

看世界

自行车轮上的德国

□ 石 伟

初到德国，发现骑自行车的人真多。城市里有平坦整洁的自行车专用道，乡村则有野趣盎然的自行车休闲路。无论身在哪里，也无论男女老幼，骑行者疾行的身姿像一道道光影不时从眼前划过，矫健而优美。

世人皆知德国汽车制造业发达，人均汽车保有量位居世界前列。但其实，在这个人口接近 8500 万人的国家里，不仅有近 5000 万辆汽车，还有 8100 万辆自行车，自行车保有量与人口数量的比值几乎达到 1：1，在整个欧洲名列前茅。

德国能够成为“自行车大国”，与其政府大力推动息息相关。早在 2002 年，德国就发布了被称作“自行车交通计划 1.0”的《国家自行车计划（2002—2012）》。首个计划期内，自行车在整个交通系统中的“出行分担率”就提升到了 10%。2012 年，德国政府又发布了《国家自行车计划 2020》。2.0 版“自行车交通计划”增加了自行车旅游、电动自行车出行等新内容，并提出自行车出行分担率要达到 15% 的目标。2023 年 6 月，德国又推出了最新一版的“国家自行车交通计划”。根据该计划，到 2030 年，政府将再提供约 15 亿欧元用于推进自行车使用，在全国范围内提供更多优质的自行车道及停车中心等。这一目标如果达成，每年能减少 300 万吨至 400 万吨二氧化碳排放。

德国为何对自行车这么友好？可能是“经济上的自信”带来的“消费习惯的复归”，也可能是因为对环境问题的认识越来越深入。

事实上，许多国家和地区在迈向现代化的进程中，都经历过“嫌弃”自行车的阶段。在那个时期，汽车通常被视为进步、富裕、发达的象征，许多人宁可背上沉重的债务，也会想方设法换上一辆看起来就气派的小汽车。城市建设方面也是如此。“4 个轮子”占用的社会资源越来越多，“2 个轮子”的空间被挤占，在许多城市里，自行车道只能与人行道“相依为命”。不过，当经济发展到一定阶段，汽车不再是“身份象征”的时候，这个进程通常就会减速，人们会重新选择更适合自己的交通方式，比如公共交通，比如

摩托车，再比如自行车。

另外，随着近年来可持续发展理念日益深入人心，各国都在探索更加低碳健康的交通方式。在中国，新能源汽车取代燃油车成为汽车市场的宠儿；在日本人口最密集的东京都市圈，地铁成为人们绿色出行的首选；而不少欧洲老城区狭窄的小巷，则是自行车的天下。

除了这些全球都需要面对的共性问题外，德国还需要克服一个特殊的困难，那就是自行车与汽车的替代关系。

事实上，作为汽车强国的德国推动自行车出行，面临的困难远比其他国家要大。其自行车产业本身就经历了几番波折，两大产业间的“相爱相杀”更是持续了百年之久。

德国是现代汽车的发祥地，也是汽车生产历史最悠久的国家。自从 1886 年卡尔·弗里特立奇·本茨发明汽车，德国的汽车工业已经走过了百余年的发展历程。根据史料，1901 年，全德国只有 12 家汽车厂，职工不到 2000 人，年产汽车 800 余辆；到 1908 年，德国汽车厂已达到 53 家，职工 1.2 万人，年产汽车 5500 多辆；到第一次世界大战前，德国汽车工业已成长为一个独立的工业部门，汽车制造工人超过 5 万人，年产量达 2 万辆，仅次于美国、排名世界第二。只不过，当时的汽车作为“富人的玩具”，远达不到普及的程度。所以在这个阶段，自行车依旧不是不少人出行的首选交通工具。

1924 年，德国欧宝（Opel）公司首次引入福特生产线，成为德国第一家采用流水线生产汽车的制造商，德国汽车工业迎来了一轮大爆发。在这段时间里，大量德国自行车厂转型成为汽车生产商或零配件厂，导致自行车产销量双双大幅下滑，这也是德国自行车产业的第一次低谷。

在此后将近 20 年的时间里，德国因为接连卷入了两次世界大战，汽车产能被征用，经济发展陷入困顿，自行车再次成为人们的主要出行方式。

第二次世界大战结束后，受到重创的德国经济通过重振汽车工业实现了复兴，汽车在全国范围内迅速普及，自行车销量又一次下滑。

20 世纪 70 年代，因为石油危机爆发，全球石油价格暴涨，自行车在德国重获青睐，至 20 世纪 90 年代第三次迎来发展高潮。

如今，德国汽车与自行车产业已经达成了新的平衡，家

户户不只有汽车，也有自行车。于是，在假日的高速公路上，身上挂着、头上顶着自行车的汽车成了一道别样的风景线。因为按照当地人的习惯，哪怕是周末度个小长假，也必须带上自行车和狗。

要让更多人选择自行车出行，基础设施必须得跟上。现在德国城市道路两边几乎都开辟了自行车专用道。以柏林为例，目前该市自行车专用道总里程已经超过 600 公里。工业枢纽鲁尔甚至专门建了一条全长超过 60 公里的全封闭“自行车高速路”，骑行速度最高能达到 40 公里/小时。城市的市中心、火车站等繁华地段和交通枢纽附近也大多建立了可集中停放自行车的站点，大部分 24 小时开放并免费停车。

此外，为了鼓励人们正规骑行，德国还实施了多项举措：比如，骑车从娃娃抓起，且上路必须有“驾照”。从小学四年级起，小朋友就要在警察的指导下参加交通教育、理论考试和上路考试。如果顺利拿到自行车“驾照”，五年级就

可以骑车上学了。成年人首次骑行上路也得接受至少 2 天的培训，并需要通过考试。

此外，政府对骑车违章行为的处罚也挺厉害：闯红灯，罚！在人行道或步行区里骑车，罚！逆向骑车，罚！骑车打手机，罚！酒后骑车，重罚！……

除此以外，德国还把自行车旅游和健身视作推广计划的重要抓手。政府规划建设的多瑙河骑行线、北海海滨骑行线以及遍布全国的乡村和郊区骑行线，都是德国人的“心头好”。

“自行车王国”曾经是中国代称。如今，自行车已经变成了许多发达国家与中国的共同选择。只不过，这一次，人们选择自行车的理由已经完全不同，不是因为经济原因不得已而为之，而是出于环保、喜爱等理由的主动之举。

由是，自行车不仅是一种出行方式、一种健身方法，甚至也不仅仅是一个产业，它彰显的是人们对可持续发展的信念，是对大自然的敬畏，也是人与自然生命共同体的现实注脚。



□ 王 毅

瑙鲁淘“金”

中国有句老话叫“视金钱如粪土”，但有个国家却靠粪土赚到了一桶又一桶金钱，这个国家就是瑙鲁。

瑙鲁是一个孤悬于太平洋中部的岛国。其地理位置颇为特殊，离赤道仅有 42 公里，且以其为圆心、半径 300 公里内再无其他岛屿。这个特殊的地理位置决定了，南来北往的候鸟都会以此为休息站。

多少年过去了，一批又一批候鸟在这里吃喝拉撒，导致岛上堆积了大量鸟粪。最夸张的时候，鸟粪覆盖面积几乎占到全岛总面积的五分之三。随着时间的推移，鸟粪经过风化、盐化等综合作用逐步发生质变，在岛上形成了厚达 10 多米的磷酸盐露天矿。

磷酸盐矿可是个好东西。它不仅是化工的重要原料，而且还可广泛运用于更多新材料科学中。更可贵的是，它本身还是一种优质的天然肥料，尤其是在化肥工业还不够发达的年代，这一岛的鸟粪几乎瞬间就成了各国竞相争抢的宝贝。

纵观 20 世纪前 70 年的瑙鲁历史，几乎就是一场殖民者的争夺史。英国、澳大利亚、德国、日本轮番登场，直到 1968 年，在瑙鲁人民的不懈努力下，瑙鲁才终于成为独立的主权国家，并于两年之后的 1970 年从英国人手中赎回磷酸盐矿的控制权。

可惜的是，刚刚拿回矿产、还处于狂喜中的瑙鲁人也陷入了“资源诅咒”的泥潭。那个时候还没有可持续发展的概念，穷怕了的瑙鲁人开始疯狂开采、拼命售卖，当地经济就此高歌猛进，仅仅用了短短几年时间就成为世界上最富裕的国家之一。到 20 世纪 70 年代中期，瑙鲁经济达到了巅峰，人均国内生产总值（人均 GDP）高达 3.5 万美元，是同时期美国人均 GDP 的 4 倍还多，甚至比靠石油资源发家的海湾国家还要富裕。

然而，这样的“土豪”生活仅仅持续了 20 多年，无节制的开采使得岛上的磷酸盐资源被挖掘殆尽。到 20 世纪末，当地磷酸盐产量已经从高峰期的 150 万吨/年急剧下降至不到 20 万吨/年，如今的年产量甚至不足 1 万吨。到 2007 年，瑙鲁人均 GDP 一度下降至 0.21 万美元。

突然失去了支柱产业，让瑙鲁人一度陷入困惑，但这并不代表他们没有重整旗鼓的能力。在经历了几年的困境后，瑙鲁又重新找到了发展方向，那就是依靠海洋。

别看瑙鲁国土不大，陆地面积仅仅 21.1 平方公里，但凭借其被海洋环绕的优势，瑙鲁的海洋专属经济区面积竟然达到了惊人的 32 万平方公里，丰富的渔业资源和海洋矿产资源更是大自然赋予其的天然宝藏。

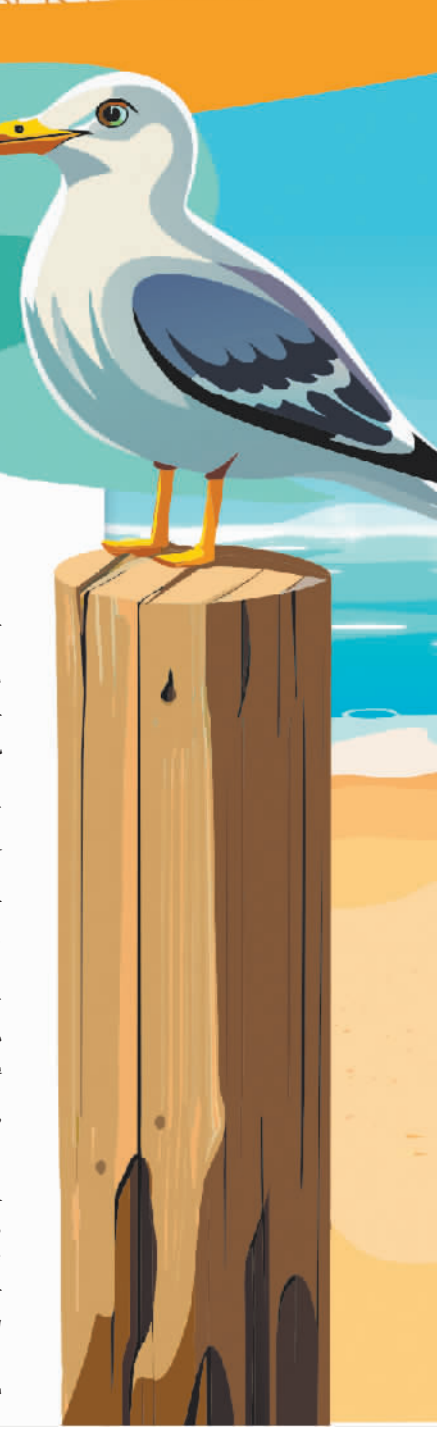
但是，和量少价高的磷酸盐矿不同，渔获和海洋矿产的附加值相对较低，且对运力的要求较高，这意味着，瑙鲁要想用好这些资源，必须优先发展交通运输业，尤其是要建设一个能够支撑大规模进出口贸易的现代化港口。

事实上，港口对于瑙鲁的意义还不止于此。瑙鲁本身的地理环境和经济结构决定了，其大量生产生活物资必须依赖进口，而航运是最为便捷且高效的方式。换言之，对于瑙鲁人民来说，港口不仅关乎着经济复苏的希望，更承载着对幸福生活的向往。

然而，建设港口谈何容易，尤其是对于瑙鲁这样的小国来说，人力、财力、技术能力、装备能力……每一项都是难以跨越的坎。

近年来，中国提出的共建“一带一路”倡议在太平洋岛国地区得到了积极响应，斐济、汤加、基里巴斯等国家都与中国开展了密切的合作，这也让瑙鲁看到了希望。2019 年，中瑙双方展开合作，中国企业开始负责艾沃港改造升级和光伏发电两项重要项目。如今，位于岛屿西南部的现代化码头已经建成，预计年内就能投入使用。

未来的瑙鲁还能重新富裕起来吗？或许，答案就在那些大型货轮的汽笛声中。



“美国总统特朗普威胁对欧盟产品征收高关税，这已对我的公司和员工产生巨大影响，我现在经常愁得睡不着觉。”克罗地亚赫尔梅斯国际公司总经理内布·丘平日前在接受记者采访时忧心忡忡地说。

赫尔梅斯国际公司 20 年前由丘平创立，主要生产无花果酱。为纪念爷爷博若·丘平，他把公司生产的无花果酱命名为“博若爷爷”。20 年来，“博若爷爷”牌无花果酱在美国市场同类商品销售额中名列前茅，公司也不断发展，目前已经有 100 余名员工。

怎料风云突变，美国政府近期挥舞关税大棒，不断威胁对进口自欧盟的商品征收高关税，欧洲很多公司因此面临亏损甚至倒闭，赫尔梅斯公司也不例外。

丘平跟记者算了一笔关税账。他说，公司原来每年向美国市场出口大约 150 个集装箱的无花果酱，每集装箱的价格在 7 万美元左右。也就是说，他的公司每年在美国市场的销售额在 1000 万美元左右。即使美方仅仅对欧盟商品征收 10% 的关税，他的公司每年都将面临 100 万美元的关税成本和经济损失，这对赫尔梅斯公司这样一个中小型企业来说几乎是“灭顶之灾”。

“这还仅仅是 10% 的关税。如果美国的关税上升到 30% 甚至 50%，情况会怎样？我都不敢想象！”丘平说。

由于美政府关税政策带来的巨大不确定性，赫尔梅斯公司只好减少向美国市场发货。这已经引发了一连串负面反应：商品滞销导致公司严重的经济损失，只好裁员。如果美方征收更高关税，公司势必面临更大经济损失和更多裁员。丘平向记者坦言，短短几个月，公司就从一个颇为成功的企业沦落到为生而苦苦挣扎的地步。

丘平认为，美方高关税政策是非常错误的，高关税政策最终只能是得不偿失、害人害己。

丘平说，美方试图通过高关税政策促使海外公司到美国设厂，但殊不知，一个外国公司要到美国设厂会面临很多困难和挑战，包括厂址、设备、员工、供应链等。他向记者透露，公司曾尝试在美国当地设厂，结果不但导致成本猛增，而且在美国生产的无花果酱质量远不如在克罗地亚生产的，后来只好作罢。

当然，面对高关税带来的困境和生存压力，丘平和他的公司并没有坐以待毙，而是及时调整策略，减少对美国市场的依赖，拓展其他市场，尤其是中国市场，因为在他看来，中国人口众多，有巨大市场潜力。

“有句话说得好，‘不要把所有鸡蛋放进一个篮子’，现在已经到了摆脱对美国市场依赖，拓展多元化市场的时候了。”丘平说。

（据新华社电）

本版编辑 韩叙 王一伊 美编 王子莹
来稿邮箱 gjb@jirbs.cn