

辛格浩(左)和辛春浩

本版图片(2)



和他的『泡面帝国』 『辛拉面之父』

文
弦
子



■ 辛拉面有十几种花样吃法

兄弟反目

2020年1月，作为韩国五大财阀家族创始人之一的韩国乐天集团创始人辛格浩去世。他的葬礼上，唯独有一个家人没有出席。这个人就是辛格浩的弟弟，辛春浩。

到底是什么仇什么怨，让这对兄弟至死都未能冰释前嫌呢？

辛格浩和辛春浩出生在一个育有五男五女的普通家庭。在他们出生的年代，韩国和朝鲜还处于被日本统治时期。十兄妹里，辛春浩并不是最出彩的那个。大哥辛格浩的一生才是“出任CEO，迎娶白富美，走上人生巅峰”的真实写照。

1942年，21岁的辛格浩乘船前往日本，进入早稻田大学附属商学院开始半工半读的生活。毕业后，商业头脑“在线”的辛格浩敏锐地觉察到驻日美军对口香糖的需求很大，于是抓住商机开始投入生产。

但辛格浩的发家史，以及乐天集团的发展壮大，还和一个女人有关。

1949年，辛格浩开始疯狂追求其第二任妻子重光初子。为了娶她，辛格浩甚至不惜和同甘共苦十年的发妻离婚，还将自己的韩文名字改为“重光武雄”。原来，重光初子的舅舅正是日本前外相、二战甲级战犯重光葵。

入赘名门后，辛格浩凭借重光葵的影响力和人脉，将生意不断做大，除了投身软饮食品行业，还进军房地产和旅游业。由此，乐天集团在日本风生水起。

辛春浩在家排行第三，比辛格浩小11岁。当辛春浩1955年在韩国釜山东亚大学毕业之时，大哥辛格浩已经成为日本十大财阀之一。

辛春浩毕业后被大哥“招致麾下”，空降乐天集团管理层。兄弟搭档，效果拔群。

跟着大哥自然是有钱赚，但辛春浩也暗生了自己的想法。

因为烹饪简易、价格便宜、口味绝佳，泡面被誉为“20世纪最伟大的发明”。

二战结束后的日本，在1958年推出了世界上第一款泡面——日清鸡汤拉面，一经推出便广受好评。五年之后，韩国三养食品（著名的火鸡面品牌）将生产泡面的机器引入韩国，一跃成为韩国泡面界的“老大”。

三弟辛春浩看到了泡面这片蓝海，认为此时是“入局”的绝佳时机，但大哥辛格浩却坚定地投了“反对票”。

兄弟二人由此生出裂痕，走上了不同的轨道。

“农心”诞生

时代造英雄。个人命运的背后总有着深深的时代烙印，企业的命运更是如此。

1965年，辛春浩决定深耕泡面领域。

20世纪60年代，朴槿惠的父亲朴正熙通过发动军变上台。此时的韩国处于朝鲜战争后的恢复期，政局动荡，民生凋敝。

朴正熙考虑到国内大米供不应求的情况，于1965年推出“混面粉奖励政策”，鼓励人们购买面食。这项政策一出，几年间，韩国泡面的销量从240万袋猛增到1500万袋，并很快成为韩国民众的“刚需”。

借着这股东风，泡面开始正式走上韩国民众的餐桌。见此“风口”，辛春浩不顾哥哥反对，决定放手一搏。

辛春浩是一个实干型企业家。1965年，他成立“拉面研究所”，自己研制配方；1970年，他的首批产品“牛肉拉面”“炸酱拉面”问世；1971年，辛春浩为了研发新产品不分昼夜地和研究人员一起钻研配方，在工厂睡了近一年；1975年，伴随“农心拉面”的推出，该品牌才逐渐有了知名度；1978年，辛春浩与大哥分道扬镳，正式创立农心集团。

而后，辛春浩花费一年时间专门研究辣椒粉，于1986年推出了与大多主打酱油和大酱口味的韩国泡面不同的辣味“石锅牛肉拉面”，因为广受好评，公司决定启用辛春浩的名字，将其命名为“辛拉面”。

泡面帝国

从“辛拉面”问世到缔造“泡面帝国”，这其中不仅有辛春浩的执着和智慧，也少不了时代的推波助澜。

辛春浩认为，辣才是韩国人最热衷的口味。这一想法与时任韩国总统全斗焕不谋而合。

1986年和1988年，韩国迎来了体育界两大盛会——汉城亚运会和汉城奥运会。这无疑是为世界了解韩国的好机会。

那些年，全斗焕将辣味作为韩国美食最大特色大力宣传。而农心作为汉城奥运会的主要赞助商，赚足了世界的目光。

从那以后，辛拉面走出国门，火到国外。

在那时，韩国一包泡面的价格一般在100韩元左右，辛拉面卖到200韩元一包，销量却一直居高不下。

这也与20世纪80年代韩国经济水平的提升有着直接关系。当时的韩国赶上了“低利息、低油价、低汇率”的三低繁荣期，民众购买力大大增强。

在这样的背景之下，辛拉面销量一年增长了六倍，直接把三养食品拉下了冠军宝座。

而辛拉面能成为韩国美食的招牌之一远销海外，核心原因还是产品。

首先，农心最初进行产品定位时就十分明确——要做一款好吃的、符合韩国人口味的泡面。这样的产品定位至今未变。

其次，是辛春浩打出了差异化竞争的策略。选择辣味既迎合了韩国人的口味也与韩国市面上的泡面形成了明显的差异。

正是因为以上种种原因，辛拉面才会制霸韩国美食界30余年。

如今，在韩国，大小餐馆、影视剧、视频网站的吃播频道里到处都能看到辛拉面的“身影”。在韩国民众心目中，国民认可度最高的“拉面”也只有农心的辛拉面。

为了吃它，韩国人还专门生产了辛拉面专用小黄锅，而辛拉面的吃法也被研究出十几种花样。

在海外，辛拉面也已经是出口100多个国家和地区的国际品牌，在阿尔卑斯山最高峰瑞士少女峰上，在地球最南端的智利蓬塔阿雷纳斯，在中东也都能看到韩国辛拉面。

2020年，《纽约时报》举办了一次泡面品鉴活动，他们邀请全球各地的厨师、美食家、拉面爱好者共同参与，最后推荐11种泡面，其中有一半都来自农心集团，而获得冠军的“终极美食”就是辛拉面。

在辛春浩去世的三天前，韩国金融监督院电子公示系统给出了一份详细数据：2020年，农心的泡面销售额同比增加了16.3%，达2.087万亿韩元，约合人民币120亿元，创历史新高。

“让全世界看到农心”，是辛春浩的夙愿。

辛春浩走了，但泡面帝国的故事还未完结。

不知道，他的继承者能否在竞争日益激烈的泡面市场继续书写传奇。



▲ 韩剧《请回答1988》中的正峰哥用专用小黄锅吃泡面 剧照



■ 辛春浩和农心员工品尝新品泡面