

BUSINESS SWEDEN

I KORSELDEN MELLAN USA OCH KINA

SÅ SLÅR HANDELSKRIGET MOT SVENSKA FÖRETAG

I KORSELDEN MELLAN USA OCH KINA

SÅ SLÅR HANDELSKRIGET MOT SVENSKA FÖRETAG

CHEFEKONOMEN KOMMENTERAR

HANDELSKRIGET TRAPPAS NED – MEN KONFLIKTEN LEVER VIDARE

Handelskriget mellan USA och Kina inleddes i juli 2018. Då infördes amerikanska strafftullar på 25 procent för kinesiska importvaror till ett värde av 34 miljarder dollar. Kina svarade omedelbart med strafftullar på amerikanska importvaror. Under 18 månader skruvades tonläget upp och åtgärderna kom att omfatta närapå all handel mellan länderna.

Med undertecknandet i Washington av ett första avtal mellan parterna den 15 januari i år går konflikten in i en lugnare fas. Men motsättningarna finns kvar och handelskriget kommer att fortsätta i olika former under överskådlig tid. I botten handlar konflikten om ekonomiskt och politiskt inflytande där USA upplever Kina som ett allt större hot.

Det är heller ingen inbillning från USA:s sida att Kina flyttar fram positionerna. I kraft av sin explosiva ekonomiska utveckling och stora befolkning har Kina på kort tid blivit världens andra största ekonomi med en BNP (till marknadspris) som är två tredjedelar av USA:s. Kina är idag den största varuexportören och står för 13 procent av världsexporten. I tidskriften Fortunes senaste ranking av världens 500 största företag räknat på omsättning finns nu 110 kinesiska företag – nästan lika många som USA:s 126 företag.

En liten, öppen ekonomi som den svenska med ett stort utlandsberoende påverkas negativt av handelspolitisk oro. Business Swedens enkätundersökning som sammanfattas på de följande sidorna är avsedd att ge företagens syn på hur handelskriget påverkar deras export och utlandsförsäljning.

Resultaten visar att företagen drabbas på tre sätt: genom fördyrad export, minskad aktivitet och färre order i leverantörskedjan samt dämpad global efterfrågan.

Nära en tredjedel av de svenska företagens export och utlandsförsäljning påverkas negativt av handelskriget. För de flesta företag handlar det om en måttligt negativ påverkan, men för vissa företag och branscher är påverkan mycket negativ.

Ett något överraskande resultat av undersökningen är att hela 12 procent av de svenska företagen använder Kina som exportplattform för försäljning till USA. Motsvarande siffra för svenska företags export från USA till Kina är 8 procent.

Det framgår också att betydligt fler svenska företag är knutna till leverantörskedjor i Kina som säljer till USA än vice versa. Enligt konsultföretaget McKinsey står utländska företag för 40 procent av Kinas export, där varor för enorma 540 miljarder dollar skeppades till USA 2018. Kinas import från USA uppgick samma år till endast 120 miljarder dollar. Värt att notera är att Kinas import till 80 procent består av insatsvaror – en hisnande marknad för svenska underleverantörer.

Business Swedens enkätundersökning visar att många svenska företag drabbas av handelskriget. Men hur navigerar de på marknader som reser murar? I en kommande rapport (mars 2020) går Business Sweden vidare och undersöker tillsammans med Kommerskollegium hur svenska företag hanterar hinder för handel och investeringar i sin strategi för utlandsverksamheten.



LENA SELLGREN
Chefekononom
Business Sweden

SÅ SLÅR HANDELSKRIGET MOT SVENSKA FÖRETAG

OM UNDERSÖKNINGEN

Business Sweden har gett undersökningsföretaget Origo Group i uppdrag att kartlägga i vilken omfattning och på vilket sätt som svenska exportföretag påverkas av den pågående handelskonflikten mellan USA och Kina. Av särskilt intresse har varit att undersöka hur stor andel av de svenska exportföretagen som är knutna till leverantörskedjor med export av varor från Kina till USA och vice versa.

Målgruppen för undersökningen har varit svenska företag med en varuexport som överstiger 150 miljoner kronor (2018). Registret beställdes av Statistiska Centralbyrån (SCB) och bestod efter bearbetning av ett nettourval om 788 företag.

Undersökningen utfördes genom telefonintervjuer med VD, försäljningschef eller marknadschef mellan 12 november och 11 december 2019. Respondenterna fick besvara en enkät bestående av nio flervalfrågor. Totalt besvarades enkäten av 250 företag, vilket ger en svarsfrekvens på 32 procent.

Resultatet av undersökningen överlämnades till Business Sweden sammanräknat för alla företag liksom nedbrutet med avseende på företagens storleksklass (utifrån antalet anställda i Sverige) respektive bransch (enligt standard för svensk näringsgrensindelning, SNI). På storleks- och branschnivå är resultatet statistiskt osäkert och redovisas därför endast övergripande i denna sammanställning.

MITT I HANDELSKRIGET

Samtliga företag som ingår i undersökningen exporterar varor från Sverige. Drygt 60 procent av företagen har dessutom lokal försäljning på utlandsmarknaden genom dotterbolag eller annan närvaro.

Undersökningen visar att det är företag i storleksklassen 100–200 anställda i Sverige som har bredast närvaro på utlandsmarknaden. Över 70 procent av dessa företag har försäljning i utlandet, utöver exporten från Sverige. Men även i den minsta storleksklassen upp till 50 anställda i

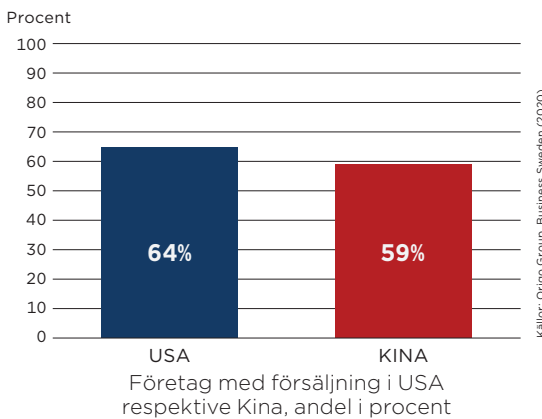
Sverige har 50 procent av företagen försäljning i utlandet.

Nästan två tredjedelar av företagen har försäljning i USA, medan en något mindre andel – 59 procent – har försäljning i Kina. Undersökningen visar att det är de största företagen med mer än 500 anställda i Sverige som är mest närvarande på båda marknaderna. Nära 80 procent av storföretagen har försäljning i USA. En lika stor andel har försäljning i Kina.

Ett flertal svenska företag kombinerar regional produktion med global försäljning: 12 procent av företagen exporterar varor från Kina till USA. Andelen är hela 23 procent för storföretagen. Det är främst företag i verkstadsindustrin – och särskilt inom tillverkning av maskiner och metallvaror – som använder Kina som exportplattform för den amerikanska marknaden.

En något mindre andel företag – 8 procent – exporterar varor från USA till Kina. Andelen skiljer sig inte så mycket mellan storleksklasserna, men toppar på 12 procent för företag med 100–200 anställda i Sverige. Det är främst företag i verkstadsindustrin (maskiner) samt inom elektronik och läkemedel som använder USA som exportplattform för den kinesiska marknaden.

STOR SVENSK NÄRVARO I BÅDE USA OCH KINA



Resultatet visar alltså att ett flertal svenska företag är direkt exponerade för handelskonflikten mellan de båda länderna.

EN TREDJEDEL DRABBAS

Undersökningen visar att 24 procent av företagen påverkas negativt av handelskonflikten med avseende på exporten. En något större andel – 30 procent – uppger att den lokala utlandsförsäljningen påverkas negativt.

Påverkan är genomgående måttlig – endast en mindre andel av företagen rapporterar att påverkan är ”mycket negativ”. Bland storföretagen är andelen som anger en mycket negativ påverkan högre och uppgår till 9 procent för exporten och 11 procent för utlandsförsäljningen. Undersökningen visar att handelskonflikten slår hårdast mot exporten inom stål- och metallindustrin, trävaruindustrin och kemisk industri.

Många svenska företag påverkas också negativt av handelskonfliktens indirekta effekter. Knappt hälften av företagen möter en minskad efterfrågan i Kina, medan 29 procent känner av en minskad efterfrågan i USA. I Kina är det främst stål- och metallindustrin samt pappers- och plastindustrierna som känner av nedgången, medan den minskade efterfrågan i USA främst drabbar företag i fordonsindustrin och elektronikindustrin.

Ett mindre antal företag – främst storföretag – uppger tvärtom att handelskonflikten har en måttligt positiv påverkan på exporten och utlandsförsäljningen. Detta kan ha att göra med att konkurrenters produkter har blivit dyrare på grund av straffullar i USA eller Kina.

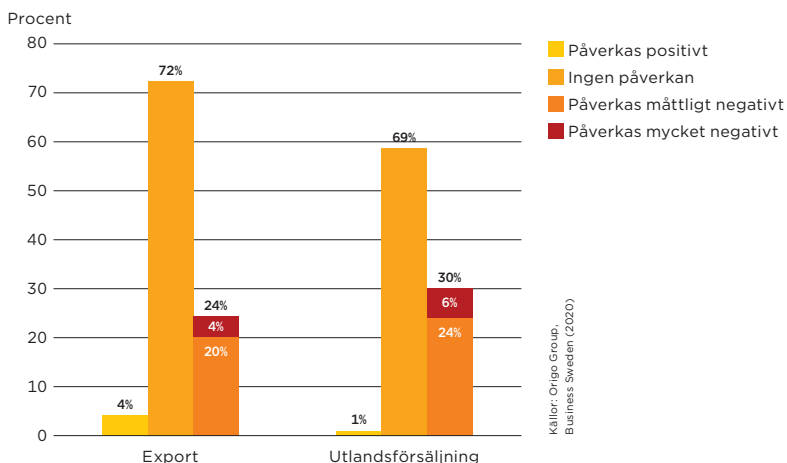
LEVERANTÖRSKEDJOR ÖKAR EXPONERING

En knapp fjärdedel av företagen uppger att de är leverantörer eller underleverantörer av varor som exporteras från Kina till USA. Andelen är störst för företag i de mindre storleksklasserna upp till 100 anställda i Sverige där den uppgår till närmare 30 procent. Det är främst företag i verkstadsindustrin (maskiner och fordon) och trävaruindustrin som ingår i leverantörskedjor i Kina med export till den amerikanska marknaden.

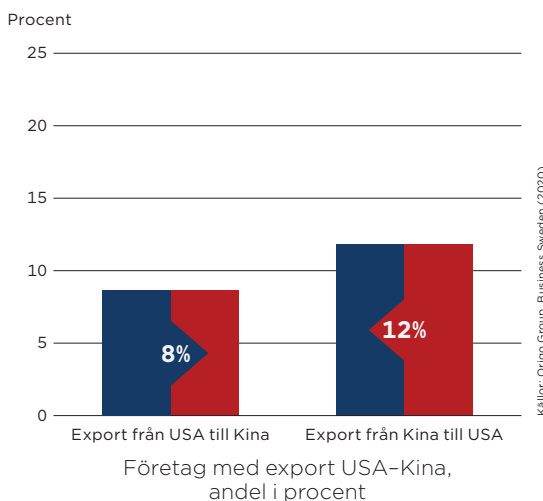
En betydligt mindre andel företag – 15 procent – är leverantörer eller underleverantörer av varor som exporteras från USA till Kina. Andelen är likartad mellan storleksklasserna, men toppar på 17 procent för företag med 100–200 anställda i Sverige. Det är främst företag i verkstadsindustrin (maskiner) samt inom pappers- och plasttillverkning som ingår i leverantörskedjor i USA med export till den kinesiska marknaden.

De svenska företagens koppling till leverantörskedjor i Kina respektive USA innebär en ökad exponering mot handelskonflikten. Resultatet visar också att betydligt fler svenska företag är knutna till leverantörskedjor i Kina som har export till USA än vice versa.

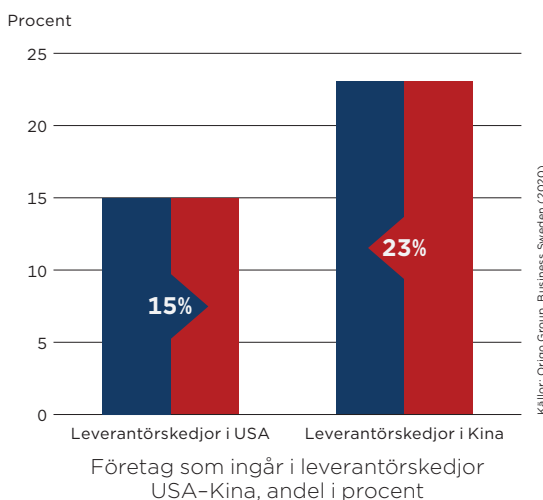
EN TREDJEDEL AV FÖRETAGEN PÅVERKAS NEGATIVT AV HANDELSKRIGET



SVENSKA FÖRETAG DRABBAS GENOM EGEN EXPORT FRÅN USA TILL KINA OCH VICE VERSA...



... OCH ÄN FLER ÄR EXPONERADE FÖR KONFLIKTEN SOM UNDERLEVERANTÖRER





Vi hjälper svenska företag öka sin globala försäljning och internationella företag investera och expandera i Sverige.

BUSINESS SWEDEN Box 240, SE-101 24 Stockholm, Sweden
World Trade Center, Klarabergsviadukten 70
T +46 8 588 660 00 info@business-sweden.se www.business-sweden.com

