

DROOG GLAS, VOL GAS



TEKST: BERT VAN DIJK
(FREELANCECORRESPONDENT IN SHANGHAI)

Een combinatie van een snel toenemend aantal automobilisten, onervarenheid, vreemd rijgedrag en vooral overmatig drankgebruik zorgt jaarlijks voor vele verkeersdoden.

De Chinese wegen behoren tot de gevaarlijkste ter wereld. Alleen al vorig jaar vonden bijna 74.000 Chinezen de dood in een verkeersongeluk. De regering probeert met een grootschalige campagne vooral het dronken rijden aan te pakken en dat is geen overbodige luxe. Met alcohol achter het stuur gaan zitten is in China zo wijdverspreid en 'normaal' dat zelfs lokale politiemensen het doen. Een belangrijke boosdoener is China's nationale drank: baijiu. Letterlijk vertaald betekent het 'witte alcohol' en met een alcoholpercentage van 40 tot 70 procent doet baijiu die naam eer aan.

ONAANGENAME SMAAKSENSATIE

Hoewel buitenlanders het goedje doorgaans verafschuwen vanwege de op zijn zachtst gezegd onaangename smaaksensatie, is baijiu voor de Chinezen zelf een onmisbaar onderdeel van de cultuur. Bij feestelijke gelegenheden wordt de drank vaak geschonken en ook tijdens lunches en diners staan vaak de flessen baijiu op tafel. Gasten worden getrakteerd op meerdere rondjes. Daarbij worden kleine glazen volgeschonken die met een ferm uitgeroepen "Gan Bei!" (letterlijk: droog glas) achterovergeslagen dienen te worden. Het is volstrekt niet ongebruikelijk voor vrouwen en mannen om meer dan tien glazen in te nemen en volkomen dronken zo'n diner of lunch te verlaten en in een auto te stappen.

Een poging van de overheid een aantal jaar geleden om het nuttigen van alcohol



bij lunches en diners van ambtenaren uit te bannen had weinig effect. Lokale overheden zijn ook weinig gemotiveerd om het drankgebruik aan te pakken omdat de baijiu-distilleerders vaak lokale staatsbedrijven zijn die zo voor een constante stroom inkomsten zorgen en de plaatselijke economie stimuleren.

Net zoals voor bier zijn er in China honderden merken baijiu in een grote verscheidenheid aan kwaliteit en prijs. In supermarkten liggen halveliterflessen in de schappen voor omgerekend nog geen euro. Maar voor de betere kwaliteitsmerken zoals Maotai leggen Chinezen soms enkele honderden euro's per halve liter neer. In totaal slaan de Chinezen per jaar ruim 4,6 miljard liter van het alcoholische goedje achterover. Daarmee is baijiu de best verkopende sterkedrank ter wereld, ook al drinkt buiten China bijna niemand het.

Sterkedrank nummer twee, wodka, is wereldwijd goed voor een verkoopvolume van 4,5 miljard liter.

GEEN VOET AAN DE GROND

Deze enorme miljardenmarkt is voor internationale drankconcerns met ambitie erg aantrekkelijk, maar vooralsnog krijgen buitenlandse concerns geen enkele voet aan de grond in China. Via joint ventures met lokale distilleerderijen proberen concerns als Diageo en Pernod Ricard weliswaar een ingang te vinden, maar het totale aandeel van de buitenlanders op de markt voor sterkedrank bedraagt nog

geen 1 procent. Chinezen kiezen voor hun drankbehoefte vooral lokale baijiu en laten ondanks grote marketingcampagnes van westerse bedrijven de whisky en wodka voorlopig staan.

Dat legt de Chinese bedrijven geen wind-eieren. Wuliangye bijvoorbeeld, een van China's bekendste baijiu-bedrijven, zag zijn nettowinst in de eerste zes maanden van dit jaar met bijna 24 procent toenemen tot 1,6 miljard yuan (ongeveer 160 miljoen euro). De omzet groeide met 16 procent naar ruim 5 miljard yuan.

Of de markt voor baijiu de komende jaren in snel tempo blijft groeien, is echter de vraag. De overheid heeft de accijns op baijiu verhoogd van 15 naar 20 procent en sommige grote Chinese drankconcerns hebben de prijzen voor premiummerken flink moeten verhogen om te compenseren voor hogere grondstofkosten, zoals graan. ■