

借世界杯展示中企全球化新实力

■ 本报记者 张凡

2022年卡塔尔世界杯已经正式开球。与中东国家卡塔尔一道置身于聚光灯下的,还有数不胜数的中国建造、中国制造、中国品牌。不少致力于业务全球化发展的中国企业也迎来了高光时刻。

与过往一样,世界杯的周边产品少不了中国制造。无论是足球、摆件、贴纸、手拍器、喇叭、哨子,还是集装箱酒店、帐篷、新能源客车,中国供应的产品随处可见。据义乌体育用品协会估算,在整个世界杯周边商品市场份额中,义乌制造占到约70%。今年前8个月,义乌出口体育用品38.2亿元。

更引人注目的是,本届世界杯将在中国建造中迎来闭幕式、决赛等重要活动和赛事。在卡塔尔多哈,有一座宏伟建筑,其外观以椰枣碗和珐琅灯笼为设计灵感,拟合出碗形弧面,向人们展现出建筑之美。在卡塔尔中央银行近日推出的世界杯特别版纪念钞中,也出现了它的身影。这就是本届世界杯主体

育场——卢赛尔体育场。这座由中国铁建承建的体育场总建筑面积达19万平方米,可容纳80000多名观众,是目前世界上可容纳观众数量第二多的专业足球场。

据中国铁建国际集团方面介绍,这座球场凝聚着中国制造、中国科技的智慧,创造了6项世界之最,包括全球最大跨度双层交叉索网屋面单体建筑;全球规模最大、系统最复杂、设计标准最高、技术最先进、国际化程度最高的世界杯主场馆。

在这座体育场建设过程中,中国铁建以实际行动诠释着中国企业全球化的开放合作理念。中国铁建统筹协调全球15个国家110家大型分包企业,4600多名中外建设者共同协作,完成这项工程。此外,因为承建该项目,中国铁建还帮助在当地提供了3000余个工作岗位。在世界杯赛事期间,中国铁建还将提供近4000余个运维工作岗位。

“这届卡塔尔世界杯,中国元素和中国贡献随处可见,如同满天繁

星,照亮整个卡塔尔世界杯。这一方面是中国发展的象征,另一方面表明中国制造、中国建造越来越多地得到世界各国人民的认可和喜爱。”中国驻卡塔尔大使周剑在接受新华社记者采访时这样说道。

的确,在本届世界杯上,中国品牌大放异彩。据相关数据显示,中国赞助商为世界杯投入了13.95亿美元,超过了美国企业投入的11亿美元。

记者从海信集团获悉,海信在卡塔尔开设的首家旗舰店近日正式开门纳客。该旗舰店将展示包括激光电视、ULED电视、冰箱、空调、洗衣机、厨电、手机、Soundbar在内的产品。作为2022世界杯官方赞助商,海信集团在卡塔尔加强终端布局将有助于进一步释放体育营销的价值,进一步加速其高端产品出海的步伐。

海信集团品牌部相关负责人表示,无论是世界杯、欧洲杯,还是前期不同海外市场的体育营销尝试,这背后承载的是海信坚定不移打造全球

自主品牌的信念。国际顶级赛事解决了向陌生国家的客户和消费者解释“海信是谁”的问题。数据显示,2016年到2021年,海信的全球知名度从37%上升到59%,海外收入从196亿元增长到725亿元,海外收入占比从不到20%上升到41%,自主品牌占比更是超过80%。

海信集团认为,成为世界杯官方赞助商,资金实力只是其中一个方面,国际足联看重的还有海信在持续投入技术和产品创新做品牌的努力。类似于世界杯这样的顶级赛事对高端技术的前瞻性使用,驱使着海信每年投入大量的研发经费进行技术升级和产品迭代,海信电视等产品借此快速提升。根据全球权威市场统计机构Omdia的最新数据,2022年第二季度,海信系电视以12.1%的出货量份额跃居全球第二。

“体育精神可以让制度、文化不同的全球各个国家民众都能接受,体育营销是各国企业常用的手段。随着互联网的普及,世界杯等世界顶级

赛事的影响力将进一步扩大,尤其是在发展中国家、新兴市场经济体的消费潜力持续释放的背景下,将有更多的观众和消费者参与到世界杯经济当中。因此中国企业做好体育营销,更容易建立全球化品牌。”美国洛厄尔麻省大学创业与创新副教授孙黎表示,借体育盛事的机会,中国企业可以更好通过跟经销商建立渠道、用好互联网平台等方式,快速进入一个国家市场乃至区域市场。

在孙黎看来,打造全球化品牌、做好品牌建设不是仅仅参与世界杯就可以的,而是一项需要长期投入、系统化建设的事情。未来中国企业要树立全球化品牌,就要打好数字化这张牌。他认为,中国企业的数字化营销需要注意以下几点:用好社交平台,用短时间的视频图文传播企业故事;用好草根网络意见领袖,迅速在网络上形成产品口碑;高度重视消费者的隐私数据安全,建立牢固的电子信任关系;注重知识产权保护,维护品牌声誉等等。

投资环境

在哈外资企业数量大幅增加

据哈通社消息,在哈萨克斯坦发展的外国公司数量比去年增加了42%,达到历史最高水平。截至11月1日,超过4.58万家外资企业在该国注册,其中超过三分之一是俄罗斯投资者的公司。今年前10个月,全哈国注册外资企业4.58万家,比2021年增加1.36万家。数据显示,俄乌冲突和对俄制裁实施后,迁往哈萨克斯坦的俄罗斯公司增幅最大,增加了49%,乌兹别克斯坦(增加27%)、中国(增加10%)和吉尔吉斯斯坦(增加7%)的企业家也认为哈萨克斯坦更具投资吸引力。此外,大多数西方国家在哈注册企业数量并没有增加,资本来自荷兰或英国的公司略有减少。

南非将吸引资金发展氢产业

据南非钱袋网站近日报道,南非着眼于到2050年吸引多达4.3万亿兰特(约合2500亿美元)进入其新兴的绿色氢产业。据南非总统府投资和基础设施办公室专家介绍,到2050年,绿色氢产业可以创造140万个就业机会,并产生高达300亿美元年收入。到2050年,南非将出口多达800万吨清洁燃料及其衍生品,并能够满足200万吨至500万吨当地需求。绿色氢是利用可再生能源将水分解而成,是南非经济摆脱对煤炭依赖的三个关键途径之一。目前南非正在与潜在市场之间进行一些双边谈判。

(本报编辑部综合整理)

全方位联合虚拟与现实世界

元宇宙加速数字技术赋能实体产业

■ 本报记者 周东洋

江苏省昆山市发布《昆山市元宇宙产业创新发展行动计划(2022—2025年)》,湖北省武汉市发布《武汉市促进元宇宙产业创新发展实施方案(2022—2025年)》,杭州市西湖区发布《西湖区关于打造元宇宙产业高地的扶持意见》……我国越来越多地方政府开始陆续出台元宇宙产业发展扶持意见。

“截至11月7日,全国已经有15个省级单位、23个市级单位发布了约80余项明确支持元宇宙产业发展的政策。”中科泰杭董事长、深圳比目鱼平方董事兼首席战略官杜

俊锋近日在2022年中国高新技术论坛上表示,元宇宙不是一个纯虚拟的世界,元宇宙的真正核心价值在于它能够赋能实体产业,能够跟现实世界、物理空间形成紧密的联动,利用数字技术的高精准、高效能、高可信、低成本、可交互等特性反向映射、跃迁和升维,从而推动真实世界的场景化应用。

杜俊锋表示,以新基建、新城建为例,其升维的关键着力点是将真实物理世界的建设场景(地产安居、城市公建、市政交通、园林水利、城市更新等)在虚拟世界中重新复刻、预先模拟、颗粒化分解,将整个的建

造流程、工序更多地在虚拟世界优化重组,通过数字技术的优化迭代,来升维甚至颠覆传统建设产业。

专家普遍表示,元宇宙把社交媒体、线上游戏和生活应用等子平台联合在一起,实现共享数字经济。元宇宙作为VR、AR、5G、人工智能、数字孪生等前沿数字技术的集大成者,打造了虚拟世界与现实世界全方位融合的新空间。随着VR产业的不断成熟,将催生更丰富的场景应用,为加速新型工业化进程、推动数字经济和实体经济融合发展提供更有力的支撑。

爱奇艺副总裁徐勇明表示,这

些年,爱奇艺陆续从人口、内容、数字资产三个方面在元宇宙赛道做了一些布局。在人口方面,企业坚持对VR业务进行投入,其投资的“奇遇VR”目前已成为国内头部的VR厂商,拥有先进的VR交互技术,可以带给用户更加沉浸式的体验。

“中国元宇宙产业已迎来发展新机遇,要加紧布局元宇宙产业赛道,瞄准元宇宙前沿技术、交互终端、数字工具等关键方向,开展元宇宙平台建设,加速数字技术融合赋能实体经济。”中国通信企业协会会长苗建华说,要加快建设“技术引领、企业集聚、示范应用、标准完备”

的元宇宙产业先导区,支持元宇宙产业形成“产学研用政金”一体化发展的新模式。

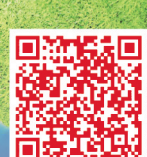
但有关专家也表示,在元宇宙建设中仍应该有冷思考:首先,产业布局是否存在一哄而上的情况,盲目追求新型概念而脱离实际产业基础及资源禀赋。其次,是否存在摊子大、范围广、投入大,忽视成本与产出、投入与实效的平衡。再次,许多地方推出了针对元宇宙企业的资金土地等政策支持措施,既要警惕大量企业的投机套利,还要避免形成补贴刚性,导致企业形成长期依靠外部输血的路径依赖。



中國專利代理(香港)有限公司

CHINA PATENT AGENT (H.K.) LTD.

中国专利代理(香港)有限公司伴随着中国专利法的诞生于1984年3月在香港成立,是中国最早的三家专利商标代理机构之一。我们为国内外委托人在专利、商标、著作权、域名及反不正当竞争等领域提供申请、诉讼、调解、许可、转让和咨询服务,同时也办理在香港特别行政区的专利、商标和外观设计注册业务。



Practice Area

- Prosecution of patent and trademark applications
- Litigation relating to patents, trademark, copyright and other IP right disputes
- Registration of domain names
- Registration of layout designs of integrated circuits
- Other services relating to intellectual property rights



办公地点: 香港 / 北京 / 深圳 / 上海 / 纽约 / 东京 / 慕尼黑

OFFICES Hong Kong, Beijing, Shenzhen, Shanghai, New York, Tokyo, Munich

www.cpa.hk.ltd.com

广告

广告经营许可证:京朝工商广字0014号

广告热线:010-64667729

发行热线:010-64667797

印刷:工人日报社印刷厂

地址:北京市东城区安德路甲61号