

# Snídaně pro Peking

## Češi učí Čiňany zdravě snídat. Klára Dlouhá rozjela obchod s ovesnými vločkami, David Vichra zase s domácím jogurtem

Klára Dlouhá žije a pracuje v Pekingu už asi sedm let. V Číně se jí líbí, ale jedna věc jí na novém domově postupně čím dál víc vadila. Směs ovesných vloček a sušeného ovoce, německy müsli, kterou je z domova zvyklá spolu s mlékem každý den snídat, se v místních obchodech prodává za nehorázné peníze. Spolu s čínskou kamarádkou Anitou Čangovou se tedy rozhodla dělat si ji sama a lidem, jako je ona, ji prodávat za rozumnou cenu. Tak vznikla obchodní značka Miss Muesli. Aniž to dvě mladé ženy předpokládaly, evidentně trefily díru na trhu - v pekingském obchůdku se s kolegyní nezastaví a müsli posílají i do čínských měst v okolních provinciích.

Prekvapivé bylo hlavně zjištění, že ovesné vločky s ovocem chutnají nejen cizincům, ale čím dál víc i Čiňanům. „Původně jsem sem přijela učit se čínsky. Pracovala jsem ve vzdělávání, v managementu a administrativě. Teď na plný úvazek míchám müsli,“ říká Dlouhá. Inspirací se jí stal český Mixit, tedy firma, která si v Česku postavila úspěšný byznys na tom, že si namícháte přesně takové müsli, jaké chcete. „Potravina, kterou doma považujeme za poměrně základní, je tady v Číně luxusní věc, kterou si ne všichni můžou dovolit. Dostane se jen v zahraničních supermarketech a i ty nejlevnější druhy jsou tu strašně předražené,“ vysvětluje Dlouhá, co ji k založení vlastní značky s dostupnými cenami vedlo.

Česko-čínské podnikatelské duo se svůj obchůdek rozhodlo umístit do chu-tchungu, tradiční pekingské úzké a nízké kamenné uličky ve staré části města. V jedné takové nedaleko lamaistického chrámu Jung-che sídlí obchod i sklad firmy Miss Muesli, kam si lidé mohou přijít koupit snídaňovou směs a odkud zároveň firma expeduje objednávky provedené přes internet. Obchod otevřela Dlouhá s kolegyní vloni v říjnu, tedy zhruba před pěti měsíci. „Jde to dobře. Obě nás bolí ruce z míchání a krájení. Původně jsme to zaměřily na cizince žijící v Pekingu. Od kamarádků jsem věděla, že by to ocenili. Všechno jsme měli jenom v angličtině. Ale na WeChatu (nejpoužívanější čínská sociální síť - pozn. red.) jsme postupně zjistily, že máme stále víc čínských zákazníků. Udělaly jsme tedy strán-



**MISS MUESLI.** Klára Dlouhá si založila v Číně výnosný byznys. Prodává balení ovesných vloček a sušeného ovoce.

ky i v čínštině a čínských zákazníků přibývá. To jsme vůbec nečekaly,“ říká k tomu Dlouhá. O novém obchůdku v chu-tchungu začaly referovat i místní časopisy. Letos v únoru o Miss Muesli napsal článek dokonce i list China Daily, anglicky psaný týdeník, který se dá sehnat třeba ve velkých hotelech nebo na palubách letadel. „Nedělaly jsme vůbec žádný marketing směrem na Čiňany. Trend zdravé výživy tu začíná sílit. Hodně mladých lidí bylo v zahraničí a tam müsli objevili. A po návratu sem měli stejný problém jako my,“ říká Dlouhá.

### MÍSTO KNEDLÍKŮ VLOČKY

Ovesné vločky se sušeným ovocem alias müsli jsou vynálezem švýcarského lékaře Maxmiliana Birchera-Bennera, který je odkoukal při jedné túře v Alpách a pak jimi kr-

mil své pacienty v nemocnici. Müsli s mlékem by se tedy dalo označit za švýcarskou snídani. Zato tradiční čínská snídaně není příliš zdravá - má hlavně zasytit na celý den. Tvoří ji smažené těstovité tyčinky jou-tchiao, knedlíky pao-c' plněné masem, různé hutné polévky. „Pro cizince to moc není. A Čiňané své návyky také pomalu mění. Chtějí do sebe dostat i ráno něco zdravého,“ říká Dlouhá. „Vypadá to, že jsme první. Máme plno práce,“ pochvaluje si. A jak to dělá, že má müsli levnější než konkurence? „Müsli, co se tu prodává v obchodech, je z dovozu. Je to pětikrát dražší než třeba v Německu. To úplně nejlevnější suché müsli, co stojí v německém Aldi euro padesát, tu prodávají za šest sedm eur. Nemí těžké to dělat levně. My máme přes třicet ingrediencí. Něco bereme v Číně, něco v zahraničí, vločky třeba z Ruska. Nejsme nejlevnější. Ale v naší

# nejlepší Blogy

uplynulého týdne

*kvalitě rozhodně ano. Kvalitní müsli z Austrálie nebo USA jsou tu strašně drahá. Nemáme takovou marži. Naše náklady jsou malé,*“ vysvětluje podnikatelka. Čtyřsetgramová balení vložek s ovocem prodává Miss Muesli za 35 jüanů za kus (asi 140 korun), třičtvrtěkilové pak za 58 jüanů (240 korun).

O slečnách z Miss Muesli se píše, a jelikož vystihly určitou módní vlnu, mohly by si za své výrobky říci i víc a lidé by je nejspíš stejně kupovali. „*Je to ruční výroba, butik müsli, módní věc. Mohlo by se to prodávat draž. Ale to by pak ztratilo tu myšlenku, že už je tu dost drahých müsli,*“ směje se Dlouhá. O číslech zatím moc mluvit nechce. Zatímco v počátcích měli za měsíc desítky klientů, nyní jsou to stovky a v létě to budou tisíce, uvažuje Dlouhá a její partnerka Čangová. V plánu je i expanze do dalších měst, pokud vše půjde jako doposud. „*Tohle je takové ořukávání. Máme zákazníky i jinde. Ale krok za krokem. Až dobudem Peking, tak se třeba vrhnem na Šanghaj,*“ dodává Dlouhá.

## JOGURT S PŘÍBĚHEM

Dalším Čechem, který se v Pekingu veze na vlně zdravé výživy, je David Vichra. Založil tu značku BeYogurt. Jak je dnes zvykem, Vichra má ke svému produktu dobrou story - Číňanům prodává přírodní jogurt po-

*tů měsíčně, což je ještě ruční výrobou zvládnutelné, ale díky obrovskému zájmu a dobrým kontaktům a otevřeným dveřím do velkých řetězců zakládáme nyní výrobu ve městě Čching-tao, kde bychom se díky linkové výrobě a již získaným certifikacím mohli během letošního roku dostat na širší čínský trh,*“ popisuje Vichra své jogurtové podnikání. „*Největším naším problémem je hledání investorů. Zájem je díky silné střední třídě a poptávce po čerstvých produktech veliký, ale kromě financí hledáme investory, kteří budou schopni svými znalostmi přispět k dalšímu rozvíjení firmy,*“ dodává.

Ačkoli Číňané své chutě mění celkem pomalu, trend posunu ke zdravému životnímu stylu si uvědomují i velcí hráči. V roce 2012 koupil čínský gigant Bright Food 60procentní podíl ve firmě Weetabix, druhém největším výrobci cereálií ve Velké Británii. Letos čínská firma oznámila, že se chystá koupit i zbytek. Vstup Bright Food do firmy vedl k vytvoření nových výrobků udělaných na míru čínské chuti - třeba cereálií s příchutí zeleného čaje. Gigant Bright Food se svými masově produkovými krabicemi cereálií však cílí na trochu jinou klientelu než ručně míchané müsli z butiku. Podle článku britského deníku Financial Times z loňského léta v Číně trhu s hotovými snídaněmi dominují firmy Nestlé ze Švýcarska a General Mills z USA.

Zatímco v počátcích byly za měsíc desítky klientů, nyní jsou to stovky a v létě to budou tisíce, uvažuje Dlouhá a její partnerka Anita Čangová.

dle receptu, který ho naučila babička a který byl zvyklý jíst od dětství v jihočeské vesnici, z níž pochází. Vichrův jogurt se hodí k ovsným vločkám, a obě firmy tedy logicky spolupracují.

Stejně jako Dlouhá ani Vichra není původním povoláním obchodník, pracuje ve stavebnictví. Nejdříve si v Pekingu otevřel kavárnu pro cizince. Pak pro kavárnu hledal rozšíření produktů a vzpomněl si na jogurt od babičky. „*Zatím jde pouze o tisíce jogur-*

*Čínská fascinace zdravým jídlem má ale i své prozaičtější důvody než jen kopírování životního stylu Západu. Od skandálů s otrávenými potravinami, zejména toho s kojeneckým mlékem v roce 2008, jsou Číňané k některým druhům potravin extrémně nedůvěřiví. Mléko a mléčné produkty dovážejí z Austrálie, z Nového Zélandu, ale také z Evropy.* |

PETR HORKÝ • horky@mf.cz

## Vláda nad státními podniky jako „casus belli“

Připusťme, že se dosud nevyskytl jediný dokumentovaný případ, kdy by Andrej Babiš nutil firmy v gesci jím řízeného ministerstva financí k jakýmkoli nepravostem.

Makrooko  
Miroslava  
Zámečnicka



## „Odyssea 2015“

To, že se do ruky, která mě krmí, nemá kousat, ví každé dítě na této planetě a ví to jistě i nový řecký hrdina Tsipras.

Nekorektní  
souvislosti  
Pavla Párala



## Zeman prohlásil...

Za vším tkví odhodlání prezidentů stát se tatíčkem národa a úplně stejné odhodlání voličů toho tatíčka najít, nebo se vůči němu alespoň vyhranit.

První Poslední  
Petra Weikerta

