



Den nya konsumtionsboomen - en av 2000-talets största ekonomiska drivkrafter

(Fidelity International) - I takt med att tillväxtmarknaderna blir mer produktiva och rikare kan vi vänta oss en massiv tillväxt av antalet konsumenter och deras köpkraft.

Enligt beräkningar kommer Kina att gå om USA som världens största ekonomi om mindre än 20 år.¹ Företag i väst och på tillväxtmarknaderna kämpar för att få maximal exponering då möjligheterna är enorma - liksom potentialen för avkastning för den som investerar rätt.

Omfördelningen av den globala tillväxten från utvecklade länder till tillväxtekonomier har en aldrig tidigare skådad effekt vad gäller minskad fattigdom. Det uppskattas att 135 miljoner människor tog sig ur fattigdom bara mellan 1999-2004 - mer än hela befolkningen i Japan. En befolkning motsvarande hela Japan blev alltså globala konsumenter på bara fem år.

Enorm ökning av medelklassen driver konsumtionstillväxten

Under de kommande årtiondena förutspås antalet människor i den "globala medelklassen" mer än fördubblas, från 430 miljoner år 2000 till 1,2 miljarder år 2030 (eller från 7,6 % av världens befolkning till över 16 %) enligt Världsbanken. Större delen av den nya medelklassen kommer från två länder - Kina och Indien.

För att ge ännu ett perspektiv på omfattningen av tillväxten förutspår Världsbanken att 93 % av den globala medelklassen kommer att komma från utvecklingsländerna 2030, en ökning från 56 % år 2000.

Enbart detta faktum är en anledning till att företag från hela världen anstränger sig så hårt för att skapa en närvaro på tillväxtmarknaderna. De vill följa med i en konsumtionstillväxt som är otänkbar i de västerländska ekonomierna.

Den mest intressanta tillväxtmarknaden?

Kinas konsumtion har stor potential att bli framtidens mest intressanta tillväxtmarknad. Den nya köpkraften bland kineser är ett resultat av de senaste årens ekonomiska tillväxt - det har tagit landet mindre än trettio år att bli världens näst största ekonomi! Enligt beräkningar kommer Kina att gå om USA som världens största ekonom redan år 2030.

I dag bor mer än 600 miljoner människor i 800 städer. Prognoser visar att under den kommande tioårsperioden kommer medelklassen i Kinas städer att fördubblas. Det innebär att under de närmaste tio åren kan dubbelt så många människor komma att få västerländska konsumtionsvanor och högre levnadsstandard.

1 Källa: Morgan Stanley Research estimates, 2010.

Spendera på status: lyxvaror från väst

Lyxvarumarknaden är ett segment som vuxit kraftigt på tillväxtmarknaderna, särskilt i Kina och Ryssland. Västerländska lyxmärken har stor efterfrågan hos en relativt liten men högspenderande del av befolkningen. Dessa företag gynnas av avsaknaden av lokal konkurrens.

Det som kännetecknar tillväxtmarknaderna är att snabba och fokuserade lokala aktörer ger bäst möjligheter på vissa områden, medan västerländska företag med starka varumärken och stora marknadsföringsbudgetar är bättre positionerade för vinster på andra områden.

Om Fidelity

Fidelity International är en av världens ledande fondförvaltare. Vi verkar på marknader utanför USA och förvaltar för närvarande tillgångar motsvarande cirka 1 600 miljarder kronor åt placerare runt om i hela världen - allt från stora institutioner till privatpersoner.