

# 张卢卡：辣椒何以征服世界人的味蕾，何以风靡世界餐桌？（中）

是辣椒和其他食材一起构成的各式炒菜、炖菜、蒸菜等，最后还有各种新发明、新组合，如辣椒冰淇淋、辣椒蛋糕等。随着辣文化的风靡，以辣椒为原型制作的手链、袖扣，印着辣椒图案的丝巾、领带等衍生产品也越来越多。

**中新社记者：辣椒如何让中国美食走向世界，让世界美食进入中国？**

**张卢卡：**我一直认为美食是最有吸引力和魅力的沟通工具。一国的文化和历史，很多时候可以从这个国家的美食开始说起。

例如，许多国家都会生产本国辣椒酱或辛辣口味的菜肴，因此以辣为媒可以让人们的沟通变得非常有趣，也有利于促进国与国之间的交流。

中国有很多辣椒制作的美食和菜系，如火锅、川菜、湘菜等；墨西哥拥有世界上最让人上瘾的辣酱之一乔卢拉辣酱；韩国石锅拌饭专用的辣酱；意大利南方有种猪肉辣椒酱，是当地人的骄傲。辣是全球人们味觉的共识，世界各地的辣椒美食组成通用的“语言”，让来自不同地区的人们因它而相互了

解。

官方数据显示，2022年前8月，中国辣椒城辣椒交易量达11万吨，交易额达27亿元人民币，带动辣椒城周边二级市场交易量约22万吨，交易额约57.2亿元人民币。

这个数据非常可观。如果能给中国辣椒赋予更高价值，讲好它的故事，如辣椒与湘菜、川菜的相遇，中国辣椒的制作工艺，匠人精神和传奇人物故事等，会更易激发人们对中国美

食兴趣。辣椒将成为中国美食文化向国际推广的一块敲门砖，也将与世界各地辣椒相关的美食产生更强联系，让更多辣椒美食走进中国。

**中新社记者：世界各地的辣椒节、辣椒饮食文化有哪些交流交融？**

**张卢卡：**各国每年都会举办本国的辣椒节。比如英国有一个辣椒与奶酪搭配的辣椒节，美国在新墨西哥州哈奇城有盛大的辣椒节，意大利南方地区有辣椒节，法

国有辣椒节，匈牙利除了辣椒节还有辣椒博物馆。

为什么很多国家庆祝辣椒节？首先，辣椒的种植遍布世界。其次，作为食物，辣椒是各地饮食的重要部分。此外，除了庆祝丰收之外，辣椒节是一种休闲娱乐方式，红红的辣椒是快乐的标志，人们因辣椒聚在一起交流。同时，辣椒节也会吸引很多外地游客，人们通过辣椒了解不同地域的风土民情。

**中新社记者：有华人的地方就有“老干妈”。这不仅仅是一句广告语，更多的是贵州辣椒从大山深处走向世界的一种宣告。一瓶辣酱，最解海外游子相思意。如今的贵州辣椒，不仅是贵州的风味，也是中国的风味，正在成为世界的风味。您怎样解读这句话？**

**张卢卡：**回答这个问题，首先需要定义辣椒的国际化。辣椒的国际化，是指中国辣椒出口海外，还是中国的辣椒酱在海



辣椒宴。瞿宏伦 摄



2022年7月，在海口举行的第二届中国国际消费品博览会上，贵州馆“老干妈”辣酱吸引参观者。骆云飞 摄



张卢卡和意大利的辣椒大王 Gianni Pellegrino 在意大利辣椒节合影。受访者供图