

juni 2026

Per 30 juni, 2026

Fondöversikt

Förvaltare	John-Henrik von Dahn
Startdatum	2023-03-17
AUM	79,22 miljoner SEK
Typ	Aktiefond
Kategori	Kina
Antal Innehav	67
Jämförelseindex	MSCI China NR, SEK
Fast förv.avgift	A-klass - 1,3%
Prest.baserad avgift*	C-klass - 0,8%
	15%
	*HWM, återställs ej

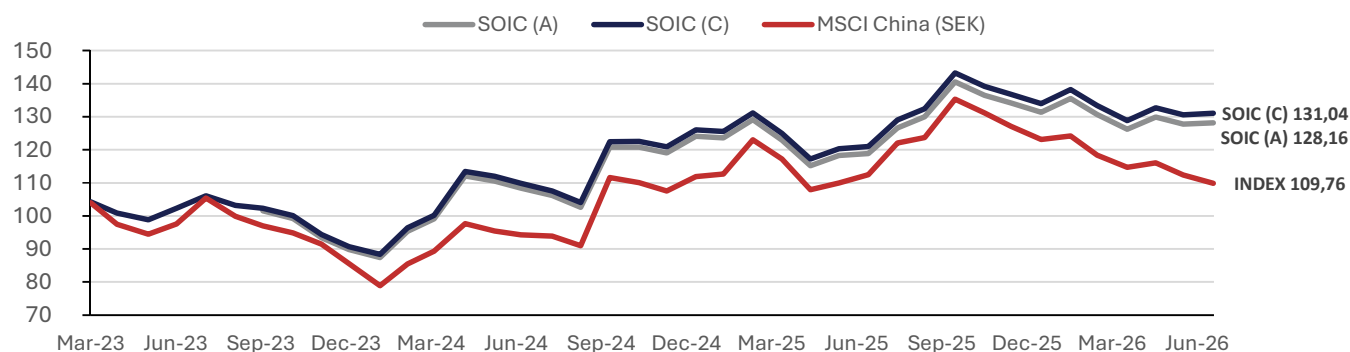
Fondens Mål & Placeringsinriktning

Fonden är en geografiskt inriktad fond som investerar i värdepapper utgivna av bolag i Kina, Hong Kong, eller Taiwan samt i bolag vars aktier är upptagna till handel på marknadsplats i annat OECD-land förutsatt att bolaget har en betydande verksamhet i Kina, Hongkong eller Taiwan alternativt att en betydande andel av bolagets tillgångar eller intäkter finns i eller härstammar ifrån dessa marknader.

Fonden är aktivt förvaltd och följer inte något index. Det innebär att förvaltaren fattar egna aktiva placeringsbeslut. Den aktiva investeringsstrategi fokuserar på bolagsval, där sektor- och tematisk analys är viktiga delar i strategin. Fonden har en långsiktig placeringshorisont och väljer de bolag som förvaltaren anser attraktivt värderade och väl positionerade för framtiden i relation till bolagets framtida bedömda intjäningspotential. Fonden har som målsättning att över en femårsperiod, överträffa sitt jämförelseindex.

Utveckling sedan start: mars 2023 - juni, 2026

*Startdatum för andelsklass A: 2023-09-28



Avkastning	i år	1 mån	3 mån	6 mån	1 år	Sedan start
Andelsklass C	-2,18%	0,35%	1,71%	-2,18%	8,34%	31,04%
Andelsklass A	-2,44%	0,31%	1,58%	-2,44%	7,86%	28,16%
MSCI China Index	-10,86%	-2,31%	-4,3%	-10,86%	-2,44%	9,76%

5 Största Innehav

TENCENT	5,44%
ALIBABA	5,40%
HUA HONG	4,71%
CATL	4,54%
XIAOMI	3,54%

5 Största Branscher

Sällanköp	24,31%
IT	22,69%
Finans	16,26%
Industri	12,37%
Material	8,33%

Kontaktuppgifter

 Fond: SOIC Dynamic China
 Hemsida: aifmgroup.com/soic-dynamic-china/

 Fondbolag: AIFM Capital AB
 Tel: 0480-36 36 66
 Email: info@aifm.se

 SOIC Asset Management AB
 Email: jh.von.dahn@soic.se

Disclaimer: Historisk avkastning är ingen garanti för framtida avkastning. De pengar som placeras i en fond kan både öka och minska i värde och det är inte säkert att du får tillbaka hela det insatta kapitalet. För gällande information om fonden, dess andelsklasser samt investerarens rättigheter, se informationsbroschyr, fondbestämmelser och övrig dokumentation på fondbolagets webbplats aifmgroup.com/soic-dynamic-china/

SOIC Dynamic China C **ökade med 0,35%** i juni, medan SOIC Dynamic China A **ökade med 0,31%**. Jämförelseindex MSCI China Net Index (SEK) **minskade med -2,31%**. Fastlandsbörserna Shanghai (SHCOMP) och Shenzhen (SZCOMP) **ökade med 0,6% respektive 1,2%**, medan Hongkongbörsen **minskade med -9,1%**. *Fastlandsbörserna och Hongkong är räknade i sina egna valutor.*

Efter vårt besök i Shanghai var turism en perfekt topic för detta månadsbrev. Juni gav en tydlig bild av hur den kinesiska konsumtionen förändras. Försäljningen av varor utvecklades försiktigt, medan **tjänster, resor och digitalt förmedlade tjänster växte snabbare**. Under Drakbåtsfestivalens tre dagar genomfördes 124 miljoner inrikesresor, samtidigt som **det gränsöverskridande resandet också ökade**. Turismen blir därmed ett konkret uttryck för den kinesiska medelklassens utveckling. **När inkomsterna stiger förändras inte bara hur mycket hushållen konsumerar, utan även vad de väljer att lägga pengar på.** En större del går till resor, restauranger, kultur, underhållning och bekvämlighet.

Från varor till tjänster

Den konsumtionsdata som publicerades i juni visar att **kinesiska hushåll i allt större utsträckning prioriterar tjänster framför varor**. Under årets första fem månader ökade den samlade försäljningen av varor och tjänster med 2,8 procent i årstakt. **Tjänstekonsumtionen steg med 5,4 procent**, medan **varuförsäljningen ökade med 1,2 procent**. Allra snabbast **vuxo de digitalt förmedlade tjänsterna, med 7,6 procent**.

Samtidigt minskade den samlade detaljhandels- och restaurangförsäljningen med 0,6 procent i maj. Varuförsäljningen föll med 0,7 procent, medan restaurangernas intäkter ökade svagt. Det handlar därför inte om en bred konsumtionsuppgång, utan om en **mer selektiv konsument som i högre grad lägger pengar på tjänster och upplevelser**.

En stor del av denna konsumtion sker genom digitala plattformar. **Alibaba** visar hur ett sådant ekosystem kan möta konsumenten i flera steg. I **företagets kart- och navigationstjänst Amap** kan användare exempelvis söka efter restauranger, få rekommendationer och navigera till dem. När restauranger och andra destinationer rangordnas väger Amap samman användarnas omdömen med observerat beteende, som navigationsmönster och återkommande besök. **Systemet försöker alltså inte enbart mäta vad människor säger att de tycker, utan även vad de faktiskt väljer att göra.**

En växande medelklass

Kinas **medelinkomstgrupp omfattar** enligt kinesiska myndigheters uppskattningar **över 400 miljoner människor**. **Hushållens disponibla inkomst per person ökade under det första kvartalet med 4,9 procent nominellt och 4 procent efter inflation**. **Medianinkomsten steg med 5 procent**, vilket visar att inkomstökningen inte enbart drevs av hushållen med de högsta inkomsterna.

Samtidigt är konsumenterna försiktiga. Osäkerhet kring arbetsmarknaden och den svaga fastighetssektorn gör att många hushåll prioriterar hårdare. Det innebär inte att medelklassen har slutat konsumera, utan att konsumtionen blivit mer genomtänkt. **Resor och upplevelser passar väl in i detta mönster. De kan anpassas efter hushållets budget**, ger ett tydligt värde här och nu och kräver inte samma långsiktiga ekonomiska åtagande som en bostad eller annan större kapitalvara.

Resandet växer i båda riktningarna

Under Drakbåtsfestivalen genomfördes 124 miljoner inrikesresor i Kina, 4,4 procent fler än året före. Turismutgifterna steg samtidigt med 4 procent till 44,46 miljarder yuan. **Även det gränsöverskridande resandet ökade**. Kinas gränskontroller registrerade **6,67 miljoner in- och utresor under festivalens tre dagar, en ökning med 12,9 procent**. **Fastlandsbor stod för 2,92 miljoner gränspassager, 5,5 procent fler än föregående år**. Statistiken mäter passager och inte unika personer.

När kinesiska konsumenter reser utomlands följer ofta den digitala kundrelationen med. Resan kan fortfarande planeras och bokas genom kinesiska plattformar och betalas med tjänster som konsumenten redan använder hemma, vilket gör att plattformsbolagen kan behålla kundrelationen även när hotellet, restaurangen eller destinationen finns i ett annat land.

Samtidigt reser allt fler utlänningar till Kina. Under första halvåret 2026 registrerades 22,91 miljoner inresor av utländska medborgare, 20,4 procent fler än året före. Av dessa skedde 17,82 miljoner utan visum, motsvarande närmare 78 procent av samtliga utländska inresor. Den visumfria trafiken ökade med drygt 30 procent. Siffrorna omfattar även affärsresor, familjebesök och transit, men visar tydligt hur den ökade visumfriheten har sänkt trösklarna för att besöka Kina. **Shanghai illustrerar utvecklingen väl. Staden tog emot närmare 3,17 miljoner utländska ankomster under årets första sex månader, en ökning med 22 procent**. Det växande internationella besöksflödet tillför ny efterfrågan inom hotell, restauranger, transporter, handel och upplevelser – samma tjänsteekonomi som redan gynnas av det växande inhemska resandet.

Handla fonden: [SAVR](#)
[Handelsbanken](#)
[Nordnet](#)

Fonddata: [Financial Times](#)
[Morningstar](#)
[Bloomberg](#)

Disclaimer: Historisk avkastning är ingen garanti för framtida avkastning. De pengar som placeras i en fond kan både öka och minska i värde och det är inte säkert att du får tillbaka hela det insatta kapitalet. För gällande information om fonden, dess andelsklasser samt investerarens rättigheter, se informationsbroschyr, fondbestämmelser och övrig dokumentation på fondbolagets webbplats aifmgroun.com/soic-dynamic-china/