

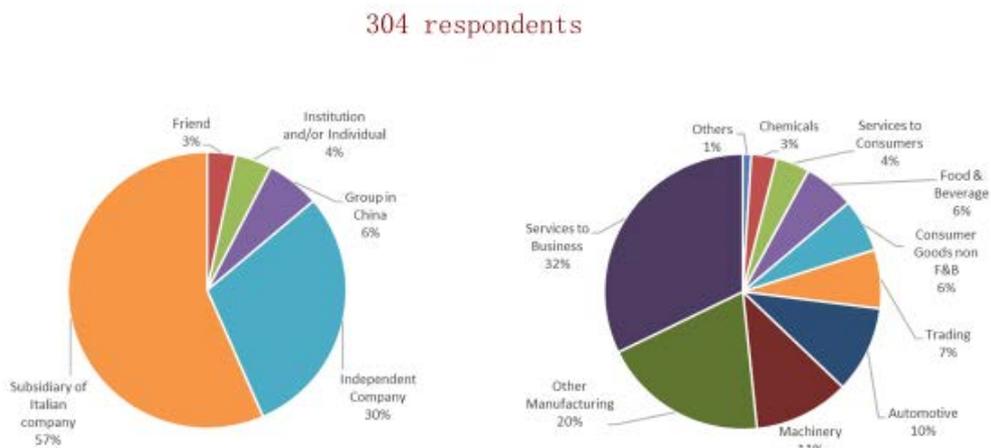
摘要

本调查问卷由意大利商会组织，于 2020 年新冠疫情期间进行。调查问卷由 55 个问题组成，其中 54 个是封闭式问题，一个是开放式问题。在调查问卷发送给意大利商会的所有成员后，约 60% 的成员给予了有效回复，304 份问卷结果总结如下：

在受访者中，约 57% 的公司是意大利公司在中国的子公司，30% 的公司是意大利组织在中国创建的独立公司，这也体现了意大利人在中国的创业精神。

就行业而言，绝大多数公司（约 32%）被归类为服务行业，这是一个由咨询、翻译、物流或保险金融服务等许多子行业组成的集群。

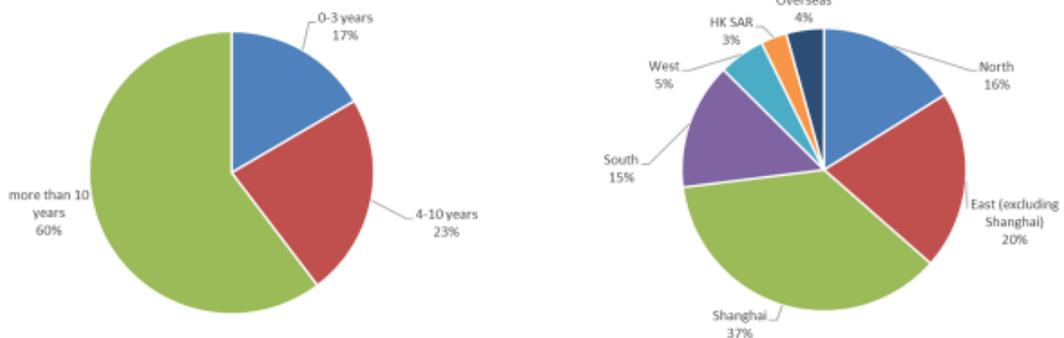
到目前为止，制造业是最大的群体，超过 42%，在我们的调查中，它可以被分为三大类：汽车领域占 10%，机械领域占 11%，其他制造领域约占 20%。



The respondents: entity and business sector

Executive Summary Figure 1

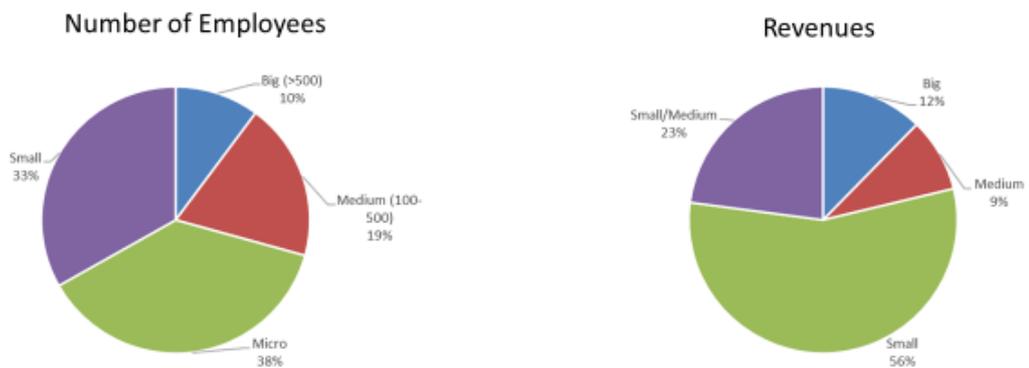
大多数参与调查的公司都在中国运营了 10 年以上（约占 60%），17% 是新公司。就地理位置而言，绝大部分来自中国的东部，包括浙江、江苏、安徽和上海，占调查对象的 50%。16% 的公司来自北方，只有少数分布在中国的南部和西部。



The respondents: experience in China and location

Executive Summary Figure 2

规模是由人数和收入等级决定的，在这两种情况下，它们被分为四类：大、中、中/小和小，在这两种分类中，大的占 12%左右。



The respondents: size

Executive Summary Figure 3

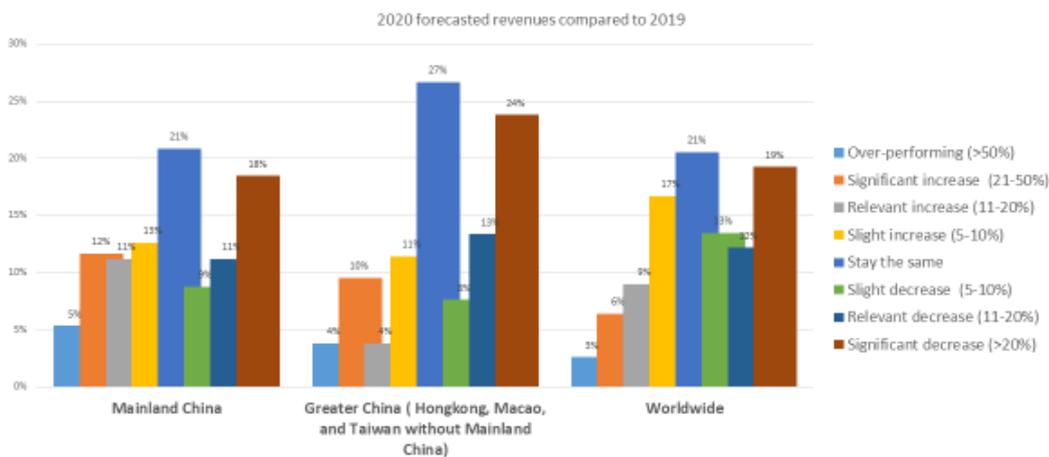
关于意大利公司来到中国开展业务的原因，过去主要是开始本地化生产，现在他们正在进行全方位的业务拓展。

	Not at all	Somewhat	Likely	Very much
Local production	46	25	26	115
Localisation of the supply chain	44	32	37	106
Commercial activities on local markets based on Global products using local channel/local promotion	25	31	42	98
Commercial activities on local market with Dual-products(both global and local) with the global products as the dominant	38	53	48	72
Commercial activities on local market with Dual-products(both global and local) with the local products as the dominant	48	38	44	65
Commercial activities on local market with Dual-products with the dynamic global-local balance	45	50	42	54
Local production with process redesigned	63	41	42	47
Outsourcing production to local companies	66	58	34	44
R&D with Local "D" without local "R"	67	36	30	30
R&D with Local "D" & local "R"	76	39	28	27

What do they do in China?

Executive Summary Figure 4

2020 年的结果是有争议的。对于一些公司来说，这是业务依然蓬勃发展的一年，对于其他一些公司来说，这是发展呆滞的一年。5%的受访公司表示 2020 年是表现出色的一年，与 2019 年相比，收入增长了约 50%。这是因为一如既往，在危机时刻，总有乘风破浪大展宏图的公司，也有在动荡中飘摇的公司。不管怎样，中国大陆的表现要比世界其他地区好得多。

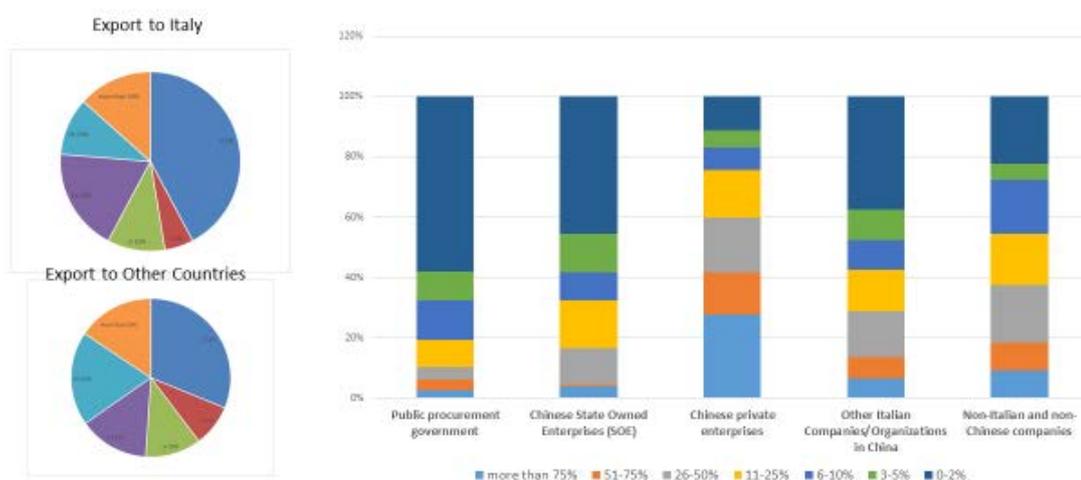


A controversial year

Executive Summary Figure 5

意大利公司在中国不仅是为了实现生产的本地化，而且是为了使他们的产品在中国商业化，并出口到其他国家，这对绝大多数意大利公司来说都是如此。

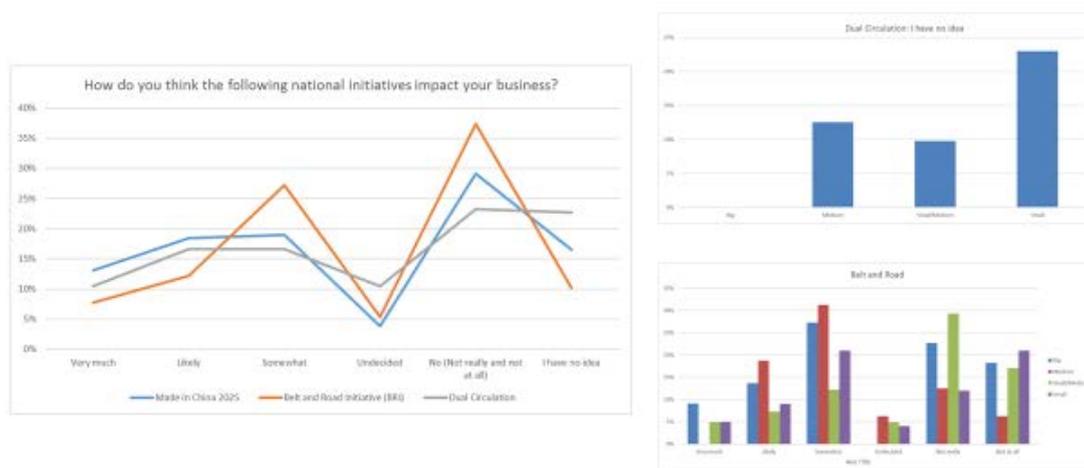
对于中国市场而言，很大一部分客户被认为是中国民营企业。越来越多的客户不是意大利或中国企业，但意大利企业在中国国有企业和政府公共采购中的存在感似乎仍然薄弱。



Made in China For China with a Focus to Export

Executive Summary Figure 6

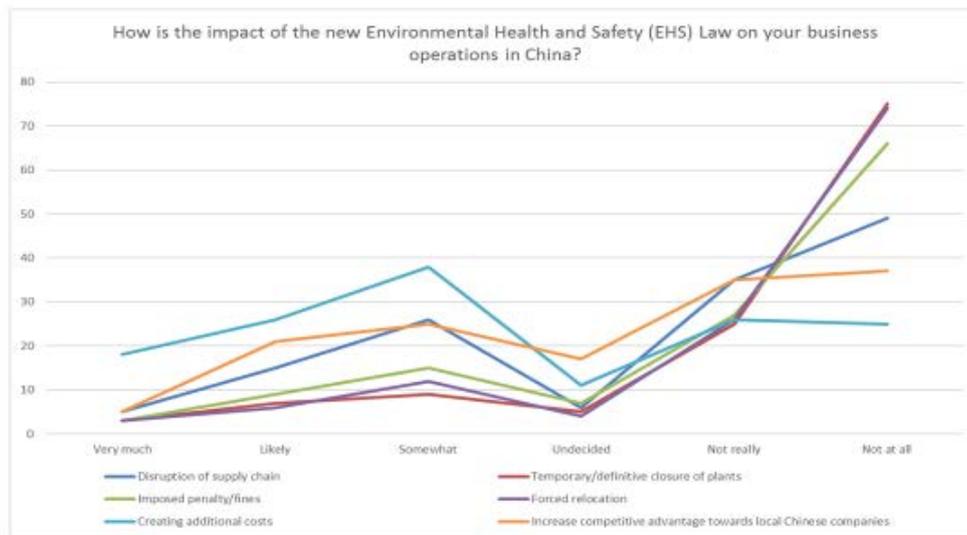
在调查期间，受访者被要求说出他们对中国政府的三大举措（中国制造 2025、一带一路和较新的双循环）的看法，而与此同时，对 MIC2025 的好处和对其业务的影响有一个清晰的认识，有点怀疑，虽然被认为是 BRI，但这是因为这是总部的话题，而不是双重流通，而且知识水平仍然有限。



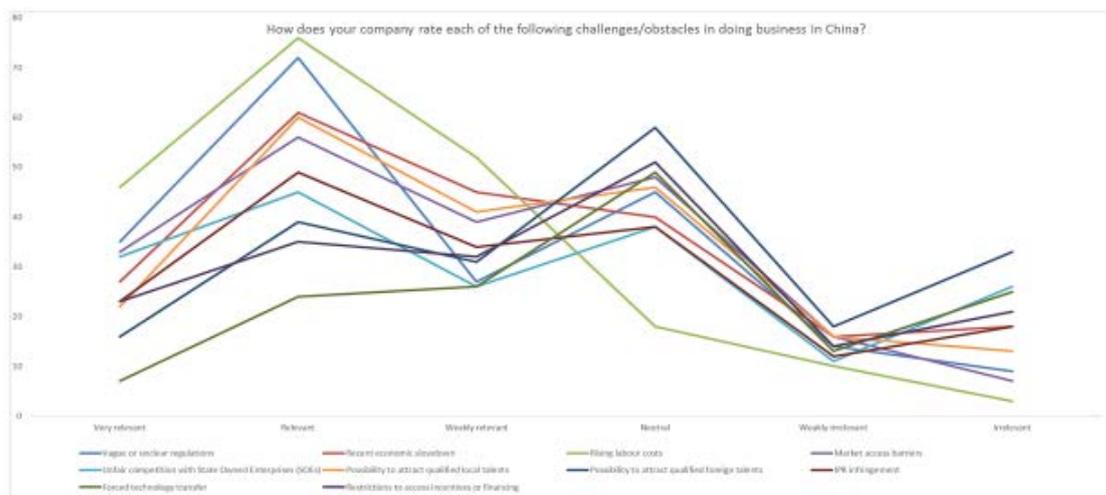
Knowledge of Business Environment

Executive Summary Figure 7

关于其他政策，环境健康和安全的的影响被认为是低的（这并不意味着负面的），以及中国决策者或监管机构的许多其他干预措施。

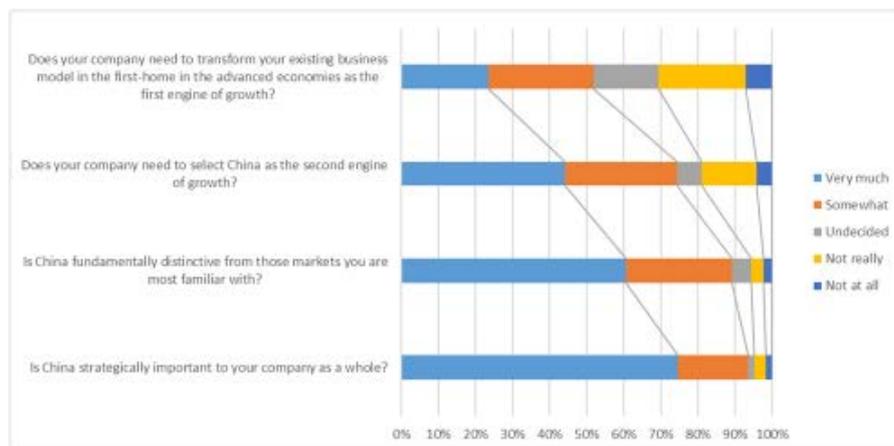


Concerning for more red tape
Executive Summary Figure 8



Persistence of some obstacles and difficulties
Executive Summary Figure 10

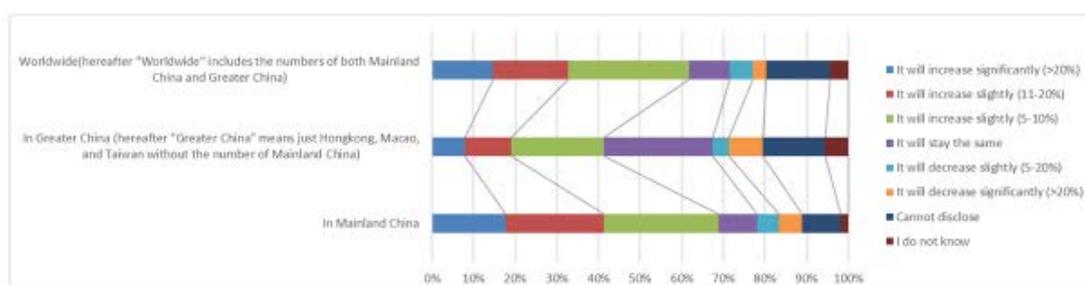
不管怎么说，对未来的预期是相当积极的，意大利公司对他们在中国的情况有着积极的评价。他们认为，中国仍然是他们未来发展的关键和战略市场。



Overall a positive assessment

Executive Summary Figure 11

人们坚信，2021 年的业务将有所增长，预计这一数字将比 2020 年更好，这也解释了为什么对大多数企业来说，在中国开展业务仍然是他们大多数企业的战略选择。



Hope in the future

Executive Summary Figure 12