

看世界

## 探访“钻石之城”

□ 谢梦凡

在欧洲的心脏地带，隐藏着一个让全世界珠宝爱好者心驰神往的地方——比利时安特卫普。这座被誉为“钻石之城”的古老城市自19世纪起便成为全球最著名的钻石加工中心和贸易中心，现在仍是无数钻石绽放璀璨光芒的起点。

从安特卫普中央火车站下车，附近的道路较为狭窄，只能容行人与自行车通行。道路两旁是一间间鳞次栉比的小店，偶有骑行者经过，随着车身在石板路上的颠簸，留下丁零的余音。

如果您以为安特卫普是一座静谧的小城，那可能有些偏颇了。实际上，这里不仅商业交易繁荣，还是欧洲人口最密集的城市之一。作为比利时第二大城市，安特卫普的面积仅140平方公里，人口却有50万人左右，折算成人口密度可谓相当惊人。

这背后是钻石业的繁荣发展，吸引了大量人口来这座城市生活和工作。在当地长不过数百米、看似平平无奇的“钻石街”——霍文尼斯街上，就聚集了1700家钻石公司以及4500家钻石经销商。据统计，繁荣的钻石业创造了6600个直接工作岗位和26000个间接工作岗位，来自70多个国家和地区的从业者每天都在这里工作。根据安特卫普世界钻石中心(AWDC)数据，安特卫普每年的钻石交易额高达数百亿美元，其钻石出口额占比利时出口总额的5%，以及对欧盟以外

口总额的15%，是比利时经济发展的重要助推器。

安特卫普为何能成为“钻石之城”？这不仅源于其毗邻港口的优越地理位置，也与当地规范安全的贸易环境密不可分。早在1447年，安特卫普市长就以法令的形式规定，“禁止在安特卫普购买、出售、抵押或转让任何模仿钻石、红宝石和蓝宝石的假货”。这份法令彰显了当时城市管理者对维护市场诚信的决心，也赢得了众多钻石从业者的信任。

此外，当地持续的免税政策也极大推动了其钻石业的蓬勃发展。在很长一段时间里，几乎全球范围内的行业精英都主动或被动地将企业总部迁至此地，设计师、工匠、贸易商也纷纷汇聚于此。他们带来了巨额财富和丰富商业经验，帮助安特卫普走向钻石行业的巅峰。资料显示，1950年，全球一共只有4个上规模、跨区域的大型钻石交易中心，4个全部位于安特卫普。

拥有先发优势的安特卫普无疑是幸运的，但其持续的辉煌源于对钻石加工的精益求精。

整个钻石行业内，“安特卫普切割法”都是完美加工的代名词。该工艺传承至今已近6个世纪，它能够精确切割出57个切面，其中上有33面、下有24面。由于每一个切面都可以捕捉到光线，经此切割法加工过的钻石看起来会更为璀璨，因而又被称为钻石的“完美品相”。“安特卫普切割法”不仅是精益求精的体现，也是高附加值的实现过程。早在中世纪，安特卫普人就明白，裸钻固然珍贵，但切割后的精美成品会带来更高的利润。据说，一颗

重达10克拉的裸钻，经过“安特卫普切割法”加工后将只剩一半，另一半则变成粉末。

目前，该项技术已成为全球钻石切割的标准典范，吸引了大量钻石加工业务。统计显示，世界上每10颗未切割的钻石中就有8颗被送到这里加工，全球80%的“毛坯钻石”和50%的成品钻石都流经安特卫普。甚至可以说，全世界每一粒待售的钻石，无论将销往何处，都至少去过安特卫普一次。

安特卫普钻石产业体系之所以能够发展至今，还离不开一个高度专业化的生态系统支持，包括钻石银行、安保及物流服务公司、经纪机构、旅游服务以及一系列高端餐饮与住宿设施。

如今在珠宝行业内广为流行的“全方位接待服务理念”，就诞生于安特卫普。早在多年前，安特卫普的钻石商人就意识到客户服务的重要性，并把其中的VIP服务推到了一个新高地。客户在购买钻石时，可提前与商家沟通，明确所需的钻石类型、大致重量及设计倾向。随后，商家会亲自携带精选的裸钻及详尽的资料前往机场迎接，并安排客户免费入住豪华酒店。顾客可以在舒适的酒店环境中悠然挑选心仪钻石，而后便只需要等待商家完成所有沟通工作，工坊完成全部加工流程即可。

在此期间，不少人会选择在安特卫普或周边地区旅行，欣赏优美的自然风光；还可以参观当地的钻石博物馆，可以见到

矿石加工成钻石的过程、世界著名的钻石制品，还有机会观看工匠现场加工钻石。之后只需直接回到酒店内试戴成品钻石即可。如果试戴后发现尺寸不合适，还可以继续住免费酒店等待店家修改。

不过，如今的安特卫普钻石业也在遭遇前所未有的挑战。一方面，安特卫普以往在钻石原料供应上有优势，与比利时在非洲的前殖民地有关。但目前这一渠道日渐收窄，使得安特卫普在钻石来源上渐入困境。另一方面，阿联酋迪拜与中国香港等新兴钻石市场枢纽迅速崛起，也分走了大量市场份额。

为了应对挑战，安特卫普重新聚焦自身的核心优势，在“安特卫普切割法”上再做创新。他们不仅加大了手工切割工匠的培养力度，还完善了“完美切割”的各项标准，并尝试将传统工艺与现代科技结合在一起，力争以更精细、更多样的切工继续引领全球钻石行业的发展。同时他们提供的“一站式服务”，以及比利时的优美环境，仍然无可取代。即使现在全球的钻石交易中心已经扩大到25个，但相信在未来很长一段时间里，安特卫普仍将在世界钻石业中占据独特的位置。

得益于美国作家马克·吐温的作品，毛里求斯“天堂原乡”的美誉广为人知，但人们对它的别名——“甜岛”却知之甚少。

“甜岛”其名来源于岛上最重要的农作物——甘蔗。上世纪60年代独立之初，毛里求斯全国耕地的90%都用于甘蔗种植，制糖业一度创造了该国近三分之一的国内生产总值和九成以上的出口额。

几十年来，毛里求斯政府实施经济多元化政策，金融业、旅游业等第三产业发展迅速。但时至今日，制糖业仍在当地经济和社会发展中扮演着重要角色。毛里求斯糖业联合组织首席执行官德韦什·杜基拉介绍，加上蔗糖生产过程中的蔗渣、糖蜜等副产品，制糖业对该国国内生产总值的贡献率达2%以上。同时，制糖业还吸纳大量就业人口，除了8000多名甘蔗种植者外，还包括大量从事甘蔗收割、蔗糖加工和运输等工作的人员。“维持制糖业的可持续发展对毛里求斯来说至关重要。”

不过，自本世纪初开始，毛里求斯制糖业遭遇严峻挑战。一方面，毛里求斯制糖业规模较小、人工成本较高等竞争劣势逐步凸显；另一方面，毛里求斯蔗糖的主要市场欧盟对毛进口食糖配额协定到期，致使毛里求斯的蔗糖出口严重下滑。

冈尼斯·布鲁思一家世代从事甘蔗种植，到他已是第四代，家中有近200公顷甘蔗地。但他抱怨，“毛里求斯地理位置偏僻，国际货运成本较高。随着近年来货运价格上涨，制糖业出口雪上加霜”“周围的甘蔗农宁愿土地荒置，也不愿意继续种植甘蔗”。

就在出口欧盟受阻之际，毛里求斯的蔗糖遇见了中国。2021年1月1日，作为中国和非洲国家签署的第一个自由贸易协定，中国—毛里求斯自贸协定正式生效。该协定涵盖货物贸易、服务贸易、投资、经济合作等内容。在货物贸易领域，中毛最终实现零关税的产品税目比例分别达到96.3%和94.2%；在服务贸易领域，双方承诺开放的分部门均超过100个。

中毛自贸协定专门为毛里求斯的蔗糖作出“关税配额”安排：从2021年的1.5万吨配额开始，每年增加5000吨，直到2028年达到5万吨。在此配额内，毛蔗糖关税由此前的50%降至15%。

杜基拉说：“这一安排对毛制糖业出口意义重大。此前，我们第一次向中国出口特种糖是在2010年。但直到2020年，毛特种糖对华出口只维持在700吨至1100吨之间。”如今有了中毛自贸协定，意味着毛里求斯蔗糖五分之一的出口得到保证。

杜基拉强调，在中毛自贸协定框架下，毛里求斯针对中国市场出口的特种糖“并非中国自产糖的替代品，而是补充”。从长远来看，对中国市场的营销重点将集中在附加值更高的特种糖细分市场。

在评价毛里求斯甘蔗特点时，布鲁思说：“作为一个小岛，我们的甘蔗生产面积非常小。为了在国际市场上脱颖而出，我们必须注重蔗糖的质量。我们生产的大部分是特种糖，这在世界上是独一无二的。”

2023年，在长沙举行的中国国际食品餐饮博览会上，毛里求斯特种糖已经拥有独立展位。杜基拉满怀信心地说：“我们正在朝着正确的方向前进，中国市场贡献巨大。”

凌馨代贺曾涛

印象

□ 李一凡

## 中式奶茶香飘迪拜

走进迪拜购物中心(Dubai Mall)，总能看到这样一个有趣的现象：说着阿拉伯语、英语的“外国面孔”们，手中却经常捧着一杯中式奶茶。

近年来，在阿联酋迪拜，中国茶饮店如雨春笋般涌现，在为华人带来家乡味道的同时，也成为当地人了解和体验中国文化的一扇窗口。这里不仅可以见到一些国内常见的品牌，还有“木木茶”“星期8奶茶甜品屋”等当地人开设的奶茶店，而且都广受欢迎。以平价、门店多为经营特点的蜜雪冰城更是发挥其优势，短短半年内便在迪拜开设了3家门店。

研究一下中东饮食史，可以说口感清甜丝滑、茶香四溢的中式奶茶能够在迪拜流行起来不足为奇。当地人好茶、喜甜的饮食习惯，为中式奶茶在迪拜遍地开花提供了广泛的受众基础。

早在公元12世纪前，茶叶就沿着丝绸之路传入波斯，也就是今天的伊朗及其周边地区。自那时起，中东人不仅对茶情有独钟，还发展出了独具特色的茶文化。另外，中东人还酷爱甜食。该地区的甜点基本都是用大量蜂蜜、糖浆、奶油等制作而成，甜度极高。中东地区有名的特产之一——椰枣，晾干水分后的含糖量高达61%至68%。联合国粮农组织的统计数据显示，2022年阿联酋人均糖类消费量(包括甜味剂、蜂蜜等)为29.68公斤；同年，中国人均糖类消费量仅有9.05公斤。由此可见阿联酋人的嗜糖程度。

并且，在中式奶茶进入阿拉伯世界

之前，中东地区也有饮用奶茶的传统。该地区大多数国家偏爱口感浓郁的红茶，常常会搭配牛奶或薄荷一起煮饮，形成独特的风味。漫步迪拜街头，随处可见挂着“cafeteria”招牌的小吃店，周边坐着三三两两的当地居民，手中握着一个小小纸杯，杯里装的则是阿联酋的“国民奶茶”卡拉克茶(Karak tea或Karak chai)。这种茶饮由红茶、炼乳或牛奶、糖、各种香料调制而成，香气浓郁、价格低廉，在迪拜非常受欢迎。

不过，作为中东本土奶茶的卡拉克茶和中式奶茶并没有形成激烈的竞争，反而满足了不同消费群体的偏好。不同于当地传统奶茶，中式奶茶以丰富的配料和多样的口感而闻名，受到许多对东亚文化感兴趣的阿拉伯人的喜爱。

许多当地人尤其喜爱珍珠奶茶，对“甜甜的还特别有嚼劲”的“珍珠”和椰果更是赞不绝口。这可能是因为当地此前并没有类似的吃食，这种新奇的口感一下子征服了不少人的味蕾。此外，中式奶茶的口味也很多元，除了最有名的珍珠奶茶外，还包括清爽的水果茶、奶盖茶等，无论消费者偏爱水果的酸甜还是奶制品的浓郁，都能选到最适合自己口味的一款。此外，很多中式奶茶店也入乡随俗，调高了甜度，以迎合当地市场。

除了中式奶茶，伴随中国的对外开放进程，更多中餐企业、中国零食品牌也已融入中东人的日常生活。在迪拜购物中心的唐人街专区，海底捞、鼎泰丰

等知名中餐馆已经成为当地居民和游客共同的美食打卡地，越来越多的外国食客拿起筷子，体验地道的中国风味。进入迪拜著名华人超市温超(WEMART)，高耸狭窄的货架两边

不仅能常看到前来采购的中国人，还时常能看到当地居民驻足挑选，从中式调料到速冻饺子，都能出现在他们的购物车里。每逢中国传统佳节，超市还会售卖月饼、粽子等特色食品，充满节日气息。

美食不仅是舌尖上的享受，更是传递情感和文化传播的重要载体。伴随中式奶茶为中东人民带来“新甜蜜”，中国美食逐渐融入中东味蕾，也为当地人了解中国搭建起新的桥梁。

本版编辑 杨啸林 王一伊 美编 高妍  
来稿邮箱 gjb@jirbs.cn