对外文化贸易和投资合作国别（地区）指南

德国文化贸易与投资合作指南

商务部服贸司

2021 年 **7** 月

《对外文化贸易和投资合作国别（地区）指南》（以下简称“指南”）为商务部服贸司、中宣部文改办委托研究机构编写的公共信息服务产品，旨在为我国企业开展对外文化贸易和投资活动提供更多实务指导。《指南》属于商务部网站及其子站所有。其他媒体、网站或个人转载使用时必须注明文章来源：商务部网站”。本网站所提供信息中的所有数据及分析仅供相关机构研究参考之用，基于此信息而产生的任何法律后果与本网站无关。商务部拥有指南的著作权和版权，禁止以赢利性为目的使用指南，包括用于纸质报告、电子版销售等经营性业务，或以会员制方式在网站上谋取利益。对于各种形式的侵权行为，商务部保留通过法律程序追究相关单位和个人法律责任的权利。

商务部服贸司

2021 年 7 月

目　录

第一章 德国文化产业总体情况..... 1

一、德国经济与文化总体状况..... 1

二、德国文化产业发展状况.....16

三、德国文化产业相关政策.....24

第二章 德国贸易与投资政策..... 45

一、德国贸易政策概述.....45

二、在德国投资政策概述..... 54

三、在德国投资注册企业基本程序.....61

第三章 广播影视业..... 65

一、德国广播影视业发展概况.....65

二、德国广播影视业相关政策.....72

三、德国广播影视行业机构.....78

四、德国广播影视业国际化发展..... 87

第四章 表演艺术业..... 90

一、德国表演艺术业发展概况.....90

二、德国表演艺术业相关政策.....92

三、德国表演艺术业行业协会.....96

四、德国表演艺术业国际化发展.....103

第五章 出版业..... 108

一、德国出版业发展概况.....108

二、德国出版业相关政策.....112

三、德国出版行业行业协会..... 116

四、德国出版业国际化发展..... 117

第六章 动漫游戏业..... 122

一、德国动漫游戏业发展概况.....122
二、德国动漫游戏业相关政策.....125
三、德国动漫游戏业行业协会.....129
四、德国动漫游戏的国际化发展.....131
第七章 创意设计业.....136
一、德国创意设计业发展概况.....136
二、德国创意设计业相关政策.....141
三、德国创意设计业行业协会.....145
四、德国创意设计业国际化发展.....151
第八章 重点注意事项.....156
一、签证办理.....156
二、处理好政府、议会与工会的关系.....158
三、防范投资合作风险.....161
四、德国投资促进机构.....167
五、德国相关政府机构.....176
六、其他.....181

第一章 德国文化产业总体情况

一、德国经济与文化总体状况

【历史回顾】公元前，德国境内居住着日耳曼人并逐渐形成国家，公元 962 年建立德意志民族神圣罗马帝国。1871 年由普鲁士建立统一的德意志帝国。1914 年挑起第一次世界大战。1919 年建立魏玛共和国，至 1933 年希特勒上台执政。1939 年至 1945 年，纳粹德国发动第二次世界大战。战后被美、英、法、苏四国占领。1949 年 5 月 23 日西部德国颁布《基本法》，建立德意志联邦共和国；同年 10 月 7 日东部成立德意志民主共和国。1990 年 10 月 3 日德国最终实现国家统一。

德国在科技、教育、医学、工业等方面都处于世界领先地位。德国文明起步虽晚，但对近代世界文化影响深远。其光辉灿烂的历史文化，孕育了许多享誉全球的科学家、艺术家、作家、哲学家和企业家。德国是马克思和恩格斯的故乡，在这片土地上还诞生了黑格尔、康德、歌德、贝多芬和爱因斯坦等一大批杰出的哲学家、文学家、音乐家和科学家。[1]

（一）德国地理环境与人口规模

【地理环境】德意志联邦共和国（德语：Die Bundesrepublik Deutschland；英语：Federal Republic of Germany），简称德国（德语：Deutschland；英语：Germany）。是位于中欧的议会民主制下的总理负责制国家，东邻波兰、捷克，南毗奥地利、瑞士，西界荷兰、比利时、卢森堡、法国，

1 资料来源：http://www.mofcom.gov.cn/dl/gbdqzn/upload/deguo.pdf

北接丹麦，濒临北海和波罗的海。海岸线长 2390 公里。西北部海洋性气候较明显，往东、南部逐渐向大陆性气候过渡。该国由 16 个联邦州组成，首都为柏林，领土面积 357167 平方公里，以温带气候为主。

【人口规模】8315 万（2020 年 4 月），是欧盟人口最多的国家，每平方公里人口密度 232 人，是欧洲人口最稠密的国家之一。主要是德意志人，有少数丹麦人和索布族人，通用语为德语。外籍人口 1091.54 万，占人口总数的 12.2%，其中土耳其人最多，约 147.64 万。居民中信奉基督教新教和罗马天主教的各占约 30%。[2]截至 2019 年底，人口中有 2120 万人拥有移民背景，约占德国人口总数 26%。截至 2020 年 6 月，德国男女人口比例约为 100:103，新生女婴的预期寿命 83.4 岁，男婴为 78.6 岁。[3]

（二）德国经济贸易概况

德国在投资环境的吸引力方面的竞争优势体现在以下几大方面：强大的经济实力；较高的国际地位；高生产率；高素质劳动力；强大的创新能力；一流的基础设施；极具吸引力的激励机制；安全稳定的投资框架；高品质的生活等。

近年来，德国在吸引外资方面的优势得到国际上的肯定，在 2019 年发布的《全球竞争力报告》中显示，德国在全球最具竞争力的 141 个经济体中排名第 7,这也是德国连续两年获得“最具创新力经济体”,其在创新能力方面得分 86.8，领先第二名美国（84.1）和第三名瑞士（81.2），德国在创新领域里面的优势增加了德国作为高科技投资地的优势。根据世界银行《2020 营商环境报告》的

2 资料来源：中华人民共和国外交部 https://www.fmprc.gov.cn/web/gjhdq_676201/gj_676203/oz_678770/1206_679086/1206x0_679088/

3 资料来源：德国联邦统计局 https://www.destatis.de/DE/Home/_inhalt.html

最新排名，德国在 190 个评估国家地区中排名第 22 位，在 10 个主要评估项目中，办理破产业务方面排名世界第 4，电力方面排名全球第 5。

1. 宏观经济

德国是欧洲第一大经济体，也是欧盟的创始会员国之一、还是北约、申根公约、七国集团、经济合作与发展组织等国际组织的重要成员国。在统一之前，联邦德国就是欧洲共同市场的主要推动者,德国强大的工业经济、稳健的经济增长、坚挺的货币和繁荣的市场一直是德国领先地位的保障。90 年代初德国的统一又使其经济规模在当时欧共体中的份额从 25%上升到 30%。且德国是世界贸易大国，德国于 1951 年加入《关税和贸易总协定》（GATT），同时也是 1995 年 1 月 1 日世界贸易组织（WTO）创建时的正式成员，德国长期保持着与中、东欧国家密切的经济贸易往来，从而使其工业制成品和投资在中、东欧各国拥有广大的市场。[4]

德国是高度发达的工业国。经济总量位居欧洲首位，世界第四。2019 年外贸总额为 24319 亿欧元,其中出口额 13278 亿欧元,增长 0.8%,进口额 11042 亿欧元，增长 1.4%，顺差 2236 亿欧元。2019 年，国内资产投资 7057 亿欧元，私人可支配收入 19298 亿欧元，私人消费支出 17775 亿欧元，公共支出 6631 亿欧元。国民总收入 34604 亿欧元。2019 年，国家负债总额 18992 亿欧元，占国内生产总值 55.3%。公共财政总收入 15427 亿欧元，总支出 14974 亿欧元，财政盈余 452 亿欧元。2019 年德国经济主要数据如下：[5]

【国内生产总值】：34358 亿欧元。

---

4 资料来源：https://en.wikipedia.org/wiki/Economy_of_Germany

5 资料来源：中华人民外交部 https://www.fmprc.gov.cn/web/gjhdq_676201/gj_676203/oz_678770/1206_679086/1206x0_679088/

【人均国内生产总值】：41342 欧元。

【国内生产总值增长率】：0.6%。

【货币名称】：欧元（Euro）。

【通货膨胀率】：1.7%。

【失业率】：3.4%。

2. 国内市场

【工业】2018 年工业企业（不含建筑业）总产值 8742 亿欧元，占国内生产总值 25.8%。2018 年工业就业人数（不含建筑业）833.5 万，占国内总就业人数（4620 万）的 18%。工业结构及特点：

- 侧重重工业。汽车和机械制造、化工、电气等部门是支柱产业，其他制造行业如食品、纺织与服装、钢铁加工、采矿、精密仪器、光学以及航空航天业也很发达。
- 高度外向。主要工业部门的产品一半以上销往国外。
- 中小企业是中流砥柱。约 2/3 的工业企业雇员不到 100 名。众多中小企业专业化程度强，技术水平高，灵活性强。
- 垄断程度高。占工业企业总数 2.5%的 1000 人以上的大企业占工业就业人数 40%和营业额的一半以上。

【农牧业】农业发达，机械化程度高。2019 年共有农业用地 1816 万公顷，约占国土面积一半，其中农田面积 1173.1 万公顷。2019 年农业企业 26.67 万家，以中小企业和家庭企业为主，平均占有土地 63.7 公顷，其中生态农业企业 19900 家。2019 年农林渔业就业人口 94.01 万。2018 年农林渔业产值 227.1 亿欧元，约占国内生产总值 0.67%。

【服务业】包括商业、交通运输、电信、银行、保险、房屋出租、旅游、教育、文化、医疗卫生等部门。2019 年，服务业就业人数为 3373 万，占总就业人口的 74.5%。

【旅游业】旅游业发达。每年有大量国内外游客在德国旅游，2019 年旅游过夜共计 4.95 亿人次。2019 年，德国拥有各种旅馆 50685 家，床位 370 万张。著名景点有科隆大教堂、柏林国会大厦、波恩文化艺术展览馆、罗滕堡、慕尼黑德意志博物馆、海德堡古城堡、巴伐利亚新天鹅堡和德累斯顿画廊等。

【交通运输】交通运输业十分发达，公路、水路和航空运输全面发展。特别是公路密度为世界之冠。2018 年，德国货运总量 40.52 亿吨，其中公路运输总量 32 亿吨，铁路 3.49 亿吨，内河 1.97 亿吨。2018 年，客运总量约 127.63 亿人次，其中铁路运输 28.81 亿人次，公路及城市轨道交通 95.83 亿人次，航空 2.23 亿人次。

【财政金融】2019 年，德国公共财政总收入 15427 亿欧元，总支出 14974 亿欧元，国家财政预算盈余 452 亿欧元。2018 年底，德国国家负债总额 18992 亿欧元，占国内生产总值的 55.3%。[6]

3. 对外贸易

【对外关系】德意志联邦共和国是一个中欧国家，也是欧盟、四国联盟、G8、G20、经合组织、北约的会员国。德国在海外拥有 229 个外交使团，并且和超过 190 个国家拥有外交关系。德国的对外关系经历了两个阶段，1945 年至 1990 年东西德对立时期和 1990 年至今。

6 资料来源：http://ozs.mofcom.gov.cn/article/zojmgx/c/202006/20200602978847.shtml

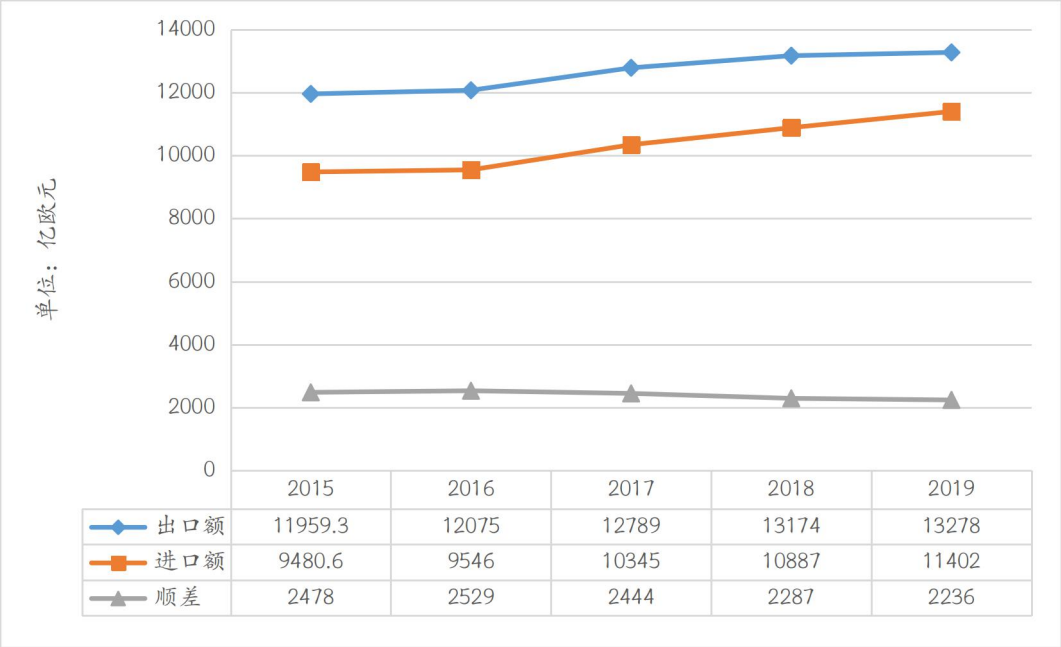
【东西德对立时期】东德受到苏联的控制，奉行一边倒的外交政策，而西德采取和平外交政策。

【德国统一后】在 1998 年至 2005 年期间，施罗德时期出兵科索沃和阿富汗帮助美国反恐，在 2003 年施罗德强硬反对伊拉克战争，此举导致了美国和德国之间的政治摩擦，象征着第二次世界大战以后美德亲密伙伴关系的终结。在德国与一些欧洲国家例如奥地利、捷克共和国、西班牙和和瑞士的关系变得紧张的时候，其与俄罗斯和法国关系发展顺利，并且该期间与中国的关系持续提升，中国成为德国重要贸易伙伴。联邦德国从阿登纳总理开始，外交政策上就保持融入和推进欧洲一体化和同美和解并发展跨大西洋友好合作两条路线。

【当前外交重点】

- 近年来德国政府将欧盟和跨大西洋伙伴关系作为外交政策的两大支柱；
- 稳妥应对英国脱欧，继续推进欧盟一体化进程和结构性改革，致力于欧盟团结和联合自强，支持“多速欧洲”；
- 保持与美国的紧密盟友关系，支持北约改革和转型，强调北约应该成为欧美战略对话主要场所；
- 重视对俄罗斯关系，虽因乌克兰问题陷入僵局，参与欧美对俄制裁，但依然致力于同俄对话协商；继续利用自身地缘和政治经济优势，深化与中东欧国家关系，维持在该地区的传统影响力；
- 重视新兴市场国家作用，加强与中、印等国的协调合作，将中国视为德国和欧洲重要战略伙伴；
- 继续谋求联合国安理会常任理事国席位，担任 2019-2020 年联合国安理会非常任理事国；

- 通过向非洲、拉丁美洲推广德国政经模式，谋求扩大影响；积极谋求在气候变化、能源安全、伊朗核等国际问题上发挥作用。[7]



	2015	2016	2017	2018	2019
出口额	11959.3	12075	12789	13174	13278
进口额	9480.6	9546	10345	10887	11402
顺差	2478	2529	2444	2287	2236

图 1 2015-2019 年德国对外贸易情况

数据来源：德国联邦统计局

【对外贸易情况】德国是世界贸易大国，同世界上 230 多个国家和地区保持贸易关系，全国近 1/3 的就业人员从事的工作与出口有关。在 1986~1990 年和 2003~2008 年期间保持世界第一出口大国的地位。

7 资料来源：https://www.fmprc.gov.cn/web/gjhdq_676201/gj_676203/oz_678770/1206_679086/1206x0_679088/

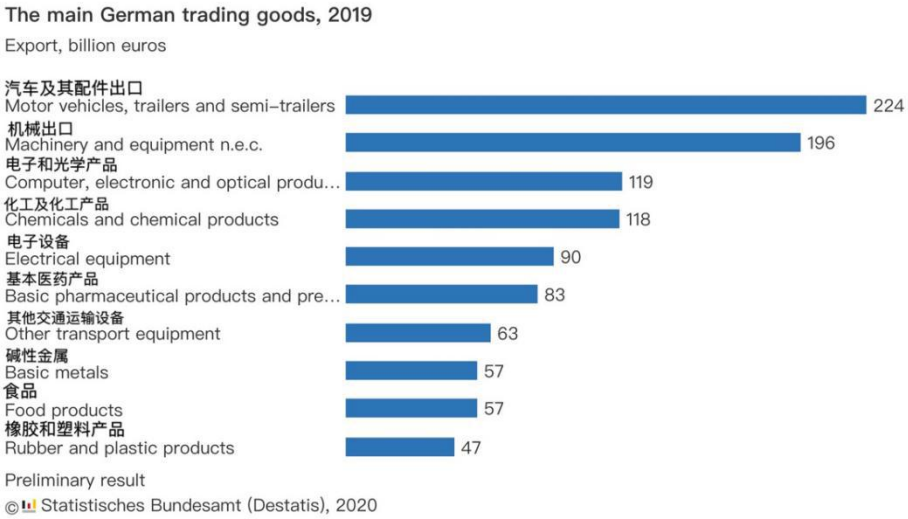


图 2 德国 2019 年主要出口商品

数据来源：德国联邦统计局

2019年,德国的出口额为13278亿欧元,同比增长0.8%;进口额为11402亿欧元，同比增长 1.4%，贸易顺差 2236 亿欧元，同比降低 51 亿欧元。

数据显示,2019 年德国主要出口产品是汽车及其配件出口,出口额为 2240亿欧元,占出口额的16.8%;机械出口额达1960亿欧元,占出口总额的14.7%,排名第二;电子和光学产品出口额为1190亿欧元,排名第三,占出口总额8.9%;化工及化工产品出口额为 1180 亿欧元，排名第四，占出口总额 8.88%；电子设备出口额为 900 亿欧元，占出口总额的 6.8%；基本医药产品出口额为 830亿欧元，占总出口额的 6.25%；其他交通运输设备出口额达 630 亿欧元，占总出口额的 4.7%；碱性金属出口额为 570 亿欧元，占总出口额的 4.3%；食品出口额为 570 亿欧元，占总出口额的 4.3%；橡胶和塑料产品出口额为 470 亿欧元，占总出口的 3.53%。

【主要市场】德国前五大出口目的国分别为：美国、法国、中国、荷兰和英国，其占出口总额的比重分别为：8.96%、8.06%、7.23%、6.93%和 5.95%。其它主要出口目的国还包括：意大利、澳大利亚、波兰、瑞士和比利时。2019

年，德国对美国出口 1187 亿欧元，同比上升 4.6%；对法国出口 1070 亿欧元，同比下降 13.4%；对中国出口 960 亿欧元，同比上升 3.2%。

德国五大进口来源国分别为：中国、荷兰、美国、法国、波兰，前五大进口来源国在进口总额中所占比重分别为：9.65%、8.68%、6.23%、5.79%和 5.09%。其它主要进口来源国还有：意大利、捷克、瑞士、澳大利亚和比利时。2019 年，德国从中国进口 1100 亿欧元，同比增长 3.4%；从美国进口 714 亿欧元，同比上升 10.5%；从法国进口 660 亿欧元，同比下降 21.2%。

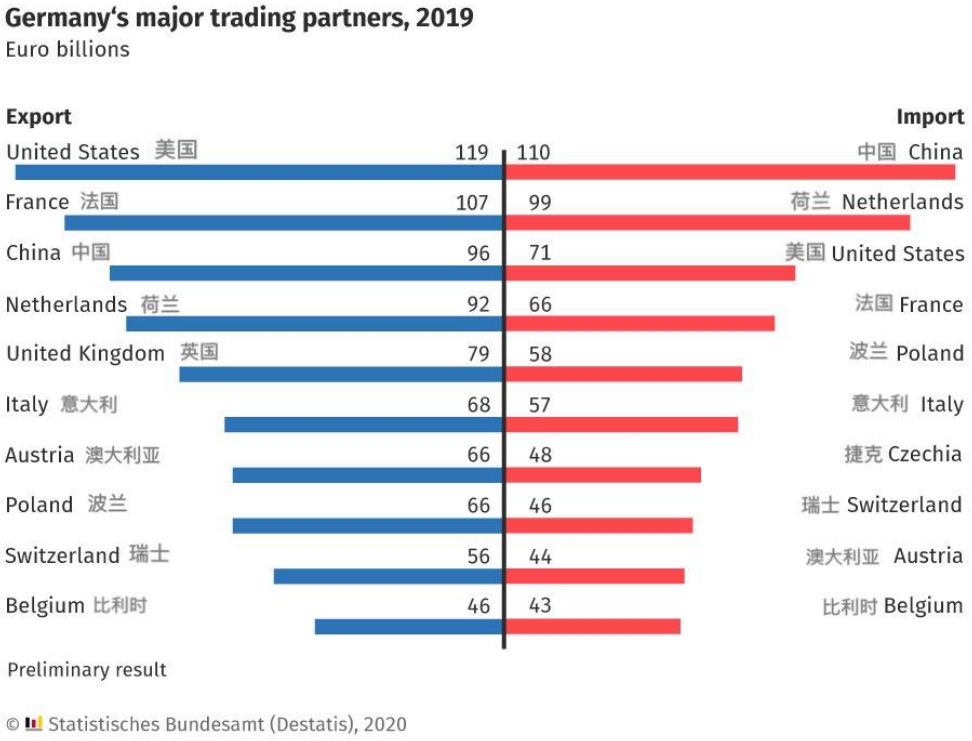


图 3 德国主要的贸易伙伴

数据来源：德国联邦统计局

2018 年，据德国联邦统计局公布的德国对外贸易情况显示，中国是德国最大的商品供应商和贸易伙伴国，美国仍是德国最重要的出口目的国。

虽然近年来美国一直是德国第一大出口国，但德国联邦统计局公布的数据显示，其在 2020 年第二季度被中国取而代之。2020 年 4~6 月，德国对中国的

出口额近 230 亿欧元，对美国的出口下降到 200 亿欧元，德国对中国的季度出口首次超过美国。疫情冲击之下，2020 年 6 月德国同美英等西方发达国家的贸易规模普遍下降，但与中国的贸易反而大幅上升，中国市场日益成为德国经济走出疫情阴影的重要动力来源。[8]

4. 吸收外资

2018 年，外国在德国直接投资 891.51 亿欧元，主要投资来源国为荷兰（485.4 亿欧元）、爱尔兰（104 亿欧元）、瑞士（123.3 亿欧元）、卢森堡（51.6 亿欧元）和美国（37.1 亿欧元）。外国投资主要集中在金融、商业、食品工业、化工、交通、电子技术和机械制造部门。[9]据联合国贸发会议发布的 2019 年《世界投资报告》显示，2018 年，德国吸收外资流量为 257.1 亿美元；截至 2018 年底，德国吸收外资存量为 9390.3 亿美元。

（三）德国的语言文化

1. 语言及宗教

【语言】德语是德国官方语言，英语或法语为其主要外语。

【宗教】德国基督教信徒占总人数的比重大约为 62%，其中天主教徒多生活在东南部和西部，新教徒则在西北和西南。天主教和新教信徒的共同点远大于分歧，他们都是基督徒。对于所有的基督徒，耶稣的教导是极为重要的，和平、乐于助人和友好是他们的行为准则。很久之前，所有的基督徒都是信奉天主教，大约 500 年前，马丁·路德改革了德国的宗教。宗教在德国人的生活中占有重要

8 资料来源：http://de.mofcom.gov.cn/article/jjzx/202009/20200903004908.shtml
9 资料来源：https://www.fmprc.gov.cn/web/gjhdq_676201/gj_676203/oz_678770/1206_679086/1206x0_679088/

地位，无论属于信奉天主或新教都是如此。[10]传统天主教和新教的德国福音教会是德国 2 个最有影响的教会，另外还有新教的其他几种派别。东正教徒主要是来自希腊和塞尔维亚的外籍劳工及其后裔，希腊东正教会按人数列为德国第三大宗教组织。除此之外还有 1.7%的人口信奉伊斯兰教，其余的 26.3%的人口则没有宗教信仰，或属于其他较小规模的宗教。[11]

2. 教育

【德国基础教育】德国基础教育层级的学校为小学（Grundschule），凡是在当年 6 月 30 日前满七岁的儿童皆须进入小学就读，此为义务性教育不可拒绝。一般德国的小学学制都是 4 年，4 年级后就会进行分流，进入不同种类的中学。

【德国中学】德国中学分类比较复杂，包括初级和高级两个阶段，这是实现分流的制度保障。职业预校（Hauptschule）起初是由国民学校进阶 Volksschuloberstufe，从 1964 年更改为此名。其发展是以职业教育为主，强调实务性与方法操作，职业预校毕业后通常会进入高阶的双元制体系或职业技术学校（Berufsfachschule）进阶学习，最后直接步入劳动力市场。实科中学（Realschule）是仿效普鲁士的中学而建立，应高等的职业教育需求而生，而且实科中学也一直是德国教育体系中的典范，具有良好的教育成效，其学生的来源背景主要是社会的中产阶级，综合中学（Gesamtschule）是以“机会平等”为其创办基础，希望所有成绩较差的学生，并不会只因某些科目的成绩不理想而

10 资料来源：
https://www.fmprc.gov.cn/web/gjhdq_676201/gj_676203/oz_678770/1206_679086/1206x0_679088/

11 资料来源：
https://baike.baidu.com/item/%E5%BE%B7%E5%9B%BD%E5%AE%97%E6%95%99

丧失更佳的学习机会，他们可以依据个人的偏好与兴趣来发展，不会如社会淘汰机制一样，因为弱势而失去更好的发展。在 1955 年的杜塞尔多夫协定（Düsseldorfe Abkommen）条约中规定，凡是走向普通高级中学导向者，皆称为“文理中学（Gymnasium）”。

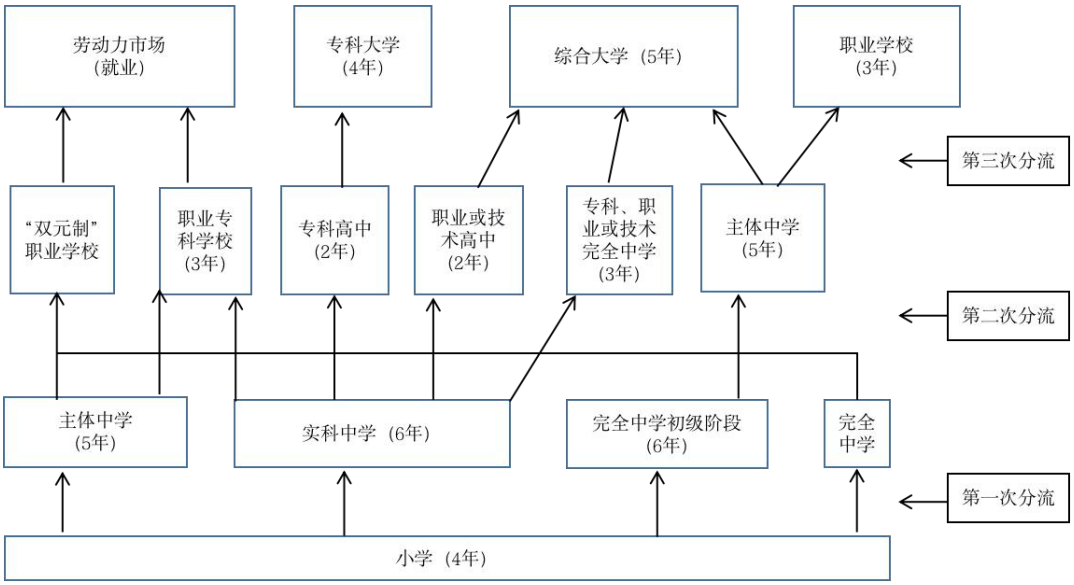


图 4 德国教育体系

数据来源：同济德国学术中心

【德国高等教育】德国的高等教育机构大概包括 340 所高等学校（Hochschulen），其中大部分是公立，大约有 160 所的大学、神学院、教育学院以及艺术学院，每年约有 3/4 的大学生都是集中在这里学习；其余的学生则分属于应用技术大学（Fachhochschule）和职业技术学校（Berufsakademien）等相关领域。综合性大学（Universität）以教学和科研为主，其中最为拔尖的是“精英大学”（Exzellenzinitiative），成员院校有著名的慕尼黑大学、海德堡大学等。高等专业学院，通常称为应用科学大学（Fachhochschule），以培养应用型人才为主，学生经 4~5 年的专业学习，

可取得高等专业学院毕业文凭（Diplom FH）。一些高等专业学院还设置使用英语授课的继续研修阶段课程（Aufbaustudium），学制一年半至 2 年，毕业后可获得研究生（Master）学位。申请者一般要求具有学士学位或相当水平的学位。一般情况下，高等专业学院无博士学位授予权。[12]

【双元制大学教育】双元制大学教育模式是指将在高等院校（Hochschule）或职业学院（Berufsakademie）的大学学习与在企业的职业培训或实践融合在一起的一种学习模式。它与传统大学课程学习的不同之处在于其较高的实践性，同时它还包括两个学习地点：高校和企业，即所谓的“双元”。

表 1　双元制大学课程形式表

个体受教育程度		大学学习形式	
		双元制	非双元制
初次培训 Erstausbildung	带有职业培训	与职业培训相融合的	与职业培训相并行的
	带有实践部分	与企业实践相融合的	与企业实践相并行的
进修培训 Weiterbildung	带有职业岗位	与职业相融合的	与职业相并行的
	带有实践部分	与企业实践相融合的	与企业实践相并行的

数据来源：BIBB. AusbildungPlus. Duales Studium in Zahlen 2016. Trends und Analysen[R].Bonn 2017：6.

3. 习俗

【服饰礼仪】德国人在服饰方面不喜欢太过花哨，所有的衣服都非常的注重整洁，如果是穿西装的话一定要系领带。参加宴会或者是去剧院等正式场合的时候，男士多穿深色礼服，女士则穿长裙。在德国的东部地区，如果是已婚人士，出门在外多佩戴金质戒指。

12 资料来源：https://baike.baidu.com/item/%E5%BE%B7%E5%9B%BD%E5%AE%97%E6%95%99

【相见礼仪】德国人在社交场合和他人会面的时候基本上行握手礼。如果是遇到熟人、朋友或者是家人的话，通常是行拥抱礼。和客人交流的时候，更喜欢称呼对方的头衔，但是大多数德国人不喜欢别人的恭维。如果你和对方刚认识的话除非他说可以直接称呼其名字，否则不宜直呼其名。

【仪态礼仪】德国人对于任何事情、工作总是一丝不苟，在公开场合注重礼仪，讲究风度。德国女性一个显著的特点是朴素，不仅仅体现在衣服打扮上，同时在她们的行为举止方面也得到了很好的体现。和德国人交流的时候基本上不会看见他们皱眉头等漫不经心的动作，因为德国人对自己的一些小动作很克制，认为这些动作是对客人的不尊重，也是自身缺乏友善和教养的表现。

【餐饮礼仪】德国人在用餐的时候多注意两个礼节，分别是以右为上和女士优先。德国人在举办宴会两个星期之前就需要把请帖发出去，宴请宾客时，桌子上会摆满各种酒杯盘子，而且在刀叉的使用上有个很特别的地方，那就是吃鱼的刀叉是不可以用来吃别的食物的。

【商务礼仪】德国人对待工作非常的严谨，思考深刻敏锐，拥有很强的时间观念，所以只要是约定的时间的话就必须要及时到达，不管是迟到或者是太早到的话都被看作是不礼貌的行为。

【习俗禁忌】德国人对黑色、灰色比较喜欢，对于“13”与“星期五”极度厌恶。德国对四个人交叉握手，或在交际场合进行交叉谈话的行为也比较反感，这两种做法都被他们看作不礼貌的行为。德国人认为在公众场合窃窃私语是十分无礼的。德国人认为，在路上碰到了烟囱清扫工，便预示着一天要交好运。在德国，商店在星期天一律停业休息，在这一天逛街，自然难有收获。

向德国人赠送礼品时，不宜选择刀、剑、剪、餐刀和餐叉，并且与德国人交谈时，不宜涉及纳粹、宗教与党派之争。德国人送礼比较实惠，送东西都有所缘由，如生日、订婚、结婚等。客人可以只带点小东西，像一束花、一瓶酒，或自己制作的东西。送礼品应因人而异，总的来说，以赠送具有中国民族传统特色的礼物为宜。德国人在所有花卉之中，对矢车菊最为推崇，并且选定其为国花。

4. 德国知名媒体

【报刊媒体】2019 年，德国各类日报的日发行总量约 1350 万份，其中发行量最大的日报是《图片报》，日发行量约 139 万份。其他全国性大报发行量如下：《南德意志报》，33 万份；《法兰克福汇报》，22.9 万份；《世界报》，10.78 万份。有各类杂志近万种，最重要的时事政治周刊《明镜》发行量约 69.1 万份，《焦点》35 万份。

【通讯社】德意志新闻社：1949 年成立，为私营股份有限责任公司，下设报纸、广播和电视新闻 200 多个部门，属于世界最大通讯社之一。总社在汉堡，图片新闻编辑总部在法兰克福，在国内其他 50 多个城市设有分社或编辑部，在 80 多个国家派驻记者或聘用撰稿人。是德国大众传媒的主要消息来源，其客户包括 500 余家国内和 750 余家国外新闻单位及大量非新闻机构。德新社用德语、英语、西班牙语和阿拉伯语发稿，内容包括国内外政治、经济、科技、文化等各个领域，在德国日报中的采用率达 99%。此外还有一些专业性通讯社，如福音教新闻社、体育新闻社、联合经济新闻社等。

【广播媒体】全国主要广播电台：

- 德国广播电台，1994 年成立，分别在柏林和科隆进行广播，由联邦政府和州广播电台出资兴办，主要负责对国内广播；

- 德国之声电台，1960 年成立，总部设在科隆，由联邦政府出资兴办，用包括中文在内的 31 种语言向全世界广播，并用德、汉、英等语言播放电视新闻节目；
- 此外还有 11 家州电台。

【电视媒体】全德国主要电视台：

- 德国电视一台（ARD），1950 年成立，由各州电台、德国广播电台和德国之声电台组成德国广播协会，共同经营，播放全国性的第一套节目及地方性的第三套节目；
- 德国电视二台（ZDF），是德国最大的电视台，1961 年由各州共同组建，总部设在美因兹，播放第二套节目；
- 一些卫星电视节目和私营电视台如 SAT1、RTL、PRO7 也拥有大量观众。[13]

二、德国文化产业发展状况

（一）文化产业概述

德国自上世纪八十年代后期以来，文化市场逐渐发展成为世界经济中最具活力的领域之一。文化产业可以与互联网等新兴媒体、传播手段和技术结合，通过软件、游戏、电影、视频、音乐和动画等行业延伸到公众日常生活的每个角落，同时该产业的参与者也可以同传统经济部门如旅游、博物馆、出版等行业产生联动效应，通过跨部门的合作产生更大的经济效益。

13 资料来源：中华人民共和国外交部 https://www.fmprc.gov.cn/web/gjhdq_676201/gj_676203/oz_678770/1206_679086/1206x0_679088/

在德国，文化产业一般被称为“文化与创意经济产业”，这一概念最早起源于 1997 年的英国，英国政府对该产业的重视引起了欧洲其他国家的注意，在 2006 年欧盟委员会的教育和文化事务部门撰写了一份《欧洲文化经济报告》，就文化创意部门的就业潜力和经济相关性进行了透彻的分析与研究。

因此，德国政府开始将文化创意经济发展提上日程，并逐步制定相关政策与发展计划：

- 德国文化调查委员会在 2007 年发布的《最终报告》正式明确了“创意行为”的关键概念：每一项文化创意经济活动的核心都是艺术、文学、文化、建筑相关的创意行为，无论是创意想法、产品还是服务，无论它们是一次性的、实时直播的、系列的或是数字化形式的都属于文化创意经济领域。与之相对应的是创意行为可以受到最广义的版权保护（知识产权、商标权、设计权、版权等）。
- 2008 年德国经济部长会议正式定义了文化与创意经济：文化创意产业包括那些主要以商业目的为导向的，并从事与文化、创意产品和服务相关的创作、生产、发行和媒体传播活动的企业及其他形式的经济主体。
- 2009 年联邦经济与科技部（现经济与能源部）发布的《德国文化与创业经济在整体经济中的作用》研究报告中提到，在传统经济领域的价值链中，创新能力与创意成为越来越受欢迎的资源，市场对艺术家和文化创意人才的需求不断增长，这显示出文化行业的特殊潜力。
- 德国联邦统计局的数据显示，2018 年文化产业部门对德国国内经济总值的贡献达到 1005 亿欧元（占总 GDP 的 3.0%左右）。

德国的文化与创意经济一共有 11 个细分行业，包括文化市场下的音乐产业、书籍市场、艺术市场、电影业、广播业、表演艺术、设计业、建筑市场和新闻报刊产业以及创业经济下的广告业与软件游戏产业。

但德国的文化市场不仅限于私营商业性的文化企业，同时还包括了由各级财政支持下的公立文化机构和由私人基金会或非营利性质的组织运营投资的文化机构。这些机构的存在是为了补充商业性质企业在文化市场上的局限性，进一步确保全社会文化生活的参与度和保障全民平等接受文化教育的权利。

（二）文化市场概况

德国文化市场既包含作为文化与创意经济一部分的以盈利为目的的企业和自由职业者，也包含谋求公共文化利益最大化的文化机构和组织，如博物馆、乐团、剧院与艺术协会等。

【文化创意企业】文化与创意经济主体在德国以中小企业和个体经营者为主，平均每个公司只有 4.66 个员工，而小型企业和个体工作者的贡献约占行业总体销售额的 78%，自由职业者主要存在于表演艺术市场、媒体市场以及音乐和电影行业中。德国文化创意产业在 2018 年取得了较大的经济效益。与 2017 年相比，营业额、核心工作人员的数量（即个体经营者和公司雇员总数）以及总产值均有上涨，并且创造了新的记录。2018 年，德国文化和创意产业的公司数量大约为 256600，与前一年持平，德国约有 7.8%的公司属于文化创意产业。文化与创意产业 11 个细分行业中设计行业的企业数量最多，有 6 万多家，其次是软件与游戏行业，大约 4 万家。

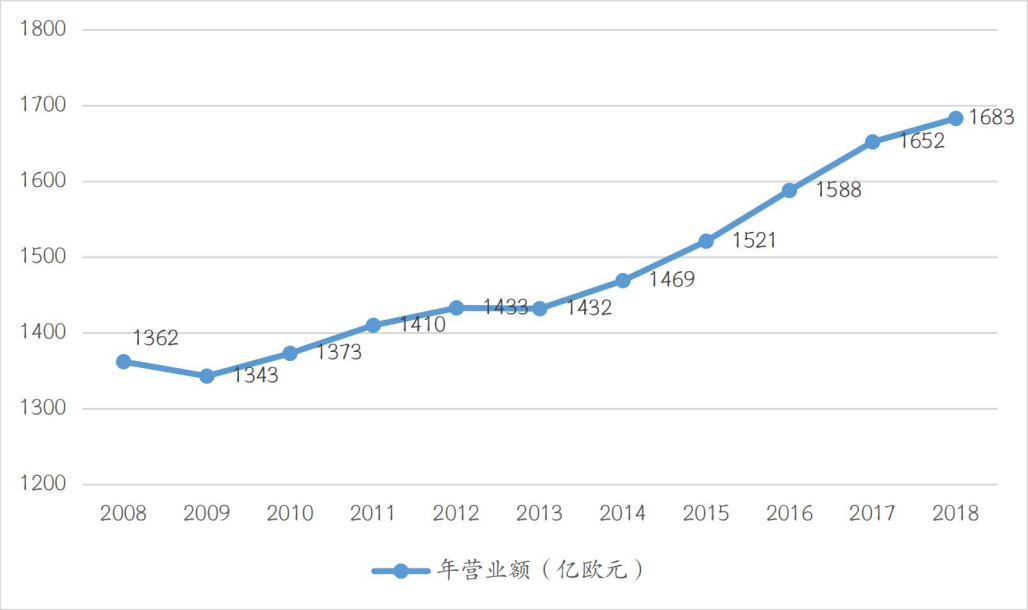


图 5 德国文化创意产业 2008 至 2018 年营业额发展情况

数据来源：曼海姆莱布尼茨欧洲经济研究中心

【营业额】2018 年文化创意产业的总营业额约为 1680 亿欧元，同比增长 1.9%，实现了继 2009 年以来的十连涨。自 2014 年以来，德国文化和创意产业的营业额一直保持良好增长势头。自 2009 年以来，营业额总计增加了 340 亿欧元，同比增长 25%以上。2018 年，德国企业总营业额的约 2.6%来自文化和创意产业。其中占比最大的细分市场为软件与游戏行业，其总销售额达 450 亿欧元左右，其次是广告业与媒体业。艺术市场营业额最少，约为 20 亿欧元。

【企业数量】2018 年德国文化创意产业新增公司 9500 家，其中超过三分之一的初创企业属于软件与游戏行业（占比 35.6%），其次是设计行业（占比 15.6%）、广告行业（占比 12.2%）和建筑行业（占比 10.1%），这四个细分行业占据整个产业的四分之三。德国文化市场中初创公司数量自 2009 年至 2011 年经历了一轮疯狂暴涨后，在 2014 年之后发展趋于平稳，每年新增企业数量不再有显著变化。

【总产值】文化和创意产业的产值在整个国民经济中一直呈现增长的发展态势。继 2016 年总产值大幅增长之后，2017 年文化和创意产业的总产值略有增长，增加了近 6 亿欧元。在 2018 年，总产值首次超过了 1000 亿欧元，同比增长 2.9%，约 28 亿欧元，已经取得连续九年的增长，从 2009 年（718 亿欧元）至 2018 年（1005 亿欧元），增长约 40%。与其他产业相对比，文化创意产业产值低于车辆工程行业（1670 亿欧元），与机械工程行业（1070 亿欧元）的水平相当，但也优于一些重点行业，例如金融服务业（752 亿欧元）、化学工业（506 亿欧元）以及能源供应行业（479 亿欧元）等。

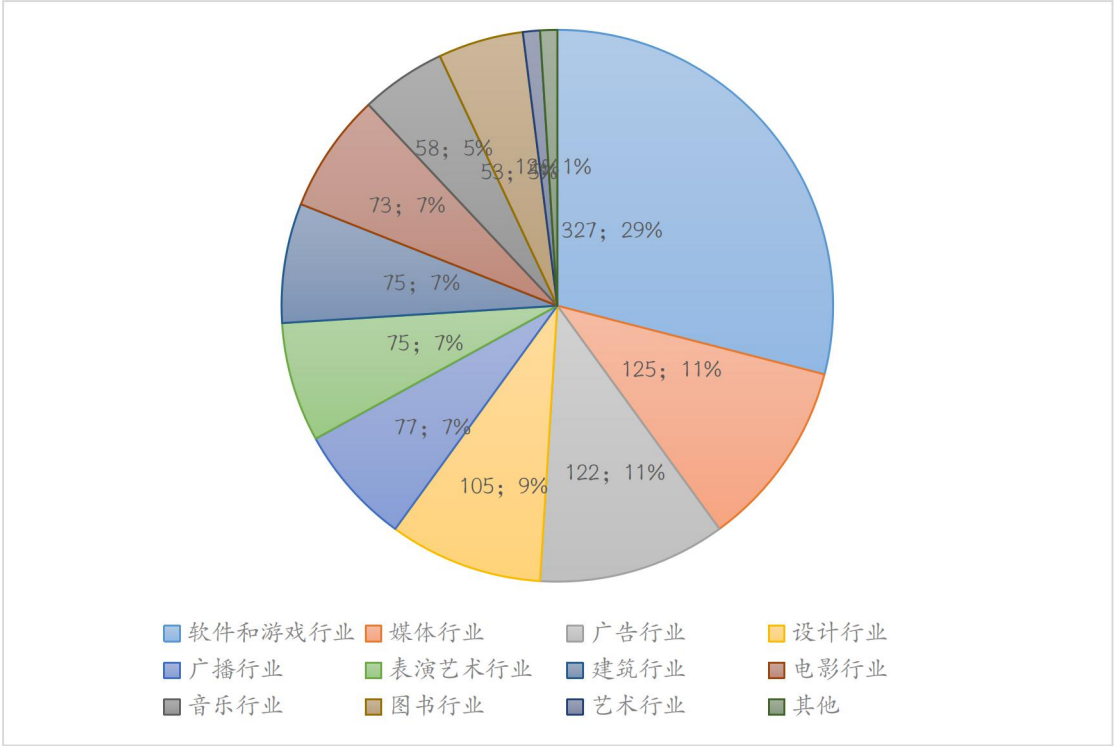


图 6 2018 年文化创意产业细分行业产值（亿欧元，%）

数据来源：曼海姆莱布尼茨欧洲经济研究中心

在文化创意产业 11 个细分行业中，有七个行业与上年相比有所上升，另外四个呈现出负增长的态势，其中艺术行业下降 3.1%、传媒行业下降 2.5%，电影业下降 2.1%，以及图书行业下降 1.6%。建筑行业增加 4.6%，表演艺术行业增加 5.1%以及软件与游戏行业增加 8.1%，这三个领域是 2018 年产值增长

最显著的板块。软件与游戏产业对于文化创意产业至关重要，2018 年，文化创意产业 29%的增加值来自软件和游戏产业（约为 327 亿欧元）。所有其他行业的总增加值不及软件与游戏产业总产值的一半，不过媒体市场、广告市场和设计产业发展较为良好，所实现的增加值均超过 100 亿欧元，2018 年艺术品市场在整个德国文化创意产业中的增加值最低，仅为约 13 亿欧元。

总体来看，文化创意产业总增加值的增长也是极为可观。2013 年至 2018 年期间，文化创意产业总产值的年均增长率为 2.7%。2013 至 2018 年期间，在文化与创意产业的 11 个行业中，只有电影业呈现负的年增长率。软件和游戏行业的年均产值增长态势最好，自 2013 年以来其总产值平均每年增长 7.0%。建筑行业的总产值也以每年 5.5%的增速强劲发展。

【文化组织机构】在文化与创意经济产业之外，德国还有很多政府和基金会资助的文化组织、经营个体和协会等形式的主体，作为社会公共文化教育的一部分存在。

- 联邦议会在 2007 年出版的《德国文化——最终报告》中指出，将文化政策作为一项国家任务，要为公共文化机构提供政策、法律和资金全方位的扶持。州政府和地方政府也会对公立文化机构进行扶持；
- 巴登符腾堡是 16 个联邦州中唯一一个颁布《促进继续教育和图书馆法》的州政府，在该法律的框架下积极维持公立图书馆的发展；
- 另外还有若干联邦州对音乐学校进行了保护性立法，以此规范音乐教育文化市场的经营行为，确保公立音乐学校的非盈利性，为教职人员和学校运营提供充足的资金；

- 基本每个联邦州都有自己的《文化古迹保护法》，这些法律都是出于维护公共利益的考量，确保古迹及相关的机构得到充分保护和运营保障。

【公共文化支出】2015 年德国政府（包括中央与地方）在公共文化领域共支出了 104 亿欧元，约占国内生产总值的 0.34%，约占公共预算总额的 1.73%。就整体而言，公共文化开支的重点还是在剧院与乐团，占总支出的 35.4%，第二位是博物馆，占总支出的 18.3%，紧随其后的是图书馆，占总支出的 14.4%。

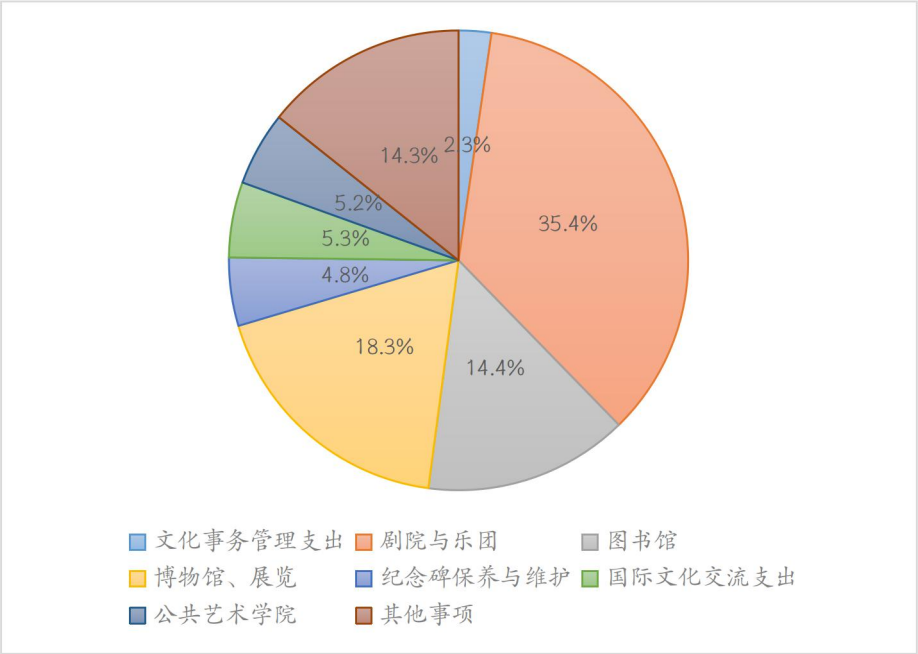


图 7 联邦政府 2015 年公共文化支出构成

数据来源：联邦与州数据统计局

社会组织和公共机构积极承担了为公共文化教育的义务，作为文化保护和传承的重要一环而存在。近年来为提高公众的参与和关注度，让大家走进文化机构接受科学文化教育不断做出努力，包括用数字化手段升级基础设施、增强环境的包容性——打造方便残疾人活动和接受文化熏陶的场所、尊重文化多样性——将新移民文化视为德国文化的新组成部分并针对新移民提供多语种作品与服务等等。

与私营企业不同的是公共文化机构有稳定的资金支持，因此他们往往是行业学术研究的前沿阵地与新技术开发的试验田。德国的剧团、图书馆、文化学校与博物馆等机构经常同大学和研究所合作进行项目研究，既涉及行业相关的课题又有跨领域的技术应用，近几年与公共教育学相关的研究也纷纷在博物馆和图书馆此类机构中进行。在其追求公共利益之外，作为市场的一部分，公共文化机构也不断改善经营模式，积极向新业态靠拢，运用手机客户端、社交媒体、官方网站等进行宣传，引入电子票务、AR、沉浸式体验等服务，同时注意同国际接轨，针对其他国籍的游客提供英语预定与讲解服务。根据联邦和联邦州统计局 2018 年的数据，公共文化机构每年支出的 19%是由其营业额覆盖的。除了营业额和政府财政的资助，每年还有大量私人基金会和融资机构为其提供资金支持，2015 年私人机构为公共文化机构提供了多达 12.5 亿欧元的支持。

（三）文化贸易情况

欧洲统计局数据显示，2014~2018 年德国文化商品出口总额和文化商品进口总额都呈现逐渐上升的趋势，2018 年较 2014 年的文化商品出口总额上升 21.16%，文化商品进口总额上升 28.96%。德国文化贸易顺差整体上呈现一个波动式增长的态势，2018 年德国文化贸易顺差较 2014 年上升 6.01%。

表 2 德国 2014-2018 年文化商品进出口贸易额（单位：万欧元）

年份	2014	2015	2016	2017	2018
文化商品出口总额	510.88	586.57	574.6	621.17	619
文化商品进口总额	337.33	398.89	409.14	435.23	435.03
贸易顺差	173.55	187.68	165.46	185.94	183.97

数据来源：欧洲统计局

三、德国文化产业相关政策

（一）文化产业的法律及政策保障

【立法】1988 年联邦政府成立了联邦文化媒体事务部，并设立文化国务部长，德国将文化作为一项国家事业进行规划并在每年政府财政中设置固定的预算作为文化事业支出，2020 年联邦政府计划为文化事业支出 20 亿欧元，这一数字约为 2013 年的两倍。文化的促进和发展离不开跨行业和部门的协作，除了文化媒体事务部，联邦经济与能源部、外交部、教育科研部等也参与到文化与创意经济的推进工作中。前文中提到文化发展与管理的权力绝大部分被下放到联邦一级，因此联邦政府仅仅负责全国性文化事务的推广和保障。同时联邦不断完善相关法律法规，为文化事业繁荣保驾护航，包括《发明专利法》《外观设计法》《规范信息社会著作权法》《文化财产保护法》《版权法》等。

近些年联邦各部为保障文化市场稳定与繁荣作出的重要举措包括：

【文化与创意经济行动】2007 年德国发起“文化与创意经济行动”项目，由联邦经济能源部以及联邦政府文化与媒体事务部组织协调，外交部、联邦司法和消费者保护部、联邦财政部、联邦劳动和社会事务部和联邦教育与研究部也参与其中。该倡议的目的是增强文化和创意产业的竞争力，进一步开发就业潜力。此外，与创新相关的中小型文化企业和自由职业者的就业环境也可以得到改善。政府要采取一系列与之相关的行动，包括开发数字版权保护框架、建立文化产品走向国际市场的绿色通道、为文化市场参与者改善融资条件以及加强和经营者的对话与交流，根据其切身需求改善市场环境，使其成长为国民经济中的一个独立的产业领域。

【促进全民文化教育】发起“全民的文化”行动，目的是加强全体公民对文化生活的参与度、促进文化教育的公平、提高公共文化机构的包容性并保障德国文化的多样性。在这一倡议下，德国政府一方面加强文化遗产的保护与再开发，另一方面采取了多项措施鼓励各个年龄段的民众积极参与到文化市场中。

【设立基金与专项奖项】为了鼓励文化市场的创新，促进文化市场的繁荣发展，联邦政府成立了一系列公共基金会，如为保护普鲁士文化遗产而成立的普鲁士文化基金会、魏玛古典基金会和联邦文化基金会等。除此之外还设立了一系列奖项，如鼓励学校和外部文化机构展开合作的“mixed up”联邦文化教育合作大赛，2009 年推出奖金高达 60 万欧元的德国电脑游戏奖，2011 年推出了德国设计奖，2020 年设置了名为“文化之光”的文化教育奖。

【社会保障体制】完善艺术家与文化工作者的社会保障体制，改善工资待遇，确保艺术家的创作自由不被经济条件约束。自 1983 年以来，独立艺术家和从事文化事业的人员就被纳入了法定社会保险的保护范围。同其他职业的工作人员一样，社会保险一般是由个人缴纳一半，另一半由联邦拨款和文化产业公司缴纳的税款来支付。值得一提的是，联邦文化与媒体事务部致力于使艺术家的社会保险与数字化时代的新要求相适应，并确保行业的纳税公平，根据 2019 年“艺术家社会贡献条例”，2019 年与 2020 年的税率为 4.2%，这一数字已经连续三年保持不变了。与其他行业相比，从事文化产业的人员的工作大多是短期且收入极其不稳定，联邦政府拓宽了该行业的工作人员领取失业救济金的框架条件，以保证他们的基本生活与创作自由。

建立各个细分领域的能力中心与行动组，为行业的升级和创新提供源源不断的支持，包括撰写行业报告、定期组织交流会、派遣专家进行实地考察并提供解决方案、提供数字化改革的建议、为文化领域的跨行业合作寻找机遇。

（二）公立文化机构和组织

德国文化创意企业对德国政府和基金会有很高的依赖，联邦文化与传媒事务部每年预算中有 150 万欧元专项资金是针对艺术家项目的投资或财政补贴。2016 年联邦成立“文化和创意产业能力中心”，负责为中小企业寻找跨领域合作的项目并提出相关实施建议，着眼于引入国际文化市场上的先进概念和研究范例。在以盈利为目的的商业性经营行为之外，德国文化市场上还有大量追求公共利益最大化以及提供文化教育的公共文化机构，如博物馆、剧院、公共赞助的乐团等；民间社会部门，如文化艺术协会、基金会等。这些机构的经营活动不是以盈利为目的，对财政补贴和基金会的资金也有很大的依赖。

德国也拥有大量非政府性质的中间组织，如德国版税征收协会、博物馆协会、青少年文化教育协会等，这些组织充当了政府与经营主体、机构之间的沟通者和协调者，填补了法律和政府政策框架外的空白，协会中的行业专家会制定相关管理规定、行业准则和道德规范等，有些对整个行业产生了极其重要的影响，如德国书商与出版商协会 1887 年促成的图书价格管理条例，这一条例延缓了出版社并购现象的出现并且遏制了市场垄断。

（三）文化产业促进措施

1. 利用地区的多样性

德意志历史上就是一个由众多帝国城市和邦国组成的帝国，几个世纪以来大多处于分裂割据的状态，极少出现大一统的情况，应此他们有各自的文化传承和文化特色。1990 年德国统一后建立了联邦制的国家，联邦制度保障了文化多样性，文化管理相应地以联邦的形式进行组织，下放文化发展的权利到 16 个州政府手中，各州享有“文化自主权”，文化工作的立法、具体政策的制定以及财政的投入等统一由联邦州议会制定，地方议会也可以将一些权力下放给文化委员会，文化委员会是行政部门的一部分。在州政府之下的市政一级设有文化办公室，负责在州政府的法律和政策框架下推进具体的文化事务，每年拥有固定的财政资金用于扶持本地文化产业的发展。在这样的体制下最大限度的确保文化自由与多样性。

近年来联邦州和地方越来越认识到文化创意产业的重要性，投入很大的精力扶持地方文化创意企业，举办有地方特色的文化纪念活动来吸引游客，比如慕尼黑的啤酒节、鲁尔区三年展、科隆的狂欢节、在波恩举办的贝多芬诞辰 250 周年纪念活动等。联邦经济能源部发起的乡村地区文化旅游促进计划，尝试挖掘、推广乡村地区的特色文化旅游资源。德国联邦政府为了更好地促进地方旅游经济的发展、推进文化保护与传承还制定了国家级的刺激计划，该计划下有 260 个具体的项目，这些项目由联邦农业与食品部负责规划实施。

2. 境内资金资助

【工作室资助金】德国的一些城市和联邦州，例如科隆、慕尼黑、斯图加特、巴伐利亚、柏林、不来梅、汉堡等，以适宜的租金或通过改造闲置房屋，为创意工作者提供工作室以此支持其工作。

【失业救济金】自由职业者如需要帮助，可以根据自身及他人收入情况、居住条件（是否居住在“福利社”）申请失业救济金。根据收入，申请人可以获得100欧元的基本税收减免或额外津贴。自由工作者还可以申请创业所需资助金作为失业津贴，此外还可以在创业初期申请额外的帮助来获取运营资源。

【展会/国际化/出口救济金】外交部积极促进美术、音乐、戏剧、舞蹈、文学和电影的国际交流。外交部将大部分可用资金提供给外国文化政策中介组织来实施具体项目，例如慕尼黑的歌德学院、斯图加特的外交关系学院和法兰克福的德国联邦交易所等。外国文化关系学院支持国外和德国艺术家的展览，属于“艺术家联系（Künstlerkontakte）”计划的一部分，旨在促进转型国家和发展中国家的外国艺术家、建筑师和设计师与德国相关从业者之间的合作，其中国际项目可以得到旅行补助金的支持，各地的歌德学院也提供相应的支持。国际美术协会（Internationale Gesellschaft der Bildenden Künste，简称IGBK）为解决海关和运输有关问题以及其他手续的问题提供相应的帮助。联邦文化基金会（Kulturstiftung des Bundes）支持展览的规划与实施。德国贸易投资有限公司（Germany Trade & Invest GmbH，简称GTAI）向德国公司提供有关国外市场的信息，并为想要扩展到国外市场的公司提供广泛的信息。

【咨询资助】咨询资助是联邦政府和联邦州提供的包含在资助计划内，为收费咨询服务提供的资助服务。创业前期，部分联邦州为咨询费用或免费咨询提供补贴。创业后为企业深度管理规划提供咨询服务。自2016年初以来，联邦政府已重新调整为中小企业（也包括自由职业者）提供的咨询资金。新的资助项目为“促进企业管理知识（Förderung unternehmerischen Know-hows）”，并结合以前的项目“通过管理咨询提升企业管理知识（Förderung unterneh

merischen Know-hows durch Unternehmensberatung）”，“德国创业教练（Gründercoaching Deutschland）”，“周转咨询（Turn-Around-Beratung）”和“圆桌会议（Runder Tisch）”。联邦经济和出口控制办公室（BAFA）负责提供咨询资金。此外，工商会可为创意人士提供免费建议，特别是在大城市设有专业的顾问。

【银行贷款】申请人所拥有的股权在所需融资总额的20%以上时，可以向银行申请贷款，如果无法偿还贷款可以选择物品抵押，例如人寿保险、优质乐器、技术设备、车辆、房地产等。申请贷款时，项目须从经济、艺术或文化的角度明确描述。

【众筹】项目策划人、创始人以及扩张中的公司都可以使用众筹来寻找项目的捐助者或开始自由职业。通过网络平台可以筹集金额，若达到目标筹资额，则平台将人群的钱支付给项目所有者，且众筹平台通常会向收款人收取费用，一般是融资额的百分之五到百分之十，若未达到目标，则每个捐助者可收回其资本。对于非盈利组织及相关的资助协会，通常可以捐赠的形式筹集金额。

对于自由职业者的创意和媒体专业人士也可采用奖励式众筹，以快速简便的方法来获得项目或工作所需的启动资金。捐赠者会获得非经济性回报，例如在主页上公布捐赠者、获得门票、CD或代金券等。捐赠额度通常最低额为250欧元，对于个人而言最高可捐赠一万欧元，公司则可捐赠十万欧元。

创始人和年轻公司可运用股权的众筹形式作为融资工具，主要面向创新型公司，其形式与证券交易所买卖普通股或筹集风险投资相似。在破产的情况下，债权人通常不会收到任何退款。融资金额最高通常为250万欧元，捐款数额为250至10000欧元。

个体经营者和个人也可通过众筹平台获取贷款，根据平台的不同，个人贷款额度通常在一千至三万欧元之间，而公司贷款金额可放宽至一万至二十五万欧元之间。

【创业资金】初创企业补助金是联邦经济事务和能源部的一项资助计划，由欧洲社会基金共同资助，为希望在商业计划中实施初创企业理念的大学和非大学研究机构的创始人提供，面向创新型、技术型启动项目或基于知识的服务。资助科学家、大学毕业生和学生等组成的团队，上限为三人。资助金包含奖学金、子女津贴、材料费、教练费等。通过创业结束失业状态的申请人可以申请创业补助，总资助期长达 15 个月。创业者在创办公司后的前六个月可以获得个人失业救济金以及一笔 300 欧元的社会保障金。在为期 9 个月的第二个融资阶段中，仅提供 300 欧元的社保金，但在第二个融资阶段开始之前，创始人必须证明正在全职开展业务。获得创业补助金的前提条件是，创业者在创业时仍有权享有至少 150 天的失业救济金。

【家人、朋友、熟人贷款】小型创业企业也可通过家人、朋友和熟人获得融资保障，在律师或公证人的帮助下起草书面担保合同，对贷款的金额、期限和还款做出书面规定。

【联邦资助贷款】联邦政府的资助贷款由德国复兴信贷银行提供，通常通过为部分贷款金额提供抵押而申请低利率、长期贷款。

- ERP 创业贷款：创业时长在五年以内的公司以及自由职业者；
- ERP 普通贷款：创业时长在五年以上的公司以及自由职业者；
- ERP 创业资本：为从业三年以上的公司和自由职业者提供股权资本；

- 德国复兴信贷银行企业家贷款：适用于活跃于市场三至五年以上的（创新型）公司和自由职业者。

联邦州还为初创企业和现有公司提供自己的资助贷款和补助金，通常可与德国复兴信贷银行的资助贷款结合使用。联邦政府还为初创企业和自营职业者以及中小型商业企业提供资助数据库，以便了解联邦政府、联邦州州和欧盟资助计划。

【创新资助】为推广新产品或新工艺开发企业理念、检查实施的技术可能性、市场需求、开发和测试产品或过程、生产原型/演示样品/模型、开发产品或工艺直至批量生产、为营销创造条件以及获得客户等，联邦政府及州提供许多资助计划：

- 中小企业中央创新计划（ZIM）：促进中小型企业的研发，资助个人、合作和网络项目，服务和咨询业务等；
- 高科技创业基金：通过获取年轻技术公司股份，提供研发理念、原型、市场营销以及指导措施等方面的支持；
- 风险投资补助：资助参与年轻、小型和创新型公司的私人投资者；
- ERP 创业基金：对创新型小型技术公司提供风险投资，涵盖开发或营销新产品或改进产品、流程和服务的融资需求；
- ERP 创新计划：促进以市场为导向的新产品、新工艺或新服务的研发及其市场推广的长期融资；
- WIPANO（专利和标准的知识与技术转让）：取代由联邦经济事务和能源部提供的 SIGNO 资助计划，支持以技术为导向的创新型公司使用资助计划来获得专利申请；

- 创业竞赛——数字创新：联邦经济事务和能源部（BMWi）通过“创业竞赛——数字创新”表彰那些将创新信息和通信技术作为产品或服务的核心组成部分的创业公司。

【联邦展会资助金】创新公司展会资助金：年轻的创新公司可以从联邦经济与出口控制局（BAFA）获得补贴，以参加德国贸易展览会的联合展位；外贸展览会计划：联邦政府和州政府还通过外贸展览会计划促进德国公司参加国际贸易展会。

【小额贷款】当贷款额度较小时，德国小额信贷基金通过其“我的小额贷款（Mein Mikrokredit）”计划为申请者提供资金，并接受亲戚朋友或商业伙伴提供的少量个人担保。

【奖学金】联邦政府、联邦州、市政当局和协会，基金会和公司以及欧盟提供了专门针对学生和年轻创意人士的奖学金，以确保受益者通过更长的学习或创造性阶段来维持生计。

【竞赛】联邦政府以及联邦各州、直辖市和协会、基金会和公司以及欧盟提供专门针对艺术家和创意专业人士的奖项。包括由联邦资助机构授予的奖项，在全国范围内有 3500 多种奖项和其他形式的常规文化资助。联邦经济事务、能源部和文化与媒体专员颁发奖项，以促进文化、经济发展。常见的奖项有德国经济电影奖、德国创始人奖、APPLAUS-独立场地计划规划奖、BKM 文化教育奖、德国书店奖、德国编剧奖、德国短片奖、德国音乐比赛奖、电影节目奖、文学和翻译奖、计算机游戏奖等。德国文化与创新领航奖（Kultur- und Kreativpiloten Deutschland ）是针对文化创意产业公司的全国性奖项，优胜者不会获得任何现金奖励，而是获得免费建议和指导，并有机会获得一年的经验交流。此外

还有创办人和商业计划竞赛，不仅提供现金奖励，最重要的是在商业领域通过免费教练提供有用的支持。

3. 文化产业国际化

创意是无国界的，文化创意产业自然也具有国际性。文化产业的国际化进程由伯恩德·费瑟（Bernd Fesel）于 2007 年首次代表德国教科文组织委员会提出。 2014 年，联邦经济合作部（Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit，简称 BMZ）对文化创意产业国际销售市场的可行性进行了市场研究。2016 年，联邦经济事务和能源部（Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit）进一步重视“文化创意产业的国际化”领域，强调将“国际化”作为联邦创意产业的中心，制定文化创意产业国际出口份额的初步量化方法。

自 2015 年以来，文化创意产业与联邦经济部的活动协调并行，国际网络和平台逐步扩展，创意转移和跨境联合制作对于联邦外交部已变得越来越重要，创意产业的参与者因此受到更多关注。联邦外交部对于外贸领域已做好相应的前提准备并已制定相关政策，可以为创意产业的国际化提供有针对性的支持。

特别是为促进设计和游戏领域的对外文化与教育政策（Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik，简称 AKBP）与创意产业紧密结合。例如，“跨大西洋游戏峰会（Transatlantic Gaming Summit）”作为歌德学院项目的一部分，促进了德国与美国游戏开发商之间的沟通与合作。为了促进设计行业的发展，联邦外交部赞助了重要国际贸易展览会的客座演出，例如，赞助米兰三年展（La Triennale di Milano），康斯坦丁·格里奇（Konstantin Grcic）策划的伦敦设计双年展（London Design Biennale）等。此外，联邦外交部还为德国

音乐产业的国际交流和促进做出了贡献。例如，在美国纽约举办汉堡 Reeperbahn 音乐节以及音乐节上的客座演出等。

部分资助项目并非单纯追求经济效益，而是倾向于建立国际合作伙伴关系，资助（共同）生产、分配、销售的进一步发展和推广文化产品，此外，充分支持当地文化基础设施的发展。例如，非洲电影倡议（Afrika-Initiative Film）就致力于通过各种方式实现这些目标，通过泛非网络平台“ MOKOLO”促进人才、联合制作和网络建设，用互联网平台“Contemporary And”促进非洲年轻、新兴和日益数字化的文化的发展。

国际创意产业融资一方面是基于国家特点（游戏与设计行业），或是公共及区域性的独特卖点（汉堡的 Reeperbahn 音乐节），另一方面是按行业划分的活动领域，不同领域的资助金难以进行比较。尽管联邦与地州政府付出了努力，但由于结构分散，文化政治活动和创意产业部门的相互竞争，并且在国家层面上仍处于分析和定位自身特点的阶段，因此尚未确定“文化创意产业”的共同国际定位。成功的先决条件是通过与市场参与者的早期参与过程建立融资方法，并确保市场与行政管理部门以及中介机构之间的紧密联系。

其国际性一方面涉及出口产品与服务。据文化创意产业的监测报告显示，该产业虽然不如化学、机械工程和汽车工业等“大型产业”一样以出口为导向，但就其整体经济性而言，是非常成功的。其主要原因是，文化创意产业以服务为导向，而服务则倾向于面向有限的国内市场。但在文化创意产业内部存在着明显的产品出口导向方面的差异。从出口配额角度来看，艺术市场、音乐产业和图书市场遥遥领先。另一方面，就国外的活动而言，文化创意工作者要考虑出口问题。

对于许多人来说，国际合作、竞赛、展览以及来自国内外的订单都是非常重要的。因此，联邦政府为促进文化创意产业的国际化提供服务、信息和资金等支持。

4. 国外学习生活奖学金

访学旨在为富有创造力的专业人员提供新的工作动力，并支持他们获得（生活）经验并拓宽他们的艺术和“工艺”视野。为此，政府提供以下奖学金：

【联邦政府文化与媒体专员留学奖学金】联邦政府文化和媒体事务专员为居住在德国的优秀艺术人才提供留学深造的机会。德国在意大利的罗马和威尼斯设有机构资助艺术家，主要涉及来自美术、建筑和文学与音乐（编曲）领域的艺术家们。德国在罗马设立的两个文化机构分别是 Villa Massimo 和位于奥莱瓦诺罗马诺（Olevano Romano）的 Casa Baldi，使非常合格和才华横溢的艺术家有机会继续提升自己的艺术水平。德国在威尼斯设立学习中心，为艺术家创作与威尼斯有关的艺术作品提供支持。此外，在法国基金会的支持下，巴黎国际艺术博物馆（Cité Internationale des Arts in Paris）的 300 个工作室为来自世界各地的艺术家提供生活和工作机会。

【艺术家住所】艺术家住所组织是由文化创意领域的活跃者组建的国际网络，帮助文化创意专业人士能够在国外开展创意活动。通过来自画廊、博物馆、剧院、艺术家之屋或大学的资助或邀请，促使“常驻艺术家”能够与来自不同文化和地区的艺术家保持交流。组织的重点任务是为外国文化创意工作者提供公寓和工作室。该组织主要支持演员、美术家、音乐家、作家。

网址：www.resartis.org & www.transartists.org

【德国翻译基金会——旅行补助金】该基金会隶属于柏林文学研讨会（Literarisches Colloquium Berlin e. V.），其宗旨是促进翻译艺术的发展，以

便外国文学作品可以以高质量译为德语，以此加强国际之间文化的相互理解，语言文化和文学生活之间的交流。旅费补助使翻译者能够研究特定的书籍项目，或者为翻译者前往外国或其它地区了解新的语言文化知识提供经费支持。

网址：www.uebersetzerfonds.de

【现场记者资助】罗伯特·博世基金会（Robert Bosch Stiftung）向位于欧洲国家进行现场深入研究的记者和记者团队提供研究资助，以表彰他们所选择的出色、独特的故事。罗伯特·博世基金会与柏林新闻工作者学院（Berliner Journalisten Schule）合作提供了“实地记者/现场记者”奖学金计划。除资金支持外，还在柏林开办两个研讨会，与会人员可以与杰出的外国记者就他们的项目和国际新闻的当前趋势进行交流。

网址：www.bosch-stiftung.de

【欧洲及其邻国的跨境通勤者资助】作家可以在中欧、东欧和东南欧以及北非的国家获得与跨境研究相关主题的资助，并支持为广大读者准备的出版物。具体种类包括文学散文和随笔、图文书籍、儿童和青少年文学作品、纪录片和故事片的脚本以及广播报道。该奖学金是罗伯特·博世基金会与柏林文学研讨会合作的一项计划。

网址：www.bosch-stiftung.de

5. 国际合作和联合制作

【联邦文化基金会】联邦文化基金会提供普通项目资助金和计划资助金两种项目。文化工作者可以每年申请两次普通项目资助金，这是国际环境中大型创新项目。涉及的行业有视觉和表演艺术、文学、音乐、舞蹈、电影、摄影、建筑、新媒体等。此外，该基金会还制定自己的计划项目资助计划。例如，TURN 项目

基金旨在促进德国与非洲国家之间艺术合作，希望鼓励德国机构和积极参与者尝试与非洲合作伙伴进行新形式的艺术合作。此项基金面向所有文化创意领域。

网址：www.kulturstiftung-des-bundes.de

【创新欧洲——文化/媒体】欧洲创意隶属于欧盟的一项框架计划，旨在支持文化和视听媒体领域。其子项目“文化（KULTUR）”支持所有艺术领域的学科，除视听领域之外（该领域由另一子项目“媒体（MEDIA）”覆盖）。“文化”子项目的主要措施是为各类项目提供资金支持，例如，欧洲合作项目、欧洲网络、欧洲平台和文学翻译项目等。“媒体”为视听领域的各类公司和项目活动提供资金支持，例如，销售和发行公司、制作公司、VOD 平台、电影院网络、培训倡议计划、电影节、以及推广欧洲电影的公司。

网址：https://ec.europa.eu

【欧洲创意商业网络】欧洲创意商业网络是由来自 13 个欧盟成员国的代理机构、创意中心和创意公司组成的网络。支持文化创意工作者的创业活动，例如，创造国际合作机会等。

网址：http://ecbnetwork.eu/

【罗伯特·博世基金会国际合作电影资助奖】罗伯特·博世基金会（Robert Bosch Stiftung）通过该奖项赞助三个联合制作团队，分别由东欧、东南欧和德国的年轻电影制片人共同合作。该奖项为年轻的德国电影制片人提供了与来自东欧和东南欧的年轻电影人士共同实施电影项目的机会。主要资助的领域有电影、制片、导演、摄像、剧本等。

网址：http://filmfoerderpreis.bosch-stiftung.de

【德国电影服务与营销有限公司】德国电影服务与营销有限公司是德国电影出口的国家信息和咨询中心，此外，还安排制片伙伴之间的合作，组织德国电影参加世界各地的电影节，出版相关主题的重要参考书籍。

网址：www.german-films.de

【中东欧电影节】该电影节是由德国电影学院创立，旨在向更多观众展示德国东部领国的电影及文化。goEast 为东西方之间创造对话平台，通过电影节促进双方之间的沟通交流、增进彼此之间的了解，为年轻电影制片人提供与东欧和东南欧的年轻电影制片人共同实施电影项目的机会。

网址：www.filmfestival-goeast.de

【艺术家联系计划】对外关系研究所（Institut für Auslandsbeziehungen，简称 IFA）的“艺术家联系计划”旨在促进德国文化工作者与转型国家和发展中国家的文化工作者之间的合作，该项目主要补贴文化工作者在工作和旅行时的开销。资助的领域涉及美术、建筑和设计。

网址：www.ifa.de/

【建筑出口网络】联邦建筑师协会的建筑出口网络 NAX 为建筑师和城市规划者提供有关跨界活动的全面信息，并安排来自国内外的同事、建筑商和投资者之间建立联系。

网址：www.architekturexport.de

【欧洲企业网络】欧洲企业网络旨在支持中小企业的合作、技术转移和建立战略伙伴关系。其数据库为创意者提供了直接为合作伙伴进行业务和技术合作或研究欧盟项目的机会。

网址：http://een.ec.europa.eu

6. 展览和巡回演出资助

展览和巡回演出方面的资助金为艺术家和音乐家迈出国门、拓展事业提供了有力的支持。有众多机构提供此项支持。

【歌德学院】歌德学院（GI）通过举办文化活动和节日庆典来促进国际文化合作。所举办的活动主要提供有关德国当前艺术界的信息，并促进艺术界尤其是艺术家之间的个人交流。资助的重点是当代文化，提供的服务范围包括资助策展人为研究所需的为期数月的居留项目、国际联合制作基金、节日资助金和导演的旅行、剧院客座表演、翻译资助以及青年音乐交流。资助行业有美术、电影、文学和翻译、音乐、舞蹈和戏剧等。

网址：www.goethe.de

【对外关系学院】外国文化关系学院（IFA）的艺术家联系计划为在转型国家和发展中国家举办文化创新相关活动而产生的旅行、住宿和签证等方面开销提供资助金，相关活动有美术、建筑、设计领域的展览、表演、驻场艺术家项目、讲习班、筹备和进行以研究为目的的旅行以及举办国际活动（例如座谈会、会议和讲座）等。

网址：www.ifa.de/

【艺术家巡回演出】国际美术学会（Internationale Gesellschaft der Bildenden Künste，简称 IGBK）和国际戏剧学院（Internationales Theaterinstitut，简称 ITI）以及德意志联邦中心（Zentrum Bundesrepublik Deutschland）为艺术家的巡回演出提供信息。目标人群主要是那些想临时在德国工作的人，此外该项目也帮助有意愿暂时在国外工作的德国人和在德国长居的创意人士，这里主要涉及美术和表演艺术领域。该项目的门户网站提供有关签证/居

留、运输/海关、税收、保险和版权等方面的全面信息。此外，巡回演出的艺术家可以为所有艺术家和文化工作者提供有关国际项目和在国外工作的免费咨询服务。咨询服务是 IGBK、ITI 以及 SMartDe（创意网络）之间合作项目，并得到联邦政府文化和媒体专员（BKM）的支持，面向文化创意产业的所有领域。

网址：www.touring-artists.info

7. 为学习国外业务经验提供资助

【伊拉斯谟计划】伊拉斯谟计划是一个跨境交流项目，旨在帮助年轻企业家向经营着小型企业的富有经验的企业家学习，并为其提供交流机会，交流双方需来自不同的欧盟国家。因此，欧盟的资助计划特别适合有意创立公司的人士以及希望进入国际市场的年轻企业家。通过短期合作，促进对欧洲国家市场的了解，并接触到新的想法。

网址：www.erasmus-entrepreneurs.eu

【德国加速器】德国信息和通信技术及相关领域最具创新力的初创企业可以借此项目获得全面的指导和培训服务，从而可以了解美国市场并学会洞察和利用发展机会。具体项目实施是由一系列企业家、专家和投资者组成的团队在三个月的时间里，陪伴企业家在帕罗奥图（Palo Alto）/旧金山（San Francisco）或纽约（New York City）进行学习。在该项目的深入指导下，初创企业家制定进入美国市场的战略，与客户建立初步联系，并建立必要的网络。此外，公司还可以洞悉各种融资模式，与商业投资者建立联系。

网址：www.germanaccelerator.com

8. 开拓销售市场

对于想要向国外出售产品的文化创意人士而言，开拓销售市场的关键是需要更多地了解其未来客户，并寻找新市场中的销售和分销合作伙伴。

【市场开发计划】联邦经济事务和能源部通过其计划“为中小型制造公司、服务供应商和自由职业者开拓海外市场的措施”来支持德国公司立足于国际市场。BMWi 的市场开发计划包括信息活动、市场调查、成果介绍、建立业务联系、买家旅行、获取信息等模块，这些模块可以单独或者组合使用。资助的行业领域有建筑、设计、时装设计、游戏、画廊艺术市场、音乐乐器，以及文化活动组织领域等。

网址：www.ixpos.de

【外贸展览会计划】德国联邦经济事务和能源部（BMWi）和食品与农业部（Bundesministerien für Ernährung und Landwirtschaft，简称 BMEL）在国外交易会上支持中小型德国公司（SME）以及自由职业者。国际贸易展览会计划为公司提供机会，“德国制造（Made in Germany）”的联合展台项目面向有吸引力的市场展示其产品和服务业务。参展商必须提供适当的财政捐助，但因此也能得到不错的广告和展示机会，同时还节省了成本和组织展会所耗费的精力。在德国境内或展会场所资助组织展会的公司，提供展览空间，统一的装饰与展台布局，可以被列入网站以及德国参展商的参展目录。德国经济展览和交易会委员会（AUMA）提供众多相关的展会信息，例如，为建筑师提供的戛纳的房地产交易会（ Immobilienmesse in Cannes）、旧金山的游戏交易会（Games-Messe in San Francisco）、奥斯汀的西南偏南（South by Southwest，简称 SXSW）交易会（涉及音乐、电影、计算机及各类书展）等。

网址：www.auma.de

【国际贸易展览会】联邦经济和出口管制局（ Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle，简称 BAFA）资助小型和年轻的创新型公司（非自由职业者），参加德国联合举办的重要国际贸易展览会。这笔资金旨在支持新研发产品和流程的市场营销活动，适用于拥有新研发或改进的产品、流程或服务的公司，涵盖的领域为建筑、视觉传媒和广告领域。

网址：www.bafa.de

9. 促进出口融资

联邦政府的一些公共促销贷款也支持海外项目，以此来筹集必要的资本，用于投资和运营资源。投资的支出通常用于建筑物、工作室、机器或办公室内的设备等。运营资源是指购买商品所产生的费用。这里还包括人事费用，例如用于市场研究或与潜在的业务合作伙伴或客户建立联系。

10. 寻找面向海外的资助金

联邦政府、联邦州、市政当局和协会、基金会和公司以及欧盟专门针对文化创意工作者提供了大量奖金、奖项、竞赛和资助贷款，其中一部分资金专门用于国际事物活动。目的是支持留学和海外工作、国际比赛、国际合作和联合制作项目、展览和巡演资助金、促进出口融资等。联邦政府为此建立数据库，概述联邦政府、联邦州和欧盟的资金计划，在数据库中可以更精确地搜索到专门针对文化创意产业的相关资金计划。重点是对初创企业和个体经营者以及中小型商业企业提供补贴帮助。[14]

14 资料来源：http://www.foerderdatenbank.de

【德国文化促进信息中心】德国文化促进信息中心提供关于德国艺术与文化的私人和公共赞助商的在线信息目录。此外，“项目市场”还可以展示正在寻求合作伙伴和赞助商的项目。

网址：www.kulturfoerderung.org

【文化奖】《文化奖手册》的在线版概述了文化和媒体领域的奖项、荣誉、奖金和其他资助计划。

网址：www.kulturpreise.de

11. 提供信息和建议平台

【德国商业展览和交易会委员会】AUMA 提供有关在德国境内和海外符合条件的交易会的信息。

【海外商会】海外商会（Auslandshandelskammern，简称 AHKs），德国公司的海外联络员组成海外商会网络，是德国经济的代表团和代表处，由联邦经济事务和能源部按比例提供资助金。德国公司在 90 多个国家和地区的 130 个地点提供有关各自所在国家的海外市场的信息与建议，帮助其进入市场，参加交易会、寻找人员以及了解法律信息。

网址：www.ahk.de & www.deinternational.de

【手工业领域】德国的手工业领域也逐渐将目光投向海外市场。因此，手工业领域的对外经济咨询正在进一步扩展。目前，德国境内有手工业协会和专业的 90 多名外贸专家为公司提供跨境支持。

网址：www.zdh.de

【德国贸易和投资有限公司】德国贸易和投资有限公司（Germany Trade & Invest GmbH，简称 GTAI）是德意志联邦的对外贸易和地区市场营销公司。

该公司向德国公司提供海外市场、外贸信息，可供希望扩展海外市场业务的公司使用，并支持外国公司在德国设立办公点。

网址：www.gtai.de

【国际戏剧学院】该学院主要为艺术家答疑解惑，为其更好地在国际上展示自己的作品，找到承办商和联合制作者，扩大国际影响力，提供相关的帮助。

网址：www.iti-germany.de

【国家重点商会】由于公司在进入国际市场时通常需要深入的知识，因此某些德国工商会已发展成为某些国家和地区的重点商会。由此，在其网络框架内向其他商会提供服务，公司可以通过这些特殊的国家活动和其专业知识受益，是公司所处地区的重要联络人。

网址：www.info-weltweit.de

【门户 21】如果想在挪威、冰岛或列支敦士登等其他欧盟国家开拓服务领域，并因此想了解相关的国家法律法规，门户 21 会提供相关的帮助，例如，找到有关是否可以在另一个欧盟或欧洲经济区的国家或地区拓展业务的信息，以及如何在当地开展业务。

网址：www.portal21.de

第二章 德国贸易与投资政策

一、德国贸易政策概述

(一) 贸易主管部门

德国主管贸易的是联邦经济与技术部,其主要职责是确保德国经济的持续增长及德国吸引外资的优势地位，致力于实现如下 7 大管理目标：

- 通过制定相关经济政策实现德国高就业率；
- 扶持中小企业发展；
- 促进科技创新以增强德国经济的竞争力；
- 平衡经济发展与生态之间的关系，走可持续发展道路；
- 深化全球背景下的国际分工，促进自由贸易的实现；
- 促进德国从工业国家向知识型信息社会转型；
- 以合理的价格确保德国的能源供应。

(二) 贸易与法规体系

德国在贸易管理方面最重要的法律为《对外经济法》及相关的《对外经济条例》。

【《对外经济法》的基本结构】德国《对外经济法》分四章，共计 52 条。第一章总则，包括 24 条。其中，第 1 至 4 条规定了《对外经济法》的立法原则及其所用概念的含义；第 5 至 7 条规定了国家对涉外经贸往来进行干预的可能性；第 8 至 14 条规定了国家对货物贸易的基本管理和干预；第 15 至 21 条规定国家对视听产品、航空、海运、内河航运及保险等服务贸易往来的管理和干预；

第 22 至 23 条规定了国家对货币和资本往来的管理；第 24 条规定了对黄金的管理。第二章对外经济管理，包括 8 条，规定了企业须履行的义务、办理有关申报和审批手续的程序、对外经济管理机构等。第三章罚则，包括 14 条。在这一部分中，对违反该法律的行为和实施处罚时所应遵循的原则做了规定。第四章附则，罗列了一些已经被修改或废止的条款，并规定了该法的生效时间和有效期等。

【《对外经济法》的主要内容】德国制定《对外经济法》的主导思想是：尽可能减少对对外经济活动的限制。该法第一条中就开宗明义地规定，“对外经济往来……原则上是自由的”。但在承认这一基本原则的同时，《对外经济法》也让德国政府保留了在特定情况下进行干预的权力。根据规定，德国政府在下述情况下有权对本国的对外经济活动进行干预：

- 为保证国与国之间协议所规定义务的履行；
- 为防止或抵消外国采取的有害措施对德国经济的后果，其中包括抵御来自国外有害货币和资本的流入；
- 为防止或抵消外国采取不符合自由贸易原则的政策而对德国的影响；
- 为保证德国的国家安全、外交利益和维护世界和平。

此外，《对外经济法》还做出如下规定：如果生活必需品的国内供应受到危害，可以限制有关商品出口；出于保护国内经济的需要，可以限制有关商品出口；为了保护国内利益，可以限制与国外的服务贸易往来；为保证国际收支长期平衡，可以调查与国外的资本往来；为保护本国币值稳定或保持国际收支平衡需要，可以限制非境内人在德国的资本和货币投放；可以限制非境内人在德国建立子公司、代表处；为防止来自国外的有害货币和资本的流入，可以规定，境内人从境

外人处借贷的一定比例必须在一定时间内无息存放在德国联邦银行的一个帐号上，即“限款抵押义务”。

【《对外经济法》修订】2008 年 8 月 20 日，德国内阁通过了《对外经济法》及《对外经济条例》第 13 次修正案草案，2009 年 4 月 24 日，修正案生效。其中新增的限制外资并购德国企业的内容备受关注。

修正案规定，德国联邦经济与技术部（BMWi）对外来投资者收购德国企业25%以上（含 25%）股权的收购项目拥有审查权。这里的外来投资者指所有来自欧盟和欧洲自由贸易联盟(EFTA)以外的投资者，外来投资者在欧盟或 EFTA 内的分公司和工厂视同于外来投资者。股权比例计算既包括收购者直接收购的股权，也包括其通过下属公司或与其他公司协议间接控制的股权。审查权有效期为收购合同缔结之日起的三个月或参与收购者公开宣布其收购要约起的三个月。如德经济部在审查有效期内决定实施审查，则须通知企业并要求企业递交有关收购的材料。所需材料范围由经济部决定，并在联邦公报上予以公示。在企业递交完整材料之日起的 2 个月内，德经济部须做出是否对收购项目进行干预的决定，并向德联邦政府汇报审查结果。如经济部认为该收购项目危害德国公共安全和秩序，有必要进行干预，须得到联邦政府同意后方可实施。国家公共安全和秩序的定义参照欧盟法律及欧洲法院的判决。德经济部对已完成的收购项目可实施的干预措施有两种：一是禁止或限制投资者在收购后行使股东表决权，也就是限制外来投资者对德国企业重大事项施加影响；二是取消此次收购，委托财产管理公司将项目复原到收购前状态。为确保项目不受审查，收购方可预先向德经济部申请收购项目不影响德国公共安全和秩序的证明。[15]

15 资料来源：http://de.mofcom.gov.cn/article/jjzx/201104/20110407498900.shtml

（三）贸易管理的相关规定

德国与非欧盟国家（第三国）贸易适用欧盟共同政策措施，如共同贸易、共同关税表等。欧盟与第三国签订的国际贸易协议直接适用于德国。共同贸易政策的制定和执行在共同体进行。欧盟理事会或欧委会通过直接适用的条例确定贸易手段，欧盟委员会负责政策执行以及进行反倾销、反补贴和保障措施调查。根据成立欧洲共同体条约第 36 条的规定，德国政府主要负责颁发进出口许可，以及因经济以外的原因，如保护人类和动物的健康，规定进出口的限制。

德国与欧盟以外第三方贸易适用欧盟对第三国共同贸易政策的所有措施和原则，包括：共同体海关法典(Community Customs Code)、共同体海关税则（Common Customs Tariff）、各类非关税措施，及与非欧盟成员国缔结的双边协议体系。

（四）进出口检验检疫相关规定

【检验检疫部门】德国进出口动植物检验检疫事务主要由海关负责，德国海关是隶属于德国联邦财政部的独立业务部门，采用三级垂直管理模式。联邦最高管理部门为联邦财政部第三司，第二级管理部门为联邦州烈性酒专属管理委员会，下设 5 个跨州的联邦财政专署和海关犯罪调查局；第三级管理机构则为地区性海关总署、海关缉查局和海关。

【动植物检验检疫法律和相关目录】为了防止有害动植物及某些具有传染性的病毒细菌进入德国，德国在欧盟框架下严格执行欧盟相关法律法规。具体目录可参见如下网页：

植物类：《欧盟关于植物进入欧盟的相关规定》。具体内容请查询德国联邦经济作物研究所网站：

www.jki.bund.de/cln_044/nn_807144/DE/Home/pflanzengesundheit/einfuh r_ausfuh r/importexport_node.html_nnn=true

动物类：《欧盟关于动物进入欧盟的相关规定》。具体内容请查询德国农业部网站：

www.bmelv.de/cln_044/nn_753012/DE/07-SchutzderTiere/Heimtiere/HeimtiereEinreiseregelung.html_nnn=true

【五】海关管理相关规定

【海关税则】德国适用欧盟共同体海关税制。税率表包括协议税率，适用于WTO 成员或与共同体签订最惠国协议的国家。部分产品（主要是食品）在税率表中采用自主关税，不受最惠国待遇和 WTO 义务约束。

每年 1 0 月底在欧盟官方公报上公布下一年度共同体关税税则。有关贸易政策措施的更多信息，请参阅 TARIC，网址是：

Europa.eu/taxation_customs/dds/tarhome_en.htm

输入商品的海关编码即会显示有关关税税率以及其他相关信息，如关税配额、数量限制、关税中止、反倾销税、反补贴税、农业税、监管条件等针对该产品的外贸政策措施。TARIC 不包含增值税、消费税信息。24%以上的商品进口为零关税，81.5%的最惠国关税税率低于 10%。工业品中，服装和纺织品、鞋类、运输设备及塑料产品等敏感商品关税税率最高。

最惠国税率适用于来自 9 个国家和地区的进口：澳大利亚、加拿大、中国台湾、中国香港、日本、韩国、新西兰、新加坡和美国。来自其它国家的进口享受优惠关税政策，税赋低于普通关税税率。

【关税优惠政策】欧盟成员给予发展中国家单向的关税优惠政策，包括对非洲、加勒比海和太平洋国家的协议关税和普惠制(GSP)，以及在自由贸易区协议框架下的互惠安排（如 EFTA 围家、墨西哥、智利、南非）。

【GSP 关税一般特惠制】普惠制的受益方包括 178 个国家和地区。目前的普惠制适用到 2008 年底。自 2006 年初，欧盟已开始调整普惠制，旨在使该制度能覆盖绝大多数欠发达国家，特别是小国、岛国、内陆国以及经济较为单一的国家。此外，还简化了“毕业机制”。如果从某国进口的特定种类产品数量超过了从所有普惠制受惠国进口量的 15%，则该国的普惠制资格将被取消，在进入欧洲市场时不再享受特殊优惠。对于纺织品和服装取消标准减低至 12.5%。在新的机制下，尽管在形式上中国仍是普惠制受惠国，但从中国出口到欧盟市场约 80%的产品均不享受普惠政策。而从印度进口的产品，除了纺织原料超过标准不再享受优惠外，其服装产品仍可享受普惠政策。

普惠制对与欧盟缔结了涉及环境条款、人权和劳工权益的社会条款以及良好治理条款等更高级别的贸易协定的国家还提供了附加的关税优惠(GSP Plus)。附加普惠计划确保税则中 91%的产品可免税进入欧盟市场。目前，该计划受惠国家有 15 个，分别是 5 个安第斯山国家（玻利维亚、厄瓜多尔、哥伦比亚和委内瑞拉）、6 个中美洲国家（危地马拉、洪都拉斯、哥斯达黎加、尼加拉瓜、巴拿马和萨尔冗多）以及格鲁吉亚、摩尔多瓦、蒙古和斯里兰卡。

对最不发达国家(LDC)适用“除武器外所有商品”进入欧盟市场免税和免配额的待遇，但某些农产品（如糖、大米和香蕉）例外，这些农产品的进口关税将逐步降低。优惠关税政策遵循原产地规则。更多相关信息请参阅：

ec.europa.eu/taxation_customs/common/publications/info_docs/customs/index_en.htm

【海关法典】德国海关法体系由直接适用的欧盟法律和本国的《海关法》及其配套法规构成。《共同体海关法典》是欧盟海关法领域的基本法，各国法律是对共同体法典的补充和细化。

进入德国关税区的商品处于海关监管之下。除规定的特别情况，进口货物均需在某海关部门，或海关部门允许或指定的其他地点报关，需办理海关手续的货物必须申报。

2007 年 8 月 31 日欧盟出口监督系统(ECS)第一阶段启动。报关人 / 出口商可以使用 ECS 系统在出口地海关部门或者在最终出境地海关部门进行电子申报。出口海关向报关人发送电子确认，该确认代替了 SAD3 卡，并根据增值税规定确认货物已出口。ECS 系统保证行政机关可以有效地执行海关监督，出口商可以更快地办理出口文件，并申请采取出口零税率。ECS 系统第二阶段于 2009 年 7 月 1 日开始，欧盟全境统一采取 ECS 系统电子出口海关申报单，只在紧急情况下允许纸质文件。

【非关税限制】德国适用共同体非关税措施，包括反倾销、反补贴、保障措施、数量限制和进出口禁令。欧盟法律允许成员国为保护社会公德和安全、人的健康和生命、动植物、具有艺术历史或考古价值的国家宝藏或者保护商业和知识产权，在进出口和过境时使用禁令、限制或监管手段，但措施不能构成歧视或变相限制。

【反倾销和反补贴关税】截至 2010 年 4 月 30 日，欧盟对外实施了 555 起反倾销调查和 557 起反补贴调查。2010 年以来欧盟对华新发起了两起反倾销调查和一起反补贴调查。

自中国进口自行车零部件可以请求免除缴纳反倾销税的责任，基本要求是该公司在一个月内进口一种零件的数量低于 300 件。如果公司使用一种零件超过 299 件，但该零件的增加值超过生产成本的 25%，且其价值低于最终产品所有零件价值的 60%，欧洲委员会也可同意免除其反倾销税。

【数量限制】欧盟对从哈萨克斯坦、俄罗斯和乌克兰进口的某些钢产品采用数量配额，对白朝鲜和白俄罗斯进口的某些服装与纺织品实施数量配额等。

配额管理属于欧盟权限，德国行政机关的任务是从欧委员会获得配额信息后颁发进口许可证。进口商可以通过欧委员会和德国颁发进口许可证的部门，包括联邦经济与技术部许可管理统一系统(SIGL，网址：trade.ec.europa.eu/sigl/query.html)，获得数量配额使用情况信息。

【监管体系】监管可分事后监管(retrospective surveillance)和事前监督(prior surveillance)。事后监管是由海关机构登记流通结果，便于欧委会更快地获得各成员国有关进口信息。事前监管要求进口商从成员国主管机关获得统一的进口文件(surveillance document)。在某些情况下，还要求提供供货国颁发的出口许可证原件(double checking surveillance)。

【进口许可证】主要用于监督敏感商品的进口，如：钢材、纺织品和服装。目前，欧盟对乌兹别克斯坦进口的服装与纺织品，自中国进口的 8 类纺织品（包括 T 恤、裤子、床单），以及从俄罗斯和哈萨克斯坦进口钢材实行双重监管制度。

【进出口禁令】只有在特殊情况下，如涉及安全、人类及动物和植物健康，文化、文物安全等问题，欧盟实行进出口禁令。共同体法令涉及的禁令包括：

- 某些可用于执行死刑、酷刑或其他残忍的、非人道的和虐待或惩罚的工具；

- 侵犯某些知识产权的商品；
- 伊拉克文物进出口；
- 向利比里亚出售、无偿转交或提供与军事活动有关的技术援助，从利比里亚进口未加工的钻石、木材和木制品；
- 某些种类野生动物的皮毛和其它制品的进口；
- 濒危动植物贸易(CITES)；
- 自乌克兰进口无矿物油含量标准确认证书的葵花籽油。

自 2008 年 12 月 31 日起，欧盟禁止猫皮、狗皮及其制品的进出口和市场交易。[16]

(六)《对外经济条例》第 16 次修正案

据德经济部网站 10 月 7 日消息，德国联邦内阁当日通过《对外经济条例》第 16 次修正案，以此完成了在外资审查领域引入欧盟合作机制的准备工作。自 2020 年 10 月 11 日起，欧盟成员国将在审查外国投资时进行更深入的合作。欧盟成员国及欧委会将就正在进行的审查程序进行交流，并在本国外资审查框架下关注相关信息。为此，德国已在经济部设立了联络办公室。新的欧盟合作机制旨在加强对欧盟公共秩序和安全的保护，是在欧盟范围内实现外资审查公平竞争的重要一步。该合作机制基于《欧盟外商投资审查框架条例》。7 月初，德国新修订的《对外经济法》正式生效，为引入欧盟合作机制提供了法律基础。新的《对外经济条例》修正案负责具体实施。此外，德国联邦政府正在讨论《对外经济条

16 资料来源：http://de.mofcom.gov.cn/article/jjzx/201104/20110407498900.shtml

例》第 17 次修正案的有关细节。其修订重点是，将需要着重审查的企业范围扩大到高技术和未来技术的制造商和开发商。[17]

二、在德国投资政策概述

(一) 投资主管部门

德国政府未设立相关政府部门针对国外投资进行专门管理，但德国联邦银行担负对国外投资进行统计的职能。德国政府贸易与投资促进署(GTAI)及各联邦州经济促进公司为前往德国的外国投资者提供各种相关服务。

1. 一个主管部门，三大落实之处

德国联邦经济和能源部（BMWi）是“对外经济促进”的主管部门。驻外使领馆、海外商会、德国联邦外贸与投资署（GTAI）是具体实施“对外经济促进”政策的三大支柱。

- 德国联邦经济和能源部

主要负责制定对外经贸政策和政府间经贸磋商机制。包括政府间混委会/联委会、经济论坛等双边合作机制，双边投资促进与保护协定，自由贸易协定等。为鼓励中小企业出口，德国政府还制定了具体的扶持政策，如综合性的中小企业市场开拓计划以及针对能源、环境技术、健康经济、民用安全技术和服务等未来重要行业的特定计划。

- 驻外使领馆

德国在全球拥有 220 多个使领馆，在对外交往中负责维护本国经济利益。

- 海外商会

17 资料来源：http://de.mofcom.gov.cn/article/jmxw/202010/20201003007257.shtml

德国工商大会（DIHK）是 70 多个德国地区性工商会（IHK）的联合机构。根据德国有关法律规定，所有德国境内企业（除手工业者、自由职业者及农业加工业外）均必须加入德国工商会。该会是 360 万德国企业的利益代言人，承担了大量服务企业的职能。德国工商大会在全球 90 个国家设有 130 多个海外商会（AHK）及代表处，为企业“走出去”提供信息、咨询、培训等专业服务（多为收费项目），其海外机构也得到政府的资金扶持（如购买服务等）。

- 德国联邦外贸与投资署

以有限责任公司形式设立，隶属于德国联邦经济和能源部，是德国官方经济促进机构，在全球 50 多个国家和地区设立了分支机构。兼具贸易促进、投资促进、吸引外资等多重功能。除上述机构外，德国各行业协会、德国中心以及各地方政府也是推动德国企业“走出去”的辅助力量。

2. 金融保险保驾护航

- 出口信贷担保

政府通过出口信贷担保计划帮助出口商防范与出口交易有关的商业和政治风险，以促进德国产品出口到新兴和发展中国家并保持国际竞争力。政府委托裕利安宜股份有限公司（Euler Hermes AG）承担出口信贷担保业务。2016 年德国政府提供的出口信贷担保额为 206 亿欧元，申请者大部分是中小企业，其中出口目的地为新兴和发展中国家的相关担保额占全部担保额的 80%。排名第一的是俄罗斯。

- 投资担保

投资担保主要帮助德国企业在发展中国家、新兴市场国家及转型国家投资时更好应对政治风险，对企业海外经营的政治风险予以担保。2016 年，联邦政府

投资担保额为 43 亿欧元，投资项目 72 个，涵盖 22 个国家。25%的申请者来自于中小企业。

- 融资支持

德国政府还通过灵活、有效、多样的融资服务支持企业出口和对外投资。提供融资服务的主要机构是出口信贷银行（AKA）、复兴信贷银行（KfW）、德国投资发展公司（DEG）。AKA 主要支持出口贸易及国际贸易融资，复兴信贷银行主要支持项目融资和出口融资以及大型项目的结构性融资，德国投资发展公司主要支持私有企业在发展中国家或新兴市场国家的投资。

3. 全方位信息服务网络

- 政府部门发布法规和政策信息

各级经济主管部门负责对外经济事务，在部门官方网站发布国内相关政策信息。全球 220 个驻外使领馆调研并掌握驻在国经济、税收、投资法律法规等政策信息。企业在对外投资遇到困难时，驻外使领馆是主要求助对象之一。

- 联邦外贸与投资署经营专门网站

受联邦经济部委托，联邦外贸与投资署经营德国对外经济门户网站 iXPOS，网站汇集了来自 70 多个机构和组织有关企业“走出去”的信息。同时通过网站发布、出版信息手册和杂志及邮件推送等方式，为德国企业提供国外市场信息，包括目的国经济形势、行业趋势、法律和海关规定、项目招标信息、企业合作意向等。

- 德国海外商会提供广泛服务

服务范围包括：驻在国市场及产品分析、商务咨询、公司研究、展览代理、项目咨询及跟踪、法律和关税咨询、职业教育和培训、商业伙伴介绍等。2006

年德国海外商会打造了 DE international 服务平台，为德国企业，特别是中小企业“走出去”提供专业的市场服务，企业可根据自身需求选择国家、行业及服务内容。

- 德国经济之家搭建对接平台。

德国经济之家搭建对接平台（也称“德国中心”），主要设在重点新兴市场国家，汇集了联邦、各州政府和德经济促进机构的力量，为中小企业开拓海外市场提供优惠办公服务，通过组织研讨会、论坛等为德国企业与当地企业建立联系搭建平台。

德国企业“国际化”成绩斐然，离不开官方机构的引导支持，德国政府为支持企业“走出去”可以说是使出了浑身解数，不少成功做法对我们也有借鉴意义。但另一方面，德国企业严谨高效的管理文化、稳健踏实的经营风格、精益求精的创新精神，是“德国制造”国际竞争力真正的源泉。中国企业“走出去”才刚刚起步，仍然面临不少风险和挑战，只有杜绝急功近利的心态，努力积累技术、品牌、渠道等各项竞争优势，不断提高国际化经营能力，才能做到行稳致远。

(二) 投资行业的规定

德国是一个对外国投资者比较开放的国家，在法律上，外国企业和本国企业受到同等待遇。德国没有专门为外资企业制定的法规，外国投资者对企业的拥有权、外资公司组织形式以及其资本流动不会受到特殊的限制。

【重点推荐行业】根据中国政府发布的《对外投资国别产业导向目录》，结合德国政府投资促进机构发布的招商信息，推荐中国企业赴德国投资电气机械及

器材制造、医药制造、化学原料及化学制品制造、电子设备制造、贸易、分销、交通运输、金融以及研发等产业领域。

【禁止投资的行业】德国没有针对外资企业制定的专门法规，也没有外资企业管理的特设机构。德国对外资的市场准入条件基本与德国内资企业一样，允许德国投资者进入的领域一般对外国投资者也不限制。随着德国私有化进程的发展，原来禁止投资者进入的如水电供应、基础设施、能源、医药等领域现在也已对境内外投资者放开，但须对投资者个人的经济实力和技术能力等方面进行调查，对投资项目进行审批。目前德国明确禁止投资者进入的领域只有建设和经营核电站和核垃圾处理项目（根据德国《和平利用核能及核能风险保护法》）。即使是投资武器生产项目，德国的《武器法》也只是规定，如果不是德国籍投资者，项目有可能不被批准。

【需要特殊批准的行业】在德国，从事某些行业和经营某些项目需要向有关部门（大多为当地的工商管理部门）提出申请，以获得经营许可或者生产许可。这些审批制度的目的在于，根据不同行业的不同要求，保证企业有足够的人员、技术或者经济实力，以及企业必须拥有的可信度、必要的专业知识和经验。需要审批的行业包括：银行、保险业；拍卖业；出售含酒精饮料的餐饮业；武器、弹药、药品、植物保护剂的生产及其销售；炼油和蒸馏设备的生产和销售；发电和供暖厂；动物的批发和零售；运输和出租公司等等。《联邦排放保护法》对企业的各种排放制定了严格的审核规定。同时，在《药品法》、《武器法》、《旅店法》、《监理法》等法规中也都制定了不同的审批规定。再如德国的《反限制竞争法》规定，对企业进行超过 25%的收购要得到卡特尔局（卡特尔局负责实施《反对限制竞争法》）的批准。需要审批的理由很多，涉及到各种行业、不同领

域和不同层次的管理。通常，德国政府认为，对限制外资进入的领域，没有必要制定限制政策和采取措施，只要在审批过程中按有关规定对不允许的项目，不予受理就可达到限制的目的。

【需要具备技师证的行业】在德国从事某种手工业经营活动，需要投资者有相应的技师证，或者雇用拥有技师证的人员担任企业领导。工程师、大学毕业生和通过国家考试的技术人员不需要技师证便可开展经营活动。现在，需要具备技师证才能开业经营的手工业行业减少到 41 个，主要涉及建筑业、机械行业、电气业、医疗业等。在德国有 53 个手工业职业不需要技师证。

（三）投资方式的规定

【外国“自然人”投资】任何人（无论国籍或居住地）均可在德国成立公司。就对公司的投资来讲，所有的自然人和法人都是平等的，一般来说，《德国公司法》并没有对外国人（自然人或法人）投资德国公司设有任何限制。但在一些特殊条款下，外国人将会受到一些特殊的限制（比如在特殊敏感领域投资，如国防工业）。因此，任何外国人（自然人或法人），无论国籍，都可以成为不同公司形式的股东。

【投资方式】外国投资者可通过新建企业、入股、兼并与收购等方式在德国投资。德国对外国投资实行较为宽松的准入政策，对外国投资建设开发区、出口加工区或工业园区以及设备出资开展投资合作没有明确规定。

【外资并购法律依据】德国没有专门的并购法，关于并购的法规散布在民法、商法、公司法、反限制竞争法及对外经济法的各行业法规中。特别引人注目的是

2009 年生效的《对外经济法》及《对外经济条例》的第 13 次修正案，其中新增了对外资并购审查条款。

【政府干预】如经济部认为收购项目危害德国公共安全和秩序，有必要干预，需得到联邦政府同意后方可实施。国家公共安全和秩序的定义，参照欧盟法律及欧洲法院的判决。德国经济部对已完成的收购项目可实施的干预措施有两种：一是禁止或限制投资者在收购后行驶股东表决权，也就是限制外来投资者对德国企业重大事项施加影响；二是取消此次收购，委托财产管理公司将项目复原到收购前状态。为确保项目不受审查收购干预的影响，可以预先向德国经济部申请，要求开具收购项目不影响德国公共安全和秩序的证明。

【外资并购审查】德国《对外经济法》与《对外经济条例》修正案中增加了外资审查并购的条款：德国联邦经济与能源部对外国投资者收购德国企业 25% 以上的收购项目拥有审查权。来自欧盟和欧洲自由贸易联盟之外的投资者，外国投资者在欧盟内设立的分公司或工厂视为投资行为。既包括外国投资者直接收购的股权，也包括其通过下属公司或与其它公司协议间接控制的股权。自收购合同缔结之日的三个月内，或参与收购者公开宣布其收购要约发起的三个月，在审查有效期内，若德国能源与经济部决定审查，将通知企业并要求递交有关收购的材料。材料范围由经济部决定，并在联邦公报上予以公示。在企业递交完整材料之日起 2 个月内，德国联邦能源与经济部必须做出是否对收购企业干预的决定，并向联邦政府汇报审查结果。

三、在德国投资注册企业基本程序

（一）设立企业的形式

在德国，投资设立的企业形式主要包括人合公司和资合公司两大类。

人合公司系指两个或两个以上以其全部资产对公司的债权人承担无限责任的自然人或法人注册成立并进行经营管理的公司，主要有无限责任贸易公司（Offene Handelsgesellschaft，OHG）、两合公司（Kommanditgesellschaft，KG）、有限责任两合公司（GmbH & Co. KG）等形式。

资合公司系指一个或数个以达到法律规定的最低注册资本做资本金的自然人或法人注册成立的公司，主要分为有限责任公司（Gesellschaft mit beschränkter Haftung，GmbH）和股份公司（Aktiengesellschaft，AG）这两种基本形式。

（二）企业注册的受理机构

在德国，企业家作为自营业者分为工商业者和自由职业者，由财税局管理。中国企业来德投资一般是以工商业者的身份注册公司。工商业者依照营业额可分为小工商业者和商人。对于年营业额不超过 26 万欧元、收益不超过 25000 欧元的小工商业者只需要在工商局（IHK）登记簿注册即可；对于有较高营业额及盈利的企业，则必须设立符合法律形式的企业，并在商业登记簿（Handelsregister）注册。

（三）企业注册的主要程序

1. 营业申报

凡在德开展营业活动的,均需履行申报手续。申请者应书面向当地政府的“经济与秩序局”（有的地方称“营业登记管理处”）进行营业登记，领取营业执照（Gewerbeschein）。扩展营业范围时，比如在经营范围内或作为附加营业在公共场所安装自动售货机（如售香烟或糖果），也需要申报。申报表的副本将由上述机构分别送达当地的税务局、职业合作社和工商会，自己不必再分别另行申报。如果违反条例，未申报或未及时申报，将被处以罚款。申报费用较低，一般是 18 欧元。如果需要审批，则需另交审批费。

如果是个体企业，由企业主申报；有限责任公司由总经理申报；两合公司由无限责任股东申报；民法公司或无限责任公司由股东申报；股份公司或注册协会由董事长或理事长申报。

如果是法人（如有限责任公司），还需提供商业登记注册复印件；需审批行业的批文；如果是手工业企业，须提供“手工业卡”（Handwerkskarte）。

2. 商业登记注册

公司必须以经营对象或者以全体股东的姓名或至少一名股东的姓名加上表明公司形式的附注作为公司的商业名称。除股东外，其他人员的姓名不得用于公司的商业名称。资合公司的商业名称必须附有“有限责任公司”或“股份公司”的字样。公司的名称不可使人对公司的营业范围产生误会，并且应与已经在法院办理过登记的当地其它公司的名称有明显的区别。

注册费用因注册资本多少而不等，通常包括法庭费、公证费、登报费以及咨询费等。人合公司注册费约 250 至 400 欧元；有限责任公司最低注册费约 750 至 1000 欧元；股份公司最低注册费为 1500 至 1750 欧元。此外，如果向律师等咨询，还应该加上这方面的费用。咨询前应先问清楚价格。

在登记注册之前，有限责任公司缴付现金出资总额至少要达到法定最低注册资本的 50%，即 1.25 万欧元，其余部分可以用实物出资，实物出资必须在公司登记之前向公司缴付完毕。此外，如果公司是由一人设立，设立人还必须为未缴付的资本余额提交担保。股份公司注册资本可用现金、实物缴付，但实物出资需要经过评估确定实物价值。

按照德《商法典》，成立公司必须在地方法院以公开可信的形式，即通过公证进行商业登记注册，以载入商业登记簿。商业登记簿分 A、B 两类。单个商人和人合公司登记入 A 类（注册号为 HRA...），资合公司登记入 B 类（注册号为 HRB...）。股份公司商业登记注册手续较复杂，办理之前请向有关公司法、经济法律师或税务顾问询问。登记手续必须由地方法院认可的公证师办理，公证师向地方法院提交由公司董事长（总经理）签名的商业登记申请，并附带下列材料：

（1）经过公证机构公证的国内母公司营业执照副本，同时必须提供母公司授予的经过公证的董事长（法人）授权书正本和经我外交部领事司或有关省市外办及德驻华使（领）馆领事部认证的德文译本；

（2）翻译成德文的公司章程的原件或经过官方证明的复印件；

（3）股东名单；

（4）股东授权书；

（5）公证师出具的证明；

（6）护照（用于个人登记）；

（7）居留与工作许可；

（8）营业执照（也可先注册再办营业执照）。

如果是通过委托成立公司，需要提交翻译成德文的委托书原件或经过官方证明的复印件。

公司的商业登记注册需要在德《联邦公报》和地方报纸或《法兰克福汇报》、《世界报》等全德性报纸上发表公告，正式注册才算完成。注册之后不需要再到其他报刊等媒体公告。[18]

18 资料来源：http://de.mofcom.gov.cn/article/jjzx/200905/20090506283445.shtml

第三章 广播影视业

一、德国广播影视业发展概况

（一）电影行业概况

【概述】电影业是文化创意产业的重要行业之一。该领域中，最重要的组成部分是许多独立的艺术家，这几乎占据了影视行业所有参与者的一半。除此之外，该行业还包括电影、电视和录像片制作人、电影租赁和视频节目提供商，即自由电影制作人以及电视台或广告的“供应商”，此外，电影院运营商也包括在该行业中。电影行业不仅提供了一个个激动人心的故事，而且它具有极大的经济效益，其价值不仅体现在该行业内，在其外也有体现。联邦经济部 2017 年的一项研究显示，德国影视业的 16 万余名员工创造了约 245 亿欧元的收入，其中电影、电视、影像生产制作所占份额最大。在整个行业中，每增加 1 欧元，就可以在整体国民经济中实现 1.60 欧元的增值。因此，电影业具有极大的吸引力，并且是经济增长的重要拉动力之一。

【就业】根据初步计算，2018 年电影行业中低薪工作人员数量为 21900 人，核心从业人员为 61100 人，其中有 41900 人为受雇员工。核心从业人员与需缴纳社会保障金的员工数量大致与 2017 年持平，与 2010 年数据相比增长了近 7 个百分点，从 2014 年开始整体上呈现上升趋势。

【生产总值】从电影行业的生产总值来看，2010 年开始，德国呈现较为稳定的上升趋势，尤其是 2016 年的产值相比较 2010 年上升了近 12 个百分点，但 2017 年的总产值相比 2016 年下降了近 10%，而 2018 年更是以 73 亿欧

元的总产值继续呈现下滑趋势，该年水平略低于 2010 年的总产值。此外，电影行业的销售额（98 亿欧元）虽略有下降，但仍比 2010 年高出约 10.1%。

【电影院】2017 年德国电影院首映的长片电影（即长于 59 分钟的电影）共有 247 部，其中包括 141 部故事片和 106 纪录片。141 部故事片中德国与外国合作制作的影片有 61 部，占比约 43%。每年所制作电影数量有所不同，其中从 2007 年到 2017 年纪录片的数量翻了一倍以上（2007 年：50 部；2017 年：106 部）。2017 年首次上映的电影中，无论其制作国家，有 78 部电影被电影评审机构评为“特别有价值”，另有 26 部被评为“有价值”的电影。据计算，2017 年电影的平均制作成本，即德国制作和德国与外国合作制作的电影成本平均值为 310 万欧元，2014 年的电影平均制作成本较高，达到 690 万欧元。

2017 年，德国电影院共计放映 653 部影片，其中包括 509 部故事片和 144 部纪录片。自 2013 年以来，首映的故事片数量普遍增加。美国电影的份额最大（占比 31%，共计 157 部），其次是德国电影（占比 28%，共计 141 部）。但 2014 年（德国：149 部故事片；美国：145 部）与 2016 年（德国：166 部故事片；美国：151 部）情况相反，国产电影的比重相对较大。2013 年至 2017 年期间，法国电影放映的比例从 6%增加到 11%。

2017 年电影院共计使用 4803 个电影放映厅。2017 年电影院总数为 1672 个，共有 4803 块银幕，共计 789279 个座位。全德范围内拜仁州和北威州的电影院和影厅数量最多，两州分别有 284 和 267 个电影院，以及 884 和 850 个影厅。全国平均每个席位有 105 名居民观看，在莱茵兰-普法尔茨州，每个席位约有 125 名公民观看，该数量略高于全国平均水平，而在不来梅（58），柏林（68）和汉堡（99）的每个席位可供公民看电影的数量则少于 100 人。

十年数据对比显示，德国电影院的数量从 2007 年的 1016 个减少到 2017 年的 899 个。同时，场馆数量从 1812 减少到 1672 个。此外，特殊形式的电影院，即汽车电影院、电影节、露天活动（露天舞台）、社区电影院、中小学/大学/协会组织的电影活动等，共计 615 家。这些特殊形式的电影院约占总电影院数量的 13%。不计露天舞台或露天活动的特殊电影院形式，2017 年电影院访问量约为 540 万人，电影票价在 2.34 欧元（教育机构电影院的平均票价）到 8.40 欧元（汽车电影院的票价）不等。电影院的组织者和运营商的总销售额为 3450 万欧元。

平均每人去电影院次数最多的德国的三个城市为：柏林、汉堡和不来梅。柏林平均每人去电影院看电影的数量达 2.6 次，不来梅为 2.5 次，汉堡为 2.2 次。全德国平均每人去电影院看电影的次数为 1.5 次，电影票的平均价格为 8.63 欧元。

2017 年共售出 1.223 亿张电影票。以售票数量衡量参观次数可知北莱茵-威斯特法伦州最高（2460 万次参观，占所有参观的 20.1％），其次是巴伐利亚州（2150 万次参观，占所有参观的 17.6％）。在萨尔（Saarland）购买电影票的数量最少（110 万次访问，占所有访问的 0.9％）。

根据发行商的访问量的统计数据，德国电影所占的市场份额随时间而波动，2002 年约为 12％，2015 年约为 28％，2017 年，德国电影占到了市场份额的 24％，而相比较美国电影的市场份额则较高，约为 64％。

2017 年去电影院看电影的最主要原因是电影主题。电影资助机构（FFA）提供的关于“电影院观影者”的研究报告显示了关于电影观众的社会人口统计以及去电影院观影动机的信息。2017 年有 29%的观影者是由于对电影主题的兴

趣而去的电影院，其他影响因素包括，例如电影续集的推出，或是社交因素的影响，例如去电影院看电影是可供选择的与朋友或家人共同进行的社交活动。约有2500万人表示曾至少一次去过德国电影院，其中女性观影者的比例居多，占比54%。

2017年德国电影院销售额共计约10亿欧元。据德国电影院运营商关于电影市场的报告指出，2017年票房总营业额为10.5亿欧元。研究表明，2017年，除门票外，电影院内其他服务产生了5.17亿欧元的收入。此外，2007年到2017年间，电影院内其他相关服务消费额也上涨33%，2010年买爆米花、可乐所支出的费用达3.89亿欧元，2015年增值最高，增值达5.49亿欧院，当年的电影票销售额也相对较高，为11.61亿欧元。[19]

（二）广播行业概况

与其他行业相比，广播行业的指标变化相对较小。2018年低薪从业人员人数为1600名，与2017年相比浮动比例超过5%，广播行业所有雇员中的低薪工作人员所占比例仅为3.7%。2010年以来，需缴纳社会保障金的员工与核心从业人员的数量呈现稳步上涨趋势，与2010年水平相比，这两类人员比重分别上涨了约18.1%和10.0%。低薪工作人员的数量呈现明显的下降趋势，该比重相比2010年降低了近二十个百分点。

广播行业的总产值和销售额较上一年分别增长约0.3%，这分别与2017年的总产值（约为77亿欧元）和销售额（约为104亿欧元）水平持平。数据统计显示，核心从业人员的人均营业额可达242300欧元，在整个文化和创意经

19 资料来源：
https://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KUK/Navigation/DE/DieBranche/Filmwirtschaft/filmwirtschaft.html

济领域中最高。广播行业共有 17808 家公司，营业额的大部分来自电视广播行业，电视广播行业营业额占广播行业总营业额的 78.4%。

2017 年，德国共有 56 个公共广播电台播放了将近 50 万小时的节目，其中西南广播公司（Südwestrundfunk，简称 SWR）所拥有的八个广播频道占比最高（15%），其次是北德广播公司（Norddeutscher Rundfunk，简称 NDR）（14%），该公共广播电台的广播节目主要分为两类，其中 54%为音乐类节目，45%则为信息播报类节目。而从总体上来看，音乐类节目的比重明显较高，达到近三分之二（62%）的比重，剩下三分之一的比重（37%）是信息播报类节目。私人广播电台数量相对较多，有 269 个，其中区域性广播频道占 69%。

私人广播电台的收听人数平均为 3800 万，高于公共广播电台的收听人数。据媒体分析协会（Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e. V.，简称 AGMA）数据统计，听众平均每天收听广播的时间约为四个小时，其中周一到周五通过 FM 收听私人广播电台的听众平均约有 3800 万人，而收听公共广播电台的听众则为 3570 万。

（三）电视行业概况

德国的电视业竞争激烈，与大多数国家相比，即使是最受欢迎的频道也只能获得适度的受众份额。一方面，有两个公共服务广播网络 ZDF 和 ARD。自 2016 年 10 月 1 日起，ARD 和 ZDF 根据他们较为年轻观众的观看习惯，通过 YouTube、Facebook、Snapchat 和 Instagram 等类似服务或专用网站 funk.net 及其自己的应用程序在互联网上专门提供了针对年轻观众的节目。另

一方面，商业电视由两个媒体集团控制：ProSiebenSat.1 Media AG 和 RTL Group（主要股东：贝塔斯曼）。他们拥有大大小小的国家商业频道的大部分股权，并在电视广告市场中占有大部分份额，这是欧洲最大的电视广告市场，年收入超过 40 亿欧元。德国的付费电视市场仍然相对较小：两家领先的平台运营商（Sky 和 Deutsche Telekom）加在一起的用户不到 800 万。

2016 年，德国电视台收入约为 204 亿欧元，2006 年以来这一数值的增长主要是由于私人广播业务收入的增长。总收入的 38％来自广播电视费的贡献，这主要来自公共电视广播。商业广告占收入的 28％，其他收入占 31％。将公立电台与私营电台收入分开来看，公立电台的收入主要依靠广播电视费的缴纳，约占收入的 80%；相比较私营电台的收入来源则比较丰富，其中约 48%来自广告位，22%来自付费电视（Pay-TV）和视频点播（Pay-VoD），而剩余的 18%则来自电视购物。公立电台的费用（无线电费/基本费或电视费）从上世纪 50 年代开始逐渐增加，2013 年引入了新的费用规定，无论有无设备每家住户需要缴纳每月 17.98 欧元的广播电视费,这一数值自 2015 年 4 月 1 日起改为每月 17.50 欧元。

【私人家庭电子设备】为了能够利用广播公司的产品，必须要有接收设备，例如电视、DVD、蓝光播放器或收音机。经济计算统计（Laufende Wirtschaftsrechnung，简称 LWR）最新结果显示 2017 年德国共有 98％的私人家庭拥有电视，约 87％的家庭中有平板电视，而在 2007 年，这一比例仅为 9％。从 2007 年到 2017 年，DVD 和蓝光设备在私人家庭的设备总体比例上仅略有上升（从 63％上升到 65％），并且在不断变化中，在 2012 年达到最高峰 72％。随着智能手机的出现，移动影像也可以在智能设备上得到观看，智

能手机在私人家庭设备中的比例逐渐升高，从 2007 年的 82%上升到 2017 年的 96%。西部与东部的联邦州（包括柏林）之间的私人设备差异并不明显。

2016 年，德国公共与私人广播电视频道共计 317 个，但两种类型的电视频道内容相差较大。2016 年公共电视台共计提供 22 个电视频道。据“2016/2017 广播电视频道经济状况”研究显示，私人电视频道有 295 个。德国公共广播联盟（ARD）与德国电视二台（ZDF）信息播报所占的份额最大，分别约为 37%与 44%，因此公共电视频道更专注于信息播报。在私人电视台中信息播报份额最大的节目是 RTL，高达 21%。RTL 与 Sat.1 所提供的如访谈类等非虚构娱乐类的最多（Sat.1 占 43%），其中多以时事形式出现。与之相反，ProSieben 所提供的节目类型多为虚构类娱乐节目（例如，电影、电视剧等），该类型节目的播放时长占该电视台所有节目播放总时长的 65%，其中以播放电视连续剧为主。

2017 年公立电台所占市场份额最高，德国电视二台在 2017 年所占市场份额最大（13.0%），其次是德国公共广播联盟（11.3%）。德国公共广播联盟在各州有独立的电视频道，被称为“第三频道”，这些区域类的第三频道在全国范围内的市场份额共计为 12.8%。私人电台中 RTL 所占市场份额最大（9.2%），其次是 Sat.1（6.7%）和 VOX（5.1%）。电视使用时间：年长的观众平均每天看电视时长最长，为 380 分钟。据统计，2017 年德国国民平均每日看电视时长为 319 分钟，其中 50 岁以上的高龄观众平均每天看电视时长为 380 分钟，而 14 至 29 周岁或是 30 至 49 周岁的观众平均看电视时长则分别为 229 分钟及 283 分钟。从收视率来看，电视消费从白天下午 3 点左右到晚上 9 点左右为高峰期。

2017 年德国最受欢迎的三个电视节目为:“电视决斗,默克尔——舒尔茨”、体育赛事、“犯罪现场”。2017 年年度热门单次电台节目为体育赛事的播放,例如联合会杯智利对德国的比赛,其所占市场份额最大(42.7%)。其次,比较热门的单次播放节目为“犯罪现场”,2017 年 20 个热门电视节目榜单中 8 个犯罪现场报道。联合会杯智利对德国的比赛在电视机前吸引了 1490 万观众,紧随其后的“犯罪现场”的一期节目,观众达到 1460 万。在一些偶数年份中,足球世界杯或欧洲冠军杯的播出率通常占主导地位。将年龄作为对比因素,则可以看出公立电台对 30 岁以上的观众的吸引力比较大,而像 RTL 和 ProSieben 等私人电视台的主要消费群体为 14 至 29 岁的青少年。针对 3 至 13 岁的儿童来说,则倾向于收看儿童频道(Kinderkanal,简称 KiKa)提供的节目。如果不看节目单期的收视率,而是关注电视节目整体的收视率,那么 2017 年通过 ARD,ZDF,RTL 和 Sat1 观看“电视对决,默克尔 -- 舒尔茨”的观众总数为 1630 万,观看人数所占的市场份额最大,达 46.1%。

二、德国广播影视业相关政策

(一) 德国广播电视管理与政策法规

德国的公共服务广播主要由广播费用提供资金,由私人家庭、企业和公共机构支付。公共服务广播公司为此专门设立机构负责收费。自 2013 年 1 月起,广播费(Rundfunkbeitrag)通常是以居住和办公机构的地点进行征收,而不再是按照为连接广播而安装的接收设备来收取费用。联邦州的州际广播条约规定了谁必须支付多少钱的细节,该条约还规定了向 ZDF 分配收入的过程:一个独立的专家小组(KEF)定期检查公共广播公司的财务需求,以及建议适当的费用

水平。然后由 16 个州议会决定该费用，通常为四年。收入由 ZDF、公共广播协会 ARD 的区域成员电台和国家广播电台 Deutschlandradio 分享。从大多数家庭支付的 210 欧元的标准年度广播费（从 2009 年到 2015 年 4 月 1 日不变；然后从 215.76 降低到 210 欧元），ZDF 会获得 51.8 欧元的份额。特殊广告法规规定作为公共广播公司，从周一到周六，每天最多不得超过 20 分钟的广告，并且不得在晚上 8:00 之后或在星期日和公共假日播广告。相比之下，广告规则对商业竞争对手而言更为宽松，允许它们在每个计划小时内最多填满 20％的广告，相当于每天最多可以有四个小时的广告时间。

德国电影产业是德国视听部门的另一重要组成部分。与电视产业相比，虽然不占据市场的主导地位，但它所具备的文化传承功能，产生的巨大经济收益以及社会效应已经成为全球各个国家和地区关注的政策焦点之一。自 20 世纪 80 年代以来，美国的“好莱坞影片”在世界范围内全方位地渗透，对美国以外其他国家与地区人们的生活习惯、思维方式以及文化认同都产生了深刻的影响，观看“好莱坞电影”不再仅仅是一个消遣娱乐的问题，它已经具备了一定的政治文化涵义。为了保护与扶植民族工业的发展，提升自身的世界文化地位与形象，各个国家与地区纷纷制定了电影产业的发展战略。

德国在电影市场上采取的一系列政治举措就是这种政治考虑的结果之一，其主旨是处理好民族文化自治与电影市场的贸易自由之间的关系。与电视市场相比，德国政府在进口和出口电影产品方面并没有施行太多的管制措施，它主要通过以下两种方式对电影与电视方面的贸易施加政治影响：

- 公共电视台主要播放德国的电影，其播放的外国影片数量明显少于私营电视台，而且一般通过自行制作或国内订货的方式来丰富播放内容。因而，美国

的影片在德国的视听市场上并不占据主导地位。值得注意的是，德国电视或电影市场上播放的影片一律被译成德语，其主要目的是为了保证语言与文化的纯洁性。

- 德国政府（包括联邦政府与各州政府）对国内的电影与电视制作均给予财政上的补助，对其国内视听产业大力扶植，力图提高它们在国际市场上的竞争力，尤其是中小企业。在国际层面上，1993 年在“乌拉圭回合”谈判中欧盟成功地将“文化例外”条款写入《关贸总协定》，为限制美国的视听产品进入欧洲市场（包括德国市场）奠定了法律基础。以下笔者从这种财政补贴的数量与德国电影市场的结构两个方面对德国政府的政治干预所产生的效果分别加以论述。[20]

（二）德国电影行业资助政策

联邦政府大力支持德国电影产业。在德国，参与电影资助项目的机构组织与个人有很多，例如其主要支持者是联邦政府，其下属的德国联邦电影基金会（Deutscher Filmförderfonds，简称 DFFF）、德国电影基金（German Motion Picture Fund，简称 GMPF）、联邦政府文化与媒体专员（Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien，简称 BKM）专属的文化类电影资助项目、电影促进署（Filmförderungsanstalt，简称 FFA）以及各联邦州自己的电影资助计划和电视台。这些资金可用于不同的方面以及不同类型的工作，例如，电影促进署支持“从经济和文化的角度对于不同种类电影在各个阶段的创作和开发：从剧本的开发到制作再到出租、发行光碟等”。[21]

---

20 张生祥.全球化时代的德国电影产业政策与市场结构[J].当代电影,2007(05):142-144.
21 资料来源：https://www.ffa.de/foerderungen-und-antraege.html

经电影促进署等对重点电影资助商和资助金信息的汇编整理，2017 年德国电影资助资金共计约为 3.41 亿欧元，其中德国联邦政府共计资助约 1.78 亿欧元（约占总资助额的 52%），其下属的联邦政府文化与媒体专员所提供资助金最多，为 9021 万欧元，其次是电影促进署 7692 万欧元，德国电影基金会提供 1000 万欧元，德国青年电影董事会（Stiftung Kuratorium junger deutscher Film）则约为 72 万欧元。在各地州所属的资助金会中对电影资助力度相对较大的三个机构分别为巴伐利亚影视基金会（FilmFernsehFonds Bayern，简称 FFF，提供 3885 万欧元）、柏林-勃兰登堡媒体促进公司（Medienboard Berlin-Brandenburg，简称 MBB，提供 3149 万欧元）以及北威州电影基金会（Filmstiftung NRW，提供 2882 万欧元）。

（三）联邦政府电影行业的扶持政策

联邦政府文化和媒体事务专员（BKM）2017 年至 2018 年针对德国联邦电影基金会（DFFF）、德国电影基金（GMPF）和文化电影促进协会（kulturelle Filmförderung）制定了电影行业相关的扶持政策和准则。一方面，为文化导向型的资助计划提供资金以及奖励政策，另一方面，联邦政府建立了相关的基金会，例如，德国电影基金（GMPF）或德国联邦电影基金会（DFFF）。

德国政府颁发的电影奖项如下：

【德国经济电影奖】德国经济电影奖是德国存在时长最久的电影奖之一，每年颁发一次，授予来自经济领域或与经济有关的最佳电影奖项。

【德国电影奖】德国电影奖，又称德国电影劳拉奖，联邦政府每年为最佳故事片、纪录片和儿童电影颁发德国电影奖，以及杰出个人成就奖。

【德国短片奖】德国短片奖是德国短片领域的最高奖项。所颁发的短片奖项类型有最佳故事片、纪录片、动画电影和实验电影等。

【德国剧本奖】为了促进优秀剧本作品的创作，联邦政府每年都会颁发德国剧本奖。获奖者将从三本提名的剧本中选出。

除奖项外，各个领域的有雄心的艺术电影通过直接的项目为其提供相关的财务支持：

【长篇故事片和纪录片制作资助】为了提高德国电影的艺术地位，联邦政府支持长篇故事片和纪录片的制作。

【短片制作资助】短片资助金主要用于培养年轻人才。目的是使年轻的电影制作人能够独立地开发创新思想。

【儿童电影制作资助】联邦政府的儿童电影基金会旨在为德国高质量儿童电影的艺术制作创造有利条件。

【长篇故事片剧本资助】联邦剧本资助的目的是促进高品质剧本的创作。

【对长篇儿童电影的剧本资助】自 1992 年以来，联邦政府通过一项特殊的资助计划促进长篇儿童电影良好剧本的创作。

【长篇儿童电影的开发项目】自 2005 年以来，联邦政府还支持长篇儿童电影的开发项目。

【发行资助】商业电影发行人可以申请资助金，为具有艺术地位的德国电影的发行提供前期费用。

联邦政府建立了相关的基金会：

【德国电影基金】德国电影基金（GMPF）联邦政府通过“德国电影基金（GMPF）”支持国际联合制作的长篇故事片以及连续剧的制作。这项资助计划

激励数字电影在德国的制作，并帮助提升德国作为电影拍摄地的国际地位，使其在国际上更具吸引力。

网址：www.bmwi.de

【德国联邦电影基金会】“德国联邦电影基金会”（DFFF）支持在德国制作可在电影院放映的影片。在德国花费的电影生产成本中，最多可以报销 20%。这些措施旨在加强德国作为电影拍摄地的国际地位，并提高德国电影的竞争力和质量。除了资助长篇电影的生产制作外，该项目还为短篇以及中篇电影的制作提供资助金。

网址：www.dfff-ffa.de

【电影资助法】电影促进署（FFA）作为公法机构，根据《电影扶持法》（Filmförderungsgesetz，简称 FFG）授予相关的资助金。除此之外，电影促进署的任务是实施促进德国电影发展的措施，改善德国电影业的结构，支持德国电影业的整体经济利益，为德国电影在德国国内的推广和市场评估奠定基础，提升其在国外经济、文化领域的影响力，调整和协调联邦政府和联邦州之间的电影资助金，扶持电影制作人。

网址：www.ffa.de

【创意欧洲】创意欧洲（Kreatives Europa）是欧盟委员会对视听行业以及文化和创意行业的支持计划。

网址：ec.europa.eu

三、德国广播影视行业机构

【德国公共广播联盟】ARD 是德国公共广播联盟，是德国公共广播机构所组成的合作组织。自 1950 年成立以来，联盟内部的合作不断发展，其中最著名的例子是与德国电视一台（Das Erste）的合作。此外，从德甲会议广播到 ARD 媒体库，再到 ARD 青年媒体会都有合作关系。由于在总体任务和流程方面的密切合作，国家广播公司有更多空间来增强其地区形象，并稳固其地位。除了 ARD 的九个地方广播公司以外，其第十名成员是通过税收的方式来筹资的国际广播电台德国之声（Deutsche Welle，简称 DW）。截至 2019 年，共有 20132 名全职员工在 ARD 下属的地方广播公司以及 ARD 联盟工作。为了保持公立电台职位的竞争力，ARD 提供大量的培训以及继续教育的机会，并采用灵活的工作时间模式，使得员工能够更好地协调家庭与工作。此外，ARD 的人事政策目标还包括促进残疾人就业，并提倡男女机会均等，提高女性在工作岗位中的占比，尤其是担任管理职务的比例。多年来，ARD 一直为年轻人提供培训机会，2018 年 ARD 的地方广播公司雇用了 3013 名年轻人作为实习生、志愿者、学员等，还有为超过 1800 名中学生提供了实习机会。地方广播公司为此支出了高达 1540 万欧元的培训费用。2018 年 ARD 地方广播公司的收入总额约为 66.1 亿欧元，资金主要来自公民所缴纳的电视费（85%），其余的资金来源则为广告或赞助（7%）以及其他收入（8%）。

ARD 每年都会通过独立的市场研究和市场信息机构索福瑞集团（TNS Kantar）代表 ARD 向 3000 名德国公民征集意见，以对德国公立电台与私营电台的电视节目信息、信息报道、新闻、政治、论坛等进行评估。结果显示，2009-2018 年间从节目质量、信息内容、新闻记者素养、论坛节目等多方因素

综合来看，德国电视一台（Das Erste）一直被评价为最好的电视频道，其次是德国电视二台（ZDF）。

网址：https://www.ard.de/

【德国电视二台】德国电视二台（Zweites Deutsches Fernsehen，ZDF）是德国的国家公共电视台。它由德意志联邦共和国的 16 个州授权，作为独立的非营利性公司运营。自 1963 年 4 月 1 日起，ZDF 在全国范围内播放，至今仍是德国主要的信息来源之一。此外，ZDF 还运营着两个主题频道 ZDFneo 和 ZDFinfo。与其他公共广播公司的合作包括与德国频道凤凰台（PHOENIX）和 KiKA，以及欧洲频道 3sat 和 ARTE，还包括 ZDF 联合运营的仅提供互联网服务的广播。公司拥有 3600 名固定员工，以及近似同等数量的自由职业者。自 2012 年 3 月以来，ZDF 一直由总干事 Thomas Bellut 领导。ZDF 总部位于美因茨，但在 16 个州的首府设有常驻机构，并在柏林设有专门的编辑和制作机构。对于国际报道，ZDF 在全球 19 个常驻机构设有外国记者。ZDF 提供全方位的通才编程，融合了信息、教育、艺术、娱乐和体育。它的报道既提供了广阔的视野，也提供了德国的全面概况。与 ARD 的收入方式相同，ZDF 除了电视费外（2018 年：18.76 亿欧元），广告和赞助（2018 年：1.71 亿欧元）以及其它收入（2018 年：1.45 亿欧元）是额外的资金来源。ZDF 提供各种各样的节目，从新闻、政治和时事新闻到艺术和科学杂志，从音乐、电影到娱乐节目。与德国的其他渠道相比，ZDF 在社会、政治和经济事务以及艺术和文化领域的报道比例最高。在各类节目中，例如纪录片、艺术评论和科学节目、德国电视电影制作或娱乐节目等，ZDF 一直在制定标准，并定期在观众调查中获得最高质

量的评分。ZDF 的体育报道和儿童节目也是强势品牌。无数的德国和国际奖项证明了 ZDF 对高质量内容的承诺。

除了其主要频道外，ZDF 还运营着两个专题频道。它们于 1997 年首次在数字卫星上发射，此后随着越来越多的观众使用数字电视而变得越来越重要。最近，ARD 和 ZDF 建立了其非线性服务功能。ZDFneo 是两者中比较成功的一个。该频道的内容主要包括德国和国际电视连续剧（重播和首播），还包括电影，以及一些最佳且最具创新性的 ZDF 纪录片、喜剧和脱口秀节目。像其主题姐妹频道一样，ZDFneo 的平均受众比主要的 ZDF 频道年轻得多。ZDFinfo 则全天提供最新的热门新闻广播、介绍政治、全球和欧洲事务、当前社会问题、经济学和消费者建议等领域的各种事实节目。它的许多节目都提供了交互式的观众参与机会，激发了政治问题的辩论，并跨不同媒体整合了信息。

KiKA 是 ZDF 和 ARD 的联合儿童频道，可为最年轻的观众提供优质节目，而且没有暴力内容或广告。ZDF-ARD 的另一个项目是 PHOENIX，这是公共事务和纪录片频道。它专门研究政治辩论、公共事件的深入分析和现场报道。ZDF 和 ARD 还分担 Deutschlandradio 运营的三个国家公共广播电台：Deutschlandfunk，Deutschlandfunk Kultur 和 Deutschlandfunk Nova。欧洲文化频道 ARTE 与国际合作伙伴进行德法合作。它的节目提供多种语言播放，并可在欧洲各地收看。 3sat 是欧洲卫星电视项目，汇集了德国、瑞士和奥地利的德语公共广播公司。基于位于美因茨 ZDF 的频道运营中心，3sat 专注于艺术和文化节目制作。每周在德国公共国际广播电台 Deutsche Welle 的全球频道 DW-TV 上转播几个常规的 ZDF 节目。

在全球范围内，ZDF 在各大洲都有合作伙伴。ZDF 记者和外国记者对国际事件的报道得益于与其他主要电视公司的协议。此外，欧洲广播联盟（EBU）的会员资格对于 ZDF 的联合制作、新闻和节目交换、广播权获取、新技术和媒体政治倡议也很重要。ZDF 还与其他区域广播联盟和国际组织保持紧密联系，并积极参与媒体支持计划，以协助发展中国家的公共广播公司。ZDF 在欧洲的媒体政策领域的利益得到了常驻布鲁塞尔代表的关注。ZDF 国际事务部协调了所有这些活动，该部门也是德国境外对 ZDF 的第一个联络点。ZDF Enterprises GmbH 是一家全资子公司，负责全球节目的发行和收购、国际联合制作、在线版权营销、ZDF 节目品牌的商品销售、ZDF 存档录像带的销售以及其他商业活动。

网址：https://www.zdf.de/zdfunternehmen/factsandfigures-100.html

【RTL 集团】RTL 集团是广播、内容和数字领域的领导者，拥有 68 个电视频道、8 个流媒体平台以及 31 个广播电台。该公司的历史可以追溯到 1924 年，当时卢森堡广播电台首次播出。卢森堡无线电广播公司（Compagnie Luxembourgeoise de Radiodiffusion，简称 CLR）成立于 1931 年。作为欧洲的先驱，该公司以相同的波长用多种不同语言播出其独有的节目。RTL 集团本身成立于 2000 年春季，之前是总部位于卢森堡的 CLT-UFA 与 Pearson PLC 拥有的英国内容制作公司 Pearson TV 的合并。CLT-UFA 成立于 1997 年，当时 UFA（Bertelsmann）的股东和历史悠久的卢森堡电视广播公司 CLT（Audiofina）合并了他们的电视、广播和制作业务。贝塔斯曼（Bertelsmann）自 2001 年 7 月以来一直是 RTL Group 的大股东。RTLGroup 的股票在法兰克

福和卢森堡证券交易所的受监管市场上公开交易，自 2013 年 9 月起，RTL 集团已列入 MDAX 股票指数。

RTL 集团所制作的节目内容遍布于全球，并拥有若干快速增长的数字视频业务。作为欧洲最大的广播公司，其电视业务包括德国的 RTL 电视、法国的 M6、西班牙的 Antena 3，以及荷兰、比利时、卢森堡、克罗地亚和匈牙利的 RTL 频道，RTL 集团的电视频道在八个欧洲国家中排名第一或第二。RTL 集团的内容业务 Fremantle 是世界上最大的脚本和非脚本内容的创建者、生产者和发行者之一。弗里曼特尔（Fremantle）在 30 多个国家/地区拥有由生产团队和公司等组成的国际网络，可以制作 12800 个小时以上的原创节目，并在全球范围内分发 20000 个小时以上的内容。结合其广播公司的流媒体服务（例如 TV Now，6play，Videoland），数字视频网络 BroadbandTV 和 Divimove，以及 Fremantle 的 300 多个 YouTube 频道，RTL 集团已成为在线视频方面的欧洲领先媒体公司。RTL 集团还拥有广告技术公司 Smartclip 和 SpotX，以及国际广告销售公司 RTL AdConnect。

网址：https://www.rtlgroup.com/en/rtlgroup.cfm

【RTL 德国媒体集团】RTL 德国媒体集团（Mediengruppe RTL Deutschland）隶属于位于卢森堡的 RTL 集团，后者又是欧洲第二大媒体集团贝塔斯曼（Bertelsmann SE＆Co. KGaA）的子公司。德国 RTL 媒体集团在德国经营电视频道 RTL，VOX，RTL II 和 ntv。截至 2018 年底，RTL 集团拥有近 16,000 名员工。根据德国电视研究协会（Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung，简称 AGF）和市场研究机构 GfK（Growth from Knowledge）的数据，RTL 是德国最大的私人广播公司，其受众市场份额占总

受众群体（三岁以上）的 8%以上，并且吸引了 14 岁至 49 岁的广告相关目标群体（受众市场份额略低于 12%）。RTL Media Group Germany 在 2019 年的营业额约为 22.6 亿欧元。这比上一年减少了约 4200 万欧元。RTL Media Group Germany 的收入是 RTL 集团 2019 年最强劲的收入部门，RTL 集团 2019 年产生了约 66.5 亿欧元的收入。

2019 年，该电视台的广告总收入约为 31 亿欧元，是迄今为止所有德国电视台中广告收入最高的广播公司。私人广播公司最著名的电视节目包括问答节目“Wer wird Millionär?”（谁想成为百万富翁？），选角节目“Deutschland sucht den Superstar”（德国寻找超级巨星）和真人秀节目“Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!”（我是明星-让我离开这里！）。2020 年，“丛林营地”（das Dschungelcamp）的平均观众份额达到 24.3%。新闻节目 RTL Aktuell 在 2019 年的平均收看人数接近 290 万，这个节目重点关注政治、体育和人类利益领域。

除了 RTL Deutschland，RTL 集团还在德国经营电视频道 RTL Zwei，VOX，Super RTL，RTL Nitro 和 RTLplus 以及 ntv。电视台加在一起达到了观众市场的 20%以上。

RTL 德国媒体集团所播出的内容主要涉及：

时事新闻：在 Mediengruppe RTL 有 700 多人从事新闻工作，在德国的 11 个不同地点设有办事处，包括在科隆的广播总部和在德国首都柏林的新闻工作室，还在 15 个国际地点设有新闻办事处。Mediengruppe RTL 在其频道上提供各种新闻节目，包括“RTL Aktuell”，“ RTL Nachtjournal”和“ RTLZWEI News”。此外，还有其经营多年的新闻频道 ntv。此外，通过其杂志项目“Item

12”，“Explosive-The Magazine”，“Prominent！”或“Exclusiv-Das Star-Magazin”，来为其新闻播报节目作补充。

创新娱乐：在娱乐领域，该公司立志于发展创新，无论是通过内部的生产部门（infoNetwork 或 RTL STUDIOS）开发，还是与外部生产公司合作，都追求能代表 Mediengruppe RTL 的独特、创新、新颖且可以信赖的特点。

独家“必看”节目：希望通过主流产品和“必看”节目来吸引广泛的受众。其中涉及德国国家队的足球比赛、RTL 上播出的“Ich bin ein Star – Holt mich hier raus！（我是明星，请带我离开这里）”和“Das Supertalent”、VOX 上播出的“Die Höhle der Löwen（Lion's Den）”或“Sing meinen Song – Das Tauschkonzert”来为其观众提供 Mediengruppe RTL 专属的节目。

趋势：监视国际市场，通过自身对德国市场的了解寻找潮流趋势，打造适合观众的节目。体现多样性和新方法：除了自己制作的作品外，还提供连续剧和故事片等国际热门内容，以此在其品牌上留下了持久的印记，并获得观众。尽管 RTL 媒体集团仍从美国大型主要制片厂获得具有吸引力的作品的版权，以在其平台上播出这些作品，但他们正忙于寻求新颖的方法：这包括与美国主要电影公司 NBC Universal 的合资企业，利用 RTL 媒体集团的专业知识，共同开发新系列影片。在体育领域，RTL 媒体集团获得了在 RTL 以及 NITRO 或 ntv 上播放顶级赛事的抢先转播权，这些独特的赛事型电视定期吸引观众：这包括一级方程式赛车（Formula 1 racing）、欧洲足球预选赛等。

网址：https://www.mediengruppe-rtl.de/

【德国制片人联盟】德国制片人影视联盟（简称：制片人联盟，德语：Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen）是电影、电视和其他视听作

品在德国制片人利益的独立代表。它拥有约 270 名成员，包括动画、娱乐、纪录片、电视、电影院和广告等领域，代表着最重要的生产公司，因此是德国领先的生产商协会。在国际和国家背景下，制片人联盟代表政治、用户、关税合作伙伴以及媒体和文化产业的所有机构，为制片人的利益服务。制片人联盟的主要目标是为整个制作和媒体市场创造公平的竞争条件，为电影和电视制片人改善经济和法律框架条件，并加强制片人在电影、电视和其他视听作品的生产中作为经济和创意中心作用的公众形象。

由于来自前身组织的公司和众多个人成员的加入，制片人联盟成员的数量从 2008 年 3 月成立时的不到 80 个增加到 2010 年 7 月的 180 多个，增加了两倍多， 2018 年 11 月大约有 260 个成员公司。近年来，约 100 位知名制作人自愿加入了制作人联盟，从而实现了统一几十年来支离破碎的德国电影和电视制片人的目的。制片人联盟的成员公司每年在德国电视、电影和广告电影市场中的销售额大于 80%。

制片人联盟作为其前身协会的后继者，拥有数十年的政治经验，可以发挥行业认可的协会的政治效力和组织影响力。在欧洲，制片人联盟通常会与国家和国际制片人协会和组织合作，维护制片人的利益。在这种情况下，会定期发表有关版权的评论，探讨资助措施的可接受性以及数字媒体共同发展的问题。制片人联盟的代表继续参与主要的国家和国际委员会，包括电影促进署和电影业的顶级组织，以及欧洲动画、cfp-e-欧洲商业电影制片人、FIAPF（电影制片人国际联合会）等国际组织。每年，德国视听制作行业还可获得多于 8000 万欧元的收益，这也得益于制作者联盟在政治决策过程中的大力参与。多年来，制片人联盟通过建立几个子公司，创建卡尔·莱姆勒制片人奖（ Carl Laemmle

Produzentenpreis），参与收藏协会（Verwertungsgesellschaft），参与众多协会和委员会来扩展其能力。

网址：https://www.produzentenallianz.de/

【德国动画公司】德国动画公司（Animation Germany）由动画部门于2017年成立，旨在促进德国动画和视觉特效行业及其公司的国际业务发展，并使其实力在国外可见。德国动画公司提供有关制作、制片人和工作室的信息，搭建网络并创建交流平台。动画德国由制片人联盟和VTFF赞助，并得到德国电影（German Films）和众多资助机构的支持。

网址：www.animation-germany.de

【卡尔·莱姆勒制片人奖】卡尔·莱姆勒制片人奖（Carl Laemmle Produzentenpreis）作为第一个独立的德国制片人奖，卡尔·莱姆勒制片人奖作为终身成就奖，每年颁发给杰出的制片人，同时强调制片人在电影创作和经济过程中的特殊表现。Carl Laemmle制片人奖首次于2017年由电影制片人在好莱坞电影先驱和发起者Carl Laemmle诞辰150周年之际颁发。罗兰·艾默里奇（Roland Emmerich）被授予首个卡尔·莱姆勒制片人奖，次年是里贾纳·齐格勒（Regina Ziegler）。在2018年夏季，Artur Brauner在其100岁生日之际获得了评审团特别奖，卡尔·莱姆尔荣誉奖。

网址：www.carl-laemmle-produzentpreis.de

【PAIQ-制片人联盟资格认证计划】PAIQ-制片人联盟资格认证计划（Produzentenallianz Initiative für Qualifikation），PAIQ制片人资格联盟是制片人联盟的子机构，计划致力于在视听制作领域促进青年人才、培训和继续

教育。它组织了一系列有关电影、电视和广告制作培训的研讨会，并且与业界一起以实用可行的方式培训下一代制作人。

网址：www.pa-iq.de

【制片人联盟服务】制片人联盟服务（Produzentenallianz Services，简称 PSG）作为制片人联盟的全资子公司，制片人联盟服务有限公司提供咨询服务、项目管理、活动管理和其他服务，以促进电影制作公司的业务活动。

网址：www.produzentenallianz-services.de

四、德国广播影视业国际化发展

（一）柏林电影节

柏林国际电影节（英文：Berlin International Film Festival，德文：Internationale Filmfestspiele Berlin）

【主办单位】柏林艺术展出有限公司

【举办活动情况】原名西柏林国际电影节，创立于 1951 年，是当今世界最具影响力、最顶尖的国际电影节之一，国际 A 类电影节之一。与戛纳国际电影节、威尼斯国际电影节并称为欧洲三大国际电影节（世界三大国际电影节），最高奖项为“金熊奖”。柏林国际电影节长期以关注政治和社会现实闻名，宗旨在于加强世界各国电影工作者的交流，促进电影艺术水平的提高。柏林国际电影节原在每年 6-7 月间举行，从 1978 年起提前至 2 月举行，为期 2 周。柏林国际电影节分为“主竞赛”“遇见”“短片竞赛”“全景”“论坛”“特别展映”“新生代”等单元。从 2002 年开始，柏林国际电影节隶属于具有商业性质的“柏林

艺术展出有限公司”。2018 年 5 月，柏林国际电影节入选国际电影制片人协会电影节委员会首批成员。[22]

（二）慕尼黑华语电影节

慕尼黑华语电影节是由慕尼黑孔子学院组织举办的华语电影展映计划，电影节以打造慕尼黑本土文化交流平台为志，通过展示当代华语电影艺术魅力，拓展本地区观众了解中国文化的渠道，同时增进中德电影人之间的交流与互动。作为一个非竞赛类影展，慕尼黑华语电影节立足中国文化的海外传播，旨在展现中国当代电影艺术发展，促进中德文化的交流互赏。2020 年 10 月 19 日，第八届慕尼黑华语电影节在德国南部城市慕尼黑拉开帷幕。受新冠疫情影响，本届电影节首次采取线上和线下节目相结合的模式。[23]

（三）中德电影交流

为促进中德之间电影的交流，中德举办德国中国电影节，该电影节已举办四届，每一届都有许多中国电影参与展映。

【主办地点】德国法兰克福和杜塞尔多夫

【评委组成】德国中国电影节由来自中德两国电影界及媒体的 10 多位代表组成评委会，对参赛影片进行评定。

【发展历史】2017 年 2 月 5 日至 11 日，第二届德国中国电影节在法兰克福和杜塞尔多夫两个城市同时举行。2018 年 3 月 2 日，第三届德国中国电影节

22 资料来源：
https://baike.baidu.com/item/%E6%9F%8F%E6%9E%97%E5%9B%BD%E9%99%85%E7%94%B5%E5%BD%B1%E8%8A%82/186841?fromtitle=%E6%9F%8F%E6%9E%97%E7%94%B5%E5%BD%B1%E8%8A%82&fromid=3312523&fr=aladdin
23 资料来源：
https://baike.baidu.com/item/%E6%85%95%E5%B0%BC%E9%BB%91%E5%8D%8E%E8%AF%AD%E7%94%B5%E5%BD%B1%E8%8A%82/20855833?fr=aladdin

在德国法兰克福开幕。电影节期间，《芳华》、《时间去哪儿了》、《暴裂无声》、《引爆者》等 11 部中国优秀影片在法兰克福和杜塞尔多夫展映。2019 年 2 月 20 日，第四届德国中国电影节在德国西部城市杜塞尔多夫开幕，《阿拉姜色》、《第一次的离别》、《悲伤逆流成河》、《幸福马上来》等 11 部中国影片将在杜塞尔多夫和法兰克福两地展映，并角逐本届电影节最佳影片、最佳编剧、最佳男女演员等奖项。除 11 部竞赛影片外，该届电影节“向大师致敬”单元将展映本届评委会主席、中国著名导演刘杰执导的 3 部影片——《宝贝儿》、《透析》和《捉迷藏》。该届德国中国电影节持续 5 天，获奖名单将于 2019 年 2 月 24 日在法兰克福揭晓。[24]

24 资料来源：https://baike.baidu.com/item/德国中国电影节/23300000?fr=aladdin

第四章 表演艺术业

一、德国表演艺术业发展概况

德国表演艺术领域继续保持良好积极的发展趋势。从 2010 年开始，该行业发展非常成功，所有指标均呈现上涨趋势，其中上涨幅度相对较小的是总产值，但相对于 2010 年水平，也增长了约 20 个百分点。

2010 年至 2018 年，德国表演艺术企业数量增长了约 30.7%，2018 年核心员工人数为 46,200 名，相比 2010 年的水平高出约 39.0%。然而，与 2010 年相比，就业人数增长最快的是低薪从业人群，增长了约 59.4%。表演艺术市场的营业额与 2010 年相比增长了约 57%，2018 年达到了 54.7 亿欧元。

德国表演艺术市场主体可以划分为八个分支。其中 61.4%由独立舞台、电影、电视艺术家组成，构成了表演艺术市场中最大的分支。其次，所占比重较大的两个分支分别是表演艺术服务提供商（占比 14.2%）和文化课与舞蹈学校（占比 11.9%）。此外还有五个分支，所占比重之和仅为 11.6%，包括了剧院和音乐会运营商（6.4%）、独立杂技演员和马戏团公司（3.5%）、私人音乐剧，剧院，音乐厅等（1.0%）、戏剧团（0.9%）以及游艺演出（杂耍）和小型歌舞表演（0.7%）等。在整个表演艺术行业中销售额最高的分支是所占比重相对较小的“剧院和音乐会的组织者”。据计算，该领域中有近 1300 家公司在 2018 年共创造了约 22 亿欧元的收入。

【德国戏剧】20 世纪 60～70 年代的舞台演出特点之一，是对古典名剧进行历史唯物主义解释，要求舞台人物塑造达到思想性和艺术性的完美结合，让观众看到现代人对经典著作的独特理解。具有代表性的演出如柏林剧团上演的由布

莱希特改编的莎士比亚剧作《科里奥拉努斯》，导演是 M·魏克维尔特和 J·坦歇尔； 柏林德意志剧院上演的莱辛的《智者纳旦》，导演是 F.佐尔特尔。古典剧作的大量演出，有向普通劳动者普及人类优秀文化的作用，哈勒剧院在这方面做了许多工作。这个时期涌现了一批很有才能的中年导演，除了魏克维尔特和佐尔特尔外，还有 B.比佐、F.贝涅维茨、H.逊涅曼等。70 年代初，有的剧院提出把剧院建设成为人民群众文化精神生活中心的口号，吸引广大观众参加剧院建设，形成剧院与观众的新型关系。观众学作为一门新兴的艺术科学被广泛应用，把观众作为艺术生产的不可缺少的对象系统地加以研究。80 年代，民主德国的戏剧界思想更趋活跃。一些原来受到批判不能演出的剧本被搬上了舞台，对西欧资本主义国家的一些表演流派给予了更多的注意。一个明显的变化是，德国现实主义传统学派、斯坦尼斯拉夫斯基体系和布莱希特表演剧方法，由过去的各自独立逐步走向彼此吸收、相互融合，从而出现了一个探索、创造新的舞台表现方法的局面。1983 年德意志剧院上演毕希纳的《丹东之死》，中年导演 A.朗克大胆地突破传统表演手法，在布莱希特表演剧方法基础上，吸收了现代表演方法，给观众留下了深刻印象。朗克于 1986 年应联邦德国慕尼黑小剧院邀请执导席勒剧作《唐·卡洛斯》，同样获得成功。[25]

【音乐行业】德国是世界上著名的音乐之乡，德意志民族是极具音乐天赋的民族，在音乐方面取得了无与伦比的成就，世界上几乎没有哪一个国家在其历史发展过程中，能像它一样造就了如此之多的音乐名家。巴赫、贝多芬、舒伯特、舒曼、勃拉姆斯……一代代的音乐家延续着数百年的音乐传统，也向世界传播着他们的文化。[26]

---

25 资料来源：https://baike.baidu.com/item/德国戏剧/2150593?fr=aladdin
26 资料来源：https://baike.baidu.com/item/德意志音乐/804877?fr=aladdin

来自世界各地的音乐爱好者和学生们纷纷来到这个音乐圣殿进修，并参加众多的音乐节。在德国大约有 80 多家音乐厅，其中最重要的音乐厅位于柏林、慕尼黑、德累斯顿、美茵河畔法兰克福、汉堡、莱比锡和斯图加特等地区。柏林爱乐乐团被认为是德国 130 多家交响乐管弦乐团中最出色的。德国最大的夏季古典音乐节是石荷州音乐节。德国的很多地区也拥有独特的民间传统音乐和舞蹈。德国南部的巴伐利亚民间音乐就享誉国外，其中岳得尔歌和拜恩州民族舞蹈都是德国具有代表性的文化形象。如今，在一些重要的节日期间，为了欢迎游客，人们仍能欣赏到这些表演。[27]

《2019 全球音乐市场报告》显示，2018 年全球数字音乐营收同比增长 21.1%，达到 112 亿美元，首次突破 100 亿美元大关。在这个类别中，流媒体音乐增长了 34%，达到 89 亿美元，而音乐下载同比下降 21.2%。按营收分地域计算，排名前列的音乐市场依次为：美国、日本、英国、德国、法国、韩国、中国、澳大利亚、加拿大和巴西，德国的音乐市场位于全球市场的第四位。[28]

二、德国表演艺术业相关政策

联邦政府为支持表演艺术事业的发展，建立基金会、联盟和不同奖项进行激励：

【表演艺术基金会】表演艺术基金会（Der Fonds Darstellende Künste）是六个联邦文化基金会之一，旨在促进联邦内的艺术和文化发展，特别注重独立表演艺术的发展。基金的活动是发展专业性和有针对性的艺术理念和项目，并资助艺术家。为此，该基金会每年提供四个申请时段和三个资助计划，艺术家和团

27 温朝霞.从文化工业理论到世界品牌:德国文化建设的启示[J].探求,2020(01):59-66.
28 资料来源：http://www.199it.com/archives/857534.html

体可以在此期限内提交其计划的作品或研究项目。由文化机构、工作室、艺术节、协会和艺术家选出代表并组建管理委员会，该委员会再从全国范围内的申请中选出重要且杰出的项目、单个项目和项目理念。这些项目要突出、优质并且具有国家级别重要性，例如涉及与社会相关的主题，或者因其独特的美学性、示范性或与观众有特别的互动。

为了强调德国戏剧、表演和舞蹈艺术领域的多样性，该基金涉足了表演艺术的所有领域和分支（戏剧、音乐剧院、舞蹈、木偶和物件剧院、表演、特殊场地演出、行为装置等）。这使广大人民群众能够参与到当代各种表现形式的独立表演艺术中，并促使艺术家之间的合作，不断开辟新型表演形式和新观众。此外，表演艺术基金会还有额外的特殊资助计划，以此应对社会挑战和问题，例如多样性、数字化、城乡地区艺术发展以及美学艺术形式的进一步发展。通过这种方式，该基金会展示了独立创作艺术的艺术价值和社会意义，为表演艺术的评定和进一步发展创造了机会。该基金从联邦政府文化和媒体专员处获得了用于促进艺术和文化的资助。自 2010 年以来，表演艺术基金会每年向由独立专业戏剧和舞蹈人士组成的杰出表演团体颁发“乔治·塔博里奖”（george tabori preis）。

该基金不仅促进项目发展，还是独立艺术家、团体和机构的服务和咨询合作伙伴，它为感兴趣的团体和艺术家提供建议。此外，该基金定期在州协会和独立表演艺术的各种机构提供活动信息。通过不同平台，该基金可以促进艺术领域与社会以及独立场景艺术家之间的知识转移，并为德国剧院景观的未来设计做出基本构想。该基金会每年会组织一次座谈会，与来自该领域的艺术家、赞助商等讨论有关独立表演艺术的进一步发展，以及资金、文化政策和制作方面的结构框架。

对于表演艺术基金会来说，2018 年是非常成功的一年。德国联邦议院于 2018 年 7 月 6 日决定将该年度的资助增加至 200 万欧元，旨在改善表演艺术基金会状况以及艺术和文化的资助状况。2018 年该基金为 92 个独立创作的艺术家的项目准备了资助金。2019 年基金会还与德国木偶剧院和木偶剧艺术论坛（Das Deutsche Forum für Figurentheater und Puppenspielkunst e.V.，简称 dfp）以及 UNIMA 和德国人偶剧院协会（Verband deutscher Puppentheater，简称 VdP）等合作，对木偶与物件剧场领域的数字化实施了特别计划。

网址：www.fonds-daku.de

【双程——剧院合作基金】（Doppelpass - Fonds für Kooperationen im Theater）联邦文化基金会（Kulturstiftung des Bundes）在联邦职责范围内促进艺术和文化发展，重点是在国际范围内促进创新计划和项目。此外，它为讨论社会问题开辟了艺术和跨学科的知识潜力。联邦文化基金会致力于文化交流和跨境合作，为此，它要求启动和支持所有领域，且没有主题限制的项目。它还推广文化项目，例如文献展、戏剧大会和多瑙艾辛根（Donaueschinger）音乐节。联邦文化基金会由联邦政府文化和媒体专员根据德国联邦议院的一项决定资助。该基金会于 2002 年 3 月 21 日成立，每年文化部长从财政预算中提供约 3500 万欧元的资金帮助该基金会运作。

基金会的其中一个资助项目是双程——剧院合作基金（Doppelpass - Fonds für Kooperationen im Theater），联邦文化基金会为独立团体与固定舞蹈和戏剧公司之间的合作提供资金支持，在两年内作品表演和客座演出最高可获 24 万欧元。此项资助的目的是鼓励德国独立场景表演和剧院机构尝试新的、

可吸引观众的合作形式和艺术作品，该资金旨在帮助双方的艺术家自由有效地工作。

联邦文化基金会已将 Doppelpass 基金延长至 2021 年，并扩张合作网络和范围，这意味着，除了以前的独立团体和剧院之间的合作外，还增加了另一个合作伙伴，以此促进作品在其之间的交流，在这项为期两年的计划中独立团体和两个剧院之间有着平等的艺术合作关系。独立团体可以位于所有艺术领域或跨领域。这个团体需有扎实的艺术团队相关经验，并且工作重心在德国。剧院必须是位于德国的城市剧院、州或国家剧院。另一个伙伴剧院可以是另一个地区的城市剧院、州剧院或国家剧院，或是固定的舞蹈或戏剧工作室，并在当地能够为这一领域的艺术工作提供专业的基础设施。该合作剧院可以设在德国境外。每个剧院都必须与这个团队创作至少一个新作品，并且在其合作剧院展示。联邦文化基金会从 2011 年到 2021 年为 Doppelpass 基金提供总计 2210 万欧元的资助。为了能提升成果的知名度，双程基金对德国国内和国外选定作品的嘉宾表演提供支持。该项目通过尝试新的合作形式，并且以客座表演为导向进行工作，减少新作品日益增长的压力，帮助延长作品的使用期限。

网址：www.kulturstiftung-des-bundes.de

【文化强国——教育联盟】目前，德国约有四分之一的儿童和青少年在困难的社会环境中成长。父母的低学历、低收入或失业限制了他们获得成功教育的机会。自 2013 年以来，联邦教育与研究部（Bundesministerium für Bildung und Forschung，简称 BMBF）一直在支持德国地方教育联盟，尤其是在文化教育领域，提供处于教育劣势的儿童和年轻人良好的教育条件。联邦教研部在五

年内为此计划提供 2.5 亿欧元的资金。其中收到了许多来自市政当局、教会、社会机构和公司的委托与建议。

该资助计划倡导将对年轻人的教育责任理解为整个社会的一项任务。通过教育联盟，形成了文化、教育和青年工作参与者的地方网络，旨在长期地建立地方支持和增加教育机会。在志愿者的支持下，该联盟将文化教育直接带入处境不利的儿童和青少年的社会空间，并鼓励该地区的父母和其他人或机构共同参与。联盟参与者的工作受到广泛的支持。教育联盟有助于提升民间社会的参与度，提供公平的教育机会和创造更大的凝聚力。作为联盟的贡献者，学校可以通过与联盟的合作和非学校参与者的互利交流而受益。联盟凭借其网络和多样化的思想，活跃了市政当局的教育环境。

网址：www.buendnisse-fuer-bildung.de

【德国文化艺术先锋称号】联邦政府的文化创意产业计划每年授予“德国文化创意先锋”称号。它用于表彰具有独特文化创意想法并有意愿付诸于实践的人。“奖品”包括为期一年的专业化计划或项目，例如举办研讨会等。

网址：www.kultur-kreativpiloten.de

三、德国表演艺术业行业协会

【联邦表演艺术协会】联邦表演艺术协会（BFDK）是联邦独立表演艺术协会，是德国戏剧界的两大支柱之一。成立于 1990 年，前身是联邦独立戏剧协会，是德国最大的戏剧协会之一。联邦协会的成员是各个地区协会，以及舞蹈和戏剧专业人士作为个人成员，还有团体或表演场所等。联邦独立剧院协会的关联成员还可以是代表独立戏剧表演工作的法人，即协会或戏剧研究机构。作为包含 16

个州协会和 4 个关联协会的组织，它代表着联邦层面 2300 多个成员，以及全德 25000 名戏剧和舞蹈专业人士的利益，它提供有关筹资机会、场地、节日、培训措施和具体个人问题相关的信息。该协会以其强烈的话语权，促进专业交流，为其成员提供资格认证、公众通知，并以其专业知识为政治、行政和商业界提供咨询。BFDK 还参与了许多国内外计划、协会和委员会的活动，例如德国文化理事会的表演艺术和舞蹈委员会（Rat für Darstellende Kunst und Tanz des Deutschen Kulturrats）、表演艺术基金会（Fonds Darstellende Künste）、文化政治学会（Kulturpolitische Gesellschaft e.V.）、艺术家社会基金会的咨询委员会（Beirat der Künstlersozialkasse）、“独立戏剧档案”协会（Verein Initiative für die Archive des Freien Theaters）和独立艺术联盟（Allianz der Freien Künste）。BFDK 本身还是欧洲独立表演艺术协会（European Association Of Independent Performing Arts ，简称 EAIPA）和国际当代表演艺术网络（International Network For Contemporary Performing Arts，简称 IETM）的成员。BFDK 的主要关注点是增加公众对独立表演艺术的认识，社会对演员成就的认可，增加对独立场景工作实践的了解认识，持续改善舞蹈和戏剧专业人士的经济和社会框架条件，制定和实施具有约束力的最低社会标准，更多地参与独立表演艺术研究、教学和培训，以及促进欧洲和国际网络的连接。

作为非营利机构，协会目的是通过表演艺术的手段促进艺术和文化的发展，以及促进表演艺术领域以及大众和职业培训方面的学科发展。协会的目的通过以下方式实现：在公共、政治和行政领域代表德国独立表演艺术的利益；组织文艺汇演、大会、研讨会、试点项目、研究会议和讨论会，以保持艺术和文化的扩展

并促进公众的艺术和文化；推广有关独立表演艺术学科作品和出版物；对成员和感兴趣的公众进行培训和继续教育；促进国内外独立表演艺术领域协会之间以及艺术家之间的交流。

网址：https://darstellende-kuenste.de/de/

【德国舞蹈基金会】舞蹈是每个社会文化生活的重要组成部分，是没有语言障碍的艺术形式。在德国，各个民族的舞蹈专业人士作为文化之间的调解者，为成长中的欧洲内的团结与稳定做出了重要贡献。除无语言障碍外，舞蹈艺术以其多元性在国际领域代表了德意志联邦共和国。

德国舞蹈基金会成立于 2010 年 1 月 19 日，总部位于柏林。其目的是促进舞蹈艺术领域在家庭教育、学校教育、大众教育和职业培训中的发展。作为非营利性组织，该基金会培养舞者在其培训和职业生涯中的艺术发展和能力，在舞蹈事业结束和找到新职业期间，通过所有适当的措施对其进行思想上和物质上的资助。这是为了平衡国内外层面上以及文化调解者的社会要求，促使年轻舞蹈艺术工作者作为新生力量，开拓其视野并提升其吸引力，为德国舞蹈艺术的多样性和实力做出突出贡献，增强舞蹈的宣传并促进社会对舞蹈的认可度。

基金会的具体工作包括为舞蹈艺术工作者提供职业培训和继续教育的机会，支持他们学习技能并维持他们参与的热情；对继续接受教育、职业培训、大学学习的人提供奖学金或助学金，或提供适用于该领域且符合基金会宗旨的类似资助；为减轻与舞蹈有关的社会困难提供帮助或必要的物质支持，例如残障人士或独立职业者缺乏的社会保护。

2018 年，基金会从巴符州、柏林、不来梅、汉堡等州政府获得了 3.3 万欧元用于扩张其工作范围。从 2018 年 1 月至 12 月底，基金会为 161 位舞者（2017

年：210）提供资助：93 位女性（58%），56 位男性（35%），12 位（7%）没有信息。有 78 位新舞者（2017 年：94）在基金会注册，有 83 位舞者继续获得往年的资助。2018 年舞者的平均年龄为 34.2 岁（2016 年：33.94 岁），年龄组介于 30 至 39 岁之间，其中 47 位是在柏林，另有 114 个分布在勃兰登堡州，北威州，黑森州，萨克森州，萨克森-安哈尔特州，巴伐利亚州，下萨克森州，巴登-符腾堡州，汉堡，不来梅，萨尔州，梅克伦堡-西波美拉尼亚，莱茵兰-普法尔茨州和其他地区。来自补贴性剧院的固定演出活动的舞蹈演员有 85 名（52.8%），来自独立场景的舞蹈演员有 27 名（16.8%），有 28 名舞蹈演员既是独立职业者又是固定（临时）雇员，另有 21 名（13.0%）仍在接受培训。

网址：https://stiftung-tanz.com/

根据《2020 年 QS 世界大学排名》,该研究机构也罗列出了全球排名前 100 的顶尖的表演艺术学校，这个排名包含了该领域综合性大学和相应的专门机构。德国有五所大学位居榜单，其中排在世界前 50 位的两所德国表演艺术大学分别是汉堡音乐与戏剧学院（Hochschule für Musik und Theater Hamburg，简称 HfMT）该大学今年上升了 14 位，排在了 36 位，还有柏林“汉斯·艾斯勒”音乐学院（Hochschule für Musik Hanns Eisler Berlin），排在 47 位。剩余三所大学分别是科隆音乐与舞蹈学院（Hochschule für Musik und Tanz Köln）、莱比锡门德尔松音乐戏剧学院（Hochschule für Musik und Theater, Felix Mendelssohn Bartholdy Leipzig，简称 HMT Leipzig）、慕尼黑音乐戏剧学院（Hochschule für Musik und Theater München），排在了 50 至 100 名。

【汉堡国立音乐与戏剧学院】汉堡国立音乐与戏剧学院（Hochschule für Musik und Theater Hamburg，简称 HfMT）成立于 1950 年，前身为“州立音乐大学”，其第一任校长是上世纪 20 年代现代音乐的主要代表人物之一，德国作曲家菲利普·贾纳赫（Philipp Jarnach）。1967 年，该大学更名为国立音乐和表演艺术大学，以便识别其提供的表演、戏剧和歌剧专业。该大学拥有一个功能齐全的剧场，剧场设有一个乐池和约 450 个座位，每年会在此演出八部歌剧作品以及表演系的作品。2004 年，戈茨·弗里德里希（GötzFriedrich）和尤尔根·弗利姆（JürgenFlimm）在大学成立了音乐剧导演系和表演导演系专业，由此所有相关的专业——导演、歌剧、表演、戏剧等合并，形成了所谓的汉堡戏剧学院。

2004 年在埃尔玛·兰普森（Elmar Lampson）教授的领导下，HfMT 成为音乐学院的质量管理和教学发展网络的创始成员之一。2014 年 8 月，HfMT 还成功获得了“家庭友好型大学”的称号。2015 年初，HfMT 与北京和上海的四大音乐学院缔结了合作协议，这标志着与中国音乐院校建立了团结合作关系。该协议的核心是为期一年的联合“国际硕士课程”以及面向来访学生的国际交流项目。此外 HfMT 还与位于汉堡的其他机构合作，策划了以中国为题材的多项活动，并在音乐节的基础上介绍了中国乐器和中国音乐史。自 1982 年以来，该大学还设立了流行音乐课程“流行音乐中的事件”（Eventim-Popkurs）（原名“流行音乐示范”，德语：Modellversuch Popularmusik），这是德国首个接触流行音乐的课程。迄今为止，德国已经出现了众多成功的音乐家和乐队，其中包括歌手和女演员“邬蒂·兰普”（Ute Lemper）、德国摇滚乐队“大英雄乐团”（Wir sind Helden）等。

借助项目“Alphi2.0：阿尔斯特爱乐音乐厅——将舞台作为艺术知识转移和社会参与的场所”，HfMT 在 2017 年 7 月赢得了德国全国性的资助金竞赛。参赛的共有 168 所大学，在 19 个个人项目和 10 个合作项目中选出了 48 所获得赞助大学，HfMT 是其中唯一一所艺术大学，接下来的五年中 HfMT 将获得数百万美元的额外资助。2015 年 6 月，HfMT 及其质量管理系统向认证机构 ZEvA（Zentrale Evaluations- und Akkreditierungsagentur，中央评估认可机构）提交了系统认证程序的申请。2017 年 11 月 7 日，ZEvA 认证委员会给予了永久认证的积极肯定。从此，所有经过大学内部认证程序的课程均被认可。这意味着，将来该大学能够独立设置和认证课程，而无需由外部机构对个别课程进行通常的课程认证。2019 年秋天，戏剧学院、文化与媒体管理学院将在巴姆贝克（Barmbek）开设第二个校园。

网址：https://www.hfmt-hamburg.de/start/

【柏林“汉斯·艾斯勒”音乐学院】柏林“汉斯·艾斯勒”音乐学院（Hochschule für Musik Hanns Eisler Berlin）成立于 1950 年，前身为德国音乐大学。他在柏林市中心有两处培训点，并有约 500 名学员。在校任教的教授有尼古拉斯·阿尔斯塔德（Nicolas Altstaedt）、科利亚·布拉彻（Kolja Blacher）、克劳迪奥·波霍盖茨（Claudio Bohórquez）、贝努瓦·佛豪芒日（Benoît Fromanger）、基里尔·格斯坦（Kirill Gerstein）、汉斯珀特·基伯兹（Hanspeter Kyburz）、玛丽·路易斯·诺伊克斯（Marie-Luise Neunecker）、托马斯·奎斯托夫（Thomas Quasthoff）、克里斯蒂娜·谢弗（ChristineSchäfer）、安特·维萨斯（Antje Weithaas）和塔贝·齐默尔曼（Tabea Zimmermann）等，他们为学校卓越的国际名誉做出了贡献，同时也吸引了来自世界各地的年轻音乐家，其三分之二的

学生来自国外。莎拉·韦德·威尔森（Sarah Wedl-Wilson）自 2019 年 10 月 1 日起担任汉斯·埃斯勒（Hanns Eisler）的校长。该学校的课程侧重于西方核心音乐学科，包括歌唱、钢琴、弦乐、木质和铜管乐器、指挥、音乐剧导演、音乐学和作曲等。培训还包括与柏林艺术大学联合运营的机构：柏林爵士学院、巴生新音乐学院、库尔特·辛格音乐家健康与音乐生理学学院以及柏林卡尔·菲利普·伊曼纽尔·巴赫音乐学校。该大学有自己的交响乐等乐团，并具有极高的艺术水准。此外，大学还开设大师班和讲习班，增加学生与著名艺术家直接接触的机会，例如尼古劳斯·哈农库特（Nikolaus Harnoncourt）、丹尼尔·巴伦博伊姆（Daniel Barenboim）、祖宾·梅塔（Zubin Mehta）、长野健（Kent Nagano）、小泽征尔（Seiji Ozawa）、托马斯·夸斯托夫（Thomas Quasthoff）、西蒙·拉特尔（Simon Rattle）等。

每年，柏林“汉斯·艾斯勒”音乐学院都会举办近 300 场公共活动，由此可以深入了解大学的艺术发展。音乐会、歌剧项目、讲座之夜和大师班都在大学礼堂或许多位于柏林的公共表演场所举行。作为德国联邦首都著名文化机构网络中的重要纽带，该大学与大型柏林管弦乐队、三座歌剧院以及与各种规模和部门的其他机构紧密合作，因为在公共场所工作以及积累舞台经验是这所大学基本培训内容。在学习期间，学生可在专业音乐领域获得宝贵的经验，并为他们进一步职业生涯的发展建立联系。

网址：https://www.hfm-berlin.de/#

四、德国表演艺术业国际化发展

（一）石荷州音乐节

石荷州（石勒苏益格-荷尔斯泰因州）音乐节是德国规模最大、最具影响力的音乐节，也是世界上最大的古典音乐节之一。自 1986 年起，每年夏季 7 月至 8 月,在石荷州近 50 个不同规格的场地举办近百场大小音乐演出及相关活动。音乐场地的选择非常多元化，比如在教堂，庄园绿地，马厩，谷仓，大游船，废弃的厂房里等。1996 年开始实施主宾国策略，曾经的主宾国有：奥地利、挪威、意大利、法国、美国、芬兰、西班牙、英国、捷克、日本、荷兰、匈牙利、俄罗斯、德国、波兰和土耳其及波罗地海国家等。2012 年，中国为主宾国。自 2002 年起，芭提卡爵士音乐节被纳入石荷州音乐节框架。自 2014 年起，石荷州音乐节还推出了大师回顾的环节，在世界领域中选择一位音乐大师，在音乐节中与其他音乐家及其作品碰撞。[29]

（二）德国北威州国际舞蹈博览会

德国北威州国际舞蹈博览会是全球最大的现代舞交易会，始创于 1994 年，自 2002 年起每两年举办一次，提供上百个参展展位，每届与会人士近 2000 人，包括演艺经纪人、艺术机构代表、评论家等。世界各地的舞团、艺术家在此展演作品，演出商、艺术节策展人、文化艺术机构等前来物色节目。艺术家和演艺机构通过展示摊位，相互了解、自我推荐、拓展人脉、寻找机会，使之成为非常活跃的演出交易市场。

29 资料来源：https://www.sohu.com/a/107184112_275538

2018 年第 12 届博览会首次引入主宾国模式，中国是首个主宾国。中国对外文化集团公司组派了现代舞艺术代表团一行共 50 人，参加博览会中国主宾国活动。其中，广东现代舞团一行 17 人，陶身体剧场一行 17 人，侯莹舞蹈剧场一行 10 人。本届舞蹈博览会中国主宾国项目包括艺术节、交易会和论坛三大板块。[30]

（三）科隆狂欢节

科隆狂欢节也被称为“第五季节”，是全德国最盛大的狂欢节，每年于 11 月 11 日 11 时 11 分准时在科隆市的老广场上开幕，其规模在世界范围内仅次于巴西狂欢节。主要参加的城市有科隆、杜塞尔多夫。

全世界的人们都喜欢在节日或庆典之时聚在一起共度美好时光，而狂欢节正是庆祝各种季节或事件的最好时机。科隆狂欢节是德国最为热闹的狂欢节。

科隆狂欢节的主角是小丑和狂人，节日期间，到处都是奇装异服的人们，大家沉浸在欢乐中，所有商店都会在这时关门停业。游行是节日的重头戏，每年都会有很多人在道路两旁观看游行队伍，并会得到队伍中撒出的糖果。科隆狂欢节会一直持续到第二年的 2 月才结束。[31]

现代形式的狂欢节形成于布尔乔亚们（中产阶级）社会组织逐渐发挥作用的年代，他们重新定义了狂欢节，使它成为一种政治工具。1823 年到 1842 年间，城市贵族和精英阶层成为狂欢节的主导，他们用激情创造重塑了这个传统节日。1823 年，拿破仑时期曾经在同一文学俱乐部的一批城市商业和文化精英，联合组成了一个狂欢节协会，复兴和改革濒临死亡的科隆公共狂欢节。具有典型浪漫

30 资料来源：https://baijiahao.baidu.com/s?id=1610226951064345102&wfr=spider&for=pc
31 资料来源：https://baike.baidu.com/item/德国文化狂欢节/12712000?fr=aladdin

主义精神的协会成员们将市民重新组织起来，试图寻找“民间节日”的文化基调，并开展了一系列的主题活动，让新鲜的狂欢节元素同时彰显了古代节日的优良传统。在圣灰星期三的前三天，狂欢节协会用三种活动重塑了狂欢节，即盛大的宴会、宏大的游行和庞大的公共舞会。人们狂欢到深夜甚至黎明，直到周三象征狂欢节的假人一燃而尽，狂欢也就此终止。当然，对于普通市民来说，与其捣乱狂欢节，还不如寻求他们自己对于这个城市古老节日的控制权，1823 年以后，狂欢节的复兴就带有了中产阶级文化色彩和政治意图。也是在 1823 年，科隆第一次庆祝“玫瑰星期一”，从那以后，周一成为狂欢节的最高潮。

到 19 世纪 40 年代中期，莱茵地区的狂欢节文化分为两个阵营，流行的叫法是“贵族派”和“民主派”。1848 年欧洲弥漫革命的年代，一些狂欢节俱乐部甚至成为当地革命的领导者。19 世纪的科隆狂欢节的改革一直是和中产阶级市民社会的演变分不开的，这也使得对于科隆狂欢节的理解成为解读当地传统习俗、流行文化和中产阶级政治意图的重要一环。多年以来，数世纪的传统和习俗使得科隆狂欢节颇具特色：室内的会议和舞会，大街小巷的狂欢，顶点的“玫瑰星期一”化妆游行。这些让科隆“Karneval”成为与里约热内卢狂欢节和威尼斯狂欢节等齐名的盛事。[32]

（四）柏林双年展

自 1996 年成立以来，柏林当代艺术双年展已发展成为全球最重要的当代艺术论坛之一。每期杂志都汇集了来自欧洲最先进的文化大都市中具有影响力的艺术家、理论家和演员。

32 崔玮.末日走你　狂欢依旧——细数世界顶级狂欢节[J].中国林业产业,2013(Z1):130-133.

柏林双年展每两年在柏林的不同地点举行，并受到著名策展人不同观念的影响。柏林双年展促进实验形式的发展，并赋予负责任的策展人自由呈现最新的、相关的和勇敢的立场的机会，而不局限于仅满足艺术品市场和收藏者的兴趣。双年展帮助众多年轻艺术家实现了国际突破。

第一届柏林双年展是在柏林艺术博物馆（Kunst-Werke Berlin）的创办人埃伯哈德·梅恩茨（Eberhard Mayntz）和克劳斯·比森巴赫（Klaus Biesenbach）的倡议下成立的。自 2004 年以来，联邦文化基金会就将其作为具有国家重要性和国际吸引力的“文化信标”之一进行宣传，德国联邦文化基金会的支持赋予了柏林双年展极大的自治权，因此柏林双年展具有巨大的发展潜力。

自第一届柏林双年展以来，它一直被视为“全球性”的活动。艺术和策展的立场阐明了国际主题和发展趋势，这些趋势和发展对柏林的影响是值得关注的。柏林双年展不仅吸引了柏林人，而且吸引了国际观众，是这座城市每两年就会出现的文化亮点。[33]

(五) 中德表演艺术交流

为促进中德表演艺术的交流，中德联合举办柏林中德文化节。柏林中德文化节自 2013 年由柏林竹苑协会发起举办至今，一直聚焦德国和中国之间的文化与艺术交流。在第六届文化节期间，柏林竹苑与中国文学艺术界联合会、柏林亚太论坛签订了《2019 年合作框架协议》。未来，三方将共同努力促进中德两国文化艺术交流的进一步发展。

33 资料来源：https://www.berlinbiennale.de/de/1362/ber-uns

中德创建艺术交流创作基地，以促进两国之间的合作交流，提升两国表演艺术水平。2014 年 10 月 24 日，中德艺术交流创作基地在青岛揭幕，正式接受首批来华的德国艺术家，并派出基地首批赴德中国艺术家。同日还举办了首届中德艺术交流展和“中德艺术交流的回顾与展望”主题论坛。与揭牌仪式同时举行的首届中德艺术交流展，展出的有首批获选即将赴德的中国画家和首批获选来华交流的德国画家的作品，也有 2004-2013 年十年间赴德交流的中国画家的作品。[34]

34 资料来源：http://society.eastday.com/s/20180508/u1ai11417952.html

第五章 出版业

一、德国出版业发展概况

随着数字技术的发展，全球出版业市场规模在过去十几年一直面临大幅度缩水的窘境，德国作为传统出版业较为发达的国家之一，也面临转型与融合的挑战。而其出版业通过不断的探索与创新，且持续关注新的消费习惯，在 2019 年成功实现了 2017 年之后市场销售总额的“两连增”，扭转了自 2010 年以来的下滑态势。随着全球化的日益加深，图书版权贸易在全球贸易中所占比例越来越大，在文化交流中扮演的角色也日益重要。虽然近年来德国本国每年出版的新书种类总体呈下降趋势，但引进图书和版权出口市场发展稳定。德国在版权进出口贸易方面也有着先进的概念和丰富的经验，比如利用数字化手段搭建出版商国际交易平台，对国际目标市场进行充分调查与多渠道营销等，特别是每年的法兰克福书展为德国出版贸易搭建了一个高效、优质的平台。

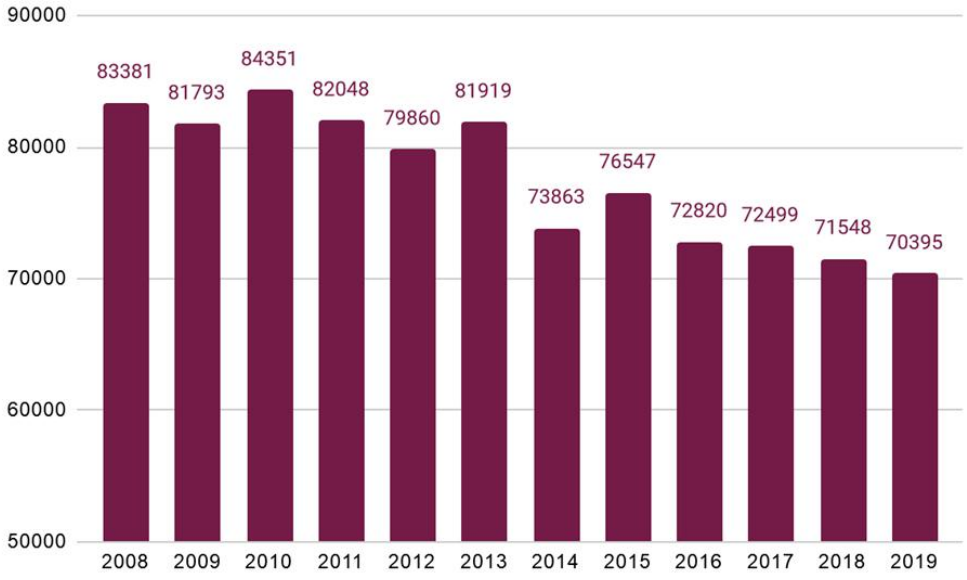


图 8 德国新书品种数量

数据来源：德国书商与出版商协会

德国共有 3000 家左右出版社，2019 年共创造了 92.9 亿欧元的市场销售总额，与 2018 年相比增长了 1.7%，提供了 25000 个就业岗位，与前几年数据基本持平。总体而言，在过去十年中，德国图书类的销售情况有所改善，这要归功于数字图书销售和在线服务业务的增长，也依赖于版权出口贸易的扩大。根据德国书商与出版商协会的数据显示,德国图书市场2019年新书品种为70395种，比 2018 年减少近千种，近几年的新书出版呈减少趋势。其中，虚构类新书在 2018 年实现短暂下跌后，2019 年上升至 14460 种。新书品种中增长最为明显的是社科类，2019 年社科类新书达 12970 种，比 2018 年多 236 种；计算机信息类也有所增长，2019 年新书达 1303 种，比 2018 年多 103 种。引进版权新书占新书品种的 13.9%，相比去年上升了 0.2 个百分点，共计 9802 种，引进新书的主要语种为英语、法语和日语。版权出口发展稳定，2019 年版权输出共计 7747 种。其中儿童和青少年图书出口 3031 种，占比 39.1%，比重最高。虚构类图书版权出口数量与去年相比有所上升，达到了 1419 种，占比 18.3%。中文依然是德国图书翻译的最大语种，共计 1475 种。尽管如此，俄罗斯、西班牙和意大利等欧洲国家仍为德国图书版权出口的最主要国家。

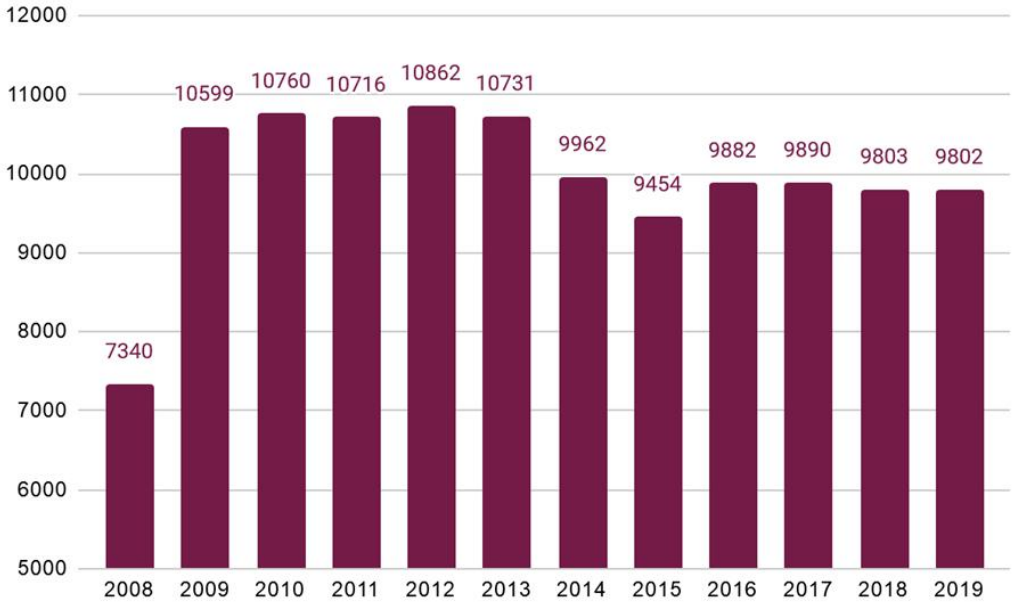


图 9 德国进口新书版权数量

数据来源：德国书商与出版商协会

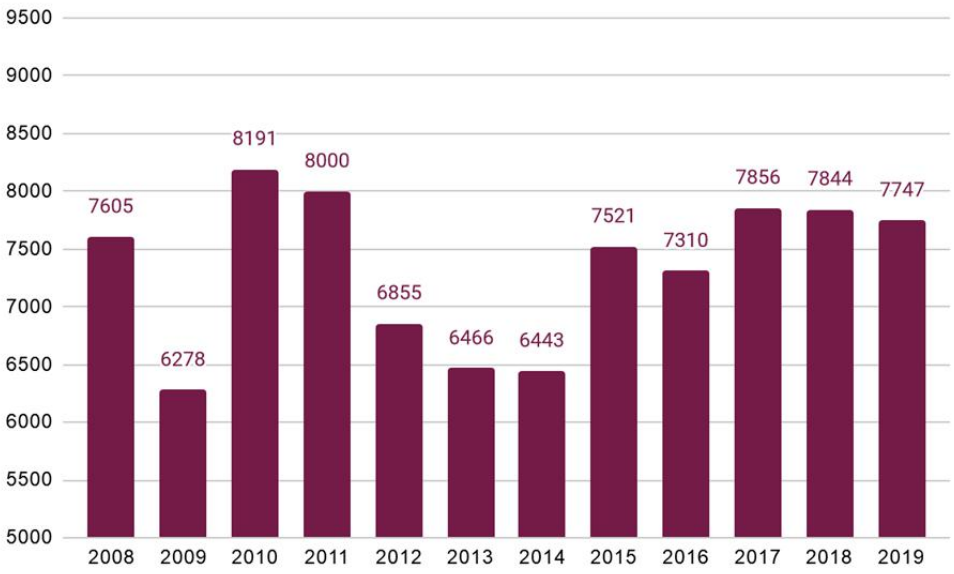


图 10 德国出口图书版权数量

数据来源：德国书商与出版商协会

图书版权的跨国贸易受许多因素影响，如图书内容、出版社的整体风格及战略布局、作者的知名度和目标国家受众的兴趣。但发挥决定性作用的还是对目标市场和国际发行商的清晰定位和准确认知。德国出版业依托法兰克福书展这一知

名平台，每年与不同国家的出版商进行接洽、交流，获取版权信息。在联邦经济与能源部的支持下，法兰克福书展还代表德国每年在大约 20 个国外书展上设立德国联合展位，将本国出版商直接带到目标国家进行市场宣传。除了在伦敦和博洛尼亚举行的大型展览会外，出版商还可以借此机会进入鲜为人知的偏门市场，今年法兰克福书展计划前往印度尼西亚、保加利亚和墨西哥书展设立联合展位。德国图书版权业坚持为每个图书版权的出售提供个性化服务，从标题到封面设计提供专家建议。

除了在本国市场上已经出版的图书，鉴于外国进口商的强烈意愿，德国出版商有时会将尚未出版的图书版权直接卖出，并与本国进行同步出版。而对于语言和文化差距非常大的出口市场，德国版权商一般会通过当地的分支机构同进口方进行洽谈，保证业务顺利开展。除了将书展作为推销和交流版权信息的中介，法兰克福书展还依托国际版权代理公司 IPR License 通过统一的平台发布图书信息，并进行交易，省去了出版社因法律和语言问题而产生的麻烦，提高了业务效率。

德国出版业也非常重视培养版权贸易相关的专业人才，甚至催生了“书探”与版权经理等新兴热门职业。前者负责在前方搜集外国进口商与出版社的需求信息、紧跟读者的兴趣点，同时了解并搜罗本国尚未出版的或已经出版的符合买方及市场需求的书籍，结合自己的经验将最可能畅销的书推荐给外国书商，既不参与买卖也不代表任何一方的利益，只负责提供信息。而后者则是了解本国版权贸易法律法规和操作流程后直接与其他国家出版社进行交易的人员。在专业人才的培养上，德国从印刷部门到出版社与书店都提供专门的实习岗位，并引入学徒制度，职业学校和大学中也设置了版权贸易以及出版社经济相关的专业。随着数字

化在图书版权贸易中扮演越来越重要的角色，德国出版界更注重数字领域专家的引入，并同大学合作培养跨学科人才。

一个统一的云端版权数据库对版权贸易的效率提高具有很大的促进作用。因为一本书的版权信息与国际标准书号不同，没有一个国际通用的识别码或数据库以供查看，因此出版社经常无法迅速找到最新最完整的版权信息。针对这一产业发展痛点，除了前文提到的 IPR License 公司，德国很多出版社还自己开发出了专属的版权信息数据库，如出版集团兰登书屋（Random House）为搜索者提供了精选的英语短篇选集目录。乌尔斯泰因（Ullstein）出版社将已出版书籍的历史版权目录整合在了一起。[35]

二、德国出版业相关政策

（一）管理部门及组织

【联邦卡特尔局】德国的新闻出版受联邦卡特尔局（Federal Cartel Office）监管。联邦卡特尔局是德国独立的监管机构，随着 1957 年《反对限制竞争法》的出台应运而生，负责监管德国各行各业的市场竞争。如果出版企业涉嫌垄断或滥用其特殊的市场地位，联邦卡特尔局将依法调查并制止各种限制竞争的行为。2014 年 7 月，亚马逊通过推迟交付实体图书来迫使书商在出售电子书权利的谈判中接受较低的价格，遭到德国书业协会（Börsenverein des Deutschen Buchhondels）向联邦卡特尔局投诉。2019 年 2 月，联邦卡特尔局裁定 Facebook 在收集、合并和使用用户数据时滥用了其市场支配地位，并

35 新冠病毒时期的图书——市场观察[Z]德国书商与出版商协会，2020.

要求在 12 个月内停止违法行为。由此可见，联邦卡特尔局的监督确保了德国健康的市场竞争秩序。

【德国书业协会】德国书业协会成立于 1825 年，是德国出版发行业唯一的行业组织，它将出版社、中间书商、书店等所有商业环节结合在一起，为德国书业在国内协调一致和对外生存发展创造了有利条件。协会建立了零售价格约束体系，即全国统一售价的图书定价制度；此外协会代表成员企业的利益与政府和机构进行沟通和谈判，并为其提供法律咨询、市场调查和市场数据。协会还致力于职业培训，提供职业双元制教育和继续教育等；旗下的子公司每年举办世界上最大规模的法兰克福书展；组织评审多种著名的出版奖项，如创办于 1950 年的德国书业和平奖和创办于 2015 年的德国书店奖等。

【德国新闻委员会】成立于 1956 年的德国新闻委员会（Presserat）是由新闻工作者和出版业者自愿组成的自我监督组织，以媒体监管媒体的理念对出版的内容质量进行监管，具有专业性强、成本低、最贴近新闻行业等特点。其主要职能有：

- 维护新闻自由，接受并处理读者投诉；
- 依据《新闻法》和新闻职业守则对新闻从业人员进行自我监督，保证新闻的真实性，避免出现误导性和煽动性的报道，并尊重个人隐私权。

由于新闻委员会是自律性质的媒体伦理组织，其作出的制裁没有法律约束力和强制执行力，而是由新闻出版企业自愿执行，无法采取行之有效的制裁与惩戒，所以也在一定程度上影响了其监管效果。

【德国媒体集中委员会】德国媒体集中委员会（KEK）于 1997 年设立，是德国广播电视的监管机构，目的是维护通讯传播的均衡多样性，允许不同的观点

发声，也负责检查广播电视业者是否通过申请或变更许可证、改变股权等手段占据了媒体相关市场的控制地位。委员会通过平均收视占有率等量化指标（被称作KEK值）来评估媒体集中度，其不仅参与许可证的发放程序，也可以建议处罚那些妨碍媒体集中化控制的广播电视业者。例如德国最大的新闻出版社Axel Springer在2015年计划收购德国广播巨头ProSiebenSat.1，但由于KEK监管机构以及反垄断法的限制，使这一项合并计划未能如愿，而不得不改为通过联合项目的方式进行合作。另外委员会还可以向政府出具报告，并向公众发布消息，对违规企业施加“软”压力。[36]

（二）相关政策及立法

德国联邦政府始终很重视版权保护与图书出版业的健康发展，并制定了通过图书版权贸易促进德国文化“走出去”的战略。《商标保护法》、《版权法》和《专利法》为保护图书版权、版权许可买卖以及界定版税所得奠定了法律基础。与专利权不同的是，德国没有专门负责版权注册的机构，原因是书籍一旦完成，版权就自动生成了，不需要特别申请。德国出版业中与书籍相关的版权许可包括平装本、系列丛书、特别版的出版权、印刷权与翻译权，而拍摄权、有声读物权等其他媒体的改变，则要与版权所属出版社进行具体沟通。

在对版税的保护方面，德国有作家和出版商组成的版权和版税管理协会，受联邦专利商标局的监督，主要职责是确保版权人在交易中获得合理的收入以及保障版权购买者的使用权。一旦成为协会的成员，在发生版权交易时版权所有人就可以全权委托协会进行处理，免去了很多处理谈判和法律事务的麻烦。当版权所

36 黄延红.德国出版业发展现状和启示[J].科技与出版,2019(12):11-18.

有方和购买方对协会的分配或工作出现异议的时候，联邦专利商标局会履行监管功能，对双方的权利和义务进行明确划分。

德国从 1887 年开始实行图书价格管理条例，到 2002 年正式以立法的形式保证了图书定价，这一法律的实施不仅延缓了出版社的并购进程并遏制了超市图书的出现，也保护了中小出版社的利益，避免了无序竞争和市场垄断，保证出版品种的多样化，保护了冷门图书的定价权。政府还专门设立“印刷补贴”基金，资助出版学术著作。这些措施都有效地促进了图书出版的繁荣和发展。

在版权出口方面，德国政府对出口图书和期刊一律免征增值税。出版业多样性的特点和学术著作出版的繁荣，为版权出口的发展奠定了基础。就出版社的内部管理而言，大型出版社一般会设立专门从事版权许可买卖的部门，该部门一般分为本国版权出口和外国版权进口两大块业务。在较小的出版社中，出版业务则会和许可业务合并在一个部门。对于版权许可中关于改编权的受理，包括音乐、戏剧、电影等，很多出版社专门设立了媒体部门负责对接，派出专家顾问团队，保证改编质量与最终的呈现效果。

【关于著作权及相关权益的法律（著作权法）】该法律在 1965 年颁布，在 2007 年进行第二次修订。著作权、著作相关权益，针对电影的特别规定，针对著作权及相关权益的总体规定，法律的应用范围，过渡条款及终结性条款。部分解决了信息社会新技术发展给著作权法提出的难题，如个人复制、图书馆、博物馆对作品的使用、对未知作品类型的使用等。

【著作权法实施法】该法律规定于 1965 年颁布，主要通过调整著作权集体管理组织的内部关系及该组织与著作权人、使用人的关系来保障由集体管理组织所确定的各种权利的实现。

【反盗版法】该法律于 1990 年颁布，该法律规定加大对盗版侵权行为的打击力度，延长表演者邻接权保护期至 70 年。

【电信服务法】该法律颁布于 1997 年，该法律规定旨在为电子信息与通讯服务中各种使用的可能性确立统一的、经济上的规范，确立了网络服务提供商（ISP）的内容分类责任制度。

【危害青少年道德的出版物和其他媒体传播的法律】该法律于 1997 年修订，该法律明确规定 ISP 应遵守有关保护未成年人的法定义务，规定 ISP 可以通过选聘青少年特派员或者选择加强自律的方式来履行保护未成年人的义务。

【限定图书价格法】该法律法规于 2002 年提出，该法律规定德国出版社统一为自己的图书定价，书店严禁打折。目前这一规定已经延伸到电子图书领域，即电子书与纸质图书售价一样。[37]

三、德国出版行业行业协会

（一）知识产权许可平台

知识产权许可平台成立于 2012 年，是国际出版市场上首个包含完整上下游交易的国际线上版权许可交易平台，旨在解决版权许可市场中的缺口，现平台上已覆盖 214 个国家和地区的 267 种语言的图书版权交易信息。2015 年 5 月，法兰克福书展在该平台进行了大笔投资，并于 2016 年 4 月获得了该公司的控制权，美国的版权结算中心保留了一小部分股权，2017 年 6 月，中国南方出版传媒集团也收购了公司的一部分。现在平台由这三家公司控制。

37 资料来源：http://www.chinalibs.net/Upload/Pusfile/2014/7/14/2014714114124483.pdf

通过该平台，用户可以直接在庞大的数据库中搜索感兴趣的图书的详细版权或特定出版商的信息，在线同版权方进行联系和报价协商，并且可以及时收到版权更新的消息，在线支付并当下获得与许可相关的出版物内容。平台可以自动生成合同，不仅节省了当面协商与交易的时间成本，还避免出现很多法律问题。该平台也在智能化管理和提高交易成功率方面进行不断的完善，目前德国已有 330 家出版社和出版商加入了这一平台。

（二） 德国书业协会

德国书业协会是德意志联邦共和国出版发行业的最高机构，成立于 1825 年。它代表了 6600 家会员的利益。其会员大约有 2100 家出版社、4300 家书店、80 家中间书商。将所有不同商业层次的企业融为一体，这是德国书业协会有别于德国其他企业协会的一大特点。这种由历史形成的多层次特点使德国书业协会有可能在其内部协调一致，长期活跃于经济与文化政治领域，为书业这一行业达到高度合理化创造了前提。[38]

四、德国出版业国际化发展

（一） 法兰克福书展

虽然在数字时代出版商可以全天通过数字手段与各国的书商进行贸易往来，但面对面沟通的重要地位仍然无法取代，每年举行的法兰克福书展正是其中代表，法兰克福书展是世界上最受欢迎的，也是最大规模的书展。法兰克福书展还专门设立了“文学代理与书探中心”板块，创造国际图书版权交易的交流空间，

38 资料来源：
https://baike.baidu.com/item/%E5%BE%B7%E5%9B%BD%E4%B9%A6%E4%B8%9A%E5%8D%8F%E4%BC%9A/4194459?fr=aladdin%E2%80%98

2018 年来自 33 个国家的百余家出版机构参与了这一活动。在为期一周的中心交流活动中，与会者可以每半小时和一位潜在合作伙伴进行深入交流和对接，寻找合作的可能。2019 年法兰克福书展累计接待了来自 147 个国家的 30 余万名访客，其中，58%的访客为行业相关的人士，展商中 70%为国际展商，780 余家与版权贸易有关的出版代理机构参与其中。据主办方对来访人员的问卷调查显示，版权购买与许可已成为继寻找合作伙伴和产品展示以外的第三大参展目的。这意味着，法兰克福书展作为国际版权贸易市场的一大平台发挥着非常重要的作用。

除举办书展外，作为德国书商及出版商协会的子公司，法兰克福书展还为德国出版商提供其他服务，其在纽约、莫斯科、北京和新德里四地设立了德国图书中心，作为德国出版社在国际市场的信息和宣传“桥头堡”，担任德国出版社对所在国进行版权出口时的代理机构，支持其在海外市场上展示自己并推介其产品。书展管理公司推出了两种针对德国出版社在国外展示自己产品的服务，一是直接带着德方产品前往 20 多个国家和地区参加图书交易会或贸易博览会，由其代理机构进行推荐；二是前文提到过的组织德国出版社参加海外书展。

翻译人才是影响国际版权贸易的重要因素，更是开展贸易的基础。法兰克福书展从源头出发协同德国外交部，发起了数个发现和培养国际翻译人才的资助计划，为国际出版业的可持续发展贡献自己的力量，从其计划中脱颖而出的人才可以直接同德国出版社进行签约。

2015 年 5 月，法兰克福书展为英国公司知识产权许可平台（IPR License）注入了大笔资金，并于 2016 年 4 月获得了该公司的控制权，彰显了其扩大国际版权贸易市场的决心。

（二） 中德出版业交流

中德两国的接触最早可以追溯到13世纪上半叶。1303年，科隆的传教士阿诺尔德兄弟作为德国人的首批代表居住在北京，30年后，中国编订的世界地图上第一次出现名为“阿拉曼尼亚”的德国。17世纪启蒙运动初期的欧洲人努力吸收欧洲国家之外的知识和科学。随着《马可·波罗游记》德文版的问世，一个比较完整的、多面的中国首次呈现在德国人眼前。很多德国人开始学习和研究中国的文化和思想，并被中国传统文化所吸引。前往中国传教布道的德国传教士越来越多。其中最早来华的德国传教士是邓玉函。他在1620年随法国传教士一道来到中国，一边传教一边参与协助明朝官员徐光启制造天文仪器、修订历法，并凭借自己在天文学方面的知识翻译和撰写了《测天约说》等书籍，又根据自己的医学知识撰写了《泰西人生说概》，将天文学和医学方面的科技知识传入中国。

中华人民共和国、联邦德国和民主德国都成立于1949年，之后中国和民主德国很快建立了外交关系，与联邦德国在1972年正式建交。中国和两个德国的人文交流不断增多，《1994—1996年联邦德国与中华人民共和国文化交流计划》将出版和视听媒体（文学、出版及图书、书展、影片、广播、电视）列为重点交流领域。[39]

由中国国家自然科学基金委员会和德国科学基金会共同策划和资助的中德开放出版研讨班于2014年3月12日和13日在北京的中德科学基金研究交流中心举行。本次研讨班得到中德科学基金研究交流中心的全额资助。在中国科学院国家科学图书馆和德国莱比锡生命科学信息中心的精心组织和策划下，来自中德双方的科学基金组织、期刊出版机构、国家和大学图书馆、信息中心，以及科

39 于芳.中德人文交流的发展历程及启示[J].学术探索,2018(04):134-140.

研单位图书馆的 100 多位代表出席了会议。中国国家自然科学基金委员会和德国科学基金会的代表出席了会议，并参与了会议的组织和讨论。

此次会议是国内首次举办的开放获取出版经验，促进交流、合作与政策发展的国际研讨会。会议就世界各国的开发获取政策、科研院所开放获取期刊的运行与实施、学术出版的网络与工具、商业出版机构对开放获取的做法和经验、开放获取出版基金的设立和管理、期刊订阅模式向开放获取模式的转变和期刊内容重复使用的许可和管理等议题进行了深入的交流和讨论。

学术信息开放获取推动知识广泛传播，日益成为全球科技界、出版界、图书馆界关注的热点。推动科技信息开放获取，有利于开源创新，提高科研效率和促进科学传播，支持全社会创新与发展，是履行科技社会责任的必然要求，是全球研究资助机构的共同责任。中国国家自然科学基金委员会一直是开放获取的积极推动者。2004 年，国家自然科学基金委员会主任陈宜瑜和中科院路甬祥院长代表基金委和中国科学院签署了《开放获取柏林宣言》。2010 年，在由中国科学院和德国马普学会共同举办的第八届开放获取柏林国际会议上，国家自然科学基金委员会再次表明了积极参与和推动学术信息的开放获取。

2013 年，在全球研究理事会第二次柏林会议上，49 个科学资助机构和研究组织的代表一致通过了《关于开放获取出版物的行动计划》（Action Plan on Open Access to Publications）。行动计划阐明了向开放获取过渡的基本原则，提出了全面、系统的行动建议。作为全球研究理事会的成员国，中国国家自然科学基金委员会和中国科学院积极参与了这一重要行动计划的制定。中国国家自然科学基金委员会赞同和支持全球研究理事会关于开放获取的行动计划，并在会议上表示，将遵循《开放获取行动计划》所确定的基本目标和原则，开展国际科学

资助，支持开放获取的政策研究，学习借鉴各国研究资助机构的最佳实践，推动对资助研究发表论文开放出版和开放存储的法规制度建设，探索支持开放出版优秀科技期刊的有效模式，逐步建立鼓励和引导受资助科研人员基于开放获取发表论文的资助机制，促进中国研究界开放获取的理念共识与行动。

此次由中国国家自然科学基金委员会与德国科学基金会共同策划和资助的中德开放出版研讨班就是落实《开放获取行动计划》的具体步骤。研讨会期间，与会代表集中讨论了开放获取期刊的可持续性经验：如何产生、维护和分享开放获取内容；如何利用新的、基于网络功能的、可以提高研究质量的新型学术出版方式，以及如何拓展开放出版以及各种可能的实施方案，如何利用开放获取出版基金资助文章、如何在开放获取过渡时期提高学术期刊质量，和如何展现内容重要的价值等。[40]

40 资料来源：http://www.nsfc.gov.cn/publish/portal0/tab440/info56507.htm

第六章 动漫游戏业

一、德国动漫游戏业发展概况

（一）动漫游戏产业发展

动漫游戏产业顾名思义，为动画（Animation）、漫画（Comic）、游戏（Game）三者的统称，因此也有取三者英文首字母称其为 ACG 产业。动漫游戏产业涵盖了狭义的动漫产业，等于广义的动漫产业。动漫游戏产业是朝阳产业，且随着游戏产业在德国的发展，动漫游戏产业也逐渐发展。尽管德国和全球的游戏市场发展迅速，并且长期超过其他文化和媒体产品，但德国公司在游戏市场的发展中几乎没有发挥作用。

（二）动漫行业发展概况

最初进入德国市场的不是日本漫画，而是动漫。1961 年，《巫师与土匪》（The Wizard and the Bandits）在德国电影院上映。这部电影来自都营影业（Studio Toei），该公司还制作了诸如《未来上尉》（Captain Future）之类的经典作品，以及《美少女战士》（Sailor Moon）和《七龙珠》（Dragonball）之类的票房大片。但是该片与其之后上映的电视连续剧《金巴，白狮子》和《海蒂》均为儿童制作片，因此长期以来德国存在对动漫的偏见。《Akira》和《攻壳机动队》两部电影虽然是例外，但并未能带来突破性成就。因此，长期以来动漫在德国市场上都没有太大的影响力。

动漫在德国的第一次突破性成就是 1995 年德国电视二台（ZDF）播放的《美少女战士》第一季，这部作品至今仍具有很高的知名度。这对于许多粉丝来说成

为关键的影响因素，许多人因此主动去接触日本漫画和动漫。1997 年广播公司 RTL2 在其频道中播放了五季《美少女战士》，并都取得了令人瞩目的成功。1999 年该频道还命名了“月亮卡通区”节目，除了播放长期流行的《美少女战士》之外，还播放了《神奇宝贝》和《龙珠》。三个系列大受欢迎，成为该私人电视频道以及青年和流行文化中必不可少的组成部分。由此，动漫受到了广泛的关注，动漫已不再简单地与美国卡通系列归为一类，而被视为具有自身特色和内容的独立实体。随着 RTL2 电视台的成功，越来越多的频道在其节目中加入了日本动漫。1999 年 Vox 成为德国第一家播放成人动漫的电视台，2003 年 Viva 和 MTV 等音乐台也在其频道中播放日本动漫。

RTL2 也继续增加其动漫节目，该频道总共播出的动漫系列达 80 多个，2001 年该频道播放的 11 部动漫（例如，《龙珠 Z》、《神风怪盗贞德》等）创造了收视纪录，至今没被超越。2002 年播放了《名侦探柯南》，2003 年《海贼王》和《游戏王》，2006 年《火影忍者》。由于粉丝的激增，电视频道已经无法满足人们的需求，因此对动漫 DVD（以前的 VHS）的需求显著增加，该领域从 2000 年开始真正的繁荣。互联网对于动漫的蓬勃发展发挥着关键的作用，因为粉丝可以由此结识、聊天、讨论自己的爱好、建立社区等。2005 年开始动漫热逐渐下降，电视上的新播出数量大幅下降，《超级英雄》（Mega Hero）和《儿童专区》（Kids Zone）等杂志停产，包括 OVA 电影，ADV 电影，Panini Video 等在内的几家大型发行商都于 2009 年申请破产。RTL2 从 2007 年开始大幅缩减动漫的播放量，随后也停止了动漫节目，2013 年 4 月 21 日动漫最后一次出现在电视荧幕上。因此，2010 年德国动漫市场黯淡无光。

这种情况随后又大为缓解，大量新发行商，例如 Peppermint Anime，Film Confect 和 AniMoon 等看到了曙光。当时的销售量甚至达到了以往成功的水平。日本动漫也因此得以重回德国电视荧屏，2013 年 9 月 3 日 ProSieben MAXX 开始播放动漫，使得动漫动作片（Anime Action）和动漫之夜（Anime Night）至今成为不可或缺的一部分。该频道至今都在播放《海贼王》的新续集，并经常会有较好的收视率，但是 RTL2 的记录仍无法打破。网络上，通过 VoD 门户（例如 Clipfish，Netflix，Anime on Demand，Akiba Pass 等）首次使得动漫系列和动漫电影的流媒体完全合法化。

（三）游戏行业发展概况

电脑和视频游戏是全球性的未来媒介，世界各地的游戏行业发展形式有所不同。游戏行业已经远远超越音乐、电影、录影带等其他文化创意行业。根据市场研究公司 Newzoo 的估计，2018 年全球视频游戏产业创造了约 1380 亿美元的收入。到 2021 年，游戏市场收入预计将增长 420 亿美元，达到近 1800 亿美元。其中以移动设备为终端游戏的销售收入占总销售额的比重将达到 59%，成为游戏行业最大的领域。与其他国家一样，德国的游戏产业在文化和创意产业中尤为重要，90％的公司每年的销售额高达 500 万欧元。2018 年，德国游戏产业创造了 44 亿欧元的收入，几乎是德国音乐产业的三倍，是德国电影产业的五倍。此外，游戏产业的出口配额非常高，其营业额的近一半（46％）来自德国以外。相反，音乐产业的出口比例为 9％，影视产业的出口比例仅为 4％。

2017 年德国游戏市场首次突破 30 亿欧元大关，超过了 33 亿欧元，与 2016 年相比整个市场增长了 15%。电脑游戏和视频游戏市场在 2017 年创下记录之

后，这一上升趋势仍在延续。2018 年前六个月，电脑游戏和视频游戏的销售额增长了 17%，达到 15 亿欧元。

智能手机首次取代 PC 端成为了德国最受欢迎的优秀平台，获得了巨大的成功，订阅服务等新产品也获得了极大关注，玩家每月只要花几欧元就能访问大型游戏库。但在未来几年中，电子竞技和增强现实在游戏领域将会占有越来越重要的地位。[41]

二、德国动漫游戏业相关政策

（一）政策支持产业发展

电脑和视频游戏是文化表达方式中最具创新性的形式之一，被认为是文化资产。如今，游戏的技术开发和拓展已远远超出了文化和娱乐领域，从汽车工业到医疗保健都有游戏行业的身影。但多年来，德国游戏产品在国内市场上的比例一直在下降，此外，德国游戏行业核心领域的雇员人数也有所下降。游戏开发的竞争条件在国际中几乎没有竞争性。因此，尽管全球游戏市场发展强劲，但德国游戏产业的重要关键指标仍在下降。这种发展的主要原因之一是德国游戏公司的融资困难。像法国、英国和加拿大等国家多年来一直大力支持游戏产业的发展，但德国没有类似的刺激性和支持性政策。这导致德国的游戏制作成本比其他国家高出 30%，从而使德国游戏在全球快速增长的媒体市场中无法保持较大的竞争优势。

因此，多年来，德国游戏行业协会一直争取从联邦政府引入游戏资助金，以使德国的游戏开发者可以公正、平等的参与竞争。此外，为改善这个困境，德国

41 资料来源：https://www.sohu.com/a/365720658_120528147

游戏市场行业协会为此与其会员和资助法律专家共同打造了一个计划，这既包括了联邦级别的游戏资助计划，还包括了各联邦州层面上的游戏资助计划，其中还包括将德国计算机游戏奖的地位与其他文化、媒体奖项地位同等化以促进其进一步发展。为此，需要初创企业、创始人以及游戏行业网络和教育机构等的大力支持。

由于覆盖德国的区域代表网络比较广泛，例如游戏行业协会在各联邦州的分支，这更好地支持和促进了游戏产业，并提出了明确的要求。以汉堡的区域网络为例，“gamecity:Hamburg”已经配备了更多的全职岗位，使得游戏资助金在北莱茵-威斯特法伦州得到了大幅提高。自 2019 年 3 月以来，通过“Kreativ-Transfer”资助项目支持了国际网络的建立与联系。例如，若参加指定的会展或活动（gamecom，devcom，GDC 或 PAX-Conventions），则七成的旅行、住宿和餐饮费用可以得到资助。在第一轮融资中，有 14 个游戏开发商从该计划中受益。联邦级别的资助项目也有进一步改善。联邦议院于 2018 年 11 月首次决定在 2019 年联邦预算中为游戏行业支出 5000 万欧元的资助金。此举旨在实施基民盟/基社盟和社民党的政府计划，该计划此前已同意引入游戏基金。自 2019 年以来，联邦政府已为该项目预留了 5000 万欧元，由德国联邦交通和数字基础设施部（BMVI）负责实施，并在 2020 年进一步制定可规划的、实质性资金计划，该计划旨在系统地、专门地促进德国游戏的发展，并减少当前的竞争劣势。

资助项目的特点包括资金作为补助金不需要偿还、原型或产品都可得到资助、最低的发展资助金额为原型 3 万欧元或产品 10 万欧元以及资助率/力度从最高 50%到最低 25%。

德国联邦的电脑游戏资助项目为德国游戏行业的资助体系作了重要的补充。目前该资助系统共有三大支柱，其中第一支柱为个人资助和奖励政策，例如德国计算机游戏奖（DCP），旨在加大区域资助力度，增强其联系，并进一步发展德国计算机游戏奖（DCP）。第二支柱并非物质上的资助，旨在完善游戏行业网络、咨询服务和知名度，尤其是这个领域的小型公司或初创企业。其中得到了教育机构的支持，但是这个支柱需要进一步发展，例如其对国际博览会的支持力度。此外，在扩张现有资助项目的同时建立特殊的资助项目。

（二）区域代表支持产业发展

游戏产业在某些联邦州也得到了大力支持，例如巴伐利亚州和北莱茵-威斯特法伦州提高了游戏资助金额。自 2018 年以来，黑森州以每年 20 万欧元的资助支持严肃游戏的开发。萨尔州引入了 10 万欧元的游戏资金。因此，行业协会已经开始与成员一起建立区域机构，目的是通过专门工作职位和明确的联系人为当地构建更好的框架。区域代表包括游戏巴登-符腾堡，游戏柏林-勃兰登堡，游戏汉堡，游戏德国北部（下萨克森州，不来梅和梅克伦堡-前波美拉尼亚），游戏莱茵兰-普法尔茨州，游戏萨尔州和游戏石勒苏益格-荷尔斯泰因州。在巴伐利亚州，北莱茵-威斯特法伦州和黑森州等联邦州，将不设立地区办事处，但应加强交流与合作。

（三）政治诉求

德国游戏行业协会致力于全面改善德国游戏行业的框架条件。主要有以下十点政治诉求：

- 加强联邦对游戏行业的资助：持续促进德国的游戏开发，加强联邦政府游戏资助金的公开化、透明化，防止官僚现象的发生，使德国游戏的开发商与制造商在国内外具有良好的知名度以及紧密的网络联系。
- 实施青少年全面保护的改革：德国的青少年保护法律框架已不再适时，并且不符合当今儿童和年轻人对媒体的消费情况。联邦政府应与国际相接轨，制定统一的现代法律法规保护未成年人，并以此为家长和游戏供应商提供切实可行的模板。
- 进一步发展德国计算机游戏奖：德国计算机游戏奖是德国颁发的最重要的数字游戏奖。联邦政府和游戏产业应进一步发展该奖项，使其与联邦政府支持的其他文化、媒体奖项处于同等地位。
- 维护数字经济的发展机会：针对用户需求开发实用性的创新业务模式，增强成年用户的独立主权，良好的平衡消费者权利以及商家的利益。
- 统一欧洲内部数字市场：为防止不正当竞争，数字游戏的传播需要统一的法律框架，因此统一欧洲内部数字市场是欧盟的重要战略任务。欧盟内部应统一进行消费者和数据保护以及跨境销售监管改革。
- 承认电子竞技：积极支持电竞比赛，为电竞比赛搭建良好的基础框架，从社会以及法律层面提高其认可度，使其与传统体育项目处于同等地位，并促使德国成为最佳的电竞比赛地点。
- 建设遍布全国的互联网游戏行业：改善基础网络设施，使用高性能宽带互联网连接和 5G 网络，搭建良好的数字化基础框架，以此促进游戏的成功研发，并吸引数百万玩家。

- 加强数字教育：增强游戏行业与教育体系的联系，提高数字技能的教授力度，开发严肃游戏。提升编程等数字技能在学校和职业培训中的推广力度，并加强媒体素养的培养。
- 增强行业专业人才培养：为改善德国游戏行业缺乏经验丰富的专业人士的情况，应改善培训质量，并促进国外专家的引入。
- 加强国际游戏网络，使德国展销会现代化：与外国市场相连的德国资助项目应更好地适应国际文化和创意产业的发展情况，优化游戏行业展会，使其更灵活、现代化，成为统一而有吸引力的行业市场交流平台。

三、德国动漫游戏业行业协会

（一）德国动漫版权联盟

动漫版权联盟(Anime Copyright Allinaz)是一项由粉丝、出版商、媒体和零售商合作的倡议，旨在促进对德语漫画和动漫界版权的保护。因为一些动漫爱好者从互联网上免费获得他们想看的动漫，这造成了对漫画版权的打击，使得一些重要的出版商退出了德国动漫市场。版权的目的是保护出版人和出版公司的利益，确保漫画创作者可以以此为生，确保优秀、专业的作品在文化科学领域获得相应的收入。因此，创意作品的作者有权为他们的作品定价，并制定在什么样的条件（观看、收听、加工、回收等）下可以使用他们的作品。

（二）德国动漫协会

德国动漫协会 Animexx e.V.是面向日本绘画艺术和文化爱好者的最大的德语非营利协会。它于 2000 年 1 月在慕尼黑成立，其成员每年在德国各地组织

许多大型活动。年度聚焦点是在卡塞尔举办的 Connichi，参观人数超过 25,000 人。该协会的另一个主要项目是 DCM，即德国 Cosplay 冠军赛，此活动自 2007 年以来一直是由该协会协助举办。该协会通过这些活动项目促进了日本艺术文化的推广与交流。

网址：https://www.animexx.de/

【三】德国游戏行业协会

德国游戏行业协会（Verband der deutschen Games-Branche）的成员是游戏行业的开发商、发行商和许多其他相关的参与者，例如电子竞技组织者、教育机构和服务提供商。作为 Gamescom（“科隆游戏展”/“GC 展”）的联合组织者，负责举办全球最大的计算机和视频游戏盛会。合作伙伴主要有德国娱乐软件检验局（Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle，简称 USK）、数字游戏文化基金会（Stiftung Digitale Spielekultur）、电竞玩家基金会（esports player foundation）和游戏开发者大会（Devcom）以及德国计算机游戏奖（Der Deutsche Computerspielpreis，简称 DCP）的获得者。该协会于 2018 年 1 月底由 BIU-互动娱乐软件联邦联合会和 GAME-德国游戏产业联合会合并而成。董事会主席为德国 Ubisoft 公司常务董事 Ralf Wirsing，当选为董事会副主席是《善恶》（Good-Evil）的联合创始人兼董事总经理琳达·克鲁斯（Linda Kruse）。合并后，游戏行业协会作为整个德国游戏行业的统一机构，创建并支持了德国各地的许多地区代表。

德国游戏行业协会通过与现有的地区协会合作或建立新的地区协会来增强游戏行业之间的联系并以此来支持地区游戏行业的发展。协会根据不同地区的情

况，通过相关的信息与联系人来支持地区代表的工作。此外，协会还支持地区代表提出政治诉求并与当地政治决策者建立联系。例如，在部分联邦州有计划引入地区的发展资助金，协会会派相关的专家来辅助他们的工作顺利进行，通过借鉴其他地区的经验，来确保联邦间发展资金的联通性。德国游戏行业协会为商家还提供游戏销售奖，每月初市场调研公司 GfK Entertainment 都会将德国最畅销电子游戏的销售数据告知德国游戏行业协会。游戏销售奖旨在表彰德国计算机和视频游戏领域的非凡销售成就。根据销量的不同，该奖项被分为游戏金奖（10 万）、游戏白金奖（20 万）以及特别游戏奖项（50 万）三个级别。凭借游戏销售奖，德国游戏行业协会表彰了德国最畅销的电脑和视频游戏。

四、德国动漫游戏的国际化发展

（一）德国科隆国际动漫游戏展览会

德国科隆国际动漫游戏展览会（CCXP COLOGNE）是世界领先的漫画、电影、桌面游戏、角色扮演和粉丝商品的贸易展览会。德国科隆国际动漫展览会是欧洲唯一一个能够提供独家内容、电影和系列电影明星以及著名电影工作室的活动。展览会将当前系列和电影亮点进行完美结合，精心设计体验世界活动，以及策划与超级英雄的会面，并与演员、制片人和创意人士一起看看幕后的故事。

德国科隆国际动漫游戏展览会（CCXP COLOGNE）上届展会总面积为 200000 平方米，参展的 1288 家企业来自中国、日本、韩国、意大利、土耳其、迪拜、巴西、西班牙、美国、中国香港、新加坡、澳大利亚等，参展人数达 350000 人。

德国科隆国际动漫游戏展览会（CCXP COLOGNE）是将参观者与来自好莱坞的明星和来自世界各地的艺术家联系在一起的盛会。在活动中，你可以装扮成你最喜欢的角色，也可以现场见到他。在展会上，动漫界的超级明星、最著名的超级英雄艺术家、令人难忘的 Cosplay 活动、系列、电影和棋牌游戏，以及成千上万有着相同热情的参观者。[42]

（二）游戏开发者大会

德国游戏行业协会新成立了游戏开发者大会（Developer Conference，简称 devcom），作为该协会新成立的子公司，主要负责组织研发会议。到目前为止，devcom 由 Aruba Events 组织，该公司未来将专注于 CMG 内部品牌的战略扩展。Stephan Reichart 以前曾在 Aruba Events 参与 devcom 的组织工作，现在全职接管 devcom 公司的管理。devcom 属于国际顶级开发者大会，会议主要包括游戏开发的热门话题、国际知名演讲者以及峰会、大师班、讲习班、社交活动等，为游戏行业展示清晰的发展方向。此外，devcom 还与 gamescom 紧密联系，加强游戏行业内部的联系。

（三）科隆国际游戏展（Gamescom）

德国科隆国际游戏展（Gamescom）是全球游戏领域的中心，将行业、玩家和社区联系在一起，由创办于 2002 年的原莱比锡游戏展（Games Convention）发展而来，是欧洲游戏产业决策者最重要的商业平台，是欧洲最大、最权威、最专业的综合性互动式游戏软件、信息软件和硬件设备展览，与美

42 资料来源：http://showsfinder.com/s_67281.html

国 E3 游戏展、日本东京电玩展同称为世界三大互动娱乐展会。同时科隆游戏展也是德国唯一集中了游戏软件、硬件、娱乐设备、信息软件和设备的大型国际展会。每年都有大批软硬件厂商参加展览，凭借专业化展会品质、日益完善的配套服务，不仅为来自世界各地的观众带来了高附加值的观展体验，更因此巩固了其作为欧洲电脑和电子产业顶级商务平台的地位。

2018 年,德国科隆国际游戏展共有来自 54 个国家的 1037 家参展商参展，观众数达 37 万，其中有来自 106 个国家的 31200 名专业观众，超过 5134 名来自世界各地的记者参与展会，来自 25 个国家的 28 个国家展团，面向全球开展商务活动。2009-2018 年十年期间，德国科隆游戏展规模不断扩大，展会面积不断扩大，由 2009 年的 12 万平方米扩展到了 2018 年的 20.1 万平方米，参展商数量也随之快速增长，其中国外参展商数量及占比稳步提升。自 2011 年开始，国外参展商数量超越了德国国内参展商数量，且 2015-2018 年占比皆超过 65%，国际化程度日益提升。近十年举办期间，观众数量也随之增加，尤其是专业观众数量稳步增长，专业化程度不断提升。

(四) 中德动漫游戏行业交流

德国游戏产业有着良好的投资环境，是外国投资者的商业热点，目前，约有 8 万多家外国公司在德国设立总部，员工总数约为 370 万。德国联邦共和国经济发展署在其国际直接投资（Foreign Direct Investment，FDI）报告中指出，2017 年德国直接投资项目总数达到 1910 项，自 2010 年以来，德国外商投资股票增长了 20%以上，2015 年其价值超过 4660 亿欧元。德国境内外国投资

主要集中在商业和金融服务领域，其次是软件和信息以及通信技术行业。游戏产业投资环境良好，吸引了众多有实力的国外游戏生产商入境投资与交易。

Bigpoint 曾是立足德国，领先欧洲的游戏开发商、内容提供商和运营商，2002 年成立于德国汉堡，截至 2015 年 12 月，其产生收入的游戏共约 60 款，目前旗下游戏发行已覆盖 200 多个国家，提供 25 种语言版本，连接 1500 个国际性的社交平台。Bigpoint 旗下游戏均免费提供给用户，收入来自于用户的游戏内消费（购买虚拟道具）。Bigpoint GmbH 是一家德国视频游戏开发商。该公司开发基于浏览器的独立游戏以及社交网络游戏。Bigpoint 还运营着一个游戏门户网站，该网站制作了许多基于浏览器的大型多人在线角色扮演游戏。截至 2011 年 6 月拥有超过 2 亿注册用户，截至 2013 年 10 月，注册用户达 337,104,419。除了德国汉堡的总部，Bigpoint 还在柏林、旧金山、马耳他和圣保罗设有办事处。截至 2015 年 12 月，Bigpoint 共有约 60 款游戏产生营业收入，其中电脑网络游戏 57 款，手机游戏 3 款。旗下页游《黑暗轨迹》（DarkOrbit）注册用户达 8255 万，《海战英豪》（Seafight）注册用户达 4255 万，《龙歌 OL》（Drakensang Online）注册用户达 3277 万。Bigpoint 还拥有丰富的 IP 资源，开发制作了《太空堡垒：卡拉狄加》等多个 IP 游戏，积累了深厚的 IP 开发与运营底蕴，推出了以世界顶级 IP《冰与火之歌：权力的游戏》为原型的页游产品。2016 年 3 月 22 日，游族网络发布公告称，以全资子公司 YOUSU GmbH 为投资主体签署了《股权购买协议》。根据协议，YOUSU GmbH 购买 Bigpoint 的股东 Bigpoint Investments GmbH 持有的所有股权，拟投资金额不超过 8000 万欧元。游族网络全资收购 Bigpoint，是基于其研运一体化特色、强劲的研发实力、培育多年的游戏发行平台，以及丰富的 IP 资源

和开发运营经验。此次收购，不仅助力德国游戏乃至欧洲游戏市场的开拓，也带动了德国游戏产业的国际化发展。

近年来，中国也成功举办了多次国际动漫游戏产业项目对接交流会，在会上中国同德国等国家进行动漫游戏产业发展等有关问题的讨论，中德之间互相学习借鉴，促进两国动漫游戏行业发展。

第七章 创意设计业

一、德国创意设计业发展概况

（一）德国创意设计市场现状

德国共有超过 60000 个自由职业者和公司活跃于设计行业，设计行业也因此属于文化创意产业中发展最快的子行业之一。设计行业中广告设计曾一度领先，但现在已被平面和传媒设计超越，这两个领域连同自由摄影师成为设计行业所占比重最高的三个分支，2018 年占到整个行业的 70%左右。

2018 年设计行业的发展情况良好，与上一年相比唯一下降的指标是低薪从业人数。据统计，2010 年以来该类型的从业人员人数呈现下滑趋势，2018 年下降到 58500 人，对比 2010 年的数据减少了约 12.6%。2018 年设计行业的雇佣员工、核心员工和公司数量均比 2010 年水平高出了 21 个百分点，当年总体就业人数为 153066 人。

设计行业的总产值从 2010 年以来呈现曲折上升的趋势，虽然 2017 年总产值有所下滑，总产值为 103.40 亿欧元，占文化创意产业总产值的 10.3%。但 2018 年同比增长了约 1.6%，达到 105 亿欧元，占文化创意产业总产值的 10.5%，比 2010 年增长了约 11.7%，是继软件和游戏、媒体和广告之后，所占比重比较大的子行业。同期，设计行业的销售额增长了 1.0%，相比 2010 年增长约 12.6%，达到 205 亿欧元，其价值约占整个文化和创意行业销售额的 12.2%。2018 年设计行业核心员工的人均营业额约为 134100 欧元，大致等同于整个文化和创意产业的平均水平，核心员工的人均营业额约为 140800 欧元。

据 2018 年的调查数据显示，设计行业的公司总数约为 60822 家，占德国公司总数的 23.75%,这意味着文化创意产业中每四个公司中就有一个公司属于设计行业。设计行业自身又可以划分为七个分支：平面和传媒设计（占比 27.8%），广告设计（占比 21.5%），自由摄影师（占比 20.4%），室内和房间设计（占比 9.8%），室内工作室设计（占比 7.7%），工业、产品和时装设计（占比 7.7%）和珠宝首饰、黄金和银器的制造（占比 5.1%）。按照公司数量统计，设计行业最大的分支属于平面和传媒设计，在这一领域活跃的公司约 16900 家。

（二）设计行业总体情况

设计早已成为产品和服务成功公认的关键因素。从工业到时装到广告，几乎所有经济领域都对设计有需求。设计行业的公司与其他公司的合作较为密切，与其他公司有过合作关系的公司占行业总数的 80.5%，其中 37.5%的设计公司表示经常与其他公司合作。设计行业、广告市场以及软件和游戏行业是文化创意行业三个重点子行业。尽管广告业中的初创公司数量多年来一直在下降，但 2014 年在这三个领域中成立的初创公司数量占文化创意总产业初创公司数量的 55%。2018 年，设计行业新增公司数量占文化创意行业总数的 15.6%，2017 年该比例为 17%，是继软件和游戏行业后创业数量相对较多的行业，但总体上文化创意产业的创业动力呈现下降趋势,其中设计行业的创业率从 2009 年开始一直呈现下滑趋势。2010 到 2018 年，该行业公司成立率约为 2.7%，就业增长率以每年平均 2.7％的速度增长，幅度较小。2010 年到 2018 年，设计行业的销售年平均增长率约为 1.6％。

表 3　2016-2017 年设计行业重点分支行业以及其他与设计相关的重点行业中公司的数量

设计行业	**58431**	**59323**	**60822**
广告设计	14383	14197	13079
平面和传媒设计	14419	15094	16907
自由摄影师	11606	11995	12398
广告市场	**30220**	**29892**	**27727**
广告代理商/广告设计	28765	28393	26158
软件和游戏行业	**37375**	**38803**	**40363**
互联网演示的开发和编程	11559	11882	12656
文化创新产业总值	**254484**	**256600**	**256624**

数据来源：德国联邦统计局

根据 2016-2017 年设计行业重点分支行业以及其他与设计相关的重点行业中公司的数量调查，设计和软件与游戏子市场中的公司数量正在增加。相比之下，广告行业中的数量有所下降。

表 4　2016-2018 年设计行业重点分支行业营业额（亿欧元）

设计行业	**197.64**	**203.21**	**205.33**
广告设计	124.73	126.84	126.48
平面和传媒设计	13.31	14.63	16.04
自由摄影师	12.37	12.48	12.66

珠宝首饰、黄金和银器的制造	21.1	21.83	21.77
室内和房间设计	10.67	10.95	10.35
广告市场	**294.05**	**300.78**	**303.37**
广告代理商/广告设计	249.46	253.67	252.96
软件和游戏行业	**377.27**	**416.32**	**450.25**
互联网演示的开发和编程	46.7	50.57	55.06
文化创新产业总值	**1588.14**	**1651.87**	**1682.82**

数据来源：德国联邦统计局

表“设计行业重点分支行业营业额（亿欧元）”显示，设计行业中的广告设计、平面与传媒设计以及自由摄影师这三个分支的营业额均呈现持续上涨趋势，但涨幅均较为平缓。相反游戏设计师具有良好的前景，游戏行业中“互联网演示的开发和编程”领域的营业额上涨幅度较高。

表 5　2016-2017 年设计行业重点分支行业主要从业人员人数

设计行业	**145593**	**149893**	**153066**
广告设计	68882	70467	70268
平面和传媒设计	20357	21428	23495
自由摄影师	19691	20115	20406
广告市场	**150715**	**154170**	**154700**
广告代理商/广告设计	137763	140933	140536
软件和游戏行业	**381364**	**408169**	**439276**
互联网演示的开发和编程	48173	51169	55720

文化创新产业总值	1120080	1159626	1195035

数据来源：德国联邦统计局

表“2016-2017 年设计行业重点分支行业主要从业人员人数”显示，各分支行业的就业人数都在稳定增长，其中在软件和游戏行业中“网页开发与编程”的增长速度最快。

（三）德国创意设计行业特点

1. 设计行业跨度大，创造性行为是其共性

德国把文化创意产业分为 11 个相对独立的行业，包括音乐业、图书业、艺术市场、电影业、广播业、表演艺术市场、设计业、建筑设计业、媒体业、广告业、软件及游戏业。通过文化、艺术、文学、音乐、设计等创造性行为实现增值，价值链分为版权人、原创人员的创作活动以及使用、传播和提供服务等部分。

2. 以大城市为龙头，辐射周边地区的集群化趋势日益明显

北威州经过多年规划和论证，把煤炭、钢铁业发达的鲁尔区转型为文化产业园，53 个城市联手打造欧洲的文化创意地区。杜塞尔科夫、科隆以原创为主，其他城市从事生产和销售，目前已形成了 46 万家企业、雇员 15.7 万人的产业群。柏林号称“创意之都”，2015 年共有企业 3.05 万家，其中设计企业为 8000 家，2015 年的销售额为 156 亿欧元，从 2009 年至今保持了年均 5.5%的增长率。柏林加入了联合国教科文组织的创意城市网络，并推出了“创意柏林”网络平台，2015 年设计业就业人员达到 20 万人。

就营业额而言，许多最成功的设计企业位于城市群的区域，比如在黑森州（莱茵河 / 美茵河区域）、汉堡州或者北莱茵 – 威斯特法伦州（杜塞尔多夫）。这些

主要都是与顾客迫切需要紧密联系的企业（尤其是传播设计）。成功的设计企业还集聚于欠发达地区，比如萨克森－安哈特州、石勒苏益格－荷尔斯泰因州、勃兰登堡州或者图林根州,这些企业专门从事国内或国际市场的工业产品设计，不太依赖于与顾客的密切接触。[43]

二、德国创意设计业相关政策

(一) 管理部门及相关政策

1. 政策咨询机构服务文化企业

2007 年 10 月，德国联邦政府公布“文化创意产业倡议”，提出增强公众对文化产业重要性的认识、挖掘文化产业增长和就业潜力、提高文化产业竞争力和国际影响力的三点倡议。由联邦经济与技术部（2013 年更名为联邦经济与能源部）、联邦文化与媒体事务专员共同牵头制定文化产业发展支持政策，外交部、司法部、财政部、劳动部和教研部共同参与，协调解决文化创意产业发展中所涉及的税收、知识产权、社会保障、对外文化交流、职业培训等问题。“文化创意产业倡议”成为德国文化产业支持政策的总纲领。此后，德国在此框架下制定了一系列具体的文化产业支持政策。

2009 年 11 月，德国政府成立文化创意产业事务中心，总部设在黑森州的埃施博尔思。中心由熟悉文化创意产业、拥有丰富商业管理经验和商务知识的专业团队构成。文化创意产业事务中心除了为文化创意公司、初创公司、自由职业者提供关于设立新公司、公司经营、市场行情等方面的政策咨询服务外，还定期邀请文化企业高管、政府官员、专家学者参加论坛和研讨会，搭建文化企业经营

43 张瑾,徐文静.德国创新设计考察报告[J].全球化,2017(03):104-114+136.

者之间及文化经营者与学界、政府之间沟通交流的平台。2010 年，文化创意产业事务中心在全国设立了 8 个地区性办事处，以便于更好地为各地区的文化企业提供服务。

2. 多层次的艺术支持政策

各层次和领域的艺术家是文化创意产品最重要的创作者和供给者。为支持艺术家从事艺术创作，德国对艺术家采取了多层次的支持政策。

建立艺术家社会保险制度。申请参加艺术家社会保险的人员需要出示由艺术家协会提供的会员证明和两家以上画廊的签约合同或其他职业艺术家身份证明材料，参保人自付保费的一半，其余部分由艺术家雇主(30%)和联邦政府(20%)承担。

建立多种文化基金,资助艺术家的艺术创作。联邦政府建立了视觉艺术基金、德国文学基金、社会文化基金、联邦表演艺术基金、德国翻译基金等各种形式的基金，通过举行艺术展、收购艺术作品、颁发艺术奖项、资助艺术家出国采风等多种形式，支持艺术家的艺术创作。各个州和地方政府也设立了不同形式的艺术基金用于支持本地区艺术家的艺术创作。[44]

设立各类文化奖项和为艺术家提供奖学金是德国支持艺术家发展的另一重要方式。“德国文化奖项手册”对历年德国艺术家获得的奖项和奖学金数量进行统计，1978 年德国艺术家获得奖项和奖学金的项数是 776 项，1994 年增加到 2000 项，2016 年奖项数则增加至 3000 项。

44 资料来源：https://www.sohu.com/a/106565819_149159

（二）创意设计行业奖项

1. 国家级奖项

【德国设计奖】自 2002 年以来，官方认证的“联邦产品设计奖（Bundespreis Produktdesign）”（1992--2000 年）和“联邦设计促进奖（Bundespreis Förderer des Design）”（1993-2001 年）被统一命名为“德意志联邦共和国设计奖”，而 2012 年又改名为“德国设计奖（German Design Award）”。这是德国设计领域最高的官方奖项，由联邦经济事务和能源部（Bundesminister für Wirtschaft und Energie）颁发。自 2006 年以来，该奖项每年都颁发给产品和传媒设计领域的杰出设计产品，旨在强调设计的经济重要性，并促进其推广。

因为其极其严苛的参与标准，德国联邦的该设计奖项被各界领袖视为“奖中奖”。公司无法自行申请该设计奖，它们通常是由联邦各州或联邦经济技术部的经济部门及参议员进行提名。另外，该产品须已获得国家或国际奖项。来自产品设计（所有子行业）和通讯设计（模拟和数字产品，例如外观）领域的系列产品可获德国联邦共和国设计奖提名。奖项由一个国际知名的独立评审团授予，最杰出的产品（最多 5 个）可以获得金奖，其余的产品（最多 20 个）则有机会获得银奖。

网址：https://www.german-design-award.com/

【联邦生态设计奖】2012 年，联邦环境部（Bundesumweltministerium）和联邦环境局（Umweltbundesamt）首次授予了联邦生态设计奖

（Bundespreis Ecodesign），旨在表彰出色的设计和可持续发展的产品、服务和理念，以使环保设计的潜力更加受到公众的关注，并促进该领域的创新。

网址：www.bundespreis-ecodesign.de

【德国文化与创新领航奖】文化创意产业拥有超过一百万名员工以及约 25 万家公司，其销售总额超过 1,680 亿欧元，这为社会的繁荣与发展做出了重要贡献。同时，该行业被视为经济增长的创新驱动力。为了使文化工作者和创新人士的创造潜能在经济和社会中可见，并表彰在文化创意领域有创业想法并愿将其付诸实践的人，联邦政府倡议授予“德国文化与创新领航奖”（Kultur- und Kreativpiloten Deutschland）。该奖项代表联邦政府每年表彰文化创意产业以及与其他产业相关联的 32 家公司、个人、创始人和项目。

网址： https://kultur-kreativpiloten.de/

2. 国际级奖项

【德国红点设计奖】德国“红点设计（Red Dot）”代表着最好的设计与业务。旗下的国际设计竞赛“红点设计奖（Red Dot Design Award）”面向所有希望通过设计来区分其商业活动的人。获奖的评定是基于选择和展示的原则，由来自产品设计、通信设计和设计理念领域有能力的专家评审团进行评选。红点设计奖已成为全球设计领域优质设计的重要标志。为了能够专业地评估设计领域的多样性，红点设计奖被划分为三类奖项，分别是产品设计、品牌与传播设计以及设计理念。每个竞赛每年举办一次。

网址：https://www.red-dot.org/de

【德国 IF 奖】自 1953 年以来，IF 国际论坛设计有限公司（IF International Forum Design GmbH）每年都会组织 IF 设计奖（IF DESIGN AWARD），该

奖项是世界上最著名和最有价值的设计竞赛之一，被公认为全球卓越设计的象征，并且每年接受来自 70 个国家和地区的 6000 多份参赛作品。IF 设计奖遵循六项原则：识别、支持和促进良好的设计；提高公众对设计的认识及设计在人们日常生活中的作用；帮助公司将设计融入其长期发展战略中；维护专业设计师的作用和地位，并提高对该职位的认识；通过设计实现社会变革；为有才华的年轻人提供支持，并为年轻设计师创建一个公共平台。代表最新趋势、创新和独特性的获奖作品主要来自下列领域：产品、包装、传播、室内建筑、专业理念、服务设计和建筑。

网址：https://ifworlddesignguide.com/

三、德国创意设计业行业协会

（一）德国设计代表大会

德国设计代表大会（Deutscher Designtag e.V.，简称 DT）是德国设计领域专业协会、职业协会和机构的总括组织，是非营利的组织。作为设计、政治和商业领域之间的中心连接口，德国设计代表大会倡导增进对设计的理解，是德国文化委员会的“设计部门”，主要与联邦政府、联邦州和欧盟的管理和行政部门就设计领域在德国文化、社会和经济方面相关的问题进行讨论。作为高品质产品和创新的代表，并为了证明其特殊地位，DT 旨在增强德国设计中各个领域的能力水平，通过设计改善人们生活质量。

【成立与发展】德国设计代表大会成立于 1976 年，旨在通过政策建议维护设计师的利益。自 1981 年开始，成为德国文化委员会的设计部门成员，并成为联邦政府、联邦州和欧盟管理部门与行政部门的首批联络人之一。

德国设计协会倡议（Initiative Deutscher Designverbände e.V.，简称iDD）成立于2006年11月，旨在改善设计师的工作条件，此外与地州和联邦部委的设计领域负责人之间紧密合作，促进全德统一设计师资助。在政治、经济领域以及公众面前为设计师发声，汇集德国设计协会，为所有设计师创建附加效益，并构想德国的设计活动。2008年至2014年期间iDD举办了由北莱茵-威斯特法伦州赞助的四项大型会议，这些会议为企业家、设计师、科学家和政客提供了一个平台，讨论设计创造的附加价值。

2016年4月，德国设计代表大会和德国设计协会倡议合并成立德国设计代表大会。由此，设计行业成功地将数十年文化政治工作中积累的能力与企业之间富有成效的合作经验相结合。这两个协会的合并，使德国设计代表大会能够以有力、透明和可信的方式代表整个设计行业、职业和文化利益。

【工作目标】DT是代表设计能力的机构，接受为德国设计能力的发展和设计质量的传播做出贡献的协会作为其成员。它将德国与国际力量联合起来，旨在促进设计技能的增长和社会动态变化，将政治、经济、教育和科学协调一致，并致力于促进和维持政治、经济和整个社会中对设计潜力的认识。最终目标是，确保联邦和州政府以及欧盟的政治政策将设计视为重要的战略领域，长期支持德国和欧洲加强设计能力。

作为一个总括组织，它协调设计领域的职业协会、行业专家和对设计感兴趣的团体，与设计有关的研究、科学和教学方面的协会联系，促进协会之间建立联系。通过与有关政治、经济、科学和文化机构的合作以及与媒体和其他舆论负责人之间的沟通来实现其目标。此外，通过这些领域之间的联系，在社会与经济方

面促进设计领域的框架、规范条例和惯例、公约等进一步发展。通过坚实的框架条件，使设计师能够获得可观的未来前景。

DT 通过主题与行业分析，为设计领域相关的商业协会和政府机构，提供有关设计能力水平和潜力的说明。同时还致力于在全国范围内广泛推广设计专业知识，并协调和改善德国的设计培训基础设施。将研究与设计行业联系起来，以优化研究人员、设计师和用户之间的交互。该组织还致力于确保在其他培训课程中传授设计知识，使所有对设计策略及其具体实践相关的专业都具有扎实的基础知识。

网址：https://www.designtag.org/

（二）德国设计委员会

德国设计委员会（Rat für Formgebung, German Design Council）是领先的国际设计能力中心之一。由德国联邦议院（Bundestag）发起，由德国工业界赞助，并得到合作伙伴的支持。自 1953 年以来，德国设计委员会一直致力于将设计作为一种重要的经济因素并将德国塑造为成功的设计大国。

德国设计委员会的历史与德国设计文化的发展息息相关，并对其产生了决定性的影响。几十年来，他一直致力于增强德国设计的国际声誉、促进设计辩论、并为知名公司和品牌提供咨询服务。作为“德国设计权威”，代表着涵盖文化和经济价值的整体设计理念，被公认为世界领先的设计机构。委员会从小部分创始成员开始，已经发展成为一个独特的组织，有来自商业、设计、贸易、行业协会和机构的众多会员，他们都致力于发展有能力创造文化和经济价值的设计理念。2019 年德国设计委员会在上海设立子公司，进一步扩大其强大的国际网络。在

中国建立会员网络并延续委员会的活动，以此致力于国际交流和合作。中国会员通过平等的交流机会和相关的知识转移，获得竞争优势。同时，也帮助德国会员在中国获得更多知名度，展示德国品牌，并在中国市场提供支持。

【工作目标】德国设计委员会承担重要的任务，包括培养年轻人才、为公司提供全面的咨询服务以及通过研讨会、讲座和图书馆等多元化地传播知识。

1. 促进设计，培养青年人才

青年设计师是促进德国设计行业和设计水平快速进步的基础，德国设计委员会通过各种项目和计划为他们提供支持，提供展示平台，开放网络连接，并通过青年人才竞赛确保公众对其工作的赞赏。在德国设计博物馆基金会的支持下，德国设计委员会设立了自己的机构，通过诸如“发现设计（entdecke design）”等全国性校园计划，增强儿童和年轻人对设计的兴趣。借助数字图像档案库，为德国设计历史方面的资料进行修订，目前正在开发记录 20 世纪有关产品设计的 42000 多种图像数据集，准备将其数字化并于将来公开使用。

2. 品牌和设计建议

德国设计委员会为公司成功实施品牌和设计策略提供支持和服务，以确保设计可以成为其竞争优势。其中包括在策略、理念和沟通以及国际化方面的建议和支持，为设计伙伴传达目标实施的基础理念，并与相关的专家建立联系。

3. 知识传播

知识的提供和交流是德国设计委员会的核心任务之一。通过提供一流的研讨会和讲习班，德国设计博物馆基金会的研究与活动以及庞大的图书馆，为德国提供一个独特的设计和品牌知识平台，并为委员会成员提供竞争优势。

【设立奖项】德国设计委员会发起的竞赛多种多样，有德国设计奖（German Design Award）、德国品牌奖（German Brand Award）、德国创新奖（German Innovation Award）、ICONIC 奖（ICONIC AWARDS）、汽车品牌大赛（Automotive Brand Contest）等，在世界范围内享有很高的声誉，且其知名度不仅限于设计领域。凭借这些奖项参与的公司和设计师不仅彰显了自身的能力，也由此成为有力的营销工具，以便将其产品定位于市场。

网址：https://www.german-design-council.de/about/

（三）德国设计师联盟

德国设计师联盟（Allianz deutscher Designer e.V.，简称 AGD）成立于 1976 年，主要目标之一是改善创意人士和他们客户之间的合作。德国设计师联盟拥有专业人才和灵活的工作团队。为促进交流举办优质的讲座、科学考察等，AGD 在 15 个地州和城市建立了区域性分支，不仅向成员开放，也是创意者和其客户的交易所。AGD 是欧洲最大的协会之一，成员网络中包括许多跨学科人士。AGD 旨在促进来自各个设计部门的富有创造力的工作者相互建立联系并会面。通过联盟的规模与其多样性，ADG 在社会和政治层面倡导设计行业的利益，并在德国和欧洲的许多机构中为成员们表达自己的心声。协会的责任是：及时与来自政治、商业和科学界的代表就行业未来主题进行讨论。例如，与其他行业和学科的合作伙伴一起开发设计有关的方案和解决方案模型，以满足未来的需求。

网站：www.agd.de

【四】德国设计师俱乐部

德国设计师俱乐部（Deutscher Designer Club e.V.，简称 DDC）是德语区国家领先的俱乐部，吸引各个领域的设计师。目的是传播和推广好的设计，鉴别高质量的作品，并为创造或委托设计的人们提供支持。DDC 是所有设计学科的代言人，通过协会平台促进跨学科的交流和网络联系。25 年来一直关注设计行业各个领域的发展情况，全方位了解设计动态，分析当前趋势，培养年轻人才，使创意产业可持续发展。此外还注重合作，提倡和尊重个人意见的发表，以及不同意见的交流学习。

德国设计师俱乐部注重跨行业的平台的建立，例如举办企业家与设计师之间的与业务相关的设计主题会议活动，以设计作为关键因素促进企业发展，是针对希望从竞争者中脱颖而出以便长期在市场上取得成功的中小型公司的会议。该俱乐部为成员提供研讨会作为实践平台，促进成员之间的交流互动以及跨设计学科的相互了解，深入了解其工作、理念和设计流程。还为赞助商提供交流会议平台，根据赞助商的意愿探讨其当前的设计主题，主讲人可以是来自不同领域的企业家或设计师。针对年轻的创业者提供经验交流机会，通过聚餐的方式将创业者作品展示给 30 至 50 位一起用餐的受邀嘉宾。

【设置奖项】DDC 年度竞赛“优秀设计奖（Gute Gestaltung）”在行业中是独一无二的，包括 10 个类别：产品、数字媒体、动态影像、品牌传播、空间/建筑、企业传播、业务报告、身份、优秀艺术、未来。制造商、设计师、企业家、建筑师、代理机构以及学生和初创企业都可以参加比赛。

网址：www.ddc.de

（五）柏林国际设计中心

自 1968 年成立以来，柏林国际设计中心（Internationales Design Zentrum Berlin e.V.，简称 IDZ）一直是德国领先的设计机构之一，推动设计作为经济和社会创新的动力。其多学科成员网络融合了来自不同行业的知识和技能。将设计行业与公司联系起来，促进知识交流、项目实施和相关活动的举办。在国家和国际层面与来自政治、文化和科学领域的代表进行积极的交流。

作为一家独立的非营利机构，IDZ 为客户提供同各个领域的高级创意主管交流的独特机会。这些创意主管通常是在战略性咨询公司、设计机构以及公司中处于领导地位，通过其多年专业知识经验帮助需要人士获得新见解、扩展知识，并开发面向未来的解决方案。IDZ 还针对创意领域工作人士提供培训服务，帮助人们扩大事业范围、开发创新观点。

网址：www.idz.de

四、德国创意设计业国际化发展

（一）Ambiente 博览会

法兰克福的 Ambiente 博览会（Ambiente Frankfurt）是全球最重要的消费品博览会之一，可以获得关于新型、创新产品有关的一手信息，了解全球产品供应情况、市场发展趋势以及行业的发展前景。展会所供应信息的多样性使 Ambiente 吸引了来自世界各地的客户和供应商。据 2019 年数据统计，Ambiente 展会共吸引了来自 167 个国家的 136081 人来参观，其中半数以上来自外国（77984 人，约占 57%）。除了德国外，所吸引游客大多数来自欧盟

（49%）和亚洲（26%），例如意大利、中国、法国、英国、荷兰、西班牙、美国、瑞士、韩国和土耳其。参展游客的目的比较多样，四成以上的人表示参展主要是为了了解行业新动向、新产品或是建立新的业务关系。约有 30%的人是为了维持现有业务关系、了解产品变化并全面了解市场信息，另有约 20%的人前来为购买产品做准备、拓展专业知识、订购展会上的货物或是对比竞争者的货物。展会的游客主要来自零售业（39%）或批发及对外贸易（22%），来自服务业的有 18%，剩下约 20%来自工业、手工业或其他行业。观展游客对于该展会给予了良好的评价，绝大多数游客表示非常满意（57%）或满意（38%），只有 5%的人表示不太满意。参展商共有 4460 家，分别来自 92 个不同的国家，其中 85%来自外国，来自德国本土的参展商仅有 669 家。

网站：www.ambiente.messefrankfurt.com

（二）科隆艺术博览会

科隆艺术博览会（Art Cologne/国际艺术市场）最初是由画廊老板海因·斯特恩克（Hein Stünke）以及鲁道夫·卓纳（Rudolf Zwirner）于 1967 年创立，并命名为科隆艺术市场“67”。如今，科隆艺术博览会已成为 20 世纪和 21 世纪汇聚杰出的、高品质艺术的最重要国际展览之一。每年都有来自 20 多个国家和地区的 200 多个世界领先的画廊齐聚一堂，展示 2000 多位艺术家的现当代作品。

ART COLOGNE 为艺术爱好者和收藏家提供多元化的信息，其中一个展区为“画廊（GALLERIES）”，展示了从古典现代主义和战后艺术到当代艺术等为不同主题建立的画廊。“新职位（NEW POSITIONS）”是该博览会的一项资

助计划，为年轻艺术家提供展示个人作品的机会，他们可以在画廊老板的摊位旁边得到一个由展会资助的个人摊位，并在此展示个人作品。此外，展会还为处于“前沿艺术”领域且新成立不超过十年的画廊提供“新市场（NEUMARKT）”中心平台，并根据画廊成立年数提供多种精选演讲和特别活动。科隆艺术博览会的展览开幕和其他活动在整个莱茵地区的博物馆和机构中举行，此外还提供相关的综合服务、宜人的休息空间以及美食，这使得 ART COLOGNE 成为德国不容错过的活动之一。

网站：www.artcologne.de

（三）柏林 **DMY** 国际设计节

柏林 DMY 国际设计节（DMY International Design Festival Berlin/当代产品设计节）是由来自柏林设计界的领先创新思想家的远见卓识发展而来的，他们对文化和设计领域当前以及未来发展趋势有着深刻的认识。DMY 从创立到今天的目标是汇集当代设计的强大潜力，为其提供空间并向世人们展示。同时，为工业和经济领域提供与创新开发商和设计师接触的机会。

每年春季举行柏林 DMY 国际设计节，多年来，它已成为一个设计领域的实验室、集会和娱乐的场所。设计节的时长为四天，可供年轻的设计师和著名的创意人士展示当代设计的最新动态，为柏林设计师提供了与国际设计界交流的机会。展示当前的发展现状，发现未来的趋势，并鼓励跨学科的项目和理想主义的设计。展览期间将举行广泛的专题讨论会、设计师讲座和讲习班，这些活动涵盖当代设计的主题，并展示产品设计和相关学科的未来必然趋势。2017 年 DMY 国际设计节展示的设计模型和创意产品由超过 250 家参展商和 500 多名国际设

计师提供。展览占地 8000 平方米左右，不仅展示国际知名设计师、设计工作室和公司的新产品，还展示新兴人才的设计模型。

此外，DMY 柏林代表德国首都为“设计之都”（UNESCO），凭借全球性的展览活动，赢得了全世界的认可，成为当代设计展览平台。通过特别展览、路演和合作项目 DMY 对全球现有设计界做出不同的贡献，并不断扩大其网络。作为面向年轻创意者和知名国际运营设计师的跨学科平台，DMY 柏林鼓励在全球设计界与柏林市之间进行跨文化对话。

网站：www.dmy-berlin.com

（四）中德创意设计交流

2015 年 9 月 9 日，“汉德 D-Zone”（中德创意设计基地）下萨克森创意设计中心在青岛西海岸新区中德生态园奠基。该中心将依照德国下萨克森州的特色进行建设，是“汉德 D-Zone”开工建设的第一所场馆。

据悉，“汉德 D-Zone”（中德创意设计基地）占地面积约 10 万余平方米，总投资额约 1 亿人民币。基地建设将结合该州特色发展工业设计、建筑规划设计及各类创意设计，同时兼容音乐的艺术创作、图书与现代传媒的创意发展。一期规划建设 16 座汇集德国 16 个州的创意设计、具有强烈现代德国风格的综合性国际交流示范性项目。基地建成后将依托中德生态园这一合作、交流平台，定位于德国各州文化创意大师、企业的聚集，中德文化交流的拓展，创意群体及企业创新潜能的激发及创业孵化等。依据各州特色创意产业，发展成为涵盖工业设计、建筑设计与展示、创意设计与竞赛、现代传媒与图书、生态创意与休闲等功能，集文化创意品创作、发布、交易，文化艺术活动举办、交流，文化创意企业

扶植于一体的创意平台，成为在青岛乃至亚洲具有重要影响的中德文化创意基地。

中德创意设计基地投入使用后，将成为吸引更多相关的文化创意产业领域企业入驻中德生态园的平台，成为中德生态园与下萨克森州加强互利合作，为德国广大中心企业提供更加便捷优质的服务和良好的投资环境的桥梁。[45]

45 资料来源：http://ezone.mofcom.gov.cn/article/g/201510/20151001141528.shtml

第八章 重点注意事项

一、签证办理

（一）签证种类

德国签证分为短期签证(申根签证)和中长期签证两类。

短期签证又可分为过境签证与短期入境签证两类：持过境签证者有权一次、两次或在例外情况下多次通过申根国前往非申根国，每次过境停留不得超过 5 天；持短期入境签证者，自入境之日起，半年内一次(或多次)总停留期不超过 90 天，具体可分为旅游、探亲访友和商务签证。此类签证由德国驻外外交或领事机构审发。

中长期签证在签证有效期内，自入境之日起，签发给半年内一次(或多次)总停留期超过 90 天或欲在德从事工作者。此类签证须由当事人前往地的德国移民局审批，同意后才能发给。如涉及在德工作问题，还须经德国劳动局签发工作许可。具体又分为：工作、实习、学习、进修、家庭团聚和结婚等不同种类。[46]

（二）工作签证办理流程

德国工作签证申请流程：针对目前仍居住在国内的申请人，需要先向居住地所属德国使领馆(或通过所属辖区合作的德国签证中心)递交工作签证申请。在递签时需同时提交德国工作合同及其他相关工作证明，以便使领馆工作人员对您是否满足德国劳工局工签要求进行初审。

---

46 资料来源：https://www.fmprc.gov.cn/123/lsfw/lsxw/fbfgjhcszysx/t275692.htm

在拿到入境签证抵达德国境内后，该申请人还需在入境签证到期前，向居住地所属外管局递交进一步书面工作签证申请。外管局会将工签申请转交当地劳工局进行审批，在拿到劳工局许可后连同居留许可一起发放给申请人。

针对目前已居住在德国的申请人，则直接向居住地所属外管局递交书面工作签证申请，后续流程同上。

【工签条件】依照《德国居留法》第 18 条的规定，申请人需满足下列条件方能获得德国工作签证和相应居留许可：

该申请人拥有合法护照并履行签证义务。

该申请人能保障个人基本生计，不需要申请额外公共救济。

注：因此每个地区都对工签申请人的工资有最低要求，此处个人基本生计包括如下部分，即工资要求至少能支付下列款项或不低于下列要求：

1、个人收入要高于最低社会救济金；

2、能支付德国居住期间的租金和其他水暖电等开支；

3、能缴付个人医疗保险。

针对工资水平，除了上述最低要求外，还要求工资水平与学历水平相匹配。以法兰克福为例，拥有本科及本科以上学历的外国人申请工作签证，通常要求该申请人的税前工资达到 2500 欧~2700 欧(具体工资最低要求按行业略有不同，并没有法定标准值，劳工局有自由裁量权)。

针对该申请人不存在驱逐出境的理由；

该申请人在德国境内的居留不会威胁德国国家安全和利益；

该申请人满足劳务移民的事实和个人需求；

该申请人在德国已拥有工作或特定的工作机会；

德国劳工局授予该申请人工作许可。

注：在德国部分州或在某些特殊行业，劳工局在授予工作许可时会综合考虑公共利益和个人利益之间的平衡，即有权拒绝形式上符合工签要求的申请人的工作许可。而在下述情况下，劳工局原则上应该授予申请人相应工作许可：

1、不存在法律禁止进入德国劳动力市场的情况；

2、该申请人的就业不会对德国劳动力时长造成不良影响；

3、相较于其他一般德国公民，欧盟公民及欧洲经济共同体公民，该申请人更适合该工作职位；

4、该外国籍申请人的工作待遇不低于类似可比的德国籍劳动者的工作待遇，即申请人并不是因为较低工作待遇而获得该工作机会。

二、处理好政府、议会与工会的关系

（一）处理好与政府和议会的关系

德国实行三权分立的议会民主制政体和联邦制，德国议会、法院和政府三者之间既相互依存又相互制约，且州政府在除国防、外交等领域外拥有相当大的自主权。中资企业在德国要获得长远发展，必须注重建立积极和谐的公关关系，不仅要与德国联邦政府相关部门和州、市一级政府建立良好关系，而且还应积极发展与联邦议会和州议会的关系。

（1）关心德国政局和政策动向。德国各级政府往往由不同党派执政，政策差异较大。中国企业应关心德国政府换届和议会选举，尤其要关心所在联邦州、市议会选举情况，关心州政府和市政府最新经济政策的发展趋势。

（2）了解各政府机构职责。了解联邦政府相关部委和州、市相关部门职责范围，尤其是与投资有关的经济主管部门、商会、投资促进机构等。

（3）了解议会组成情况和关注热点。了解各级议会的组成情况，关注与外国投资相关的热点问题，尤其是涉及吸引外资、税收、知识产权保护等方面的重要议题，应及时了解最新动态，评估对投资的影响。

（4）加强与议员的沟通。中国企业应与所在辖区议员尤其是对经济、产业和就业事务有影响力议员保持沟通，及时就企业发展和对当地经济发展所作的贡献进行动态交流，反映企业在发展中所遇到的问题和困难。议员在协助企业解决困难方面往往能发挥重要作用。

（5）倾听议员和政府官员的意见。中国企业在德国本地采取重大行动前，应及时听取议员及当地政府相关官员的意见，力争取得对方的支持和帮助。重大投资项目建议事先与当地各主要政党充分交流，争取跨党派的广泛支持，避免因换届选举带来不确定性。

（二）妥善处理与工会的关系

随着中国企业在德的发展壮大，必须进一步加强在成本和薪酬成本控制方面的管理，减少劳资摩擦，维护企业正常经营和发展，妥善处理与工会组织的关系。

（1）了解和运用法律。中国企业应全面了解德国《民法典》中关于劳资协定、劳动契约和员工权益等方面法律规定，尤其是《社会法法典》、《集体合同法》、《部分时间工作和附期限劳动合同法》、《劳动保护法》、《职工参与法》、《企业组织法》、《解雇保护法》、《最低工资法》和《罢工法》等涉及职工权益的法律，了解其与中国不同的做法。例如《企业组织法》规定了雇主和雇员之

间就企业运转进行合作的基本规范，特别是赋予了雇员通过企业职工委员会对企业有关社会福利、人事和经济的事务共同决定的权利。中国企业要严格遵守德国法律关于员工雇用、解聘、社会保障等方面规定，依法签订雇佣合同，按时足额发放员工工资，缴纳退休保险、医疗保险和其他福利保障基金等；按相关法律规定保证员工每年的带薪休假和带薪培训时间；解除雇佣劳动关系应按劳动法相关条款提前通知员工，并支付解聘补偿金。拿不准的问题及时咨询专业律师。

（2）掌握工会工作动态。中国企业应认真了解企业所在行业及当地工会组织的特点，加强与企业内部职工管理委员会联系，加强沟通与联系，发现问题，及时解决。

（3）加入雇主协会。中国企业应积极参加雇主协会尤其是本行业雇主协会，了解业内工资水平和处理相关问题常规方法。出现行业性问题时应尽量通过雇主协会与相关工会展开谈判。

（4）学会与工会谈判。中国企业在德国并购企业或新建工厂，都须把工会作为重要谈判对象，与工会就具体的工资待遇、增加工资及解雇工人的条件进行商谈并签署协议。对于员工提出的合理要求，应在可能的情况下予以满足，对于工会提出的不合理要求则应通过协商化解矛盾，必要时也可通过法律途径解决。

（5）加强与职工沟通。企业在日常生产和经营活动中，应加强与职工管理委员会沟通，保证其参与企业管理的权力，激发和保护员工的积极性，凝聚员工的智慧和创造力。

三、防范投资合作风险

（一）投资方面

近年来，中资企业到德国开展兼并收购业务逐年增多。企业在并购中应特别注意以下事项（部分注意要点也适用于新建企业）：

（1）充分准备，科学决策。德国拥有发达的市场经济，无论法律体系、市场体系还是技术标准体系都很健全。中国企业赴德国投资，不仅要看到市场机遇，还要针对进入德国市场可能遇到的各种风险进行充分准备。发现目标公司后，不仅要从纯经济角度考虑并购方案，还应从德国法律和税收角度，分析能否达到企业并购所追求目标。建议充分征求咨询公司、税务顾问和专业律师意见，尽可能获取较为全面的信息。盲目进入不熟悉的行业，或者对并购对象缺乏详尽调查，是导致投资失败的主要原因。

中方企业由于缺乏对德国市场、法律体系和文化背景及思维方式的了解，容易犯想当然的错误，以中国式思维看待德国的问题。例如在德国，某些政府要员的口头许诺往往无法兑现，具体执法人员只认法律不认高官；法律规定复杂细致，企业可能会因一些自以为无关紧要的小事被法庭传唤；并购不良资产时中标方在很多时候不是出价最高，而是并购方案最合理的买家，且承诺保留原有厂址和员工往往也是取得成功的重要加分项；并购后是否有裁员计划，是否会引发舆论关注，员工安置费用由谁承担等。诸如此类问题，中方决策者在制定并购方案时都应充分考虑，以免陷于被动或酿成重大后果。

此外，企业也应认识到并购本身并不是最终目的，中国企业海外并购还应以业务发展和战略布局为导向，要对并购之后整合的难度有一个清醒的认识。中国

企业海外并购时往往过于关注交易价格（即初始成本），对并购后的整合成本缺乏认识。并购之后如何整合企业，最终达到掌握核心技术、品牌和市场的目的，才是海外投资是否成功的关键。

（2）遵循规律，依靠专业人才。并购是中国企业赴德国投资较为青睐的方式，因为这样可以更快进入市场，并获得品牌和技术等关键资源。对多数中国企业来说，海外并购还属于新生事物，还没有很多经验和成熟的模式。企业往往凭借领导人有限的实地探访及内部研究人员的粗略搜集，感性地估计市场规模及目标市场的大致竞争格局，决定收购后才聘请专业律师参与，并往往在 1 至 2 个月内就与德方签订并购合同。

而国外并购市场已经有相当长的发展历史，形成了一整套并购规则和程序，同时也培养了很多专业咨询人才和机构。例如德国企业从并购一开始就会有专业并购咨询人员和律师组成并购团队全程参与，在与中方的谈判中明显处于优势，这也是导致中国企业并购德国企业经常要比欧美买家多付 20%-30%的主要原因之一。针对这种情况，一方面中国企业要注重培养海外并购专业人才，另一方面应充分利用当地已有专业咨询人才和机构的力量，将前期调研、并购谈判、整合规划等委托专业团队协助完成，这样才能保证整个投资过程的安全和利益最大化，减少可能存在的政策法规、劳工组织、供应商、客户结构、文化等潜在风险。

（3）尊重文化，属地化管理。属地化管理是引领全球跨国公司成功的共同战略，也是中国企业赴德国投资合作应该遵循的规律。外籍员工和外籍管理人员熟悉德国企业文化和法律法规，借助他们可使企业更快融入当地社会。但另一方面，也不能盲目迷信所谓“西方先进管理经验”。中方收购的企业或多或少都存在生产成本过高、市场开拓不力等问题，有的甚至长期亏损，如果收购后依然长

时间“维持原状”，极有可能埋下风险隐患。无论是留用还是更换管理层，目的都是确保其能够执行母公司的战略决策。对阳奉阴违甚至故意抵制母公司决策的管理层，在符合法定程序的前提下，应尽早解聘，防止酿成更大损失。

（4）适应德国法律的复杂性和严谨性。德国是具有法制传统的国家，法律体系完整。中国企业在德国投资前期、中期及后期都必须对有可能出现的法律风险进行评估。尤其对于劳资、税务和环保等领域的相关法律规定，企业必须充分了解并通过聘请专业律师合理规避可能出现的法律风险。德国奉行依法办事，政府进行行政干预的可能性非常小。因此中国企业务必尊重法律的权威性，远离贿赂，加强对中方员工的普法教育，营造良好的法律环境。就具体问题而言，包括公司注册、签订劳资合同、报税等各项事务，均需仔细研读相关法律细则，将必要文档准备妥当，注重法律细节和严肃性。

（5）充分利用德国政府各项优惠措施。为吸引投资和创造就业，德联邦政府及各联邦州均推出针对不同企业规模和行业的各项优惠措施。中国企业在投资过程中应尽量利用这些优惠措施，及早准备各类申请材料，在必要情况下亦可委托相关咨询机构办理。对于优惠扶持资金，则需在符合相关法规要求的前提下合理利用，统筹规划。另外，德国对设立研发中心、雇佣当地员工等都有专门的补助，具体情况可咨询当地投资促进机构。各项优惠措施应事先商定，最好与相应地方政府达成明确的书面协议，防止事后无法兑现。

（6）有效控制成本，提高生产效率。德国的工薪和税务成本都较高，尤其是当地雇员的社保支出占工资比例较高。此外，德国实行劳资协议集体谈判制度，由行业工会和雇主委员会代表劳资双方就工资、工时等基本问题达成协议，单个企业发言权较小。中国企业到德国投资，必须充分了解劳动法中关于工资、社保、

解雇员工的具体规定，同时通过专业的税务机构来规划企业报税，控制成本，提高生产效率。

（7）规范透明，加强对外沟通。中资企业对德投资快速增长，也引发了当地政府、媒体及部分民众的警惕和质疑，未来可能会面临更加严峻的舆论和政策环境。在不违反企业保密原则的情况下，应主动加强与当地政府、议会、媒体、工会、社区等相关各方的交流，增信释疑，赢得各界的认同和尊重。

（8）与工会成为朋友。德国工会力量强大，对劳工的保护极严，解雇员工须征询企业职工委员会的意见，且须依法给予补偿。如何处理与工会的关系是中资企业在德国投资面临的一大挑战，因工会反对导致并购失败的例子不在少数。企业在并购之初就应意识到工会的重要作用，与工会保持密切沟通，把工会当作朋友和企业发展的战略伙伴，而不是将其推向对立面。提早做工作，耐心解释企业的发展方向，保持一定的信息透明度，对争取工会支持非常重要。但另一方面，对工会不合法、不合理的要求也要保持警惕，防止背上沉重负担。

（9）着眼长远发展，积极融入当地。树立合作共赢理念，与各方共享发展红利，是降低投资风险的有效办法。企业应该制定清晰的本地化战略，并树立社会责任意识，例如重视劳工权益、加强环境保护、助力社区发展等，以实际行动努力融入当地经济和社会发展，维护中资企业的良好形象。

案例 1：2012 年，具有 58 年历史的德国混凝土泵制造商普茨迈斯特（Putzmeister）被竞争对手——中国的三一重工（Sany）以 3.6 亿欧元买下。当时，这家公司的工人因担心失去工作而在工厂大门外集体抗议。这是德国企业对中国投资者的普遍担忧，他们担心中国企业会“偷”走他们的技术，并将就业转移出德国。但 5 年来，普茨迈斯特在德国工厂的就业始终保持稳定，4 年前反

对收购的工人终于不再担心。他们甚至开始庆幸，与那些被其他国家公司并购的德企相比，他们要幸运得多。

三一通过董事会对普茨迈斯特发展策略、经营目标、重大投资决策事项等进行沟通和交流；通过监事会来规范普茨迈斯特的工作；集团财务部门定期与普茨迈斯特财务人员进行交流；研发、制造、质量、商务等方面也会进行不定期的交流。普茨迈斯特的日常经营则是由本土管理团队负责。在整合普茨迈斯特的过程中，三一充分考虑到了所有利益相关者的利益和诉求，客户、代理商、供应商以及员工都从一个更稳定、更强大的普茨迈斯特中得到了好处。各方对中国投资者的管理能力也越来越信任。

案例 2：纷美包装是一家成立于 2003 年的民营企业，短短十多年已经发展成为行业领先企业。2011 年纷美投资 5000 万欧元在德国东部靠近莱比锡机场的哈雷市建厂，目前员工人数超过 160 人，年产量 40 亿包，是中资企业在德国进行绿地投资的典型。“磨刀不误砍柴工”，纷美在投资前进行了长达一年半的实地考察，做了大量的调研工作，甚至包括对德国文化和德国员工职业精神、行为操守、人文传统和工作文化融合可能性等方面的系统研究。在聘请全球知名咨询公司做全面评估后，最终选择了哈雷。除了可以获得较高的投资补贴，当地完备的制造业基础、良好的投资环境和地理交通优势、相对西部地区更低的人工成本都是选择哈雷的原因。

在德国建设厂房容易，但要从零开始组建团队，建立完整的生产体系却并不容易。在不同的法律环境和文化背景下，激励不同文化的员工需要有更强的管理和成本控制能力。德国工厂的本地员工基本没有从事无菌包装的工作经验。除了将德国员工派回中国培训外，纷美在投产初期先后派出 30 名中国师傅到德国“传

帮带”。中国师傅们努力跨越签证障碍、语言文化障碍，与德国员工并肩作战，悉心传授经验，最终生产出了合格的产品。

纷美也非常重视社区发展。例如向当地癌症儿童村捐款捐物，员工还自发组织在圣诞节等重大节日与孩子们一起过节，陪孩子们完成心愿清单。积极配合当地中学生开展社会实践，为学生讲授简历编写、职场面试等知识。纷美的这些举措赢得了当地政府和民众的高度赞扬。

（二）贸易方面

德国是成熟的市场经济国家，市场秩序规范开放，近年来中德双边贸易增长迅速。但在德国开展贸易的中国企业仍须熟悉并适应当地贸易环境，以便采取有效措施拓展业务。

（1）注重产品质量。德国客户关注产品质量，中国传统优势产品在德具有良好信誉度，因此中国企业在开展贸易时必须坚持以质量为本，树立良好的信誉，注重售后服务。

（2）合理利用商协会拓展贸易渠道。德国商协会势力强大，拥有丰富的企业和人际资源，中资企业在德从事贸易时，应加强与当地及相关行业商协会的联系，建立起长期沟通机制，以便及时获取相关商业信息。

（3）适应当地商业文化。德国市场有其特殊的商业文化，贸易竞争激烈程度稍逊于国内，但更加注重产品的售前咨询和售后服务，中国企业应树立起配套服务意识，积极进行市场调研，以熟悉和适应当地商业文化，树立可支撑企业长期发展的长远目标。

（4）做好市场调研。德国市场经济秩序井然，法制健全，大中小企业齐头并进，且各俱特色。很多优秀的小企业仅靠一种产品就能做到全球该行业的“隐形冠军”。在关注中德贸易时不仅需要了解德国大中型企业，同时也有必要针对小企业进行一定调研考察。以便锁定最优秀产品，开拓市场，扩大盈利空间。

四、德国投资促进机构

【中国驻德国大使馆经济商务处】

- 中国驻德国大使馆经商处

  地址:Majakowskiring 66，13156 Berlin

  电话:0049-3088668215

  传真:0049-3088668288

  电邮:de@mofcom.gov.cn

  网址:de.mofcom.gov.cn

- 中国驻汉堡总领馆经商处

  地址:Elbchaussee 268，22605 Hamburg

  电话:0049-4082276024

  传真:0049-4082276021

  电邮:hamburg@mofcom.gov.cn

  网址:hamburg.mofcom.gov.cn

- 中国驻法兰克福总领馆经商处

  Villa im Park, An den Hofgärten 2，65835 Liederbach am Taunus

  电话:0049-6997781828

传真:0049-6997781829

电邮:frankfurt@mofcom.gov.cn

网址:frankfurt.mofcom.gov.cn

- 中国驻慕尼黑总领馆经商处

  地址:Hofmannstrasse 57，81379 Muenchen

  电话:0049-89724498130

  传真:0049-89724498140

  电邮:munich@mofcom.gov.cn

  网址:munich.mofcom.gov.cn

- 中国驻杜塞尔多夫总领馆双边处

  地址:Schanzenstrasse 131, 40549 Duesseldorf

  电话:0049-2119099 6385

  传真:0049-2119099 6366

  电邮:dus@mofcom.gov.cn

【德国中资企业协会】

- 德国中国商会(CHKD)

2013 年 5 月李克强总理访德期间正式对外宣布成立，2014 年 1 月 16 日在德国工商总会总部举办成立剪彩仪式,时任德副总理兼经济部长加布里尔出席并致辞。商会有 19 家理事单位，其中 7 家为主席单位，分别是德国五矿有限公司、潍柴动力（液压）驱动技术有限公司、蔚来汽车、开元周游集团、普瑞有限公司、中国铁路驻欧洲代表处和中国工商银行法兰克福分行。商会秘书处设在柏林，干事长为段炜先生。商会现有会员企业接近 300 家。

地址:IHZ Hochhaus ，Friedrichstr. 95，10117 Berlin

电话:0049-30-20917522

传真:0049-30-20917340

电邮:info@chk-de.org

网址:www.chk-de.org

- 中国国际投资促进中心(德国)

2014 年在法兰克福成立。由商务部投资促进事务局与浙江省商务厅、江西省商务厅、北京市经济技术开发区、天津武清经济技术开发区、烟台经济技术开发区、石家庄高新技术开发区和江苏省太仓市人民政府等共建，主要职能是开展对德双向投资促进工作。

地址:Bockenheimer Landstr. 61, 60325 Frankfurt am Main

电话:0049-69-24756800

传真:0049-69-247568099

【德国驻华使领馆】

德国驻中国大使馆

地址:北京市朝阳区东直门外大街 17 号

邮编:100600

电话:010-85329000

传真:010-65325336

电邮:embassy@peki.diplo.de

网址:www.deutscheboschaft-china.org

- 德国驻上海总领事馆

地址:上海市吴江路 188 号静安新时代大厦 18 楼

邮编:200041

电话:021-34010106

传真:021-64714446

网址:www.shanghai.diplo.de

- 德国驻广州总领事馆

  地址:广东省广州市环市路 339 号广州国际大酒店 19 层

  邮编:510098

  电话:020-83306533

  传真:020-83317033

  电邮:gkkanton@deguangzhou.org

  网址:www.deguangzhou.org

- 德国驻成都总领事馆

  地址:四川省成都市人民南路四段 19 号威斯顿联邦大厦 25 层

  电话:028-85280800

  传真:028-85268308

  电邮:zreg@cheng.diplo.de

- 德国驻沈阳总领事馆

  地址:辽宁省沈阳市沈河区青年大街 109 号凯宾斯基宾馆 16 楼

  电话:024-22913301

  传真:024-22900322

  网址:www.shenyang.diplo.de

- 德国驻香港总领事馆

  地址:21/F United Center 95 Queenway Central

  电话:00852-21058777

  传真:00852-28652033

  电邮:germancg@netvigator.com

  网址:www.germanconsulate-hongkong.org

  【中国商务部研究院海外投资咨询中心】

  地址:北京市东城区安外东后巷 28 号

  电话:010-64515042、64226273、64515043

  传真:010-64212175

  电邮:kgjyb@126.com

  网址:www.caitec.org.cn

  【UNDP 中国企业海外可持续发展办公室】

  地址:北京市朝阳区亮马河南路 2 号联合国开发计划署

  电话:010-85320733、85320776

  【南南合作促进会海外投资项目信息中心】

  地址:北京市东城区白桥南里甲 2 号

  电话:010-65280465、56765617

  网址:www.china-ofdi.org

  【德国主要投资促进机构】

- 德国贸易与投资促进署(Germany Trade and Invest)

  地址:Friedrichstrasse 60，10117 Berlin

电话:0049-302000990

传真:0049-30200099812

电邮:office@gtai.com

网址:www.gtai.de

- 巴符州国际经济与科技合作公司

  地址:Willi-Bleicher-Strasse 19，70174 Stuttgart

  电话:0049-711227870

  传真:0049-7112278722

  电邮:info@bw-i.de

  网址:www.bw-invest.de

- 投资在巴伐利亚

  地址:Prinzregentenstrasse 28，80538 Muenchen

  电话:0049-8921262642

  传真:0049-8921622803

  电邮:info@invest-in-bavaria.de

  网址:www.invest-in-bavaria.de

- 柏林伙伴有限公司

  地址:Fasanenstrasse 85，10623 Berlin

  电话:0049-30399800

  传真:0049-3039980239

  电邮:info@berlin-partner.de

  网址:www.berlin-partner.de

- 勃兰登堡州经济发展局

  地址:Steinstrasse 104-106，14480 Potsdam

  电话:0049-3316603000

  传真:0049-3316603840

  电邮:info@zab-brandenburg.de

  网址:www.zab-brandenburg.de

- 不来梅投资发展公司

  地址:Langenstrasse 2-4，28195 Bremen

  电话:0049-42196000

  传真:0049-4219600810

  电邮:mail@big-bremen.de

  网址:www.big-bremen.de

- 汉堡经济促进公司

  地址:Hamburger Strasse 11，22083 Hamburg

  电话:0049-402270190

  传真:0049-4022701929

  电邮:info@hwf-hamburg.de

  网址:www.hamburg-economy.de

- 黑森州经济促进公司

  地址:Abraham-Lincoln-Strasse 38-42，65189 Wiesbaden

  电话:0049-61177481

  传真:0049-6117748466

电邮:info@hessen-agentur.de

网址:www.hessen-agentur.de

- 下萨克森州投资贸易促进公司

  地址:Schiffgraben 30，30175 Hannover

  电话:0049-511343466

  传真:0049-5113615909

  电邮:info@ipa-niedersachsen.de

  网址:www.ipa-nidersachsen.de

- 梅前州经济促进公司

  地址:Schlossgartenallee 15，19061 Schwerin

  电话:0049-385592250

  传真:0049-3855922522

  电邮:info@gfw-mv.de

  网址:www.gfw-mv.de

- 北威州投资促进公司(经济发展局)

  地址:Voelklinger Strasse 4，40219 Duesseldorf

  电话:0049-211130000

  传真:0049-21113000154

  电邮:nrw@nrwinvest.com

  网址:www.gfw-nrw.de

- 莱法州投资建设银行

  地址:Holzhofstrasse 4，55116 Mainz

电话:0049-6131985200

传真:0049-6131985299

电邮:isb-marketing@isb.rlp.de

网址:www.isb.rlp.de

- 萨尔州经济促进公司

  地址:Franz-Josef-Roeder Strasse 17，66119 Saarbruecken

  电话:0049-6819965400

  传真:0049-3512138399

  电邮:info@wfs.saxony.de

  网址:www.wfs.saxony.de

- 萨安州投资与市场营销公司

  地址:Kantstrasse 4，39104 Magdeburg

  电话:0049-391568990

  传真:0049-3915689950

  电邮:welcome@img-sachsen-anhalt.de

  网址:www.img-sachen-anhalt.de

- 石荷州经济促进及技术转让公司

  地址:Lorentzdendamm 24，24103 Kiel

  电话:0049-431666660

  传真:0049-43166666767

  电邮:info@wtsh.de

  网址:www.wtsh.de

- 图林根州经济促进公司

  地址:Mainzerhofstrasse 12，99084 Erfurt

  电话:0049-3615603470

  传真:0049-3615603328

  电邮:invest@leg-thueringen.de

  网址:www.invest-in-thueringen.de

五、德国相关政府机构

【总理办事机构】（共 1 个）

德国总理府

Startseite Presse- und Informationsamt der Bundesregierung

网址：http://www.bundesregierung.de

【内阁部门】（共 14 个）

- 德国联邦经济与技术部(BMWi)

  Federal Ministry for Economic Affairs and Energy

  电话: +49 1888 615-0

  传真: +49 1888 615-4380

  电子信箱: buero-ve2@bmwi.bund.de

  网址: www.bmwi.de

  柏林总部：

  Scharnhorststr. 34 - 37, 10115 Berlin

  波恩总部：

Villemombler Str. 76, 53123 Bonn

- 外交部

  电话：+49 30 1817 0

  网址：www.auswaertiges-amt.de

- 德国联邦内政部

  网址：www.bmi.bund.de

  德国联邦司法部

  网址：https://www.bmjv.de/

- 德国联邦财政部

  Bundesministerium der Finanzen

  网址：https://www.bundesfinanzministerium.de/

  财政部下分十个部门：

  中央部门 Zentralabteilung，Z）

  财政政策及总体经济事务（Finanzpolitische und volkswirtschaftliche Grundsatzfragen，Ⅰ）

  联邦预算（Bundeshaushalt，Ⅱ）

  关税、消费税、酒垄断 Zölle; Verbrauchsteuern; Branntweinmonopol，Ⅲ）、税务 Steuerabteilung，Ⅳ）

  联邦金融关系、宪法及法律事件（Föderale Finanzbeziehungen, Staatsrecht und Rechtsangelegenheiten，Ⅴ）

  法律事务与服务（Justiziariat und Service，Ⅵ）

  金融市场政策（Finanzmarktpolitik，Ⅶ）

私有化、控股及联邦房地产（Privatisierungen, Beteiligungen und Bundesimmobilien，Ⅷ）

欧洲政策（Europapolitik，E）

- 德国联邦劳动和社会事务部

  Bundesministerium für Arbeit und Soziales

  网址：https://www.bmas.de/DE/Startseite/start.html

- 德国食品、农业和消费者保护部（BMJV）

  Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft，BMEL

  网址：https://www.bmjv.de/DE/Startseite/Startseite_node.html

  内设机构

  中央司（Zentralabteilung，Ⅰ）

  政策、可再生资源司（Leitungsbereich, Grundsatzangelegenheiten, Nachwachsende Rohstoffe，L）

  营养、产品安全、创新司（Ernährung, Produktsicherheit，Innovation, Ⅱ）

  食品安全、动物卫生司（Lebensmittelsicherheit, Tiergesundheit，Ⅲ）

  农村、农产品市场司（Ländlicher Raum, Agrarmärkte，Ⅳ）

  生物经济、可持续农林业司（Biobasierte Wirtschaft, Nachhaltige Land- und Forstwirtschaft，V）

  欧洲事务、国际事务、渔业司（EU-Angelegenheiten, Internationale Angelegenheiten, Fischerei，Ⅵ）

- 国防部

  Bundesministerium der Verteidigung

网址：https://www.bmvg.de/de

- 家庭、老年人、妇女和青年部

网址：http://www.bmfsfj.de

- 德国联邦卫生部

German Federal Ministry of Health

网址：https://www.bundesgesundheitsministerium.de/

- 交通、建设和城市发展部

网站：https://www.bmvi.de/

- 环境、自然保护和核安全部

Federal Ministry for the Environment,Nature Conservation,Building and Nuclear Safety,BMUB

外文网址： http://www.bmub.bund.de/

中文网址： http://www.bmu.de/

- 教育和研究部

Bundesministerium für Bildung und Forschung，BMBF

网址：http://www.bmbf.de/

联邦教育及研究部可分为八大部门：

中央管理（Zentralabteilung，Z）

策略及政策（Strategien und Grundsatzfragen，Ⅰ）

欧洲与国际教育及研究合作（Europäische und internationale Zusammenarbeit in Bildung und Forschung，Ⅱ）

职业训练、终身学习（Berufliche Bildung; Lebenslanges Lernen，Ⅲ）

科学系统（Wissenschaftssystem，Ⅳ）

关键技术－创新研究（Schlüsseltechnologien – Forschung für Innovationen，Ⅴ）

生命科学－健康研究（Lebenswissenschaften – Forschung für Gesundheit，Ⅵ）

未来准备－文化、基本及永续研究（Zukunftsvorsorge – Forschung für Kultur, Grundlagen und Nachhaltigkeit，Ⅶ

- 经济合作和发展部

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

网址：http://www.bmz.de

联邦经济合作与发展部设置内设机构 3 个：

综合事务与民间社会力量合作司（Zentrale Angelegenheiten; Zusammenarbeit mit dengesellschaftlichen Kräften，Ⅰ）：主要负责一般行政工作，与民间社会力量合作，并负责波恩与柏林两办公室的行政。

其他国家与区域合作、亚洲、拉丁美洲、欧洲、维护和平任务、联合国司（Entwicklungspolitik mit Ländern und Regionen; Asien; Lateinamerika; Europa; Friedenssicherung; Vereinte Nationen，Ⅱ）：负责亚洲、拉丁美洲、欧洲等区域及国家的发展合作，维持和平、民主化。

全球与部门政策、欧洲与多国发展政策、非洲、中东司（Globale und sektorale Aufgaben; Europäische und multilaterale Entwicklungspolitik; Afrika; Naher Osten，Ⅲ）：负责与国际组织的合作，以及非洲和中东地区的合作与协调。

六、其他

（一）中德主要双边经贸协定

1979 年《中德两国政府经济合作协定》

1982 年《中德两国政府技术合作协定》

1983 年《中德关于促进和相互保护投资的协定》

1985 年《中德两国政府财政合作协定》、《中德避免双重征税协定》

2000 年 新的《中德两国政府经济合作协定》

2001 年《中德社会保险协定》

2003 年 新的《中德关于促进和相互保护投资的协定》

2004 年《中国国家发展和改革委员会与德国经济与劳动部关于在中小企业领域加强合作的谅解备忘录》

2006 年《中华人民共和国国家发展和改革委员会与德意志联邦共和国联邦经济和技术部关于在中德经济技术合作论坛框架下开展医药经济和生物技术合作的框架协议》

2007 年《中华人民共和国国家发展和改革委员会与德意志联邦共和国联邦经济和技术部关于在中德经济技术合作论坛框架下成立能源工作组的框架协议和关于在中德经济技术合作论坛框架下成立环保技术和循环经济工作组的框架协议》

2010 年中国商务部与德国经济与技术部签署《关于加强中德服务企业合作的联合声明》、中国商务部与德国经济与技术部签署《关于共同支持建立中德生态园的谅解备忘录》、中国商务部与德国经济与技术部签署《关于开展出口信贷

机构合作的谅解备忘录》、中国商务部与德国经济合作与发展部签署《关于加强经济技术合作的联合意向声明》

2011 年中国商务部与德国经济与技术部签署《关于便利和促进中德双向投资的联合声明》

2012 年中国商务部与德国经济与技术部签署《关于进一步促进双向投资的联合声明》、《关于建立中德经济顾问委员会的联合声明》

2013 年中国商务部与德国经济与技术部签署《关于为中德企业开展投资合作提供法律支持的联合声明》、中国发改委与德国经济与技术部签署《关于在节能和提高能效领域加强合作的联合声明》

2014 年中国商务部与德国经济与能源部签署《中德发展合作谅解备忘录》、中国商务部与德国经济合作与发展部签署《中德在市场监管与产品安全方面开展合作的谅解备忘录》

（二）德国中国商会

随着中国企业对德投资合作的迅速发展，在全德各地部分中资企业的积极倡议下，经过精心筹备，德国中国商会已于 2013 年 5 月 10 日在柏林正式成立。5 月 27 日，国务院总理李克强访德期间正式宣布了关于德国中国商会成立的消息，并亲切会见了商会负责人，对商会的发展做了重要指示。

德国中国商会的宗旨是通过加强与中德两国政府部门及社会各界的广泛联系，为在德中资企业和机构搭建一个互通信息、交流经验、反映合理诉求、提供咨询服务的平台，通过举办研讨会、报告会、座谈联谊、资讯传媒等方式协助企业加强对中德两国政策法规、文化传统、投资环境的了解，增进双方互信，促进

中资企业融入当地社会，协助解决企业生产经营过程中遇到的问题和困难，为实现互利双赢，促进双边关系和经贸合作做出积极贡献。

按照当地法律规定，德国中国商会已办理相关注册程序。中国驻德国大使史明德应邀担任商会监护人。经过选举，来自全德各地的 15 家中资企业/机构担任商会理事单位，中国工商银行法兰克福分行、德国五矿公司、宝钢欧洲公司、海利派克公司、普瑞公司等 5 家理事单位组成商会主席团。工商银行法兰克福分行总经理陈飞当选为德国中国商会首任主席。商会秘书处设在柏林，负责日常事务。

根据章程规定，德国中国商会实行自愿会员制，主体在中国大陆各省市的机构和国有及民营等各类企业在德设立的子公司、合资公司、办事处及并购企业经过申请均可成为德国中国商会正式会员，享受章程规定的各项权利和履行相应义务。欢迎在德中资企业/机构加入德国中国商会，参与商会组织的各项活动。