

Svenska bolag vill uppfattas som kinesiska

Svenska storföretag vill undgå styvmoderlig behandling i Kina genom en EU-ledd kampanj under mottot: "Vi är också ett kinesiskt företag".

Svenska bolag som Volvo, Ericsson och ABB har fått känna av den växande ekonomiska nationalismen i Kina liksom många andra europeiska. De blir inte behandlade på lika villkor som de inhemska. Därför driver EU en kampanj för att lyfta fram EU-företagens positiva bidrag till Kinas ekonomi.

Kampanjen ska visa vad de utländska företagen betyder för sysselsättning, goda arbetsvillkor, överföring av teknologi och exportinkomster med mera. Målgruppen är Kinas makthavare, medier och befolkning.

"Det blåser tuffare vindar och de senaste åren har den ekonomiska nationalismen inom framför allt ett antal sektorer tilltagit", säger Per-Arne Hjelmborn, chef för den ekonomiska sektionen vid svenska ambassaden i Peking.

Brist på transparens

Svenska och andra utländska bolag upplever att de i vissa fall blir styvmoderligt behandlade jämfört med de kinesiska bolagen på plats.

"De upplever till exempel att myndigheters upphandlingar inte sker på lika villkor, att lagstiftningen inte tillämpas fullt ut och att det är svårare att förvärva kinesiska företag", säger Per-Arne Hjelmborn.

"Generellt klagar de också på bristen på transparens."

I Kina yttrar detta sig framför allt inom strategiska områden som fordon, telekom och energi, påpekar svenska ambassaden i en rapport.

Det finns flera intressegrupper som länge menat att en alltför liberal handels- och investeringspolitik främst gynnar utländska företag.

Även regeringens mäktiga reform- och utvecklingskommission sällar sig nu till dessa. Kommissionens nya riktlinjer klargör att direktinvesteringar som inte bidrar till teknologiöverföring och ökat kunnande inom bland annat tjänstehandel och miljö får svårare att göra sig gällande framöver.

AGNETA ENGVIST

agneta.engqvist@di.se,+852 9011 8998