

看世界

车厘子的“鲜度接力”

□ 李俊霖 苏立心

近日，一艘名为“地中海洛美五号”的巨轮满载约8000吨智利车厘子，缓缓靠泊广州南沙港。这些名叫“拉宾斯”或“桑提娜”的深红色果实，从地球另一端的智利圣安东尼奥港出发，横跨太平洋，只为在冬季准时被端上中国消费者的餐桌。

这听起来很像一则童话：娇嫩的果实，跨越近半个地球，来到幅员辽阔、物产丰富的中国。这份“跨越山海”背后，是一个由中国大市场所牵引、真实发生的产业奇迹。

车厘子是櫻桃的一种，而智利车厘子，其实就是16世纪由西班牙人引入智利的欧洲甜櫻桃。它果实饱满、果皮深红，最初主要种植于智利的中央山谷地区。那里东倚安第斯山脉，融雪常年滋润土地，加上充足光照条件与显著的昼夜温差特别有利于糖分积累，因而至今仍是优质车厘子的核心产区之一。然而早年间，受保鲜技术与长途运输能力所限，智利车厘子长期以内销为主，仅有少量出口至邻近的北美市场。

进入21世纪后，情况发生了明显变化。伴随冷链技术的进步，车厘子保鲜问题得到解决，而全球海运贸易的成熟又使得其可以实现长距离运输。更重要的是，快速成长的中国大市场将整个产业的“天花板”提高了好几个“楼层”，尤其是2006年中智自由贸易协定正式生效后，双边车厘子贸易进入高速发展期，整个产业迎来爆发式发展。

智利车厘子能在中国市场站稳脚跟，首先得益于巧妙的“时间差”。中国本土櫻桃上市期集中在5月、6月，而智利车厘子的产季是每年11月至次年2月，二者相差整整半年时间。这意味着，智利车厘子不仅天然避开了与“姐妹果实”同台竞技的压力，而且还将“战场”直接拖到了竞争最不激烈的北半球冬季水果供应淡季。而且，这一时段恰好覆盖了中国元旦、春节等重要节日，市场需求集中爆发；加上车厘子圆滚滚的外形、红艳艳的色泽与中国传统节日庆文化的审美“不要太合拍”，也难怪它能够迅速占领中国消费者的果盘，成为家庭聚会、礼尚往来的必备佳品。

其次，中国为智利车厘子全产业链升级提供了坚实助力。

众所周知，车厘子“身娇肉贵”，只要略微擦碰一下就会“破相”。在中国企业的支持下，智利车厘子筛选分装环节目前已高度自动化，从预冷降温、智能分选、清洗加工到气调包装均依托先进设备完成；AI识别系统能够实现精准检测，实现“一盒一码”全程溯源。

接下来就是运输了。车厘子是个“急性子”，从颜色转红到彻底成熟仅间隔十几天。毫不夸张地说，整个车厘子采摘季，就是一场与时间的赛跑。

在智利，由中国企业修建的连接国土南北的交通大动脉——5号公路，被当地人亲切地称为“车厘子之路”。其中，塔尔卡—奇廉段是最繁忙的路段之一。该路段全长约195公里，其所在的马乌莱大区是智利车厘子的主产区，沿途分布着大量水果种植园。自从该路段通车后，不仅附近居民出行更便捷，新鲜车厘子运往冷藏中心的速度也显著加快。

海运更是“鲜度保卫战”的关键一环。为保障品质，中智之间建起了稳定的“车厘子快线”。船舶从智利圣安东尼奥港或瓦尔帕莱索港直航中国主要港口，航程压缩至22天至25天，并享受优先靠泊、快速装卸等便利条件。

在中国口岸，通关流程也高度优化。以南沙港为例，船舶可“直进直靠”，码头设有“车厘子专用通道”，最快2个小时内便能完成卸船、通关并进入市场。这场跨越2万公里的“鲜度接力”，正是两国供应链高效协作的写照。

此外，政策层面的持续推动也为贸易畅通提供了重要支撑。智利是拉美地区最早同中国签署自贸协定的国家之一。2005年，中智签署自贸协定；2008年，智利车厘子正式获准以零关税进入中国市场；2017年，中智签署自贸协定升级协议书，零关税产品比例达到约98%……伴随关税逐步下调、通关流程不断简化，进口成本降低了，物流效率提升了，车厘子等农产品进入中国市场的最后一个关键节点也被打通了。

“智利距离中国这么遥远，但我们生产的车厘子却能以近乎刚采摘般的新鲜品质送到中国消费者身边，这绝对堪称奇迹。”智利水果出口商协会主席伊万·马兰比奥在接受媒体采访时毫不掩饰自己的开心，“中国市场的增长潜力为产业注入了信心，带动更多果农扩大种植……中国消费者得以在冬季以合理价格享用来自南半球的甜美果实。”

统计显示，近20年来，智利车厘子出口额从约3600万美元增长至2023年的约20亿美元。目前，智利独占全球超过一半的车厘子出口量，其中90%以上销往中国。智利车厘子种植面积已从2000年的3241公顷增长至2023年的67570公顷。产能提升又进一步推动产业升级与就业岗位增加，从果园管理、采收分拣到包装加工等环节的变化肉眼可见，为产区农户和企业员工带来了实惠。

智利车厘子在中国的“走

红”，正是中智紧密合作的缩影。依托中智自贸协定持续释放的便利化效应，车厘子得以稳定、规模化地进入中国千家万户。而伴随两国经贸关系不断深化，特别是共建“一带一路”倡议提出以来，两国合作结出了比车厘子更加甜蜜的硕果：中企承建的智利最大单体光伏项目CEME1，总装机容量达480兆瓦，对智利推进能源转型、实现碳中和目标意义重大；中国企业为智利研制的电力内燃双动力动车组实现载客运营，动车组最高运行时速160公里，是当前南美洲最快的轨道列车……这些合作为双边经贸关系注入了更强劲的增长动力。

“有时我的吻落在那些沉重的船舶上，横越大海，朝向无法抵达的终点。”一个多世纪前，智利诗人聂鲁达曾在这片土地上向遥远的彼岸发出叹息。如今，彼岸不再遥远，跨越山海的联结，正以甜蜜而真切的方式直抵人心。从智利夏日的果园到中国冬日的餐桌，车厘子的旅程还未结束，更多“果实”即将启程。

许多人将创造力视为天赋，认为它只属于艺术家或天才。但两位美国斯坦福大学设计学院教授杰里米·乌特里和佩里·克莱巴恩撰写的新作《海量创意法》中却提出了不一样的看法——创新本质上是一场“概率游戏”，而灵感不过是“统计学上的幻觉”。

本书开篇就指出了一个创意行业普遍存在的痛点：“当99%的企业把创新挂在嘴边，却只有1%的团队能产出可落地的方案时，问题往往在于对创意本质的误解。”

作者梳理了关于创意的三大认知误区。

第一，过度迷信灵感乍现。

在书中，苹果公司联合创始人史蒂夫·乔布斯不再是那个性格乖张的天才，而是一个盯着中年男性用户用粗壮的大手指头笨拙地按着手机按键的“怪咖”，而他能想象出触屏交互并最终设计出iPhone与此有很大关系；知名电子游戏开发公司任天堂的设计师们，也不像外人想象得那样每天过着自由自在的日子，而是像所有“社畜”一样，每天准时到岗，“吭哧吭哧”做方案……换言之，作者并不否认天才，但却揭开了天才们不为人知的一面：他们不一定是“上帝的宠儿”，但一定是强迫自己不停观察、持续思考的人；而那些天才创意很可能只是和自己反复较劲的结果。

第二，过度迷信第一个想法。

作者认为，成功的创意必须要区分个人视角和商业视角。从个人角度来看，脑海中迸发出的第一个想法通常意味着个人最真实的喜好，所以越是认真地“货比三家”，越容易“挑花眼”。但如果将这种方

比对了大量企业案例后指出，急于“定稿”的创意团队最终作出的方案质量，会比慢悠悠的团队平均低37%，哪怕“广撒网”征得的建议看起来不那么有吸引力，至少也要听听大数据怎么说。

第三，过度迷信个人能力。

作者称，在现实商业场景中，97%的商业突破均来自团队协作，并非孤军奋战。因此，构建让灵感自然流动的生态系统才是当

先要创意多

当创意成为企业发展的关键，那么，如何构建一个高效的创意生态系统？本书给出了对企业的终极建议：与其把“创意至上”这样的口号挂在嘴上，不如将其细化为类似每天20个创意、每周3次试验、每月1次复盘的具体行动指标。或许，这种看起来很不具有创意精神的KPI（关键绩效指标），反而才是企业持续输出创造力的强大引擎。

至此，作者给出了对企业的终极建议：与其把“创意至上”这样的口号挂在嘴上，不如将其细化为类似每天20个创意、每周3次试验、每月1次复盘的具体行动指标。或许，这种看起来很不具有创意精神的KPI（关键绩效指标），反而才是企业持续输出创造力的强大引擎。

本书编辑 韩 叙 王一伊 美 编 高 妍 来稿邮箱 gjb@jirbs.cn

美国能在2028年前重返月球吗

张天朗 汪宗楠 吴晓凌

美国总统特朗普18日签署名为“确保美国太空优势”的行政令，提出通过阿耳忒弥斯计划，在2028年前使美国人重返月球。

阿耳忒弥斯计划在特朗普首个总统任期内启动，但进展缓慢，相关任务执行一再推迟，暴露出美国航天面临的多重问题和挑战，也使外界对美国能否在2028年前重返月球打上问号。

利益冲突引担忧

行政令签署前一天，美国国会参议院批准特朗普提名的美国企业家、私人宇航员贾里德·艾萨克曼出任美国航天局局长。艾萨克曼此前没有在联邦政府的任职经验。

艾萨克曼与太空探索技术公司创始人埃隆·马斯克有长期合作关系，参与私人航天任务。

今年5月，艾萨克曼的一项工作议程草案外泄，显示他曾希望将美国航天局的管理方式更多向商业化运作靠拢。有分析认为，艾萨克曼与马斯克的紧密关系可能影响美国航天局各项工作的优先级，使其在火星探索领域投入更多资源，进而阻碍载人登月计划推进。

美国民主党员称，他们对艾萨克曼与马斯克的密切关系感到担忧，马斯克的公司持价值约150亿美元的美国航天局合同，马斯克可能会从艾萨克曼倡导的某些政策中受益。

政治支持面临不确定性

载人登月计划是一项系统工程，耗资巨大，回报周期长，需要长期稳定的政治环境与经费支持。

然而，在美国党派政治不断极化的今天，长周期项目难以得到持续稳定的保障。今年，美国联邦政府因政治僵局创纪录地“停摆”43天。“停摆”期间，美国航天局绝大部分工作处在停滞状态。

今年5月，马斯克曾执掌的“政府效率部”提出，拟削减美国航天局约25%的预算。这是历年来该机构年度资金被削减最多的一次。

回顾阿波罗登月计划的时代，美国航天局预算占联邦政府支出的4%以上，而如今仅占0.2%。

如今，美国两党间争斗不断，未来联邦政府再次关门的风险只升不降，这也给美国航天局今后平稳运行增添了更多不确定性。

总体进度明显滞后

美国航天局长期严重依赖外包，参与执行阿耳忒弥斯计划各阶段任务的航天器来自多家企业。比如，“猎户座”飞船由美国航天局与洛克希德-马丁公司合作建造；重型运载火箭“太空发射系统”由美国航天局与波音公司合作开发；重型运载火箭“星舰”和月球着陆器“载人着陆系统”则由太空探索技术公司研发。

因技术设计等原因，阿耳忒弥斯计划总体进度明显处于滞后状态，计划中的13个关键事项中至少有8项严重落后于规划。除“猎户座”飞船存在隔热罩、生命支持系统、飞船逃逸系统等方面技术设计缺陷外，负责将其送入轨道的“太空发射系统”也因研制进度滞后且费用高昂而备受诟病。

美国航天局安全顾问保罗·希尔近期表示，“阿耳忒弥斯3号”登月任务可能会因着陆器问题推迟数年。

（据新华社电）

要想创意好

先要创意多

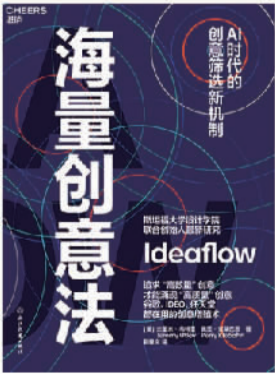
如果将这种方

法用于企业，那么，如何构建一个高效的创意生态系统？本书给出了对企业的终极建议：与其把“创意至上”这样的口号挂在嘴上，不如将其细化为类似每天20个创意、每周3次试验、每月1次复盘的具体行动指标。或许，这种看起来很不具有创意精神的KPI（关键绩效指标），反而才是企业持续输出创造力的强大引擎。

至此，作者给出了对企业的终极建议：与其把“创意至上”这样的口号挂在嘴上，不如将其细化为类似每天20个创意、每周3次试验、每月1次复盘的具体行动指标。或许，这种看起来很不具有创意精神的KPI（关键绩效指标），反而才是企业持续输出创造力的强大引擎。

本书编辑 韩 叙 王一伊 美 编 高 妍 来稿邮箱 gjb@jirbs.cn

悦读



本版编辑 韩 叙 王一伊 美 编 高 妍 来稿邮箱 gjb@jirbs.cn