



Jahresbericht 2013

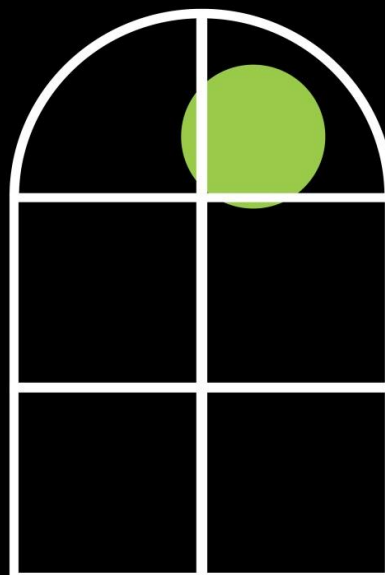


AUSTRIAN CHINESE
BUSINESS ASSOCIATION

奥中
商业协会

Deloitte.

Gute Aussichten für Ihr Investment



Unsere **Chinese Services Group (CSG)** in Österreich betreut sowohl österreichische Unternehmen, die in China investieren bzw. operativ tätig sein möchten als auch chinesische Unternehmen bei ihrem Engagement in Österreich bzw. Europa.

Unterstützt von Mitarbeitern mit Chinesisch als Muttersprache bei Deloitte Österreich sowie durch eine sehr enge Zusammenarbeit mit unseren Kollegen von Deloitte China bietet unser erfahrenes Team umfangreiche Dienstleistungen aus einer Hand an, um Sie bestmöglich zu unterstützen.

Deloitte Österreich
Renngasse 1 / Freyung
1010 Wien
www.deloitte.at/csg



Kontakt:
Herbert Kovar
Partner | Tax, CSG-Leader in Österreich
+43 1 537 00-3600

Lei Zhu
Senior Assistant | Tax
+43 1 537 00-7755

Wirtschaftsprüfung • Steuerberatung • Consulting • Financial Advisory.

© 2014 Deloitte Österreich
Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited, eine „UK private company limited by guarantee“ und/oder ihr Netzwerk von Mitgliedsunternehmen. Jedes Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig. Nähere Informationen über die rechtliche Struktur von Deloitte Touche Tohmatsu Limited und ihrer Mitgliedsunternehmen finden Sie unter www.deloitte.com/about.

目录

中国驻奥使馆商务处致辞 商务参赞 夏阳	4
奥中商业协会主席致辞 乔治章格博士 Dr. Georg Zanger	5
中国意在腾飞 —— 何乐而不为 哈纳斯·安德洛施博士 Dr. Hannes Androsch	7
2013 年与华经济交流发展 安思来博士 Dr. Oskar Andesner	10
奥中商业协会 2013 年度活动报告 艾芳妮 Mag. Veronika Ettinger	13
中国对外直接投资 伊丽莎白·张 Elisabeth Zhang	18
中奥经济关系值得注意的最新动态 弗朗索瓦-沙维尔·达利尼 François-Xavier d'Aligny	21
中国投资保护 莫凯思博士 Dr. Markus Moser	24
中国，无尽的经济奇迹 罗伯特·基辛格 Robert Kiesinger, MBA	27
中国 B2B 市场营销的八大迷思 毛巧玲	32
奥地利媒体如何报道中国 乔治章格博士	36
为了艺术：中国当代艺术短评 施爱丽 MMag. Alice Schmatzberger	38

奥中商业协会 2013 年报致辞

夏阳

中国驻奥使馆商务参赞



在刚刚过去的 2013 年中国的经济建设又取得了好成绩，中国跃升为世界货物贸易第一大国。全年货物进出口总额达到 4.17 万亿美元，与上年相比增长 7.6%。国内生产总值增长 7.7%，达到 56.88 万亿人民币，超过了政府预定的增长目标。

去年中国在社会和经济的多个领域进行了多项改革，为中国经济的持续快速发展进一步打下了良好的基础。中国经济的快速发展和巨大规模为中国与世界各国的经济技术合作提供了广阔的机会。

中国与奥地利经济有很强的互补性。中国对节能环保、新能源、先进制造业技术和先进农牧业技术等方面有很强的市场需求，而这些方面恰恰都是奥地利企业的强项。

奥中商业协会在过去的一年里为中奥企业在这些方面的合作交流做出了大量的卓有成效的工作，为双方企业创造了许多新的合作机会，推动了中奥经贸合作的进一步发展。奥中商业协会还积极拓展新的工作领域，开展了两国教育方面的交流合作。这不仅为两国青年的学业提供了更多的选择，更为中奥两国关系的长久发展培养了人才。

协会主席致辞

乔治章格博士 Dr. Georg Zanger

律师，奥中商业协会主席

www.zanger-bewegt.at



中国主席习近平 2014 年 3 月的对欧访问，可谓中国与欧盟关系的转折点。中国自身改革的深化，欧盟成员国持续的融合，都为双边关系的发展提供了令人瞩目的可能性。2013 年 11 月的中欧高峰会议上，双边提出了“2020 中国与欧盟合作的战略性议程”。

在改革中，中国和欧盟已成为合作伙伴。我们认为自己是这个合作关系的一部分，希望继续在促进奥中商业关系方面作出贡献。我们的任务是消除双方面的偏见，拉近两国间商界人士的距离，跨越文化和语言等方面的障碍等。

2013 年是奥中商业协会硕果累累的一年。我们与新合作伙伴香港协会一起，举办了多场活动，此外，我们也与奥中友协（ÖGCF）合作举办了数场活动。应我们邀请，山东的一个商务团来到维也纳，与奥地利企业进行了双边对话。此次活动激起了人们极大的兴趣，我们最后不得不终止登记，因为场地已无法容纳更多人。

除举办以经济为重点的活动之外，我们还邀请人们参加文化类活动。在此，我们要特别感谢施爱丽 (MMag. Alice Schmatzberger)，她的“中国文化桌”让这些活动大获成功。另一个亮点是 11 月在维也纳希尔顿饭店举办的“媒体在中国——多元与自由”论坛活动。在这场活动上，三

位来自中国的顶尖媒体人向三位奥地利媒体人提出了一系列问题。这场活动及其相关文章可通过奥地利 OKTO 电视台的链接看到：

<http://www.okto.tv/chinaampuls/12220/20140407>

为了增强协会力量，我们重新调整了协会的董事会成员和顾问。我们很高兴地邀请到毛巧玲和司马朝闻 (Peter Buchas) 加入理事会，并邀请到 Gewista 公司总经理 Karl Javurek，奥中法学协会（ÖCJG）会长 Hannes Jarolim 博士，企业家 Paul Tanos 以及奥地利前国会议员 Renate Csörgits 任协会顾问。

我们也在通过招募中国学生前来就读于奥地利大学和职高院校，搭建知识教育方面的桥梁。这些学生或学成回国，或留职于奥地利，都将通过他们掌握的语言和对不同文化的理解力，为两国间更好地彼此理解而作出贡献。我们将全力以赴，使两国企业间的“变更交流”尽善尽美。

我们希望在 2014 年，再次精力充沛地投诸于增强奥中桥梁的工作，并尽可能地赢得更多的支持者。面对 2013 年度报告，衷心希望您阅读愉快！

乔治章格博士
协会主席

中国意在腾飞——何乐而不为

哈纳斯·安德洛施博士 *Dr. Hannes Androsch*
奥特斯 AT&S 监事会主席



中国在世界经济和国际政治舞台上的作用越来越重要。这个拥有 15 亿人的全世界最大人口国，自 1978 年起，以翻天覆地之势，大幅度地贯彻执行邓小平的改革开放政策。

2013 年，中国经济在进出口商品价值上首次超过 4 万亿美元，亦即首次在进出口商品总值上领先于美国。

此般腾飞的力量首先源于人类最古老文化之一的历史根基，源于 5 千年里虽历经改朝换代，却依旧积累下来的知识。在此，我们可以得到今日中国成功的解释：结合国外的革新，保护并发展传承的知识。

17 世纪的出口强国

若回顾中国在历史上的世界经济地位，人们会发现，眼下的发展本身并没有发展速度那样耀眼。直到 18 世纪，中国都是世界上数一数二的经济大国；而在其鼎盛的 17 世纪，中国不仅在经济上，甚至在文化和科技上，都遥遥领先于欧洲。那时，中国已经是个出口大国，为欧洲市场设计瓷器，出口丝绸和茶叶，但对欧洲市场并无所求。

只是，当自然科学和工业革命使得欧洲的经济后来者居上，而中国却因强制性的鸦片贸易，在经济、文化和政治方面每况愈下时，中西平衡才重新倾斜。20 世纪的中国在历经动荡后，终于重获自信，拥有了已长达 30 年的稳定和经济的持续发展。

在这个早被定位为“亚洲的”或“中国世纪”的 21 世纪，中国除了在全球经济和国际政治的舞台上扮演重要角色，也察觉到它自己的国际职责。

农民工问题

然而，中国也正在面临自身巨大的挑战。经济发展改善了全民物质生活水平，比如中国每两人便拥有一部手机，但同时也拉大了东海岸和内陆地区的贫富差距，百万农民工大军也前途未卜。

社会结构因独生子女政策而产生了老年化问题，可相应的社保措施刚刚出台，备受压力。环保问题也日益严重，人口高数字与经济快速增长带来的高消费和富裕相互作用，使中国成为全球最大的温室气体排放国，这个挑战越发重大。此外，从可耕地到水资源再到原材料等，都显出能源匮乏。

新发现的绿色目标

“新”中国并不逃避这些多样化的问题，眼下的第 12 个“五年计划”（更准确地说，是“规划”），将通过“绿色目标”完成经济增长目标。对贫穷人口进行社保政策上的再分配，提高拥有 6.7 亿城市人口的生活水准，消费方向则指向可持续性和环保意识。

“清洁”工业将成为受青睐的“重点工业”。中国认为自己的角色将从世界低端出口业的工作台转向强调技术

含量的，更加知识化，更加环保的产业。2010 年上海世博会“让城市更和谐，让生活更美好”的口号并非空谈，有关通过现代技术迎接城市化的挑战，出台具有针对性的解决方案，成为世博会的主题。

为了实现全球环境和资源方面的重要目标，中国等待着与欧洲更好地协作。协作关键在于科技、研究和创新。与从前不同之处是，中国在资金贡献方面亦已胸有成竹，愿意强化以上课题。中国可以个人方式致力于博大的资源投入，然而在欧洲却几乎找不到切入点。

奥地利的机会

这样的现状给欧洲，也特别是奥地利，提供了新的机会。先前那些针对我们出口而设计的产品、投资和单项服务，现在可以成为出口时提供的，具综合性理念的新式服务技能。中国把新目标定位在节能、灵活性、原材料和资源的可持续性概念上。此外，环保、医疗健康、国民安全保障等方面也在与国际接轨。

作为与中国建交 40 周年的奥地利，在许多方面有着得天独厚的优势。一方面，我们的应用技术类院校和大学等机构的研究使我们在处于知识领先地位，另一方面，我们在节能和环保技术（如社区和建筑行业）等领域拥有丰富的经验。

但是，在中国主宰世界经济的路途上滞障重重。人们可以想象中国高

速度发展的同时，方方面面面临的巨大挑战，中国必须克服这些滞障。而且，中国的经济发展或许很快便会放慢到可持续的速度。几十年前，人们对日本的经济崛起便错误估计过。当然，中国在很多方面与日本有着天壤之别。

大家可以抓住尚未开发出的与中国合作的机会。要想在将来成功，或仍有立足之地，就得拥抱多元化。中国需要创新，中国需要产品和技术，但并非是一一对应地从西方照搬，而是量体裁衣，以适应国情的方式获取。在这个过程中，我们的经济界要多与研究机构合作，从中获益。并非只通过获取商业化的技术提供，也通过学习可派上用场的，与全球经济和知识精神相符的那些知识和技能。前些年，奥地利失去了在研究和创新方面与中国的合作平台，现在应该奋起直追，让创新者与北欧国家或者荷兰等国的持衡——急需在政治和经济方面的大动作。

哈纳斯·安德洛施博士与中国丰厚的交往可以回溯到上世纪 80 年代，那时，他还在 *Creditanstalt* 银行谋事。2010 年上海世博会期间，他以奥地利政府专员的身份前往上海主持工作。眼下，他作为奥特斯 *AT&S* 公司的业主及其监事会主席，继续与中国保持着联系。*AT&S* 是奥地利在华最大投资商，在中国已有逾 5,000 名员工。2002 年落户于上海后，公司又正在重庆建大厂区，这个投资高达 6 亿欧元的项目将在 2015 年完成。安德洛施博士对科研政策的支持也表现在他对 2012 年落户于中国的科技办公室（*OST*）的鼎力相助。

与华经济交流的发展

安思来博士 *Dr. Oskar Andesner*
奥地利驻华商务参赞



成功的商业关系

中国与奥地利之间成功的经济合作由来已久。众所周知的最早经济合作，可追溯回 1956 年签署的两国民间商业合作书。联邦商会（即今日奥地利联邦商会）早在 1964 年，便将中国锁定在亚洲商业合作的中心位置，并与中国国际贸易促进委员会（CCPIT）达成了 3 个商务协定。此事为 1966 年奥地利在北京设立首家办事处奠定了基石。奥地利商会在北京设点，不仅因为看好中国在全球贸易领域的意义，同时也相信奥地利企业对亚洲市场逐渐有了兴趣。随奥中 1971 年 5 月 26 日正式建交，两国经济往来迅速强化。建交后不久，奥地利驻京机构即在全中国范围内举办奥地利经济成果展。

随着邓小平的改革开放政策的贯彻执行，中国政府不断地改善外资政策。奥地利大型项目很快乘此东风，活跃于中国。但不仅奥地利的大型企业，它的中小企业也在发现中国市场。尤其在高科技产品、创新方案和许可证签发等方面，奥地利企业极有说服力。

在奥地利商会首设北京代表处和奥中建交近半个世纪的今天，回想几十年两国间的经济合作，可谓硕果累累。

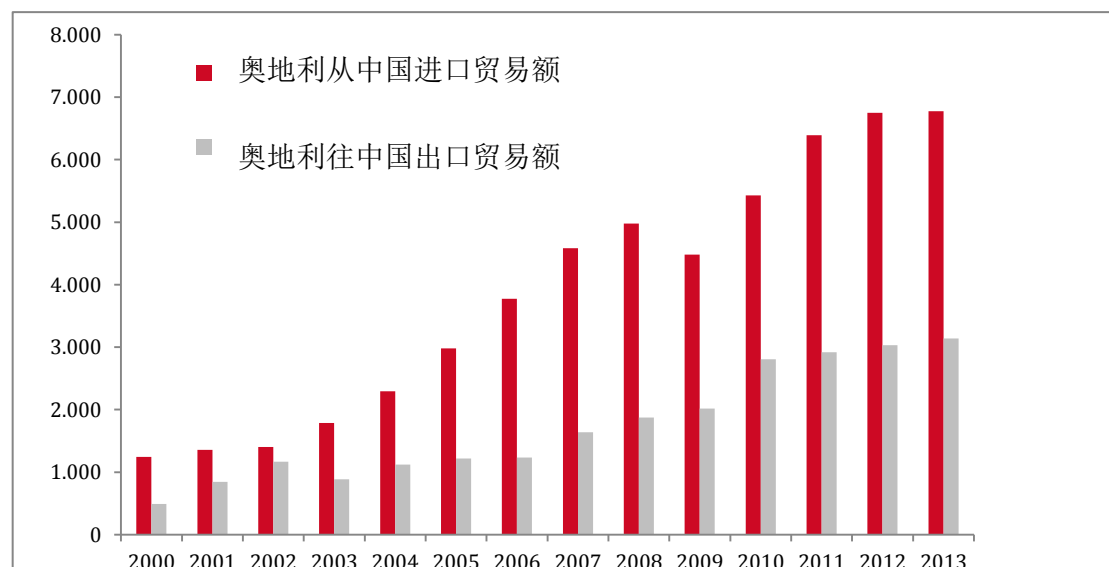
充满活力的双边贸易

自双边建交以来，奥中两国**每年**的贸易额平均增幅在 **20%**。而中国加入世贸组织后，双边的贸易更加充满活力，特别是奥地利，从中获益匪浅。2013 年，奥地利对华贸易额高达 31 亿欧元；而双边贸易额更是登上了新的高峰，达到 99 亿欧元。可见，中国对奥地利的经济具有重大意义。中国不仅是亚洲最重要的贸易伙伴，也在全球越发具有战略意义。

我们双边最成功的伙伴关系来源于两国企业间的紧密合作。奥地利已证明自己是个值得信赖的合作伙伴，其产品科技含量高，并具高度创新和灵活性。奥地利企业在各个行业提供的，都是**顶级产品**，尤其是机械及设备安装、汽车行业和电子技术等方面，奥地利的专业技能和生产技术都倍受敬重。此外，奥地利企业在环保和节能等领域十分活跃，特别是水处理和再生能源方面。

除了商品贸易之外，**奥地利企业在华投资**也意义非凡。据中国商务部(MOFCOM)提供的信息，1978 年以来，奥地利在华投资项目逾 1,000 个，投资总额超 10 亿美元。迄今为止，奥地利在华企业已有 600 多家，在华落户点超过 950 个（包括香港）。

奥地利与中国进出口贸易额（单位：百万欧元）



投资项目扩建

根据驻京外贸中心最新的商业信心报告，奥地利大部分驻华企业都计划在下面几年扩建。同时，中资企业在欧洲的投资项目也日益兴旺。截止 2012 年底，中国在欧盟的投资总额超过了 310 亿美元，其中 2012 年一年的投资额便高达 61 亿美元。截止 2012 年底，中国在欧盟各国已经建立了 2,000 家左右的中资企业，雇员达 42,000 人。奥地利对于中资企业的重要性也初露端倪，并越发加强。最重要的驻奥中资包括西飞的 FACC，中国卧龙集团收购的奥地利传动技术公司 ATB，以及在维也纳落户的华为。

深化交流

双方企业的合作是发展双边贸易投资关系的推动力。同时，许多相关部门、组织和商业机构不知疲倦的全力投入，也为促进协作作出了巨大贡献。

奥中商业协会（ACBA）作为其中一员，已经成为中奥企业之间的一座重要桥梁。

在章格博士的统领下，这个协会不断增添新鲜血液，以便更好地将商界人士和对华拥有兴趣的人们聚集在一个平台上，互相交流经验，并促动新项目上马。

我们衷心祝愿奥中商业协会马到成功！

奥中商业协会 2013 年度活动报告

艾芳妮 *Mag Veronika Ettinger*
协会秘书

奥中商业协会（以下称 ABCA）由乔治章格博士于 2010 年成立，是一个公益协会，以无政治色彩、非盈利化的方式，改善奥地利与中国间的经济交流平台。

- 为维护彼此关系，增进相互理解而提供信息
- 为建立经济合作，解决各类需求而指明具体的对话伙伴
- 开发并支持中国和欧洲间的各类项目

协会会员

ACBA 的会员乃个人或法人，他们享有直接并免费参与 ACBA 活动，获取协会出版物，以及在特殊情况和问题时获得协会帮助的权利。

协会董事会

协会理事会成员由企业家和各行各业的领导人荣誉兼任。他们各自对中国的了解经验，之于协会具有战略意义，使协会得以具体开展工作，满足协会成员的需求。

2013 年底，**Walther Schnopf** 硕士和 **Michael Fritscher** 辞去了理事会的工作。我们衷心感谢他们对协会发展作出的巨大贡献。

他们的继任者是毛巧玲，泽通咨询公司总裁，此公司的重点业务是为企业提供市场销售方面的咨询；另一位继任者是司马朝闻，Stadt 公司总经理，活跃于企业发展业务、供货咨询和中国经济政策等领域。

	乔治章格博士 Dr. Georg Zanger 主席		艾芳妮 Mag. Veronika Ettinger 秘书
	毛巧玲 Janet Mo 市场传讯		张红鸽 Hongge Zhang 中国事务
	司马朝闻 Peter Buchas 财务		伊丽莎白.张 Elisabeth Zhang 研究

协会顾问委员会

协会顾问为 ACBA 提供战略方针。他们与政界和其他相关协会对话。由理事会委任

的顾问团成员来自经济、政治和科学界，他们对成功推动奥中之间经济关系怀有极大兴趣。

	KR Karl Javurek Gewista 公司首席执行官		叶鸣 上海市金马律师事务所 律师
	Hannes Jarolim 博士 律师，奥地利国会议员		晏小宝教授 上海市现代管理 研究中心主任
	Paul Tanos 博士 P.Tanos 房产和咨询有限公司 总经理		刘亦杨 江苏省人民对外友好协 会
	Renate Csörgits 前奥地利国会议员		梁永文 北京市东易律师事务所 律师
	Walter Bleyer, 硕士 Bleyer 金融咨询总经理		Michael Oeschlmüller 欧迈诚 北京瑞通国际 首席执行官

活动

ACBA 努力每年举办多场为会员和感兴趣者提供丰富信息的活动。2013 年，我们得以成功举办以下活动：

- **哈纳斯·安德洛施博士讲座**
主题：“中奥商业关系：经验和反思”，2013 年 1 月
- 与香港协会共同举办**蛇年招待会**
主题：中国新年，2013 年 2 月
- 与奥地利奥合国际银行举办活动
主题：**中国论坛**，2013 年 3 月
- 与施爱丽的“艺术与科学”以及香港协会共同举办活动
主题：**中国当代艺术**，2013 年 6 月
- 与奥中法学协会共同举办讲座
主讲人：**Svenja Kutnig 博士**
主题：有关中外合资企业的风险规避和优势，2013 年 10 月
- 与奥中友协共同举办讲座
主讲人：**司马朝闻**
主题：中国腐败的作用：透视以及
与欧洲比较，2013 年 11 月
- 与奥中友协共同举办讲座
主讲人：**Ludwig Hetzel 硕士**
主题：中国破产法概况，2013 年 11 月
- **ACBA 媒体活动**
合作单位：维也纳多瑙河希尔顿饭店
主题：**媒体在中国——多元与自由**，2013 年 11 月
- **中国商务活动**
主题：**山东商务团招待会**，2013 年 12 月

出版物

ACBA 为协会会员特别出版刊物。

2013 年，出版物负责人**伊丽莎白·张**聚焦于中国对外投资的各方面情况：

- **ACBA 报告六：“中国对外直接投资发展”，2013 年 1 月**
此份报告从地域和工业各分支，并通过中国投资者投资动机的说明，对中国前几年的对外直接投资进行了深度分析和阐述。
- **ACBA 报告七：“中国对外直接投资许可证办理程序”，2013 年 6 月**
此份报告仔细描述了中国企业决定在境外投资，申请此证时的冗长过程。
- **ACBA 报告八：“中国对外投资的中国法律框架条件”，2013 年 11 月**
此份报告对投资行为的各方面概念进行了诠释，展示了促成首批对外直接投资的法律依据及其形成过程。

联络关系

ACBA 与以下等机构和兴趣单位拥有友好而紧密的交流关系：

- 奥中友协(Österreichische Gesellschaft für China-Forschung)
- 奥地利香港协会(Austrian Hong Kong Society)
- 苏海文远东基金会(Sohmen Fernost Stiftung)
- 奥地利联邦商会(Wirtschaftskammer Österreich)
- 中国欧洲商会(The European Union Chamber of Commerce in China)
- 全球中小企业联盟(GAMSE)

中国对外直接投资

——ACBA2013 调查报告概述

伊丽莎白·张 Elisabeth Zhang
ACBA 报告负责人



2013 年，ACBA 调查报告将主题定位在中国直接对外投资上。报告不仅从地域和工业各分支等方面，对中国前几年的对外直接投资以及投资者的动力和市场发掘，进行了深度分析，而且仔细描述了中国企业申请境外直接投资许可证时所必经的程序。另外，报告还概括性地介绍了各类投资项目，提醒从事对外投资时将遇到的挑战，以及法律框架条件的形成过程。

自从上世纪 70 年代贯彻改革开放政策以来，中国政府越来越大力支持对外投资。如果说第十个和第十一个“五年规划”已经提出了“走出去”口号的话，那么第十二个“五年规划”首次出台中国企业对外投资的具体支持方案。除了积极推进投资项目，还针对投资风险设立保护系统，包括商务部为工业各分支领域开展的咨询业务，对可能出现之风险的介绍，对某些投资项目的资金支持，甚至在某些前提条件下通过中国出口信用保险公司（Sinasure）规避投资损失等。这些措施大大改善了中国对外投资环境。

2011-2015 十二五规划 对外直接投资目标			
优化 贸易平衡	改善 支持政策	加速 对外 直接投资 增长	规避 投资风险

图表 1：2011-2015 十二五规划对外直接投资目标

虽然政治环境十分良好，但对外直接投资的路途仍有羁绊，比如被投资国越发严格的投资法律条文，中国企业在本国申请对外直接投资许可证冗长的过程等等。

中国投资者来自于

- 国营企业——对外投资的先锋
- 这些年发展迅猛的私营企业

由于法律障碍，起初的对外投资者几乎毫无例外来自国营企业。直到前些年，私营企业的投资者才开始得益于政策框架的优化。

对外投资许可证的颁发因投资类型不同而异。私营企业办证，需征求国家外汇管理局（SAFE）、商务部（MOFCOM）和国家发改委（NDRC）的批准和确认，并得到国务院对投资额的核准等。在此之外，国营企业还需经过国务院国有资产监督管理委员会（SASAC）的检查和批准。SASAC 作为新设机构，主要职责在于管理非金融类国有企业及其收益能力，优化国有资产的增值率。

但因为对一些价值相同的机构不甚清楚或时而彼此矛盾的意见，许可证及其确认应该遵循怎样的排列顺序，往往具有难度。事实上，大多数以下列顺序为准，不过递交的申请表也常常同时被送至 NDRC 和 MOFCOM。

除了申请许可证的过程之外，双方合作的过程也往往万事开头难，其中最突出的问题产生于彼此理解和文化习惯的差异。另外，也有因中方经理之前缺乏国际经验，故使成功合作受阻的情况。然而中国企业家从中获取了经验教训，正以极具针对性的措施，赢得越来越多的成功。

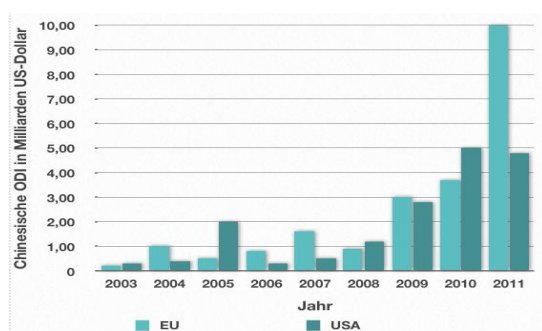
虽然就数据而言，近年来私营企业对外投资发展迅速，但国营企业的投资仍独占鳌头，不可小视。形成这样结果的原由首先是，国企自身资金来源充足，远远超过私

企，同时，国企在原材料开采和生产上的投资，都属巨型规模，这些投资的实现，自然与实现巨额交易紧密相关。

近年来另一个趋向，是对外投资商对欧洲的兴趣。欧洲对起初的中国对外投资不甚感兴趣，但现在却聚焦与之。

除了资源采购，高科技和操作技能的掌握也是中国企业家对外投资的主要动力，以取长补短，改善企业总体状况。

也正是那些先锋企业家，他们已经坐镇于欧盟国家，并给此趋向带来了持续发展的可能性。



图表 2：中国对美国投资与对欧盟投资对比表（单位：十亿美元）¹

综上所述，从经济上看，中国政府对于对外直接投资的促进，业已走上了正轨。具体的实施尚需时间。对外直接投资的经济机制已经形成，但有些方面仍旧欠缺，如国际经验不足，企业家还需在此领域积累知识等。但因为这些阻力将会在不久的未来被克服，中国对外直接投资会在来年继续拥有十分重大的现实意义。

¹注：文章基于以下出版物

China Invests in Europe, Patterns, Impacts and Policy Implications

Thilo Hanemann and Daniel H. Rosen

June, 2102, Rhodium Group

中奥经济关系值得注意的最新动态

弗朗索瓦-沙维尔·达利尼 *François-Xavier d'Aligny*
ERSTE 银行集团



中国与西方（主要指欧盟和美国）之间经济关系的主导模式基于下列基石：

1. 作为成长迅速的市场，中国乃西方投资品（消费品规模相对较小）和技术（基建和运输）的销路；
2. 生产成本在中国远远低于西方，使得中国外销西方商品的运输费被抵消；
3. 西方公司进入中国市场的前提往往是投资，如成立合资公司（JV），其成果大小不一。虽然西方也有商品出口到中国市场，但中国相对于西方的外贸顺差十分明显。

在中国经济的四大支柱（基建、出口、房产和银行金融）之上，上述模式也帮助了中国成为全球第二大经济体。

虽然这种发展看上去很动人，眼下它却需要被调整。正在实施的十二五规划里，有几条新设立的目标，进入了中国新政府班子的项目。

此外，还有中国人民的期望以及中国劳动市场的变化：

1. 在金融市场领域（利率、货币、发放信贷等），中国经济举措支持其市场化；
2. 除了上述的四大支柱，中国中产阶级的稳步形成，促进了中国国内市场消费，也带动了经济发展；

3. 中国人期盼高质量生活，如在健康、食品、环境和品牌产品等方面；
4. 中国劳动力的报酬不断直趋向上，导致劳工市场具极大的波动性。某些行业的劳动力流动率达到平均一年 25% 之高，带来了中国竞争者转移技术的危险。
5. 在全球化的大背景下，中国政府要求中国的国营和私营企业通过收购西方企业做，或资金合伙，走出国门。
6. 这些走出去的企业着眼于以合作伙伴的方式，寻找原材料和技术，以及品牌、管理模式、稳定而训练有素的员工和西方市场渠道等。

对于奥地利和中国公司，这些发展带来了哪些后果和机会？

1. 因中国销售市场相对于西方增长迅猛得多，一个必须提出的问题便是，中国如何获取西方 / 奥地利的商品，西方 / 奥地利企业如何进入中国的市场。换句话说，双方如何在现有基础上更多更好地从上述发展中获益；
2. 贸易 / 出口 / 进口一如既往，具众所周知的风险；
3. 在中国成立合资公司，诸如建设子公司生产基地，或购买中国企业，已经不是唯一可行的途径。通过上述的中西市场不平衡及其时而带来的风险，还有之前提到的新目标及其实施，此情况可谓不言而喻；

4. 反之，相对于在中国的投资模式，中国合作伙伴参股于奥地利企业的持股资本，在风险共担和成功机率（共赢局面）等方面，都更为均衡：

a) 对于中国伙伴：

- 正如中国，奥地利在政治、法律和经济上的稳定由来已久，并拥有欧盟框架条件的支持；
- 奥地利雇员的创新创造能力，以及与所在企业间的紧密关系，如锦上添花，具有很大的吸引力，尤其在科研和开发领域；
- 受益于欧盟，在物流方面，奥地利的地理位置作为欧洲市场的门户，意义非凡；
- 奥地利企业在技术和品牌方面合乎于中国的雄心。

b) 对于奥地利伙伴：

- 一般来说，从中国经商传统上看，中国合作伙伴在参与（奥地利公司）持股资本投资方面基本作长期打算。这与英美人士的做法不同，为参与模式提供了更多的可能性。
- 这样的参与也使奥地利企业为了目标明确、建设（扩建）迅速地与中国做生意而寻求资助成为可能，此外，也得以连接全球合作伙伴共同的价值创造链；

- 中国伙伴成功投入奥地利企业的持股资本，使他们对于自己在中国营销的产品不被非法拷贝拥有了极大兴趣。他们会解决这个问题；

- 出于长线考虑，一般来说，中国伙伴会善待奥地利方面的员工，并乐意为之担当并遵循（从经验上看）相应的社会责任。这点也有别于英美伙伴的传统做法，后者寻求的往往是“投资的快速回报”；
- 在此背景下，中国伙伴的资金参与大大提升了奥地利企业的金融和社会价值。

决定是否接纳一个战略意义上的新股东伙伴，总要经过对其优劣势的深思熟虑后，方能定夺。国际合作中，文化元素不可小视。对于家族产业，这个层面尤为重要。

最新的经验表明，中国伙伴出于自身利益考虑，越来越尊敬奥地利 / 欧洲合作伙伴的企业文化和利益位置。

因双方企业文化传统重视社会和价值攀升的长期效应，奥地利 / 欧洲与中国合作伙伴较之于与其他合作伙伴而言，彼此拥有更多的共性。

ERSTE 集团的投资银行部门会全力以赴，将此思想继续光大。

弗朗索瓦-沙维尔·达利尼 *François-Xavier d'Aligny*
维也纳 ERSTE 银行集团常务董事 战略关系部主任
电话: + 43 (0)50 100 199 23
电邮: f-x.d-aligny@erstegroup.com

中国投资保护

莫凯思博士, Dr. Markus Moser, LL.M.(HKU)



中国政府提供的投资保护国际协议的数字，可以说明中国 35 年以来的经济上升如何严肃而坚持不懈。

投资希望被保护

作为外企在中国投资，都希望自己的投资受到保护——不被不合理地没收。

案例：一个奥地利投资商在中国设厂。几年后，中国省级政府因要修高速公路，在不给予赔偿的情况下，将之没收。奥商因此而失去了他的投资。

法律帮不上忙时

遇到这种情况，最好的捷径是在国家法庭和官员面前提出希望获得赔偿的诉求。众所周知，这在如中国这样的发展中国家并非易事。尤其是当官员自己采取违法手段时，通过政府法庭获取法律保护成为纸上谈兵。在中国，政治、立法、行政部门和司法权尚未在公认的法律原则上被严格区分。

故而，以真正意义上的中国政府法庭来保护投资，成功机率不高。在奥地利投资商和中国官员发生争执时，也不用考虑“正常的”商业仲裁法庭：这些私人仲裁还得基于双方的仲裁条约。而财产“剥夺者”和“被剥夺者”之间根本没有这样的仲裁条约。投资者的祖国用外交手段介入，也几乎无济于事。用炮舰解决贸易冲突的时代早已结束（幸好如此）。

国际协定作为解决方案

中国政府在邓小平刚刚实施改革开放政策时，亟须解决的一个问题，就是如何不让

外资进入中国时因上述不稳定形势而被吓跑。

作为答案，政府出台了一系列史无前例的**双边投资保护协 (BITs)**：这个庞大标题后面藏着的，是较为简短的国际法条约。双方国家承诺“公正而平等”地对待对方国家的投资者。

无论投资者是个人，还是公司，一视同仁。从部分意义上讲，这些条约规定了投资者的直接权益，故并非仅为漂亮话。比如，绝大多数的投资保护协定禁止对方投资者被非法剥夺财产。投资者有权索取正当的补偿费。

如上述的案例，奥地利投资商被中国省级政府无偿地没收财产，造成了他的经济损失。自 1986 年起（联邦法律公报 537/1986），奥地利和中国之间相应的国际标准便开始生效，标准规定双方不可无偿地没收投资者财产。

这样，奥地利的投资者便不用在出现财产遭没收时，去与中国法庭和官员斡旋，或希望奥地利驻华使馆出面解决事端。

更为重要的是，奥地利投资者基于这个保护协定，便可以直接要求中国补偿损失。这些年来，中国又与 120 多个国家签署了这样的投资保护协定(BIT)；这样一来，**中国成为全球签署投资保护协定最多的国家**。此事足以说明中国如何严肃对待 35 年以来的外商投资。

自从有了奥地利与中国之间的投资保护协定，投资者与国家之间的争执（赔偿数额）大都由自己特别设立的仲裁法庭解决。此种仲裁法庭有权决定赔偿的适当数额，其判决可在全国范围内生效。

非“不平等条约”

投资保护协定非“不平等条约”。赋予在中国投资的奥地利商人的所有权益，反过来也完全适用于在奥地利投资的中国商商人。

如果说 35 年以来，投资方向是向着东方奔腾而去，那么，眼下的速度大家有目共睹，正在明显减缓；中国的投资商也不必指望奥地利的国家法庭，而是可以在财产被非法没收时，把官司打到 BIT 法庭。

当然，在某种意义上，这具有假设性——奥地利的法律保护总的说来，足以提供避免非法没收财产方面的保护，无需借投资保护协定来达到目的。在奥地利与中国之间的 BIT 协定里，除了财产没收方面的保护协定，还规定彼此给对方的投资者开绿灯，并在待遇上绝不低于第三国（如德国）。投资商必须拥有把在中国的盈利返回奥地利的可能性。

中国与欧盟间的 BIT 展望

作一个简短的展望：基于目前 26 个欧盟国家各自与中国单独签署的协定，欧盟与中国之间统一性的投资保护协定将会很快出台。就之，双边已在对话。

人们可以设想，此份协定在议定后，将不再如上世纪 80 年代那样，主要为欧盟在中国的投资商所用，而是以同等质量服务于已敲响欧洲大门的中国投资商。



莫凯思博士，香港大学法学硕士，在维也纳 Fiebing Polak Leon 律师事务所任律师，从事奥地利与中国间事务的咨询工作。他在就读香港大学研究生并兼研究助教时，便致力于国际投资保护研究。

中国，无尽的经济奇迹

罗伯特·基辛格 Robert Kiesinger, MBA
Oderso 有限公司首席执行官



邓小平于 1978 年引入改革开放政策时，无人能料今后中国何去何从。而 30 多年来的结果是，中国经济增长速度每年超过 9%，农村贫穷人口减少了三分之一，并成为全球第二大经济体和最大贸易国。即便近来的发展速度降到了“只”有 7% 之多，中国依旧是全球经济的发展动力。

不言而喻，此般多年的顽强发展本身已成神话。人们面对欧洲几年来在许多行业不得已使用短工模式之际，不免艳羡地凝望中国，半知不解地释放烦恼。

邓小平，经济预言家

上世纪 80 至 90 年代原则上只能提供劳工、无值得一提的工业、无国际意义的科技可言的一个国家，其发展的可能性寥寥无几。直到 1992 年邓小平南下考察，为经济重振指明方向后，中国经济才展翅腾飞；此次，羁绊全无。



新经济特区被设立起来，首个经济特区深圳，则得到进一步推动，成为“西方的门户”。在“让西风吹来，富裕光荣”的口号声中，深圳从上世纪 80 年代仅有 3 万居民的城市发展为今天拥有逾 1 千万居民的大都市，成为“世界工作台”，并使广东跃为全中国最富裕省份。

在欧洲的工资及其附带成本不断上涨的年代，西方意识到利用中国廉价劳力来盈利，即便需要长途运输也值得。由此，生产基地接连二三地被移往中国，先是全球经营的大财团，后是小企业。起先，由中国制造商组装廉价产品零部件，后来，许多企业很快形成自我生产。

从供给市场到买方市场

如果说早先西方企业进入中国，只在劳动密集型生产方面利用中国的廉价劳动力，现在进入的，却是资本和技术含量高的生产企业。这样，中国拥有了最新、最摩登的汽车生产、钢铁生产和化工生产。在这里的电脑硬件、娱乐电子和电信设备等生产厂家都达到最先进的标准。

如果说早先的研发在其它国家，只是组装生产在中国，那么这几年来，越来越多的创新和具有划时代意义的发展在中国实现。眼下，中国在专利权登记方面业已列为全球第一，在“绿色技术”领域也紧逼美国，成为全球第二。



如果说不久前中国还是遭人嘲笑的廉价小店，如今却已在研发和生产高科技产品方面高踞榜首。若欧洲面对这样迅猛的发展还作观望状，那么在不久的将来，欧洲在科技领域的统治地位将被替代。眼下，全世界的高薪专家、研究员和研发者已在流向中国。

高科技“中国制造”

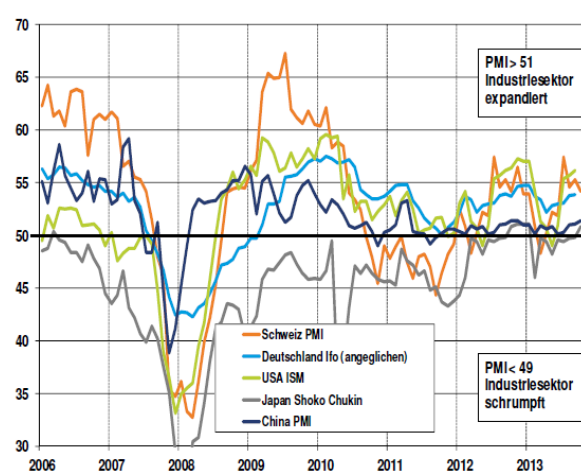
越来越多的中国企业跻身于高科技市场。这些非常专业的厂家在产品研发方面投资巨大，一步步将其它国家的企业挤出这些行业。眼下已有很多中国制造商前往欧洲收购当地企业，以掌握关键技术。这些被收购的欧洲企业成为新市场的前锋，将推动中国企业国际化的进程。

即便中国 2013 年和 2014 年（可能同样）的经济增长达到了多年以来的最低点，目前预测只有 7.5%到 7.7%，它依旧是全球经济的推动力，尽管媒体声称经济年增长只达 7%意味着中国经济神话的结束。

继续增长

在我看来，因以下两个理由，继续增长不太可能遭到破坏。

首先，欧洲的经济，尤其是德国经济，又开始上升。德国、法国和整个欧盟的采购经理指数 (PMI) 在 2014 年前几个月比预计的要好，而私营企业取得了两年半以来最好的业绩，特别在工业领域。总体看来，经济已见谷底。而欧洲的商业需求之于中国，是件好事。



图表：上升的采购经理指数

来源：Bloomberg

其次，中国内需市场正被大力拉动。正在**稳健成长的中产阶级**成为带动经济的一大要素，并将他们在沿海地区获取的新财富一步步地挪往内地。这种发展受到政府“西部大开发”政策的支持。目前，已有越来越多的企业移入内地。特殊基建项目使之同组织良好的沿海地区紧密相联。虽然路途还荆棘遍地，十二五规划中所有的改革将在下面五年被贯彻执行下去。内需的有效拉动对于中国经济的继续发展至关重要。

欧洲不可昏睡

这种发展对于欧洲生产商乃大好良机，不可昏睡而失之。虽然从技术上看，德国的机械制造还在全球独占鳌头，但中国 2009 年以来，已经成为全球最大的机械制造商。全世界每三部机器中，便有一部产于中国。且这些产品并非廉价低端，而是一律质量上好，在全球具有竞争力。中国政府在关键工业的研发投资上，推动也极具针对性，以便中国国内市场上的产品不依赖于外国技术，更好地支持国家经济。中国在中低端机械生产方面已成为德国在华企业的第二大竞争力量。

欧洲企业的机会

尽管中国依旧是极具吸引力的供应市场，她作为大家认可的买方市场却早露端倪。中国国内市场如今显然意义重大。更为关键的是，欧洲生产商应该重视这个市场，而且在战略考虑上给予它该有的重量。

进入全球人口最多的国家、且未来是全球最大的市场，理应做好功课。对其文化和法律特性等方面的了解不足，会造成计划迅速失败。选择正确的合作伙伴要更加谨慎，因为没有哪个国家像中国那样，四通八达的关系网对于成功的生意如此重要。

中国国内市场还很年轻，发展路途极不平坦。对于每种产品的需求都很大，正在壮大的中产阶级也乐意为高品质买单。欧洲中产阶级落户中国正值好机遇，大家只需在火车开离之前，怀抱信赖，行动起来。

罗伯特·基辛格是维也纳 Oderso 有限公司的首席执行官，拥有超过 15 年国际事务方面的经验。4 年以来，他以“区域发展机构”Regional Development Agency 主要发言人的身份，生活工作在俄罗斯。他也负责俄罗斯地区政府的区域结构完善化工作。2006 年以来，他活跃于中国，是香港 MAROYL 集团（在中国拥有分部的采购公司）的创建人和董事长。在奥地利，他创立了 Oderso 股份公司，经营在华购买和中国市场进入等方面的业务。
(www.oderso.eu)

中国 B2B 市场营销的八大迷思

毛巧玲 Janet Mo

泽通咨询创办人 / 总裁



中国超过了日本，如今已成为全球第二大经济体。欧洲很多中型企业正或多或少地成功落户于中国。是什么使中国如此与众不同？哪些对中国市场的认知习以为常，时而还并不正确？企业可以做些什么，以便成功进入中国市场？

1. “B2B 营销在欧洲和中国完全吻合”

“企业对企业”（以下称 B2B）营销学在中国和欧洲既非毫不相干，亦不完全吻合。事实上，两者有着中间的交集地带。一方面，文化、专业程度和决策程序等迥异；另一方面，两者又有不少一致之处——B2B 的买方决定因素是相同的（品质、服务、解决方案、成本和售后服务等）；B2B 营销人员在策略形成和活动贯彻时，必须找到正确的平衡点。

2. “中国市场一概同类”

中国的地理范围极其广袤——上海与乌鲁木齐之间相距 3,800 公里，几乎是斯得哥尔摩到直布罗陀海峡之间的距离。中国内地的经济发展明显弱于沿海城市。中国的 56 个民族带来了一定意义上的文化多元化，但与欧洲相比，还相去甚远。92% 的中国人是汉族，其语言乃全中国的官方语言。此外，中国作为如此大国，其统一化的政治制度也是人们意料之外的。不过重要的

是，商界人士应该尊重地区差异，特别在销售和物流方面。

3. “欧洲品牌理所当然是高大上”

“外国的月亮更圆”是中国人喜欢用来形容进口商品，不无讽刺意味的俗语。中国人将“欧洲制造”看作是品质的标志，尤其是投资品、机械和高科技产品。不过请注意，一旦高期望值没有实现，那么人们的失望也更大。欧洲企业必须在服务水准、客户亲近和灵活机动性等方面，保持稳定的竞争性。

4. “倘若需要，我的中国销售员 / 律师可以将我们的品牌名译为中文”

拥有中文名的品牌总的说来，市场接受率较高，也更频繁地被在网上搜索。中国的语言差异对于西方企业，特别在名称上，是个极大的挑战。



图 1：中文命名是项专业任务

常见的情况是，西方品牌的名字被按照语音译为组合尴尬的、难以记住的中文字。因此，译名应由企业内外部懂中文、懂市场的专家来考虑。广东话所言不无道理：“唔怕生坏命，最怕改坏名”。

5. “营销在中国意味着，将已有的营销资料译为中文”

如果想中国客户真正了解企业的产品服务，网页等平台设立中文版内容是必不可少的。这还只有拼图的一块。营销学所有的四个 P（产品、价格、渠道和促销）都得被重视起来，以适应于当地市场。企业应该根据营销策略发展适合该市场的内容，而非仅仅将现有内容翻译。此外，还有必要对宣传渠道——印刷品、电子版和 / 或现场宣传——作相应的定义。

6. “展会失去意义”

“B2B 国际”的一个研究表明，展会是工业买家偏爱的一个交流渠道。策略性选择好的展会，确保企业在相关的买家圈中保持曝光率，促进建立人与人的联系，便利买卖成交。

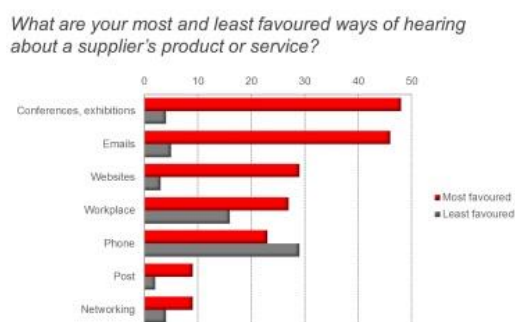


图 2：展会是备受青睐的交流渠道

7. “关系至上”

好的人脉关系可以为你四处亮起绿灯。中国的商业关系远不止于办公室和会议室；

晚餐和娱乐是“生意”的一部分。不过，若想建立长期合作伙伴关系，建立品牌和四个 P 在中国至关重要。

8. “社交媒体对于 B2B 并不重要”

2013 年，中国的网民已达 6.18 亿，其中 90% 使用社交媒体。因为西方的搜索引擎和社交媒体被封杀，而国内主流媒体又极不受信任，中国的社交媒体便发展为十分重要的信息和新闻来源。许多 B2B 企业使用社群媒体，与他们的（潜在）客户、（未来的）雇员以及有兴趣的公共人群交流。



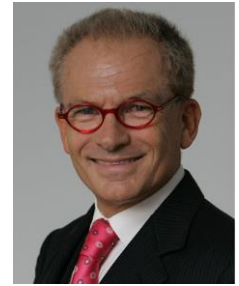
图 3：一些德国公司的中国微博网页
(制图：毛巧玲)

当然，这名单还未列完。欧洲那些前往中国的企业应该不断小心分析中国市场，从而达成相应的策略。老子曾言：“千里之行，始于足下”。

毛巧玲是泽通咨询 (www.zentron-consulting.com) 的联合创始人及总裁，专注于 B2B 市场营销。她具备在中国和欧洲市场的二十余年营销经验，其中十二年任职于世界著名的广告公司，另外十年在奥地利轴承生产商担任市场总监。她曾在香港和奥地利林茨修读市场学，操流利普通话、广东话、德语和英语。

奥地利媒体如何报道中国

乔治章格博士 Dr. Georg Zanger
ACBA 主席，律师



中华人民共和国以其 13 亿人口，位居世界各国人口之巅，同时，她也是东亚面积最大的国家。自邓小平时代以来，这个国家实行着“社会主义市场经济”。当初引进的经济特区到如今的自由市场经济，都在为新中国的现代化穿针引线。在中国，人们已不见因饥饿而死的现象，医保也全面展开，平均寿命从 35 岁增长到 75 岁。毋庸置疑，中国目前已成为全球最引人入胜的国家之一。

然而，奥地利针对中国的报导，却将焦点放在**冲突、负面、伤害和暴力**等方面。正如卡罗拉·李斯特(Carola Richter)和斯巴提安·格包尔(Sebastian Gebauer)为海因里希·波尔基金(Heinrich Böll Stiftung)针对德国所做的一项研究证实，同样在奥地利也找不到对中国的全面性报道。尤其是中国发展的关键层面被大大忽略。

媒体造成的威胁性图景是，中国的崛起等同于欧洲的衰败。因此，人们将中国不分青红皂白地定位于“低工资”、“欧洲大拍卖”、“黄祸”、“产品海盗”和“气候罪人”等关键词的意义上。

由此，对**中国转型过程及其政治和社会等层面的冲突根源**的纵观被阻挡在视野之外。“有关社会的”和“国内经济的发展”等方面的报导只占 0.3%，中国在学术方面的发展被隐瞒，对中国政治内部层面的理解被阻扰。而报导媒体自由受损和受限被笼统化，局限在常常无来源证据的个别案例。

在对中国的报道上，记者的原则往往受到损伤：将新闻编辑和个人评论混淆一处。有关现实政治的、经济的、社会的和文化的进程被烙上“毛”、“共产主义”、“猛兽资本主义”以及“政体”等符号，分散了读者在主要内容上的注意力。

奥地利的信息受众恐怕不知道**韩寒**为何许人也。这位（相当于我们“脸书”的）社交媒体“微博”的明星博主，成为《纽约人》杂志上的 80 后偶像。他在微博上不断要求更多的自由、国家法制及民主，并拥有 2 亿（！）中国粉丝。这是中国社会具备广泛异议可能性的，令人印象深刻的一个证据。

有时，人们得到一种印象，即中国的进步及其实现了我们多年来的各种发展这件事，让我们感觉不适，正如奥地利《标准报》值中国新出台的改革步骤之际，于 2013 年 11 月 12 日登载的“**中国政府密划改革**”一文的标题所示。文章鲁莽草率地发出“政治上.....却并未快速改变”的信号，而结果是，中共十一大出台了**最大的改革**，特别是劳教制度的废除。然而，即便对于这条政策，我们的报纸还是不予肯定，暗示此政策早在 2013 年初便被提出，后却被不断“修改和取消”。

此般“新闻”阻扰了对于中国内政和经济政策来龙去脉的理解，也给中奥经济方面的合作造成了消极影响，**不利于奥地利作为商业基地的地位**。是改变思想的时候了！

为了艺术：中国当代艺术短评

施爱丽 MMag. Alice Schmatzberger
“中国文化桌”创建人



中华人民共和国以其 13 亿人口，位居世作为拥有博大久远传统的文化空间，中国历来是西方人幻想、希望和投影的对象。然而，“幻想和中国的现实：我认为很多人对中国感兴趣，但大多数人是从幻想的角度去谈中国的，”普利兹克建筑奖得主王澍如是说。

然而，何种渠道得以使“幻想”一块块地让位于现实的平面？中国的迅猛发展究竟意味着什么？在中国的语境里，城镇化和全球化意味着什么？这些发展在社会里如何表现？



艺术北京 2011

对中国的接近十分多样化：用经济代码测量中国在全球意义上的排行；以政治诠释评估当前发展方向；或者借历史分析来描述中国文化内涵。

此外，与之平行而极有价值的一种理解中国的尝试，是观察中国当代艺术情况。经济的、政治的，以及因之而成的社会现象，都在当代艺术里被关照、反馈或讨论。

在 20 世纪的美学理论中，艺术成为一个社会的文化和思想体系不可分割的一部分。如此，艺术引人注目的变化或创新，都会依赖于时代总体讨论体系，以及社会和文化的语境。一个艺术作品被视为当时政治和社会形势的表达，需在历史和社会的框架条件里对其进行阐释。



2013 威尼斯双年展中国亭，摄影：施爱丽

换句话说，在纯粹审美之外，艺术作品还要通过它根植的文化和社会来被观察和理解。因依赖于政治及社会情况，艺术家们的创作动机、表现符号和艺术媒介都会有所变化。

在毛泽东时代，特别在文革期间，与昔日传统的决裂²一如与西方现代的隔绝。艺术展现——无论是在绘画中，还是在文学或音乐里——必须遵从革命现实主义预先规定的定义。

²反之，1919 年反对传统守旧的“五四运动”由艺术家和知识分子倡导

这种现象随邓小平的改革开放政策，发生了几乎翻天覆地的变化。因之而起的经济改革和上世纪 90 年代的全球化进程，也彰显于社会结构的变革中。这种迅猛而成功的发展带来了艺术绘画部分意义上的全新现象——此处的三个案例可以说明它。



许力静：或许一号（系列），2010

摄影，电子媒介

19 世纪的欧洲艺术圈已经地位确立的摄影，在中国，却到了上世纪 90 年代左右尚未在艺术界形成影响力。不过之后，一切都以目不暇接之势涌来（如何让人震惊啊）：照相机和摄像机垂手可得，虽然起初价格不菲。电脑和互联网紧随而至。这使中国艺术的全新美学和绘画创作成为可能。中国艺术家们不断讲述 90 年代开始的摄影和摄像工作，因为传统的绘画手法不能应对经济和社会的发展：“我于 1993 年来到北京。起初以为自己可以从事传统绘画工作……后来，1996 年左右，国家经历了极大的变革，社会巨变。我感觉绘画无法捕获这些迅速现代化的镜头，因此从绘画改行做摄影了³。”

³王庆松接受作者采访时说。



缪晓春：宿命主义，C-print，2008

自画像

表达的动机也有所变化。艺术家们突然相对直接地把自己以某种方式置入作品中，比如作为一个场景的旁观者，乔装打扮，人体局部展出等等。更令人惊讶的是，从中国哲学内核上看，自我展示绝非传统。个人主义自古以来就是禁忌。随独生子女政策和全球化进程，初露端倪的个性化趋向与传统的集体化社会形成了张力。在艺术作品里，这种张力既尤为明显，又微妙之极。



刘勃麟：龙系列，2010

城镇化

此进程乃全球现象，在中国，此现象却很典型地速度更快，规模更大⁴。它展示了中国眼下何事享有政治上的优先权。这种发展具体表现之一，是极有吸引力的建筑设计。如横向和竖向的城镇化，一条纵深的街，或整片城区，拥有城市代码，社会共处的迁居和变位，多相性，全新的青年文化，繁荣的博物馆等等。摩登城市里的现象分析，其中的生活，也都在当代艺术作品里找到了切入口。

无论是关于邓小平改革开放政策的结果，还是城镇化，社会生活的变化，以及国际化的媒体或技术角度，正如之于其他国民，都是艺术家们近来热衷的题材。不过，艺术家们常常对发展更敏感，发现更早，表达得更强烈。他们在不同层面对之反思，不仅用个人方式，也以全体社会的方式。迅猛连续的发展节奏，以及部分性因之而来的破裂和（或）张力，也使中国当代艺术近年来显示出极其充满张力的艺术多元化磁场。



王我，装置，奥地利格蒙登 Hipp 大厅，2013

施爱丽 MMag. Alice Schmatzberger

生物学家、艺术史学家

科学和艺术领域的自由职业者（自 2005 年起）

“中国文化桌”创建人

www.chinaculturedesk.com

⁴ “中国文化桌”2014 年 6 月 12 日的活动以之为主题。

笔译 – 口译 – 会议设备

在奥地利维也纳和德国累根斯堡都设有分支机构的笔译和口译翻译社 **Connect 语言服务有限责任公司**，是一家以解决方案为导向的 **B2B** 企业，其客户除了众多的政府部门和律师事务所之外，主要还包括国际性的中型企业。

作为语言的桥梁建筑师，我们十分注重与其它文化的交往。我们的笔译译员、口译译员和其它员工敞开心胸、接纳世界的态度，是我们成功的基础。

在口译和笔译领域多年的经验、遵守 **EN 15038** 欧洲翻译服务标准的严格规范、不断评估我们的工作流程以及专门为 **Connect 语言服务公司** 开发的价格计算模式，不折不扣地向我们的客户保证始终如一的高质量以及公平公道的价格。

我们的服务项目包括：

笔译

- 符合 **EN 15038** 标准的专业翻译
- 公证翻译
- 50个专业领域
- 100个语种
- 按照 **SEO** 规定翻译网页

同声翻译

交替传译

会议设备

- 翻译间
- 音响装置
- 讨论装置
- 现场技术支持

Connect-Sprachenservice GmbH

Penzinger Straße 127/8

A-1140 Wien/奥地利

网址: **www.connect-sprachenservice.at**

电子邮件: **office@connect-translations.at**

电话: **0043 1 894 89 73 11**

传真: **0043 1 894 89 73 90**

Living Languages.[®]

入会邀请

我们诚挚邀请您积极参与我们协会的活动，并支持我们，加入我们的协会！

您可以成为以下会员：

- 企业会员
- 个人会员

会员年费如下：

- 个人会员 350 欧元 / 年
- 企业会员 1,000 欧元 / 年

作为会员，您可以享有 ACBA 与中国相关的独家经济信息和特殊报道。我们量体裁衣，满足您的各种需求，并为您建立与中国重量级人物及企业的关系网络，这些人物和企业都是成功搭建中奥关系的典范。

出版事项



奥中商业协会
Neuer Markt 1
A-1010 Wien
Tel. +43-1-5120213

主编：艾芳妮 / Veronika Ettinger
中文翻译：常晖
德语版出版日期：2014 年 4 月

出版说明：本出版物中的所有作者文责自负，其见解不一定代表奥中商业协会的观点。