

看世界

南非果香飘万里

□ 林家全

南非是非洲水果出口大国，水果资源非常丰富。

从产季上看，南非全年几乎每个月份都有应季水果成熟。譬如，在北半球水果供应较为紧张的1月份，南非就有苹果、梨、芒果、桃子、菠萝等多个品种集中上市。从产区来看，南非境内大部分区域都有水果种植产业，南部海岸地区水果资源更是极为丰富。

南非水果出口行业在全球市场上占据重要地位，这一成就离不开该国水果出口业的先驱——莫尔特诺兄弟的卓越贡献。

早在1841年，兄弟几人的父亲——约翰·莫尔特诺就尝试将干果出口至澳大利亚。尽管首次尝试因船只失事而失败，但也为整个家族的发展提供了一个新思路。研究者称，其后人在连续几个代际间一直对水果(果干)出口抱有极大的兴趣，并作出了一系列成功探索，在很大程度上就是受了父辈的启发。

1892年，莫尔特诺兄弟中的珀西在经历了多次挫折后，终于成功将南非出产的桃子运至英国伦敦，并在科文特花园市场里出售，这标志着南非水果出口贸易正式起步。

1903年，莫尔特诺兄弟中的另外两位——爱德华和哈里，又在邻近南非第二大城市开普敦的埃尔金山谷尝试种植苹果和梨，并取得成功。随后，他们再接再厉，一方面迅速扩大种植规模，另一方面建立起业务覆盖整个山谷的大型水果种植企业。直到今天，埃尔金山谷仍贡献了南非约60%的苹果产量，是全国最大的苹果产区。

由于出口的需要，莫尔特诺兄弟很早就意识到农业及上下游产业相关技术的重要性，成了那个年代南非少见的“技术控”。比如，他们虽然没有现代育种技术“傍身”，却很重视品种筛选，他们会将不同地区的苹果种子带到山谷中种植，而后挑选出最合适的品种大规模推广；又比如，他们一直很关注其他国家取得的技术突破，于1934年引进

并建造了南非首个商业化的具有温度控制功能的“气调储藏设施”，从而延长了水果的保鲜期；还比如，他们大力推广冷链储运技术，使南非水果能够在非产季时供应国际市场，有效提升了果品的出口竞争力。

如今，南非已成为南半球最大的苹果生产国，果树种植面积约为2.55万公顷，其中88%都集中在埃尔金山谷所在的省份。其以出口市场为导向的行业发展模式也延续至今，凭借世界一流的气调储藏库，可以全年不间断地为全球市场供应苹果。

近年来，中国苹果进口量呈现波动上升趋势。2024年，中国进口苹果总量达到9.75万吨，消费市场越发广阔。而位于南半球的南非，苹果出口高峰期集中在1月至5月，正好填补了中国国产苹果的“空窗期”，并且覆盖春节消费旺季。从2015年1月首拒南非苹果抵达中国，到去年以1.5万吨进口量成为中国进口苹果第二大来源国，南非仅仅用10年时间，就超越了一众竞争对手，在中国市场上实现“后来者居上”。

不过，最近几年，南非苹果产业正面临一些新挑战。首先，越发常见的干旱气候导致产量下降。南非三分之二的国土气候较为干旱，年平均降雨量为464毫米，远低于世界平均降雨量857毫米。尤其是最近几年，南非连续遭受严重旱灾袭扰，水库水位一再下降，生产生活用水告急。其次，南非大量老果园正处于迭代期，苹果品种老化、产出品质参差不齐，国际市场竞争力有待提升。再次，南非面临较为严重的电力短缺问题，给苹果储存和物流等环节提出严峻挑战。最后，南非苹果的品牌形象还在逐步建立中，尚需时间来提升品牌的国际认知度和认可度。

除了苹果，牛油果也是南非重要的出口水果。20世纪90年代，南非培育出优质的牛油果品种，该品种果实大、产量高、成熟早，自2006年获得出口许可以来迅速得到国际市场认可。据统计，目前南非牛油果种植面积约为2万公顷，年产量约16万吨，年出口量约8万吨，其中97%发往欧洲和俄罗斯。

2024年10月，中国迎来首拒南非牛油果，这意味着又一

个具有巨大消费潜力的市场向南非牛油果敞开了大门。南非业界普遍对此寄予厚望。产业专家分析称，随着健康饮食风潮的兴起，中国牛油果消费市场日趋火爆。作为健康饮食的代表性水果之一，牛油果在制作婴儿辅食、减肥健身、早餐美容等领域的地位持续上升，南非牛油果有望凭借优异品质成为中国市场的“新宠”。

不过，南非牛油果要想在中国这个大市场上站稳脚跟，还有一定难度。去年，中国牛油果进口量约为4.9万吨，其中第一大供应国秘鲁占据着超过71%的市场份额，市场霸主地位稳固。同时，南非牛油果的供应期与秘鲁、智利存在部分重合，到货高峰期竞争极其激烈。此外，南非牛油果刚刚进入中国市场，市场认可度还有较大提升空间。

面对“劲敌”，南非牛油果也有自己的底气：

首先，产季优势。随着种植面积扩大，南非牛油果收获季可以从每年2月持续到次年1月，几乎覆盖了整个年度。由于秘鲁、智利等出口大国均只能在部分月份实现“定期供应”，因此南非牛油果在中国市场拥有“专属窗口期”。

其次，外观及口感优势。哈斯等牛油果主力品种成熟后表皮均为棕褐色，而南非牛油果成熟后表皮仍保持鲜亮的绿色，卖相讨喜。同时，南非牛油果果皮更薄、个头更大，口感也与其他品种有所不同，可以为消费者提供更多选择。

最后，品控优势。相较于多国以小型农场为主的种植模式，南非农场多为大规模经营，栽培技术更专业，采后处理能力更完善，流程管理也更高效，能够更大程度上保障出口产品品质稳定。

事实上，苹果、牛油果畅销海外，仅仅是南非水果产业的一个缩影。尤其是近年来，南非产的梨、柑橘、柠檬等产品纷纷在国际市场上占据

一席之地，既满足了全球消费者的多样化需求，也促进了南非相关产业发展、带动了当地就业，可以说，经贸合作正成为南非经济发展的又一引擎。

然而，与其他国家的优势出口产业一样，南非水果出口之路也遭遇了关税风暴。4月初，美国宣布对南非柑橘产品征收高达30%的进口关税，引发业内广泛关注。作为美国柑橘的重要反季节供应国，2024年，南非向美国出口近10万吨柑橘。专家表示，虽然关税增加的大部分成本将转嫁给美国消费者，但也必然会对南非水果出口造成严重打击。业界呼吁，面对关税威胁，南非不仅需要与美方加强沟通协调，争取公平贸易待遇，更重要的是推动市场多元化布局，向更广阔的国际市场空间迈进。

岗位，其中不乏电焊工、起重工、挖掘机手等技能岗位。“每位中国工程师带10多位坦桑尼亚工人，有时会放手让他们独立操作，这种培养方式提升了当地工人的实操能力。”项目人力资源主管埃德温·克里斯托弗说，“我们相信，项目竣工后，这批经过系统培训的工人完全有能力在港口相关领域就业。”

项目组还积极履行社会责任，助力可持续发展。项目组将施工海域外围划入保护区，严禁机械设备进入；成立的环保小队每月开展两次“净滩行动”，对海洋垃圾进行回收处理；改造附近的旧码头，将登船爬梯移至远离施工现场的位置，保障游客安全。

坐在观光船上，当地导游达乌德·吉迪翁望着岸边日渐成型的基卢瓦渔港，眼里闪着期待：“游客们乘船来参观基卢瓦西瓦尼遗址时，也能看到这个了不起的基卢瓦渔港。等渔港建好后，会有更多人来这里，看看我们的历史，也看看我们的新生活！”（据新华社电）

您身边有没有这样的人：他们明明收入不低，但生活极度节俭，不仅在日常生活中省吃俭用，而且几乎不参与任何需要花费金钱的娱乐活动。每当有人问他们，“何苦呢”？他们的回答通常以“等我有钱了……”“等我退休了……”开头。

勤俭节约确实是一种美德，但正如古语所言，过犹不及。美国著名投资人比尔·帕金斯在其著作《最优解人生：如何花钱，才能无憾》中，就批评了这种消费习惯：“极端的延迟满足等于没有满足。青春的热烈与30岁的冒险无法在60岁重来，金钱应兑换成滚烫的回忆而非账户数字……别等山顶的风吹不动白发，才想起20岁该去攀一座山。”

当然，批判过度节俭也不意味着鼓励乱花钱。衣柜里未拆标签的衣服、厨房角落积灰的小家电、使用次数屈指可数的健身卡……乱花钱的代价不仅是自身财务压力增加，更意味着实际生活质量下降。

那么，聪明的消费者该如何消费呢？《最优解人生：如何花钱，才能无憾》尝试回答的就是这个问题。

与其他财商类书籍不同，这本书不是教人赚钱的，而是教人花钱的。书中最核心的观点是，无论是“不花钱”还是“乱花钱”，都是糟糕的消费行为，真正聪明的消费行为应该是“用投资的态度审视消费”，确保每一笔钱都能实现最大的价值产出。

那么，如何聪明地消费呢？根据媒体报道，即将退休的伯克希尔·哈撒韦公司董事长兼首席执行官沃伦·巴菲特虽然富可敌国，但却一直保持着简朴的生活习惯。他酷爱麦当劳的汉堡，经常会和普通消费者一样使用优惠券。而且，他至今也没有更换住所，依旧生活在自己于1958年花3.15万美元购置的房屋中。

是他特别抠门吗？显然不是。事实是，他一直是价值导向消费哲学的支持者。巴菲特在股东大会及致股东信中屡次强调，最值得适度“挥霍”的行为就是“投资自己”。他认为，将金钱用于教育与技能提升，无论是语言学习、专业训练或知识累积，都是对未来最具长期效益的投入。其名言是：“价格是你付出的，价值是你得到的。”

这种强反差的关键在于，他们明白，真正的财富自由不是拥有花不完的钱，而是建立一套“让金钱为自己服务的消费体系”。

首先，从价值维度上分清支出与投资的区别。每当想要“剁手”时，先问问自己，这笔钱是支出还是投资？比如，买一本书是支出，但读完能拓展自己的视野就是投资；购买优质床垫看似奢侈，但只要它能改善睡眠质量，带来健康收益，这笔花费就是值得的。换言之，要把消费视作资产配置，尽量让其向投资靠拢，减少纯消耗型支出。

其次，从心理维度上警惕商家的营销陷阱。聪明的消费者需要识破商家的营销策略，也即突破“感性决策”。比如，面对商家提供的延展服务或者“顺手加购”，消费者可尝试“拒绝默认”，也即先取消所有附加项，再勾选自己真正需要的增量服务。

再次，从系统维度上建立自身消费防御体系。为避免冲动消费，可以提前制定年度消费预算和重点支出领域，同时建立消费“黑名单”，例如先将超过自己消费能力的奢侈品放进黑名单中。使用记账APP追踪资金流向也是一个有效的方式。数据显示，坚持记账的人平均每年能节省15%的不必要开支。

最后，从成长维度上持续优化自身消费决策。每月进行消费复盘，总结高价值消费和低价值消费，以便调整下月消费计划。

简而言之，在这个物质极大丰富的时代，真正的财务自由不是“想买就买”，而是“该买才买”。消费者要做的是不断积累消费智慧，确保资金流向更有价值的地方。

本版编辑 韩叙 王一伊 美编 王子莹
来稿邮箱 gjb@jirbs.cn

“古港”隔海对话“未来港”

金正华洪立

海风轻拂，树影婆娑。坦桑尼亚东南部一座岛屿上的基卢瓦西瓦尼遗址，曾是印度洋贸易航线上璀璨的“千年古港”，见证过满载黄金、香料与瓷器的商船云集的盛况。

与它隔海相望的“未来港”基卢瓦渔港已初具规模：315米宽的码头如钢铁臂膀伸入大海，冷库、交易市场、办公楼、污水处理站等配套设施的施工现场热火朝天。这里即将见证坦桑尼亚蓝色海洋经济的大发展。

据史料记载，中国明朝航海家郑和曾率领庞大的船队7次远航，最远抵达非洲东岸和红海沿岸。

“基卢瓦西瓦尼遗址出土了很多中国瓷器，这证明坦中友好交往的历史

源远流长。”坦桑尼亚国家博物馆历史分馆馆长肖马里·拉贾布·肖马里说。

在达累斯萨拉姆接受记者采访时，他用手指着馆内的15世纪中国船队史料图感慨道：“六百年前，中国人带来了和平贸易；六百年后，中国人又帮我们建设通向繁荣的‘未来港’。”

这座建设中的“未来港”由中国港湾工程有限责任公司(中国港湾)承建，是坦桑尼亚第一座现代化大型渔港，占地面积约5.6公顷，设计年卸鱼量为6万吨，能够满足大型远洋渔船的停靠条件，预计今年9月完工。坦桑尼亚总统萨米娅·苏卢胡·哈桑曾亲临项目奠基仪式，强调其关乎国家经济民生的重大意义。坦桑尼亚拥有丰富的渔业资源，特

别是基卢瓦渔港项目海域靠近金枪鱼洄游路线。然而，长期以来，由于这里缺乏现代化渔港，大型渔船无法靠岸。渔民长期只能在近海小规模捕捞，渔获易腐烂变质，收入极不稳定。

这不仅是渔民的困境，更是掣肘这个东非国家发展蓝色经济的瓶颈。尽管拥有漫长的海岸线，外海捕捞能力却几乎空白。

“项目完工后，先进的冷库和交易市场将彻底解决保鲜难题，让渔民们不再为渔获滞销而发愁，也为远洋渔获的保存提供保障。”中国港湾东非区域坦桑尼亚水工项目经理部工程部副经理陈志锋说。

渔港项目现场创造了近600个工作

