

# 满城黄金甲

王俊鹏

阿拉伯人对黄金情有独钟。

在阿拉伯文化中，黄金象征着权势、富贵，也象征着高雅。正因如此，在阿拉伯世界，你可以看到包金的花洒、镶金的家具，还可以喝到金箔咖啡，用“满城尽带黄金甲”来形容这里丝毫不为过。

从埃及的开罗到阿联酋的迪拜，从沙特的利雅得到巴林的麦纳麦，置身于任何一个阿拉伯国家、任何一个阿拉伯城市，你都可以轻而易举地找到一个叫 Gold Souk 的地方——黄金市场。

比如，在迪拜老城区里，就有一条全长不足一公里的街道，临街两旁尽是珠光宝气的店铺。这里就是迪拜的 Gold Souk，也是全球第三大的黄金交易集散地。

在中东购买黄金饰品选择很多。当地的式样极为丰富，设计也非常多元，既有更符合东亚审美的“淡雅风”，也有欧式“简约风”，拼接的、镂花的、彩釉的、镶钻的，五花八门，应有尽有。

相比于世界其他地区的品位，阿拉伯人更喜欢张扬的设计，越是夸张越是精

彩。因此，人们不仅可以在黄金市场上看到黄金头饰、黄金腰带，甚至还能看到完全由黄金打造的长裙及鞋履。

出于对繁复造型的追求，阿拉伯金饰对于用料更为讲究。在中东国家，24K的黄金饰品并不常见，因为纯金在硬度上的局限性无法满足阿拉伯人对设计的需求。

因此，当地黄金市场主要以 22K、21K 及 18K 的金饰为主，其中 22K 及 21K 的黄金饰品更受本地消费者欢迎。

源自独特的审美理念，阿拉伯女性偏爱风格统一的黄金套式，包括项链、耳坠、手镯等，因此商家通常会整套出售，价格除了按照重量参照黄金市价计算以外，还会收取一定金额的设计费，通常在 1000 元人民币以内。如果只是购买戒指、手镯、吊坠

等单一饰品则完全按照重量及市场价计算，不需要支付额外费用。

事实上，尽管阿拉伯风格的金饰设计理念整体上比较张扬，但具体到不同国家、不同地域，还是有不小的区别。比如，巴林、科威特、沙特在金饰设计方面就各有特色。熟悉当地市场的消费者可以一眼看出区别。其中，巴林堪称阿拉伯黄金工艺中心，巴林金饰也更受市场欢迎。

有趣的是，黄金饰品消费大国阿联酋、卡塔尔在金饰生产方面完全谈不上领先。究其原因，也许是因为阿联酋、卡塔尔的消费者受西方文化影响更多，因而更青睐欧洲设计，对阿拉伯风格并不执着。

此外，在中东购买金饰还有很多小

窍门。

如果你是在机场转机的过路客，机场免税店是最佳选择，这里通常有中东地区知名的珠宝品牌，例如阿联酋的 Pure Gold、Damas 等。各个珠宝商家常年有促销活动，不仅免税，而且打折。如果你有机会在中东地区深度游览，黄金市场无疑是不二选择。在一片金灿灿的包围中，游客可以一边挑选心仪的饰品，一边领略当地独特的文化，体验不一样的风土人情。

另外，黄金市场是可以讨价还价的。而且，砍价也是逛黄金市场的乐趣之一。一般来讲，5%到10%的折扣是正常范围。不同的支付方式也会有不同的优惠，现金交易通常可以得到更多折扣，刷卡则少一些，因此带上足够的现金对于“淘金者”来说大有裨益。

在质量方面，黄金市场上几乎看不到假货。这主要源自于伊斯兰文化的传统价值观，出售假货会遭到严厉的惩罚。因此，诚信至上也是黄金市场的特色之一。

## 南非与钻石

田士达

在南非发现钻石之前，世界钻石的供应量极其有限。直到后来人们在金伯利岩母岩中发现了“原生矿”，钻石产量才有了明显增长。作为世界第六大钻石生产国，南非在世界钻石舞台上扮演着重要角色，以至于不少消费者至今依然偏爱产自南非的钻石，尽管产地其实并不能代表品质。

现代钻石行业起源于南非。

1866年的一天，少年雅各布斯在南非奥兰治河畔，捡到了一颗闪亮的石头。邻居范尼凯克注意到这块石头，向小男孩的母亲提出购买请求。没想到这家人十分大方，直接将石头赠送给了他。后来，“石头”多次易主，传到了一位“业余地质学家”手中。这位地质学家鉴定认为，这块石头是一颗重达 21.25 克拉的钻石。这颗巨大的南非钻石被命名为“尤里卡”，意思是“我找到了”。

南非发现了钻石！

不过，当时许多人都对此持怀疑态度。直到 1869 年，一位牧羊人又发现了一颗巨大的“石头”。他本来想用这颗石头换点食物，但被多次拒绝。后来，牧羊人找到了那位“识货”的范尼凯克，换得了 1 匹马、10 头牛和 500 只羊。最终，这块石头被鉴定为 83.5 克拉的钻石，并被命名为“南非之星”。

随着事情传开，南非掀起了“淘钻热”。

事实上，在南非发现钻石之前，世界钻石的供应量极其

有限。印度和巴西曾经是主要的钻石供应国。不过，那些钻石都是“冲积钻石”，它们从母岩上脱落，顺着河流来到下游，可以被视作“次生矿”。由于稀有难觅，这些钻石均留给君王和皇室使用。最初的南非钻石其实也是“次生矿”，直到后来人们在金伯利岩母岩中发现了“原生矿”。这意味着钻石开采可以更加集中，产量也更大。

统计显示，南非“淘钻热”期间发现的钻石，比印度 2000 多年来发现的总量还要多。这使得当时富裕的中产阶级终于能够买得起钻石了。

一个多世纪后的今天，钻石已经成了一种人气颇高的宝石。作为世界第六大钻石生产国的南非，也在世界钻石舞台上继续扮演着重要角色。在这个过程中，“钻石帝国”功不可没。

1871 年南非“淘钻热”期间，人们又在金伯利的戴比尔斯兄弟农场发现了钻石。这时，另一位颇具胆识的少年罗兹出现了。他从英国来到南非，在尝试棉花种植失败后，开始为金伯利的钻石矿区提供抽水服务，慢慢有了一些积蓄。随着矿坑越

挖越深，不少个体矿工开始觉得挖矿太危险，得不偿失，于是选择将采矿权出售给像罗兹一样的商人。后来，罗兹的生意越做越大，他将整个戴比尔斯农场和金伯利的钻石矿采矿权都买了下来，并于 1888 年成立了戴比尔斯联合矿业有限公司。

在此后的日子里，戴比尔斯一直参与钻石开采、加工和销售各个领域，并发展成为全球钻石垄断企业。在巅峰时期，戴比尔斯的“钻石帝国”经营着全球 19 个钻石矿，全球超过 80% 的钻石均出自这里。截至今年年初，戴比尔斯只允许全球 80 个珠宝切割公司和经销商从自己手中购买钻石原石，从源头上控制了钻石的价格。

“钻石恒久远，一颗永流传。”这句令女人疯狂、男人“抓狂”的广告词，就来自戴比尔斯。1948 年，戴比尔斯首先使用了“A diamond is forever”（钻石永恒）的宣传词，将钻石包装成了永恒爱情的信物。1993 年，这条经典的广告

## 圈养火鸡的“脆弱”

韩叙

“反脆弱”是纳西姆·尼古拉斯·塔勒布在其著作《反脆弱：从不确定性中获益》中提出的概念。此前，他曾写过一本名为《黑天鹅》的书。反脆弱的概念就是从《黑天鹅》的基础上衍生出来的。

塔勒布在书中虚构了这样一个故事。一只圈养的火鸡，早已习惯了主人定时定点的投喂。每每看到栅栏外努力找食吃的同类，它都会由衷感慨，自己的生活是如此幸福，主人是如此善良，其他同类可没有自己命好。直到感恩节来临，其他火鸡一哄而散，继续在人类看不见的地方过着动荡飘摇的生活，只有它的生命戛然而止。

不期而至的死亡算是“黑天鹅”吗？对于这只可怜的火鸡来说，当然算。毕竟，善良的主人会突然转性，举起屠刀，太超乎想象了。不过，从人类的角度来看，一切就不奇怪了。唯一的区别是，火鸡不知道感恩节的存在，而人类知道。至于其他火鸡，虽然每天的日子过得并不算舒坦，但至少不需要承担这样的风险。这就是线性思维与非线性思维的区别。

在现代社会，我们总是习惯于通过历史

数据以及基于历史数据构建的模型预测未来，尤其是风险。殊不知，这种思维方式有很大的局限性，一旦遭遇历史上并未发生过的、超出我们惯常认知的极端罕见事件，模型就会失效，安稳的假象就会被击溃。比如，2008 年国际金融危机、切尔诺贝利核泄漏事件，或者，号称“永不沉没”的泰坦尼克号。

塔勒布认为，正因为受到线性思维影响，我们经常会对生活中突兀出现的罕见事件、极端事件无所适从。但同时，总有一些人能迅速调整好心态，改变行为方式，从危机中脱颖而出，在波动中逆势成长。塔勒布称这类现象为“反脆弱”。

要实现反脆弱，前提是对事物的脆弱性有清醒的认识。在此基础上，要培养反脆弱的能力，并让这种不确定性为我们所用，让自己在对抗脆弱的过程中逐步变得强大。正如风会吹灭蜡烛，却能让火苗燃得更旺，事物之间的作用力不是一成不变的，如果我们能更好认识它，并为未来的各种可能性做好准备，结果可能会有所不同。

塔勒布认为，反脆弱性的方法有很多。

比如，冗余。按照传统经济学理论，冗

余显然是缺乏效率的。但从反脆弱的角度来看，冗余反倒是非常必要的。比如，我们人类为什么要长两个肾，为什么有两片肺叶？大自然的潜台词其实很简单——万一有一个坏了，还有一个备用。

又比如，分解风险，分步承受。一个典型的案例就是下楼。如果一个人想从 30 楼下到 1 楼，有两个选择。最简单直接的一种是跳楼，如果没闹出人命，那只能说遇上“黑天鹅”了；第二种，修建楼梯，一节一节慢慢走下来，确保每一步都在身体承受范围之内。

还比如，杠铃策略。很多人在投资理财时偏爱“中等风险”的金融产品，寄希望于稳健投资、稳健收益，却忽视了计算错误的可能性。真正的“中等风险”是根据自身的风险承受能力，确定“高风险”和“低风险”的比

例。比如，厌恶风险的人可以将 90% 的资金投入低风险产品，将剩余 10% 的资金投资风险很高的资产。如此一来，最大损失也不会超过 10%，但预期收益却是值得想象的。这就是杠铃策略。换句话说，在杠铃策略下，高风险对应的最大损失是已知的，收益则是未知的。

最后，也是最重要的一点，是建立起非线性思维的架构。虽然说，这样的架构无法保护我们 100% 不受伤害，但至少能帮助我们建立起反脆弱的习惯，并且在脆弱降临时，尽快做出更好的反应，提高反脆弱的成功率。

还记得那只可怜的火鸡吗？安稳的时候，想想它。

悦读

