

液本黄金

要说当下最火的大宗商品交易品种，不少人首先会想到黄金。但鲜有人知道，橙汁也是近两年价格大幅上涨的品种之一，市场表现堪称“液体

黄金”。美国佛罗里达州遭遇飓风和寒流，导致橙子大幅减产。2024年，巴西遭遇严重干旱及黄龙病疫情，橙子产量降至37年来最低。两大橙子主产区同时遭遇产能危机，导致全球橙汁供应出现巨大缺口，橙汁期货价格也迎来整体上行行情。2024年，纽约商品交易所冷冻浓缩橙汁期货全年累计涨幅超过70%，洲际交易所鲜榨橙汁期货全年累计涨幅超过60%。

橙汁是如何走进期货市场的？其价格为何又与美国佛罗里达州和巴西的橙子产量高度相关？要回答这些问题，需要从橙子“落地”人类社会说起。

人类社会有着悠久的橙子种植史。但是在很长一段时间内，橙子在庞大的水果家族中存在感并不强。直到大航海时代，橙子的角色才发生了重大变化。

橙子富含维生素C，能有效预防船员因长期航行、饮食单一导致的坏血病。因此，西班牙殖民者在16世纪将橙子作为抗坏血病的物资引入美国佛罗里达州。

佛罗里达州冬季温暖无霜，夏季阳光充足，拥有适合橙子生长的绝佳自然条件，种植橙子也逐渐在当地流行起来。

20世纪20年代，佛罗里达的农业种植技术在多方面实现突破。一方面，滴灌和渗灌技术得以推广，机械采摘也被大规模应用，农业生产效率显著提升；另一方面，当地人还通过育种技术，选育出一批果肉厚、酸度低、耐储运的橙子品种。从1920年到1930年，佛罗里达的橙子产量实现翻倍，成为全美主要的橙子产地。

但问题也随之而来：产量扩大了，销路却跟不上。20世纪20年代末，佛罗里达橙子因滞销价格暴跌，农户收入锐减。

最终解决这一问题的是技术。随着密封技术不断改进，金属罐逐步取代玻璃罐成为主流的食品封装容器。低温巴氏杀菌工艺开始被应用到橙汁生产中，既能杀灭致病菌，又可以最大程度保留橙汁的维生素C和风味。佛罗里达的橙子加工商开始广泛采用这些技术和工艺，将橙子压榨成橙汁进行保存售卖。两次世界大战期间，橙汁成为重要的军队营养补充品。佛罗里达的橙子加工业获得大量政府订单，企业大规模收购鲜橙用于加工，极大推动了规模化生产及加工业发展。

在一系列因素的共同作用下，佛罗里达的橙子加工率从不足10%提升至超过80%，橙汁也从季节性鲜榨饮品转变为可长期储存的标准化商品，具备了成为大宗商品的重要基础条件。

第二次世界大战后，伴随着全球经济复苏，橙汁走上越来越多民众的餐桌，市场需求不断扩大。

20世纪50年代，橙子的另一个重要产地巴西，也开始着手推动发展橙汁加工业。巴西先是从美国引进低温浓缩技术，开发出适合本国气候的冷冻浓缩橙汁生产流程，继而开始大规模投资建设冷藏设施、榨汁厂和港口。圣保罗州的橙子种植园逐步发展成为全球最大的浓缩汁产区。到1960年，巴西橙汁产量占全球一半以上，其与美国的产量加在一起更是占全球总产量的80%以上。

产地高度集中，让橙汁得以更好地实现标准化，进而更容易走进期货市场，但是也给日后橙汁价格波动的特性埋下了伏笔。

1966年，橙汁迎来了金融化的重要节点：芝加哥商品交易所推出全球首个冷冻浓缩橙汁期货合约。但是市场对此反应平淡：因合约流动性不足，最终于1991年退市。标的物与实际供需错位是这次尝试失败的主因——当时巴西的橙汁产量占全球70%以上，但合约仍以美国橙汁为标准。这一教训也为后续的市场设计带来了重要启示。

1996年，纽约商品交易所重新推出橙汁期货合约，明确以巴西产冷冻浓缩橙汁为主标，并引入电子交易系统。这些改进措施显著提升了交易效率：橙汁日均成交量从1996年的2万吨升至2020年的15万吨。纽约商品交易所橙汁期货价格成为全球现货市场风向标，直接影响巴西橙子出口商的定价策略和餐饮跨国企业的原料成本管理。

进入21世纪，随着消费者对天然食品的需求上升，非浓缩还原橙汁市场需求激增。洲际交易所和芝加哥商品交易所陆续推出以新鲜橙汁为标的的期货合约。

跨国餐饮企业则纷纷通过深度参与橙汁期货市场，锁定采购价格，对冲橙汁价格波动风险，确保原料供应稳定性。例如，2015年至2017年，全球橙汁价格剧烈波动，有企业通过动态调整期货头寸，将年均采购成本波动控制在3%以内，远低于现货市场15%的年度波动均值。

从佛罗里达的农业技术革命，到巴西引入并推广橙汁冷冻浓缩技术，再到现代金融衍生品市场的风险管理，橙汁身份的转换既彰显了金融的力量，也可以被视作农产品全球化的成功探索。当越来越多的“橙汁”及其金融衍生品出现在国际市场上，经济全球化的步伐也将愈加坚实。

诞生记

袁勇

林家全

相逢在智慧的彼岸

胡浩

刚刚启幕的2025年，科技的力量再次让人们震撼。

从临床诊断到数学证明，从病毒发现到药物研发，在一些特定领域，人工智能已展现出超越人类的能力，从简单的模仿向创造新知识、新认知的方向发展。多学科交叉融合，正在加速孕育合成生物技术、类脑人工智能技术等具有重大产业变革前景的颠覆性技术。

世界将会怎样？人类还有哪些可能？

在不断探索的旅程中，人们站在新世界的大门前，怀揣着对未知的好奇与敬畏，被门内透射出的神秘光芒所吸引。每一次科技的突破都像是找到了一把新的钥匙，带领人类一层层踏入这充满玄妙的世界深处。

第一个古猿抬头仰望星空，人类的求索便从此开始。

6000多年前，大河村星空深邃，日月星辰在先民手中幻化成太阳纹、月亮纹、星座纹等星象图案，烧制在绚丽的

彩陶上。

“当生命意识到宇宙奥秘的存在时，距它最终解开这个奥秘只有一步之遥了。”科幻作家刘慈欣写道，如果说原始人对宇宙的几分钟凝视是看到了一颗宝石，其后的整个人类文明，就是弯腰去拾它。

从古至今，每一次重大科技发现的突破，都如风拂过，将世界的神秘面纱轻轻撩起一角，让我们得以窥见其中令人惊叹的奥秘，颠覆我们曾经笃定的想象。

双缝衍射实验，打破传统粒子运动规律认知，开启了微观世界探索的大门；薛定谔的猫“既死又活”的状态，引发关于量子叠加态和观测者效应的讨论；相对论横空出世，为人类提供了全新的时空观……

科技的世界，由无限的遐想和不灭的向往编织而成。科技的突破，不仅仅是知识的更新与拓展，更是对人类思维模式的重塑和对世界观的洗礼。

如今，科技浪潮的冲刷下，人们看到了更多可能：在广袤的宇宙中，是否存在着我们截然不同的生命形态？如果存在平行宇宙，是否有一支时间的分岔中，没有锥心的遗憾，故事以圆满结局？

AI等科技的不断突破，人们期待更多不可能变成可能：也许有一天，疾病不再成为生死的分界线；也许有一天，成功实现从碳基到硅基的跨越，生命得以延续甚至重构。

或许，这就是科技的魅力所在——它永远在挑战我们的想象极限，永远让我们看到可能。

正因为存在可能，才有了希望；正因为心怀希望，才有了勇气；正因为鼓起勇气，才能继续前行。

科技不是文明的终点，而是搭载我们穿越认知之海的方舟。在探求真理的航程中，所有时空的追问者终将在星光的折射里，与一切未知相逢。

(据新华社电)

春节节庆余温未消，情人节又如约而至，巧克力本应迎来一轮大卖。然而，随着其原材料可可身价一路狂飙，整个行业似乎陷入了“寒冬”。

自2022年开始，可可期货价格大幅上涨。根据美国经济指标网站的数据，2024年1月初，可可期货主力合约价格为4000美元/吨左右，至12月中旬，已经达到了12700美元/吨的高点。尽管其价格最近有所回落，但仍处在1万美元/吨的高位徘徊。

可可身价暴涨最主要的原因在于供应危机。

可可可是世界三大无酒精饮料植物之一，不仅果实含有丰富营养，也是制作巧克力的主要原料，还是重要的经济作物。但可可种植对环境条件极为挑剔，喜好高温潮湿，因而仅生长在非洲、东南亚及南美洲的热带地区，尤其是在西非地区，供应量已接近全球的70%。2023年以来，西非地区的可可生产遭遇了极端天气和病虫害的双重打击，加上当地大多数可可种植农场缺乏现代化技术和抗风险能力，对“娇贵的可可”照料不周，导致减产和品质下降，“鸡蛋只放在一个篮子里”的危害也就显现出来了。国际可可组织于2024年8月发布的报告显示，2023年至2024年，可可的供应缺口达到46.2万吨，比上一产季的缺口(7.4万吨)增加了524%。

让可可价格屡创新高的另一层原因，则是可可供应短缺引发的焦虑情绪蔓延到了资本市场。恶劣天气、病虫害持续、主要产区产量走低、部分企业压价囤货……这些市场风险被投机客大肆炒作，进一步加剧了可可价格飙升的幅度与速度。

如今，可可涨价已经影响到产业链各环节。

受原材料价格上涨影响，许多可可加工企业面临采购成本压力，导致大量生产设备闲置、产业工人被迫降薪。欧洲可可协会(ECA)1月9日发布的报告显示，近期全球各主要市场可可加工量均出现下降。其中，2024年四季度欧洲可可研磨量比上年同期降低5.3%，仅为33.19万吨，处于2020年以来最低水平；亚洲和北美地区则分别同比下跌0.5%、1.25%，低至21.01万吨和10.28万吨。

作为巧克力的主要原料，可可价格上涨直接影响了巧克力生产成本，导致巧克力生产企业不得不面对严峻的供应链压力和成本挑战。受此影响，近期，雀巢、费列罗等巧克力巨头纷纷宣布涨价，涨幅普遍在10%至20%区间浮动；好时则声称，高昂的可可价格迫使公司重新调整配方，将“增加使用非可可成分，部分取代可可”。此外，还有一些企业选择优化产品线、限量供应、下架可可产品等方式应对危机。

对消费者而言，“甜蜜的负担”也正在加重。社交媒体上，“巧克力涨价”“如何实现巧克力自由”等话题引发热议，网友们纷纷表示，为了自己的钱包着想，要“戒掉巧克力”。与此相关的是，烘焙、甜品、饮料等已经与可可深度绑定的领域也被波及。

多位业内专家表示，可可价格上涨的影响可能比想象得更大，尤其是在产品结构方面，未来，可可含量高低可能不再是整个行业的“黄金法则”。

事实上，面对近段时间愈加激烈的市场竞争，已经有不少企业开始寻求差异化转型。比如，为满足消费者多元化需求，不少企业尝试推出了口感更丰富的可可口味产品，从重新兴起的酒心巧克力、坚果巧克力到新近推出的巧克力鸡排、巧克力棉花糖、巧克力薯片，一大批网红产品接连推出，既体现出企业在困境中锐意创新的决心与努力，也在一定程度上反映出企业面对原材料涨价的无奈。

此外，还有不少企业尝试转型高端市场。近年来，消费者对个性化产品的需求日益强烈，定制巧克力、DIY巧克力等正成为市场新宠。这类产品的共同特点是对价格并不敏感，由此企业有望通过赋予可可产品更高的附加值，对冲持续上涨的原材料价格带来的成本压力。比如，比利时巧克力公司Leonidas在圣诞节期间推出了圣诞老人和驯鹿造型产品；中国哈尔滨市巧克力博物馆推出“索菲亚教堂”等地标建筑造型的巧克力产品。这些巧思有效避免了同质化竞争，将可可产品带向了价值链高端，或将成为当前市场环境下更多企业的共同选择。

当西非可可减产引发全球市场震荡之时，中国国内的可可种植也悄然进入人们的视野。虽然与传统产区相比，中国可可种植规模还很小，但发展势头迅猛。目前，中国可可种植主要集中在海南、云南等地，得益于得天独厚的气候条件，这些地区种植的可可品质优良，风味独特。此外，2011年，中国科学院的科研人员在西双版纳橡胶林下试验种植可可树，如今已进入盛产期。如果这一复合种植模式能够顺利推广，中国将有望成为新的大型可可产区。