

相关链接

独门辣椒酱配方

事实上, 汇丰食品公司生产销售的“是拉差辣椒酱”为戴维自创, 并非源自泰国海滩小镇是拉差的地道辣椒酱。但在美国说到“是拉差辣椒酱”, 消费者只认戴维的产品。“是拉差辣椒酱”如此畅销, 以至于其他一些品牌辣椒酱争相模仿它的口味、塑料瓶包装和动物商标。

戴维曾披露过自己的辣椒酱配方:辣椒、醋、糖、盐、大蒜, 原料纯天然, 不含任何人工添加物。除了将主料从口感辛辣的塞拉诺辣椒改为更温和的哈拉帕诺椒外, 这个配方几十年来没有大改动。

辣椒酱产业动态

澳大利亚知名市场分析公司IBISWorld 数据显示, 辣椒酱产业成为全球发展势头最猛的新兴产业之一, 增速位列第八。

报告指出, 过去10年间辣椒酱制造商的年收益每年涨幅都在10%左右, 2012年全球辣椒酱产业收益首次超过10亿美元。

美国市场的辣椒酱产业增势与亚裔人口增加有关。美国最近一次人口普查结果显示, 本世纪以来美国亚裔人口扩张了45%。这部分人口的增长使辣椒酱市场需求扩大, 也增强了市场口碑。

过去, 美国麦克伦亨利食品公司生产的墨西哥风味的塔瓦斯科辣椒酱一直是美国食客认可的“标准”辣椒酱。如今受到亚洲口味辣椒酱的冲击, 麦克伦亨利食品公司表示正考虑应时而变。

调味产品上了国际空间站宇航员食谱

“是拉差辣椒酱”大王戴维·陈

包装独特畅销全美

走进汇丰食品公司的工厂, 一股浓郁的蒜香扑鼻而来, 因为大蒜是公司明星产品“是拉差辣椒酱”的关键配方之一。在工厂大厅正面墙上, 却挂着一张和辣椒酱完全不相干的巨幅照片——两名国际空间站的宇航员在失重状态下漂浮。

为何辣椒酱工厂会挂这样一幅照片? 凑近细看, 答案揭晓。照片上标注了一个箭头, 指向宇航员身后一个漂浮在空中的小小绿色塑料瓶盖, 那是“是拉差辣椒酱”的标志性包装。

几年前, 公司创始人戴维·陈挂起这张对公司具有里程碑意义的照片。当时科学家发现, 宇航员在太空中会逐渐味觉迟钝, 需要可口的食物。美国国家航空航天局的食物科学部门因此将汇丰食品公司的辣椒酱列入太空补给, 送上国际空间站供宇航员享用。

照片中的辣椒酱瓶盖如此微小, 却依然被美食爱好者发现。原因之一或许是戴维的辣椒酱产品包装独特, 自创始之日起从未改变, 极易辨认: 透明塑料瓶, 绿色瓶盖, 瓶身印有红色雄鸡标志和5种文字说明, 包括越南文、中文、英文、法文和西班牙文。

美食爱好者为此专门把照片传给汇丰食品公司, 并和其他众多致信公司的忠实消费者一样, 表达自己对这款辣椒酱的喜爱。这个故事足以说明, “是拉差辣椒酱”在美国有多畅销。

从小学习自制辣酱

戴维·陈 1945 年出生在越南农

从越南逃难到美国, 靠贩卖自制辣椒酱起家, 68 岁的戴维·陈 (见右图) 如今拥有自己创立的汇丰食品公司, 是名副其实的辣椒酱大王。他的主打产品“是拉差辣椒酱”每年销量达2000 万瓶, 是美国不少餐馆和家庭饭桌上不可或缺的调味品。

家, 祖籍中国广东, 祖辈从潮州举家迁居到越南首都胡志明市郊区。

戴维从小就跟随家人一起种植辣椒, 制作并贩卖辣椒酱。越南战争期间, 他将自制的油浸辣椒酱拿到美军营地和附近店铺出售, 大受欢迎, 销量很好, 帮助他攒下一些积蓄。

1978 年, 戴维带着家人搭乘台湾货轮“汇丰”号离开越南, 1980 年在洛杉矶唐人街落脚, 开始重操旧业。他从小市场购买辣椒和其他原料, 在一间小小的作坊里手工制作辣椒酱, 用一辆“雪佛兰”小货车送货。这间作坊就是最初的汇丰食品公司, 戴维以载他

离开越南的货轮名称给公司命名, 用自己的属相鸡作为辣椒酱商标图案。

随着泰国菜和越南菜餐厅在洛杉矶地区流行, 戴维的辣椒酱开始进入更多餐馆。不少餐厅会把一瓶“是拉差辣椒酱”摆在桌上, 供食客随意取用。

1987 年, 由于生意扩张, 辣椒酱生产速度已跟不上市场需求, 戴维买下一座占地 6000 多平方米的厂房, 又买下一片地种植辣椒。他还自学机械和焊接, 改造生产辣椒酱的机器。

如今, 汇丰食品公司每年售出辣椒酱 2000 万瓶, 年销售额高达 3500 万美元。2010 年, 公司又在加州盖起

一间占地面积更大的新工厂。公司雇用 70 名工人, 戴维的 8 名家人都为家族企业工作, 他 33 岁的儿子威廉是公司新总裁。

不做广告以质取胜

面点师卡拉·尼尔森上世纪 80 年代在加州伯克利一家高档餐馆工作时, 发现厨房的亚裔厨师都爱用“是拉差辣椒酱”烹调食品, 员工吃饭时也喜欢来一点这款辣椒酱提味。他由此判断, 这款廉价辣椒酱能进入高档餐厅且深受厨师喜欢, 日后必将热销。

果然, 随后十多年的市场反应印证了他的判断: “是拉差辣椒酱”出现在纽约名厨戴维·张的百福面馆; 沃尔玛超市最初在洛杉矶和休斯敦试点销售“是拉差辣椒酱”, 然后迅速推广到全美 3000 多家店面; 赛百味等连锁餐厅也推出辣椒酱口味的菜品和蘸料。

《好胃口》杂志将“是拉差辣椒酱”誉为 2010 年“年度配料”, 美食作家兰迪·克莱门斯甚至专门为“是拉差辣椒酱”写了一本书《是拉差食谱》。

不少人想知道戴维是如何成功推广自己的产品, 但事实上, 他从未给辣椒酱做过广告宣传, 也没有“脸谱”或“推特”账户, 公司网站上只有发展大事记, 最近一次更新还是 2004 年。“是拉差辣椒酱”在美国市场的畅销不衰, 完全缘于可靠的质量和口碑。

《辣椒酱圣经》一书作者戴夫·德威特说, 在过去近 20 年间, 辛辣食品的市场发展势头迅猛, 但还没有哪一款的流行速度堪比“是拉差辣椒酱”。

张代蕾

电子烟: 享受乐趣, 无害健康?

成分综合后可能变有害 推广危害性可能超卷烟

在美国, 电子烟近年来十分走俏, 每年销售额达 4 亿美元, 预计 10 年内将超过卷烟消费。生产商宣称, 电子烟是传统烟草的替代品, 既满足烟民吸烟需求, 又对健康毫无损害。不过, 许多医生和专家对此不敢苟同。

口味多样很时尚

今年初, 美国最大电子烟公司 NJOY 在纽约一家酒店赞助一场私人派对活动。现场竖着一支高约两米的电子烟仿品, 来宾纷纷与之合影。席间, 他们一边品尝美味的鱼子酱和奶酪, 一边优雅地吞云吐雾, 吸的当然是电子烟。

吸电子烟似乎已被纽约烟民视为一种时尚。一名女嘉宾说: “NJOY 一直鼓吹吸电子烟的好处, 即在享受吸烟乐趣的同时不损害健康。”不少产品甚至提供草莓、香蕉、巧克力、奶油等多种“口味”选择。

美国《时代周刊》近日报道, 眼下电子烟的销售额虽然不及美国 800 亿烟草市场的 1%, 但近 4 年增长强劲, 每年翻番。美国 gothamist 网站的报道说, 美国约有 350 万人吸电子烟, 每年销售额达 4 亿美元。分析人士预测, 电子烟的消费将在 10 年内超过卷烟。

电子烟的走俏令美国传统烟草公司措手不及。《时代周刊》文章称, 美国三大烟草公司中已有两家开始对电子烟公司展开收购, 并着手开发自己的电子烟产品。万宝路品牌的母公司阿尔特里亚集团迄今为止仍在观望, 但分析人士预计, 这个烟草巨头很快会有行动。



对肺仍然有影响

目前, 电子烟生产商尚未被要求列出电子烟所含成分。烟草口味电子烟协会的吉克拉斯是电子烟的积极倡导者, 他说电子烟所含成分无非是尼古丁、水、丙二醇、甘油、尼古丁香料等, 其中丙二醇在美国食品中司空见惯, 当然尼古丁的含量大大减少。但哈佛大学公共卫生学院高级研究员瓦达拉斯博士指出, 上述各种成分本身可能无害, “综合起来却可能有害”。瓦达拉斯去年领衔医学期刊《胸腔》一项研究, 观察电子烟使用者在吸烟 5 分钟内肺器官功能的变化。 “结果表明, 尽管电子烟号称‘无害’, 事实上却对肺系统有影响, 至少在短时间内有危害。”

帮助戒烟真有效?

导致电子烟畅销的原因很多, 其中最重要的是传统戒烟手段效果不佳。相比起用尼古丁替代品如口香糖, 以及辅助戒烟处方药等戒烟方式, 很多老烟民表示, 自从改吸电子烟后, 他们更容易逐渐摆脱对普通烟的依赖。来自弗吉尼亚州的注册护士布伦达·史密斯“烟龄”已有几十年, 18 个

月前经朋友推荐开始改吸电子烟。此后, 她逐渐减少吸烟量, 从每天一包减少到每天 10 支, 继而完全戒掉卷烟。但有人指出, 吸电子烟并没有让烟民摆脱对尼古丁上瘾。对此, NJOY 的比弗辩解道: “我们并没有说尼古丁不会让人上瘾”, 他们的产品销售给已对尼古丁上瘾的人, 让他们逐渐减少对尼古丁的依赖。

不属药物难管控

主张全面戒烟的医生和科学家认为, 推广使用电子烟的危害性远远超过已被证实的吸烟危害性, 希望美国食品和药物管理局加强对电子烟的管理。

2010 年, 美国食品和药物管理局试图将电子烟作为药物器械进行监管, 但被法院判定证据不充分, 未获成功。NJOY 称自己的产品是作为享受“吸烟快乐”的烟草替代品, 不是药物。

目前, 电子烟产业处于监管灰色地带, 制造商可以做烟草公司想做却不能做的事情: 请影视明星代言; 销售巧克力、香蕉、苹果等多种口味产品。一些电子烟公司纷纷在包装上打出这样的宣传语: “吸烟有害健康, 电子烟有利健康”。

“较之传统烟草产业, 电子烟产业尚未被戴上‘手铐’。”一名烟草机构投资者说, “在这一点上, 食品和药物管理局看起来像一只纸老虎。”

食品和药物管理局烟草产品中心发言人哈利斯基说, 管理局正研究一项针对烟草产品特殊类别的管理规定, 定于 4 月公布。项规定将对已有电子烟进行约束, 如限制广告、提高税率、标明产品成分等。

唐韵

相关链接

部分国家出台的电子烟法规

来自美国食品和药物管理局网站的消息显示, 近年来不少国家相继出台针对电子烟的法规:

2009 年, 巴西出台规定, 禁止销售、进口电子烟, 并限制电子烟广告。

2009 年 3 月 27 日, 加拿大禁止出售含有烟碱的电子烟制品。

2009 年 6 月, 巴拿马禁止进口电子烟制品。

2009 年 7 月, 以色列卫生部禁止电子烟的进口和销售。

2010 年 1 月, 马耳他禁止在公共场所消费电子烟, 并禁止向未成年人出售电子烟。

2010 年 7 月, 新加坡出台规定, 禁止进口和销售电子烟。

2011 年 5 月, 阿根廷出台规定, 禁止进口、销售和广告宣传电子烟。

2011 年 11 月, 希腊对电子烟的销售和消费发出禁令。

■ 包装精美的电子烟很能吸引年轻烟民, 尤其受到女性烟民的喜爱