

咖啡

精力充沛。很快,这种据称拥有“精神魔法”的神奇果子就在附近区域流行开来,人们也开始用当地地名“咖法”(Keffa)来称呼它。

当年的“咖法人”或许不会想到,这个以他们家乡名字命名的野果,有朝一日会走向世界,成为在世界经济舞台上叱咤风云的“黑色黄金”。

公元525年,埃塞俄比亚军队侵入也门,咖啡豆也被士兵带到也门地区,咖啡由此进入阿拉伯世界。阿拉伯人发现,将咖啡豆焗炒后制作的咖啡饮料拥有独特的香气和更浓郁的味道,于是开始广泛培育、种植和烘焙咖啡豆。咖啡随即在阿拉伯世界迅速流行起来。阿拉伯人还给咖啡起了一个新名字“qahwa”,意为“阿拉伯美酒”。到15世纪末,咖啡已经“征服”了整个阿拉伯世界,并通过航海贸易销往欧洲,从红海一隅开启了它的全球之旅。

有趣的是,咖啡能够走向世界,可能还与一桩盗窃案有关。1547年,奥斯曼帝国占领也门,垄断了咖啡的全球生产。咖啡作为奥斯曼帝国的主要经济作物大量出口,为帝国带回了丰厚的利润。为保持对咖啡的绝对垄断,奥斯曼帝国专门颁布法律,要求所有出口的咖啡豆都必须经过水煮、烘焙,让咖啡种子失去生命力,以保证这些种子无法在其他地方种植。直到17世纪晚期,有窃贼偷出了一些咖啡种子,并在阿姆斯特丹的温室中成功培育出了咖啡树苗。从此,荷兰也有了自己的咖啡种植园,并开始一步步主导世界咖啡贸易。

再之后就是那个耳熟能详的故事了——咖啡漂洋过海,在北美洲、亚洲、中南美洲的土地上传播开来,出现在全世界的餐桌上。

“咖啡王国”诞生

咖啡从埃塞俄比亚走向世界,既是一场征服人类味蕾的味觉迁徙,也是影响多国经济命脉的关键变量。

目前,巴西是全球最大的咖啡生产国和出口国。据统计,2024至2025年度,巴西预计生产咖啡5881万袋(每袋60公

斤),占全球总产量的33.3%。咖啡出口为巴西创造了可观的收入,咖啡产业也成为巴西的支柱性产业。

巴西成为“咖啡王国”来源于一场蓄谋已久的“邂逅”。18世纪初,第一批珍贵的咖啡种子被藏在花束内带到巴西,从此,咖啡在巴西亚马孙河流域的帕拉州落地生根,并一路向南延伸。19世纪初,巴西开始大规模种植咖啡。1818年,第一批巴西咖啡进入欧洲市场,从此势如破竹。此后100年间,巴西逐渐掌握了世界咖啡市场的主导权,甚至一度垄断了世界咖啡市场,成为名副其实的“咖啡王国”。

巴西咖啡产业在19世纪的快速崛起并非偶然。巴西地处中低纬度,坐拥咖啡种植的黄金区位。年均2000小时以上的充沛日照,亚热带季风带来的丰富降水,再加上大片富含有机质和矿物质的松软土壤,共同构成了阿拉比卡咖啡树的理想生长地。同时,巴西政府也对咖啡产业发展给予了大量支持,包括制定鼓励咖啡产业发展的政策,大规模兴建交通运输网络,帮助咖啡产业降低运输成本、提高流通效率等。

“咖啡危机”难消

不过,许多将咖啡作为主要出口产品的国家,因咖啡价格极易受到诸多国际因素影响,从而遭遇了大大小小的危机。

比如,咖啡在为巴西带来巨额经济红利的时候,也没少给经济“添堵”,其中最具有代表性的就是“咖啡危机”。

19世纪末至20世纪初,巴西连年风调雨顺,咖啡豆产量不断刷新纪录。1905年,巴西咖啡再次丰收,总产量达1600万袋,相当于当时世界咖啡出口量的总和。世界咖啡市场根本无力承载如此大的产量,大量咖啡豆积压滞销,严重的供过于求导致咖啡价格暴跌。

彼时,巴西不少国家收入与咖啡种植业相关,如果不加干预,将对巴西经济造成严重影响。面对危机,政府决定出手救市。1906年2月,巴西经济

最发达的圣保罗州、米纳斯吉拉斯州和里约热内卢州3个州的州长在圣保罗州的陶巴特召开会议,签订了《陶巴特协议》。协议决定,由巴西政府出资1500万英镑,从市场大规模收购咖啡并储藏起来,减少市场上流通的咖啡库存,通过减少供给的方式抬升咖啡价格。

在政策影响下,咖啡价格在国际市场上开始回升。1912年,咖啡价格重回高峰。然而为化解危机,巴西付出了沉重的代价。为筹集收购咖啡所需的大笔资金,巴西政府只能通过发行国债、抵押国有资产向国际金融资本贷款等方式融资,使巴西经济更加受制于外国资本。

1914年,第一次世界大战爆发。作为巴西咖啡主要消费区的欧洲战火连天,经济遭受重创,随之而来的是购买力下降,咖啡销量一落千丈。这种消费颓势一直延续到战后,巴西咖啡也因此再度陷入供过于求的阴霾。

雪上加霜的是,几乎同一时期中美洲的咖啡产业飞速发展起来。凭借更多样的口味,来自哥伦比亚及附近国家的咖啡豆快速抢占了美国市场。1914年,美国进口咖啡中的四分之三来自巴西,到了1919年,这一比例已经降至一半。与此同时,美国从哥伦比亚进口的咖啡量从9100万磅增长到1.21亿磅。

甚至在1929年,纽约股市的震荡传导到南半球,也导致咖啡豆价格暴跌,无数种植园主和咖啡商人倾家荡产。为稳住市场价格,巴西等咖啡主产国纷纷烧毁库存的咖啡豆。当咖啡特有的焦香在滚滚浓烟中翻涌,那份苦涩与芬芳交织的复杂味道,恰如在过度资本化下咖啡产业命运的注脚。

咖啡是全球第二大饮品。据统计,全球平均每天约消耗22.5亿杯咖啡。从清晨唤醒都市的第一缕醇香到横跨五大洲的千亿美元贸易版图,咖啡不仅满足了全球人的味蕾,也在世界经济中扮演着重要角色。

从非洲到世界

关于咖啡的起源,最早可追溯到非洲埃塞俄比亚西南部的古老传说:

公元6世纪的一个傍晚,一位名叫卡尔迪的牧羊少年发现了一种长着宽大叶片和红色果实的植物。他发现,自家的羊群在吃过这种植物后,会变得兴奋、躁动,即使在夜里也和白天一样精神。后来,他自己也勇敢地尝试了一下这种植物,结果变得同样

脑洞

冰箱贴背后故事

□ 王一伊

说到最受欢迎的旅行纪念品,很多人的第一反应可能是冰箱贴。它小巧、精致、方便携带,可以说是最理想的伴手礼之一。当你因一个个精致的冰箱贴停住脚步时,是否曾好奇冰箱贴是怎样诞生的?人们又是如何养成收集冰箱贴的习惯?

冰箱贴的诞生和发展来自一场“无心插柳”。20世纪60年代末,一家航天工业领域的公司找到模具制造商萨姆·哈卡索(Sam Hardcastle),希望他能制造出一种吸附于大型航天设备的磁铁标志,以帮助工作人员对设备进行视觉跟踪。

作为一名经验丰富的制造工,萨姆制造出吸附在日常铁制品上的小型磁铁并非难事。难题在于要应用在表面并不平整的大型航天设备上,必须具备较强的柔韧性和更强的磁吸力。

在与几位材料配方师进行咨询后,萨姆成功地想出一个主意,那就是巧妙地将铁粉与塑料相结合,成功研发出注塑磁铁。这种

磁铁可以根据具体的应用需求和环境条件,制作成不同规格和形状。

但客户的需求并未就此止步。很快,这家公司又要求萨姆做出不同颜色的磁铁。萨姆在配方中直接添加色素的初步尝试失败后,转变思维开发出一种弹性涂料来给磁铁上色。这种涂料具有极强的可塑性和附着力,涂膜受到拉伸变形也不会开裂损坏,而且具有防水和遮盖裂缝的功能。

一个个难题的解决,也激发了萨姆对磁铁潜力的进一步探索。他开始尝试将上述技术应用到更多领域,比如纪念品领域。萨姆开发了一种万能绘图仪,可以在模具上雕刻复杂细节,比如添加各种文字、词语和图标。由此,现代冰箱贴制作技术基本确定。

凭借这些技术,萨姆很快创办了自己的广告磁铁公司“广告特色(Ad Specialties)”,并且通过制作美国各州形状的磁铁冰箱贴,成功开拓新市场。这些独特

的磁铁上面印有各州名称、首府以及重要地标,深受旅行者的喜爱,他们很快就开始收集这些磁铁。萨姆趁热打铁,马上又生产出了数百万枚这种独特的磁铁冰箱贴,最终装饰了全美各地旅行者的冰箱。

随着萨姆制作的冰箱贴越来越受欢迎,催生了这一行业的迅速发展,无数生产商开始加入生产冰箱贴的行列。20世纪70年代,一个名叫威廉·齐默尔曼(William Zimmerman)的生产商还通过创新荣获了新型冰箱磁铁的首项专利权。这种磁铁设计独特,融入了可爱的卡通元素,使得用户能够轻松地将纸条、信件、照片等物品固定在冰箱门上,为厨房增添了一抹温馨与趣味。

如今,随着材料科学的迭代进步,冰箱贴已经逐渐突破传统形态限制。温感变色材料、AR互动技术等创新应用正在拓展这方寸之间的可能性。中国文创产业甚至还将传统非遗工艺如景泰蓝、漆雕等技法融入冰箱贴设计,

使其成为传播中华文化的新媒介。据有关统计,全球冰箱贴市场规模在2022年已达到约10亿美元,并且预计在未来几年内将以年均5%的速度持续增长。

冰箱贴能够在全球范围内迅速普及,初期是依靠技术加成,使其具备了轻便、灵活的特质,还能轻松固定纸类琐碎物品。但从深层次来看,更是因各类“造型”技术赋予了其独特的文化记忆,通过冰箱贴上精美的图片和文字来记录旅游经历,展示个人品位与情感。人类学家安东尼·格雷厄姆的研究揭示,冰箱贴已成为现代家庭的“记忆宝库”,因为厨房是“整个家的指挥中心”。他发现,有孩子的家庭冰箱上平均贴有52个冰箱贴,最多可达160个。“这些小小的冰箱贴就像实体版的社交媒体,记录着一个家庭的生活轨迹与文化认同。”

下一次,当你在朋友家中做客时,可以尝试询问冰箱贴背后的故事,可能会收获一段充满情感的旅程故事。

4月的科特迪瓦经济首都阿比让迎来持续高温,阳光炙烤着港口堆叠如山的货物集装箱。卖烤香蕉的老妇人一边擦拭着额头的汗珠,一边挥舞着一份本地报纸——头版赫然印着“美国总统特朗普决定对科特迪瓦加征关税”。

美国4月初宣布对所有贸易伙伴征收所谓“对等关税”,科特迪瓦成为西非地区受影响最大的国家之一。科特迪瓦是全球最大的可可出口国,素有“可可王国”之称,每年生产超过200万吨可可,占全球总产量的近45%。根据科特迪瓦咖啡和可可委员会的数据,该国每年向美国出口20万吨至30万吨可可。

针对美国关税措施,从工程师到运输商,从公务员到媒体人,不同身份的科特迪瓦民众在烈日下的街头巷尾表达着焦虑与愤怒。

在科特迪瓦农业部大楼二层露台,农业技术工程师莫里斯·蒂亚告诉记者:“虽然每个国家都有权征税,但征税应当符合国际规则。”

“关税这么高,出口商该怎么办?”房地产商米歇尔·德尼认为应该对美国更加强硬。他对记者说,可是科特迪瓦核心产业,背后是近600万依靠可维持生计的民众。他认为,美国征多少关税,“我们就应该回敬多少”。

运输商热尔韦·特拉雷雷十分

赞成反制美方关税措施。美国为保护其他国家的利益,其他(美国人)才会尊重规则。”他还告诉记者一句非洲谚语:“如果你和一个盲人走在一起,你不打他,他就以为只有他会打人。”

日前,科特迪瓦国务部长兼农业、农村发展与粮食生产部长科贝纳·夸西·阿朱马尼表示,针对美国高关税政策,科特迪瓦可能提高对美国出口可可价格,这一影响最终将传导到国内消费者身上。

《科特迪瓦经济学者、发展问题专家亚历克斯·比赫接受记者采访时说,高关税政策下,科特迪瓦可可豆在美国市场的价格优势将荡然无存,因此跨国采购商或将订单转向其他国家。

比赫认为,美国关税措施包含三方面的恶劣行为:其一,将国家安全借口滥用于农产品领域;其二,对遵守国际规则的发展中国家施加剧越世贸组织标准的关税;其三,企图破坏南方国家通过区域贸易协定获得的发展机遇。

(据新华社电)