

Ta vara på de tillfällen Kina ger

Eftersom fyra av världens tolv största marknader finns i Asien borde svenska företag viga 20 till 30 procent av sina resurser till denna del av världen. Vår exportandel på 7 procent visar något annat. Faktum är att vår export till Asien minskar och vi förlorar marknadsandelar även om vi räknar in lokal produktion och försäljning.

Landet som kommer att påverka oss mest i Asien är Kina. Med låga produktionskostnader kan Kina priskonkurrera både på sin hemmamarknad och som exportnation.

Det som händer nu är att

kinesiska företag blir allt starkare inom hightech och investerar stora summor i varumärkesbyggande, forskning och utveckling. Kina har gjort en gigantisk och sammanhållen kraftsamling inom forskning och utveckling, i synnerhet inom teknik och naturvetenskap, samtidigt som allt fler utländska företag och även forskningsinstitutioner förlägger nya etableringar och investeringar till Kina.

Världen använder Kina som en plattform för tillväxt. Den här tillväxten slukar en stor del av världens tillgångar bland annat i form av råvaror och ändrar spelplanen även för svenska företag.

Under presidentbesöket



Mattias Bergman

regionchef Asien
Exportrådet

arrangerar Sweden-China Trade Council, Exportrådet, Företagarna, Svensk Handel och Svenskt Näringsliv en middag för presidenten med över 300 representanter från svenskt näringsliv, deltagarna är allt från enmansföretag till de riktigt stora företagen och deltagarna kommer från alla branscher.

Det här är en unik chans för svenskt näringsliv att arbeta på de så viktiga affärsrelationerna mellan Kina och Sverige. I Kina där fortfarande många inköpsbeslut tas på en mycket hög nivå kan ett sådant här möte leda till miljardorder för svenska företag. Att de svenska deltagande företagen snart kan säga att de

ätit middag med presidenten kan ta dem långt i Kina.

Flera delar av Asien ska inte ses som utvecklingsmarknader utan jämföras med USA och Europa. Framgångsrika företag ser Asien både som en marknad att sälja till, köpa produkter från, men även en marknad att få inspiration och lära av.

Även de som avvaktar eller helt avstår från satsningar i Asien bör göra medvetna val. För hur litet och lokalt ett företag än är, så kommer de ekonomiska spelreglerna på hemmaplan att påverkas av det som sker i Asien – i synnerhet för företag som i dag är underleverantörer till tillverkningsföretag.