

Indice

5	1 QUADRO GENERALE	54	2.2.1 <i>La Nuova Via della Seta</i>
6	1.1 Uno sguardo al 2017	57	2.2.2 <i>Il rapporto con gli Usa e la revisione dell'ordine globale: la trappola di Tucidide è inevitabile?</i>
9	1.1.1 <i>Previsioni di graduale crescita per il 2018</i>	58	2.2.3 <i>Il rapporto con la Russia e i vicini regionali</i>
12	1.2 I temi chiave: lo scenario di lungo periodo	60	2.2.4 <i>Europa e Mediterraneo</i>
14	1.3 I temi chiave: alcuni elementi strutturali	65	2.3 Energia
14	1.3.1 <i>Aumento del costo del lavoro</i>	71	3 ECONOMIA
16	1.3.2 <i>Demografia: un Paese che invecchia</i>	72	3.1 L'avvio di un nuovo ciclo di crescita?
20	1.4 La corsa alla leadership nell'innovazione globale	77	3.2 Il Rapporto del Governo alle "Due sessioni" del 2018
26	1.5 Trade war o Tech War?	78	3.3 L'economia cinese nel 2017-2018
27	1.6 I temi chiave: consumi e urbanizzazione	78	3.3.1 <i>Riforma delle Soe</i>
27	1.6.1 <i>Continuano a crescere i consumi, B2B e B2C</i>	81	3.3.2 <i>Aziende zombie, sovraccapacità e il rapporto tra crescita ed esigenze ambientali</i>
27	1.6.2 <i>L'urbanizzazione come driver dei consumi</i>	89	3.3.3 <i>L'aumento del debito, criticità strutturale</i>
31	1.7 I temi chiave: il boom del settore digitale	91	3.4 La Cina apre il mercato azionario e quello dei bond agli investitori esteri: i nuovi programmi Stock Connect e Bond Connect
40	1.8 Implicazioni per le società estere: implementare una strategia di successo	93	3.5 La strategia economica di Xi
43	1.9 Conclusioni	94	3.5.1 <i>Xi Jinping e la Supply Side Structural Reform</i>
45	2 POLITICA	95	3.5.2 <i>Il Tredicesimo piano quinquennale</i>
46	2.1 L'era di Xi	96	3.5.3 <i>Riformare la manifattura: Made in China 2025 e Internet Plus</i>
46	2.1.1 <i>L'ascesa di Xi Jinping tra corruzione e fazioni</i>	97	3.5.4 <i>Nuove zone economiche speciali: Xiong'an e Hainan</i>
48	2.1.2 <i>Il senso dell'azione politica di Xi Jinping: una nuova era</i>	98	3.5.5 <i>Cooperazione internazionale nella capacità industriale</i>
49	2.1.3 <i>Il Diciannovesimo congresso e il nuovo Comitato permanente del Politburo</i>	99	3.6 Stabilità macroeconomica e fattori di rischio
51	2.1.4 <i>La nuova contraddizione e il contributo ideologico della Quinta generazione</i>	107	3.7 Consumi
52	2.1.5 <i>Le Due sessioni e la riforma costituzionale</i>	107	3.7.1 <i>Consumi: crescita frammentata</i>
53	2.1.6 <i>Le nuove nomine al governo</i>	112	3.7.2 <i>Persiste il boom dei consumi cinesi, trainato dai consumi digitali</i>
53	2.2 La politica estera – Globalizzazione e tutela degli interessi cinesi	116	3.7.3 <i>Consumi: l'imperativo della localizzazione nelle città di seconda, terza e quarta fascia</i>
		119	3.8 Settore estero
		129	3.8.1 <i>Investimenti diretti esteri: la Cina attrae ancora</i>

140	3.8.2 <i>Gli investimenti diretti esteri cinesi nel mondo</i>	172	5.1.1 <i>Trend del mercato</i>
		179	5.1.2 <i>Distribuzione e strategia di crescita</i>
147	4 ACCESSO AL MERCATO E REGOLAMENTAZIONI	184	5.2 Settore sanitario
148	4.1 Accesso al mercato e risorse umane	190	5.2.1 <i>Le nuove dinamiche del settore medico e sanitario cinese nel 2017</i>
148	4.2 Risorse umane: la Cina si conferma attrattiva	196	5.2.2 <i>Il settore farmaceutico: maggiore innovazione per crescere</i>
149	4.2.1 <i>Riforme avvenute e attese</i>	198	5.2.3 <i>Apparecchiature medicali: politiche preferenziali per i prodotti locali</i>
150	4.3 Il quadro normativo: approfondimento sui principali aspetti e novità	201	5.2.4 <i>Infrastrutture sanitarie e informatiche</i>
150	4.3.1 <i>La legge sulla Cyber Security e la Security Review</i>	201	5.3 Retail
152	4.3.2 <i>Nuovo controllo dei cambi</i>	205	5.3.1 <i>Ipermercati/Supermercati</i>
153	4.3.3 <i>Nuovo regime per gli investimenti esteri</i>	206	5.3.2 <i>Grandi magazzini</i>
156	4.3.4 <i>Online Advertising Interim Measures</i>	207	5.3.3 <i>Centri commerciali (shopping mall)</i>
157	4.3.5 <i>La nuova Film Law</i>	208	5.3.4 <i>Convenience store</i>
158	4.3.6 <i>Nuovi limiti di prestito per le Foreign Invested Enterprises</i>	208	5.3.5 <i>Outlet</i>
159	4.3.7 <i>Apertura dell'industria di gestione dei fondi d'investimento</i>	210	5.3.6 <i>Altri canali di vendita</i>
160	4.3.8 <i>Nuove norme generali di diritto civile della Cina: il primo passo verso un codice civile completo</i>	210	5.3.7 <i>E-tailing</i>
160	4.3.9 <i>Investimenti all'estero - Outbound Investment Guiding Opinions</i>	218	5.4 Beni di lusso
161	4.4 Tutela della proprietà intellettuale	223	5.5 Energia e tecnologie pulite
163	4.5 Gli aggiornamenti sulle aree di libero scambio in Cina	223	5.5.1 <i>Energie rinnovabili</i>
163	4.5.1 <i>Percorso, evoluzione e funzionamento delle FTZ</i>	226	5.5.2 <i>Bioedilizia</i>
165	4.5.2 <i>FTZ in Cina: accesso al mercato, sistema fiscale e procedure di registrazione</i>	228	5.6 Settore della protezione ambientale
168	4.6 Scenario fiscale per il 2018	230	5.6.1 <i>Strategia generale</i>
168	4.6.1 <i>Aggiustamento del tasso dell'Imposta sul valore aggiunto (Iva)</i>	234	5.6.2 <i>Inquinamento dell'aria e riduzione delle emissioni</i>
169	4.6.2 <i>Environmental Tax – Più attenzione verso l'ambiente</i>	237	5.6.3 <i>Inquinamento del suolo</i>
169	4.6.3 <i>Dazi doganali: nuovi tagli a favore dei consumi</i>	238	5.6.4 <i>Trattamento del rifiuto solido urbano</i>
170	4.6.4 <i>Prospettive per Hong Kong</i>	239	5.6.5 <i>Accesso al mercato cinese</i>
171	5 OPPORTUNITÀ SETTORIALI	240	5.6.6 <i>Conclusioni</i>
172	5.1 Alimenti e bevande	241	5.7 Prodotti chimici
		246	5.8 Macchinari
		255	5.9 Automotive
		265	5.10 Settore media e intrattenimento: cinema e piattaforme digitali
		270	5.10.1 <i>La presenza italiana: Anica</i>
		271	5.11 Arredamento
		274	5.11.1 <i>L'urbanizzazione e i consumi: le spese per la casa</i>
		276	5.11.2 <i>Il settore arredamento in Cina</i>
		280	5.11.3 <i>Il mercato interno</i>
		285	6 OPPORTUNITÀ IN ITALIA
		286	6.1. Il turismo cinese e lo shopping

286	<i>6.1.1. Il turismo cinese all'estero e in Italia</i>
289	<i>6.1.2 Lo shopping dei turisti cinesi in Italia</i>
295	6.2 Gli investimenti diretti cinesi in Italia
301	6.3 Attrattività del sistema formativo italiano: l'importanza dei programmi governativi Marco Polo e Turandot e l'attività di promozione di Uni-Italia