

Kinas köpkraft ökar

Stark konsumtion ger guldläge för svenska bolag

Kina är på väg in i en ny tillväxtfas där den privata konsumtionen ersätter statliga investeringar som det främsta bränslet i ekonomin.

Det skapar en enorm tillväxtpotential för företag som H&M, SCA och Ikea, enligt en ny rapport som Di tagit del av.

Det finns många mått på den snabba utvecklingen som sker i tillväxtländer som Kina och Indien.

Ett sådant är att tillväxtmarknaderna för tio år sedan stod för 10 procent av den globala tillväxten och att motsvarande siffra i dag är 50 procent.

Starkt bidragande är Kina, vars tillväxt ökat med 450 procent under dessa tio år.

Lika stort BNP

Tillväxtländernas fram-marsch förutspås i en rapport från Handelsbanken hålla i sig, och redan om tio år är deras samlade BNP lika stor som västvärldens.

Bakom de höga tillväxt-talen sker samtidigt ett dramatisk skifte med stora kon-

sekvenser för svenska exportföretag.

”Tillväxtekonomierna är på väg att övergå från en investeringsdriven till en mer konsumtionsdriven tillväxt”, säger Handelsbankens chefsstrateg Erik Nielsen, nyligen rankad som etta i Sverige inom aktiestrategi av analysföretaget Prospera.

Urbaniseringen påverkar

Utvecklingen drivs enligt Erik Nielsen på av flera faktorer. En är den omfattande urbaniseringen.

”Befolkningen i städerna i dessa länder kommer att öka med 510 miljoner människor fram till 2020, vilket motsvarar mer än hela EU:s befolkning. Inflyttningen till städerna gör att servicesektorn



Erik Nielsen, chefsstrateg på Handelsbanken.

Di Fakta

Nordiska vinnare i Kina, enligt SHB

■ Amer Sports, APMM, Astra-Zeneca, Autoliv, Betsson, Carlsberg, Coloplast, Ekornes, Elekta, Getinge, H&M Huhtamäki, Kemira, Nokian Tyres, Novo Nordisk, Novozymes, RCL, SCA, Statoil, Subsea 7, Tomra, Yara.

och företag som säljer allt från kaffe på stan till blöjor och kläder har en enorm tillväxtpotential”, säger han.

En annan faktor bakom antagandet om en mer konsumtionsdriven tillväxt är att de statliga investeringarna i infrastruktur inte kommer att fortsätta i samma takt.

Det finns helt enkelt inte behov av att bygga lika många nya broar och motorvägar i Kina som det har gjorts de senaste tio åren, konstaterar Erik Nielsen.

H&M solklar vinnare

För svenska exportföretag verksamma på tillväxtmarknaderna kommer utvecklingen att bli ytterst påtaglig, tror han.

”Ett bolag som SCA, som säljer blöjor och andra typer av hygienartiklar, har möjlighet att expandera snabbare än tidigare, medan bolag som är mer beroende av nya investeringar får svårare att växa på samma sätt framgent.”

Två klara vinnare är enligt Erik Nielsen H&M och Ikea.

”När levnadsstandarden stiger blir folk mer intresserade av mode, men eftersom de flesta inte har råd att köpa extremt dyra plagg gynnar det H&M, som också har en stor expansion av butiker framför sig.”

Ljust för läkemedel

Andra vinnare, enligt Handelsbanken, är läkemedelsföretag som Astra Zeneca och Electa samt medicinteknikföretaget Getinge.

För verkstadsföretagen innebär utvecklingen samtidigt en utmaning och det blir viktigare att erbjuda servicekontrakt kopplade till försäljningen, säger Erik Nielsen.

TOMAS NORDENSKIÖLD

tomas.nordenskiold@di.se

08-573 651 53

sidan 23

Kina lockar pengar från utlandet