



# Flere danske SMV'er skal sælge til Kina

## ■ AVISEN

Af Hans Henrik Pontoppidan, generalsekretær, Danish Chinese Business Forum, Morten Poulsen, adm. direktør Ehubnordic, Catherine Isabelle Cax, Vice P

17. NOV. 2016

Eksklusivt for kunder

DEBAT - I fredags, 11. november, fandt verdens største globale shoppingfestival, Singelsday, sted i Kina. Det er en forbrugerevent, hvor kinesiske forbrugere, som en modreaktion til Valentines Day fejrer singler. I år generede Singelsday 17,8 mia. dollar på ét døgn, hvilket er en stigning på 32 pct. i forhold til sidste år, hvor der blev generet 14,3 mia. dollar. Det overgår selv den kendte forbrugsfest Black Friday, som i 2015 genererede 294 mio. dollar.

ADVERTISING

inRead invented by Teads

## RELATERET INDHOLD

### Tilføj søgeagent

Danish-Chinese Business Forum  
IFU  
Alibaba

## Artikler

## Organisationer

## Læs artikel i e-avisen



Kinas onlinemarked, der er verdens største, er domineret af Alibabas platforme som Tmall, herunder også Tmall Global, der giver de kinesiske forbrugere mulighed for at købe internationale brands. Det kinesiske onlinemarked udgør et stort potentiale for danske virksomheder, hvor det ikke kun er de store brands som Ecco, Lego og

Pandora, der kan være med.

Flere danske aktører arbejder med koncepter for at hjælpe danske små og mellemstore virksomheder (SMV'er) med at få en bid af kagen. Men hvorfor ser så vi ikke flere SMV'er, der tør tage springet og kaste sig over det kinesiske onlinemarked?

Skyldes det en usikkerhed ved at drive forretning i et samfund og en kultur og på et sprog, der er meget anderledes end vores? Eller mangler der viden om, hvordan man etablerer sig på det kinesiske e-commerce marked, når man er dansk SMV'er?

### **SMV'er skal kende mulighederne**

Sandheden er nok, at det er en kombination af begge dele. Derfor er det afgørende, at danske SMV'er får en større indsigt i og forståelse af forretningsmulighederne og -vilkårene på det kinesiske marked.

Hos Danish Chinese Business Forum, **Ehubnordic** og IFU er det vores holdning, at vi sammen med øvrige aktører skal blive bedre til at give SMV'erne den bedste hjælp og rådgivning til at udnytte det potentiale, der er på det kinesiske online-marked.

Men det forudsætter også, at de danske SMV'er i større udstrækning prioriterer og sætter ressourcer af til udvikling af forretningsstrategier for Kina. Kun på den måde kan vi skabe de optimale forudsætninger for et dansk e-commerce eksporteventyr i Kina med SMV'erne i front.

---

© Dagbladet Børsen

Ifølge lov om ophavsret er det kun tilladt at tage én papirkopi til privat brug. Yderligere kopiering må kun ske efter aftale med Dagbladet Børsens chefredaktion. Henvendelse skal ske til Peter Utzon på e-mail: [peut@borsen.dk](mailto:peut@borsen.dk)

---