

看世界

车厘子的“鲜度接力”

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“跨越山海的约定”背后，是一个由中国大市场所牵引、真实发生的产业奇迹。

车厘子是樱桃的一种，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樱桃。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”。

中国本土樱桃上市期集中在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庆文化的审美“不要太合拍”，也难怪其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韧的增长动力。

“有时我的吻落在那些沉重的船上，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。



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。

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)



悦读

要想创意好

花眼”。但如果将这种方

法用在创意上，

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

据怎么說。

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

首先要创意多

当我们在讨论创意的公

司时，我们常常会看到

工作时间用在探索仅与自

己喜好有关的“无用之事”

上；多家国际知名广告公

司均将头脑风暴制度化，

并广泛采用“延迟评判原

则”(在讨论阶段禁止批评

或评价任何想法)、“混声

投票法”(在后期评估阶

段对想法进行匿名投票)等，

均是这一理念的体现。

从某种意义上说，创

意能力就像肌肉，是可

以通过持续训练培养出来

的。作者将这种“持续创

意能力”称为“创意流”，并

分享了“培训”公式：创意

流=想法数量/时间。

可以看到，在公式所涉及的三

个变量中，真正具有决定意义的是想法

数量。这也正是作者反复强调的一

个观点：每天都有10个新想法的人，

一定会比一个星期都提不出一个新

想法的人更有创意效率，前者提出好

创意的概率也远比后者要高。

进一步说，将创意转化为爆款产

品同样离不开基数的支撑。书中介

绍了一个有趣的比例模型“2000:100:

5:1”，大概意思是说，1个爆款产品的

背后通常有5个项目、100个原型和

2000个创意。尽管2000、100和5仅仅

是制造爆款的必要条件而非充分条

件，但无疑也为创意企业提供了努力

的方向。

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

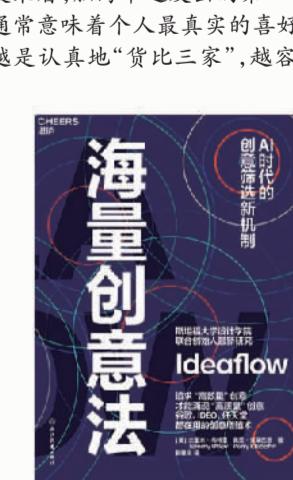
20个创意、每周3次试验、每月1次

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。



本版编辑 韩叙 王一伊 美编 高妍
来稿邮箱 gbj@jjrbs.cn