

Storföretagen satsar vidare i Kina – trots ekonomiska utmaningar

Ökade tillverkningskostnader och minskad försäljning skrämmar inte bort de multinationella företagen från den kinesiska marknaden, utan de planerar i stället att utöka sina verksamheter. Detta visar en ny studie som för andra året i rad genomförts av managementkonsulterna Booz & Company tillsammans med den amerikanska handelskammaren i Shanghai, AmCham.

Ökande kostnader, sämre inhemsk tillväxt och minskad efterfrågan på kinesiska exportvaror pressar multinationella företag med verksamhet i Kina. Men trots dessa utmaningar är företagen överlag optimistiska till Kinas satsningar på att positionerna sig som ett tillverkningscenter i världsklass och ser Kina som en väsentlig spelare i en kommande ekonomisk återhämtning.

- För svenska bolag blir Kina en allt viktigare exportmarknad och inte bara en viktig produktionsmarknad med tillgång på billig arbetskraft. Den svenska exporten till Kina har ökat med 17 procent under 2008, jämfört med en blygsam ökning av importen med 3 procent, **säger Joakim Torbjörn på Booz & Company.**

Kostnadsökningar på upp till 15 procent, för framför allt löner och arbetsledning, har gjort det dyrare att göra affärer i Kina. Trots detta är det färre företag som vill flytta sin tillverkning från Kina (10 procent under 2008 jämfört med 17 procent året dessförinnan).

De största framgångarna uppnår de multinationella företag som tar tillvara på Kinas dubbla möjligheter – som både en källa till exportvaror och som en enorm inhemsk marknad. De konkurrenter som antingen fokuserar på fördelarna med billigare arbetskraft eller import till den växande kinesiska marknaden lyckas inte lika bra.

Undersökningen visar också att företagen satsar stort på ny teknik. Nästan 25 procent av de tillfrågade företagen uppgraderar för närvarande sina anläggningar till toppmodern standard. Samtidigt förbättrar den kinesiska regeringen landets industriella infrastruktur för att stärka sin position som ett framstående tillverkningsland.

Undersökningsmetod

108 tillverkningsföretag med verksamhet i Kina tillfrågades angående Kina som marknad för både försäljning och produktion. För detta användes en kombination av online-formulär, företagsbesök och djupintervjuer utförda av amerikanska handelskammaren i Shanghai (AmCham Shanghai) och Booz & Company. De tillfrågade företagen representerade en rad industrier inom konsumtionsvaror, industrivaror, hälsovård och basmaterial. 82 procent av företagen var helt utlandsägda, 11 procent var joint ventures mellan multinationella företag och kinesiska partners och 7 procent kategoriserades som "övriga".

För mer information, vänligen kontakta:

Sara Hamilton, Booz & Company, telefon: 0708-96 95 85, e-mail: sara.hamilton@booz.com.

Om Booz & Company

Booz & Company är ett ledande managementkonsultföretag som hjälper världens främsta företag och organisationer inom den privata och offentliga sektorn. Vår grundare, Edwin Booz, skapade professionen när han etablerade det första managementkonsultföretaget 1914. Idag, med våra drygt 3300 medarbetare på 58 kontor världen över, bidrar vi med insikt och kunskap, djupgående funktionell expertis samt ett praktiskt och handfast angreppssätt att bygga kompetens och leverera konkreta resultat. Vi har ett nära samarbete med våra klienter för att skapa och leverera konkurrensfördelar.