▶ 对本土企业的优惠待遇已成为 2021 年监管业务的首要挑战，1/3 的德企遇到了不利的待遇。
- ▶ 法律的不确定性是在华德企面临的第二大监管挑战。

自主可控 - 双循环

双循环的概念有两个方面：它为在中国的德国公司带来了机遇和挑战。国内消费的增长将扩大消费者市场，国内和外国公司都可以从中受益。同时，中国不依赖外国技术的愿望，从长远来看，很可能会使外国公司的市场份额减少。

- ▶ 德国公司认为双循环既是挑战也是机遇。

自主可控和旅行限制

当前的旅行限制是 2021 年的三大运营业务挑战之一，紧随人力资源相关挑战之后。由于旅行限制，预计未来三年在中国的外国雇员将减少，这直接影响了德国总部和其在中国的公司之间的知识转移和信息交流。出于对新冠疫情的清零政策，当前的旅行限制对政治和商业层面的相互理解产生了负面影响。此外，接受调查的德国公司预计，由于持续的限制，中国市场上的外商投资会减少，且经济增长会放缓。

- ▶ 旅行限制是德国公司面临的首要挑战之一，对中期相互了解、外商投资和中国经济增长均产生了负面影响。

自主可控 - 脱钩

在“脱钩”的情况下，德国公司主要担心政治和金融脱钩；不同的标准和规则阻碍了合作和交流；投资信心下降；以及业务放缓。供应链的高成本重组也会引起对贸易脱钩的担忧。创新脱钩是另一个担忧，主要是由于迎合不同标准所带来的成本。

- ▶ 半数以上的德企预计在未来两年内将面临脱钩带来的合作和交流受阻以及投资信心下降的负面影响。

对本土公司的 优惠待遇

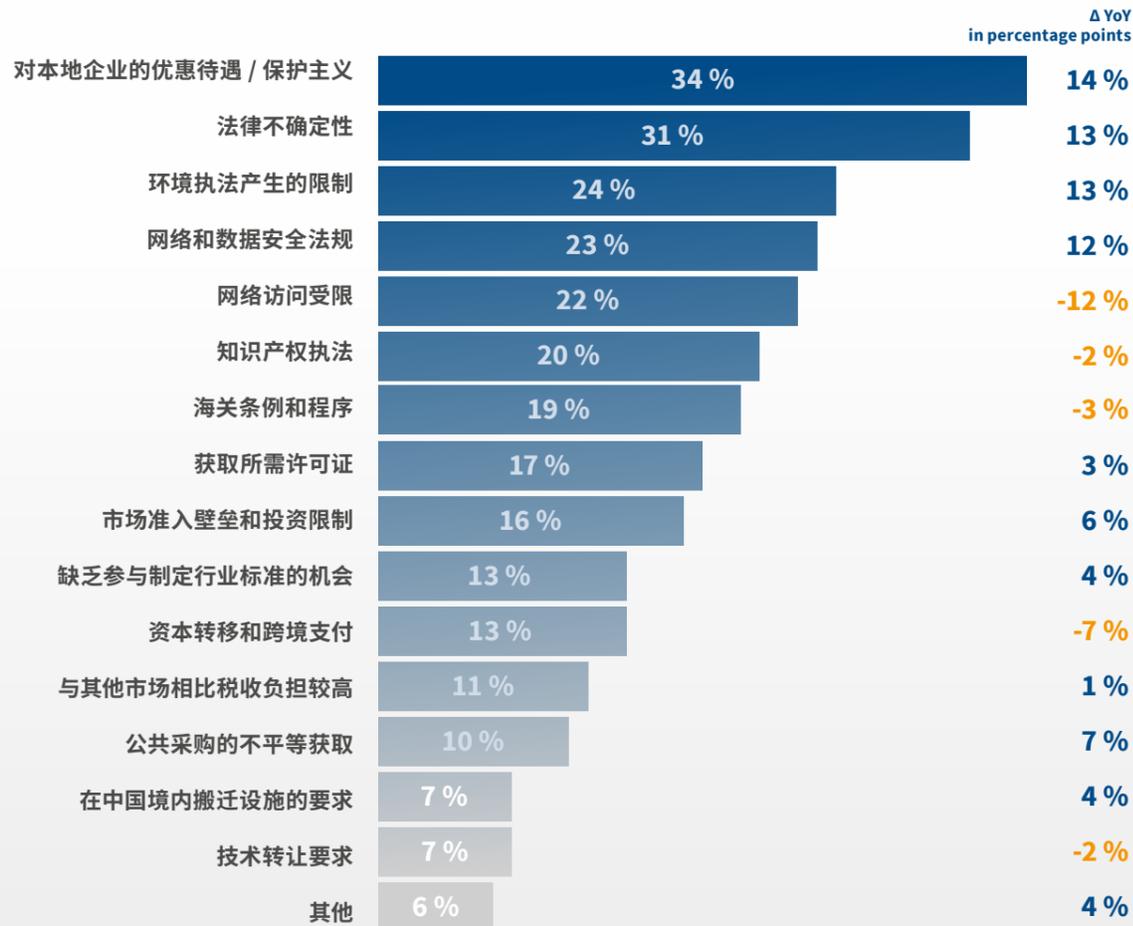
自本商业信息调查发布以来，对本土企业的优惠待遇和保护主义首次成为在华德企面临的首要的监管业务挑战，与2020年相比，排名发生了明显变化。这种挑战优先级的明显变化和越来越多的不确定性，与被调查公司难以判断“自主可控”政策的影响和监管机构对各种市场的最新管控是一致的。在2020年，对本土公司的优惠待遇是第六大最主要的商业挑战。在2021年，他上升了14个百分点，以34%的比例位列第一大挑战（图2.1）。法律的不确定性是第二大挑战，占比31%。较2020年，法律的不确定性的比例提高了13个百分点，而2020年的排名为第八。由于环境保护法规的执行而导致的限制今年也排名靠前，占比24%。这一比例与2020年相比提高

了13个百分点（图2.1）。网络访问受限在2021年被列入重大挑战的受访者中的比例大幅下降(-12个百分点)(图2.1)。

特别是对机械行业(37%)和商业服务行业(41%)来说，优惠待遇是他们面临的最大的挑战，而对电子行业(52%)和消费品/服务业(39%)来说，法律的不确定性是普遍存在的。对化工行业来讲，获得所需的许可证(38%)尤其具有挑战性，其次是环境保护法规执行方面的限制，环保执法对汽车行业(32%)来讲是关键挑战，对塑料行业(41%)影响也很显著（图2.2）。

图 2.1: 对本土公司的优惠待遇是最艰巨的监管业务挑战

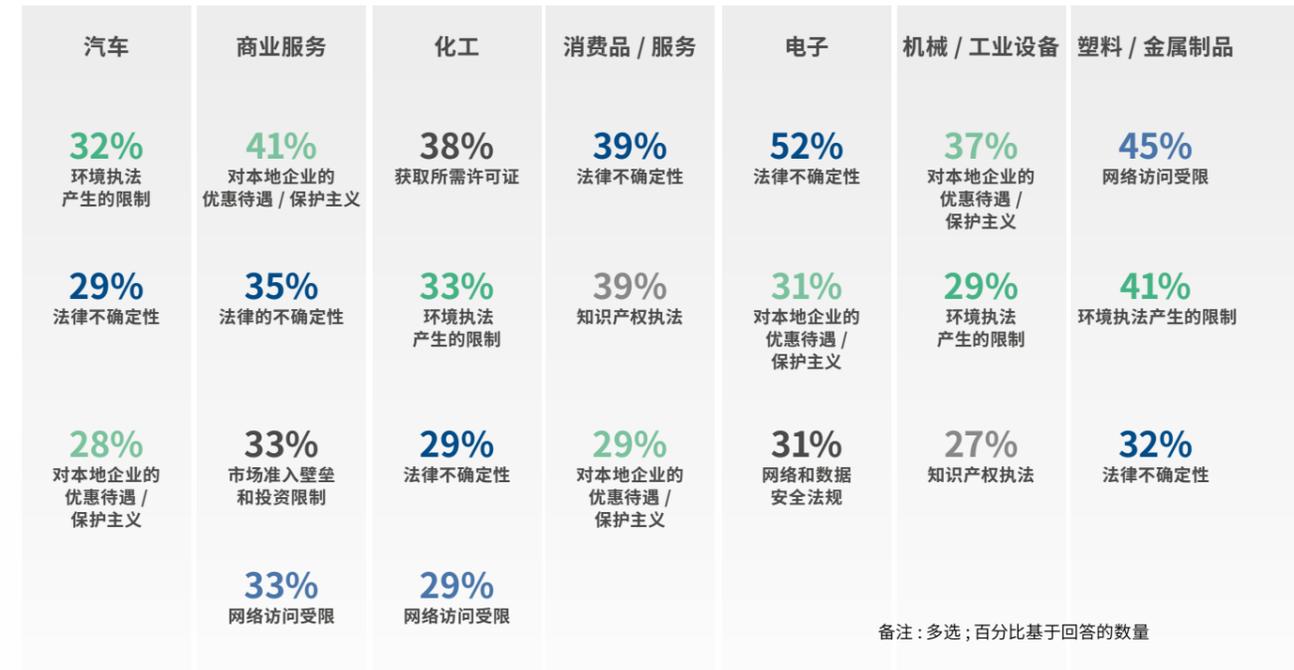
请选择贵公司面临的三个最大的监管业务挑战 (n=546)



备注：多选；百分比基于回答的数量

图 2.2: 法律的不确定性和对本土公司的优惠待遇是各行业面临的最大的监管挑战

请选择贵公司面临的三个最大的监管业务挑战 (n=546)

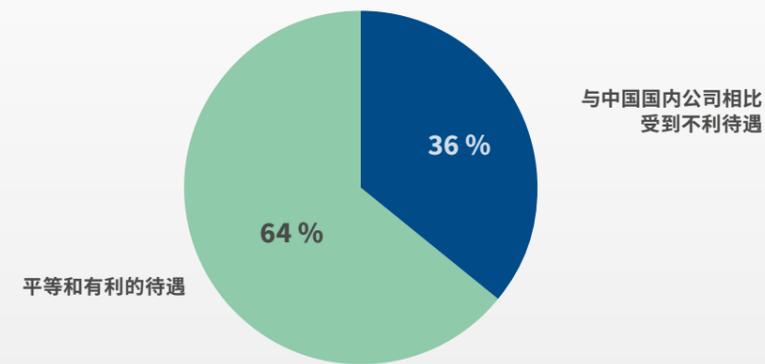


在德国公司对他们是否感到与中国本土公司相比受到中国政府的平等对待的回答中，也可以发现对本土公司的优惠待遇是首选挑战。三分之一（36%）的公司认为，与中国本土公司相比，外商投资企业受到了不利的待遇。64%的受访企业认为他们受到了平等或有利的待遇（图2.3，完整版见附录图A.3）。

这一发现与三分之一的受访公司在中国面临市场准入限制的情况相符。大多数公司面临间接的市场准入限制，如在招/投标过程中遭受不公平的待遇（16%），难以获得许可、认证或产品批文（14%），或没有充足的准备时间来实施新法规（6%）。5%的受访公司面临直接的市场准入限制（图2.4）。

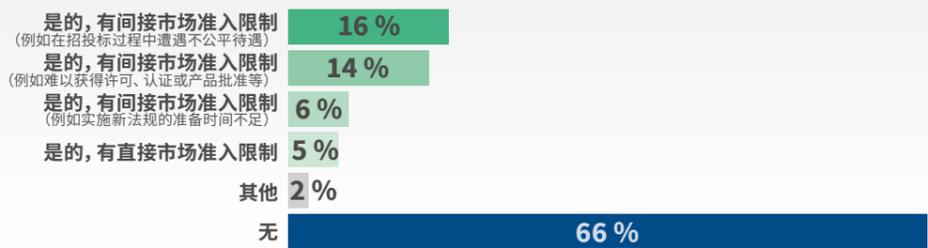
图 2.3: 三分之一的德国公司表示受到不利的待遇

在贵公司所在行业中，与国内企业相比，中国政府机构如何对待外商投资企业 (FIE)？ (n=536)



备注：与中国国内公司相比的不利待遇是“与中国国内公司相比，外商投资企业受到完全不利的待遇”和“与中国国内公司相比，外商投资企业受到一些不利的待遇”的总和。“平等和有利的待遇”是“外商投资企业和中国国内公司受到平等待遇”、“与中国国内公司相比，外商投资企业受到一些有利的待遇”和“与中国国内公司相比，外商投资企业受到完全有利的待遇”的总和。

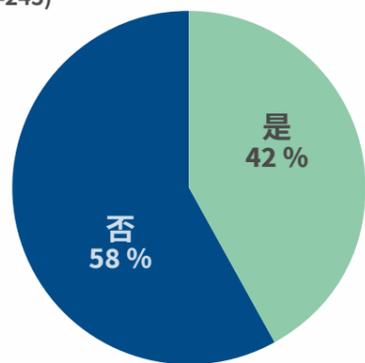
图 2.4: 1/3 的德国公司仍然经历市场准入限制
 贵公司在中国是否面临市场准入限制或障碍? 如果是, 贵公司面临的市场准入限制是什么? (n=533)



对本土公司的优惠待遇对参与公共采购的公司而言也是一个挑战。在参与公共采购的公司中, 42% 的公司曾受到中国竞争对手优惠待遇的影响 (图 2.5, 完整版见附录, 图 A.4)。受访者经历的最常见的歧视性措施是缺乏透

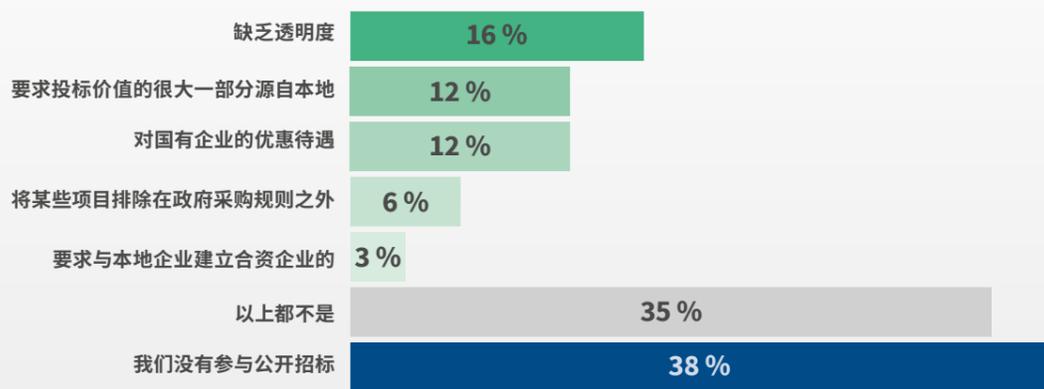
明度 (例如, 没有公布通知或只有关于公共采购程序的零散信息) (16%); 要求投标产品很大一部分本地化成分 (“本地化” 采购政策) (12%); 以及对国有企业的优惠待遇 (12%) (图 2.6)。

图 2.5: 42% 参与公共采购的公司受到了中国竞争对手的优惠待遇的影响
 贵公司是否受到偏袒 / 优待中国竞争对手的政府采购措施的影响? (n=245)



备注: 完整的图表可在附录中找到

图 2.6: 公共采购的歧视性措施仍然存在
 在贵公司所在的行业中, 过去一年贵公司在政府采购方面遇到了哪些障碍或歧视性措施? (n=535)



备注: 多选; 百分比基于回答的数量

双循环

在华德企对中国的双循环战略, 及其努力实现自主可控的总体影响看法不一。44% 的受访企业认为这是一个机遇, 而 37% 的公司认为这是一个挑战。20% 的受访者到现在还无法估计其影响 (图 2.7)。从行业的角度来看, 大多数行业的公司都将双循环视为一种机遇。72% 的涉及消费品和服务行业的公司认为双循环是机会, 28% 认为

是挑战。同样, 在汽车行业, 67% 的受访企业认为双循环是机会, 而 33% 认为是一个挑战。在商业服务行业, 这种情况却正好相反, 57% 的受访企业认为双循环更像是一种挑战 (图 2.8)。

图 2.7: 双循环被视为挑战或机遇
 贵公司如何评估中国国家双循环战略和中国力争进一步自给自足对贵公司业务的整体影响? (n=518)

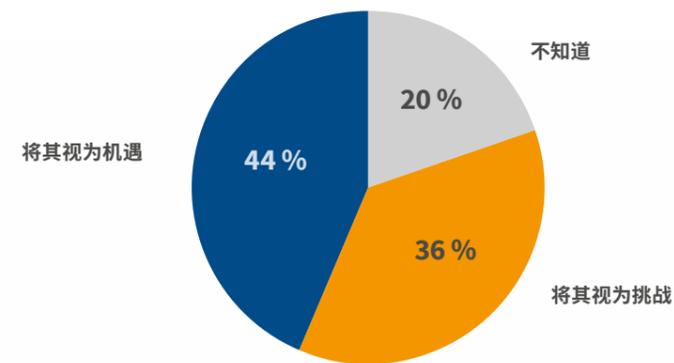
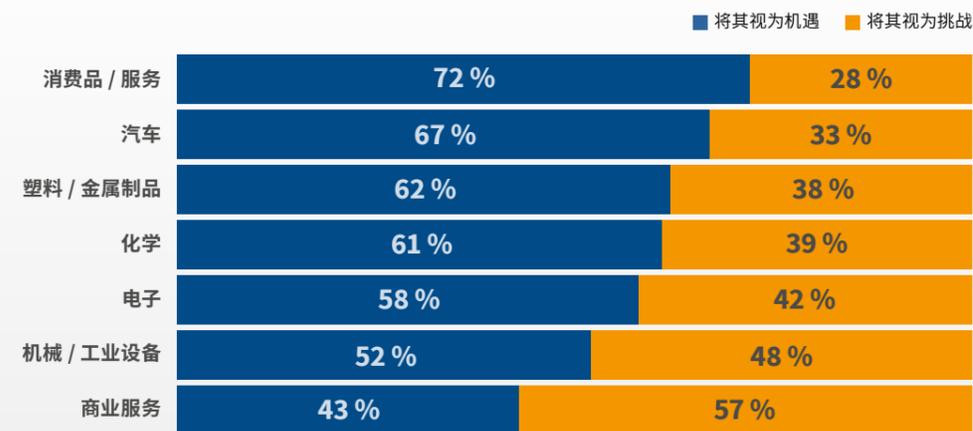


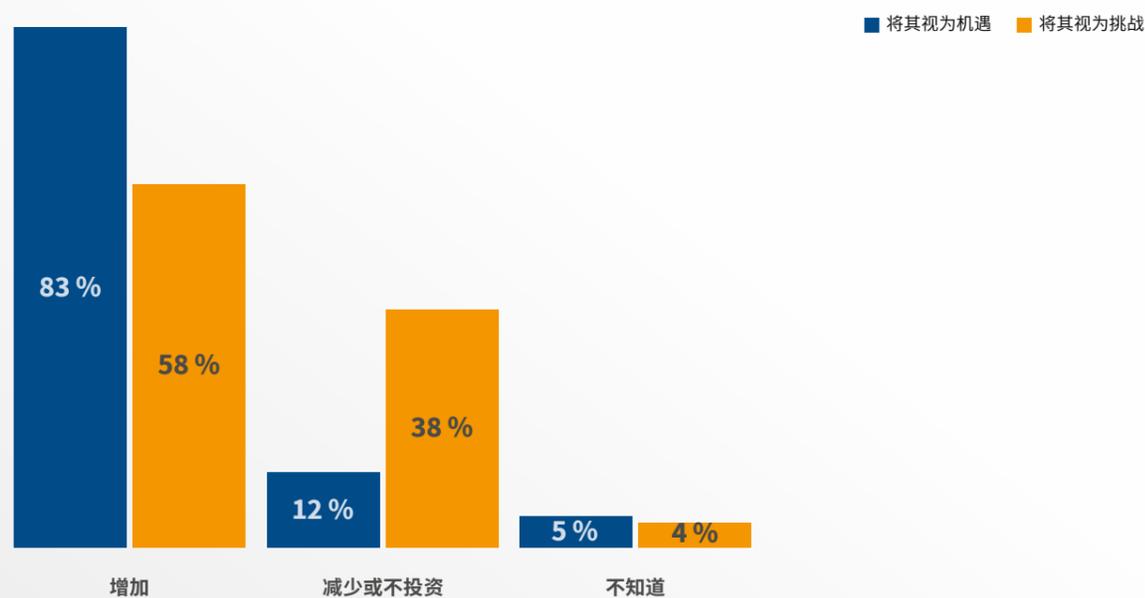
图 2.8: 生产企业更多地将双循环视为一种机遇
 贵公司如何评估中国国家双循环战略和中国力争进一步自给自足对贵公司业务的整体影响? (n=518)



对认为双循环是机遇或挑战的受访者的商业情绪的调查显示，认为双循环是挑战并计划在未来两年内对中国的投资减少或不投资的公司，其数额高于认为双循环是机遇的公司。与此相反，认为双循环和中国努力实现自主可控是其业务机会的公司计划进一步在中国投资（图 2.9）。

这些结果表明，德国公司基本上形成了两组。一组认为双循环是机会，因此倾向于追加投资；另一组认为双循环是挑战，这反过来又对投资行为产生了负面影响。

图 2.9: 大多数正在减少投资的公司认为双循环是一个挑战
贵公司是否计划未来两年内继续在华投资？(n=417)



备注：“增加”是“大幅增加”，“小幅增加”之和，“减少或不投资”是“大幅减少”，“小幅减少”之和。

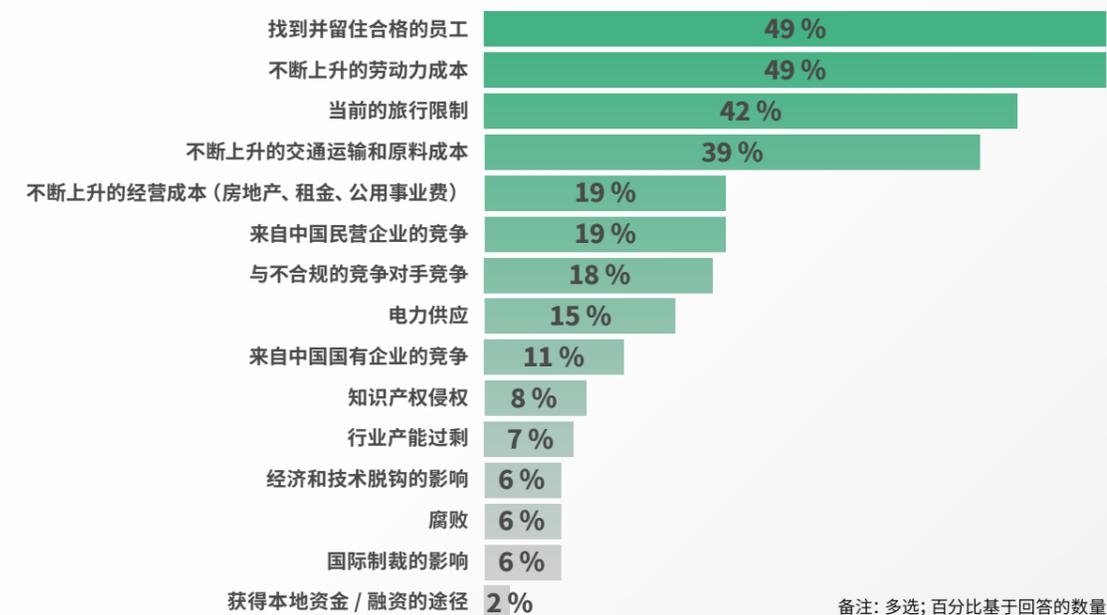
新冠疫情下的旅行限制

人力资源方面的挑战，如寻找和留住合格的员工（49%）和不断增长的劳动力成本（49%）仍然是德企运营和宏观业务领域最重要的挑战之一。第三大运营业务挑战是目前的旅行限制（42%），其次是运输和原材料成本上升（39%）（图 2.10）。

旅行限制对德国公司的投资信心产生了负面影响。计划在未来两年内减少在中国的投资或根本不投资受访企业

中，34%的企业表示旅行限制的持续是一个原因（图 1.14）。这与受访企业受到的负面影响是一致的，如果中国继续对新冠疫情采取清零政策，并在其他国家开放边境的同时实行隔离和签证限制，超过一半的公司预期会减少投资。72%的企业预计政治和商业层面的相互理解会减少。此外，45%的企业预计中国经济的增长会放慢，32%的企业预计由于目前的旅行限制，创新会放缓（图 2.11）。

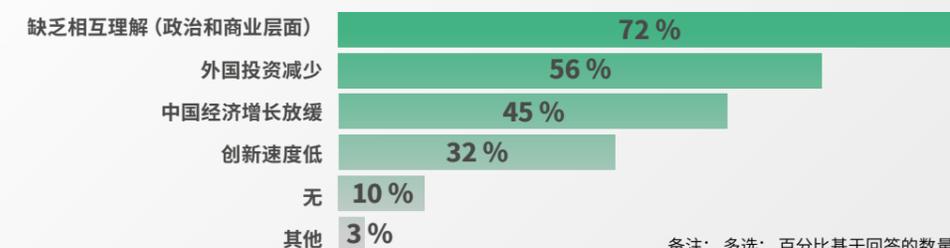
图 2.10: 当前的旅行限制是经营性业务中最重要的挑战之一
请列出贵公司面临的三个最大的经营和宏观经济业务挑战。(n=546)



备注：多选；百分比基于回答的数量

图 2.11: 旅行限制对相互理解、外商投资和中国经济增长产生负面影响

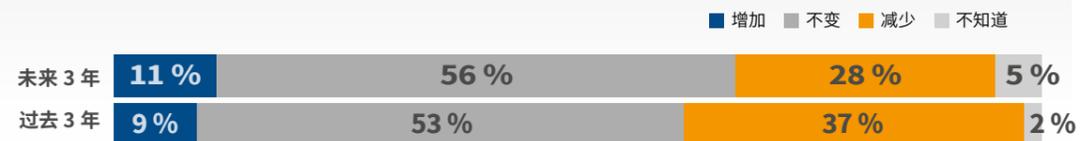
在世界其他国家都在开放边境的情况下，如果中国继续对新冠疫情实行清零政策，同时实施隔离和签证限制，贵公司预计会产生哪些负面经济影响？(n=517)



备注：多选；百分比基于回答的数量

图 2.12: 1/3 的德国公司预计未来几年外国员工将减少

在过去 3 年里,贵公司在 中国的外籍员工和 / 或本地外籍员工 的数量有什么变化,未来 3 年将如何发展? (n=528)



持续的旅行限制的影响也体现在中国的外派人士或当地外国员工 的数量不断减少上面。由于持续的旅行限制政策,留住在中国的外籍员工和招聘新的外籍人才变得越来越困难。在过去的三年里,其中两年已经受到旅行限制的影响,37% 的受访企业减少了外籍员工 的数量,28% 的受访公司计划在未来三年内减少外籍员工 的数量(图 2.12)。减少外籍人员最常见的原因是新冠疫情造成的限制性的旅行、签证和移民政策(50%),其次是工作人员职能的本地化(47%)。而潜在的高成本却与企业面临的挑战不太相关(图 2.13)。

外国人才的减少导致总部和中国子公司之间的交流和讨论面临进一步挑战。54% 的德国企业在持续一年半的旅行限制后(2021 年 10 月的状况),经历了中国公司和德国总部之间知识交流的减少的状况(图 2.14)。这也因此影响了中国公司的创新能力和发展。另一方面,结果显示,由于旅行限制而与总部产生了更大的隔阂,导致了子公司更高的独立性,即增加本地化和决策权的授权。区域性的脱钩似乎也导致了与总部的脱钩,而这种脱钩无法通过新的技术交流媒介来缓解。

图 2.13: 旅行限制和本土化推动了外国员工的减少

贵公司在 中国的外籍员工和 / 或本地外籍员工 数量减少的原因是什么? (n=465)

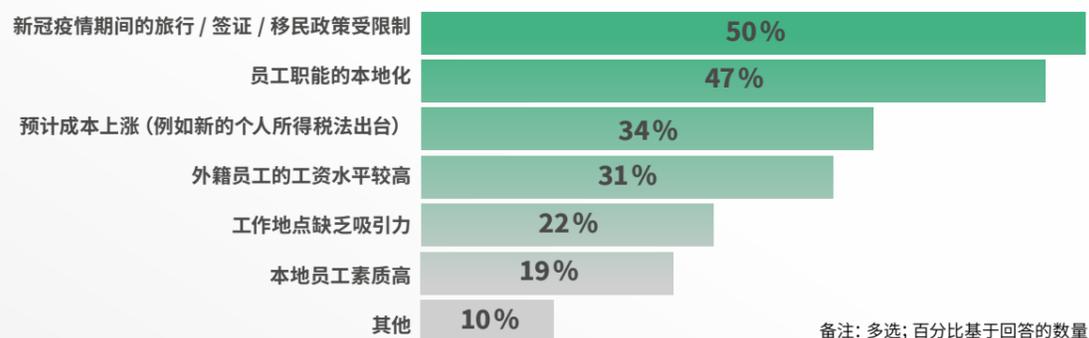
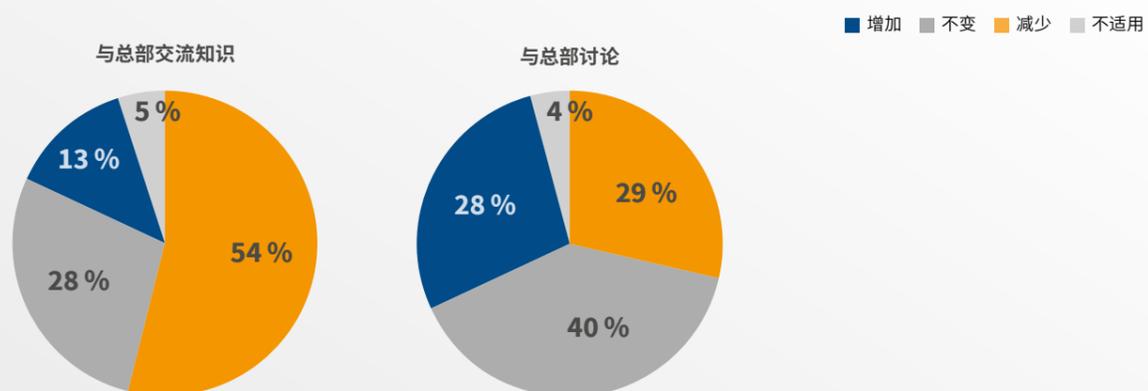


图 2.14: 半数公司因旅行限制而与总部交流减少

在旅行限制持续超过 1.5 年之后,贵公司将面临以下哪些后果? (n=524)



脱钩

55% 的受访公司预计经济和技术脱钩将在未来两年对其在中国业务产生负面影响。7% 认为脱钩对其业务的影响是积极的,26% 预计没有影响(图 2.15)。

缓(34%)。成本也是脱钩带来的一个主要风险,如全球价值链的重组(30%)和因迎合不同标准而导致的成本上升(29%)(图 2.16)。

近 90% 的受访企业预计,由于经济和技术脱钩趋势的上升,会出现商业风险。提到的主要风险是合作和交流受阻(39%),其次是投资信心下降(38%)和业务放

图 2.15: 55% 的德国公司面临脱钩带来的负面影响

贵公司如何评估未来 24 个月经济和技术脱钩对贵公司特定对华业务的影响? (n=520)

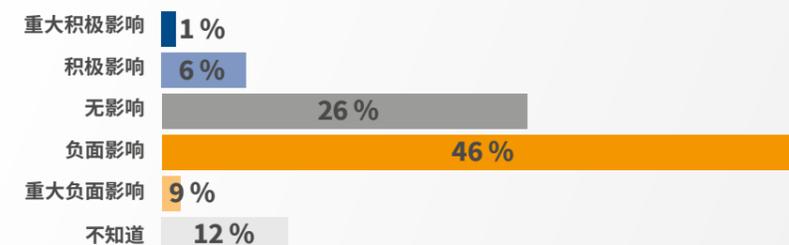
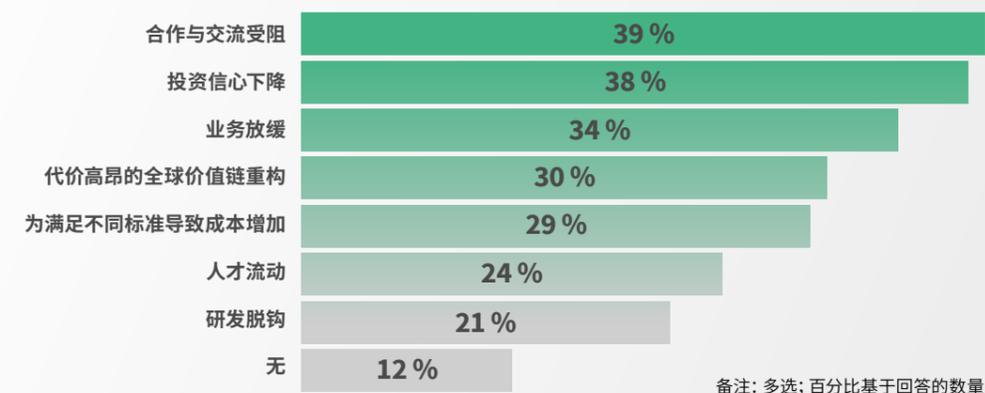


图 2.16: 近 90% 的德国公司认为经济和技术脱钩趋势的上升会带来商业风险

贵公司认为经济和技术脱钩趋势上升会带来哪些业务风险? (n=528)





本地化2.0 - 由机会和制约因素驱动

在过去的十年里，在华德企的业务本土化进程不断加快。第一波本土化浪潮主要是由监管方面的限制推动的 -- 例如与中国伙伴建立合资企业的义务。然而，第二波本地化也即“本地化2.0”，是由中国争取自主可控和日益独立于全球参与者所推动的。这一本土化浪潮因脱钩和当前 COVID-19 期间的旅行限制而加速，推动了德国公司的本土化，以免错过中国巨大的国内市场机会。同时，与本土公司的竞争也越来越激烈，这也促使德国公司与中国合作伙伴进行更多的接洽，并将其产品和服务本地化，以更好地适应国内市场。

面对脱钩的趋势

大多数德国公司对脱钩趋势的反应（在第二章中提到）是变得更加本地化。他们与中国伙伴合作，建立具有韧性的供应链，投资于研发，并开发更多针对（中国）市场的产品，所有这些措施都导致了本地化。

▶ 通过与合作伙伴、采购和研发的合作，变得更加本地化，减轻了脱钩的倾向。

旅行限制加速了本土化进程

随着 COVID-19 大流行的持续，旅行限制正在加速公司的本

地化，不仅是通过雇佣更多的当地员工和获得广泛的当地专业知识，而且是通过技术知识、研发活动和采购的本地化。

▶ 旅行限制加速了本地化，有三分之一的德国公司在中国实现了技术和运营专业知识的本土化。

国内市场的竞争对本土化而言 既是挑战也是催化剂

在 COVID-19 的加速作用下，中国国内市场的竞争力和变化速度都有所加强。在这种环境下，为了应对市场需求，跟上中国快速发展的创新步伐，研发的本土化是必不可少的。此外，与中国企业的竞争也越来越激烈：2016 年，35% 的受访企业认为，中国的竞争对手很可能在未来五年内成为其行业的创新领导者。2021 年，每两家受访企业就有一家认为有可能。在一个竞争激烈的环境中，公平的竞争环境对外国公司而言是一个必要条件，这将有利于经济。

▶ 50% 的受访企业预计中国竞争对手将在未来五年内成为其行业的创新领导者。

本土化以减轻脱钩倾向

为了缓解不断上升的经济和技术脱钩趋势，38%的受访德企正在通过与当地企业合作或建立合资企业，使其更加本地化。建立富有韧性的供应链是受访公司为减轻脱钩风险而采取的另一项措施(34%)。这是通过与供应商和生产的近岸化、区域化、增加核心产品的库存等方式实现的。采取的另一项措施是投资本地研发(34%)，每三个德国企业就有一个会针对(中国)市场开发更多的产品。20%的受访企业在现阶段没有采取任何措施来缓解脱钩趋势(图 3.1)。

不同的行业选择不同的措施来缓解脱钩的趋势。对于汽车和化工行业来说，开发适应不同标准的核心技术比其他行业更加普遍，约 20% 左右。为了更加本地化，汽车行业(46%)以及机械和工业设备行业(40%)采取了更进一步的措施。在化工行业，公司投资于本土研发(63%)，并建立有韧性的供应(63%)，以减轻脱钩的趋势。对于商业服务行业，开发更多针对(中国)市场的产品(34%)是最常见的措施，而 36% 的德企并没有采取任何措施来缓解脱钩趋势(图 3.2)。

图 3.1: 通过与伙伴企业合作, 合作采购与研发等工作变得更加本地化, 缓解脱钩趋势
贵公司采取了哪些措施来缓解日益加剧的经济和技术脱钩趋势? (n=520)

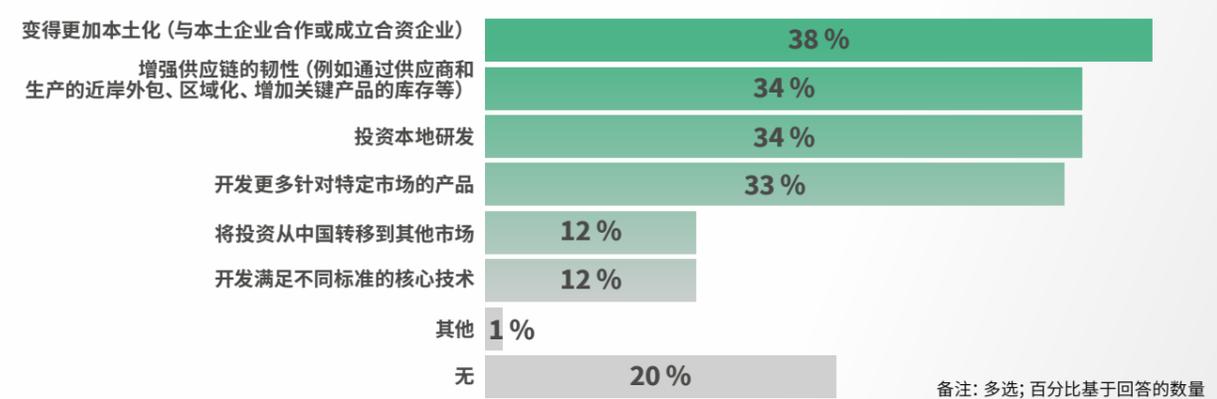


图 3.2: 为缓解脱钩趋势所采取的具体行业措施
贵公司采取了哪些措施来缓解日益加剧的经济和技术脱钩趋势? (n=520)

	汽车	商业服务	化工	消费品 / 服务	电子	机械 / 工业设备	塑料 / 金属制品
变得更加本土化	46%	25%	37%	30%	32%	40%	23%
增强供应链的复原力	36%	9%	63%	48%	39%	36%	45%
投资本地研发	48%	12%	63%	15%	36%	31%	41%
开发更多针对特定市场的产品	26%	34%	58%	22%	39%	36%	32%
将投资从中国转移到其他市场	5%	14%	26%	11%	11%	13%	14%
开发满足不同标准的核心技术	20%	8%	21%	7%	4%	10%	9%
无	13%	36%	0%	33%	18%	18%	18%

备注: 多选; 百分比基于回答的数量

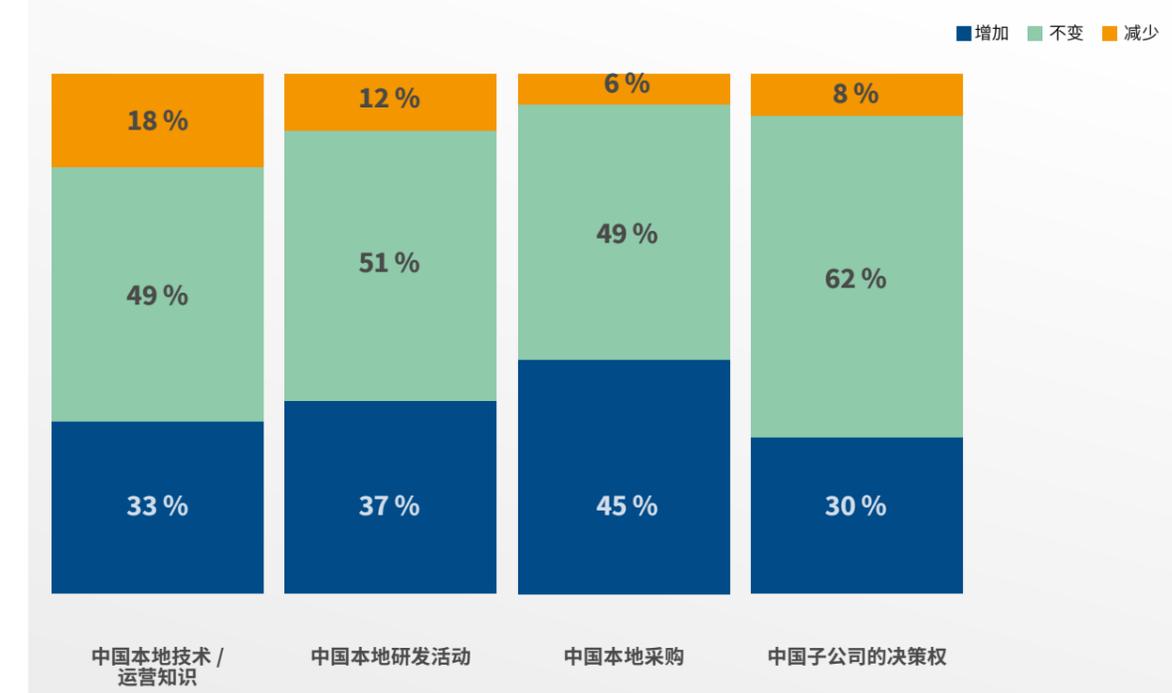
旅行限制加速了本土化计划

正如第 2 章第 3 节中提到的, 目前的旅行限制导致中国的外国人才缩水, 同时相互了解也在减少。在公司层面上, 这表现在总部和当地子公司之间的交流和讨论减少。同时, 旅行限制加速了本土化的趋势。

37% 的受访企业增加了他们在中国的研发活动。这在拥有超过 3,000 名员工的大公司中最为明显, 其中 50% 的公司加大了本地化研发的力度。由于持续的旅行限制, 在所有受访企业当中又有 35% 的受访企业经历了在中国的本土技术和运营知识的增加(33%) (图 3.3)。

45% 的德国企业在持续了一年半的旅行限制后 (截止到调查时, 也即 2021 年 10 月), 增加了本地采购。

图 3.3: 旅行限制加速了本地化, 1/3 的德国公司在中国进行技术知识本地化
在旅行限制持续超过 1.5 年之后, 贵公司将面临以下哪些后果? (n=524)



本土化的领域及其驱动因素

在所有受访德企中，已经实现本土化或计划本土化的公司在研发(81%)、生产(92%)、采购(92%)以及市场和销售(95%)这四大业务领域的本土化趋势强劲。25%的受访企业计划将市场和销售完全本土化。62%的受访者计划增加研发领域的本土化，59%计划增加采购领域的本土化。(图 3.4)

52%的受访企业表示他们计划在中国进一步实现本土化，主要是因为靠近核心客户群体，41%的公司表示可以节省成本，33%的公司表示可以实现供应链本土化(图 3.5)。

对于研发的本土化，主要的驱动力是客户和市场的要求(57%)以及中国创新生态系统中不断提高的创新速度(38%) (图 3.6)。

图 3.4: 跨越所有业务领域的本土化
您对以下在华经营活动的本地化有何计划? (n=516)

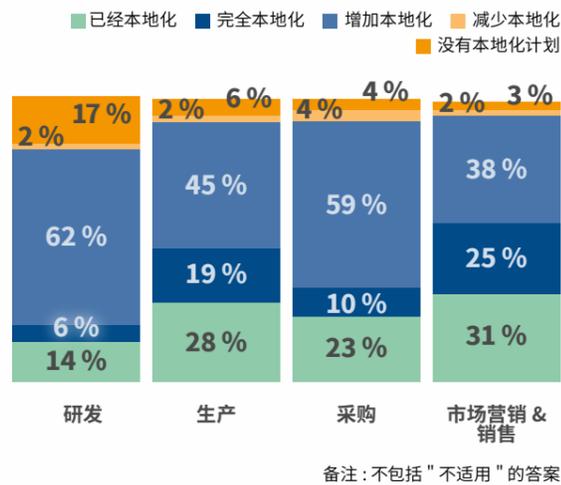


图 3.5: 客户的接近性是本土化的关键驱动因素

如果贵公司计划在中国进一步本土化，贵公司的动机是什么? (n=528)

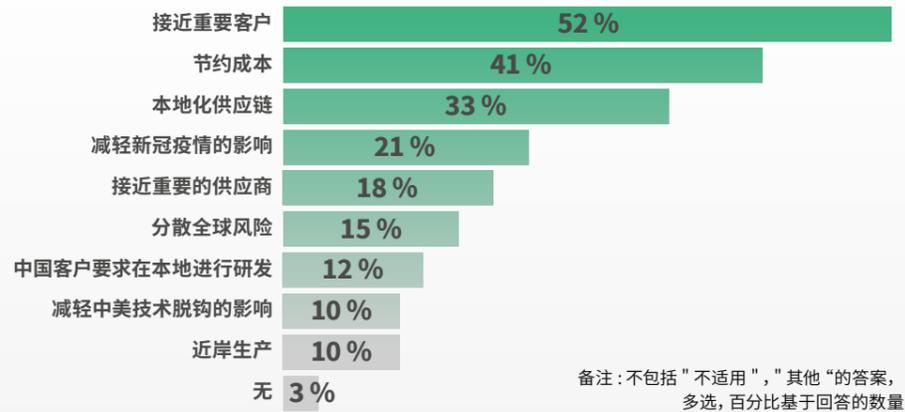
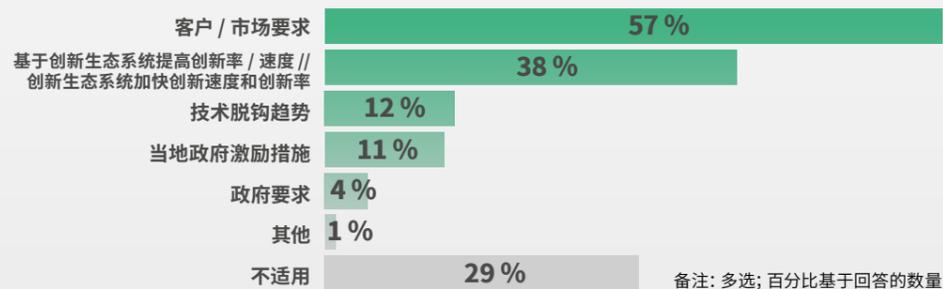


图 3.6: 中国的客户群体以及创新速度推动研发本土化

贵公司决定在中国扩大 / 本地化研发能力的原因是什么? (n=512)



与本土公司的竞争加剧

50%的受访企业预计中国的竞争对手将在未来五年内成为其行业的创新领导者。这与2016年相比有了很大的提高,当时只有35%的受访企业认为有此可能(图 3.7, 完整版见附录, 图 A.6)。70%的化工行业企业、61%的消费品和服务行业企业公司, 和57%的汽车行业企业

认为中国的竞争对手在未来五年内有可能成为创新领导者(图 3.8)。这与中国企业的快速发展和不断增强的创新能力前后呼应。这也反映了中国政府希望能够更加自主可控, 并将中国企业发展成为全球性企业的愿望。

图 3.7: 50%的德企预计中国竞争对手将在未来五年内成为其行业的创新领导者

您认为中国的竞争对手能够在未来五年内成为您所在行业的创新领导者吗? (2020/21 n=458, 2021/22 n=537)

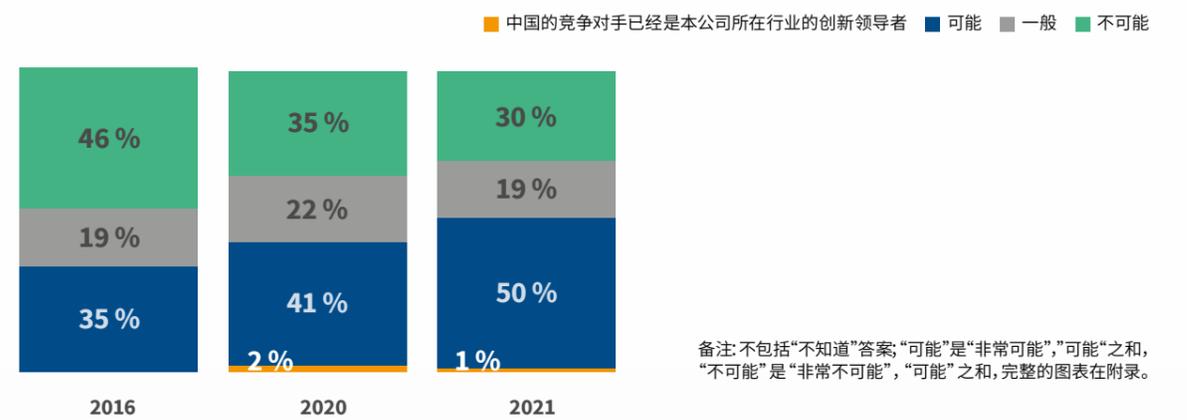
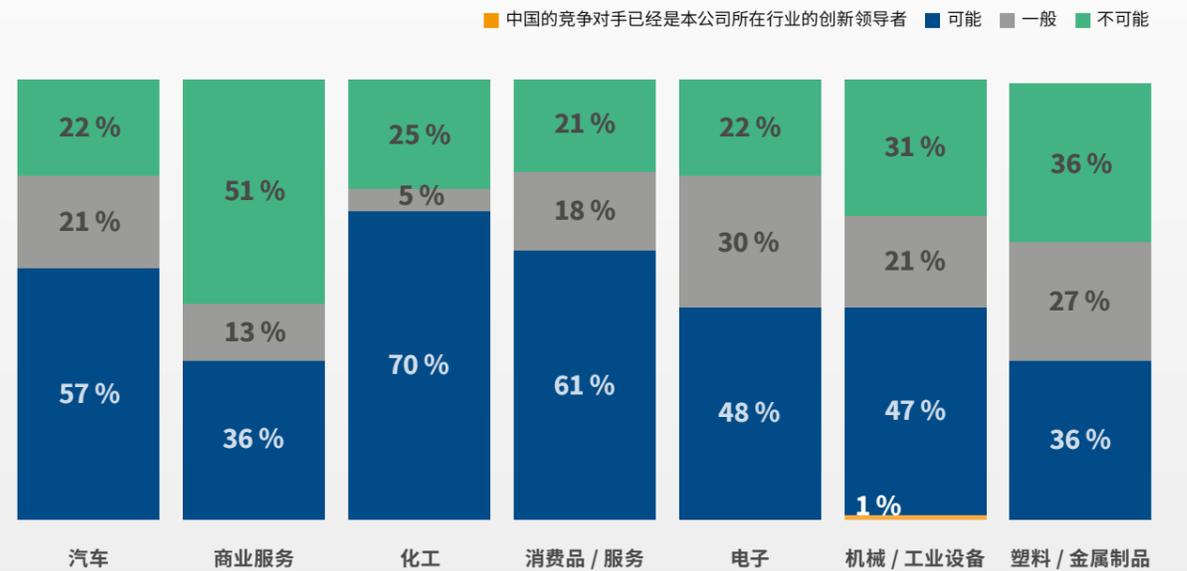


图 3.8: 对中国竞争者成为创新领导者的期望在化工、消费品及汽车行业尤为强烈

您认为中国的竞争对手能够在未来五年内成为您所在行业的创新领导者吗? (n=542)



尽管竞争激烈，市场环境艰难，但德国企业仍对其产品的竞争力充满信心：9%的受访企业认为在未来一年内不可能替代其产品，另有52%的受访企业认为有可能替代，但在质量还达不到要求(26%)、或是技术水平(23%)或是成本(3%)方面不理想。24%的企业认为现在进行评估还为时过早，只有14%的企业认为中国的产品和服务在未来一年内可以无限制地替代德国产品(图3.9)。

随着中国企业成为更具主导地位的市场参与者，与中国企业的接触--尤其是以战略伙伴关系的形式(29%)，对德国企业来说越来越有吸引力(图3.10)。当与中国公司合作时，来自其他市场参与者和商业伙伴的认可度会提高(57%)，并且支持客户基础群体的发展扩大(55%)。此外，三分之一的调查对象认为，与中国合作伙伴的接洽也能满足采购要求(图3.11)。

图 3.9: 德国产品的质量和技术水平仍然具有竞争力

您如何评估在未来12个月内用中国零部件替代贵公司的产品/服务的可行性? (n=515)

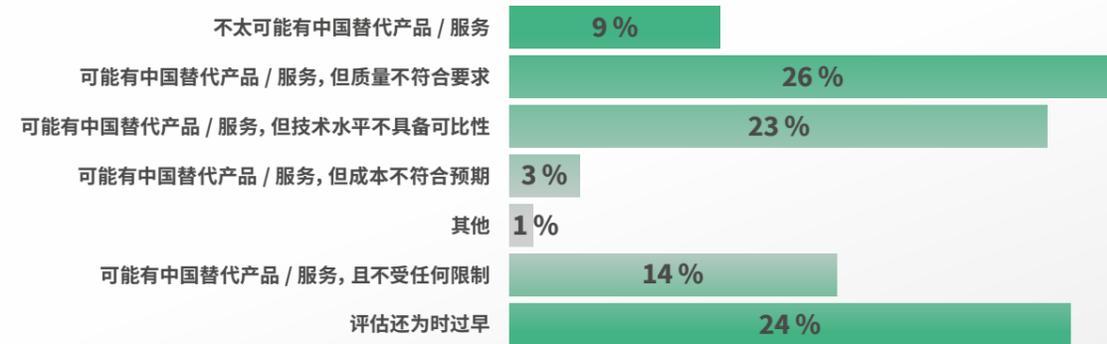
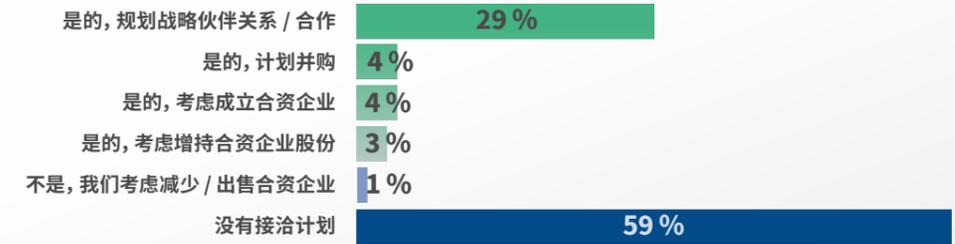


图 3.10: 35% 的公司计划与中国的合作伙伴进行更多的接洽
贵公司目前是否正在考虑与中国合作伙伴进行更多接洽? (n=456)



备注: 不包括“不知道”的答案

图 3.11: 市场参与度和客户推动了与中国合作伙伴进行更多接洽的愿望

如果贵公司正考虑与中国合作伙伴进行更多接洽, 贵公司的动机是什么? (n=184)



备注: 多选; 百分比基于回答的数量

日益增长的对风险和合规管理的需求

近年来，围绕合规和风险管理的问题对德国企业来说越来越重要。中国和德国近期的国内立法，以及新冠大流行，增加了中国对风险和合规管理的需求。

陷于立法之间

德国公司受到美国对中国企业和个人的制裁的影响，并经历着越来越大的压力，需要去向外国利益相关者证明与某些公司的业务联系是合理的。

► 40% 的受访企业间接或直接地受到美国对中国企业或个人制裁的影响。

另一方面，随着新的《反外国制裁法》的出台，德国公司可能会在中国客户面前感到压力。

最后，在中国的德国公司需要为德国议会 2021 年 6 月 11 日通过的《供应链尽责法》做好准备。该法将于 2023 年生效，基于企业的规模，对德国公司规定了不同的法律义务，以确保社会和环境标准在供应链的各个层面得到遵守。

► 几乎有一半的公司正在计划或已经开始为德国《供应链法》实施新的合规措施。

应对中国的企业社会信用体系

中国的企业社会信用体系 (CSCS) 是一项政府举措，用于监测和评价中国的个人、企业和机构遵守法律和法规的情况。公司和潜在或现有商业伙伴的信用信息可以在不同的社会信用信息公示平台上找到。因此，确保公司及其商业伙伴没有负面评价的合规管理是至关重要的。

► 70% 的德国公司使用 CSCS 平台，主要用于在交易前获得潜在商业伙伴的信用信息。

管理知识产权和网络安全法

55% 的受访企业面临知识产权 (IP) 方面的挑战，如知识产权相关法律和法规的保护不足，或在法庭上起诉知识产权侵权行为的过程中的挑战。

► 知识产权执法方面在华德企仍然面临挑战。

最近几个月，数据监管方面的活动日益频繁。随着《数据安全法》(DSL) 和《个人信息保护法》(PIPL) 的生效，中国网络安全框架的三大支柱(连同 2017 年的《网络安全法》)已经到位。最近还发布了关于数据跨境流动和涉及国内及海外数据处理活动的重要法规草案。

为了应对这些要求，在华德企需要采取新措施或调整与商业伙伴的程序和流程。

► 技术要求和数据跨境传输的限制是中国网络安全法领域的主要关注点。

4.1 报复性措施

超过三分之一的受访德国企业预计，多国政府制定的报复性措施将以各种方式影响其业务。这些业务变化有：来自德国总部的新战略计划 (13%)，重新安排供应商 (9%) 和客户关系 (9%)，以及与其他国家的姐妹公司重新对接 (7%) 等 (图 4.1)。

企业面临的报复性措施当中还有美国当前的制裁措施。近 40% 的受访企业表示，他们间接或随即受到了美国目前对中国企业或个人的制裁的影响 (图 4.2)。

图 4.1: 超过三分之一的公司预计报复性措施会影响公司业务
在过去几个月中，(多个) 政府采取了报复手段。您预计这会对贵公司的业务产生哪些后果 / 影响 (例如制裁、实体清单、域外法律)? (n=503)

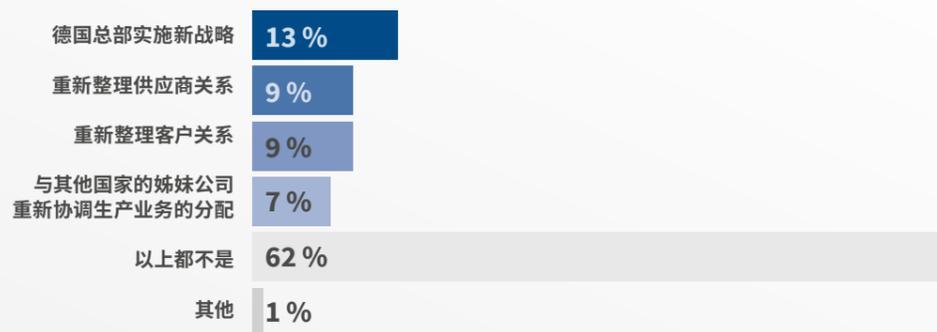
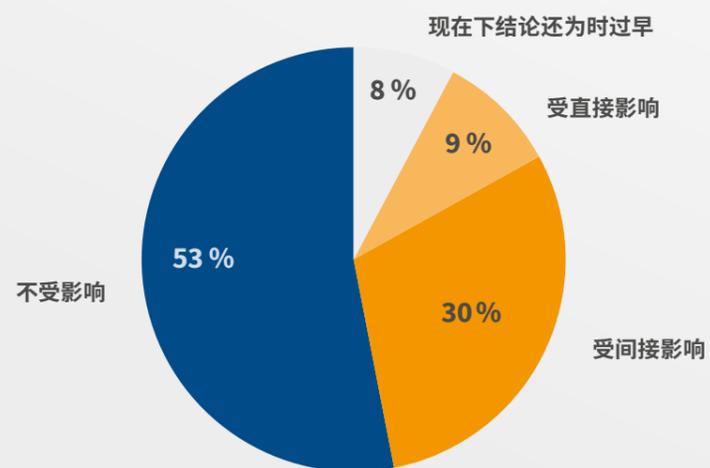


图 4.2: 40% 的公司间接或直接受到美国对中国企业或个人制裁的影响
您在中国的企业是否受到美国目前对中国企业或个人的制裁的影响? (n=504)



4.2 供应链法

德国议会于 2021 年 6 月 11 日通过了《供应链尽责法》。该法将落实《联合国工商业与人权指导原则》和 (德国)《国家经济与人权行动计划》的核心条款，以确保全球供应链的各个层面都遵守社会和环境标准。从 2023 年开始，该法律将初步涵盖在德国拥有超过 3000 名员工的公司，到 2024 年将扩大到拥有超过 1000 名员工的公司。虽然该法律尚未生效，但它需要时间来准备。不仅是大公司，还有那些已经收到德国客户相关要求的供应商。

更详细的实施信息仍有待公布，因此，53% 的受访公司表示尚未开始为其在中国的业务实施相关的追加措施，这并不令人惊讶。几乎一半的公司正计划为德国供应链法实施新的合规措施：32% 的受访企业尚未开始，但计划在不久的将来实施；另有 15% 的受访企业已经开始实施新的合规措施 (图 4.3)。从公司规模来看，规模较大的公司已经或正计划实施新的合规措施的比例较高 (图 4.4)

图 4.3: 几乎有一半的公司正计划实施新的合规措施，落实德国《供应链法》

德国新发布的《尽职调查法》(《供应链法》) 将于 2023 年生效，贵公司是否已开始为在华业务实施新的合规措施? (n=381)

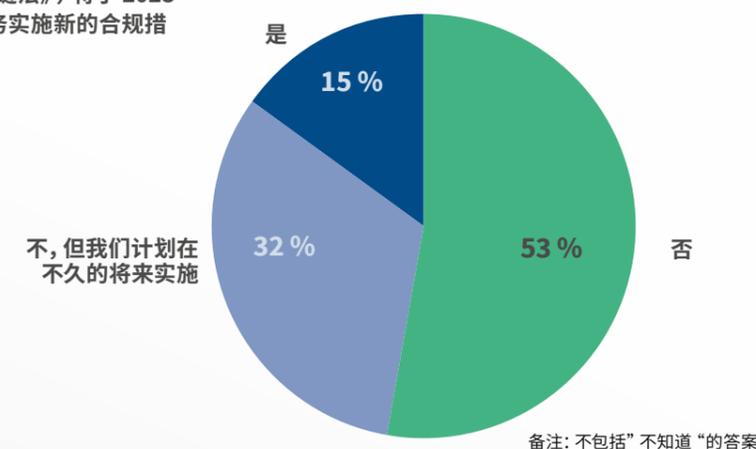
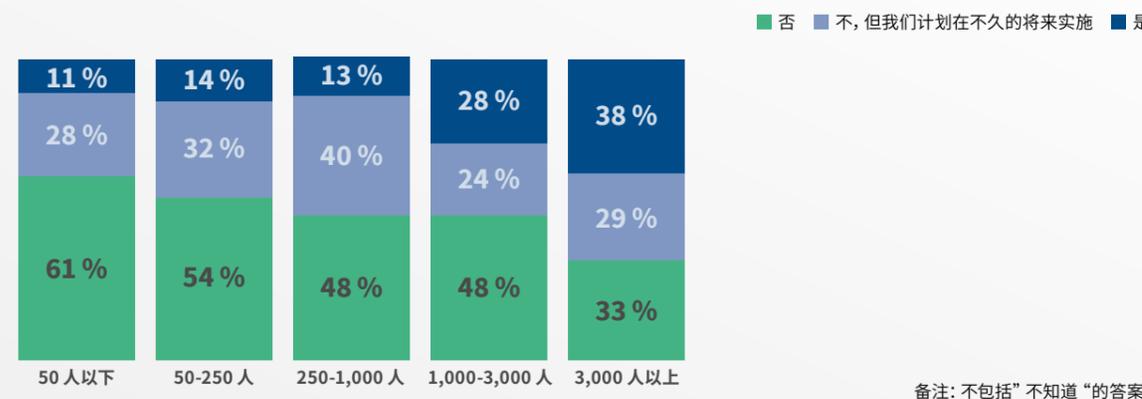


图 4.4: 较大的公司开始或计划实施追加的合规措施

德国新发布的《尽职调查法》(《供应链法》) 将于 2023 年生效，贵公司是否已开始为在华业务实施新的合规措施? (n=381)

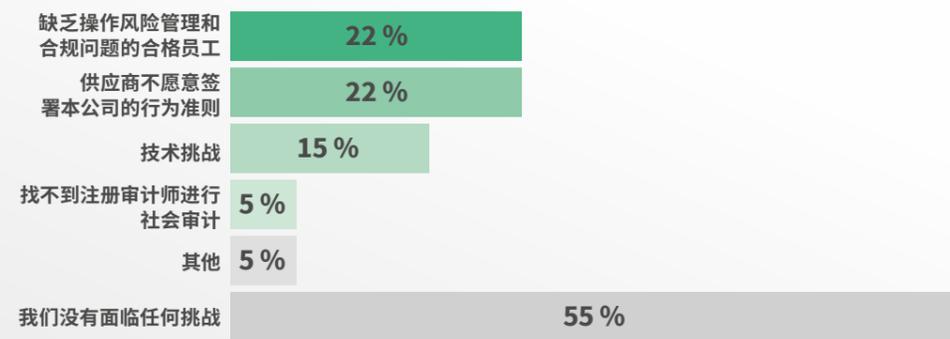


中国的企业社会信用体系

在接受调查的德国公司中，几乎有一半的公司在中国的业务中落实德国供应链法时遇到了挑战。最大的挑战是缺乏处理风险管理和合规问题的合格员工 (22%)，其次是供应商缺乏签署公司行为准则的意愿 (22%)。德国

公司还应对在技术挑战 (15%) 和寻找注册审计师 (5%) 方面受阻。55% 的企业在实施所需的合规措施时没有面临任何挑战 (图 4.5)。

图 4.5: 几乎一半的在华德国企业在实施德国《供应链法》的合规措施时面临挑战
贵公司在华业务中实施合规措施以满足《德国供应链法》的要求时，是否面临以下挑战？ (n=176)



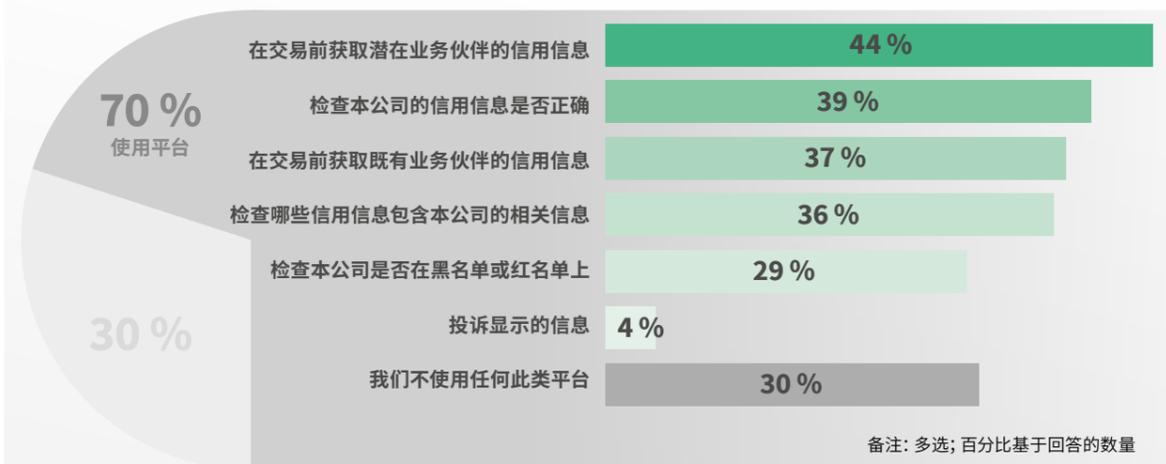
备注：多选；百分比基于回答的数量

对于德国企业在中国的未来参与情况，中国的企业社会信用体系 (CSCS) 具有高度的相关性：市场和法律体系的控制机制正在利用企业的综合评分系统转变为一个前所未有的综合系统。这种类型的系统可能会对公司的日常业务产生建立信心的效果。例如，它可能有助于在进入或深化与潜在商业伙伴的业务关系之前更好地评估他们。然而，只有当市场参与者意识到评级是如何确定的以及评级的后续后果时，它才能发挥作用。如果不能确保这种透明度评分系统就会在现有的市场准入限制和法规之外，成为进一步的拓展市场的障碍。

2021 年，70% 的在华受访德国公司使用 CSCS 平台，主要是为了在交易前获得潜在商业伙伴的信用信息。德国公司还使用这些平台来检查关于他们公司的信用信息是否正确，哪些信用信息涉及了自己的公司，以及他们的组织是否被列入黑名单或红名单。只有 4% 的受访企业对 CSCS 平台上显示的信息进行了投诉 (图 4.6)。

73% 的受访者过去在 CSCS 的信息显示平台上没有负面记录。只有 7% 的受访者称有负面记录，每五家公司中就有一家未曾意识到可能的负面记录的 (图 4.7)。

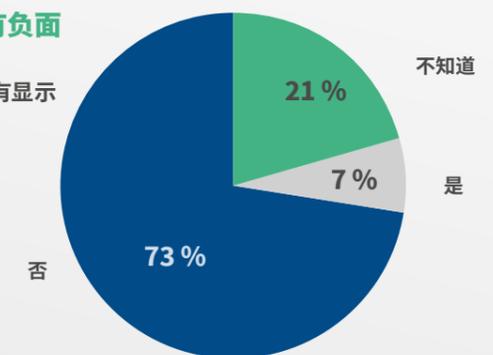
图 4.6: 70% 的公司使用 CSCS 平台，主要用于在交易前获取潜在商业伙伴的信用信息
贵公司使用企业社会信用系统(CSCS)信息显示平台(例如国家企业信用信息公示、信用中国或企查查)的目的是什么？ (n=488)



备注：多选；百分比基于回答的数量

图 4.7: 7% 的企业在企业信用信息公示平台上有负面记录

贵公司过去是否在上述企业社会信用系统信息显示平台上有显示负面风险信息？ (n=493)





知识产权和网络安全法

45% 的公司到目前为止没有遇到任何有关知识产权的问题，比 2020 年下降了 5 个百分点。然而，55% 的受访公司面临知识产权方面的挑战，如知识产权相关法律法规的保护不足 (24%)，在法庭上起诉知识产权侵权行为的过程中遇到挑战 (23%)，以及员工的知识产权盗窃行为 (19%) (图 4.8)。

接受调查的公司对实施中国网络安全立法的主要担忧是为遵守技术要求采取的新措施 (49%) 和数据跨境传输的限制 (46%) (图 4.9)。

图 4.8: 德国企业持续面临知识产权方面的挑战

贵公司是否面临知识产权挑战? (2020/21 n=386; 2021/22 n=442)

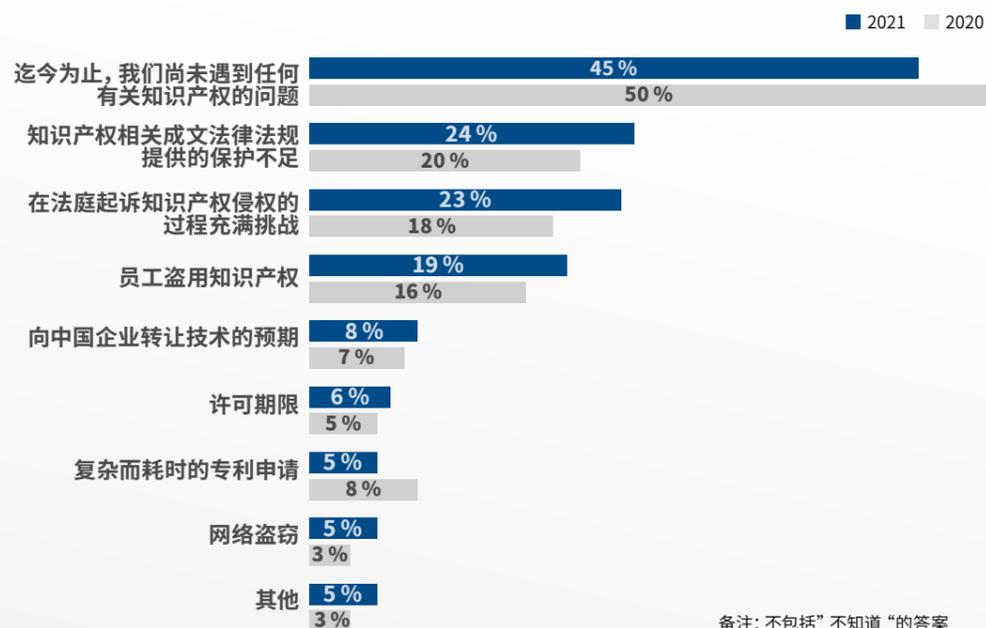
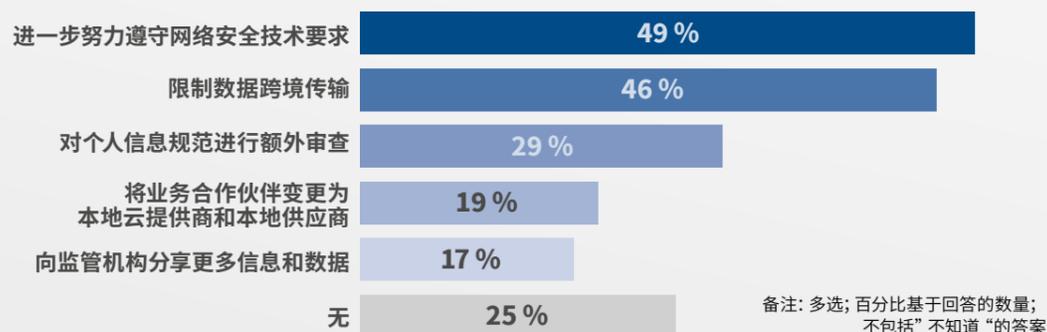


图 4.9: 技术要求和数据跨境传输的限制是与中国网络安全法有关的主要关注点

中国的网络安全立法 (特别是《数据安全法》) 的实施对贵公司有何业务影响? (n=408)

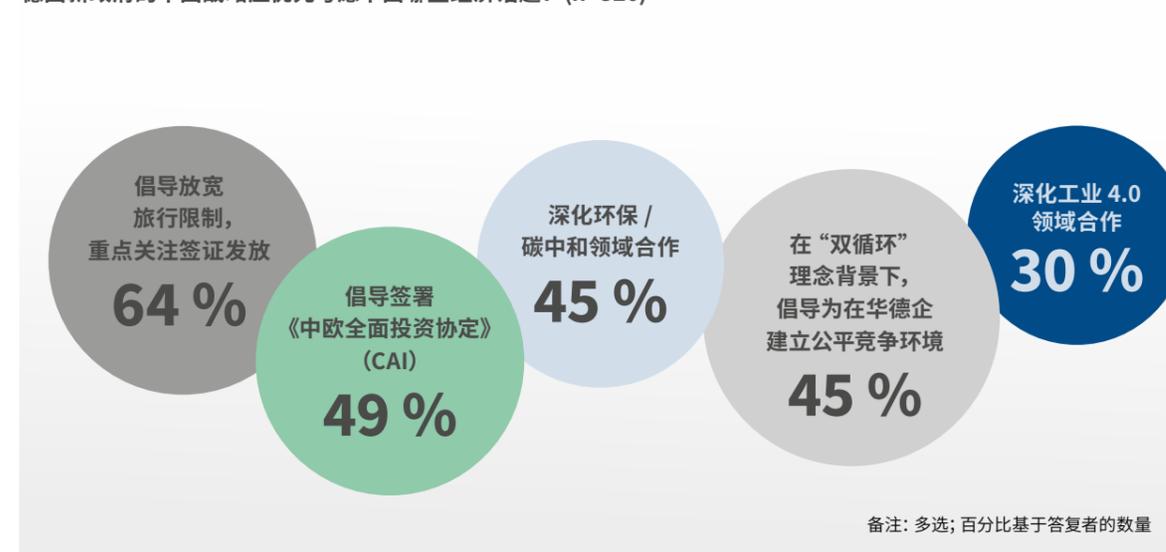


德国公司的优先事项: 创造公平竞争环境, 放宽旅行限制, 以及德中合作



图 5: 德国政府应倡导改善公平竞争环境, 放宽旅行限制, 促进德中合作

德国新政府的中国战略应优先考虑下面哪些经济话题? (n=520)



被调查的德国企业认为应纳入德国新政府中国战略的议题, 反映了本期商业信心调查中提出的关键挑战。

在提出的几个主题中可以发现加强合作的愿望: 签署欧盟 - 中国全面投资协议 (CAI) (45%), 深化环境保护领域的合作 (45%) 和工业 4.0 (30%)。

欧中全面投资协议是德国企业关注的第二大主题, 这显示了协议中涉及的关键领域的重要性。新的相关产业部门 (如航空、医疗保健、云服务、金融等) 的市场准入; 改善和透明的公平竞争环境; 以及环境保护和劳工问题的可持续发展。

欧中全面投资协议连同倡导公平竞争环境的要求是对调查参与者提到的主要监管挑战 (对本土公司的优惠待遇) 的回应。

排在首位的是需要倡导放宽旅行限制, 重点是签证发放 (64%) (图 5.1, 完整版本见附录, 图 A.9)。这对在中国的德国企业界来说是一个至关重要的问题, 他们受到了旅行和签证限制的高度影响, 因此减少了相互了解, 减少了知识转移, 以及担心投资减少和经济放缓。

从德国公司的角度来看, 德国新政府应该倡导改善公平竞争环境, 放宽旅行限制, 深化德中各领域的经济合作。

关于本调查

由于中国德国商会的 596 家会员公司对 2021 年 10 月 14 日至 11 月 3 日的在线调查做出了贡献,本报告才得以完成。回复率代表了所有会员公司的 29%。自 2007 年以来,这份报告一直是衡量在中国经营的德国企业的商业情绪的重要工具。

受访企业简介

在中国的大多数德国公司都位于沿海地区,因此主要集中在东部的长江三角洲(上海:40%,江苏:19%,浙江:3%)、北部的环渤海经济圈(北京:9%,辽宁:6%,天津:6%)和南部的珠江三角洲(广东:9%)等主要经济集群(图 6.1)。

传统上,在华德企从事的行业包括机械/工业设备(33%)和汽车业(21%),以及商业服务业(11%)--加起来几乎占有受访者的三分之二。其余三分之一的受访者由来自不同行业的企业组成,其中电子(5%)和消费产品/服务(5%)又占了10%(图 6.2)。

制造业和生产业(64%)以及销售和营销业(56%)是一半以上受访者的主要业务领域,其次是服务业(46%)(图 6.3)。不考虑主要业务领域,70%的受访公司在中国设有生产(图 6.4)。

小型公司占有受访公司的 28%;中型公司占 36%;雇员超过 250 人的大型公司占其余 36%(图 6.5)。

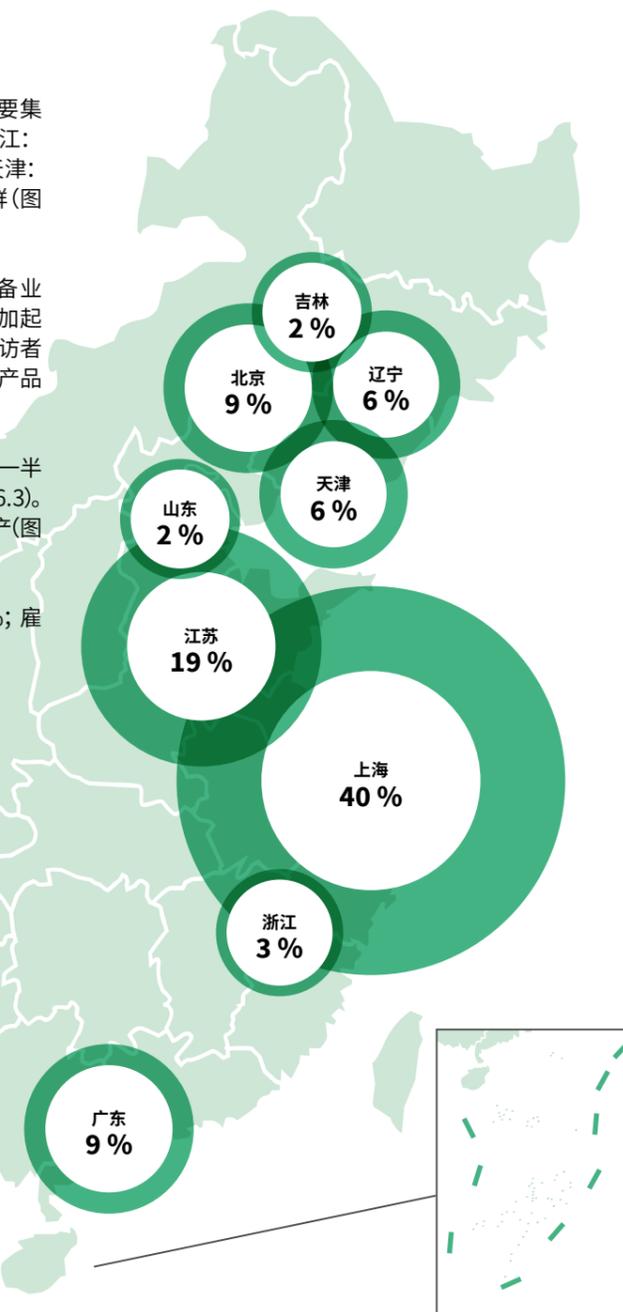
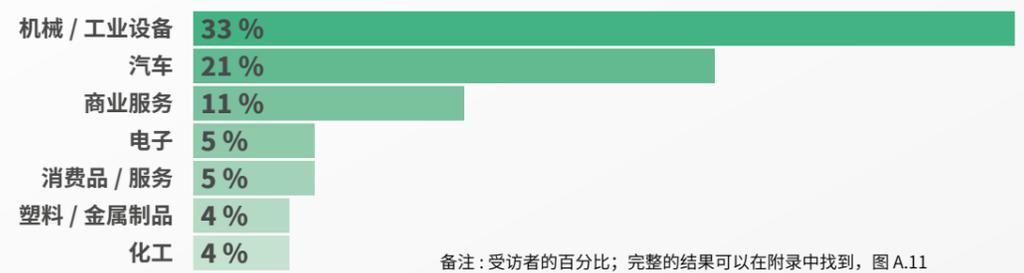


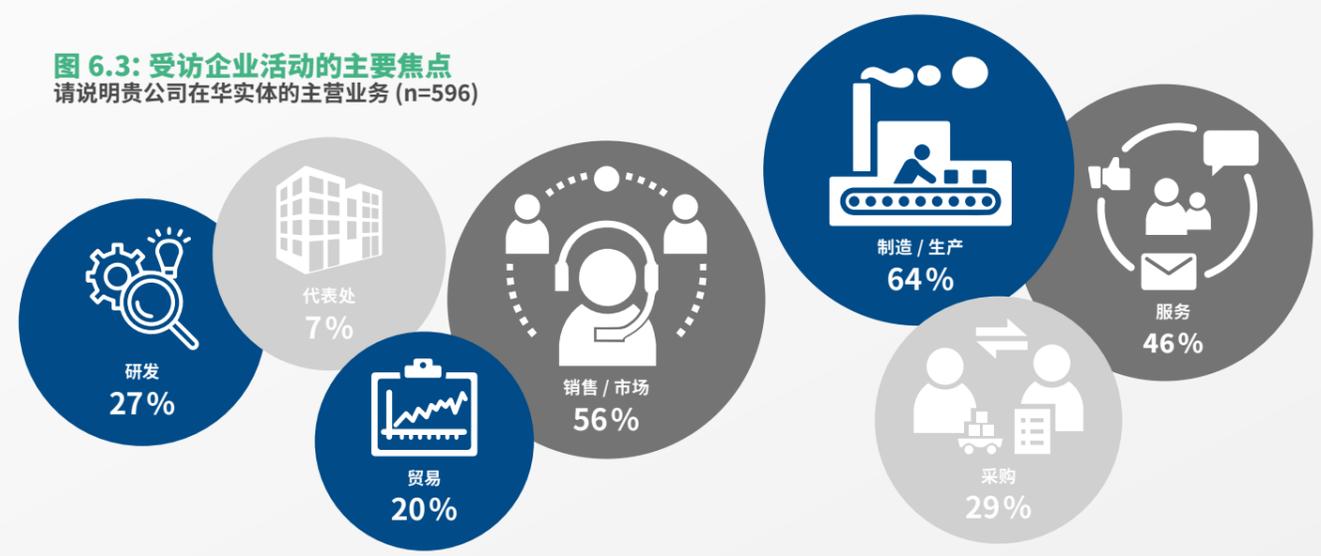
图 6.1: 受访企业的区域分布
贵公司位于哪个省/地区/城市? (n=596)
备注: 受访者的百分比; 完整的结果可以在附录中找到, 图 A.10

图 6.2: 受访企业的行业分布情况
请说明贵公司所属的主要行业 (n=596)



备注: 受访者的百分比; 完整的结果可以在附录中找到, 图 A.11

图 6.3: 受访企业活动的主要焦点
请说明贵公司在华实体的主营业务 (n=596)



备注: 百分比基于回答的数量

图 6.4: 受访企业在华的生产业务状况
贵公司在中国是否有生产业务? (n=596)



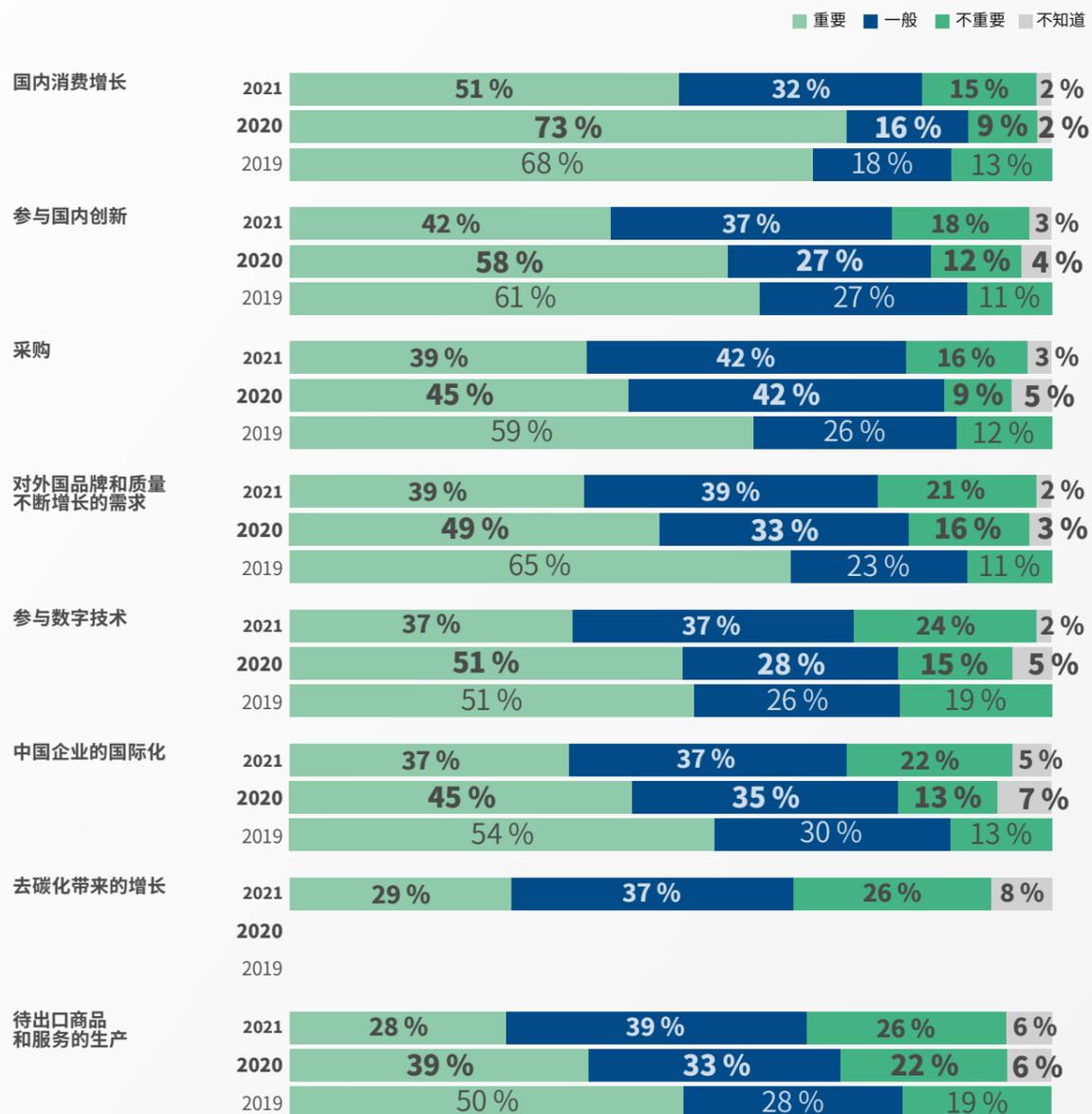
图 6.5: 受访企业的规模情况
请说明贵公司本地业务部门的员工人数 (n=596)



附录

图 A.1: 国内消费和创新仍是驱动力, 但趋势下行

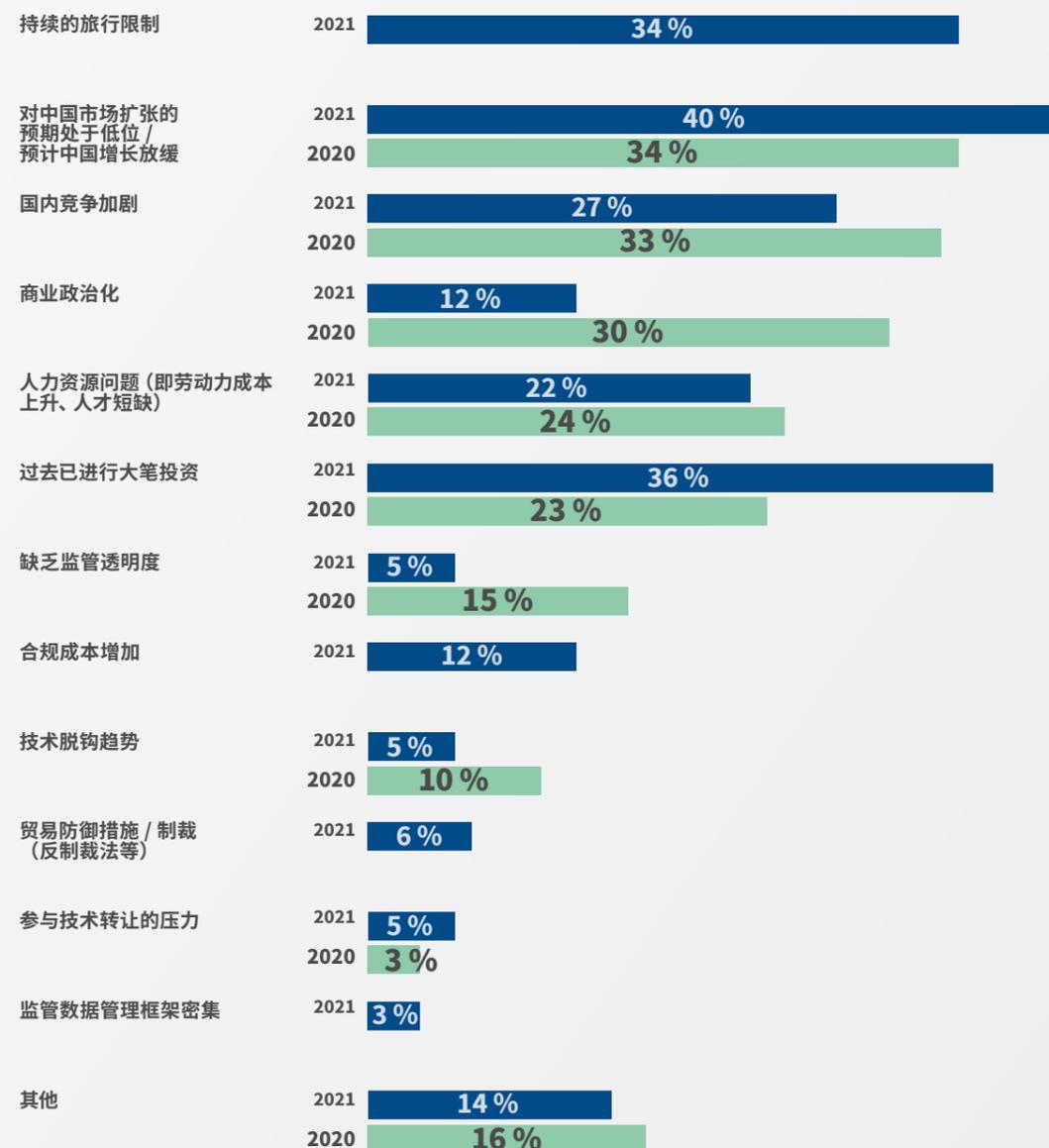
请就贵公司在华业务评估以下商机。(2020/21 n=452; 2021/22 n=571)



备注: 多选; 百分比基于回答的数量, 图 1.5 的完整版

图 A.2: 持续的旅行限制、加剧的国内竞争和商业的政治化导致德国企业减少投资

贵公司不在华投资或减少在华投资的主要原因是什么? (2020/21 n=81; 2021/22 n=134)



备注: 多选; 百分比基于回答的数量, 图 1.14 的完整版

图 A.3: 1/3 的德国公司表示受到不利的待遇

在贵公司所在行业中，与国内企业相比，中国政府机构如何对待外商投资企业 (FIE)？(2020/21 n=365; 2021/22 n=411)

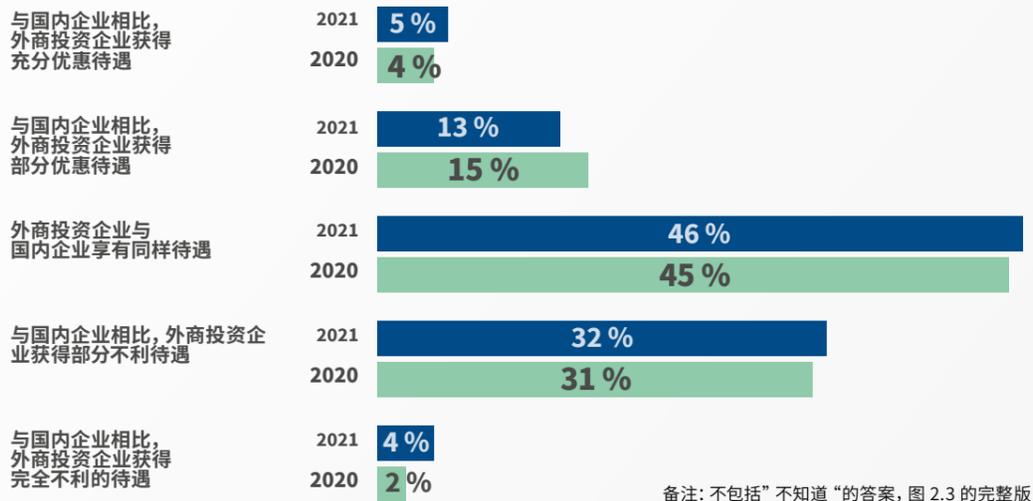


图 A.4: 几乎一半的企业受到了对中国竞争对手优惠待遇的影响

贵公司是否受到偏袒 / 优待中国竞争对手的政府采购措施的影响？(n=518)

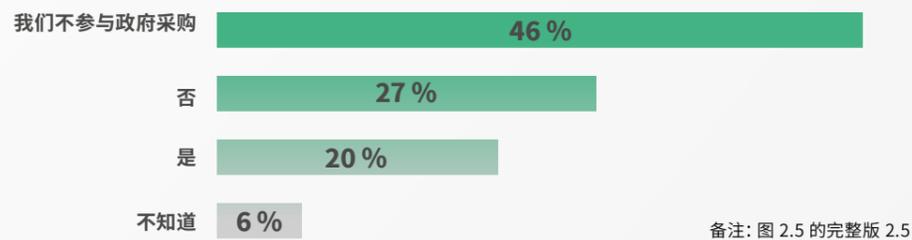


图 A.5: 四分之一的公司认为对外国品牌的情绪变化会带来负面影响

您是否认为贵公司会受到中国客户对外国企业或外国品牌产生的情绪变化的影响？(n=519)

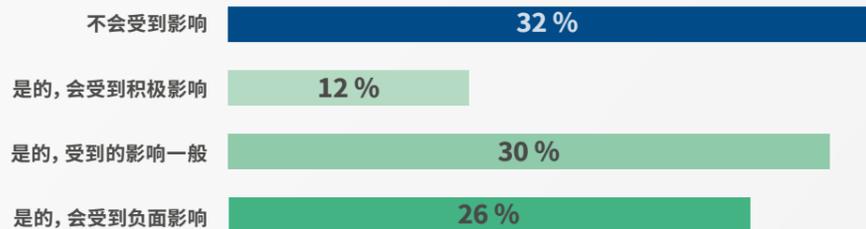


图 A.6: 50% 的人预计中国的竞争者将在未来五年内成为其行业的创新领导者

您认为中国的竞争对手能够在未来五年内成为您所在行业的创新领导者吗？(2020/21 n=458; 2021/22 n=542)

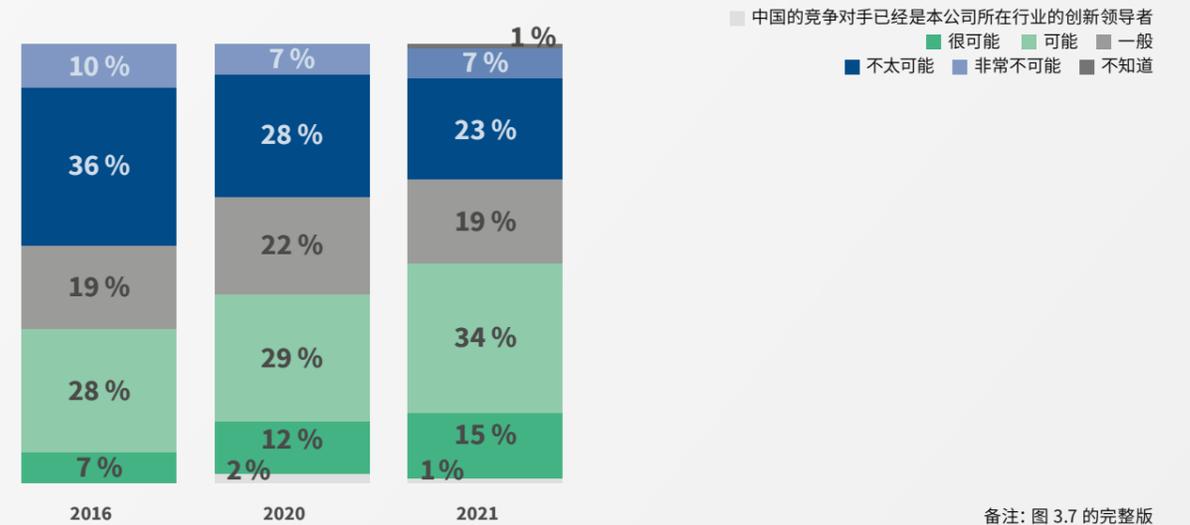


图 A.7: 企业运营面临越来越大的压力

未来 12 个月内，贵公司的经营活动是否会或多或少受到以下政治压力的影响？(n=505)

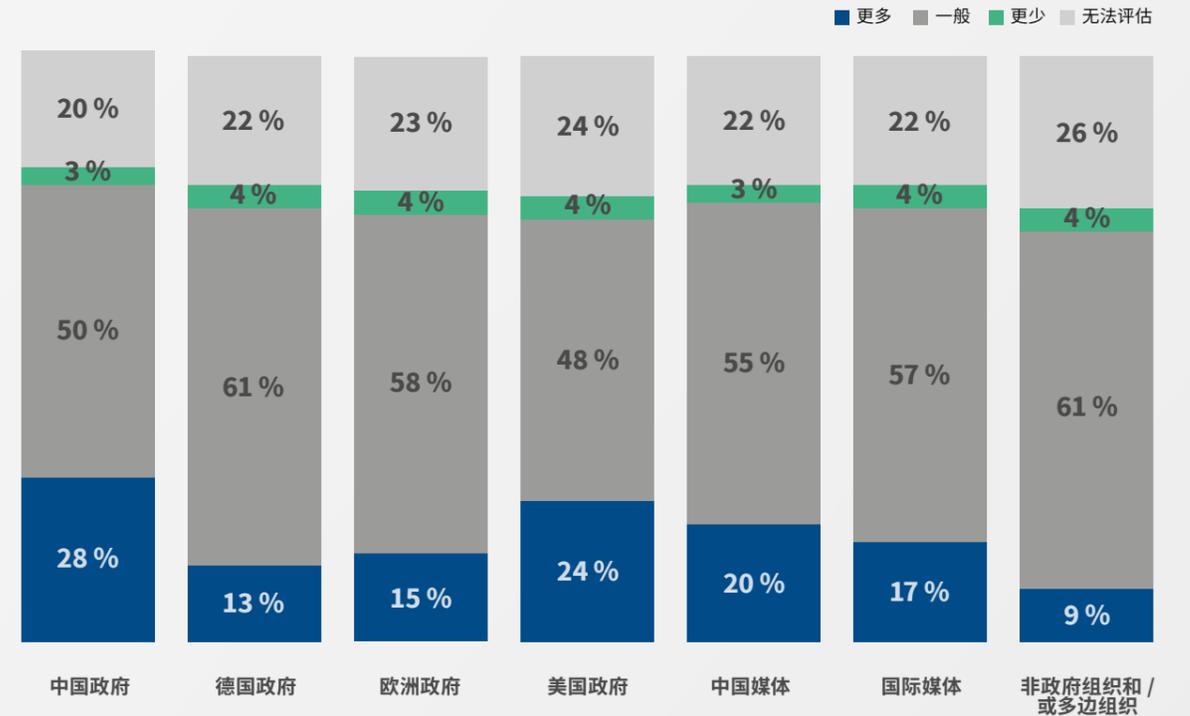
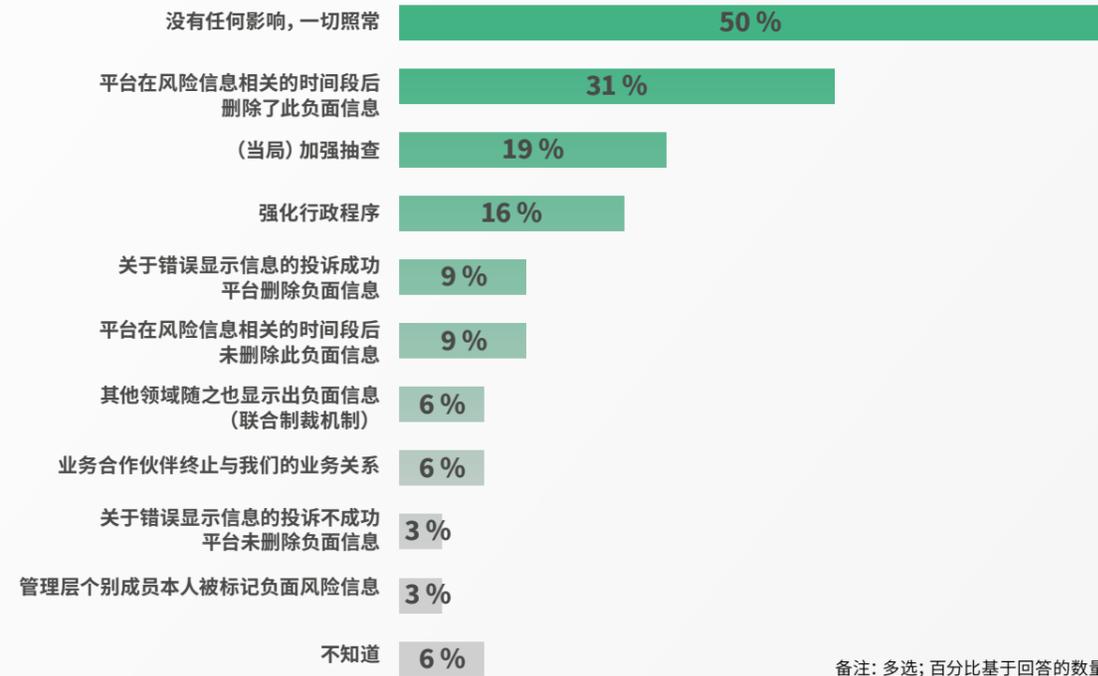
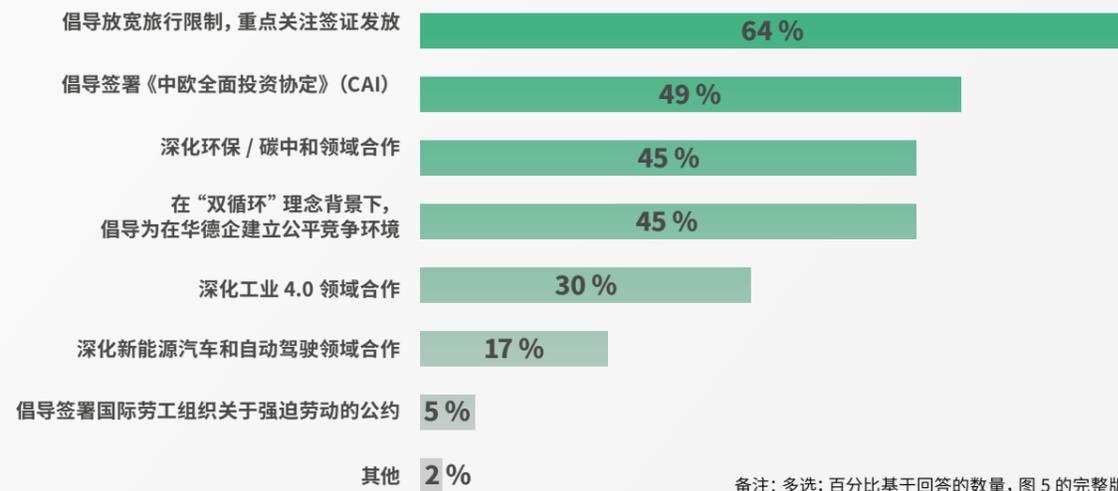


图 A.8: 半数公司在商业运营中没有面临负面记录的后果
企业社会信用系统信息显示平台上出现贵公司的风险信息,对贵公司开展业务有何影响? (n=32)



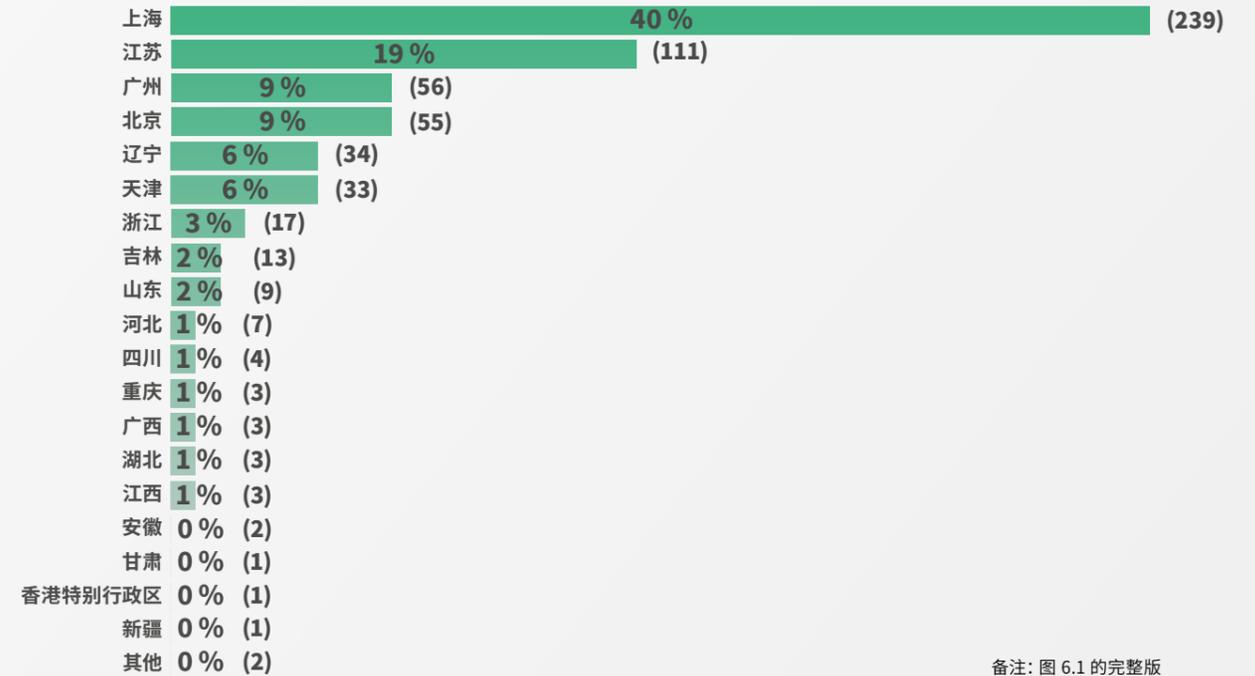
备注: 多选; 百分比基于回答的数量

图 A.9: 德国政府倡导改善公平竞争环境, 放宽旅行限制, 促进德中合作
德国新政府的对华战略应优先考虑哪些经济议题? (n=520)



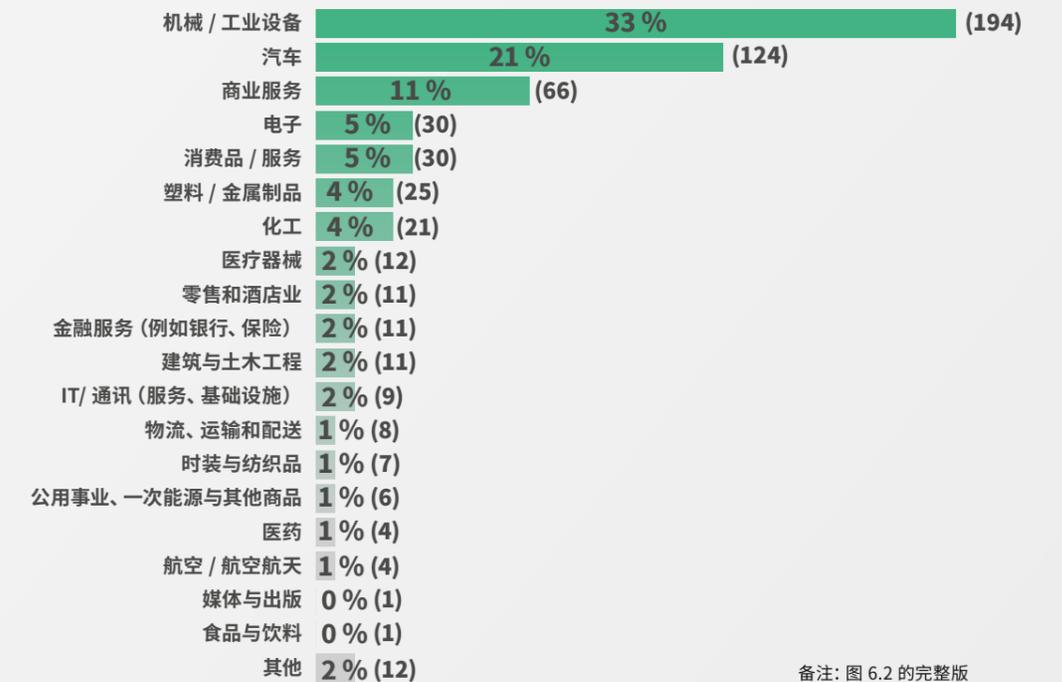
备注: 多选; 百分比基于回答的数量, 图 5 的完整版

图 A.10: 受访企业的区域分布
贵公司位于哪个省 / 地区 / 城市? (n=596)



备注: 图 6.1 的完整版

图 A.11: 受访企业的行业分布情况
请说明贵公司所属的主要行业。(n=596)



备注: 图 6.2 的完整版

联系方式

中国德国商会

中国德国商会是德国在华企业的官方会员组织，拥有 2,300 多家会员。凭借提供最新的市场信息以及最实用的经济导向帮助旗下会员企业在中国市场取得成功。中国德国商会作为中德商界的交流平台，面对政府、公众及其他相关方，代表会员企业的利益。

中国德国商会 | 华北及东北地区

北京市朝阳区东方东路 19 号
DRC 亮马桥外交办公大楼 D1 座 0601B 室
电话: +86 10 6539 6688
chamber-north@china.ahk.de

中国德国商会 | 上海

上海市黄浦区蒙自路 757 号
平安滨江金融中心 29 层 200023
电话: +86 21 5081 2266
chamber-east@china.ahk.de

中国德国商会 | 华南及西南地区

广州市天河区珠江东路 32 号
利通广场 19 层 03A 号单元
电话: +86 20 8755 2353
chamber-ssw@china.ahk.de



媒体垂询联系方式:

Lisa Fischbach
Director Media & Public Relations
电话: +86 10 6539 6670
fischbach.lisa@china.ahk.de

了解更多信息, 请联系

Philippa Hungar
Economic Analyst
电话: +86 21 5081 2266 ext. 1846
hungar.philippa@china.ahk.de

The German Chamber of Commerce in China's Business Confidence Survey 2021 | 2022, as well as former editions of the report, are available on our website under the Economic Data & Survey section at www.china.ahk.de.

KPMG AG WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT

毕马威是一家由独立成员公司组成的组织，在 146 个国家拥有约 227,000 名员工。在德国，毕马威是领先的审计和咨询公司之一，在 26 个办事机构拥有约 12,500 名员工。

毕马威提供审计、税务、咨询和交易咨询服务；法律服务由 KPMG Law Rechtsanwaltsgesellschaft mbH 提供。

毕马威德国为德国与他国之间所有相关的商业走廊分别建立了国别业务发展中心。所有业务发展中心均由多领域专家组成，他们熟悉相关市场的特点和监管环境，定期在这些国家开展工作，并参与德国与跨国公司之间有关商业走廊的日常事务。

毕马威德国

安德烈亚斯·格伦茨
国际业务管理合伙人
T +49 211 475-7127
aglunz@kpmg.com

Jack Cheung
合伙人, 德国全球业务负责人
T +49 711 9060-42618
JackCheung@kpmg.com

毕马威中国

方安达
德国业务专组主管合伙人
北京市东长安街 1 号东方广场毕马威大楼 8 楼
邮政编码: 100738
电话: +86 10 8508-4455
a.feege@kpmg.com

Norbert Meyring
Partner, Head of Multinational Clients
电话: +86 21 2212-2707
norbert.meyring@kpmg.com

媒体联系人:

Jörg Allgäuer
Head of Corporate Communications
电话: +49 89 9282-4089
jallgaeuer@kpmg.com

Click here for more information about KPMG Germany's International Business and Country Practice China.



Published by
German Chamber of Commerce in China
www.china.ahk.de



WeChat



LinkedIn

[www.linkedin.com/
company/ahk-greater-china](http://www.linkedin.com/company/ahk-greater-china)



Weibo

[weibo.com/
germanchamber](http://weibo.com/germanchamber)

in cooperation with
www.kpmg.com
www.kpmg.de/socialmedia

Disclaimer

While every effort has been made to provide accurate information in the preparation of this report no responsibility or liability is accepted for errors or omissions of fact or for any opinions expressed herein. Opinions, projections, and estimates are subject to change without notice. This report is for information purposes only. In no event shall the German Chamber of Commerce in China or their employees be liable for any losses or other consequential, incidental, exemplary, or special damages relating in whole or part to the use of information contained in this report.