

# Chińskie nawyki żywieniowe – czy polskie produkty „wstrzelą się” w gusta jednego z najludniejszych krajów?



**Wenhang Li**

Bank BNP Paribas

**Chiny słyną z potraw na bazie ryżu lub makaronu, dań jednogarnkowych czy sajgonek. Współcześnie branża gastronomiczno-spożywcza Państwa Środka coraz chętniej otwiera się na inne produkty żywnościowe, również europejskie. Chińczycy doceniają polskie mleko, ale też zagraniczne soki czy napoje gazowane. Niewątpliwie nawyki żywieniowe młodego pokolenia ewoluują, a wraz z nimi zmienia się także chiński rynek. Czy istnieje szansa, że stanie się on kiedyś miejscem przyjaznym dla polskich producentów?**

**Jakie są Pani preferencje żywieniowe i jak wygląda Pani plan posiłków? Czym różnią się posiłki spożywane w weekendy od tych, wybieranych w dni robocze? Czy znacząco odbiegają one od tego, co jadła Pani w Chinach?**

Lubię jeść słone, pikantne oraz kwaśne potrawy z ryżem i nie przepadam za słodkimi smakami. Jem regularnie trzy posiłki dziennie – śniadanie, obiad i kolację. W dni robocze często kupuję makaron instant oraz kanapki z bekonem, kiełbasą lub szynką. W weekendy gotuję chińszczyznę – sama lub z przyjaciółmi. Odkąd przyjechałam do Polski, bardzo zmieniłam swoje nawyki żywieniowe. Na samym początku nie mogłam przyzwycząć się do polskiego, europejskiego jedzenia, takiego jak np. kanapki. Ale później odkryłam, że wybór takich potraw pomaga mi zaoszczędzić dużo czasu, że są one nawet zdrowsze niż chińskie jedzenie, ponieważ zawierają proste składniki i warzywa niepoddane obróbce termicznej.

**Czy trendy żywieniowe wpływają na Pani wybory? Jeśli tak, jakie są najnowsze trendy, które Pani zauważyła?**

Obecnie coraz więcej ludzi preferuje jedzenie zielonej, zdrowej i organicznej żywności. To tzw. żywność *fitness*, która zawiera zbilansowany zestaw składników odżywczych, np. sałatka z tuńczyka, stek z awokado, mleko sojowe, świeże soki, napoje bez cukru.

Coraz więcej Chińczyków, zwłaszcza młodych, zwraca uwagę na zdrowie. Cztery lata temu zaczęłam ćwiczyć *fitness*, ale nie zmieniłam stylu jedzenia. Kiedy przyjechałam do Polski, to zauważyłam, że tutaj znacznie więcej osób niż w Chinach, i niezależnie od wieku, lubi uprawiać sport oraz spożywa żywność *fitness*. Wpłynął na mnie ten trend i teraz często gotuję te proste i zdrowe potrawy, aby utrzymać dobrze wyglądające i zdrowe ciało.

**W jaki sposób kupuje Pani artykuły spożywcze: online czy osobiście?**

Pół na pół. Zdaje się, że młodzi ludzie wolą robić zakupy online, ponieważ są zajęci pracą. Starsi Chińczycy lubią natomiast kupować artykuły spożywcze na bazarze, ponieważ ufają jakości żywności uprawianej przez rolników.

## Czy mogłaby Pani opowiedzieć o kilku przykładach dużych marek żywności i napojów w Chinach?

Kiedy chodziłam do szkoły podstawowej, moja mama kupowała świeże mleko od miejscowego producenta, który nazywał się Tianyou. Tworzył wówczas lokalną markę, teraz rozszerzył ją na cały kraj. Chińczycy bardzo dobrze znają największych i najważniejszych producentów mleka w Chinach, takich jak Yili Dairy i Monmilk. Kiedy idziemy do supermarketu lub nawet małego sklepu spożywczego, ich mleko stoi na półkach. Myślę, że 95% Chińczyków pije mleko produkowane przez Yili Dairy i Monmilk.



**Zagraniczni producenci na rynku chińskim dominują w sokach, kawie i napojach gazowanych, zaś lokalni koncentrują się na napojach herbacianych, takich jak Cha Pai i Tongyi.**

Jeśli chodzi o napoje, to na półkach supermarketów można znaleźć wiele zagranicznych marek, takich jak Nestlé, Coca-Cola, Fanta, Lipton, Minute Maid itp. Są one bardzo popularne wśród Chińczyków. Zagraniczni producenci na rynku chińskim dominują w sokach, kawie i napojach gazowanych, zaś lokalni koncentrują się na napojach herbacianych, takich jak Cha Pai i Tongyi. Najbardziej znane marki piwa w moim kraju to Qingdao, Snowflake i Yanjing. Ale w Chinach prawie każda prowincja ma własne, lokalne piwo, gdzie nazwa marki odpowiada nazwie prowincji lub miasta, na przykład moje rodzinne miasto Chongqing ma piwo Chongqing.

## Jak często jada Pani poza domem, będąc w Chinach? Jakie są Pani ulubione restauracje?

Kiedy studiowałam w Chinach, jadałam na mieście kilka razy w tygodniu, ponieważ w pobliżu uniwersytetu znajdowało się wiele restauracji. Miałam możliwość wyboru pomiędzy *fast foodem* (np. McDonald's i KFC), egzotycznymi potrawami kuchni tajskiej, japońskiej czy indyjskiej, a także tradycyjnym jedzeniem chińskim. Wydaje mi się, że Chińczycy nie mają specjalnych preferencji. Może z wyjątkiem pracowników wielkich korporacji wybierających na spotkania drogie, francuskie lub włoskie, restauracje. Ale nie jest zaskoczeniem spotkanie osób ubierających się np. w Chanel lub Dior w hałaśliwych i nieco brudnych restauracjach typu *hot pot*<sup>1</sup>. „Zwykli” pracownicy lubią za to jeść lunch w stołówkach firm i chodzić razem do restauracji na kolację.



**Mieszkańcy południowo-wschodnich Chin nie spożywają pikantnego jedzenia – wybierają potrawy słodkie i delikatne. Mieszkańcy ujgurskiego Xinjiangu i islamskiej Ningxii Hui nie jedzą natomiast wieprzowiny, co oznacza, że około 80 milionów Chińczyków w ogóle jej nie spożywa.**

## Czy jakiś rodzaj jedzenia w Chinach jest obarczony tabu? Czy unika Pani czegoś konkretnego?

To zależy od regionu i religii. Na przykład mieszkańcy południowo-wschodnich Chin nie spożywają pikantnego jedzenia – wybierają potrawy słodkie i delikatne. Mieszkańcy ujgurskiego Xinjiangu i islamskiej Ningxii Hui nie jedzą natomiast wieprzowiny, co oznacza, że około 80 milionów Chińczyków w ogóle jej nie spożywa. Prawie żaden Chińczyk nie jada też koniny, ze względu na silny szacunek do tych zwierząt w naszej kulturze. Nie spożywamy też mięsa dzikich zwierząt. Wiele osób pytało mnie, czy Chińczycy naprawdę jedzą psy. Otóż psy nie są tradycyjnym pożywieniem Chińczyków, ale prawdą jest, że bardzo niewielka liczba mieszkańców odległych wiosek swego czasu spożywała miejscowe, chińskie psy.

<sup>1</sup> Z ang. gorący kociołek, tradycyjne naczynie kuchni chińskiej służące do przyrządzania potraw bezpośrednio na stole. Restauracje typu *hot pot* propagują ideę wspólnego gotowania i spożywania posiłku.

## W jaki sposób odżywia się Pani pokolenie w porównaniu do pokolenia Pani rodziców czy dziadków? Czy dostrzega Pani współcześnie zmianę preferencji żywieniowych Chińczyków?

Tak, moje pokolenie jest bardziej tolerancyjne, jeśli chodzi o wybór żywności. Lubimy zagraniczne jedzenie, np. kuchnię japońską, francuską, tajską, a nawet *fast foody* itp. Lubimy też jeść na mieście lub zamawiać online. Wielu ludzi starszego pokolenia nie może przyzwyczaić się do innych smaków i trudno im zaakceptować zagraniczne jedzenie. Uważają, że tylko chińszczyzna może być traktowana jako „normalne jedzenie”, a inne potrawy, takie jak sushi, bagietka itp., to jedynie przekąski.



**W chińskiej branży restauracyjnej panuje obecnie trend, który bazuje na smakach znanych z domu. Jedzenie bardziej przypomina gotowanie mamy, za czym tęskni i czego potrzebuje wiele osób.**

## Co sądzi Pani o przyszłości konsumpcji żywności i napojów w Chinach?

W Chinach jest wiele restauracji, które działają od dziesięcioleci. Jedzenie jest miłością Chińczyków. Zwracamy dużą uwagę na jego jakość i smak. Tak długo, jak dana restauracja zapewnia smaczne dania, przygotowane w sposób higieniczny, z wykorzystaniem świeżych produktów, ich wartość rynkowa może być bardzo wysoka. W chińskiej branży restauracyjnej panuje obecnie trend, który bazuje na smakach znanych z domu. Jedzenie bardziej przypomina gotowanie mamy, za czym tęskni i czego potrzebuje wiele osób. Jeśli chodzi o przemysł spożywczy i napojów, obecnym trendem są organiczne warzywa i owoce, organiczne mleko, organiczne mięso – słowem wszystko, co związane z ekologią i zdrowym odżywianiem.

## Czy kojarzy Pani jakieś polskie marki ze sklepów w Chinach?

Znam kilka marek mleka, np. Łaciate, Mlekovita. Dobrze sprzedają się online. Widziałam je także w dużym supermarkecie w moim rodzinnym mieście.

## Co zabrałaby Pani z Polski do Chin, jeśli chodzi o jedzenie?

Zdecydowanie zabrałabym mleko. Po wypiciu polskiego mleka czuję, że mleko, które piłam w Chinach, było bardziej jak woda. Myślę też, że kiełbaski są świetne, na pewno będę za nimi tęsknić po powrocie do Chin.



**O ile mi wiadomo, istnieje już część chińskich klientów, którzy zwracają uwagę na niektóre polskie marki kosmetyków leczniczych. W rzeczywistości na chińskim rynku brakuje marek koncentrujących się na naturze, więc myślę, że wiele polskich firm mogłoby spróbować wejść na chiński rynek.**

## Czy ma Pani jakieś rady dla firm z Polski, które chciałyby dotrzeć do konsumentów w Chinach?

Najważniejszą rzeczą jest stworzenie efektu brandingowego. Szczerze mówiąc, większość chińskich klientów nie dba o cenę, jeśli produkt wyróżnia się wysoką jakością. Musisz więc sprawić, by potencjalni konsumenci wiedzieli, że twój produkt jest inny i doskonały. Następnie należy odpowiedzieć na ich potrzeby i dopasować się do ich gustu. O ile mi wiadomo, istnieje już część chińskich klientów, którzy zwracają uwagę na polskie marki kosmetyków leczniczych, takie jak Dermedic i Ziaja. W rzeczywistości na chińskim rynku brakuje marek koncentrujących się na naturze, więc myślę, że wiele polskich firm mogłoby spróbować wejść na chiński rynek.

## O rozmówcy

**Wenhang Li** – studentka ekonomii na Uniwersytecie Warszawskim. Stażystka w Banku BNP Paribas. Uczestniczka programu Polish+ realizowanym we współpracy pomiędzy UW i Uniwersytetem Syczańskim.

### Partnerzy



SAMORZĄD  
WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO



GDAŃSK

**Pomorski Fundusz Rozwoju**  
sp. z o.o. z siedzibą w Gdańsku



Spółka Samorządu  
Województwa Pomorskiego



POLSKO-AMERYKAŃSKA  
FUNDACJA WOLNOŚCI

**maritex**  
ELECTRONIC COMPONENTS

GROUP  
**base**

### Partnerzy numeru



**BNP PARIBAS**  
FOOD & AGRO



**Nestlé** Good food, Good life