

Zadavatel:



Vztah české veřejnosti k Číně

Březen 2026

STEM  MARK





Přehled kapitol

Parametry výzkumu a struktura vzorku

str. 3

Hlavní zjištění

str. 5

DETAILNÍ ZÁVĚREČNÁ ZPRÁVA

Vztah k Čínské lidové republice a spontánní asociace k Číně

str. 6

Zkušenosti s kategoriemi produktů či služeb z Číny

str. 11

Vnímání politických témat spojených s Čínou

str. 19

Hlavní kontakty

str. 25

Parametry výzkumu a struktura vzorku



Cíle výzkumu

1. Vztah k Čínské lidové republice a spontánní asociace k Číně
2. Zkušenosti s kategoriemi produktů či služeb z Číny
3. Vnímání politických témat spojených s Čínou



Cílová skupina

Obyvatelé ČR ve věku 18+

Kvótní výběr dle pohlaví, věku, vzdělání, velikosti místa bydliště a kraje



Detaily terénního šetření

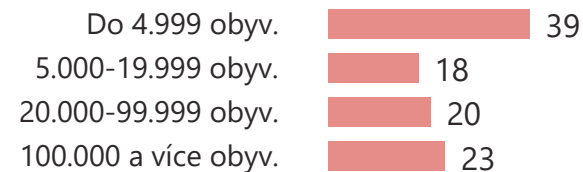
Metodika: CAWI dotazování

Počet realizovaných rozhovorů: N=804

Termín sběru dat: 26.2.-2.3.2026

Struktura vzorku:

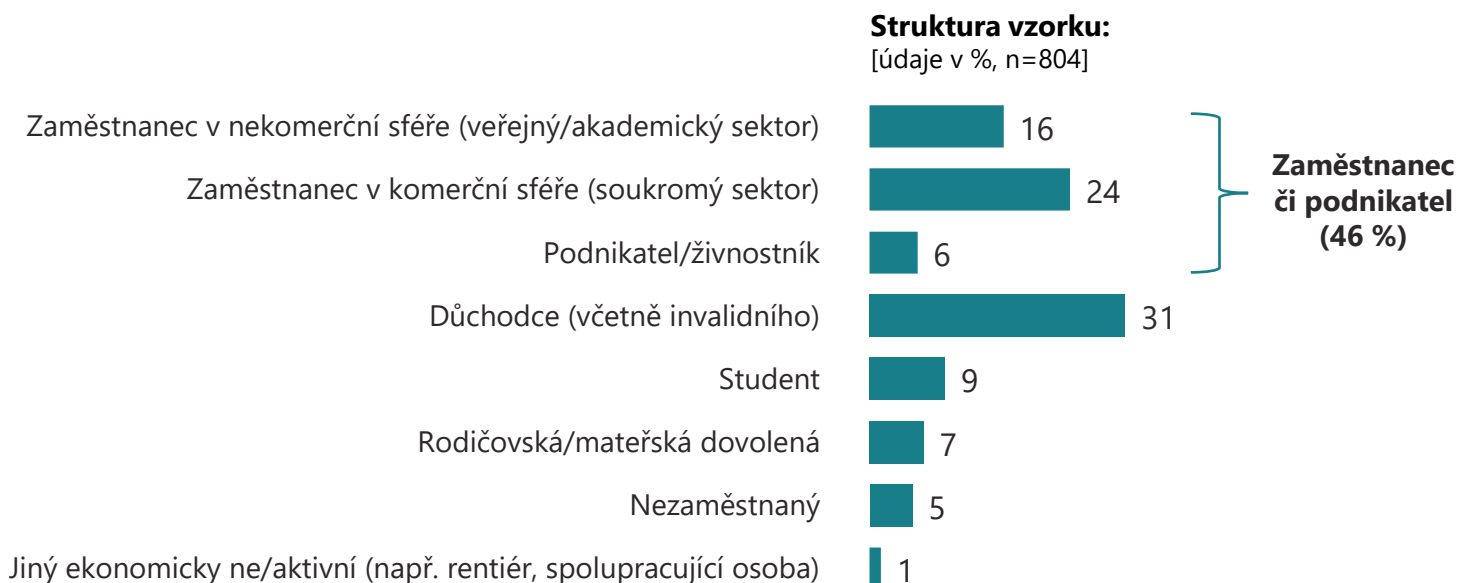
[údaje v %, n=804]



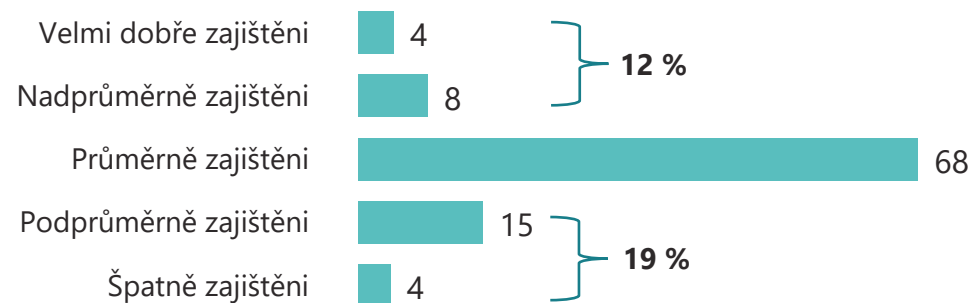
Součty za dané odpovědi v grafu nemusí dávat vždy přesně 100 % vlivem automatického zaokrouhlení.

Další popisné charakteristiky vzorku

Socio-ekonomické postavení



Subjektivní vnímání ekonomické pozice



Součty za dané odpovědi v grafu nemusí dávat vždy přesně 100 % vlivem automatického zaokrouhlení.



Hlavní zjištění

Vztah k Čínské lidové republice a spontánní asociace k Číně

Asi 6 z 10 dospělých Čechů chová k Číně „neutrální vztah“, 17 % Čechů deklaruje pozitivní vztah a naopak, 23 % Čechů vnímá Čínu negativně (z toho jednoznačně záporně pouze 7 % z nich). **Restriktivní stát (22 %) a produkční síla země (17 %)** – to jsou dvě nejčastější první spontánní asociace s Čínou. Dále je zmiňováno levné (nekvalitní) zboží, historie či kultura Číny a velký počet obyvatel. Asi 1/3 dospělých Čechů žádné konkrétní asociace spojené s ČLR nemá.

Zkušenosti s kategoriemi produktů či služeb z Číny

Téměř 2/3 dospělých Čechů už nakoupily přes čínský e-shop, dominuje **TEMU**. Zhruba každý sedmý Čech aktuálně využívá některou z čínských online platform, především **TikTok**. Asi 57 % dospělých používá elektroniku čínských značek (**Xiaomi, Lenovo nebo Huawei**). Zkušenosti s čínskými službami i produkty jsou výrazně častější u mladších lidí; elektroniku častěji využívají muži. **Koupi čínského automobilu by zvažovalo asi 21 % řidičů, a to kvůli ceně.** Mezi hlavní bariéry patří loajalita k evropským značkám, preference vozů Škoda, obavy o kvalitu a obecná nedůvěra k čínské produkci.

Vnímání politických témat spojených s Čínou

Česká veřejnost je v názoru na případnou **státní návštěvu A. Babiše v ČLR** rozdělená: 33 % by ji podpořilo, 23 % je proti a 44 % nemá jasný názor. Návštěvu častěji podporují muži a lidé ve věku 60+ let. **Projekt Pás a stezka** je pro velkou část Čechů málo známý – 38 % na něj nemá názor a pouze 14 % jej hodnotí pozitivně. Zhruba polovina české populace nepovažuje **Čínu za bezpečnostní hrozbu**, zatímco asi 1/3 ji takto vnímá; častěji jde o lidi ve věku 30–44 let a vysokoškoláky. Asi 57 % Čechů má **povědomí o porušování lidských práv v Číně**, spontánně zmiňují především cenzuru a omezení svobody slova, zacházení s Ujgury či potlačování opozice.

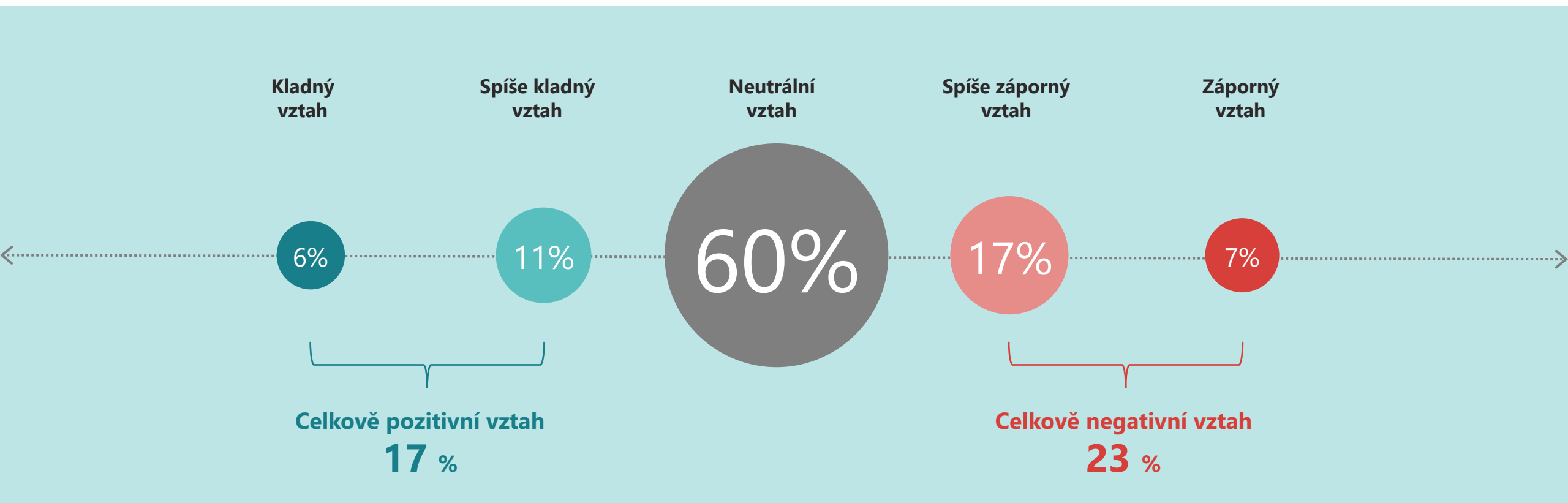




Vztah k Čínské lidové republice a spontánní asociace k Číně

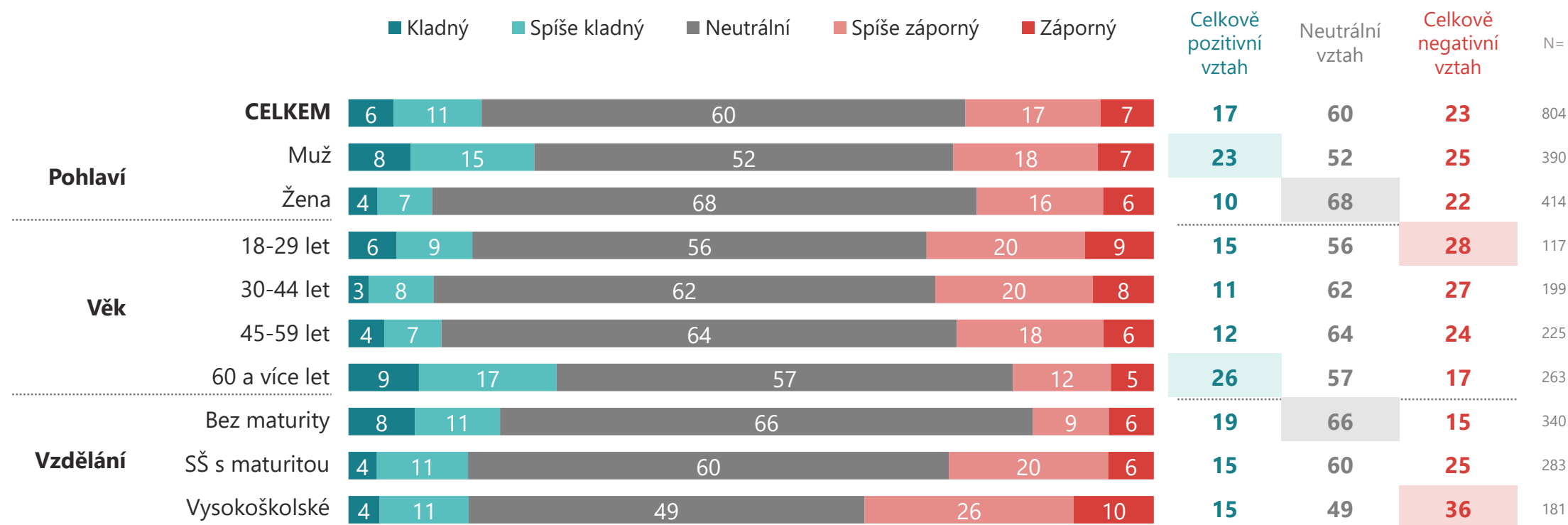
Celkový vztah k Čínské lidové republice

Asi 6 z 10 dospělých Čechů chová k Číně „neutrální vztah“ (60 %), 17 % Čechů deklaruje pozitivní vztah (6 % jednoznačně pozitivní). Naopak, 23 % Čechů vnímá Čínu negativně (z toho jednoznačně záporně pouze 7 % z nich).



Celkový vztah k Čínské lidové republice – detailně

I když napříč demografickými skupinami jednoznačně převládá „neutrální vztah“ k Číně, o něco pozitivnější vztah mají k ČLR muži (23 %) oproti ženám anebo lidé ve věku 60+ let (26 %) oproti těm ve středním věku. Nejčastěji deklarují „záporný vztah“ k Číně lidé s VŠ vzděláním (36 %), případně mladí lidé ve věku 18-29 let (28 %).

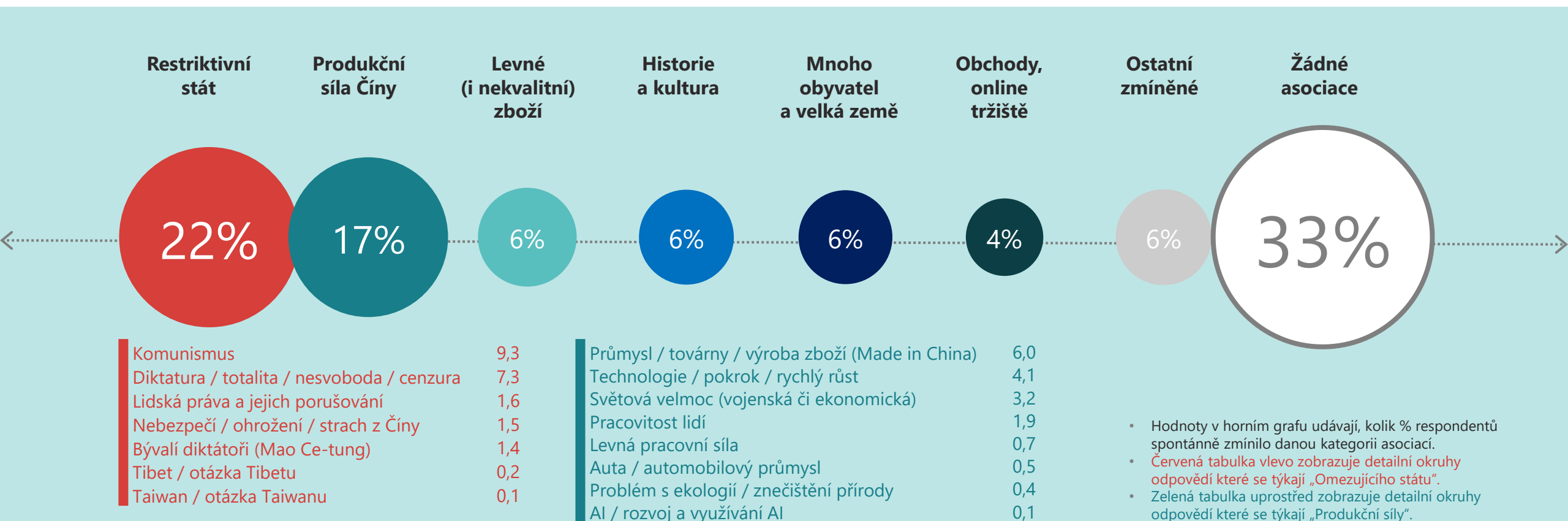


Q1. Jaký je váš vztah k Čínské lidové republice (dále ČLR)?
Báze: Všichni respondenti, n=804 [údaje v %]

Součty za dané odpovědi v grafu nemusí dávat vždy přesně 100 % vlivem automatického zaokrouhlení.

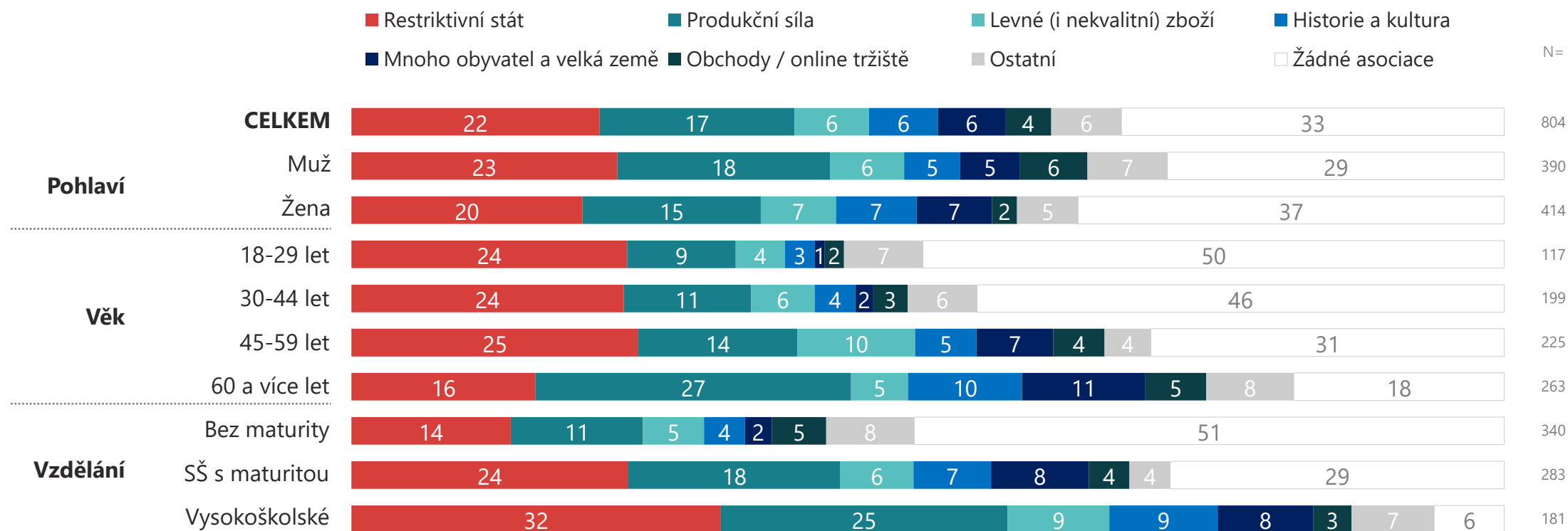
První spontánní asociace v souvislosti s ČLR

Restriktivní stát (22 %) a produkční síla země (17 %) – to jsou dvě nejčastější první spontánní asociace s Čínou. Dále je zmiňováno 1. Levné (nekvalitní) zboží, 2. Historie či kultura Číny a 3. Velký počet obyvatel. Asi 1/3 dospělých Čechů žádné konkrétní asociace spojené s ČLR nemá.



První spontánní asociace v souvislosti s ČLR – detailně

Čínu vnímají jako „Restriktivní stát“ nejčastěji lidé s VŠ vzděláním, ti si také (spolu s lidmi ve věku 60+ let) častěji asociují ČLR s produkční silou. Levné (případně nekvalitní) zboží si typicky vybavují lidé ve věku 45-59 let (10 %), historii a kulturu Číny zase starší lidé ve věku 60 a více let (10 %). Asi polovina mladých lidí či lidí bez maturity nemá žádné konkrétní asociace spojené s Čínou, naopak, pouze 6 % vysokoškolsky vzdělaných lidí nebylo schopno si ČLR s ničím spojit.

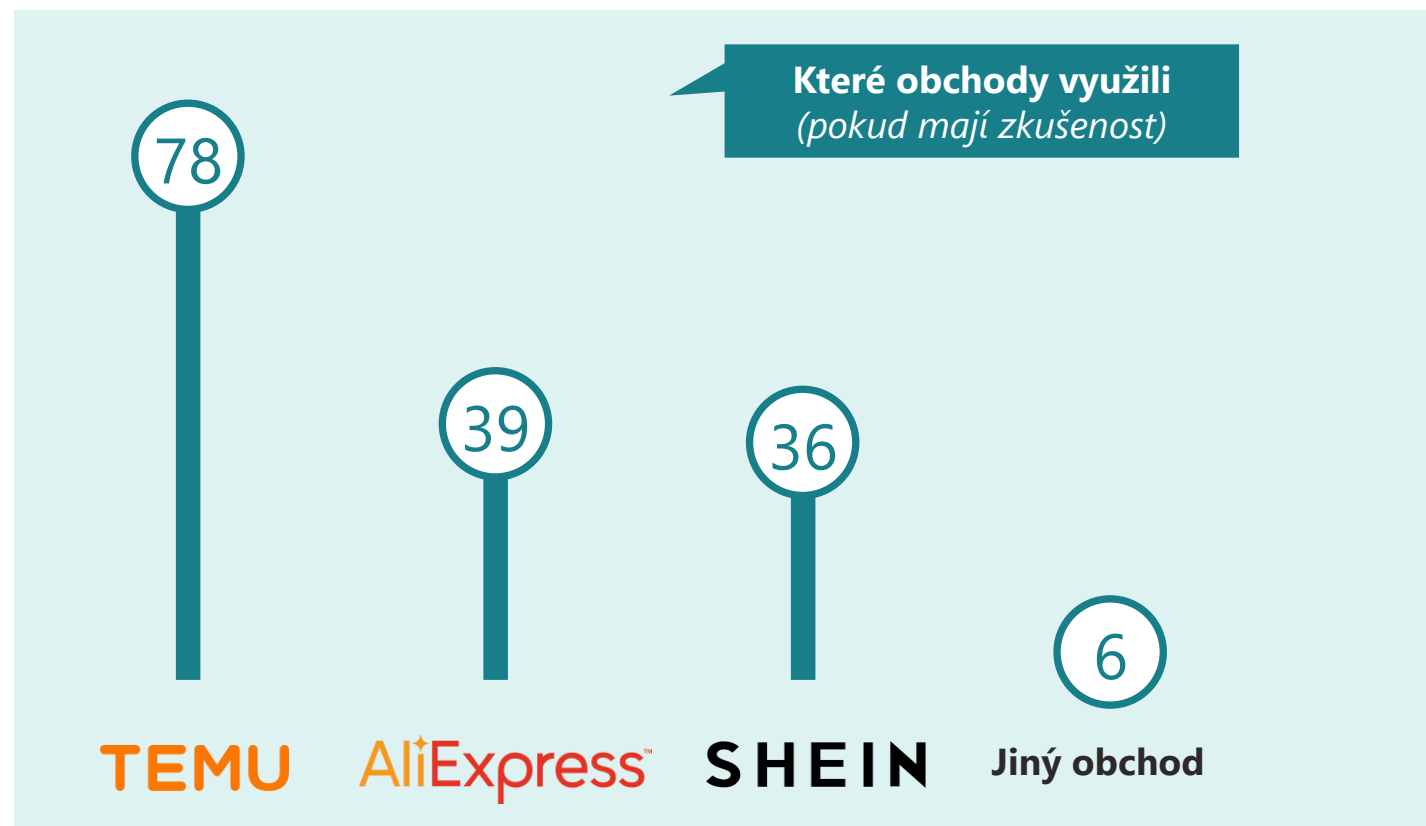
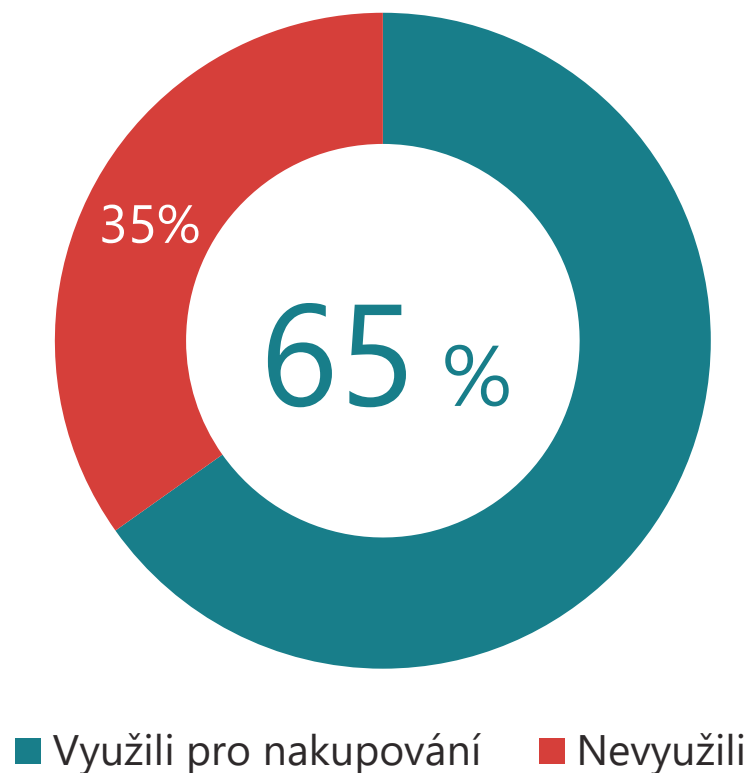




Zkušenosti s kategoriemi produktů či služeb z Číny

Zkušenost s nákupy z čínských internetových obchodů

Téměř 2/3 dospělých Čechů již nakoupily přes některý z čínských internetových obchodů. Ti, kteří mají nákupní zkušenost, nejčastěji využili TEMU (78 %), případně AliExpress nebo SHEIN.



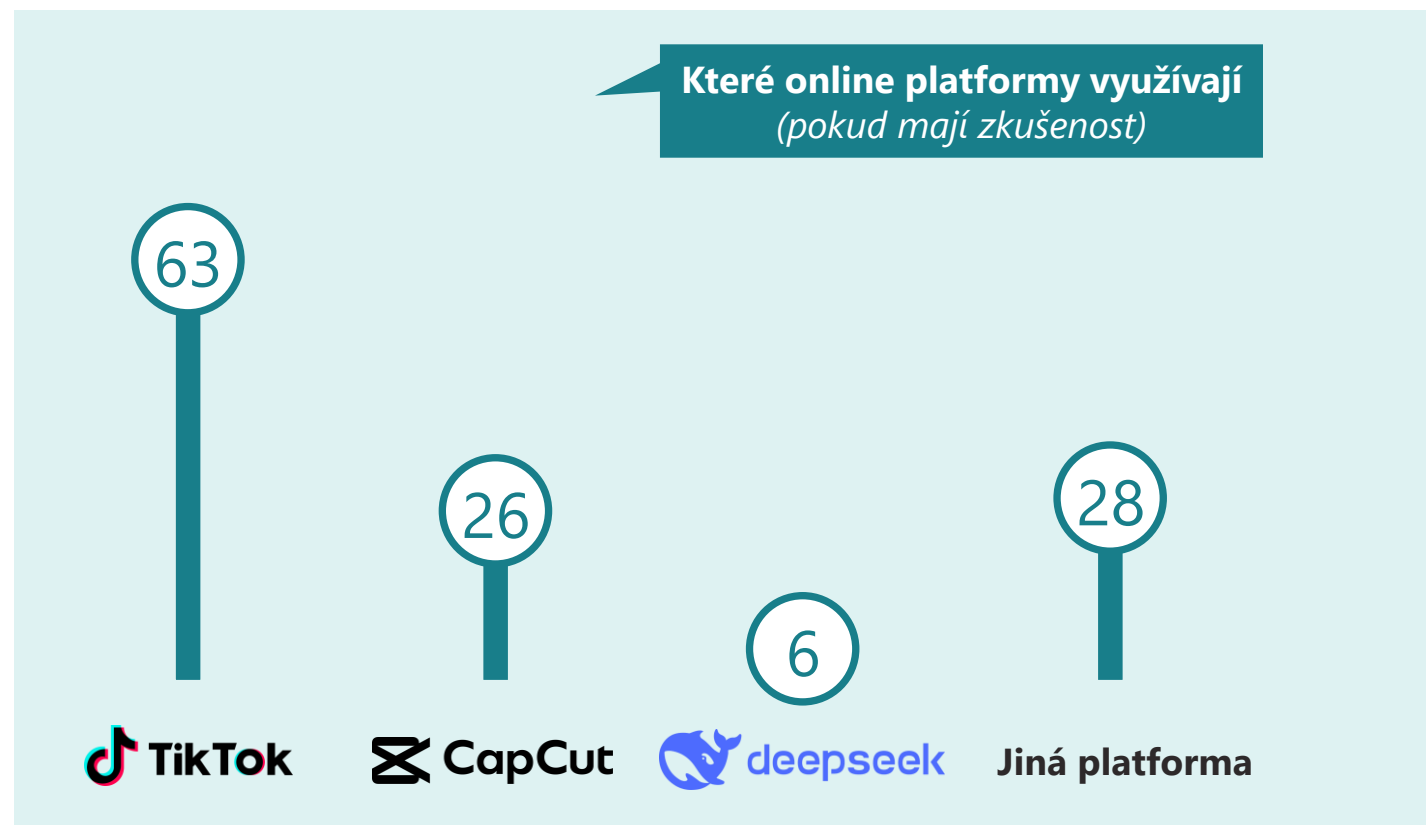
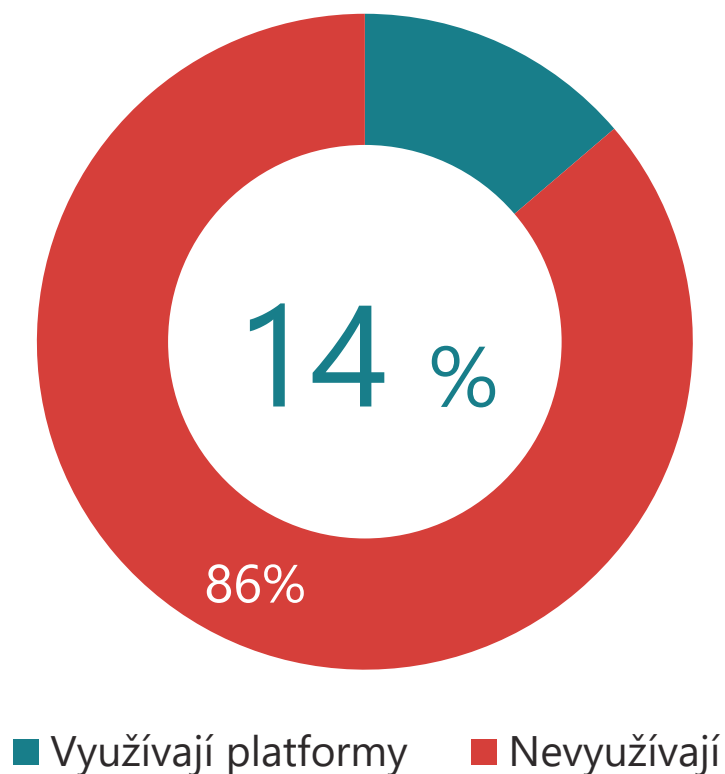
Q3. Využili jste někdy pro nakupování některé z čínských internetových obchodů?
Báze: Všichni respondenti, n=804 [údaje v %]

Q4. Které obchody jste využili? [MOŽNO UVÉST VÍCE ODPOVĚDÍ]
Báze: Využili některé z čínských internetových obchodů, n=524 [údaje v %]

Zkušenost s čínskými online platformami (např. sociální sítě či AI nástroje)

Pouze asi 1 ze 7 dospělých Čechů využívá v současnosti některou z čínských online platform. Ti, kteří mají zkušenost, nejčastěji využívají TikTok (63 %), případně CapCut.

Poznámka: Tato čísla mohou být podhodnocená, část respondentů si zřejmě neuvědomuje, které platformy jsou ve skutečnosti čínské.



Q5. Používáte některou z čínských online platform, například některou ze sociálních sítí či AI nástrojů?

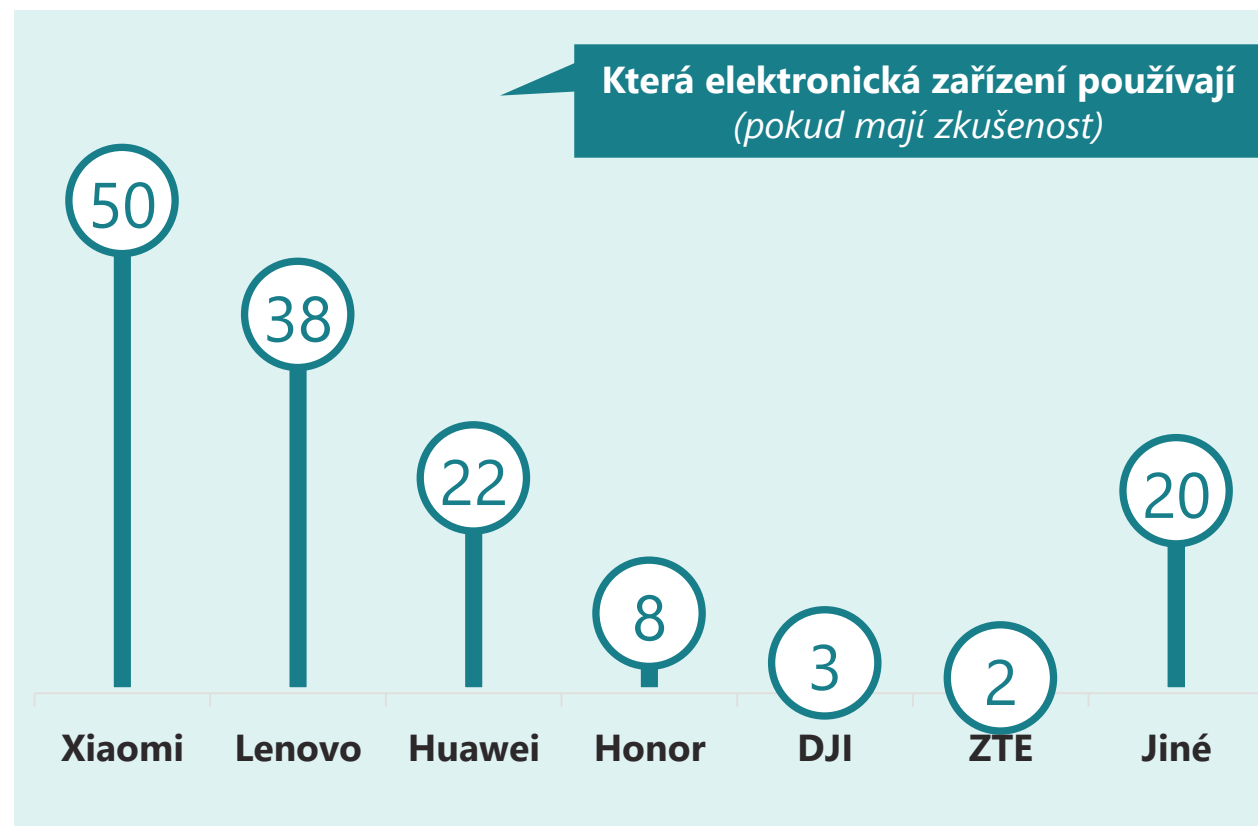
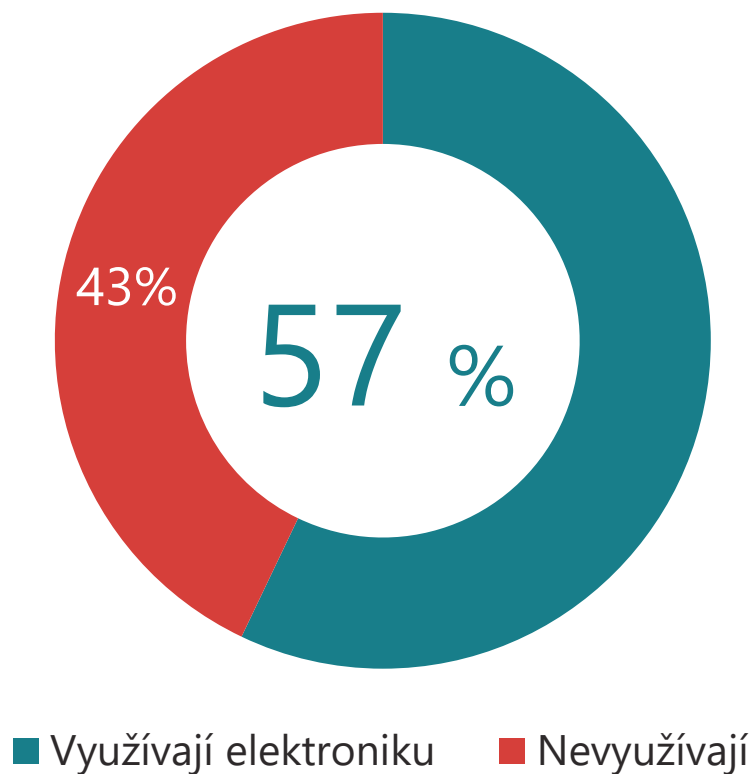
Báze: Všichni respondenti, n=804 [údaje v %]

Q6. Které konkrétní platformy používáte? [MOŽNO UVÉST VÍCE ODPOVĚDÍ]

Báze: Využívají některou z čínských online platform, n=110 [údaje v %]

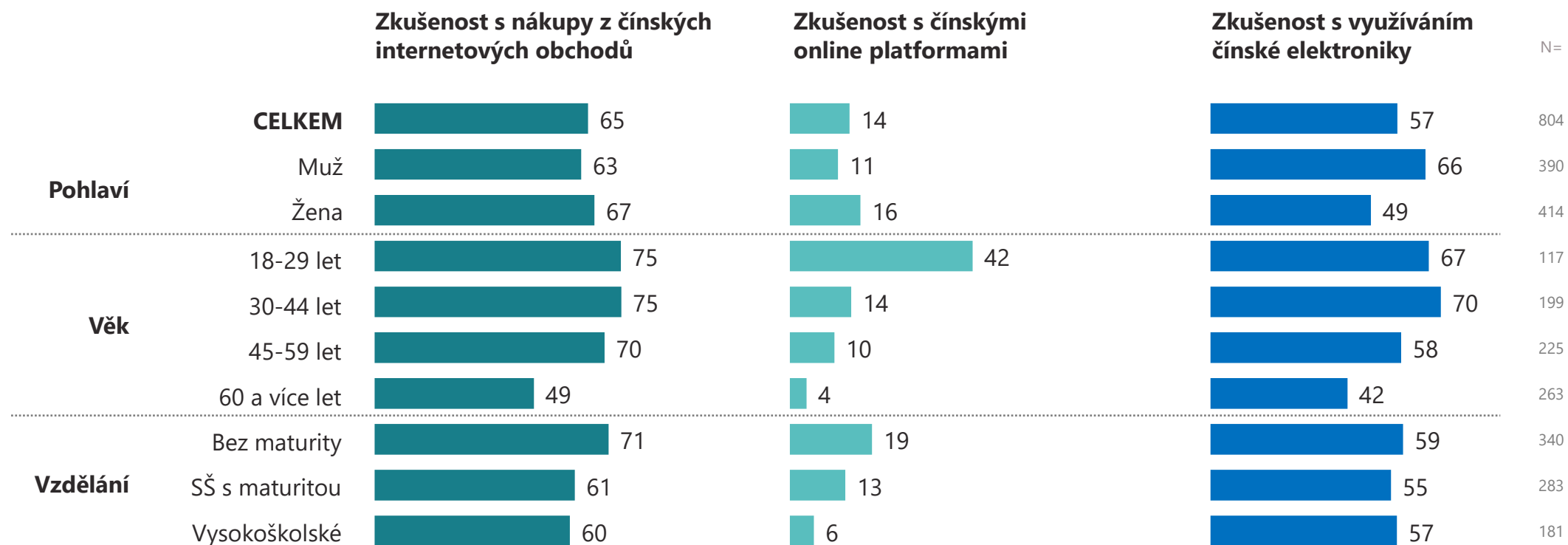
Zkušenost s využíváním čínské elektroniky

Asi 57 % dospělých Čechů využívá v současnosti elektroniku některé z čínských značek. Ti, kteří ji používají, nejčastěji zmiňují značky Xiaomi (50 %), Lenovo a Huawei.



PŘEHLED: Zkušenost s danými kategoriemi přes demografii

Zkušenost s nákupy z čínských internetových obchodů mají relativně častěji lidé ve věku do 44 let (75 %) oproti nejstarší věkové skupině (ale i tam je to již téměř polovina z nich). Čínskou elektroniku výrazně častěji využívají muži (66 %) oproti ženám a také lidé ve věku do 44 let oproti nejstarší věkové skupině (42 %). Zkušenost s čínskými online platformami má výrazně častěji nejmladší věková skupina 18-29 let (42 %).



Q3. Využili jste někdy pro nakupování některé z čínských internetových obchodů?

Q5. Používáte některou z čínských online platform, například některou ze sociálních sítí či AI nástrojů?

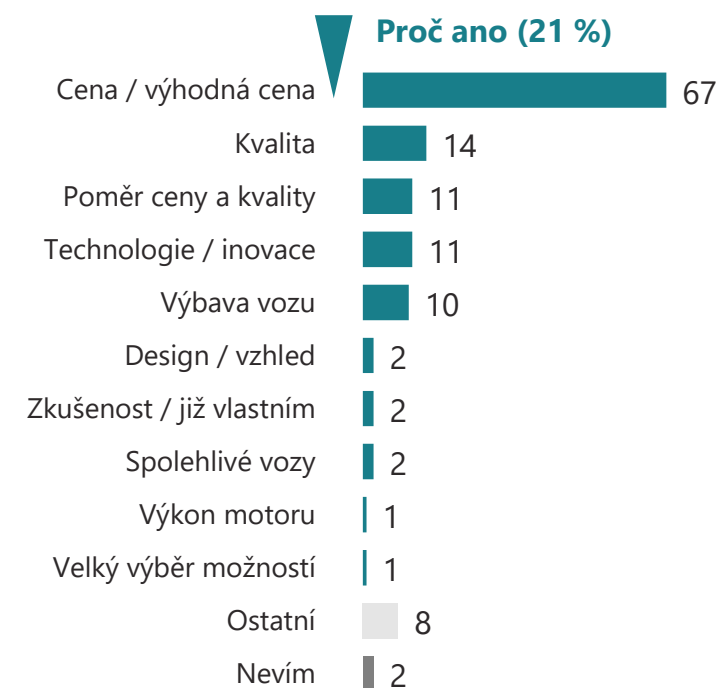
Q7. Používáte nějakou čínskou elektroniku?

Báze: Všichni respondenti, n=804 [údaje v %]



Relevance nákupu čínského automobilu (spontánní důvody pro a proti)

Asi 21 % držitelů ŘP by obecně zvažovalo koupi čínského automobilu – jediným klíčovým driverem pro nákup by byla očekávaná výhodná cena čínského vozu (67 %). Naopak, 62 % řidičů by nákup nezvažovalo. Mezi častěji zmíněné bariéry patří 1. Věrnost jiné značce (evropským značkám), 2. Nekvalita / nejasná kvalita, 3. Preference českých vozů (Škoda), 4. Neplánovaný nákup nového auta či 5. Nedůvěra k čínské produkci obecně.



Q10b. Z jakého důvodu byste o koupi NEUVAŽOVAL/A?
[SPONTÁNNÍ ODPOVĚĎ – MOŽNOST VÍCE ODPOVĚDÍ]
 Báze: Držitelé ŘP, kteří by nezvažovali nákup, n=380 [údaje v %]

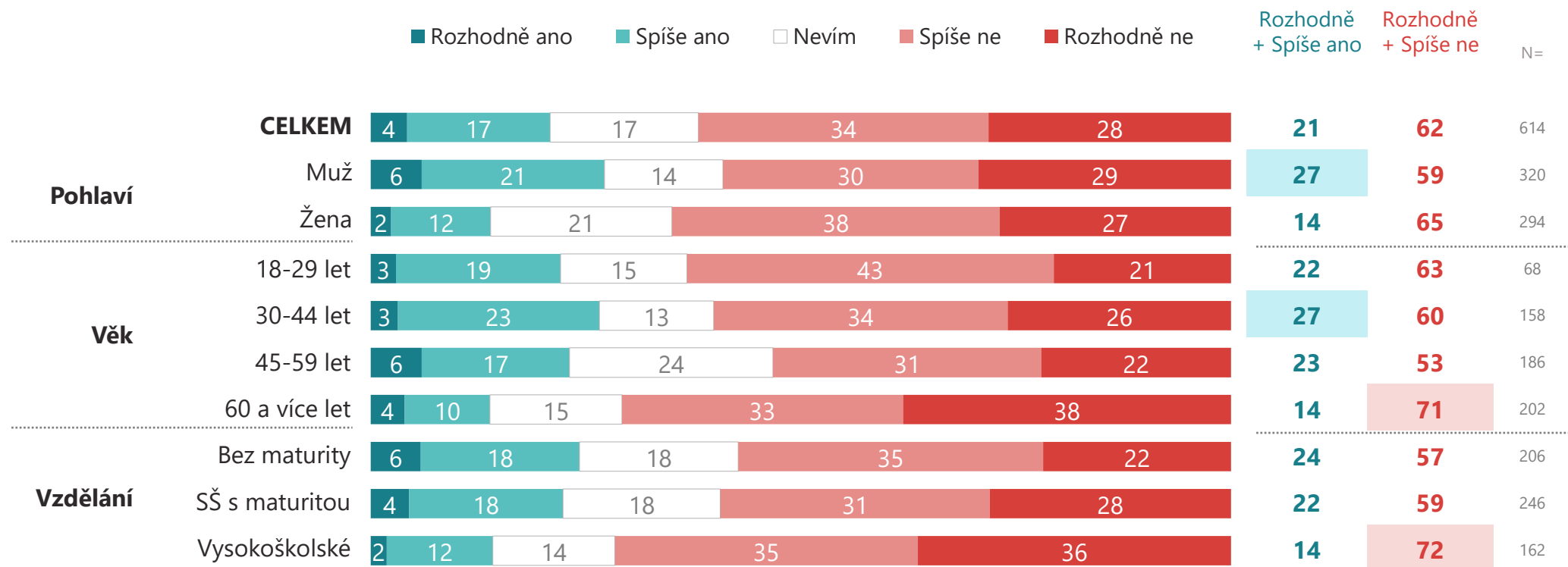
Q10. Uvažovali byste o koupi čínského automobilu?
 Báze: Pouze držitelé ŘP, n=614 [údaje v %]

Q10a. Z jakého důvodu byste o koupi UVAŽOVAL/A?
[SPONTÁNNÍ ODPOVĚĎ – MOŽNOST VÍCE ODPOVĚDÍ]
 Báze: Držitelé ŘP, kteří by zvažovali nákup, n=128 [údaje v %]



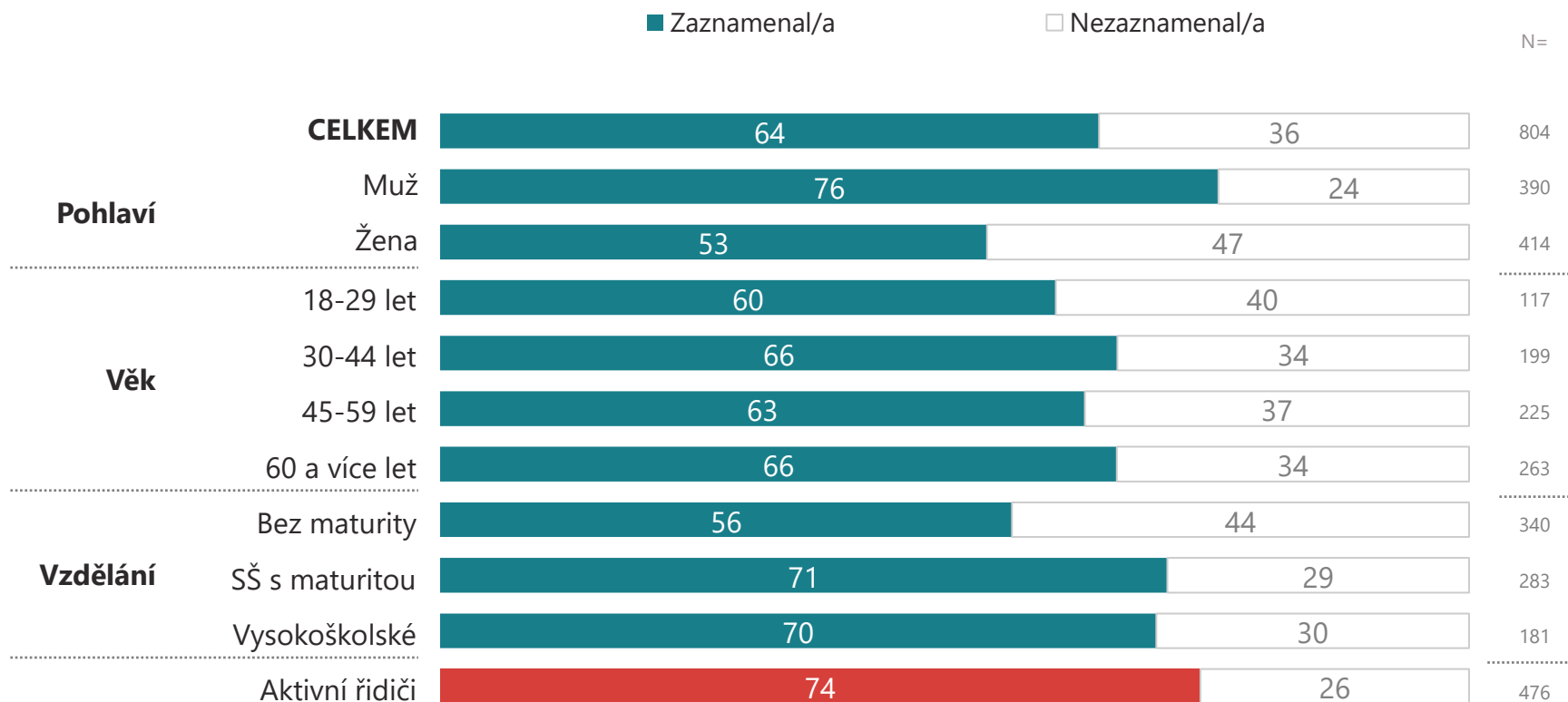
Relevance nákupu čínského automobilu – detailně

Relativně častěji by zvažovali koupi čínského automobilu muži oproti ženám (27 % vs. 14 %), dále pak řidiči ve věku 30-44 let (27 %). Nejméně by nákup zvažovali řidiči ve věku 60 a více let (14 %) anebo lidé s VŠ vzděláním (14 %).



Povědomí o nárůstu popularity čínských automobilových značek

Téměř 2/3 dospělých Čechů zaznamenaly nárůst popularity čínských aut v Evropě či na českém trhu. Větší povědomí je mezi aktivními řidiči (74 %) a muži (76 %). Naopak, nejnižší povědomí je mezi ženami (53 %) anebo lidmi bez maturity.

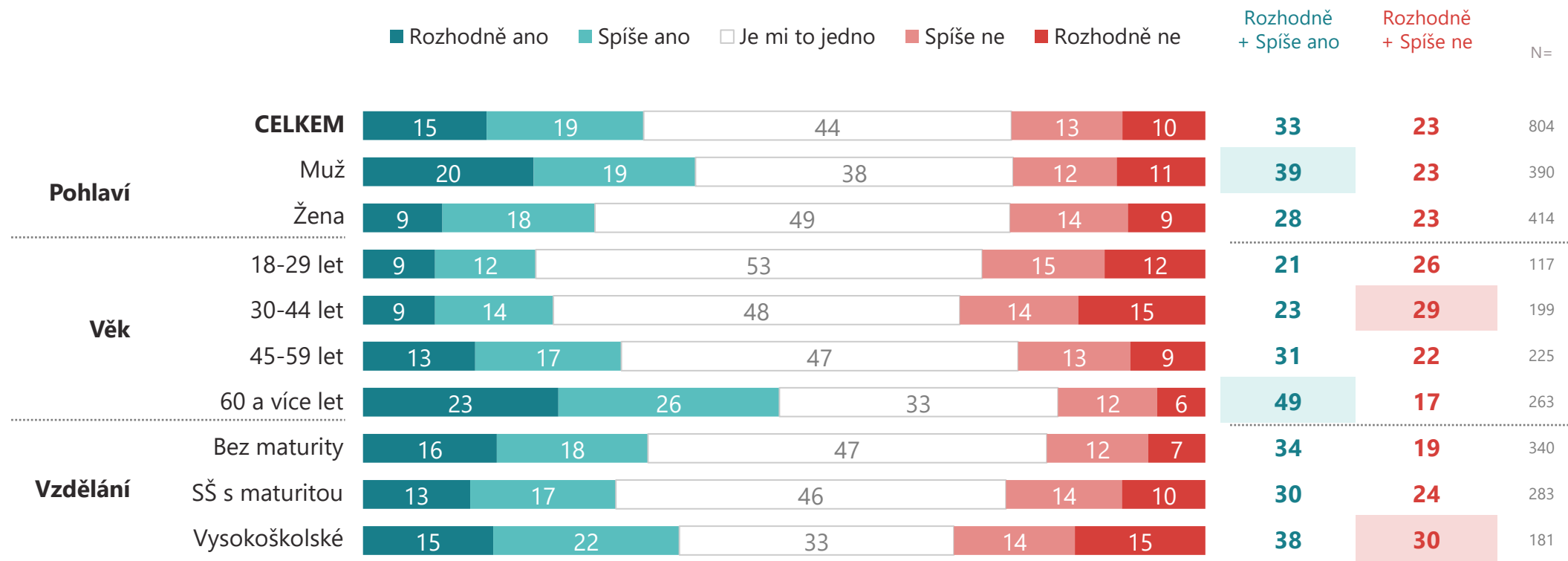




Vnímání politických témat spojených s Čínou

Premiér A. Babiš a vnímání vhodnosti jeho státní návštěvy ČLR

Ohledně „přání“, aby jel premiér Andrej Babiš na státní návštěvu ČLR, je česká populace nejednotná: 33 % z nich je pro tuto návštěvu, 23 % proti a 44 % z nich nemá názor (je jim to jedno). Častěji jsou „pro“ uskutečnění návštěvy muži (39 %) a lidé ve věku 60 a více let (49 %). Naopak, častěji jsou „proti“ lidé ve věku 30-44 let (29 %) anebo vysokoškoláci (30 %) (u nich je však i výrazný podíl „pro návštěvu“).

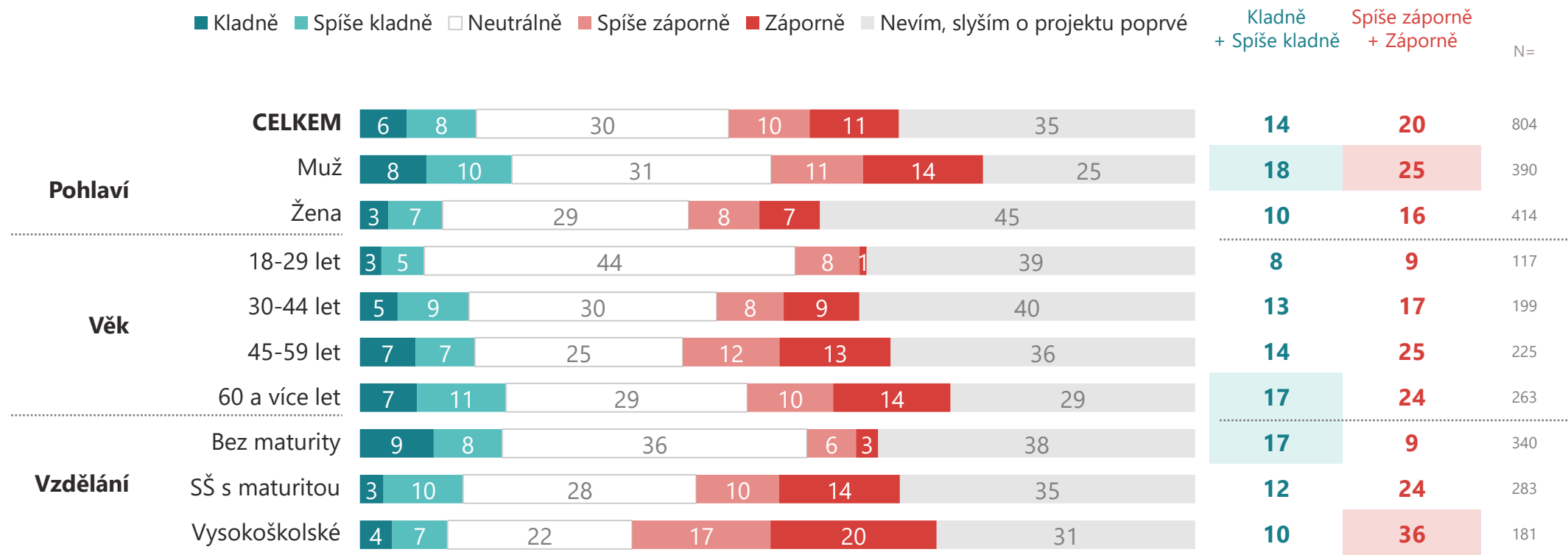


Q11. Přejete si, aby jel premiér Andrej Babiš na státní návštěvu ČLR?
Báze: Všichni respondenti, n=804 [údaje v %]

Součty za dané odpovědi v grafu nemusí dávat vždy přesně 100 % vlivem automatického zaokrouhlení.

Hodnocení čínských investic v ČR z projektu „Pás a stezka“ (M. Zeman)

Výrazná část české populace nemá na hodnocení investičního projektu „Pás a stezka“ žádný názor (38 %) (=slyšeli o něm poprvé až v rámci výzkumného šetření), dalších 30 % z nich hodnotí projekt neutrálně, 20 % záporně a pouze zbývajících 14 % kladně. Výrazně více negativně vnímají uvedený projekt lidé s VŠ vzděláním (36 %).



Součty za dané odpovědi v grafu nemusí dávat vždy přesně 100 % vlivem automatického zaokrouhlení.

Q12. Jak zpětně hodnotíte čínské investice v ČR z období projektu Pás a stezka po roce 2016, který v ČR zaštiťoval tehdejší prezident Miloš Zeman?

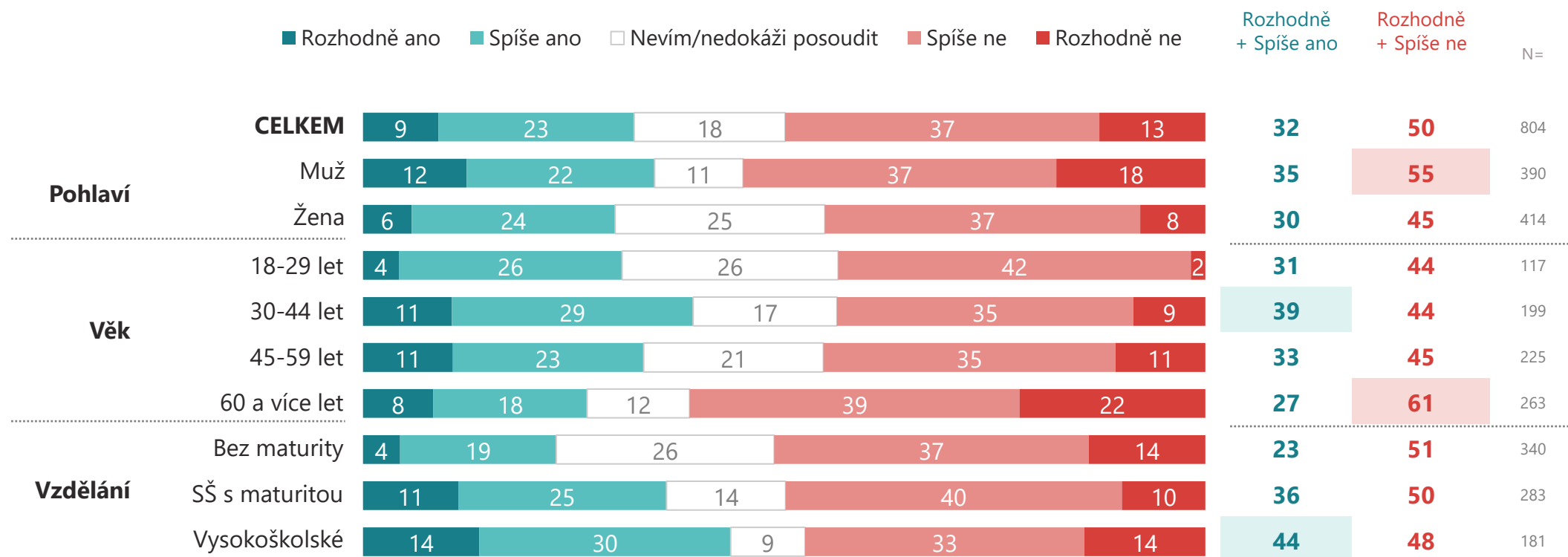
Iniciativa Pás a stezka, někdy označovaná jako Nová Hedvábná stezka, je masivní čínský globální infrastrukturní a investiční projekt, který byl oficiálně zahájen v roce 2013.

Báze: Všichni respondenti, n=804 [údaje v %]



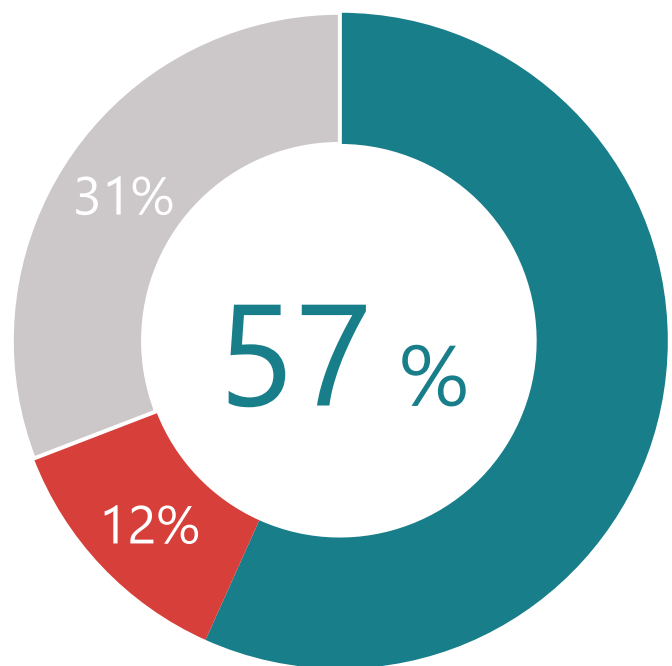
Vnímání ČLR jako bezpečnostní hrozby pro ČR

Čínu nevnímá jako bezpečnostní hrozbu polovina Čechů, naopak, pro 32 % z nich Čína takovou hrozbou je (ale pouze pro 9 % z nich „rozhodně ano“). Častěji vnímají Čínu jako hrozbu lidé ve věku 30-44 let (39 %) a s VŠ vzděláním (44 %), nejméně pak lidé ve věku 60 a více let (61 % nesouhlasí).

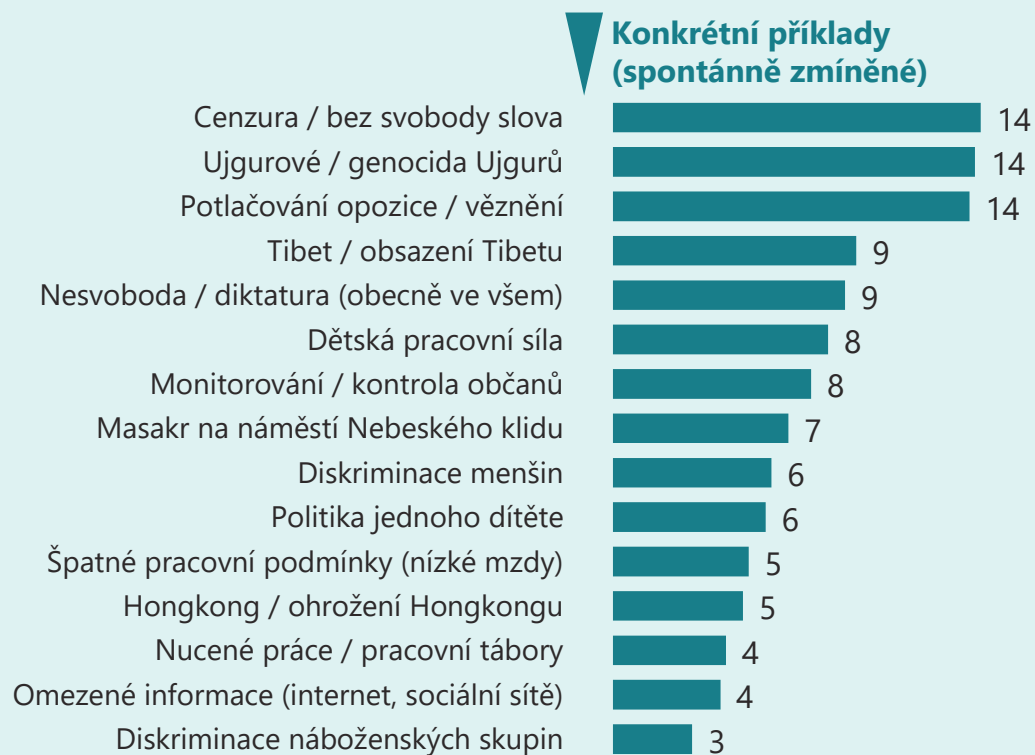


Povědomí o porušování lidských práv v ČLR (konkrétní příklady)

Asi 57 % dospělých Čechů má povědomí o případech porušování lidských práv v ČLR. Jako konkrétní případy nejčastěji spontánně uvádějí: 1. Cenzura / bez svobody slova (14 %), 2. Ujgurové / genocida Ujgurů (14 %) anebo 3. Potlačování opozice / věznění (14 %).



■ Ano ■ Ne ■ Nejsem si jistý/á

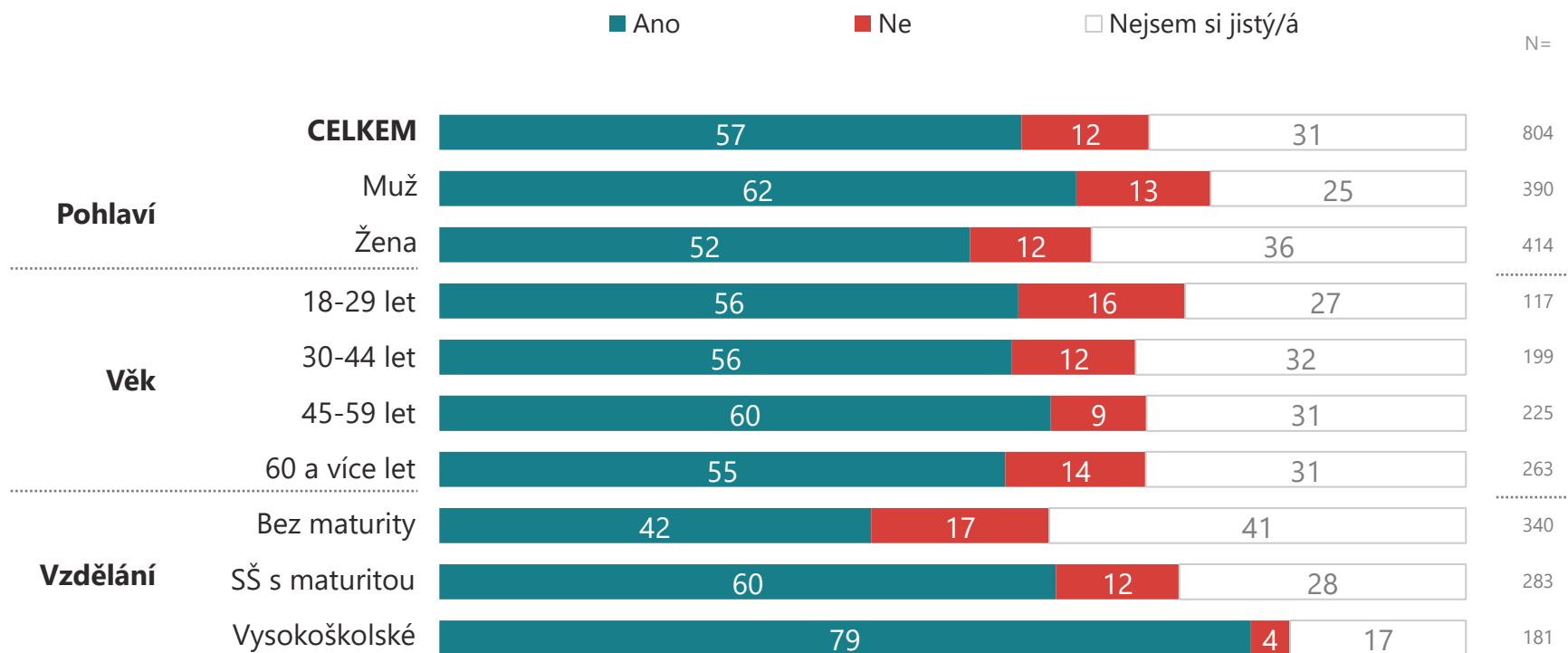


Q14. Jsou vám známy některé případy porušování lidských práv v ČLR?
Báze: Všichni respondenti, n=804 [údaje v %]

Q15. A jaké konkrétní případy porušování lidských práv v ČLR si vybavujete?
[SPONTÁNNÍ ODPOVĚĎ – MOŽNOST UVÉST VÍCE ODPOVĚDÍ]
Báze: Mají povědomí o porušování lidských práv v ČLR, n=456 [údaje v %]

Povědomí o porušování lidských práv v ČLR – detailně

Asi 57 % dospělých Čechů má povědomí o případech porušování lidských práv v ČLR. Výrazně vyšší povědomí deklarují lidé s VŠ vzděláním (79 %), případně muži (62 %), naopak, nejnižší povědomí o daném tématu mají lidé bez maturity (42 %).



Q14. Jsou vám známy některé případy porušování lidských práv v ČLR?
Báze: Všichni respondenti, n=804 [údaje v %]

Součty za dané odpovědi v grafu nemusí dávat vždy přesně 100 % vlivem automatického zaokrouhlení.

Hlavní kontakty



Realizátor výzkumu



Jan Burianec
Client Service Manager

+420 776 179 823
burianec@stemmark.cz

STEM  MARK

Smrčková 2485/4
180 00 Praha 8

www.stemmark.cz
linkedin.com/company/stemmark
facebook.com/stemmark