



Alcohol in China: van sociale verplichting tot persoonlijke keuze.

De Chineestalige chat bot DeepSeek beweert dat 500 miljoen Chinezen samen 3 miljard liter alcohol per jaar drinken, wat neer zou komen op maar liefst 21 liter alcohol per persoon. Een indrukwekkend cijfer, maar bij nadere inspectie blijkt het niet verifieerbaar en wijkt het sterk af van officiële statistieken. Volgens het National Bureau of Statistics (NBS, 2024) en gerelateerde overheidsdata ligt het alcoholgebruik in China veel lager. Omgerekend naar pure alcohol consumeert een volwassene gemiddeld slechts 5 à 6 liter per jaar, wat in lijn is met of zelfs lager dan het wereldgemiddelde. DeepSeek lijkt hier dus eerder een hallucinatie dan een betrouwbare bron te produceren.

Toch heeft alcohol in China een diepe culturele betekenis. Vooral *baijiu*, een sterke drank van vaak 50–60% alcohol, speelt een centrale rol bij rituele toasts tijdens banketten, zakelijke diners en familiefeesten. Traditioneel symboliseerde drinken respect, gastvrijheid en sociale verbondenheid.

Die traditie verandert echter snel. Jongere generaties tussen 18 en 30 jaar drinken minder sterke alcohol en kiezen steeds vaker voor bier, wijn, cocktails of alcoholvrije alternatieven. Alcohol is minder een sociale verplichting geworden en meer een persoonlijke lifestylekeuze, vaak geconsumeerd in bars, cafés of creatieve evenementen. Producenten spelen hierop in: merken als *Jiangxiaobai* introduceren lichtere, fruitigere *baijiu*-varianten, terwijl grote spelers zoals *Moutai* en *Luzhou Laojiao* experimenteren met lage-alcoholproducten en co-branding met andere merken.

Kortom, de klassieke Chinese drinkcultuur verdwijnt niet, maar transformeert. Minder sociale druk, meer diversiteit in drankkeuzes en een herinterpretatie van *baijiu* weerspiegelen een samenleving die steeds gezonder, individueler en moderner wordt.

Het beeld van 21 liter per persoon mag spectaculair klinken, maar de echte evolutie van alcoholgebruik in China gaat over kwaliteit, cultuur en persoonlijke keuze, niet kwantiteit.

(WP – januari 2026)

