

Kina – Tigern som blir allt fetare

Av Anna Böhlmark

I förra numret av 2000-talets vetenskap tog vår utsände Anna Bohlmark upp ämnen som kinesisk medicin i jämförelse med västerländsk och hur det kinesiska samhället förhåller sig till dessa två. På plats i Kina intervjuade hon en kinesisk doktor som talade om de många samhällsproblem Kina står inför.

Ett problem som det inte talas mycket om, varken i utländska eller i landets egna tidningar, är den ökade övervikt, som snabbt sprider sig parallellt med den ökade rikedom.

Bara inom en generation har de kinesiska matvanorna förändrats radikalt. Mönster av inhandlandet av mat, ökat sockerintag, urbanisering, mer stillasittande livsstilar, mindre tid och plats för utövande av sport bidrar alla till detta ökande fenomen. Ett-barns-politiken har än mer förvärrat situationen, liksom den kinesiska traditionen med många små mellanmål och tilltugg. Den antika kinesiska traditionen av ett stort mål med ris och grönsaker har ersatts med en diet på potatis och kött, ofta inhandlat som färdigmat, eller på snabbmatsrestaurang. I brist på tid får maten och hälsan betala det höga priset.

Reklamkampanjer och marketing hjälper till att sälja produkter av misstänksamt innehåll av ofta västerländska matvaror som kineserna aldrig provat, men som de gärna provar då de vill leva en västerländsk livsstil. MacDonalds och KFC är bara två av många fast-food-kedjor med exploderande försäljningssiffror.

Anna var på plats i Peking och fick en intervju med författarna till boken "fat China", Paul French och Matthew Crabbe, som i detalj beskriver de många faktorer som lett till denna mycket tunga utveckling. Med hjälp av statistik inom handel, försäljning, marketing, befolkning och livsstilar är det en levande och mycket fascinerande bild av dagens Kina som målas upp.

Frågan som många ställer sig idag är om Kina och det kinesiska systemet kommer kunna klara av det ökande behovet från många unga som äter sig själv till fetma och sjukdomar.

Större midjemått förvandlar världen

Fetma har de senaste decennierna blivit ett världsproblem som sprider sig som ringar på vattnet. Trots det faktum att stora delar av världen befinner sig i svält, pga antingen klimat-genererade eller politiskt genererade missväxt som skapar matbrist, så har den globala fetman ökat enormt de senaste åren. Denna tillväxt i antalet överviktiga beror i stort på två faktorer: i den utvecklade världen (västvärlden) har den ökat bland låginkomsttagare plus en alltmer sittande livsstil i kombination med dålig kunskap om diet; i utvecklingsländer, och speciellt i många asiatiska sådana länder har övervikt blivit ett nytt problem som uppstått som en bieffekt av den enorma ekonomiska utveckling och nya rikedom som uppstått som följd.

Instant Noodles, Instant Cities

Den stora skillnaden mellan västvärlden och Kina, kan från en synvinkel vara just vilken samhällsklass

som drabbas värst av övervikt. Medan det i de utvecklade länderna främst är låginkomstföretagare är det i Kina mellanklassen som väger tyngst.

Dagens totala överviktsnivå i Kina totalt ligger under 5 % strecket, vilket är relativt lågt enligt WHO. Hursomhelst, om man däremot tittat på Kinas städer så kan denna siffra stiga så högt som till 20 %. Kinas städer, speciellt kustlinjen från Hong Kong till Shanghai och därifrån in mot landet till Peking och nordost över är centrum av "feta Kina". Uppenbarligen baserar sig en stor andel av skillnaderna i denna statistik mellan Kinas landsbygd och städer på enkel ekonomi. Majoriteten av Kinas 900 miljoner landsbygdsbor är bönder som fortfarande lever på omkring 100 dollar om året. Med rent matematiska mått är det svårt att bli fet på en sådan summa pengar.

I städerna inåt landet, där rikedom och investeringar har varit långsamma, har statistiken inte visat upp samma siffror på övervikt och klinisk övervikt som kuststäderna har. Men så fort de fått fart på sin ekonomi, så visar indicier på att även de går upp i vikt.

Kuststäderna är där flest medelklassens arbetare bor; de nyrika och den expanderande samhällsklassen av bilägare, kontorsarbetande stadsbor. Det är i dessa storstäder som trender börjar och där utländska multinationella företag såsom McDonalds, KFC, Coca-Cola och de andra kommer först till. Det är i dessa städer där det för en allt större andel av befolkningen inte längre är ett finansiellt problem med att ha råd med dessa produkter på en reguljär bas så de konsumerar mer och mer av alla typer av mat-grupper. Dessa företag befinner sig strategiskt nog där tid är av vikt och strävan mot karriär, pengar och framgång är som mest intensiv.

Peking-ankan ersatt av skräpmat

Peking är troligtvis Kinas fetaste stad. I en undersökning från 2004 av Pekings hälsobyrå fann man ungefär 60 % av vuxna i huvudstaden var överviktiga och att fetma höll på att bli ett alltmer vanligare fenomen bland barnen i staden. Liang Wannian, Vice ordförande av byrån, tror att en anledning är att Peking-borna äter mindre och mindre ris för att mätta magen och mer oljig och hög-kolesterol innehållande mat. Utökandet av västerländska fast-food kedjor hjälpte inte situationen. Mr Liang är en interventionist och tror att "resultatet av undersökningen visar att det verkligen är nödvändigt att ingripa för att guida befolknings matvanor". Hans tro förstärks av faktumet att statistiken som byrån samlat in är alarmerande: Pekings 11-åriga pojkar och 9-åriga flickor led av de högsta siffrorna av fetma, vilket bådär illa för framtiden.

Den snabbt förändrade samhällsstrukturen

De förändrade kinesiska matvanorna speglar en förändring som sker i många avseenden i det mellersta riket. Det kinesiska samhället håller på att evaporera in i en ny form av social struktur, inte längre baserad på familjära band och sociala nätverk, utan istället på professionella kontakter. Denna fundamentala förändring skapar en miljö där traditionell moralistiska värderingar och livsstilar enklare kan ersättas med en ny uppsättning av moral och livsstils aspirationer.

Den utökande urbaniseringen av det rurala Kina, och den ökande inflyttningen till förorterna av medelklassens inkomsttagare i urbana Kina har en djup effekt på hur folk lever. Konsumenternas

livsstilar anpassar sig till att passa in i den nya miljön.

Den fortsatta förändringstakten i städerna betyder att även de långtids-etablerade storstäderna undergår så snabba förändringar att lokala befolkningen inte känner igen de delar av staden som de inte frekventerar ofta. Således blir även deras egen stad, som en gång var så familjär, oigenkännbar. Det kan verka förvirrande att irra runt på gator där man en gång kände de flesta, men där idag går runt främlingar på gatan som talar dialekter de inte fullt ut förstår.

IKEA bidrar till statistik

Vissa interiör designers har argumenterat att den typiska designen av lägenheter i Kinas storstäder har uppmuntrat till en livsstil av fast-food och att äta ute.

I en ISOPUBLIC undersökning för IKEA fann man att jämfört med 64 procent av kanadensiska familjer och över 50 procent av amerikanska familjer, så äter bara 20 procent av kinesiska familjer i deras kök. Trots det är det just IKEAs kinesiska kunder som mest lider av den ökade övervikten och livsstils-förändringar. Enligt Ulf Smedberg, marketing manager på Ikea China, är de flesta av "ubiquitous" konsumenterna "20 till 35 år gamla, familjer med barn eller med dubbel inkomst, välutbildade par utan barn...generellt mer välutbildade, tjänar mer and reser mer än en kinesisk medel-Svensson.

Allt mindre plats - allt mindre sport

Fler och fler parker eller andra statligt ägda områden får ge plats åt bilparkeringar eller mer skyskrapor. Platser som dessa där de gamla kan utöva tai chi eller ha sin morgon-gymnastik och där de unga kan utöva de västerländska sporter som är mer populära för ungdomen, håller på att försvinna i takt med den ekonomiska utvecklingen. Även en kinesisk variant av ett utomhus-gym som förut var vanligt håller idag på att bli en alltmer sällsynt syn.

Livsstilar med hårt arbete, karriärsträvan och lång restid till jobbet gör det svårt för föräldrar att ha tid till att sporta, men det förklarar inte det faktum varför barn och äldre inte är mer aktiva. Förklaringen till det är den allt mindre platsen som finns tillgänglig för den normala stadsbon för att utöva rekreation. Trots att Kina är en folkrepublik, är det förvånande att se hur privatiserade stadsutrymmen blivit i Kinas städer.

Finns det ett mellan urbanisering och fetma?

Urbana livsstilar är, till skillnad från landsliga, mycket mer stillasittande, förlitar sig mer på självgående transporter, och har mer tillgängliga pengar spenderbara på nöjen. Statistik visar att kineser blir en mer och mer urbaniserad befolkning. Att urbana kineser blir mer och mer stillasittande i deras livsstilar är bevisat. Vad som är oklart är däremot den potentiella effekten av en sådan snabb urbanisering som har setts i Kina, speciellt med tanke på den stora totala befolkningmängden.

Men det är inte bara urbaniseringen som får ta skulden, utan även de ökande inkomstnivåerna hos de kinesiska storstadsborna liksom den störande effekten av sådan snabba förändringstakt av mer traditionell social samhällsstruktur och normer. Ingen av dessa faktorer hade enskilt kunnat bli ett problem om folk vore mer medvetna om dem.

Med den allt mer ökande takten av urbaniseringen, så kommer storleken av den urbana konsumentklassen troligtvis växa ännu snabbare i fortsättningen, och kommande år kommer vi se en ökning av den klassen. Det är inte bara den kinesiska regeringen som hoppas på det, utan även många länder utanför Kina, så att Kina kan sätta fart på den ekonomiska recessionen som startade 2008.

Fet stad eller hälsosam stad?

De goda nyheterna är att städer, medan de även är inkubatorer och grogrunden för obesitet, även sitter med potentiella problemlösningar. Städer, hur stökiga de än kan te sig, är hursomhelst kluster av de högutbildade med uppfinningsrikedom och de innovativa; de är platsen där de tidigare användarna av nya ideer samlas och de bäst utrustade för att finna lösningar möts. Det är i städerna som medelklassen bor, som även om de inte har rösträtt, är den grupp som har störst kunskap om media, det legala systemet och politisk lobbyism för att skapa förändring; gruppen som med störst sannolikhet uttrycker sin ilska om allt ifrån miljö till matsäkerhet, sjukvårdssystem till utbildning.

Mega-Wok - från kål till Cuisine

Sättet med vilket kineser uppfattar mat har förändrats mycket de senaste åren: hur de handlar den, tillagar den, ja tom matsmälter den. Idag har kineserna råd att köpa mängder och varieteter av mat som ingen tidigare generation av kineser ens någonsin skulle kunna föreställa sig. Mat har således förändrats från att vara tråkig och upprepad och beroende på årstider, till att vara intressant, exotisk och full av nya möjligheter. Den kan köpas både i stora supermarkets som är upp till taket fyllda med varor, inkluderat varor som kan vara helt ny för många.

Huvudfaktorerna som satte fart på kinesernas förändrade matvanor har varit nerskärningen av importbarriärer, tack vare Kinas medlemskap i WTO (World Trade Organization) 2001, prisliberaliseringen i slutet av 1980-talet, slutet på rationaliseringen, tillväxten av organiserade kedjeaffärer, bättre skördar, och mer kött/fisk, en snabb ökning i konsument inkomster och köpkraft och liksom den ökade penetrationen av importerat gods som ledde till att mer inhemska företag producerade västerländska produkter, som knock-on effekt den otroliga ökning av fast-food och catering verksamheter.

Så, matutgifterna har inte minskat; det har bara blivit löjligt billigt i relation till ökningen i köpkraft. Trots den mycket utvidgade importen av exotisk mat och mer processad och raffinerad mat så har kostnaden för mat legat kvar på en relativt låg nivå för den urbana kinesiska konsumenten.

Att den urbana medelklassen är medveten om de låga matpriserna blir uppenbart vid ett restaurangbesök där gästerna med flit beställer in alldeles för många rätter, för att vinna prestige och visa att man har tillräckligt med pengar för att ha råd med att lämna kvar hälften på bordet. Det här fenomenet har åskådliggjorts sedan slutet av 1990-talet. Statskontrollerade medier har reguljärt kommit ut med artiklar som pekar ut dumheten av det här fenomenet, och att de värsta av alla är statsanställda som äter ute på skattebetalarnas bekostnad. Den kinesiska sociologen Chen Xin från kinesiska akademien för social vetenskap estimerade att av den mer än RMB 100 biljon av skattepengar som spenderades av statligt anställda så var en tredjedel bortkastat med resterna av maten.

Den kinesiska kompositionen av matvaror

Det är inte bara kvaliteten av mat som gör att kinesiska stadsbor blir feta. Det som verkligen gör skillnaden är förändringen av dietens komposition.

Här använder vi ordet "vanligtvis" medvetet eftersom obesitet inte orsakas genom att prova ny, dyr, exotisk mat vid några få tillfällen - en resa till en fin restaurang för en bröllopfest är inte tillräckligt. Obesitet orsakas av diet-förändringar i stor skala, som kräver den vanliga och reguljära konsumtionen av viss typ av mat.

Procentantals-ökningar såsom denna är inte orsakade av ett enstaka inhandlande av en produkt, utan av reguljär konsumtion under en viss tid. Många av varukategorierna var ytterst små i början av 1980-talet. Även mot slutet av 80-talet fanns det till exempel knappt någon choklad att finna, och det mesta av den var av mycket låg standard och dyr. Men under de första sex åren av 2000-talet så fördubblades chokladkonsumtionen - dubbelt upp!

Hursomhelst är inte de flesta av dessa sektorer huvudingredienserna i dieten. För att förstå de fundamentala förändringarna i dieten så måste vi ta i anspråk de förändrade proportionerna inom den kinesiska dieten av frukt, grönsaker, kött, kyckling, fisk och skaldjur.

Ris får ge vika för köttprodukter

Griskött har de senaste fem åren fått en fördubbling i konsumtion. En liknande utveckling finns hos kycklingkött som tredubblats de senaste femton åren. Biffkött började importeras till Kina först under 1993, och är fortfarande ett relativt nytt kött på kinesiska matbord.

Mellan 1997 och 2006, endast tio år alltså, föll andelen vete som konsumerades i Kina med omkring 0,3 %. Det betyder att andra matvaror har ökat deras andel av det totala intaget i dieten.

Kinas, som liksom andra utvecklingsländer som traditionellt haft en stor konsumtion av vete, har alltså gått från en vetebaserad husmanskost till en diet där vete ersattes av kött och annat protein. Det är inte ny kunskap att det här skiftet i diet leder till högre nivåer av obesitet och hjärt- och kärl-sjukdomar.

Över samma tioårsperiod sjönk detaljhandeln av ris för kokning av ris hemmavid med 25 %.

Det betyder att mer av vete som konsumeras av kineserna konsumeras nu, i medeltal, på restauranger eller köpt som del av en förpacketerad måltid. Ungefär samma statistik finns för grönsaker, frukt, mjölkprodukter, socker, salt, oljor, läsk och alkoholdrycker.

Liksom i resten av Asien, är ris traditionellt det en kinesisk måltid består av till 60-70 %. Men ett sådant beroende kan även ha sina nackdelar; det kan orsaka kronisk mikronäringsämnesbrist. Även om ris kan ge tillräckligt med energi, har det bara en begränsad aminosyra-profil, och erbjuder därför en minimal andel av mikronäringsämnen. Ungefär hälften av Asiatiska kvinnor i deras reproduktiva ålder lider av järnbrist, medan vitamin A brist drabbar ungefär 10-25 % av barn och gravida kvinnor.

Vitamin A-brist har uppgivits ha en nyckelroll i Kinas förändrade diet, enligt den kinesiska regeringen.

De mörka sidorna hos den nya produktionen

I och med den press som sätts på produktionen, följer negativa effekter. För att växa snabbare och bli större använder många kineser tillväxthormoner i kycklingfarmarna. Det finns fall dokumenterade där barn har uppvisat stört utvecklingsmönster, inkluderat att komma upp i puberteten två år i förväg. Mer och mer sådana fall kommer upp i offentlig media.

På samma sätt har fokus för produktionen av mjölkprodukter legat på kvantitet och inte kvalitet. Tillväxthormoner och andra kemikalier i den dagliga matkedjan är vardagsmat för många kineser, och har resulterat i liknande bieffekter som hos kycklingar.

I flera århundraden var mjölkprodukter en okänd ingrediens i kinesiska rätter. Lakto intolerans i Kina är hög, men på senare tid har man börjat vänja in barnen i skolan att konsumera sådana.

En av de stora bovorna för övervikt och diabetes är sockret som ofta säljs i färdigmat och processad mat och dryck, ofta omedvetet konsumerad av den omedvetne. Häpnadsväckande är att den sektor som faktiskt säljer allra mest socker är de produkter som blir marknadsförda som mer hälsosamma än andra, tack vare deras låga sockernivå. Det är just dessa produkter; fruktjuicer, konserverad mat, läsk som ökat mest bland kineser och som innehåller en avsevärd mängd med socker.

I takt med att mer och mer processad mat fyller upp hyllorna i supermarketerna, då det är mer vinstgivande för försäljarna, höjer sockerkonsumtionen med raketfart och folket blir sjukare och sjukare.

Sedan 2001 så har socker konsumtionen ökat med 83 %, från 1,5 kilo för drygt tio år sedan till 10 kilo socker per år per capita 2011 (Fat China 2011). Dessa siffror förväntas stiga ytterligare de kommande åren.

Några av bieffekterna av det nya sockerintaget har redan visat sig bland kinas unga. När China Youth Development Foundation (CYDF) 2005 gjorde en undersökning på Pekings skolhälsa visade det sig att efter myopi (närsynthet) var dåliga tänder det största problemet, och obesitet det sjätte största.

Än värre än sockret lär vara de gömda farorna i maten såsom MSG, transfetter och estrifierade fetter. Mononatrium glutamat är ett sodium-salt av aminosyra brett använt som livsmedelstillstats och vanligtvis refererat till som smak-tillsattsämne. Enligt SRI consulting ledde Kina både produktion och konsumtion av detta ämne under 2007, och den siffran lär inte ha sjunkit sedan dess. Vetenskapliga undersökningar om huruvida detta ämne har några biverkningar delar sig. Det finns huruvida bevis på att det kan finnas en möjlig länk mellan MSG konsumtion och mänsklig känslighet för obesitet.

Ett stort problem för Kina är att transfetts-reglering och kontroll är obetydlig. Det är därför näst intill säkert att användandet av dessa fetter är vitt spritt, speciellt med tanke på den finansiella press som handeln sätter på matindustrin och matleverantörer.

På grund av det låga antalet tränade kinesiska dietister i kombination med avsaknad av lagliga kontroller, dålig reglering av kontroller över matindustrin över landet och en generell avsaknad av konsument medvetenhet om ämnen såsom transfetter, MSG och estrifierat fett, är hälsoproblemen orsakade av dessa inte sannolika att minska.

När produkt etikettering, även om det utförs i högst reglerade marknader, inte är så maktfull att den kräver en full lista på alla fetter en produkt innehåller, samtidigt som allmänhetens förståelse av de negativa effekterna av dessa trans och estrifierade fetter är låg, så kan det vara svårt att få till så att konsumenter ska skydda sig själva och skapa en konsumentkraft som kan sopa bort dessa produkter från hyllorna.

Ett ytterligare problem är de feta oljorna, som säljs billigt över hela landet och därför används intensivt både hemmavid och på restauranger. Eftersom den största delen av oljehandeln är statskontrollerad, verkar det logiskt att tänka att vilket förbud som helst som bestäms av regeringen snabbt skulle appliceras på terrängen, och det skulle vara slutet för transfetter i Kina.

Modern livsstil = ohälsosam livsstil

För tjugo år sedan var det vanligt att se en kinesisk stadsbo cykla till marknaden för att köpa färsk frukt, grönsaker, kött, fisk och kyckling för deras middag. Denna nästan dagliga inhandling kompletterades med en stor inhandling per vecka för att köpa syrad och torkad mat. Men de senaste tjugo åren har dessa marknader gradvis försvunnit från Kinas stadskartor och förorter, utträngda av en kombination av de höga markpriserna, stadsutveckling och hygienåtgärder. Nuförtiden är det en veckovis körning med bilen (eller taxin) till den lokala stormarknaden som är normen i kinesiska städer, kombinerat med små besök till mindre mataffärer för det som saknas.

Det är uppenbart att folk bara kan äta mat som finns tillgänglig att köpa, och då färsk mat blir mindre och mindre tillgänglig i de stora matmarknaderna, har konsumtionen av processad mat dramatiskt ökat. En annan faktor som påverkar inhandlandet av mat är tid. Då de flesta stadsbor har en schemalagd arbetstid på i snitt 10-12 timmar om dagen, är tiden till annat knapp. Faktum är att kineser spenderar mer och mer tid på jobbet för att kunna ha råd att köpa sig ett nytt kök, men de lagar mindre och mindre mat i det kök de redan har.

I en undersökning utförd av AC Nielsen 2004 visade det sig att hela 97 % av kineserna äter ute. Det kinesiska folket rankades bland de fem länder i världen som äter ute mest, av 28 möjliga undersökta marknader. Undersökningen fann att 30 % äter på fast-food restauranger två till tre gånger per vecka och 11 % tre till sex gånger i veckan. Lunch var den mest populära fast-food tiden, för 91 %. 56 % valde att köpa take-away frukost.

Från uppfinnaren av fastfood till kriget mellan clown till överste

Fast food-kulturen i Kina är lika antik som deras kultur är gammal. Dessa traditioner med gatustånd med tilltugg och småmat lever vidare på de många matgator och marknader som fortfarande finns kvar, medan en del traditionella tilltugg har blivit uppfinna på nytt genom frysta packeterade paket och kalla variationer på matmarknadernas hyllor.

Den traditionella kinesiska dieten baserar sig, som sagt, på ris. Då kolhydraterna i ris inte räcker så länge, var det vanligt, även tidigare med små mellanmål och snacks mellan de medelstora målen mat. De traditionella snacksen brukade vara torkad fisk, frukt, nötter, frön, skaldjur, torkad frukt. Dessa snacks är inte en flathet utan snarare ett nödvändigt supplement i den kinesiska dieten.

Problemet med traditionellt ätmönster började visa sig när först de riktiga målen mat förändrade sig, och sedan snacksen, men vanan att äta snacks emellan måltiderna inte förändrades. Även om fast-food inte är det mest hälsosamma av alla val, så är det inte innehållet i fast food per se som är den felande länken. Huvudproblemet är hur fast food passar in med den etablerade dieten och ätvanor. Den lägger till onyttiga fetter och oljor, utan att lägga till näring.

1987 var ett viktigt år, för då tågade amerikanska KFC (Kentucky Fried Chicken) in och etablerade sig som första västerländska företag i Kina, mitt under näsan på Mao Zedong på Himmelska fridens torg. Det skulle ta fem år innan ärkerivalen McDonalds öppnade sin första hamburgerrestaurang, och sedan dess har det varit öppen fight mellan dessa bägge fast-food kedjor. Mellan 1997 och 2007 ökade KFC sina restauranger med nästan tio gånger, från 216 till 2000.

Fast-food kedjornas framgångsprinciper

Sammanlagt, om man räknar in dessa bägge fast-food kejsor, utan att ta i beräkning de dussintals andra, så har Kinas fast-food industri gått från att ha noll restauranger 1987 till att ha 2800 restauranger tjugo år senare. Det betyder att det varje år öppnats 100 nya McDonalds eller KFC-restauranger i Kina. Och dessa restauranger som idag har öppnats har stor framgång - det visar siffror (på en genomsnittlig fastfood-restaurang) som en och en halv transaktion i minuten på. Det är uppenbart att en stor förtjänst för denna utvecklingen ligger hos reklam och marketing. Faktum är att just McDonalds och KFC är de fast-food restauranger som spenderar mest pengar där. För att anpassa sig till den kinesiska konsumenten har de flesta västerländska fast-food kedjor ändrat sina menyer för att verka mer hälsosamma och tillfredsställa den asiatiska smaken mer. Man inför hälsosamma livsstils-principer som näringsinnehåll-program och uppmuntrar unga att delta i fysisk träning, medan man marknadsför sin hälsosamma mat-policy.

En spektakulär uppvisning av marketing-kriget mellan de bägge ledande fast-food kedjorna följde då McDonalds utvecklade en reality TV-serie för barn i Kina. Genom att kombinera de Olympiska spelen och en tävlingsinriktad reality show fann snabbmatskedjan ett oskyldigt sätt att göra reklam för barn.

Det är inte bara i västvärlden som kommentatorer uttrycker sin oro för att ett fast-food företag, den internationella olympiska kommittén och det centrala statsägda TV-bolaget som är ett av kommunistpartiets munstycke, går ihop i ett samarbete utformat med skol-undervisnings principer och fungerar som marknadsföring av fast-food mat för barn. Även kinesiska konsumenter var oroliga för denna utveckling, vilket kunde skådas på olika bloggar och forum över internet.

Den framgångsrika planen hos dessa kedjor har varit, och är, att snabbt flytta in i så många regioner och penetrera dess städer så mycket som möjligt, och att komma först är viktigt för att vinna marknadsandelar. Genom målinriktad reklam och marketing sätter man upp fast-food restauranger så nära skolor som lokala lagar tillåter. Eftersom den målinriktade marknaden är barn och unga vuxna i handra hand väljer man att komma dem så nära inpå som möjligt, även med tanke på den något känsligare och naiva målgrupp de är. En nyckel till deras framgång är även det billiga pris med vilket de säljer sin skräpmat.

Andra fast-food kedjor som haft stor framgång i Kina har varit Pizza Hut som trots att de flesta kineser

inte tycker om ost, har lyckats installera sig i de flesta områden. Kaffe är en liknande västerländsk produkt som kineserna inte tidigare konsumerat (Kina har alltid genom tiderna varit teets rike), men som nu finns att hitta i de flesta stadsdelar tack vare Starbucks. Tillsatserna till kaffet är den största boven, då socker och mjölk är faror för diabetes.

Man skulle inte kunna säga att obesitet och övervikt hos kineserna är dessa västerländska kedjors fel, eftersom det även är kineserna själva som levererar onödiga ohälsosamma tillsatser i sin egen diet.

Problemet kanske ligger i det sätt med vilket västerländsk snabbmatskultur och marketing skapar förväntningar hos konsumenter, förväntningar på en massiv oral sensation. De höga halterna av socker och salt i många av dessa produkter är tillräckligt för att du ska känna dig "hög" för någon timme. Och det kanske är just där som nyckeln i deras framgång ligger - man får nästan en "kick" av att äta den oljiga, ohälsosamma snabbmaten.

Länken mellan västvärlden

Om man tittar på överviktsfenomenet i stort över hela världen så kan man hitta vissa länkar däremellan. En av dessa är ju mer rikedom ju mer pengar finns till nöjen, och äta ute. När man går ut och äter vill man inte snåla, utan de flesta kostar på sig stora portioner, eller kanske tom buffet. Vad som Kina och västvärlden har gemensamt är de enorma antal fast-food restaurangerna. I slutändan verkar denna vara den egentliga enda länken som likställer västerlandet med Kina. Alltså finns det grogrund för att tro att kineserna med tiden kommer kunna nå pandemiska nivåer av fetma som man idag endast kan finna i länder som USA och Kanada och England.

Vissa i Kina har börjat peka fingret mot fast-food kejdorna, och anklagar dem för deras barns fetma. Fast-food restaurangernas girighet för pengar får mångas ilska att svalla i de många bloggarna och forumen där de kritiserar skarpt. Kanske borde snabbmatsföretagen redan nu börja självreglera för att undvika framtida åtal av överviktiga individer eller arga regeringar som inte får skattepengarna att räcka till för att betala de exploderande utgifterna för hälsoförsäkringar och sjukvård.

En fråga många ställer sig nu är troligtvis vem det då egentligen var som bär skulden för denna invasion av västerländska produkter och explosion av övervikt?

Man skulle nog kunna säga att flera parter får ta sitt ansvar: reklambranschen för en ny, nästan påtvingad, livsstil; regeringen för att de promptar för att befolkningen konsumerar mer och tar ut sina sparade pengar; lobbyn från utlandet som representerar de många västerländska företag som ser Kina som en enorm guldgruva.

Ett exempel på hur dessa tre parter, kanske omedvetet, samarbetar är fallet med laktosintolerans. De flesta kineser hade aldrig konsumerat laktosprodukter, så därför var större delen av befolkningen laktosintolerant. Lobbyister ville skapa en marknad för att sälja västerländska produkter, och ungefär samtidigt kom regeringen och påstod att kineser lider av kalciumbrist och därför behövde konsumera mer laktosprodukter. Vad motivet än var så stod faktum klart: Regeringen förde en omfattande kampanj för att öka konsumtionen av laktosprodukter, och mjölkproduktindustrin marknadsförde sina produkter främst för barn. Sådana initiativ inkluderade även försäljandet av mjölkpulver till föräldrar av nyfödda.

Små feta kejsare

Om fetma och övervikt har börjat att blivit ett orosmoment och fått mer medvetenhet, så är det de små barnen som specifikt får stå i de första leden både i medier och i folksyn.

Problem med barnfetma är troligtvis speciellt alarmerande, då fetma inte bara påverkar barnets fysiska och psykiska utveckling, men även ligger som en tidsbomb för landets ekonomiska framtid och offentliga hälsovård.

Vad som är specifikt med Kina är den ett-barns politik som infördes 1975 och som sedan dess skapat generationer av ungdomar och barn utan syskon. Många av dessa barns föräldrar växte upp under fattigdom och materiell deprivation. I det nya Kina, med sina nyförvärvade ekonomiska möjligheter vill föräldrarna kunna ge sitt enda barn allt de som de själva inte fick tillgång till, allt från universitetsutbildning till den mat de önskar.

Ett-barns politiken har således lett till barn, som från att de är spädbarn, växer upp med föräldrar som skämmer bort dem, osjälvständiga att ta hand om sig själva, som får allt de pekar på av deras curling-föräldrar. Det är inte konstigt att begreppet Xiao Huanghi redan är allmänt känt bland kineser, då det betyder små kejsare.

Förutom den feta mat som de små kejsarna väljer att äta, tillsammans med läsk och snacks, så blir deras övervikt knappast bättre av att de inte utövar någon som helst fysisk aktivitet. Enligt en undersökning av det Kinesiska centret för sjukdoms kontroll och prevention (CDC) är det bara 5,9 % av de överviktiga kinesiska barnen som tränar reguljärt.

Skolgymnastik har minskat med åren pga förlorandet av sportbanor till förmån för nya konstruktioner, föräldrarnas press på sina barn att favorisera akademiska studier före den "oviktiga" sporten, och den ökande rädslan hos skoladministrationer över att bli stämd av föräldrar ifall en olycka skulle inträffa.

Vad som kan ses om en mycket motsägandefull bild är den livsstil som målas upp av reklam och medier. Medan barn och unga blir bombarderade av fast-food företag som vill sälja sina produkter, så blir de samtidigt hjärntvättade med det kroppsligt smala livsstilsidealet. Liksom i västerlandet så är även i Kina body-image att vara smal, både för män och kvinnor, pojkar och flickor. I Kinesisk media är det, liksom i västvärlden, en fixering vid att prata om kroppsvikt och utseende.

Ett av problemen, speciellt för barn och ungdomar är att de inte blir hjälpta i tid. Då kinesiska sjukvårdssystemet inte är uppbyggt med en husdoktor, har de flesta för vana att uppsöka sjukhus, och då bara när man blir sjuk. Ingen doktor som kan följa den enskilda individen för att ge förebyggande vård eller näringsråd för överviktiga finns således tillgängliga. För många överviktiga barn som kommer upp i vuxen ålder, och dessvärre varken blivit hjälpt tidigare av tex dietister eller rådgivning, blir kirurgi eller piller en vanlig åtgärd för övervikten, då de är snabbast. De många farorna med dessa metoder förmörkas av både försäljare och reklambransch.

Dagens faror och hopp för framtiden

Faktumet att Kinas ekonomi utvecklas i rekordfart har förvandlat hela landet och samhället så snabbt

och djupt vilket har till följd att den kinesiska konsumenten troligtvis är mer utsatt för påverkan från de som har pengamakt och lång erfarenhet i den mörka konsten av konsumentmanipulering.

Trots denna negativa bild, och de många farorna som hotar, så finns det ändå ljuspunkter.

Tills för alldeles nyligen var det få kineser som hade tid till att luta sig tillbaka och ställa frågor om det näringsinnehållet av matprodukter de konsumerar, vilken tillsatsämnen som använts, effekten de har på deras hälsa eller tom vilken effekt de har på omgivningen om man tänker på packeteringen, avfall, energi som förbrukas vid produktionen. Det skulle kunna ändras på nu när fem-dagars veckan är i stort sett universell bland kontorsfolk. Kanske kommer det efter den här första fasen av hysterisk stress, en lugnare period där medelklassen lugnar ner sig, inhandlar och konsumerar mindre, och tänker över hur de använder sin fritid.

Ett stort problem för kineser är den osäkra maten, efter många fall där tusentals dött i matförgiftningar. Som en följd har det blommat upp små företag och föreningar som vill satsa på organisk mat, då även denna ses ha en stor framgångspotential utomlands.

Konsumentkraft är en kraftfull makt som kan ha en stark effekt. Om återförsäljarna inte har lust med att sälja färskvaror såsom frukt och grönsaker, då vinsten är marginell, så kan konsumenterna, om de är tillräckligt många, kräva tillbaka dessa på affärernas hyllor. Och i de fall där de faktiskt lyckats få tillbaka dessa varor, kan troligtvis konsumenterna gå med på att betala lite extra för dem. Liksom de kan kräva försäljandet av organiska varor.

Så länge som kinesisk kultur och tradition funnits så har grundkonceptet i livsfilosofin varit harmoni - inkluderat inre frid, samvaro med naturen, social stabilitet osv. Dessa koncept har fortfarande sina starka rötter kvar hos de flesta kineser, och buddhism och tai chi undergår just nu en pånyttfödelse. Harmoni blir mer och mer fokus för det dagliga livet, inklusive efterfrågan på ren och hälsosam mat och produkter med låg negativ effekt på omgivningen. Kineser som söker efter sådana produkter idag må vara få, men ju mer inkomsterna ökar borde trenden öka.

I slutändan, om inte befolkningen själva tar saken i egna händer, så finns även regeringen och kommunistpartiet som då och då kommer till räddning för folkets bästa. Vid svåra matförgiftningar har ansvariga fängslats och straffats hårt. 2008 infördes ett förbud mot användandet av plastpåsar. Nya lagar och regler om förpackningar och återvinning betyder att tillverkare och återförsäljare blir ansvariga. Incentivet för att erbjuda bättre produkter och services kommer alltså både från konsumenternas, liksom från regeringens håll.

Statligt ingripande i fetma och viktfrågor kommer kunna visa sig livsviktiga. Hälsa, och följaktligen en utrotning av fetma skulle kunna bli föremål för regeringskampanjer - ett hälsosamt Kina är ett starkt Kina, ett överviktigt Kina är ett svagt Kina.

Frågan är om Kinas hälso- och sjukvårdsreformer kommer att komma så långt och få tillräckliga fonder i tid för att uppmärksamma problemet med livsstilssjukdomar (exempelvis diabetes, hjärtsjukdomar och cancer). Denna fråga kan ha sådan påverkan på Kinas framtid att den kan vara avgörande för det kinesiska samhället och kommunistpartiets mål för ett harmoniskt samhälle. Hos kineser är en av de

största fasorna att bli sjuk. Med tanke på de höga sjukvårdskostnaderna i dagens Kina, betyder det att så länge som de håller inne på sina pengar så kan de fortsätta ha hälsan i behåll.

Diabetes och övervikt - har de kommit för att stanna?

WHO har spått mycket högra siffror av diabetes i Kina från idag till 2050. Idag har 3 % av kinesiska befolkningen diabetes, jämfört med mindre än 1 % 1979, innan de ekonomiska reformerna. Situation i städerna är mycket allvarligare än på landsbygden; i städerna är diabetesandelen över 6 %, medan den på landsbygden är mindre än hälften. Den uppenbara anledningen till mellanskillnaden mellan stad och landsbygd tros vara landsbygdens sociala struktur med mycket fysiskt arbete, en mer traditionell diet och mindre bilar.

Diabetes har visat sig vara den sjukdom som har västerländsk fast-food kultur som sin största orsak. I studier vid Joslin Diabetes Center vid Kaliforniens Unviersitet fann man att japan-amerikaners och kines-amerikaners prevalens för att få diabetes är två till sju gånger större än hos dem som bor i sina ursprungsländer.

Sammanfattningsvis, kan vi nu lugnt konstatera att den moderna livsstilen är den ohälsosamma livsstilen. De hopp som återstår för Kinas framtid är att folket blir medvetet om den farliga väg de är inne på, och i tid vänder om. Den tusenåriga tradition av nyttig mat, hälsosamt arbete, respekt för miljön, förebyggande gymnastik och medicinkunskaper som Kina har delat med sig av till andra kulturer på andra platser, håller på att utrotas till förmån för moderniteten.

Hursomhelst får man inte glömma bort att Kina är globaliserad på många sätt och vis - och liksom i västvärlden där medelklassen ligger i första raden när det gäller medvetenhet och internationella trender, så är det på samma sätt i Kina. Denna medvetenhet skulle kunna växa till att inkludera en ökad kunskap om övervikt, obesitet och diet. En ny generation av mer informerade, mer utbildade, globaliserade kinesiska ungdomar kommer troligtvis börja efterfråga mer hälsosam mat för att förbättra sina dieter, och matförsäljare och producenter måste kunna svara på denna efterfrågan för att hålla sig kvar på marknaden.

I slutändan är det politisk vilja och folkets ökade medvetenhet som bestämmer om övervikt kommit för att stanna i folkrepubliken Kina.