

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Filozofická fakulta

Katedra ázijských štúdií

BAKALÁRSKA PRÁCA

**Analýza vývoja slovensko-čínskych obchodných vzťahov v kontexte vinárskeho
priemyslu**

The analysis of the Slovak – Chinese trade relations in terms of wine industry

OLOMOUC 2017 Lucia Ďurajková

Vedúci práce: Bc. Martin Lavička, MA

(podkład zo STAGu)

Čestne vyhlasujem, že bakalársku prácu som vypracovala samostatne a uviedla som všetky použité pramene a literatúru.

V Olomouci dňa 25.4.2017

.....
Lucia Ďurajková

Anotácia

Lucia Ďurajková

Katedra Ázijských štúdií, Filozofická fakulta, Univerzita Palackého v Olomouci

Názov: Analýza vývoja slovensko-čínskych obchodných vzťahov v kontexte vinárskeho priemyslu

Vedúci práce: Bc. Martin Lavička, MA

Počet strán: 58

Počet príloh: 1

Bakalárska práca sa zaoberá otázkou obchodných vzťahov medzi Slovenskou republikou a Čínou v oblasti vinárskeho priemyslu. Na základe teoretických podkladov týkajúcich sa historického kontextu pestovania viniča na Slovensku a preštudovaním legislatívy zameranej na export alkoholických nápojov z Európy do krajín tretieho sveta, je možné zhodnotiť podmienky pre export slovenského vína do Číny. Na analýzu vývoja slovensko-čínskych vzťahov v tejto oblasti poslúžia rozhovory s odborníkmi z praxe. Cieľom empirickej časti bakalárskej práce je zhodnotiť aktuálnu situáciu obchodného partnerstva a stanoviť potenciálne vyhliadky spolupráce do budúcnosti.

Kľúčové slová: vinársky priemysel, export vína, čínsky trh, slovenské víno

This Bachelor thesis deals with trade relations of Slovakia and China in terms of wine industry. The first part introduces the historical background of wine growing in both mentioned regions, as well as discusses the formal requirements of wine export from European Union to Asian countries. According to these facts it is possible to state conditions under which can be Slovak wine exported to China. The empirical part is focused on the development of trade relations in this field of commerce. It is accompanied with a field research in form of qualitative interviews with several experts from wine industry. The aim of this Bachelor thesis is to evaluate the current situation of commerce between Slovakia and China and to define prospect of this cooperation.

Key words: wine industry, wine export, Chinese market, Slovak wine

Ďakujem môjmu školiťovi Bc. Martin Lavička, M.A. za jeho odborné vedenie a metodickú pomoc poskytnutú pri písaní tejto bakalárskej práce.

Moja nevýslovná vďaka patrí taktiež obchodnému riaditeľovi Vinárskych závodov Topoľčianky Samuelovi Waldnerovi za sprostredkovanie osobnej návštevy vinárstva Chateau Topoľčianky spojenej s odborným výkladom v oblasti exportu slovenských vín na čínsky trh. Veľmi si vážim cenné informácie z osobných skúseností, pomoc pri spracovávaní empirickej časti bakalárskej práce a čas, ktorý mi ochotne venoval.

V neposlednom rade sa chcem poďakovať všetkým respondentom, hlavne pani Likavcovej, za prejavovaný záujem a hodnotné informácie, ktoré boli obrovským prínosom pri písaní tejto práce.

Obsah

Anotácia	4
Zoznam obrázkov	8
Zoznam tabuliek	8
Zoznam grafov	8
Zoznam skratiek	9
1. Úvod	10
2. Metodológia práce	11
2.1. Výskumná otázka	11
3. História pestovania viniča hroznorodého	12
3.1. História vinohradníctva na Slovensku	12
3.2. História pestovania viniča v Číne	15
4. Rozdelenie vinárenských oblastí Slovenska	18
4.1. Malokarpatská vinohradnícka oblasť	20
4.2. Južnoslovenská vinohradnícka oblasť	21
4.3. Nitrianska vinohradnícka oblasť	22
4.4. Stredoslovenská vinohradnícka oblasť	23
4.5. Východoslovenská vinohradnícka oblasť	24
4.6. Vinohradnícka oblasť Tokaj	25
5. Pravidlá pre obchod s vínom v Novom Svete	27
5.1. Ustanovenia pre export vína do Číny	28
5.2. Špecifické požiadavky na označovanie dovážaných vín	30
6. Empirická časť	31
6.1. Priebeh prieskumu	31
6.2. Charakteristika čínskeho spotrebiteľa	31
6.3. Vplyv farby a značky na výber vína	31
6.4. Čínsky preklad slova červené víno	32
7. Rozvoj slovensko-čínskych obchodných vzťahov	33
7.1. Samuel Waldner – Chateau Topoľčianky	35
7.2. Kristína Likavcová – Karpatská Perla	38
7.3. MOVINO, spol. s r. o.	41
7.4. Karol Šebo - Víno Nitra	42
7.5. Hubert J.E.	44
7.6. Vyhliadky slovensko-čínskej spolupráce v oblasti vinárstva	45

Záver.....	48
Resume.....	50
Zoznam použitej literatúry.....	51
Príloha č.1.....	54

Zoznam obrázkov

Obrázok 1 Keltská nádoba na víno, Devín, prelom letopočtov zdroj: autor, Múzeum vinohradníctva v Bratislave, 2017	12
Obrázok 2 Nádobý, poháre, misky, naberačky a cedidlá na víno, 1.-4. Storočie Zdroj: autor, Múzeum vinohradníctva v Bratislave	13
Obrázok 3 Rímska amfora na víno, 2. - 3. Storočie Zdroj: autor, Múzeum vinohradníctva v Bratislave	13
Obrázok 4 Vinohradnícke oblasti Slovenského vinohradníckeho regiónu.....	18
Obrázok 5 Malokarpatská vinohradnícka oblasť <i>Malokarpatská vinohradnícka oblasť</i> [online]. Slovenské víno: ©2017 [cit. 25.4.2017]. Dostupné z: http://www.slovakwines.com/malokarpatska/	20
Obrázok 6 Južnoslovenská vinohradnícka oblasť.....	21
Obrázok 7 Nitrianska vinohradnícka oblasť	22
Obrázok 8 Stredoslovenská vinohradnícka oblasť	23
Obrázok 9 Východoslovenská vinohradnícka oblasť	24
Obrázok 10 Vinohradnícka oblasť Tokaj	25
Obrázok 11 Zlatá medaila z prvého ročníka medzinárodnej súťaže VINOFORUM CHINA Zdroj: príspevok na sociálnej sieti FB uverejnený 17.10.2016 oficiálnym užívateľským účtom spoločnosti	42

Zoznam tabuliek

Tabuľka 1. Plochy zaregistrovaných vinohradov podľa vinohradníckych oblastí k 31.12.2016 (ha) MERA VÁ, Eva. <i>Vinič hroznorodý, hroznové víno. Situačná a výhľadová správa k 31.7.2016</i> . Bratislava: VÚEPP, 2017. ISBN 978-80-8058-564-8	19
Tabuľka 2 Odrodová skladba (hlavné odrody) vinohradov k 31.7.2016 (%).....	26

Zoznam grafov

Graf 1 Plochy zaregistrovaných vinohradov vytvorené autorkou BP podľa údajov uvedených v predošlej tabuľke	19
Graf 2 Odrodová skladba (hlavné odrody) vinohradov k 31.7.2016 (%) vytvorené autorkou BP podľa údajov uvedených v predošlej tabuľke.....	26

Zoznam skratiek

CEO – *chief executive officer* – generálny riaditeľ

CIQ - *China Entry-Exit Inspection and Quarantine Bureau* : 出入境检验检疫局 (chūrùjìng jiǎnyàn jiǎnyì jú) – Čínsky inšpekčný úrad

EU SME – *European Union Small and medium-sized enterprise* – Centrum EU pre malých a stredných podnikateľov

Ltd. - *limited liability company* – spoločnosť s ručením obmedzeným

PR – *Public relations* - aktivity organizácie voči verejnosti

ÚKSÚP - Ústredný kontrolný a skúšobný ústav poľnohospodársky

ZVHV - Zväz výrobcov hrozna a vína na Slovensku

1. Úvod

Mám víno ve džbánu a je ho víc než dost.

Kdo mi však bude dělat společnost?

Měsíci, pojd' blíž — připiju ti,

možná ti víno přijde k chuti!

Můj stín se s námi taky pobaví —

přátelé, už jsme tři, tak na zdraví!

Li Bai (701-762)

Slovami básne jedného z najznámejších čínskych poetov Li Bai by som rada začala túto bakalársku prácu, ktorá sa venuje azda najznámejšiemu alkoholickému nápoju – vínu. Nielen v čínskej kultúre, no dá sa povedať že v celosvetovej mierke má svoje postavenie a je bežnou súčasťou spoločenského života všetkých sociálnych vrstiev. Ako úryvok básne naznačuje, najlepšie si ho vychutnáme v kruhu priateľov. V minulosti sa spájal alkohol s rôznymi rituálmi, či náboženskými obradmi, no dnes ho poznáme skôr ako spoločníka rôznych spoločenských udalostí. V čínskej kultúre má svoje významné postavenie a je prítomný takmer pri všetkých obchodných jednaniach, ale aj pri bežnom posedení pri večeri. Hovorí sa, že Číňanom chýba enzým štiepiaci alkohol, no tento deficit nahrádzajú pravidelným tréningom.

V čínskej gastronómii nemá alkohol vyrobený z hrozna až takú tradíciu ako alkohol vypálený z ryže či kukurice. Najobľúbenejším z alkoholických nápojov je teda silno aromatická pálenka, ale keďže Čína nie je uzavretá krajina, pod vplyvom západných kultúr sa čoraz väčšej obľube teší aj víno či pivo. Víno sa postupne z nápoja, ktorý bol jedným zo znakov spoločenského statusu dostalo do zorného poľa širokej verejnosti, s čím súvisí narastajúca spotreba vína v tejto krajine. So zvyšujúcim sa dopytom po kvalitných vínach sa otvára priestor pre zahraničných exportérov, ktorí sú schopní na trh ponúknuť tento luxusný tovar. Slovensko je síce malá krajina, no v oblasti vinárenského priemyslu má svoje významné postavenie. V celkovom objeme produkcie nemôžeme ani zďaleka konkurovať najväčším producentom vína ako sú Francúzsko, Španielsko či Taliansko, no kvalitou slovenských vín sa im často krát vyrovnáme. Slovenské vína žnú na medzinárodných výstavách a veľtrhoch jeden úspech za druhým. V poslednom desaťročí sledujeme postupný nárast záujmu o naše vína aj zo strany čínskych obchodníkov, čo je známkou toho, že sa vína dokázali presadiť už aj na čínskom trhu.

2. Metodológia práce

Táto bakalárska práca sa bude zaoberať analýzou vývoja slovensko-čínskych obchodných vzťahov v kontexte vinárskeho priemyslu. Pre jej komplexné vypracovanie je nevyhnutné sledovať danú situáciu z dlhodobého hľadiska, aby sa dali vyvodit' predpoklady takejto spolupráce do budúcnosti. Začiatok práce je venovaný literárnej rešerši zameranej na informácie týkajúce sa histórie pestovania viniča na Slovensku a v Číne. Ďalej nasleduje zhodnotenie aktuálnej situácie v oblasti vinohradníctva na Slovensku. Pokračovať sa bude stručnou charakteristikou cieľovej skupiny, a teda čínskych obchodníkov či spotrebiteľov. Všetky tieto aspekty sú súčasťou vývoja obchodných vzťahov a majú markantný dopad na ich plynulý vývoj.

Empirická časť bude venovaná prevažne všeobecným informáciám, bez konkrétnych záverov. Jej súčasťou je kontakt so Štatistickým úradom Slovenskej republiky, ktorý každoročne aktualizuje štatistiky a databázy vybraných oblastí. Štatistický úrad Slovenskej republiky umožňuje občanom vstúpiť do on-line systému, v ktorom sú voľne dostupné informácie ohľadom importu a exportu takmer všetkých komodít. Tieto položky sú rozdelené podľa špecifických kódov. Pre víno z čerstvého hrozna, vrátane vína obohateného alkoholom sa používa označenie 2206. Podľa tohto kódu je možné dohľadať informácie o exporte do jednotlivých krajín rozdelené na konkrétne časové jednotky (mesačne, ročne). Sekcia poskytovania štatistických produktov a služieb poskytuje aj ďalšie informácie, prostredníctvom online žiadostí. Možno je taktiež komunikácia s pridelenými zamestnancami tohto sektoru prostredníctvom elektronickej pošty, ktorú plánujem počas zberu informácií využiť.

2.1. Výskumná otázka

Cieľom empirickej časti je zodpovedať otázku, či má slovensko-čínska obchodná spolupráca v oblasti vinárskeho priemyslu perspektívu do budúcnosti. V tejto bakalárskej práci bol aplikovaný kvalitatívny výskum, počas ktorého boli oslovené jednotlivé vinárstvá s prosbou o vyplnenie dotazníka a poskytnutie interview. Rozhovory s odborníkmi z praxe, hlavne obchodnými zástupcami najväčších vinárskych spoločností, ako aj prezidentom Slovensko-Ázijskej obchodnej komory boli zamerané na atribúty spojené s vývozom slovenského vína do Číny. Analýzou vývoja obchodných vzťahov jednotlivých vinárstiev bude možné zhodnotiť aktuálnu situáciu a potenciálne vyhliadky do budúcnosti.

3. História pestovania viniča hroznorodého

V minulosti sa pestovalo mnoho plodín slúžiacich na obživu ako ryža, kukurica, žito. „Na základe archeologických zdrojov možno predpokladať, že vinič sa pestoval už v období asi 4000 rokov pred našim letopočtom. Presný spôsob výroby vína v jej začiatkoch nie je známy, no civilizácia zrejme iba zjemnila to, čo je prirodzeným procesom.“ (Stevenson, 1998, 8) Aj keď technologický vývoj nemožno zastaviť, mnohé úkony pri výrobe vína sa do dnešných čias vykonávajú ručne. Môžeme povedať, že pokrok nie len vo výrobe, ale aj v spôsobe uskladnenia vína. Výskum Louisa Pasteura v oblasti kvasenia v 19. storočí viedol k tomu, že sa výroba vína rozvinula na priemysel uvádza Stevenson. Pestovanie hrozna na víno sa oddávna spája s dnešným Francúzskom, no nesmieme zabúdať ani na Taliansko a Nemecko. V súčasnosti sa vinič pestuje nie len vo všetkých krajinách Európy, ale pestovanie sa rozvíja už aj v Južnej Amerike a v niektorých oblastiach Afriky a dokonca aj v Ázii.

3.1. História vinohradníctva na Slovensku

Priaznivé prírodné a klimatické podmienky na Slovensku sú jedným z najdôležitejších predpokladov vzniku bohatej vinohradníckej tradície na tomto území. Zo záznamov v Múzeu vinohradníctva v Bratislave sa dozvedáme, že vinič hroznorodý existoval pred dobou kriedovou a jeho najstarším typom zachovaným v Európe je vinič divý lesný z obdobia treťohôr.

Kelti sa považujú za prvých obyvateľov dnešného Slovenska, ktorí už v 7. storočí p. n. l. pestovali vinič hroznorodý. Jeho plody používali na výrobu fermentovaných nápojov. Známkou toho, že sa vinič pestoval ešte pred príchodom Rimanov je nález siedmych vinohradníckych nožov, ktoré s najväčšou pravdepodobnosťou slúžili na obrábanie viníc a hlinená nádoba na víno zo 7. a 6. storočia p. n. l.. Kelti poznali účinok skvasenej šťavy z bobúľ hrozna a víno vyvážali na sever ako luxusný tovar. Medzi ďalšie objavy patria nálezy keramických, kovových či sklenených nádob a vinohradníckych nástrojov ako sú nožnice či motyky.



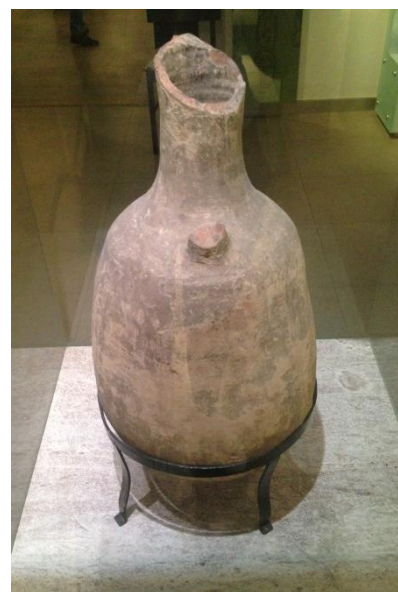
Obrázok 1 Keltská nádoba na víno, Devín, prelom letopočtov
zdroj: autor, Múzeum vinohradníctva v Bratislave, 2017

Tieto nálezy sú dostupné k nahliadnutiu v Múzeu vinohradníctva v Bratislave. Vinárenská tematika sa objavovala aj na maľbách a reliéfoch, ktoré zachytávali bežný rok vo vinohrade, s ním spojené slávnosti a popíjanie vína.



Obrázok 2 Nádobý, poháre, misky, naberačky a cedidlá na víno, 1.-4. Storočie
Zdroj: autor, Múzeum vinohradníctva v Bratislave

Príchodom Rimanov, ktorí mali víno vo veľkej obľube, nastáva výsadba vinohradov na území Malých Karpát. Z interných zdrojov Zväzu výrobcov hrozna a vína na Slovensku sa dočítame, že Rimania so sebou priniesli rôzne ušľachtilé druhy viniča hroznorodého. Začiatky pestovania viniča na území Slovenska sa teda pripisujú hlavne rímskemu cisárovi Marcovi Auréliovi Probovi, ktorý počas svojho panovania vydal príkaz legionárom na západnom Slovensku vysádzať vinice. Rozvoj vinárstva a vinohradníctva bol v minulosti podporovaný aj cirkvou. Zo someliarskeho kurzu usporiadaného Vinárenským inštitútom v Bratislave sa ďalej dozvedáme, že kláštory zohrávali významnú úlohu pri vysádzaní viniča hroznorodého a výrobe vína, ktoré sa používalo hlavne pri bohoslužbách. V tomto období vznikajú v kláštoroch a farnostiach aj tzv. podzemné knižnice „Bibliotheca subterranea“, ktoré slúžili na dozrievanie vína v dubových, alebo agátových sudoch. Takéto pivnice slúžili na úkryt ľudí a majetku počas vpádu Tatárov v 13. storočí. Plienenie dochádza najmä na území Malých Karpát, čoho následkom je spustošenie drvivej väčšiny vinohradov, uvádzajú zdroje uložené v Múzeu vinohradníctva v Bratislave.



Obrázok 3 Rímska amfora na víno, 2. - 3. Storočie
Zdroj: autor, Múzeum vinohradníctva v Bratislave

Vinári sa postupne spamätali z ničivých pustošení a vďaka priaznivým opatreniam panovníkov zažíva vinohradníctvo na našom území opäť rozmach. Prelomovým dokumentom sa stalo bratislavské mestské privilégium Ondreja III z roku 1291, ktoré oslobodzovalo mešťanov od platenia poplatkov z viníc, nielen tých vysadených, ale aj plánovaných. (Horvát, 1991, 1-14) Ďalšie zmeny nastali aj v oblasti predaja. Vinári mohli predávať prebytky vína vo svojich domoch, dvoroch, podchodoch i pod viechami. Za najstaršiu vinohradnícku obec na Slovensku považujeme Bratislavu, ktorá mala mimoriadne postavenie predovšetkým kvôli Dunajskej obchodnej ceste. Vďaka tejto strategickej polohe sa obchod s vínom stáva rentabilným. „Do konca 15. storočia vznikajú vinohradnícke cechy, právo výčapu a dedia sa zvyky pestovania a výroby vína.“ (ZVHV).

Ako sa zo zdrojov Múzea vinohradníctva v Bratislave dozvedáme, zlatým obdobím vinohradníctva na Slovensku bolo 18. storočie za vlády Márie Terézie a Jozefa II. Obrovský úspech zaznamenala dnešná tokajská vinohradnícka oblasť, ktorá so svojimi špecifickými vínami nemala vo svete konkurenciu. Vinohradnícka oblasť Tokaj sa v roku 1730 stáva prvou oblasťou, kde sa zrodila vôbec prvá apelácia vína. Jedná sa o kontrolované označenie vína viazané na konkrétne pestovateľské územie. Stáva sa tak 100 rokov pred prvým klasifikačným systémom v Bordeaux. (Nyizsalovszki, 2007, 220)

Začiatkom 19. storočia sa vytvárajú prvé priemyselné podniky na spracovanie vína, ktoré sa zameriavajú na veľkovýrobu a obchod s vínom. Výborní obchodníci a stratégovia sa rozhodli investovať aj do prezentácie našich vín v zahraničí a postupne sa rozvíja export. Šumivé vína z našich končín dostali aj uznanie na luxusnej zaoceánskej lodi Titanic. „Tiché aj šumivé vína značky Chateau Palugyay postupne od roku 1863 pili aj panovníci v Japonsku, turecký sultán, brazílsky cisár, belgický i rumunský kráľ a samozrejme nesmeli chýbať na cisárskom dvore vo Viedni. Rozvinul sa i obchod s Mexikom a Spojenými štátmi americkými.“ (ako uvádzajú dokumenty uložené v Múzeu vinohradníctva). Avšak v tomto storočí utrpelo vinohradníctvo na Slovensku obrovské straty vplyvom škodlivých hubových chorôb múčnatky peronospóry a rozšírením škodcu fyloxéry vošky viničovej. Vinice sa museli vyklčovať vrátane koreňov a presadiť na odolnejšie odrody (Hronský, 2015, 11-12). Ani 20. storočie nebolo pre slovenské vinohradníctvo veľmi prajné. Prvá a následne aj druhá svetová vojna priniesli so sebou ničenie viníc a zásob vína. Krátko po skončení

vojny sa na území Slovenska nachádzalo len okolo 12 000 ha viníc (študijné materiály somelierskeho kurzu Vinárenského inštitútu).

Od roku 1948 sa zakladajú Jednotné roľnícke družstvá (JRD). Vplyvom kolektivizácie sa dôraz kladie na masovú produkciu bez ohľadu na kvalitu. Po roku 1989 dochádza k zmene spoločenských a majetkových pomerov a následne sa darí meniť socialistické normy uplatňované predovšetkým v JRD. V roku 1995 bol prijatý zákon o vinárstve a vinohradníctve, ktorý bol niekoľkokrát novelizovaný. Vďaka vstupu Slovenskej republiky do Európskej únie v roku 2004, bol tento zákon ešte niekoľkokrát upravovaný, aby spĺňal všetky potrebné štandardy legislatívy. Tento zákon kompletne rieši súčasnú slovenskú legislatívu ohľadom vinohradníctva na Slovensku.

V súčasnosti sa Slovenskej republike darí produkovať naozaj kvalitné vína, ktoré žnú úspech aj v zahraničí. Expozícia najlepších vín Slovenska sa nachádza v zámockých pivniciach v Pezinku. V roku 2006 sa uskutočnil prvý ročník národnej súťaže slovenských vín „Národný salón vín“.

3.2. História pestovania viniča v Číne

Napriek tomu, že Číňania nepovažujú alkohol za niečo nevyhnutné pre život, v spoločenskom živote a kultúrnom ponímaní má neprehliadnuteľný vplyv na spôsob ich života. Väčšina alkoholu sa v minulosti vyrábala z obilnín. Obchod s vínom, ktorý je úzko prepojený s politickými, ekonomickými a sociálnymi podmienkami krajiny, bol do istej miery ovplyvnený úrodnosťou daného obdobia. Fluktuácia obilných žatiev môže teda slúžiť ako barometer pre obchod s vínom. Vládnuce dynastie prispôbovali regulácie na produkciu vína s ohľadom na žatvu v daný rok, aby zabezpečili, že ľudia budú mať dostatok potravy pre život a zvyšné obilniny mohli spracovávať na omamný mok. V tradičnom ponímaní zohrával alkohol trojakú úlohu. Používal sa pri rituáloch, taktiež na zahnanie starostí a na liečenie (Li, 2010, 1-3).

História výroby alkoholu v Číne siaha až do obdobia neolitickej kultúry Yangshao, približne 4000 rokov pred n. l. Dôkazom sú archeologické nálezy hlinených nádob na výrobu a uskladnenie vína, ktoré sa používali až do začiatku vlády dynastie Xia. (Zhimin, 1988, 754-758) V tomto období ľudia postupne rozvíjali metódu fermentácie a až do vlády dynastie Zhou (1046-256 p. n. l.) sa technika výroby alkoholu natoľko zdokonalila, že vláda vytvorila špeciálny úrad na reguláciu výroby. Vzhľadom na dávne časové obdobie neexistuje veľa písomných údajov, no v roku 1979 sa

v provincii Shandong podarilo čínskym archeológom odkryť hrob Dawenkou, kde našli súbor nádob na výrobu, fermentáciu a uskladnenie vína. (Zhimin, 1988, 755-759) Výskum ukázal, že výroba alkoholu bola v tej dobe na veľmi pokročilej úrovni. Súčasťou tohto archeologického objavu boli aj nádoby na pitie vína. Neskôr sa výroba alkoholu postupne rozvíja, o čom svedčia viaceré objavy bronzových nádob

Za vlády dynastie Shang (1600-1046 p. n. l.) bolo popíjanie alkoholu úzko späté s aristokraciou, ktorá si veľmi rada užívala a viedla bujarý život. Ako sa uvádza v knihe *Chinese Wine*, na konci dynastie Shang za vlády panovníka Zhou bolo pitie alkoholu sprevádzané aj sexuálnymi hrami. Kráľ Zhou mal bazén naplnený vínom, v ktorom sa naháňali nahí muži a ženy. Takéto praktiky spoločne s celovečernými pijanskými seansami sprevádzali celé obdobie vlády tejto dynastie. Zmena nastala až po príchode dynastie Západná Zhou (1046-771 p. n. l.), ktorá sa poučila z roztopašnosti predchádzajúcej vlády a zavádza sa prvé protialkoholické nariadenie na podporu abstinencie. V tomto období sa vytvárajú aj mnohé úrady na kontrolu produkcie vína. (Li, 2010, 3-5). Pomerne striktné podmienky sprevádzajúce výrobu rozdeľovali víno do troch kategórií. Víno používané na obradné rituály sa vyrábalo pomerne krátkou fermentáciou, ostatné vína sa nechávali dozrievať dlhšie. Táto Kategorizácia naznačuje pokročilé techniky výroby už v tomto rannom období. *„Podľa informácií podávaných z generácie na generáciu sa už od 7. storočia kultivovala vínná réva s neobvyklými menami „Had“ , „Dračia perla“, a „Kobylí struk“ – v poslednom prípade sa pravdepodobne jednalo o bielu odrodu stolového hrozna.“* (Domíné, 2015, 780).

Poľnohospodársky progres dynastie Han (202-220) zvýšil produkciu obilnín a zabezpečil tak materiálny základ pre rozvoj vinárskeho priemyslu. Vďaka vývoju techniky fermentácie a rozmanitosti pestovaných obilnín sa škála výroby vína postupne zväčšuje. Rozvoj produkcie posúva víno zo stolov aristokratov aj na stoly obyčajných ľudí. Víno sa teší veľkej popularite širokej verejnosti. Nálezy nástenných malieb v provincii Shandong sú ďalším dôkazom výroby vína v tomto období. Ľudia v tejto dobe nazývali víno nebeským darom, pretože im pomáhalo v každodenných trápeniach. Postupne sa výroba vína rozvíjala a zlepšovala (Li, 2010, 6-7).

Počas vlády dynastie Sui (581-618) sa uvoľnili regulácie na produkciu vína. Výroba sa tak presúva medzi obyčajný ľud, ktorý začína s vínom voľne obchodovať. Takáto pomerne voľná výroba pokračuje až do dynastie Tang (618-907), kedy nie je v krajine iba jeden monopol na výrobu vína, ale pokračuje sa s domácou, nezdanenou

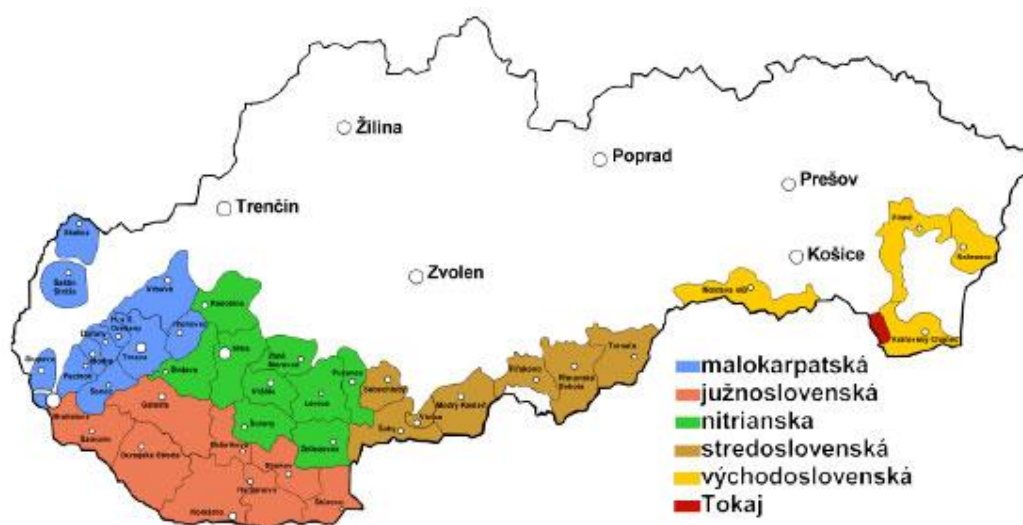
výrobou (Li, 2010, 7-9). S tematikou vína sa stretávame aj v literatúre. Jeden z najznámejších čínskych básnikov Li Bai oslavoval víno vo väčšine svojich básní.

Technológie sa v priebehu nasledujúcich dynastií postupne zlepšovali. Za vlády dynastií Ming a Qing sa do krajiny dostávajú aj zahraničné techniky na výrobu rozličných vín, no nemá to zásadný vplyv na manufaktúrnú výrobu vína v Číne. Tá je sústredená prevažne na vidieku a je charakteristická základným vybavením či nestabilnou produkciou.

Moderné vinárske dejiny Číny začínajú až v roku 1892, keď sa vládny diplomat vzdal svojej úradníckej kariéry a v oblasti Yantai vysadil vínnu révu s takmer 150 odrodami. Postupne sa v priebehu 20. storočia začínajú objavovať ďalšie vínne pivnice. Môžeme spomenúť napríklad vinice Zhangyi, založené francúzskymi misionármi v 1910, dnes známe ako Beijing Winery. Ďalším významným vinárstvom vznikajúcim v tomto období je nepochybne aj Melco, ktoré bolo založené Nemcami v meste Qingdao. Za zmienku stoja aj japonské pivnice v provincii Jiangsu. (Dominé, 2015, 780). Najvhodnejšie klimatické a geologické podmienky na pestovanie vínnej révy sa nachádzajú na polostrove Shandong a v provincii Hebei. Až počas ekonomických reforiem nastáva významný rozvoj vinárskeho priemyslu v tejto krajine.

V minulosti sa alkohol vyrábal prevažne z obilnín a iba malá časť bola vyrobená z ovocia. V dnešnej dobe sa vplyvom západnej kultúry dostáva do popredia pivo a víno. Podľa najnovších národných štandardov rozdeľujeme čínske alkoholické nápoje do troch kategórií. Sú to fermentované alkoholické výrobky, kam zaraďujeme pivo, víno, ovocné víno, čínske ryžové víno a rozmanité zmiešané vína. Ďalšiu kategóriu tvoria destilované liehoviny zahrňujúce čínsku pálenku a do tretej kategórie radíme brandy a whisky. (Li, 2010, 2)

4. Rozdelenie vinárenských oblastí Slovenska



Obrázok 4 Vinohradnícke oblasti Slovenského vinohradníckeho regiónu¹

Podľa zákona o vinohradníctve a vinárstve č. 313 z 30. júla 2009 sa územie Slovenskej republiky vysadené viničom nazýva slovenský vinohradnícky región. „Člení sa na šesť vinohradníckych oblastí, 40 vinohradníckych rajónov a 603 vinohradníckych obcí.“ (Hronský, 2014, 12) Vinohradnícke oblasti sú Malokarpatská vinohradnícka oblasť, Južnoslovenská vinohradnícka oblasť, Nitrianska vinohradnícka oblasť, Stredoslovenská vinohradnícka oblasť, Východoslovenská vinohradnícka oblasť a Vinohradnícka oblasť Tokaj. Hronský uvádza, že relatívne homogénne prostredie každej z týchto oblastí vplýva na charakter a kvalitu vín. Takmer 80 % vinohradov sa nachádza v regióne západného Slovenska, 13 % v stredoslovenskom regióne a necelých 7 % vo východnej časti republiky. Ústredný kontrolný a skúšobný ústav poľnohospodársky (ÚKSÚP), Odbor vinohradníctva a vinárstva vedie Vinohradnícky register súžiaci na evidenciu vinohradníkov, vinárov, obchodníkov a maloobchodníkov s vinárskymi produktmi.

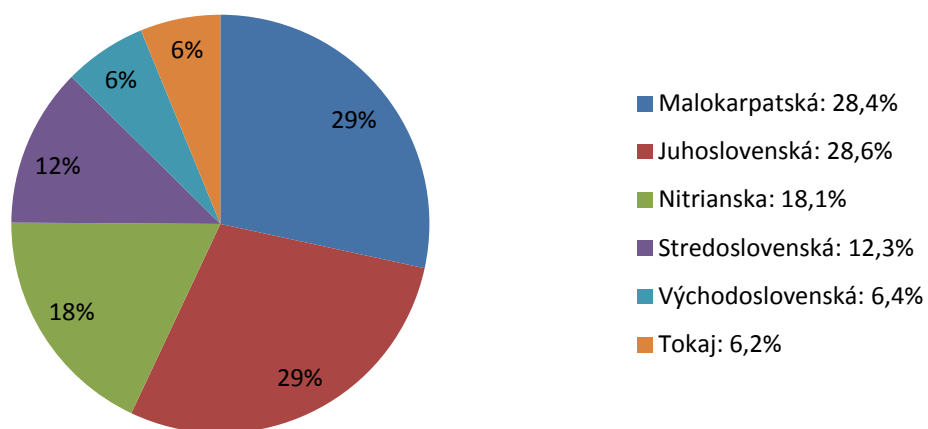
¹ Zoznam vinohradníckych oblastí Slovenska. (2016, december 13). Wikipédia, Slobodná encyklopédia. Získané 09:23, apríl 25, 2017 z [//sk.wikipedia.org/w/index.php?title=Zoznam_vinohradn%C3%ADckych_oblast%C3%AD_Slovenska&oldid=6409424](https://sk.wikipedia.org/w/index.php?title=Zoznam_vinohradn%C3%ADckych_oblast%C3%AD_Slovenska&oldid=6409424).¹

Vinohradnícka oblasť	Plocha (ha)	Podiel (%)
Malokarpatská	5004	28,4
Juhoslovenská	5031	28,6
Nitrianska	3182	18,1
Stredoslovenská	2163	12,3
Východoslovenská	1132	6,4
Tokaj	1086	6,2
SR spolu	17 598	100,00

Tabuľka 1. Plochy zaregistrovaných vinohradov podľa vinohradníckych oblastí k 31.12.2016 (ha)

MERAVÁ, Eva. *Vinič hroznorodý, hroznové víno. Situačná a výhl'adová správa k 31.7.2016*. Bratislava: VÚEPP, 2017. ISBN 978-80-8058-564-8

Plochy zaregistrovaných vinohradov podľa vinohradníckych oblastí k 31.12.2016 (%)



Graf 1 Plochy zaregistrovaných vinohradov

vytvorené autorkou BP podľa údajov uvedených v predošlej tabuľke

4.1. Malokarpatská vinohradnícka oblasť



Obrázok 5 Malokarpatská vinohradnícka oblasť

Malokarpatská vinohradnícka oblasť [online]. Slovenské víno: ©2017 [cit. 25.4.2017]. Dostupné z: <http://www.slovakwines.com/malokarpatska/>

Malokarpatská vinohradnícka oblasť je rozlohou vinogradov jednou z najrozsiahljších vinohradníckych oblastí na Slovensku. „*Historicky najstaršia oblasť pestovania viniča sa rozprestiera v juhozápadnej časti Slovenska. Vinohradnícke plochy sa nachádzajú v nadmorskej výške od 100 do 260m.*“ (Hronský, 2014, 13) Vinice sa rozprestierajú na slnkom zaliatych svahoch Malých Karpát, od Bratislavy smerom na Pezinok až po Moravské Lieskové. Táto oblasť je väčšinovým producentom hrozna na výrobu bielych vín. Hronský uvádza, že kvalitatívna rozmanitosť pôdy, svahovitosť a vhodné klimatické podmienky predurčujú toto územie na pestovanie širokej škály odrôd. Najpestovanejšou odrodou je Veltlínske zelené, Rizling vlašský a Frankovka Modrá. Vzhľadom na priaznivý charakter prostredia a iniciatívu malých vinárov nájdeme aj mnoho druhov lokálnych odrôd ako sú Pesecká leánka zo Svätého Jura či Dievčie hrozno z Kráľovej, no v pozadí neostávajú ani slovenské novošľachtence ako napríklad Dunaj, zhodnotil Lipka.

4.2. Južnoslovenská vinohradnícka oblasť



Obrázok 6 Južnoslovenská vinohradnícka oblasť

Južnoslovenská vinohradnícka oblasť [online]. Slovenské víno: ©2017 [cit. 25.4.2017]. Dostupné z: <http://www.slovakwines.com/juznoslovenska/>

Rozlohou najväčšia vinohradnícka oblasť rozprestierajúca sa na nížinných rovinách severne od Dunaja je zároveň aj najteplejšou oblasťou na Slovensku so suchým podnebím a miernymi zimami. Ako Hronský uvádza, dostatok slnečnej energie spolu s hlbokým pôdnym profilom umožňujú na chránených polohách produkovať väčší podiel výberových vín s prívlastkom najvyššej kvality. „*Miestni vinohradníci a vinári okrem novošľachtencov objavili zabudnuté odrody, napríklad Bouvierovo hrozno, Medovec, Slankamenku a Lipovinu.*“ (Hronský, 2014, 15) Zo zástupcov bielych muštových odrôd tu nájdeme Rizling vlašský, Veltlínske zelené, Pinot blanc, z modrých muštových odrôd je to Cabernet Sauvignon a Pinot Noir.

4.3. Nitrianska vinohradnícka oblasť



Obrázok 7 Nitrianska vinohradnícka oblasť

Nitrianska vinohradnícka oblasť [online]. Slovenské víno: ©2017 [cit. 25.4.2017]. Dostupné z: <http://www.slovakwines.com/nitrianska/>

Nitrianska vinohradnícka oblasť má bohatú históriu, o čom svedčia najstaršie dochované dôkazy o vinohradoch z obdobia Veľkej Moravy. Táto oblasť sa rozprestiera od Trebičského pohoria až po Považský Inovec. Pospíšilová v Ampelografii Slovenska hodnotí rozmanitosť pôdných typov, ktoré spolu s výškovými profilmi jednotlivých vinohradov a pestrými mikroklimatickými podmienkami predurčujú túto oblasť na pestovanie bohatých, odrodovo charakteristických vín, vyznačujúcich sa autentickosťou a prvotriednou kvalitou. *„Najväčší podiel hrozna však nekončí vo vínach s vysokým prívlastkom, ale v harmonických vínach s jemným buketom, z ktorých sa mnohé používajú na výrobu kvalitného šumivého vína alebo sektov.“* (Hronský, 2014, 16) Práve lokality ako Radošina, Strekov, Nitra a Topoľčianky sú miestom, kde sa vyrábajú vína svetových formátov, o ktoré prejavujú záujem aj čínsky obchodníci. Vo vinohradoch nájdeme odrody viniča s odlišnými požiadavkami na prostredie ako napríklad Müller Thurgau, Pinot Gris, Tramín červený a Pálava, uvádza Hronský. Vzhľadom na úrodné výsadby modrých odrôd Cabernet Sauvignon a Frankovka modrá na juhu oblasti, vzrástla aj výroba kvalitných ružových vín.

4.4. Stredoslovenská vinohradnícka oblasť



Obrázok 8 Stredoslovenská vinohradnícka oblasť

Stredoslovenská vinohradnícka oblasť [online]. Slovenské víno: ©2017 [cit. 25.4.2017]. Dostupné z: <http://www.slovakwines.com/stredoslovenska/>

Geologicky zaujímavá oblasť s dlhoročnou tradíciou pestovania viniča sa rozprestiera na južných svahoch Krupinskej planiny tiahnucich sa až po Gemer. Oblasť je zaujímavá pestovaním samorodého viniča, ktorý sa spracováva v domácich malovýrobníach, ale takéto vína sa na trh s vínom neuvádzajú. Novodobý trend bio produktov sa preniesol aj do výroby vína . „*Pre vysokú čistotu prírodného ekosystému sa v oblasti úspešne rozvíja ekologická produkcia hrozna a vína. Prvý zaregistrovaný biovinohrad vysadili na hone Katovka pri Modrom Kameni v roku 1998. Dnes sa certifikovaná výroba biovína sústreďuje v Modrokamenskom a Vinickom rajóne v obciach Veľký Krtíš, Modrý Kameň, Dolné Plachtince a Vinica.*“ (Hronský, 2014, 17-18).

4.5. Východoslovenská vinohradnícka oblasť



Obrázok 9 Východoslovenská vinohradnícka oblasť

Východoslovenská vinohradnícka oblasť [online]. Slovenské víno: ©2017 [cit. 25.4.2017]. Dostupné z: <http://www.slovakwines.com/vychodoslovenska/>

Najmenšia slovenská vinohradnícka oblasť sa rozprestiera na juhu Košického kraja. Ako Pospíšilová uvádza, celoročne tu prevláda kontinentálna klíma s teplým podnebím, ktorá je veľmi vďačná na pestovanie viniča. *„Stabilná mikroklima v spojení s pôdou a integrovaným ekologickým pestovaním viniča umožňujú progresívnejším vinárstvám vyrábať vína vo veľkej miere rešpektujúce miestny terroir.“* (Hronský, 2014, 19) Z pestovaných odrôd tu nájdeme Pinot gris, Pinot noir, Pinot blanc, Müller Thurgau, Tramín červený či Silvánske zelené.

4.6. Vinohradnícka oblasť Tokaj



Obrázok 10 Vinohradnícka oblasť Tokaj

Vinohradnícka oblasť Tokaj [online]. Slovenské víno: ©2017 [cit. 25.4.2017]. Dostupné z: <http://www.slovakwines.com/tokaj/>

Ide o veľmi jedinečnú a znamenitú oblasť, ktorá sa rozkladá na malom území slovensko-maďarských hraníc. Lokálne špecifické víno Tokaj, ktoré sa tu rodí má svoje významné postavenie v rebríčku svetových vín a vo svojej kategórii nemá vo svete konkurenciu. „*Slovenský Tokaj je uzavretá vinohradnícka oblasť so špecifickým odrodovým zložením výsadiieb a špeciálnou technológiou výroby vína.*“ (Hronský, 2014, 20) Kamenistá pôda sopečného pôvodu počas dňa absorbuje teplo, ktoré následne počas chladnejších nocí uvoľňuje a ohrieva tak vzduch v blízkosti dozrievajúcich strapcov. Hronský uvádza, že ďalším klimatickým faktorom ovplyvňujúcim rast viniča sú početné ranné hmly, ktoré majú pozitívny vplyv na tvorbu huby *Botrytis cinerea*. Tá je zodpovedná za špecifickú chuť tokajských vín a je preto pri procese výroby nevyhnutnou súčasťou. Víno sa uskladňuje a vyzrieva v tufových pivniciach, ktoré majú jedinečnú a stabilnú mikroklimu.

Už odpradáva sa meno tohto vína spája s mnohými historickými osobnosťami. Podľa dochovaných listín, prvé tokajské víno vyrobil v roku 1650 farár Ladislav Sepši Máté, ktorý sa mimo iné postaral aj o to, že tokajské víno spoznal francúzsky kráľ Ľudovít XIV. „*Na jeho kráľovskom dvore sa víno tešilo nesmiernej obľube a získalo titul „Vinum Regnum – Rex Vinorum“ , „Vino kráľov – Kráľ vín“.* Taktiež Uhorská

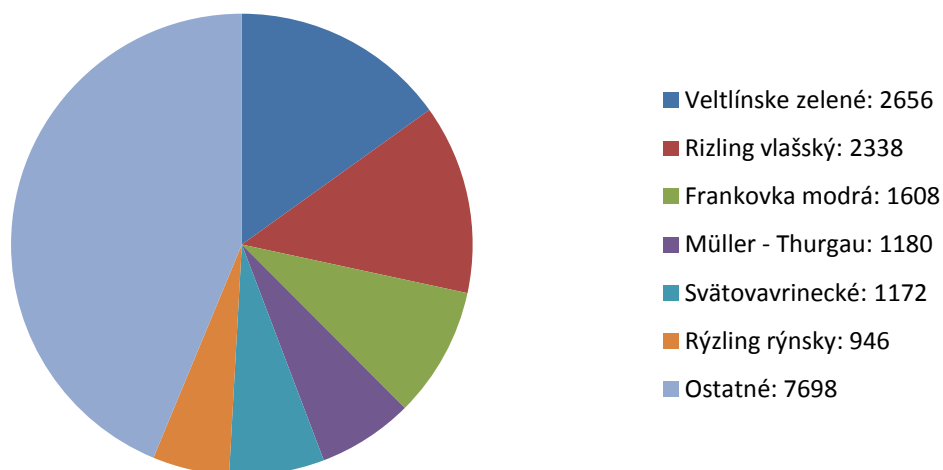
kráľovná Mária Terézia poslala víno do daru rímskemu pápežovi Benediktovi V.“ (Hronský, 2014)

Odroda	Vysadená plocha	Podiel (%)
Veltlínske zelené	2 656	15,1
Rizling vlašský	2 338	13,3
Frankovka modrá	1 608	9,1
Müller - Thurgau	1 180	6,7
Svätovavrinské	1 172	6,7
Rizling rýnsky	946	5,4
Ostatné	7 698	43,7
Spolu	17 598	100,0

Tabuľka 2 Odrodová skladba (hlavné odrody) vinohradov k 31.7.2016 (%)

MERAVÁ, Eva. *Vinič hroznorodý, hroznové víno. Situačná a výhľadová správa k 31.7.2016*. Bratislava: VÚEPP, 2017. ISBN 978-80-8058-564-8

Odrodová skladba (hlavné odrody) vinohradov k 31.7.2016 (%)



Graf 2 Odrodová skladba (hlavné odrody) vinohradov k 31.7.2016 (%)

vytvorené autorkou BP podľa údajov uvedených v predošlej tabuľke

5. Pravidlá pre obchod s vínom v Novom Svete

Pod pojmom Nový vinársky svet rozumieme krajiny mimo Európy, pre ktoré vinárstvo nie je až tak tradične späté s kultúrou daného územia. Starým svetom nazývame Európu a Stredomorie, zatiaľ čo USA, Austráliu, južnú časť Afriky, Čínu a Japonsko zaraďujeme medzi krajiny Nového sveta (Stevenson, 1998, 20). Sú to zväčša oblasti, kam sa presťahovali Európania a začali zúročovať svoje vedomosti v oblasti vinohradníctva a vinárstva. *„Využili svoje technologické know-how a potenciál tamojších terroir, v kombinácii s overenými európskymi odrodami viniča,“* (Ailer, 2016, 34) V krajinách Nového sveta zaznamenávame dynamický nárast vinohradov. Najvýznamnejší rozmach vinohradníctva prebieha v Číne, kde v relatívne krátkom časovom úseku stúpila výmera vinohradov a ďalej sa dynamicky rozširuje. Napriek rýchle rozvíjajúcej sa produkcii, spotreba vína v tejto krajine má podľa Ailera skôr stagnujúci charakter. Európa je tradičným odbytišťom a zatiaľ dominuje najväčším spotrebným trhom s vínom na svete.

Čo sa týka výroby a označovania vína sú medzi európskymi krajinami a krajinami tretieho sveta značné rozdiely. *„Európska únia je oproti krajinám Nového sveta v značnej konkurenčnej nevýhode v oblasti legislatívy. Prísne európske predpisy sa nevzťahujú na výrobky dovezené z tretích krajín. Ide o označovanie, povolené enologické praktiky, aj technológie.“* (Ailer, 2016, 34). Ako príklad môžeme uviesť pridávanie vody do vína. Zatiaľ čo v niektorých krajinách je možné pridávať vodu do vína, alebo do muštu, európska legislatíva tento proces zakazuje. Vzťahuje sa to aj na vína, ktoré sú určené na export do tretích krajín, kde sú takéto praktiky povolené. Ailer uvádza, že v krajinách tretieho sveta neexistujú pravidlá pre reguláciu nadprodukcie. Taktiež v nich nefungujú regulácie ohľadom množstva exportovaného vína, a preto sa do EU môžu dovážať vína z týchto krajín v akomkoľvek množstve.

Aj v rámci označovania vín existujú mnohé rozdiely. Jedným z nich je označovanie vína pojmom *reserva*. V krajinách EU patrí toto označenie pre červené víno zrejúce minimálne tri roky (pozn. minimálne jeden rok v drevenom sude) pred uvedením do obehu. Ailer vysvetľuje, že v krajinách Nového sveta sa toto označenie často používa už v prvom roku po zbere hrozna.

5.1. Ustanovenia pre export vína do Číny

Import vína do Číny je pomerne zložitý proces, nakoľko okrem nájdenia vhodného importéra je nutné dodržať všetky právne predpisy súvisiace s vývozom. Pre import je vhodné nájsť si spoľahlivého importéra, ktorý sa o túto legislatívu postará a celý tento zdĺhavý proces vybaví. Táto kapitola bola napísaná podľa údajov dostupných z informačných zdrojov Európskeho centra pre malých a stredných podnikateľov, ktoré sú dostupné online v anglickom jazyku.

Všetky potravinárske produkty (potraviny a nápoje) musia pred exportom do Číny získať certifikát zdravotnej nezávadnosti. Taktiež musia spĺňať konkrétne požiadavky označovania. Potraviny a nápoje dovážané do Číny musia prejsť inšpekčným úradom pre vývoz a dovoz (ďalej iba CIQ)². Tento úrad vystavuje regulácie pre označovanie dovážaných produktov, ako aj spôsob ich balenia. Svoje pobočky má na všetkých miestach vstupu do krajiny, ako sú prístavy a letiská. Všetky importované produkty musia byť označené čínskou etiketou (v rámci pevninskej Číny sa používajú zjednodušené znaky). Okrem čínskeho označenia môže etiketa uvádzať aj anglický, alebo inojazyčný ekvivalent. Cudzojazyčné etikety sú užitočné pri rozlišovaní domácich a zahraničných produktov.

Pred samotným exportom do Číny sú zahraničné firmy, ako aj importéri povinný prihlásiť sa do registračného systému pre import potravín a import a export kozmetických výrobkov.³ Tento online registračný systém sa nachádza na stránke <<http://ire.eciq.cn/>>. Pre krajiny Európskej únie sa odporúča kontakt s centrom EU SME,⁴ ktoré poskytuje všetky informácie užitočné pre malých a stredných podnikateľov a to v oblasti práva, štandardov, ľudských zdrojov a iných zázemí dôležitých pre podnikanie.

Po prevoze potravín a nápojov do Číny musia produkty získať certifikát nezávadnosti CIQ. Na získanie povolenia predávať produkt v Číne musí importér predložiť dokumenty dokazujúce spôsobilosť predávať daný produkt na území pôvodu, respektíve v krajine výroby.

Ďalším dôležitým dokumentom je pôvodná etiketa s originálnym označením a čínskym prekladom, vzorka čínskej etikety, ktorá bude produkt sprevádzať

²China Entry-Exit Inspection and Quarantine Bureau : 出入境检验检疫局 (chūrùjìng jiǎnyàn jiǎnyì jú)

³ Registration Systems of Imported Food and Cosmetic Importers and Exporters : 进口食品化妆品进出口商备案系统 (jìnkǒu shípǐn huàzhuāngpǐn jìrchūkǒu shāng bèi'àn xìtǒng)

⁴ European small and medium-sized enterprises – Európske centrum pre malých a stredných podnikateľov

na čínskom trhu, kópie obchodných licencií importérov, výrobcov a všetkých konateľov uvedených na etikete. Na splnenie všetkých požiadaviek čínskej strany je potrebné, aby produkty obsahovali etiketu (najčastejšie bielej farby) s čínskym popisom, ktorá je pripojená k dovážaným fľašiam alebo baleniam. Etiketa by mala obsahovať názov výrobku, zloženie, meno, adresu a kontaktné údaje na výrobcu, dátum výroby a požiadavky na uskladnenie, krajinu pôvodu a iné. Požadovaná dokumentácia musí byť predložená na CIQ, ktorá schvaľuje registrované etikety. Tieto formality môžu byť vybavené ešte pred samotným exportom komodít, alebo po privezení komodít do prístavu. Následne sa odoberajú kontrolné vzorky vybraných produktov. Kontrola potravín a nápojov prebieha podobným spôsobom, kontrola vín prebieha pod väčším drobnohľadom expertov CIQ tímu.

Každá krajina si vytvára vlastné potravinárske zákony, ktoré upravujú štandardy a regulácie. Vzhľadom na odlišnú charakteristiku krajín si môže každá krajina tieto požiadavky upravovať a prispôbovať, aj keď väčšina požiadaviek býva zväčša rovnaká alebo podobná. Dňa 28.2.2009 prijalo Všečínske ľudové zhromaždenie prvý zákon pre bezpečnosť potravín. Odvtedy Čína aktualizuje štandardy na výrobu potravinových výrobkov, aby spĺňali všetky právne predpisy. Čínske úrady uvádzajú, že až 70 % potravinárskych noriem je v súlade s medzinárodnými normami. Avšak nájdu sa aj mnohé rozdiely, ako napríklad v hodnotení vína. Pri jeho hodnotení sa rozdeľuje do viacerých kategórií podľa zvyškového cukru na suché, polosuché, polosladké a sladké. Rozdielne kritéria na kategorizáciu spôsobuje, že víno môže byť nesprávne označené, a teda v jednej krajine víno klasifikované ako suché, môže byť v druhej krajine klasifikované ako polosuché.

Špecifické požiadavky na dovážané komodity sa priebežne menia, preto sa odporúča exportérom najskôr kontaktovať príslušné úrady, alebo obchodné komory, aby sa zabezpečil čo najjednoduchší priebeh obchodu. Špecifické obchodné požiadavky môžu export do Číny výrazne skomplikovať a predražiť. Týka sa to hlavne požiadaviek na označovanie produktov, vrátane vínnych etikiet. V Číne je potrebné na etiketu uvádzať presný dátum výroby. V niektorých krajinách takýto údaj nie je možné uviesť, pretože sa víno vyrába zmesou rôznych ročníkov vín. Miestni importéri uvádzajú, že pokiaľ sa dodržia všetky požadované normy s označovaním, obchod a s ním spojené formality sú už jednoduchou záležitosťou. (EU SME Centre)

5.2. Špecifické požiadavky na označovanie dovážaných vín

Podľa zákona by každá vína etiketa by mala obsahovať:

- názov a typ vína (napr. suché červené, ružové polosuché)
- ročník
- odrodu
- krajinu pôvodu a vinársky región
- zloženie (zahŕňajúce všetky pridávané ingrediencie)
- objem alkoholu
- meno a adresu výrobcu a miestneho distribútora
- dátum výroby alebo plnenia fľaše (vo formáte rok, mesiac.deň)
- životnosť a pokyny pre uskladnenie
- čistá hmotnosť a objem
- štandardný národný, priemyselný alebo podnikový kód
- akostná trieda
- licencia výroby
- dôležité upozornenia

Alkohol a víno obsahujúce viac ako 10% objemu alkoholu nemusí byť označené dátumom minimálnej trvanlivosti. Azda najväčším problémom, ktorému čelia obchodníci s vínami je náročnosť na čas a financie. Oba tieto faktory sa môžu výrazne líšiť pri každej zásielke. Podľa správ EU SME sa odhaduje 30-40 dní od zásielky komodít až po colné kontroly v hlavných prístavoch (Guangzhou, Shenzhen, Peking, Tianjin a Šanghaj). Toto časové obdobie sa však môže výrazne predĺžiť nepredvídateľnými okolnosťami. Importéri vína odhadujú, že celá zásielka od výrobcu v Európe až po sklady v Pekingu, odkiaľ sa vína ďalej distribuuju, trvá približne štyri mesiace. (EU SME Centre)

6. Empirická časť

6.1. Pribeh prieskumu

Na výskum bolo oslovených prostredníctvom e-mailu, telefonicky a správou na sociálnej sieti niekoľko popredných výrobcov vín na Slovensku,. Respondentom bol zaslaný krátky dotazník, ktorý slúžil ako osnova k interview. Rozhovory prebiehali tromi spôsobmi; osobne, výmenou mailovej korešpondencie a telefonickým rozhovorom s možnosťou hlasného odpočúvania s nahrávkou. Cieľom bolo zistiť vývoj a priebeh obchodných vzťahov v kontexte vinárskeho priemyslu, ako aj opis kľúčových faktorov ovplyvňujúcich export slovenského vína na čínsky trh. V akademickom roku 2015/2016 absolvovala autorka BP ročný študijný pobyt v Číne, počas ktorého systematicky zbierala informácie ohľadom čínskych spotrebiteľov alkoholických nápojov. Sledovanie situácie a rozhovory s miestnymi obyvateľmi v meste Suzhou boli taktiež využité pri písaní empirickej časti BP.

6.2. Charakteristika čínskeho spotrebiteľa

Popíjanie alkoholu má hlboké korene v histórii ľudstva. Ani čínsky národ nie je výnimkou a alkohol v ich kultúre zohráva svoje opodstatnenie. Spája sa s mnohými rituálmi a tradíciami. V modernej spoločnosti je súčasťou bežných obchodných jednaní, či posedení s priateľmi. Ani bežná večera s rodinou, či iné neformálne stretnutie sa nezaobíde bez príležitosti na popíjanie. Obyvatelia najľudnatejšej krajiny sveta dávajú prednosť ich tradičnej pálenke paj-t'iou (白酒, báijiǔ), ale ani pivo neostáva v úzadí. Vplyvom západného sveta sa do popredia čoraz viac dostáva práve víno. Zatiaľ čo u nás je konzumácia vína bežnou súčasťou všetkých sociálnych vrstiev, v Číne sa spája skôr s vyšším spoločenským postavením. Tento fakt je spôsobený dvomi faktormi, vysokou cenou na trhu a mladou tradíciou v oblasti vinárskeho priemyslu. Aj keď väčšina čínskych spotrebiteľov nemá jasnú predstavu o skutočnej hodnote vína, sú ochotní často zaplatiť nadhodnotenú cenu za tento v ich očiach luxusný mok.

Výber vína môže byť spojený s podvedomím vnímaním červenej farby ako symbolu šťastia a úspechu. Štúdie v oblasti čínskych konzumentov ukazujú, že mnoho Čínskych spotrebiteľov volí červené vína pre ich zdraviu prospešné účinky.

6.3. Vplyv farby a značky na výber vína

V západnom svete sa kladie veľký dôraz pri výbere správnych odrôd k jednotlivým druhom pokrmov. Číňania neprpisujú takémuto výberu špecifickú

dôležitosť. Automaticky volia červené vína, predovšetkým odrodu Bordeaux. Číňania vyšších spoločenských vrstiev obľubujú luxusný tovar a keďže je Bordeaux jedným z najprestížnejších vín sveta, veľmi ľahko ho rozpoznávajú aj ľudia bez vinárskeho vzdelania. Svoju úlohu zohráva atraktívny status a meno tohto vína, preto ho hostitelia často krát ponúkajú na znak úcty svojim hosťom.

Ďalším faktorom ovplyvňujúcim výber vína je červená farba. V čínskej kultúre má červená farba svoje špecifické postavenie. Jedná sa o farbu spojenú s radostnými udalosťami v živote, či už ide o svadbu, alebo o oslavy nového roku. Aj počas osláv sa na stole objavujú jedlá červenej farby, napríklad homáre a mäso na červeno. Nie je teda prekvapujúce, že si konzumenti ladia farbu vína k týmto pokrmom. Vedecké štúdie v deväťdesiatych rokoch uviedli benefity červeného vína na ľudský organizmus. Známa kritička vín s kórejsko-americkým pôvodom Jeannie Cho Lee v rozhovore s Fionou Beckett o kombinácii jedál a vín uvádza, že čínski spotrebitelia majú veľmi pozitívnu asociáciu vína so zdravím, čomu môžeme pripisovať čoraz väčší záujem širšej verejnosti o víno. (Beckett, 2015)

6.4. Čínsky preklad slova červené víno

Zaujímavý faktor, ktorý ovplyvňuje čínskeho spotrebiteľa je aj čínsky názov pre červené víno. Víno sa vo všeobecnosti povie *pchu-tchao-tiou* (pútáojiǔ = 葡萄酒), čo v doslovnom preklade znamená alkohol vyrobený z hrozna. Pridaním farby (červená, biela) pred koreň tohto slova vzniká označenie pre biele a červené víno. Biele víno sa teda nazýva *paj-pchu-tchao-tiou* (bái pútáojiǔ = 白葡萄酒) a červené víno je nazývané *chung-pchu-tchao-tiou* (hóng pútáojiǔ = 红葡萄酒). V čínskom jazyku je však obľúba 4-slabičné slová skracovať na dvojslabičné, a teda červené víno sa v skratke povie *chung-tiou* (hóngjiǔ = 红酒). *Chung* znamená červený, *tjou* znamená alkohol. Doslovný preklad je teda červený alkohol vo význame červené víno. Ak by sme tento jav morfológického skracovania chceli zopakovať aj s bielym vínom a urobili by sme ho podľa predchádzajúceho vzorca, dostali by sme spojenie *paj-tiou* (báijiǔ = 白酒), čo znamená biely alkohol, ale je taktiež označenie pre čínsku pálenku *paj-tiou*. Ako uviedli respondenti v rozhovoroch uvedených v nasledujúcej kapitole, okrem podvedomého spojenia červenej farby so šťastím je to práve tento názov, ktorý dokáže odradiť čínskych spotrebiteľov pri degustácii vína. Tí automaticky volia červené.

7. Rozvoj slovensko-čínskych obchodných vzťahov

V 50-tych rokoch 20. storočia nadviazalo JZD Slušovice spoluprácu s čínskou stranou. Československá vláda spolu s čínskou vládou vytvorili projekt farmy Česko-Slovensko-Čínskeho priateľstva. Je to projekt politického charakteru, s ktorým sa začína písať história spoločnej spolupráce medzi týmito krajinami v oblasti vinárskeho priemyslu. Celý koncept začal návštevou čínskej delegácie, ktorá chcela spolupracovať so strednou Európou. Projekt bol za komunistického režimu veľmi úspešný. *„JZD Slušovice so sídlom na Morave spolupracovalo s čínskymi partnermi. Vzájomná spolupráca sa prerušila, keď sa Čína v 70-tych rokoch odpojila od zvyšku komunistického sveta a išla vlastnou cestou. Sovietsky zväz sa nepohodol s Čínou, a tak aj Československé obchodné vzťahy s Čínou postupne úplne zanikli. Obnovili sa až na začiatku nového milénia, po návšteve bývalého šéfa JZD Slušovice Františka Čuby“* vysvetľuje obchodný riaditeľ Vína Nitra Karol Šebo.

Do vinárskeho impéria rodiny Šebovcov patrí okrem Vína Nitra aj Chateau Modra. V roku 2010 Slovenské vinárstvo Chateau Modra uzavrelo zmluvu o vytvorení spoločného podniku s čínskou spoločnosťou Xiangyao, Ltd.. Spoločný projekt Zhongjie Nitra Winery, Ltd. je výsledkom sedem ročnej spolupráce s čínskymi partnermi. *„Číňania predávajú vína pod touto značkou,“* dopĺňa pán Šebo s hodnotením, že je to sféra pôsobnosti, kde sa Slovensko teší akejsi prestížou a dobrému menu.

„Toto dielo z hľadiska veľkosti a architektonickej monumentality je na svetovej úrovni a jednoznačne obstoí aj v porovnaní s veľkými vinárskymi stavbami v Európe, v Amerike, či v Austrálii.“ (Vino Nitra, 2013). Spoločnosť je presvedčená, že výstavba spoločného podniku má veľkú perspektívu, nakoľko samotná provincia má 72 milióna obyvateľov a potenciál čínskeho trhu je obrovský. *„Kultúra vína v Číne získava na čoraz väčšej popularite a v tomto kontexte je teda i našim poslaním prispieť k šíreniu európskej vinnej kultúry, ktorá má svoje hlboké korene aj na Slovensku,“* komentuje otvorenie spoločného podniku spoločnosť na svojich web stránkach.

Donedávna sa v závode vyrábalo víno pod slovenskou značkou a niektoré vína sa na farmu prevážali hlavne v cisternách. Následne si ich Číňania sami naflašovali. Tento rok však čínska strana požadovala dovoz naflašovaných vín: *„Najbližšie obdobie sa bude všetko posielat' vo fľaškách, cisterny sa posielat' nebudú.“* Komentuje obchodný riaditeľ spoločnosti. Dôvod je pomerne jednoduchý. *„Keď si má Číňan kúpiť niečo, čo je naplnené v Európe, tak tomu podvedome verí viac ako niečomu, čo bolo naplnené*

v Číne. *Keď je to naplnené v Číne, tak je to podľa Čiňana podvod. Oni majú radi, keď je všetko plnené originálne v Európe.*“ Čínsky trh je vo vinárenskej oblasti veľmi špecifický a pán Šebo na záver zhodnotil, že spolupráca má pozitívne vyhliadky aj do budúcnosti, hlavne však na lokálnej úrovni.

Štatistický úrad Slovenskej republiky uvádza, že prvý export slovenských vín do Číny eviduje už v roku 1995, ďalší vývoz zaznamenali až v rokoch 2004 a 2007.

Za najväčší prínos v oblasti exportu slovenských vín do Ázie vďačíme japonskému podnikateľovi Masaya Suzuki, ktorý ich začal propagovať na ázijskom trhu.

Masaya Suzuki v rozhovore s Milanom Nemcom pre portál TREND uviedol dôvod podpory exportu slovenských vín do Ázie. *„Môj syn bol na Slovensku päť rokov a dostalo sa mu z vašej strany veľkej starostlivosti a pozornosti. Preto som si povedal, že ako výraz vďaky niečo pre Slovensko urobím. Rozhodol som sa, že začnem vyvážať slovenské víno do Japonska.*“ (Nemec, *Kto môže za slovenské víno v Japonsku*, 2015) Za obrovský prínos pre rozvoj vinárskeho priemyslu na Slovensku mu Slovenský zväz výrobcov hrozna a vína udelil titul Vinárska osobnosť roka 2014.

Celá spolupráca medzi Slovenskom a Áziou začala v septembri 2011, kedy sa vyviezlo 7 626 fliaš slovenského vína. Sedem konkrétnych vín vybrala uznávaná japonská somelierka a riaditeľka asociácie japonských somelierov pani Tanabe. Počas svojej návštevy na Slovensku vybrala vína, ktoré podľa nej najviac ulahodia chutiam japonských zákazníkov uvádza Cvachová v prezentácii o Exporte slovenských vín do Japonska.

Po úspešnom vstupe slovenského vína na japonský trh sa rozbieha aj spolupráca s čínskymi obchodníkmi. Spolupráca začala s piatimi slovenskými vinárstvami Karpatská Perla, Mrva Stanko, Pivnica Radošina, Tokaj Macik Winery a Chateau Topoľčianky, neskôr sa pridali ďalšie vinárstvá ako napríklad Víno Nitra, ktoré do Číny prostredníctvom tejto spoločnosti exportuje sekt Pálffy. . V období 2011-2014 sa vyvážali 2 kontajnery ročne, ktoré boli do Ázie prevezené lodnou dopravou. *„Spoločnosť M. Suzukiho Misuzu má pobočky v dvoch mestách v Japonsku, v šiestich mestách v Číne, Hongkongu, na Taiwane a na Slovensku. Hlavným cieľom spoločnosti je propagácia slovenských produktov v Japonsku a iných ázijských krajinách, a tiež uvádzanie zaujímavých produktov z Ázie na Slovensko.*“ (Nemec, *Kto môže za slovenské víno v Japonsku*, 2015). Za export slovenských vín do Ázie a obchodné aktivity na japonskom a čínskom trhu je zodpovedná Zuzana Cvachová.

7.1. Samuel Waldner – Chateau Topoľčianky

Obchodný riaditeľ vinárskeho závodu Chateau Topoľčianky sa podelil o svoje postrehy a skúsenosti z oblasti exportu slovenských vín na čínsky trh.

Vinárske závody Chateau Topoľčianky patria k popredným producentom vína na Slovensku. Prvé víno pod značkou „Château Topoľčianky“ bolo vyrobené v roku 1933 a odvtedy sa začína písať história spoločnosti. Dlhoročné skúsenosti a zachovávanie tradície pri výrobe vína priniesli so sebou úspech nielen doma, ale aj v zahraničí. Už v roku 1947 sa vína exportovali do USA. V súčasnosti ich nájdeme na slovenskom a českom trhu, v susednom Poľsku, ale exportujú sa aj do Kanady. Z Ázijských krajín sa vývoz zameriava na Japonsko, Čínu a Taiwan. *„Aj v Hongkongu sa nám podaril menší export, ale bola to skôr jednorazová záležitosť, lebo druhú dodávku sa nám nepodarilo vyvieť.“* Uvádza obchodný riaditeľ spoločnosti.

Naopak na Taiwane sa slovenské víno tejto značky teší veľkej obľube, o čom svedčí aj vytvorenie obchodného zastúpenia spoločnosti pod názvom Chateau Topoľčianky Taiwan Club. Keďže Slovenská republika oficiálne neuznáva Taiwan ako samostatný štát, funkciu ambasády tam sprostredkováva Slovenský ekonomický a kultúrny úrad Taipei, ktorý v roku 2011 pozval spoločnosť Chateau Topoľčianky na výstavu Taiwan International Tea, Coffee & Wine Expo⁵. Spoločnosť tak dostala jedinečnú príležitosť a priestor predstaviť svoje vína na tomto podujatí, čím získala dôležité obchodné kontakty, ale predovšetkým nového importéra.

Spoločnosť Chateau Topoľčianky začala spoluprácu s Čínou približne v roku 2010. *„Na Slovensku bol boom súvisiaci s exportom do tretích krajín. V tej dobe sa dalo vypracovať projekt dotovaný Európskou úniou, ktorý dokázal pokryť náklady na prieskum trhu. Na základe toho sme sa aj my prvý krát zúčastnili na výstave v Ázii.“* Vysvetľuje Samuel Waldner a dodáva: *„Prvá výstava v Ázii na ktorej sme sa zúčastnili bola Hong Kong wine and spirit exhibition, ktorá je považovaná za najväčšiu výstavu v Ázii. Ako všetci hovoria, Hong Kong je akousi vstupnou bránou do Číny.“* Od tej doby sa spoločnosť pravidelne predstavuje na rôznych výstavách v Číne, ako napríklad Guangzhou wine and spirit exhibition, Shanghai International Wine & Spirits Exhibition či Interwine Beijing International Wine & Spirits Exhibition. Obchodný riaditeľ sa osobne zúčastňuje na výstavách, hlavne tých na Taiwane. *„Minulý rok sme boli aj v Guangzhou, ale v zásade sa nedá povedať, že sme tam boli iba za našu firmu.“*

⁵ Medzinárodná výstava čaju, kávy a vína na Taiwane

Náš čínsky obchodný partner tam taktiež vystavoval vína iných vinárov zo Slovenska, ktorých má vo svojom portfóliu.“

Na otázku ohľadom čínskych spotrebiteľov pán Wladner uviedol, že Číňania sú veľmi špecifickí hlavne svojim povedomím o víne. *„Za víno považujú červené, pretože to vychádza z jazyka, nakoľko biele je považované skôr ako nejaký destilát pripomínajúci pálenku pajtliou. Preto vyhľadávajú hlavne červené víno. Preferujú polosladké a polosuché vína. Na Taiwane sú obľúbené skôr prirodzene sladké vína.“* Slovensko sa môže pýšiť kvalitnými ružovými vínami, ktoré sú celosvetovo uznávané, no v Číne si kvôli farbe svoju slávu nezískali. *„V Hong Kongu je to trochu otvorenejšie. Tam sú viacej open-minded (pozn. s otvorenou myslou). Na druhej strane viem, že sme tam ružové víno mali a to nechceli ani len ochutnať, vyslovene ho odmietali.“* Medzi exportovanými odrodami prevláda Frankovka modrá, Cabernet Sauvignon, Svätovavrinské, Chardonnay a Sauvignon. *„Pri červených vínach je výrazná konkurencia z Čile a z Argentíny, ktorá dokáže vyprodukovať v rovnakej cenovej kategórii kvalitnejšie víno, ktoré viac vyhovuje chuti Číňanov. Čiže trochu menej kyslé ako ho máme my a možno aj trochu vyzretejšie. Zároveň majú dohodu o nižšej dani a o nižšom cle pri dovoze.“*

Podľa slov obchodného riaditeľa slovenské víno dokáže konkurovať tým zahraničným. *„V nižšej cenovej kategórii určite. Vo vyššej cenovej kategórii si zákazník kúpi skôr niečo značkové. To je ako keď idete do obchodu a máte na výber niečo značkové, čo poznáte a niečo neznačkové, čo je síce pekné, ale stojí to rovnako. Čo si kúpite? Asi to značkové.“* Tento efekt pripisuje podvedomému vnímaniu francúzskych, talianskych a španielskych vín za najkvalitnejšie, aj keď tomu tak nemusí byť vždy. *„V nižších kategóriách je práve Nový svet, či už je to Argentína, Čile, Nový Zéland, možno Juhoafrická republika.“*

Avšak sú to práve slovenské novošľachtence, čím dokáže Slovensko zaujať na čínskom trhu. Obchodný riaditeľ spoločnosti vidí v exporte našich odrôd výhodnú obchodnú stratégiu. *„Cabernet si vedia porovnať s Francúzskom. Tým že ho poznajú sa môže stať, že majú nejaký obľúbený, preto si ho radšej kúpia odtiaľ. Taktiež Chardonnay je na celom svete, preto si môžu povedať, že pijú Chardonnay iba z Francúzska. Keď im predstavíme nejakú novú odrodu, tak to nemajú s čím porovnať. Je to konkrétne červené víno Dunaj, ktorý má veľmi dobrý obsah sladkých tanínov. To im veľmi lahodí a dokáže zaujať tie ich chute. Práve na Taiwane sa nám s Dunajom pomerne dosť darí. Volajú do dundži.“* Okrem odrody Dunaj spoločnosť exportuje aj Devín, ktorý je obľúbený.

„Vyvážame taktiež Pálavu, ktorá je síce moravská, no už ju na Taiwane poznajú a pýtajú si ju.“

Laická verejnosť pri výbere vína zohľadňuje aj získané medaily a ocenenia. Obchodný riaditeľ však spochybnil, že by toto bolo hlavným lákadlom čínskych zákazníkov. *„Nie na každom veľtrhu majú paralelne aj súťaž vína. Nedá sa teda potvrdiť ani vyvrátiť, či Číňanov zaujímajú úspechy zo súťaží. V Hong Kongu sme v súťaži na výstave vyhrali a dá sa povedať, že za nami chodili ľudia s brožúrkami a pýtali si to ocenené víno. Aj na Taiwane bola súťaž kde sme vyhrali, ale či na to brali nejako ľudia ohľad, aby chodili vyslovene po to jedno víno, ktoré vyhralo, to asi ani nie. Skôr to zohľadňovali profesionáli, ale laickejšia verejnosť na to nejako nereagovala.“*

Obchodná etika sa v každej krajine líši a má svoje špecifiká. O svoje osobné skúsenosti z Ázie sa podelil aj pán Waldner. *„V Pekingu a v Guangzhou sú špecifický tým, že každý má svoju vizitku, na ktorej je uvedený ako CEO⁶. Z výstavy sa vrátite s mnohými kontaktmi. Človek nadobudne pocit, že s toľkými kontaktmi by bolo nemožné nevyexportovať niečo. Reálne potom zistíte, že mnohé z týchto firiem ani neexistujú. Hlavne, keď vám tam príde nejakých 100 ľudí a každý je CEO nejakej importérskej firmy na víno, tak je to minimálne podozrivé a o niečom to svedčí.“* Odlišný je aj spôsob degustácie vína na výstavách, ktorý by sa dal označiť za negustiózny. *„Naše víno je trochu kyslejšie a sviežejšie, tak ich sem-tam pri ochutnávke vykrúti, a to je potom také veselé.“*

Dôležitú úlohu pri úspešnom obchode zohráva aj marketing. Pre firmu je dôležitá nielen dobrá komunikácia s obchodnými partnermi, ale taktiež pôsobenie firmy navonok. Spoločnosť dbá na svoju prezentáciu aj prostredníctvom etikiet. V súčasnosti sú na trhu nové etikety tzv. retro kolekcie, ktoré sú zhodné v prvými používanými etiketami. Na čínsky trh sú dodávané slovenské etikety, ktoré obsahujú dolepku s požadovanými údajmi. *„Bola diskusia, či nespravíme etikety v čínskom jazyku, no dosť často sme sa stretli s názorom, že by tomu Číňania nedôverovali. Skôr ich zaujme etiketa v inom jazyku. Keď som si prekladal jednu taiwanskú dolepku, čo tam používajú, bolo tam po čínsky napísané, že všetky informácie sa nachádzajú na pôvodnej etikete, plus tam bol názov importéra a symbol preškrtnutej tehotnej ženy.“* Opisuje pán Waldner súčasný stav etikiet a dodáva, že na niektorých fľašiach majú slovenské aj anglické etikety, ale v rámci Číny sa používajú iba slovenské etikety s dolepkami.

⁶ CEO – Chief executive officer (generálny riaditeľ)

„Mali sme taktiež požiadavku na Taiwane, aby sme dávali veľké štítky s odrodou na kartóny, lebo nie všetci sú tam s tou našou abecedou natoľko zžitý.“ Preto spoločnosť takto označuje kartóny, aby uľahčili pracovníkom manipuláciu.

Cena slovenského vína je v Ázii niekoľkonásobne vyššia ako na domácom trhu. Musí sa prirátat' transport, clo, marža importéra, marža finálneho predajcu. *„Fľaša, ktorá sa u nás predáva za 4 eurá sa v Číne predá približne za 20 eur.“* Clá a exportné záležitosti rieši priamo spoločnosť Misuzu.

Spotreba vína v Číne rastie, no je pomerne ťažké hodnotiť spotrebu vína v tejto krajine globálne. *„Nájdete miesta, kde bude milión samozvaných odborníkov na víno a zase sú miesta, kde to víno nepoznajú vôbec,“* komentuje situáciu Samuel Waldner, ktorý poznamenal, že na Taiwane majú ľudia o víne naštudované čoraz viac a z roka na rok sú viac otvorení ochutnávať aj nové veci. *„To isté sa deje aj v Číne. Stále viac a viac Číňanov víno pije, no oni nie sú zvyknutí otvoriť si ku večeri fľašu vína ako u nás. Na druhej strane veľa Číňanov si objedná nejaké drahé francúzske víno, aj keď to môže byť pokojne fake, len aby ukázali svoju tvár, ako to oni hovoria.“* Čína je obrovská krajina a každá provincia má svoju charakteristiku, preto sa dá povedať, že sa provincie líšia od seba aj kultúrne. V niektorých prevláda úplná abstinencia od alkoholu vzhľadom na náboženský charakter provincie, naopak v preľudnených provinciách na východnom pobreží sa spotreba dynamicky zvyšuje. Taktiež sa nedá kategorizovať, či Číňania majú, alebo nemajú povedomie o víne a jeho kultúre, pretože sú tu rozdiely či už v otvorenosti, ale aj v poznatkoch.

7.2. Kristína Likavcová – Karpatská Perla

Spoločnosť Karpatská Perla bola založená v roku 1991 manželmi Šebovcami. Nachádza sa v Malokarpatskej vinohradníckej oblasti a ročne vyprodukuje približne 400 000 fliaš vína, ktoré nachádzajú svoje uplatnenie prevažne na domácom trhu. Neodmysliteľnou súčasťou obchodu je aj export do iných krajín sveta. Medzi ne patrí Čína, Japonsko, USA a Belgicko. Čínskych obchodníkov oslovila hlavne kvalita vín, a preto približne pred piatimi rokmi nadviazali spoluprácu, ktorá sa teší veľkému úspechu až dodnes. Z celkového počtu exportovaných vín tvorí export do Číny menej ako 10%. Tento export je sprostredkovaný distribútormi, vďaka čomu ho spoločnosť nemusí riešiť priamo sama. Spoločnosť sa nezameriava na export vín na Taiwan, aj keď v minulosti takýto obchod prebehol. *„Išlo o jednorazovú záležitosť, kedy si súkromná*

osoba po ochutnávke u nás objednala väčšie množstvo vína,“ hodnotí pani Likavcová, ktorá zodpovedá za PR a marketing spoločnosti. Dodáva, že tento export bol náročný na úsilie vzhľadom na vybavovanie všetkých potrebných formalít.

V roku 2013 sa spoločnosť Karpatská Perla zúčastnila na 7. ročníku veľtrhu Hong Kong International Wine & Spirit Exhibition⁷, ktorý sa konal v dňoch 7.-9.11.2013 v Hong Kong Convention and Exhibition Centre⁸. Ide o najväčší veľtrh s vínom v Ázii a o jeden z najprestížnejších ázijských vinárskych veľtrhov. Kristína Likavcová, ktorá sa osobne zúčastnila veľtrhov nie len v Hong Kongu, ale aj v Číne sa podelila o svoje vlastné skúsenosti a postrehy z Ázie. *„Je to perfektne zorganizovaný medzinárodný veľtrh, ktorého organizácia je naozaj na špičkovej úrovni. Zúčastnia sa ho odborníci z oblasti vína, ktorí pochádzajú nielen z Ázie, ale z celého sveta. Navštevujú ho distribútori, obchodníci s vínom, sommelieri, či manažéri a majitelia hotelov, reštaurácií a vinári.“* V roku 2013 sa na výstave prezentovalo približne 1005 vystavovateľov z celého sveta. Slovenské víno bolo prezentované spoločnosťami Karpatská Perla a Chateau Topoľčianky. Prvé dva dni boli určené iba pre odbornú verejnosť, tretí deň aj pre bežných návštevníkov. Vinárstvo Karpatská Perla na svojich web stránkach uvádza, že návštevníkom najviac chutili červené vína VARIETO Alibernet 2009 a 4 ŽIVLY 2009. *„Z bielych vín zabodovala slamová Pálava 2009 z kolekcie DÍLEMŮRE, ale záujem bol aj o typické slovenské odrody ako je Devín.“*

Na pozvanie obchodných partnerov sa pani Likavcová zúčastnila aj Guangzhou – International Food Exhibition & Guangzhou Import Food Exhibition, the professional and authoritative food & beverage expo in China⁹. Vzhľadom na charakter tohto veľtrhu zameraného na jedlo nie je jednoduché porovnať ho s inými veľtrhmi, ktoré venujú svoju pozornosť práve vínu. *„Obchodné a priemyselné mesto Guangzhou je známe svojimi veľtrhmi, no tento veľtrh nebol z hľadiska vína významný. Na druhej strane, vzhľadom na malý počet prítomných vinárstiev prišlo k nášmu stánku o to viac ľudí,“* spomína na veľtrh v Guangzhou pani Likavcová.

V rozhovore uviedla, že k obchodným dohodám v Ázii dochádza oveľa neskôr, ako sme v Európe zvyknutí. To je spôsobené väčším počtom stretnutí, ktoré obchodní

⁷ Hong Kong International Wine & Spirit Exhibition = Medzinárodný veľtrh vína a liehovín v Hong Kongu

⁸ Hong Kong Convention and Exhibition Centre = Konferenčné a výstavné centrum v Hong Kongu

⁹ Guangzhou – International Food Exhibition & Guangzhou Import Food Exhibition, the professional and authoritative food & beverage expo in China = Guangzhou- Medzinárodná výstava potravín & Kantónska výstava importovaných potravín, profesionálna a autoritatívna výstava nápojov a potravín v Číne

partneri musia absolvovať. Mnohé z nich sú vo forme obchodných večerí, pretože pre obchodníkov z Číny je dôležité spoznať priamo majiteľov vinárstva. Pani Likavcová podotkla, že čínski obchodníci sa ku svojim obchodným partnerom správajú s veľkou úctou. *„Majiteľ japonskej firmy Misuzu, cez ktorú realizujeme export nám bol napríklad osobne na Slovensku odovzdať ocenenie Diamantová trofej zo súťaže Sakura Awards v Japonsku, ktoré získali najlepšie vína súťaže. Celkovo je tam dôležitá hierarchia, ale to vychádza skôr z japonskej kultúry, keďže majitelia firmy sú Japonci. Ja som si skôr všimla, že naši obchodní partneri v Číne veľmi dbajú na tradície a tiež rešpekt, napríklad vizitky sme si odovzdávali ako v Japonsku s poklonou.“*

Karpatská Perla sa na čínskom trhu presadila hlavne so suchými červenými vínami. *„V Číne pijú viac červené vína. Úspešné boli napríklad vína ako Alibernet, alebo Cuvée 4 ŽIVLY, ktoré bolo pre Číňanov zaujímavé svojou filozofiou. Cuvée 4 ŽIVLY vzniká spojením 4 najlepších vín daného ročníka. Majitelia vinárstva ho nazvali podľa obrazu výtvarníka Stana Černého 4 ŽIVLY, ktoré vyjadruje prepojenie 4 antických živlov – oheň, voda, vzduch a zem. Filozofiou je to, že tieto živly v prírode majú vplyv aj na hrozno, z ktorého je to víno vyrobené, a to teda vzniká v závislosti od prírody. Toto sa Číňanom páčilo, pretože napriek tomu, že majú 5 elementov, chápu ako všetko závisí od prírody a to ako sme s ňou prepojení.“*

Okrem spomínaných vín sú ďalej exportované aj odrody André a Frankovka modrá. Vína sú do Číny prepravované vo fľašiach s objemom 0,75l a orientačná cena sa pohybuje od 10-15 EUR za fľašu. Vína spoločnosti Karpatská Perla sa na čínskom trhu objavujú vo vybraných reštauračných zariadeniach, no taktiež sa dajú objednať prostredníctvom distribútorov a on-line obchodu. Slovenské vína patria k exkluzívnym artiklom na čínskom trhu, a preto nie je prekvapujúce, že cieľovou skupinou nie sú maloobchody, ale vybraná klientela.

V Ázii je kultúra pitia alkoholu úplne odlišná od európskych tradícií. Podľa pani Likavcovej je najväčším rozdielom práve neznalosť kultúry degustovania vína. *„V Číne „na zdravie“ znamená „do dna“. Niekedy to naozaj vyzerá, že víno nevedia degustovať, ale skôr ho pijú. Niektorí dokonca na ex. To však neplatilo pre výstavu v Hong Kongu, kde úroveň degustovania vína bola naozaj vysoká. Boli tu sami profesionáli z oblasti vinárstva, takže vedeli ako správne víno degustovať.“*

Spotreba vína v Číne pomaly rastie, preto majú o túto krajinu záujem mnohí exportéri z celého sveta. Slovensko je malá krajina, no podľa pani Likavcovej má však šancu presadiť sa na čínskom trhu, ale dôležitú úlohu zohrávajú distribútori. *„Záleží*

hlavne od obchodných vzťahov. Treba mať spoľahlivých distribútorov v Číne, dobré obchodné vzťahy, ale aj šťastie.“ Číňania majú záujem okrem finálnych produktov aj o technologické postupy použité pri výrobe vína, preto pozývajú spoločnosť na rôzne výstavy či veľtrhy.

7.3. MOVINO, spol. s r. o

Názov spoločnosti je odvodený od Modrokamenskej vinohradníckej oblasti. Toto označenie regiónu v ktorom sa spoločnosť nachádza sa používalo v druhej polovici 20.storočia. Momentálne túto oblasť zaradujeme do Stredoslovenskej vinohradníckej oblasti, kde spoločnosť predstavuje najväčšieho producenta vín (MOVINO, spol. s r.o. 2016). Nie je to však iba kvantita, ale aj kvalita vín, ktorou sa spoločnosť môže pochváliť. O jedinečnosti vín svedčí množstvo ocenení, či už z domácich, alebo zahraničných súťaží.

Ako sa na stránkach spoločnosti uvádza, v minulosti sa vyvážalo víno do Anglicka, Španielska, NSR, Holandska a Ekvádoru. V súčasnosti sa export orientuje prevažne na Českú republiku, Poľsko a od roku 2012 sa medzi obchodných partnerov zapísala aj Čína. Podiel exportovaných vín do Číny tvorí menej ako 10% celkového objemu exportovaných vín. Kvalita vín spojená s prijateľnou cenou, či krajina pôvodu a s ňou spojený príbeh vína dokáže osloviť čínskych distribútorov. Ako spoločnosť v rozhovore uviedla, čínsky obchodníci neskrývajú záujem o prehliadku technológií spoločnosti. Je pre nich lákavé taktiež osobné navštívenie vinohradov.

Spoločnosť MOVINO v dotazníku uviedla, že Číňania majú záujem o polosuché a polosladké červené vína, no požiadavky sa líšia v závislosti od skúseností obchodníkov. Do Číny sa exportujú prevažne vína odrôd Frankovka modrá a Cabernet Sauvignon, no taktiež Cuvé našlo svoje uplatnenie. Medzi ďalšie exportované odrody patria Rizling rýnsky, Muškát, Rizling vlašský, Rulandské biele a Don Velder. Vinárstvo exportovalo do Číny aj niekoľko fliaš odrody Devín, no spoločnosť sa vo všeobecnosti nevenuje pestovaniu slovenských novošľachtencov, a preto táto odroda nie je nosným artiklom vývozu. Vína sa na ázijský trh prevážajú vopred naflaškované.

Aj keď sa spoločnosť zatiaľ nezúčastnila žiadnych čínskych veľtrhov zameraných na vinárenský priemysel, svoje vína predstavuje na mnohých zahraničných súťažiach, kde sa im dostáva uznania odborníkov. Mnohé z vín si zo súťaží odnášajú zaslúžené medaily. Podľa slov zástupcu spoločnosti MOVINO sú pre Číňanov medaily za víno

dôležité. „Pri výbere sme sa skôr stretli s degustovaním vín priamo obchodníkom s vínom,“ reagovala spoločnosť na otázku, či čínsky obchodníci majú svojich someliérov, alebo sa riadia iba výsledkami zo súťaží. Spoločnosť MOVINO verí, že slovensko-čínska spolupráca v oblasti vinárenskej výroby má perspektívu aj do budúcnosti, nakoľko kvalita slovenských vín neustále rastie. Šancu presadiť sa na čínskom trhu vidí pomerne optimisticky, vzhľadom na mnohé príležitosti, ktoré krajina ponúka.



Obrázok 11 Zlatá medaila z prvého ročníka medzinárodnej súťaže VINOFORUM CHINA

Zdroj: príspevok na sociálnej sieti FB uverejnený 17.10.2016 oficiálnym užívateľským účtom spoločnosti

7.4. Karol Šebo - Víno Nitra

Slovenský výrobca vín s nepretržitou vyše polstoročnou tradíciou, pôsobí hlavne na domácom a na českom trhu. V rámci Európy sú nitrianske vína v menšom množstve vyvážané taktiež do Nemecka či Belgicka. Export do Ázie sa zameriava na Čínu, Japonsko a Vietnam, pričom celkový podiel vín exportovaných do Číny tvorí približne 2-3% celkového exportu. Na Taiwane a v Hong Kongu spoločnosť zatiaľ svoje aktivity nemá.

Spoločnosť Víno Nitra má jednu partnerskú vinotéku v Šanghaji, ale ako obchodný riaditeľ spoločnosti uviedol, väčšina produktov je dostupná skôr on-line. „Väčšinou sa nešpecializujeme na koncových zákazníkov. Vína predávame privátnej

klientele, firmám a podobne, čiže ak prídete v Číne do obchodu, tak naše vína tam nenájdete.“ Z jeho slov ďalej vyplýva, že v maloobchodnom predaji a supermarketoch sa slovenské víno určite nemá šancu presadiť. „Dobrovoľne si v Číne na pulte kúpi slovenské víno iba znalec. Človek, ktorý ma takzvané prepitý celý svet. Zároveň to je určite kozmopolitný človek, ktorý pozná svet a chce spoznávať niečo nové.“ S týmto faktorom úzko súvisí aj distribúcia našich vín na čínskom trhu. „Ak chce Číňan predávať na čínskom trhu slovenské vína, tak ich chce predávať hlavne preto, lebo na trhu v Číne nie sú. Nikto ich nemá, nikto ich nepozná. Tým pádom si za ne môže vypýtať peniaze. Talianske vína sa u nás dajú kúpiť od jedného až do 15 eur. To znamená, že aj v Číne sa dajú získať talianske vína strašne lacno, ale keď chcete tak aj strašne drahó. Zatiaľ čo zákazník nemá jasnú predstavu o tom, koľko stojí slovenské víno. “ Na otázku ohľadom predajnej ceny slovenského vína na čínskom trhu pán Šebo uviedol, že fľaša slovenského vína sa v Číne pohybuje v rozmedzí od 20 do 40 eur.

Pri exporte vína do Číny sú jasne ustanovené regulácie ohľadom etikiet na fľašiach. Môžu obsahovať cudzojazyčnú etiketu, ale zadná strana fľaše musí zahŕňať nálepku s čínskym prekladom. *„Keď sme Číňanom navrhli, že im slovenskú etiketu preložíme do čínštiny, tak to odmietli. Nechceli to, lebo to potom vraj pôsobí veľmi čínsky a veľmi podozrivo. Chcú mať etiketu pokojne aj po slovensky, lebo to na nich pôsobí viac autenticky.“* Z rozhovoru vyplynulo, že Číňania majú záujem hlavne o suché červené vína. Spoločnosť do Číny exportovala aj slovenské novošľachtence Hron a Nitriu, ale ich pestovanie nie je nosnou záležitosťou spoločnosti a preto sa export zameriava na iné odrody.

„Čínska vínná kultúra je úplne odlišná ako tá naša,“ reaguje pán Šebo na otázku ohľadom popíjania alkoholu v Číne. *„Číňania nepijú víno, aby ho kombinovali s jedlom,“* pokračuje a dodáva, že víno nie je cieľom samým o sebe. *„Vino je nástroj, ako utužiť vzťahy a ako si povedať niečo priamo do očí. Celý čínsky biznis sa neodohráva v kancelárii, ale väčšinou sa odohráva na večeri, kde je alkohol neodmysliteľnou súčasťou.“* Na úspešné podnikanie sú dobré obchodné vzťahy kľúčovým faktorom. V Číne sa utužujú hlavne pri poháriku. *„Keď sa s Číňanom opijete, máte vzťah. Keď vám Číňan venoval toľko času, aby sa s vami opil, je to dobré znamenie. Nebudú tráviť čas s niekým, o koho nemajú záujem.“* Ďalším kultúrnym rozdielom v popíjaní vína je spôsob, akým ho pijú. *„Je to podobné ako s pai-tiou. Jednoducho povedané, keď pijú, pijú toho veľa. Víno nalievajú do menších pohárov a takéto shoty potom pijú na ex.“* Tradícia spojená s popíjaním vína je teda úplne odlišná

s tou, na akú sme v Európe zvyknutí. „U nás je vínná kultúra veľmi sofistikovaná a od Slovenska ďalej na západ je to ešte viac sofistikovanejšie. V Číne nie je takáto tradícia. Oni majú tradíciu pitia alkoholu skôr ako celku. Alkohol nech je hocijaký, pijú ho po čínsky a piť po čínsky znamená piť ho veľa.“

Je všeobecne známe, že Číňania majú záujem aj o kúpu vinohradov v Európe. Obchodný riaditeľ spoločnosti však spochybnil, že by Číňania mali záujem aj o kúpu vinohradov na našom území. Podľa jeho slov je to zaujímavé iba v akomsi ziskovom biznis modeli v tom zmysle, že si kúpia vinárstva, ktoré sú ziskové a majú tak investované peniaze za hranicami. Ale čo sa týka slovenských viníc nie je to pre nich nijaký nosný artikel. Taktiež to je aj s know-how. Číňania majú oň záujem, no pán Šebo dodáva, že na Slovensku nie sme vlastníkami nejakého špeciálneho know-how, ktoré by nebolo známe. „Vino sa vyrába niekoľko tisíc rokov a všetci vieme ako sa vyrába. Slovensko nie je nejaký líder, čo sa týka technologického vývoja, strojov a techniky. To sa na Slovensku veľmi nerobí. My sme na tom rovnako ako Číňania, tiež iba prijímame techniku zo západu, čiže ak chce niekto nejaké know-how, alebo nejakú novú techniku, či nové postupy, tak ide do Ameriky, alebo do západnej Európy.“

7.5. Hubert J.E.

Závod Hubert J.E., ktorý patrí medzi najvýznamnejších producentov šumivých vín a sektov v Európe, bol založený v roku 1825 a jeho sídlo sa momentálne nachádza v Seredi. Do histórie sa zapísal ako prvé európske miesto mimo územia Francúzska, kde sa vyrábajú šumivé vína originálnym francúzskym spôsobom. (Hubert J. E., 2016) Slováci vedia oceniť kvalitu tohto šumivého vína, aj keď mnoho Slovákov si sekt spája skôr s oslavami a významnými udalosťami, nakoľko sa v ňom snúbi elegancia s puncom luxusu. O jeho obľúbenosti svedčí aj číslo domácej spotreby, nakoľko iba 10 % fliaš je určených na export. Ten smeruje hlavne do susednej Českej republiky, no malé percento našlo uplatnenie aj na čínskom trhu. (Odkladal, *Hubert de Luxe: Víno, bez ktorého si Silvester ani nevieme predstaviť*, 2015)

V roku 2011 získal sladký sekt Hubert De Luxe zlatú medailu na medzinárodnom konkurze vín Vinalies China v čínskom Penglai, ktoré sa nachádza v provincii Shandong. Hlavná enologička spoločnosti Hubert J.E. Ing. Indrid Vajcziková, PhD. na oficiálnych stránkach spoločnosti uviedla, že v Ázijských krajinách sú veľmi obľúbené nápoje s vyšším obsahom zvyškového cukru, a preto do tejto súťaže prihlásili

práve sladký Hubert De Luxe. „*Kupáž sektu je zložená z aromatických odrôd bielych vín Irsay Oliver, Muškát Ottonel a Moravský muškát a sú preň charakteristické bohaté perlenie, svieža žltá farba, výrazný muškátový buket a harmonická chuť babieho leta.*“ (Hubert J.E., *Hubert De Luxe si z Číny nesie zlato*, 2011) V zahraničí vedľa kvalitu slovenského šumivého vína oceniť, o čom svedčia aj početné ocenenia z iných súťaží.

Slovenský sekt sa mal šancu prezentovať aj na druhom ročníku medzinárodnej výstavy alkoholických nápojov, ktorá sa v konala v septembri 2012 v čínskej provincii Guizhou. Obchodný riaditeľ firmy Hubert J. E Miroslav Tkáč sa v rozhovore pre portál webnoviny.sk vyjadril, že návštevníci výstavy ocenili hlavne sladký sekt Hubert De Luxe, ktorý zaujal znamenitou chuťou a nezameniteľnou arómou. „*Niektorí návštevníci nám povedali, že slovenské sekty a vína im chutia viac, ako tie francúzske,*“ uvádza v tomto rozhovore. (WBN/PR, *Čína spoznáva chute slovenského sektu a vína*, 2012)

7.6. Vyhliadky slovensko-čínskej spolupráce v oblasti vinárstva

Vrchná riaditeľka Eximbanky SR Miriam Letašiová v rozhovore pre Hospodárske noviny uviedla, že tradičným exportným odvetím Slovenska je energetika. Podľa jej slov majú v Číne záujem o oblasti elektrotechnického, chemického, strojárského či hutníckeho priemyslu. „*Okrem dopytu po napr. osobných automobiloch vyrábaných na Slovensku stúpa v Číne aj apetít po kvalitnejších potravinách a luxusnejších tovaroch. Od klientov, s ktorými sme v poslednom období prichádzali do styku, vieme, že veľmi žiadané sú v Číne archívne vína, a to aj zo Slovenska.*“ (HN, 2016)

Väčšina respondentov bola veľmi optimistická čo sa týka vyhliadok slovensko-čínskej obchodnej spolupráce do budúcnosti. „*Všetko závisí od marketingu jednotlivých výrobcov vín. Keď si určia vo svojich marketingových plánoch ako jeden z hlavných trhov Čínu, tak tomu musia vynaložiť veľa úsilia a financií.*“ Zhodnotil situáciu prezident Slovensko-Ázijskej obchodnej komory Jaroslav Melíšek, ktorý si myslí, že naše vína sú znevýhodnené oproti španielskym, talianskym, nemeckým či francúzskym vínam tým, že veľa Číňanov nepozná Slovensko ako štát.

O niečo optimistickejší názor zastával Samuel Waldner zo spoločnosti Chateau Topoľčianky, ktorý obhajoval stratégiu s predajom jedinečných slovenských novošlachtencov, s ktorými sa na čínskom trhu dá presadiť. Keďže spoločnosť so svojimi vínami zožala úspech v troch ázijských krajinách, plánuje export rozšíriť aj o ďalšie štáty. Momentálne rokujú s Južnou Kóreou.

Na otázku ohľadom vyhliadok do budúcnosti odpovedala pani Likavcová zo spoločnosti Karpatská Perla taktiež veľmi optimisticky. Podľa jej slov má slovensko-čínska spolupráca v oblasti vinárskej výroby perspektívu aj do budúcnosti. *„Hlavné preto, že spotreba vína v Číne rastie a je to perspektívny trh. Čína sa však musí mnohé naučiť a to je možno ťažšie, pretože tu ľudia preferujú francúzske vína. Ale slovenské vína majú za sebou príbeh a Číňanov dokážu zaujať.“* Podľa jej názoru je potreba Slovensko odprezentovať v prvom rade ako vinársku krajinu, ktorá má dlhú históriu v pestovaní viniča a vo výrobe vína. *„Myslím, že ich najviac dokáže zaujať príbeh každého vinárstva, ako ho vinári vybudovali, aké technológie využívajú, aké vína vyrábajú a podobne.“*

Predstaviteľ vinárstva Chateau Modra Eduard Šebo mladší v rozhovore pre denník Pravda uviedol, že Čínsky trh má pre Slovensko perspektívu. *„Už len samotná skutočnosť, že Číňania systematicky v priebehu posledných dvadsiatich rokov vysádzali vinohrady, svedčí o tom, že prichádzajú vínu na chuť.“* No v otázke presadenia sa našich vín v tejto krajine bol už skeptický. Dôvodom je čínska neznalosť našej krajiny a taktiež objem vín s ktorým sa v Číne obchoduje. *„My nevieme každoročne dodať do Číny desať miliónov litrov Rizlingu rýnskeho a propagovať ním Slovensko ako krajinu príťažlivú vínom. Rakúšania sa prezentujú Veltlínskym zeleným, Novozélandčania Sauvignonom, ale Slováci 45 odrodovými vínami, a z toho desiatkou vo svete úplne neznámych slovenských novošľachtencov. Ponúkame ich však v mikroskopických objemoch od dvoch do desaťtisíc fliaš. S takými objemami sa s Čínou obchoduje ťažko.“* (Sedlák, Pravda, 2016)

Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí Slovenskej republiky na základe preverenia výsledkov analýzy komparatívnych výhod slovenského exportu prostredníctvom zastupiteľských úradov SR v zahraničí v roku 2015 vyhodnotilo perspektívne exportné komodity v jednotlivých teritóriách sveta. Vývoz vína do Číny vidí ako perspektívnu oblasť exportu, aj keď je tam pomerne silná cenová konkurencia. (MZV, 2016, 35-37)

Je všeobecne známe, že Číňania majú záujem aj o kúpu vinohradov v Európe. Čoraz častejšie skupujú pozemky, či celé závody. Dá sa však len polemizovať o tom, či by mali v budúcnosti záujem aj o kúpu slovenských vinohradov. Prezident Slovensko-Ázijskej obchodnej komory Jaroslav Melíšek potvrdil, že Číňania kúpili vinohrady v Španielsku, Taliansku a Francúzsku, no v otázke, či by mali záujem aj o slovenské vinice bol skeptický. Ani obchodný riaditeľ spoločnosti Chateau Topoľčianky nebol

presvedčený o záujme čínskych investorov o slovenské vinice. „*Myslím, že Číňania idú skôr po tých francúzskych vinohradoch, ktoré majú vysokú hodnotu vo svetovom meradle.*“ Okrem vinohradov majú čínski investori záujem aj o know-how. Väčšina respondentov uviedla, že Slovensko nie je vlastníkom nejakých špeciálnych výrobných procesov, a preto ako aj my, tak aj Číňania väčšinou čerpajú know-how z Francúzska alebo USA.

Záver

V Číne rastie dopyt po luxusnom tovare, a teda aj po kvalitných archívnych vínach. Zatiaľ čo slovenská ekonomika sa doteraz sústredila predovšetkým na automobilový priemysel, čoraz viac obchodníkov sa orientuje práve na obchod s vínom. Čína je pre Slovenskú republiku významným obchodným partnerom aj napriek faktu, že do našej krajiny dovážajú niekoľkonásobne viac, ako exportujeme my k nim. So stúpajúcim dopytom po kvalitných vínach rastie aj potenciál pre rozvoj obchodných partnerstiev a pri vhodne zvolenej stratégii prináša čínsky trh slovenským výrobcom priestor na uplatnenie.

Vo veľkej konkurencii zo zahraničia je pomerne ťažké presadiť sa, hlavne kvôli absencii povedomia o našej krajine zo strany čínskych spotrebiteľov. Produkcia slovenských vín sa zameriava prevažne na domáci trh, nakoľko objem vyrobených vín na Slovensku nedokáže ani zďaleka pokryť dopyt v Ázii. Čína je preto iba sekundárnym odberateľom a vyvážané vína sú z kategórie luxusnejších vín určených vybranú klientelu. Ich cena je kvôli exportným clám niekoľkonásobne vyššia ako na domacom trhu a nie sú ľahko dostupné. Čínsky obchodníci preferujú červené vína a spomedzi odrôd sa okrem najznámejších dokážu presadiť aj slovenské novošľachtence.

Dôležitú úlohu v predaji zohráva aj prezentácia Slovenska, ako vinárskej krajiny. Ak budú čínsky konzumenti dobre informovaní o našej krajine, budú pripravení prijať naše vína. Slovensko je atraktívna vinárska krajina, ktorá okrem produkcie kvalitných vín môže zaujať aj v oblasti cestovného ruchu spojeného s poznávaním jednotlivých vinárskych oblastí. Každoročne sa na našom území konajú viaceré vínne cesty a niekoľko krát do roka sú takmer v každej vinici dni otvorených dverí, či aktivity spojené s fázami vinárskeho roku. Všetky tieto aktivity sú určené skôr pre domácich, nakoľko prezentácia prebieha väčšinou v slovenskom jazyku.

Zaujímavou sekciou rozvoja cestovného ruchu by však mohla byť aj prezentácia Slovenska spojená s degustáciou našich vín pre cudzincov, konkrétne pre ázijských turistov, ktorých z roka na rok v hlavnom meste pribúda. Každé väčšie vinárstvo organizuje degustácie, či už pre jednotlivcov alebo aj pre skupiny. Návšteva slovenských viníc zo strany čínskych turistov zatiaľ nie je bežná, nakoľko momentálne nie sú pre nich vytvorené vhodné podmienky. Slovenské vinárstva sa tešia skôr návštevám významných delegácií.

Úspech výrobcu vína sa vyjadruje hlavne v ekonomickej rovine. Trvale udržateľná ekonomická efektívnosť podnikania s vínom musí byť založená na pevných základoch. Neodmysliteľnou súčasťou v tejto sfére je serióznosť a dôveryhodnosť výrobcu. Najdôležitejším faktorom pri obchodovaní s Čínou je vytvorenie dôveryhodných vzťahov, ktoré musia byť založené na pravidelnom osobnom kontakte. Neodmysliteľnou súčasťou úspechu je aj dobré obchodné zastúpenie. Pri primeranej cene a trvalej distribúcie schopnosti môžeme predpovedať úspech na obchod s vínom. Z výskumu vyplynulo, že slovensko-čínska spolupráca v oblasti vinárskeho priemyslu sa teší obojstrannej spokojnosti a má potenciál do budúcnosti.

Resume

The aim of this Bachelor thesis was to evaluate the development of Slovak-Chinese trade relations in terms of wine industry. According to the results of field research which was done in form of interviews with experts from this industry, it has been proved that the current situation of commerce between mentioned countries is very positive. Slovakia is a small country which cannot produce extremely large number wines; however, it produces high quality wines which are valued in China. This export has growing tendency therefore we can predict the prospect of this cooperation is very optimistic. In order to success on Chinese market which has fair competition of wine importers, Slovakia needs to be promoted as a country with rich wine history. The sale strategy should focus on unique Slovak wine species, which are grown only in our region.

Zoznam použitej literatúry

AILER, Štefan. *Vínárstvo & somelierstvo*. Olomouc: Agriprint, 2016. ISBN 978-80-87091-63-0.

COLE, Katherine. *Dobré víno pre každého*. Slovart, 2015. ISBN 9788055611648

DOMINÉ, André, et al. *Víno*. Třetí, upravené vydání. Praha: Slovart, 2015. ISBN 978-80-7391-701-2.

FARKAŠ, Ján. *Všetko o víne*. Tajomstvá kvality vína. Neografia, 2002. ISBN 80-88892-47-3

GIRARD-LAGORCE, Sylvie. *Vína snů: nejslavnější láhve světa*. Praha: Slovart, 2013. ISBN 978-80-7391-758-6.

Common knowledge about Chinese culture. Zhongguo wen hua chang shi. Di 1 ban. Beijing: Higher Education Press, 2007. ISBN 9787040207149.

HORVÁTH, Vladimír. *Bratislavské mestské privilégium: (Ondrej III. - 2. decembra 1291)*. 1. vyd. Bratislava: Obzor, 1991. 14 s. ISBN 80-215-0148-0.

HRONSKÝ, Štefan. *Rok vinohradníka a vinára*. Plat4M Books. Bratislava, 2015. ISBN 978-80-89642-21-2

HRONSKÝ, Vladimír. *Sprievodca vínami Slovenska*. Slovart, 2014. ISBN 978-80-556-0850-1

KOLEČKO, Jiří. *Doušek vína: malý průvodce velkým vinařským světem*. Praha: Fortuna Libri, c2014. ISBN 978-80-7321-832-4.

KRAUS, Vilém, Zdeněk KUTTELVAŠER a Bohumil VURM. *Encyklopedie českého a moravského vína*. Praha: R.B. Vurm a Zuzana Foffová, 1997. ISBN 80-902363-3-2.

LI, Zhengping. *Chinese wine: universe in a bottle*. Beijing: China Intercontinental Press, 2010. ISBN 978-7-5085-1671-4.

LIPKA, František a MARTIN BELAN .. [ET AL.]. *Praktický sprievodca slovenskými vínami*. Bratislava: Belimex, 2006. ISBN 8089272029.

SIMON, Joanna. *O víne*. Slovart, 2011. ISBN 978-80-556-0371-1

STEVENSON, Tom. *101 praktických rád vína*. Bratislava, 1998. ISBN 80-7118-653-8

SZABÓ a spol. *Príbehy z Tokaja*. Košice, 2012. ISBN 978-80-89224-34-0

Internetové zdroje:

BALESTRINI, Pierre; GAMBLE, Paul. Country-of-origin effects on Chinese wine consumers. *British Food Journal*, 2006, 108.5: 396-412.

BECKETT, Fiona. Why the Chinese prefer to drink red wine with food. *Decanter*, 2015.. [cit. 2017-3-16] URL: <<https://www.matchingfoodandwine.com/news/recent/why-the-chinese-prefer-to-drink-red-wine-with-food/>>

BO LIU, Hong, et al. The Chinese wine market: a market segmentation study. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 2014, 26.3: 450-471.

GRZNÁROVÁ, Iveta. Slovenské víno vo svete. Náš Hron pijú aj Číňania. HN, 2013. [cit. 2017-4-16] URL: <<http://style.hnonline.sk/vikend/556865-slovenske-vino-vo-svete-nas-hron-piju-aj-cinania>>

Hospodárske noviny. 2015. Číne chutia naše vína. Predávajú sa s top maržami. [cit. 2017-4-16] URL: <<http://dennik.hnonline.sk/ekonomika-a-firmy/509249-cine-chutia-nase-vina-predavaju-sa-s-top-marzami>>

Hubert, J.E. *Príbeh firmy*. 2016. [cit. 2017-4-16]
URL: <<https://www.hubertsekt.sk/pribeh-firmy/>>

International Organisation of Vine and Wine. *Global state of conditions report: developments and trends*. Paris, 2016. [cit. 2017-4-16] URL: <<http://www.oiv.int/public/medias/4570/en-communique-de-presse-16-avril.pdf>>

JIMENEZ, Rafael & DI LIELLO, Domenico. *Analysis of Recent Growth in China's Wine Imports*. EU SME Centre, 2016. [cit. 2017-4-16] URL: <<http://www.eusmecentre.org.cn/article/analysis-recent-growth-chinas-wine-imports>>

LI, Jia-Gui, et al. The wine drinking behaviour of young adults: an exploratory study in China. *British food journal*, 2011, 113.10: 1305-1317.

MERAVÁ, Eva. *Vinič hroznorodý, hroznové víno - Situačná a výhľadová správa k 31. 7. 2016* Predkladaná správa vychádza len v elektronickej verzii a je dostupná na adrese www.vuepp.sk VÚEPP Bratislava, 2017 ISSN 1339-0937

Ministerstvo zemědělství. *Situační a výhledová zpráva: réva vinná a víno.*, Praha, 2016. ISBN 978-80-7434-316-2

Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí Slovenskej republiky. *Vyhodnotenie perspektívnych exportných komodít v jednotlivých teritóriách sveta na základe preverenia výsledkov analýzy komparatívnych výhod slovenského exportu prostredníctvom zastupiteľských úradov SR v zahraničí v roku 2015.* Bratislava, 2016. [cit.2017-4-16] URL: <http://www.sario.sk/sites/default/files/content/files/Vyhodnotenie-perspekt%C3%ADvnych-exportn%C3%BDch-komod%C3%ADt.pdf>>

NEMEC, Milan. Japonci a vinná kultúra idú k sebe. 2015. [cit. 2017-4-16] URL: <https://restauracie.etrend.sk/restauracie-vino/japonci-a-vinna-kultura-idu-k-sebe.html>

NYIZSALOVSKÍ, Rita; FORIÁN, Tuende. *Human impact on the landscape in the Tokaj Foothill Region, Hungary.* *Geogr. Fis. Din. Quat*, 2007, 30: 219-224.

ODKLADAL, Martin. *Hubert de Luxe: Víno, bez ktorého si Silvester ani nevieme predstaviť.* 2015. [cit. 2017-4-16] URL: <https://www.aktuality.sk/clanok/311031/hubert-de-luxe-vino-bez-ktoreho-si-silvester-ani-nevieme-predstavit/>

Perspektívy podnikania v Číne: pomoc slovenským podnikateľom pri vstupe na čínsky trh. NARMSP, Bratislava, 2010. ISBN 978-80-88957-56-0 [cit. 2017-4-16] URL: <http://www.sbagency.sk/sites/default/files/file/perspektivy_podnikania_v_cine.pdf>

SEDLÁK, Jozef. *Čínsky drak v slovenskom vínovom pohári.* [cit. 2017-4-16] Pravda, 2016. URL: <<https://varecha.pravda.sk/vino/cinsky-drak-v-slovenskom-vinovom-pohari/394926-clanok.html>>

Slovakia- A land of wine dostupné z www.slovakia.travel

WBN/PR. *Čína spoznáva chute slovenského sektu a vína.* 2012. [cit. 2017-4-16] URL: <https://www.webnoviny.sk/cina-spoznava-chute-slovenskeho-sektu-a-vina/>

ZHIMIN, An. "Archaeological Research on Neolithic China." *Current Anthropology* 29, no. 5 (1988): 753-59. <http://www.jstor.org/stable/2743616>.

Príloha č.1

DOTAZNÍK

Vážené vinárstvo,

som študentkou anglickej a čínskej filológie na Univerzite Palackého v Olomouci. V posledných rokoch sledujeme zvýšený záujem o slovenské vína zo strany Číny, a preto sa vo svojej bakalárskej práci venujem analýze vývoja slovensko-čínskych obchodných vzťahov v kontexte vinárskeho priemyslu. Touto cestou Vás chcem požiadať o pomoc a spoluprácu pri vyplňaní dotazníka, na zistenie špecifických údajov z tejto oblasti.

Export vína:

1. Do ktorých krajín vyváža Vaša spoločnosť svoje vína?

Prosím uveďte:

2. Aký je celkový objem exportovaných vín do zahraničia a aký podiel tvorí export do Číny?

- a) menej ako 10%
- b) 10% - 15%
- c) 15% - 20%
- d) viac ako 20%

Obchod s Čínou:

3. Kedy začala Vaša spoločnosť aktívne obchodovať s čínskymi partnermi?

Prosím uveďte:

4. Ako začala Vaša spolupráca s čínskymi importérmi?

- a) Medzinárodný veľtrh vín v Číne
- b) Návšteva obchodnej delegácie
- c) Medzinárodná súťaž
- d) Spolupráca s obchodnou komorou
- e) Iné

5. Čo zaujalo čínskych obchodníkov na našich vínach najviac?
- a) Kvalita vína
 - b) Prijateľná cena
 - c) Pôvod vína
 - d) Regionálne špecifické odrody
 - e) Iné

Čínska obchodná etiketa:

6. Pri obchodovaní s Čínou je dôležité dbať aj na špecifickú obchodnú etiketu. Máte nejaké zaujímavé postrehy alebo skúsenosti z rokovaní s čínskymi partnermi? Prípadne v čom sa podľa Vás najviac odlišuje naša obchodná etiketa v porovnaní s tou ázijskou?

.....
.....
.....

Exportované víno:

7. S ktorým vínom ste sa na čínskom trhu presadili?

.....

8. O aké vína majú Číňania najväčší záujem z hľadiska farby?

- a) Červené
- b) Ružové
- c) Biele

9. O aké vína majú Číňania najväčší záujem z hľadiska chuti?

- a) Prirodzene sladké vína
- b) Polosladké vína
- c) Polosuché vína
- d) Suché vína
- e) Iné:

10. Aké odrody do Číny exportujete?

.....

11. Aký vzťah majú Číňania ku klasickým slovenským odrodám ako sú Hron, Devín či Dunaj?

- a) Chutia im, ale z obchodného hľadiska nemajú o ne záujem
- b) Chutia im a dá sa s týmito odrodami obchodovať v Číne
- c) Nechutia im
- d) Vinárstvo sa nešpecializuje na tieto odrody

12. Aká je priemerná cena za fľašu slovenského vína na čínskom trhu?

- a) Menej ako 5 EUR za liter
- b) 5-10 EUR za liter
- c) 10-15 EUR za liter
- d) 15-20 EUR za liter
- e) Viac ako 20 EUR za liter

Spôsob prepravy, označovania a predaja slovenských vín na čínskom trhu:

13. Ako prepravujete Vaše vína do Číny?

- a) Vopred nafľašované
- b) Fľaškujú sa až na území Číny

14. Aký je rozdiel v etiketách pre víno určené na domáci a na čínsky trh?

- a) Rovnaká etiketa a údaje sú iba preložené do čínštiny
- b) V Číne sú iné požiadavky na etikety a údaje musia byť prispôsobené trhu
- c) Iné:

15. Kde sa v Číne môžeme stretnúť s Vašimi vínami?

- a) Bežne dostupné vo veľkoobchodoch
- b) Vybrané medzinárodné hotely
- c) Vybrané reštauračné zariadenia
- d) Kultúrne podujatia
- e) Veľvyslanectvo SR
- f) Medzinárodné veľtrhy
- g) Iné :

16. Číňania sú fanúšikmi internetového obchodu. Dajú sa Vaše vína v Číne zohnať aj prostredníctvom on-line predaja?

- a) Áno
- b) Nie

Medzinárodné výstavy:

17. Každoročne sa v Číne konajú viaceré veľtrhy zamerané za vinársky priemysel. Zúčastnili ste sa niektorej z týchto výstav ako vystavovateľ, alebo ako návštevník?

- a) Nie
- b) Nie, ale plánujeme sa predstaviť na niektorej z výstav
- c) Áno, je to skvelá možnosť predstaviť naše vína v zahraničí
- d) Áno, ale iba ako návštevník

Prosím uveďte, na ktorých veľtrhoch v rámci pevninskej Číny ste sa zúčastnili:

- a) Canton Fair
- b) Shanghai International Wine & Spirits Exhibition
- c) Interwine Beijing International Wine & Spirits Exhibition
- d) TopWine China
- e) Prowine China
- f) Iné:

18. Svoje vína pravidelne predstavujete na rôznych medzinárodných výstavách. Sú čínsky obchodníci ovplyvnení medailami z medzinárodných podujatí, alebo majú svojich someliérov na ktorých sa spoliehajú pri výbere obchodných komodít?

.....
.....
.....

Postavenie Slovenska na čínskom trhu:

19. Spotreba vína v Číne pomaly rastie, preto majú o túto krajinu záujem mnohí exportéri z celého sveta. Slovensko je malá krajina, má však šancu presadiť sa na čínskom trhu?

.....

.....
.....

20. Je všeobecne známe, že Číňania majú záujem aj na kúpu vinohradov v Európe. Myslíte si, že v budúcnosti môžu uvažovať aj nad výstavbou vlastných vinohradov na našom území?

.....
.....
.....

21. Pri výbere vína je dôležité aj know-how. Majú Číňania záujem aj o Vaše technológie a výrobné procesy, alebo ich zaujíma iba výsledný produkt?

.....
.....
.....

22. Presadiť sa na čínskom trhu nie je jednoduché, hlavne pri veľkej konkurencii zo strany svetových výrobcov vína. Má však slovenské víno šancu presadiť?

.....
.....
.....

23. Myslíte si, že má slovensko-čínska spolupráca v oblasti vinárskej výroby perspektívu aj do budúcnosti?

.....
.....
.....

Ďakujem veľmi pekne za Vašu ochotu a čas, ktorý ste venovali vyplňaniu tohto dotazníka.

Lucia Ďurajková