



Personal packar mjölkpulver vid Arlas nybyggda fabrik i Hohhot.

# Kina en växande mejerimarknad

Kinas mjölkkonsumtion har ökat lavinartat under 2000-talet. Arla har fått in en fot på den kinesiska marknaden, vars växande medelklass gör potentialen ofattbar. För att möta efterfrågan fyrdubblade företaget förra sommaren sin produktion i landet. TEXT OCH FOTO: JOJJE OLSSON

Arlas intåg i Kina skedde 2005 genom ett samarbetsavtal med inhemska mejerijätten Mengniu. Året därpå började den gemensamma produktionen av mjölkpulver vid en av Mengnius fabriker i Hohhot i inre Mongoliet. Genast bestämde sig Arla för att investera över 300 MSEK på en utbyggnad av anläggningen.

– Vi såg ett behov både av att öka produktionen och förbättra tekniken vid anläggningen, säger Leif Haamann, produktionsansvarig i Hohhot.

Marknaden för mejeriprodukter hade då under en tid ökat med runt 25 procent

per år och en utbyggnad kändes inte fel. Anläggningen, som tidigare producerade 8 000 ton mjölkpulver om året, har sedan förra sommaren fått en kapacitet på ytterligare 35 000 ton.

## Passande partner

Efter att ha fört dialog med flera företag föll valet på Mengniu som samarbetspartner.

Leif Haamann berättar:

– Mengniu är ett stort och expansivt företag med bra kontakter. Dessutom var deras kunskap om mjölkpulver begränsad, vilket gjorde beroendet ömsesidigt.

Relationen med Mengniu beskriver Leif som ”ge-och-ta”, där Arla står för tekniska kunskaper och Mengniu för kontakter och lokalkännedom. Men Arla är fortfarande på bortaplan och samarbetet är inte smärtfritt.

– Mengniu är ett framgångsrikt företag som tror på sina egna idéer. Det uppstår ofta diskussioner och båda får ibland ge vika för den andres önskemål.

## Språksvårigheter

Byråkrati och egen okunskap gjorde att Arla såg det absolut nödvändigt att skaffa en partner i Kina. Man ville ha möjlighet att



Produktionsansvarige Leif Haaman anser att fabrikens alla produkter är lika viktiga.



Arlas nya anläggning i Hohhot, inre Mongoliet, stod klar förra sommaren. Här finns Kinas största system för spraytorkning.

fokusera helt på produktionen. Leif Haaman nämner också språket, som fortfarande kan innebära problem. Ingen på anläggningen förutom de sex tolkarna talar engelska, och även de bristfälligt.

– Det är svårt att locka rätt folk hit till Hohhot. Många har haft anpassningsproblem och åkt hem igen.

Dagens unga och välutbildade kineser söker sig hellre till sydöstra Kina, där karriärmöjligheterna är större.

Leif ser dock både Mengniu och anläggningens personal som exceptionella samarbetspartners.

– Kineser är oerhört flexibla och mottagbara för ändringar. Bara man förklarar noga, har de förmåga att förstå nya rutiner väldigt fort. Det finns en enorm vilja att lära sig.

## Melaminskandalen

Mengniu var ett av de företag som drabbades hårdast av fjolårets melaminskandal i Kina, då minst fyra barn avled och ca 300 000 insjuknade. Produkterna från Arlas fabrik innehöll inga skadliga melaminvärden, men icke desto mindre var man tvungen att stoppa produktionen under en månad, samt återkalla och förstöra ett stort parti mjölkpulver.

På grund av skandalen backade kinesernas konsumtion av mejerivaror 2008.

Över 250 000 ton osålt mjölkpulver sägs nu ligga på hög i landet, men Leif Hamaan är ändå positiv:

*”Kineser är oerhört flexibla och mottagliga för ändringar”*

– Vi är här för att stanna, och marknaden har redan visat tecken på återhämtning.

## Otrolig potential

Arla planerar i dagsläget ingen expansion. Det viktiga nu är att sätta de produkter man fått in på marknaden riktigt stadigt.

Leif Haamann vill inte peka ut någon produkt i sortimentet som är viktigast, utan understryker hellre potentialen på marknaden.

– På en marknad så enorm som den kinesiska, har varje produkt otrolig potential. Marknadsföringen är enormt viktig, och där hoppas vi ha ett försprång i och med samarbetet med Mengniu. ■

## FAKTA

### Mejerimarknadens utveckling i Kina

1978 fanns i Kina omkring en halv miljon kor, vilka producerade knappt en miljon ton mejerivaror årligen.

Under 2000-talet tog marknaden fart. Efterfrågan av mejerivaror mer än dubbades 2000 - 2005.

2007, innan melaminskandalen, fanns 13,8 miljoner kor i Kina. Produktionen var då 36,8 miljoner ton.

Marknaden kan växa än mer. En kinesisk stadsbo konsumerar ca 27 kg mjölk årligen, jämfört med 260 kg i USA.

Det finns också en marknad för låglaktosprodukter, då kineserna har betydligt lägre tolerans mot laktos än vi i Norden.