

Pressmeddelande:

TrySwedish banar väg för svensk livsmedelsexport till Kina

En snabbt växande kinesisk medelklass är den drivande kraften bakom den ökande konsumtionen av importerade matvaror och drycker i landet. Detta förklarar den växande exporten från Sverige Kina, som ökade med 37 procent under 2017. Det finns stor potential att öka svenska företags försäljning på den kinesiska marknaden ytterligare.

Ett av initiativen för att öka kännedom för svenska varumärken är deltagande på betydande mässor. SIAL i Shanghai är Kinas största mässa för mat och dryck och har runt 100 000 besökare som möter 3 200 utställare från 67 olika länder, bland dem många svenska företag. Business Sweden arrangerar den svenska samlingsmontern invigdes idag med matlagning av landsbygdsminister Sven-Erik Bucht .

- Deltagandet på SIAL är en aktivitet som ingår i genomförandet av livsmedelsstrategin som syftar till att öka svensk livsmedelsexport. Kina är en av de prioriterade marknaderna och vår bedömning är att det finns goda möjligheter för svenska livsmedelsproducenter att öka sin försäljning här, säger Maria Varnauskas, ansvarig för TrySwedish på Business Sweden.

Svenska produkter har många fördelar, bland annat fokus på innovation, hållbara produktionsmetoder och hög kvalitet. Livsmedelssäkerhet är prioriterat bland kinesiska konsumenter och ett område där svenska företag ligger i framkant. Livsmedelssäkerhetshänsyn en viktig faktor då de kinesiska konsumenterna i allmänhet är alltmer hälsomedvetna.

Företagen representerade i TrySwedish-montern är Acrilex Egenvård, Darhult Dairy, First Class Brands, Healthyco, Lantmännen, Orkla, Marenor och Salinity.

För ytterligare information kontakta:

Elisabeth Somp, presschef Business Sweden
+46 70 594 82 00, elisabeth.somp@business-sweden.se

Business Sweden hjälper svenska företag att öka sin internationella försäljning och internationella företag att investera och expandera i Sverige. För svenska företag gör vi det genom att korta tid till marknad, hitta nya intäcksströmmar och minska risk. För internationella företag gör vi det genom att hitta nya affärsmöjligheter, öka kapitalavkastningen och vara ett opartiskt stöd.

Med nätverk på alla nivåer erbjuder vi strategisk rådgivning och handfast support på 50 av världens mest intressanta marknader. Business Sweden ägs av staten och näringslivet, som representeras av Utrikesdepartementet och Sveriges Allmänna Utrikeshandelsförening.