

麦加轻轨项目提升中企在中东影响力

■ 本报记者 宗赫



沙特当地时间6月19日18时,中国铁建承担的沙特麦加轻轨2024年朝觐运营任务圆满完成,这是中国铁建第10次圆满完成朝觐运营。该项目是当前全球设计运能最大、运营模式最复杂、运营任务最繁重的轨道交通项目。

自6月13日凌晨4点整开始,在7天6夜的时间里,沙特麦加遭遇极端高温天气,室外温度最高达51.8℃,项目团队持续工作158小时,运营里程累计5万多公里,累计发行列车2206列次,乘客209.4万余人次。

这也是35岁的中国铁建沙特籍员工拉扬第10次参与项目朝觐运营。

“2010年,我刚刚大学毕业就来到这里,从项目的一名车站值班员干起,成长为站长、副经理、经理,实现了自己的职业发展梦想!”拉扬表示,在中国企业工作的这些年,他不仅实现了职业发展之路,还深受中国朋友们勤奋、敬业和严谨精神的影响,学习到了关于轨道交通运维领域的技术和知识,成了外籍员工中的技术骨干。

沙特麦加轻轨作为中国企业在中东地区建成的首条轻轨铁路,也是沙特第一条轻轨铁路,于2010年11月13日开通运营。线路全长18.25公里,共设9座车站,往返于3个朝觐地区。在10年的运

营中,中国铁建重视属地员工职业发展,为属地员工量身定制培训教材,开展系统化职业培训和“中国导师”帮带活动,累计培训外籍员工约6万人次,覆盖车站核心员工、乘务人员等多个岗位,培养了600余位像拉扬一样的中、高级技术人才,让更多的外籍员工走上了管理岗位,为当地输送了大量轨道交通运营技术人才。

中国铁建在麦加轻轨项目不仅提升了中国企业在中东地区的品牌影响力,也为中沙两国友好往来贡献了企业力量。2016年1月18日,在对沙特阿拉伯王国进行国事访问之际,国家主席习近平在沙特《利雅得报》发表题为《做共同发展的好伙伴》的署名文章指出,中国公司在圣城麦加铺设的轻轨项目为来自全球的穆斯林朝觐者提供了便捷服务。

来自沙特吉达的乘客费萨尔对此深有感触:“麦加轻轨让我们的朝觐之旅便捷、顺畅,让我和朋友们感受了一次完美的乘坐体验!”

为应对今年的极端高温天气,车站站台沙漠空调系统24小时运转,利用水蒸气蒸发达到制冷效果,为站站内提供适宜的温度与湿度。中国铁建注重多元文化关怀,提供多语言服务,精心设计轻轨车厢设施,引入智能化系统,动态跟踪实时信息,

为乘客带来舒适的乘车环境。

麦加轻轨项目自2010年正式投入运营后,中国铁建先后承担了2010至2014年,2018至2019年,2022至2024年的运营任务,成功运送超过2500万名朝觐者,在中东地区打响了中国企业轨道运营的品牌,获得沙特社会各界及全世界穆斯林的高度赞誉。

在赞誉的背后,是中国建设者的科学管理和辛勤汗水。面对来自全球各地的朝觐者,中国铁建创造性地将中国铁路“春运”运营管理技术经验与沙特麦加轻轨运营需求结合,根据朝觐流程和人流波段,制定出ABCDE五种运营模式。以运营最为繁忙的C模式为例,2024年该模式客运量达到31万人。

“10多年前,刚到这里的时候,还只是一片荒漠。现在,我们为 global 穆斯林留下了一条便捷的朝觐之路!”中国铁建沙特麦加轻轨运维项目经理张龙表示,这也是中国企业积极践行高质量共建“一带一路”倡议,携手当地共创美好未来的真实写照。

在中国铁建牵头下,项目团队注重强化国际化资源配置,联合中国铁路北京局集团、西门子、奥迪斯等30多家中外企业,建立了一体化运营体系,带动了中

出海或将成为中国企业未来发展的必答题。《艾媒咨询|2023—2024年中国企业出海发展研究白皮书》显示,29.5%、39.4%的大、中型企业已实施出海战略,28.9%的小型

企业有布局出海的计划。

从“单打独斗”到“生态矩阵”

在新质生产力引领发展的背景下,中国企业如何携“新”出海? 恺英网络IP商务负责人娄榕榕接受记者采访时表示,从商品出海、产品出海到现在品牌出海,企业出海内涵不断丰富。中国制造和中国文化也在出海过程中体现出独特优势。

“我们通过与最新科技和更新的生活方式结合,产品更具竞争力;通过文化赋能出海的游戏产品也更具延展性。此外,现在中国开放的政策也给企业增添出海底气。”娄榕榕说。

元隆雅图华东区行政总裁、QM谦玛运营总裁林庆霖表示,出海已成为中国企业寻找未来增长点的关键布局。这种趋势也助推整个产业链集体出动,形成“生态矩阵”。“我们去年开始进行海外矩阵布局,从而服务不同品牌的出海业务。基于多年数据化能力,成立AI研究院研发智能选号和自动化内容生成服务,助力品牌出海的营销效率。”

声网公共事务总经理陈宝金认为,企业出海不仅要有产品或服务的独到之处,也需要强强联手,与中国出海的其他伙伴或当地生态伙伴去合作。

从简单“走出去”到全球化布局

速度和规模出海之后,企业需要思考如何从简单的“走出去”迈向更深层次的全球化战略布局。

上海财经大学商学院营销系副教授叶巍岭认为,全球化意味着企业需要在全球范围内整合资源、配置要素,实现技术、人才等要素的全球流动和优化配置。中国企业在全球化过程中,不仅要在海外设立生产基地、研发中心、销售网络,也要加强与国际企业的合作与交流,提升企业的核心竞争力。

从成长角度看,中国企业进行全球化布局面临挑战。上海财经大学人文学院副教授蒋诗萍观察,企业要想有长远发展还是要靠品牌建设,而品牌建设的关键在于差异化。目前,由于技术红利等方面加持,诸多领域的出海尚属“蓝海”,未来市场竞争加剧的背景下,需要借助新质生产力为代表的科技力量,解决企业落地、发展等痛点。

成为真正的全球化企业任重道远。叶巍岭强调,打造真正的中国品牌,企业需要在社会责任、消费者研究以及员工共享愿景使命等方面进行提升。

叶巍岭说,中国企业要加强ESG等方面的能力。布局跨文化市场时了解当地文化、使当地员工认同企业发展理念是企业长期生存的关键。

中国与东盟电力合作呈现出活跃态势

■ 本报记者 周东洋

“中国与东盟已连续四年互为最大贸易伙伴,双方也互为重要的投资合作伙伴。在中国与东盟经贸合作的快速发展中,双方电力装备制造产业合作呈现出活跃态势。”RCEP产业合作委员会主席许宁宁近日在2024中国—东盟电力装备制造产业合作创新大会上表示。

在电力投资方面,2023年,中国主要电力企业对外直接投资总金额44.23亿美元,涉及项目共34个。其中在东盟国家投资额占对外直接投资总额的19%,涉及项目数量占项目总数的26.5%;在对外工程承包方面,2023年,中国主要电力企业年度新签境外工程承包合同金额264.55

亿美元,涉及项目205个,其中在东盟国家新签项目合同金额占合同总额的16.1%,新签项目数量占总数的26.8%。

许宁宁解释说,中国与东盟电力行业合作紧密主要源于以下几方面:一是双方产业互补性强。中国生产的电力产品,从事的电力工程项目、电力设计项目的性价比优势明显,符合东盟国家的需求。二是东盟致力于经济增长,对电力需求大,电力行业呈现许多新商机。三是双方相互开放市场,双方包括电力产品在内外绝大多数产品的贸易关税是零。四是双方交通便利,具有山水相连的合作区位优势,来往方便,易于电力企业的

投资贸易、经营管理。五是中国企业通过在东盟设厂生产的电力产品,利用东盟国家的国际贸易政策,可销往更广阔的国际市场。六是双方电力行业及其企业的合作已经具备良好的基础。双方政府间已就电力合作达成一系列共识,如正在执行的《澜沧江—湄公河合作五年行动计划(2023—2027)》提出,加强各国电力规划沟通,共同促进区域电网建设、改造和重建,推动电力互联互通和电力贸易,向建立区域统一电力市场发展。

当前,面对全球能源安全和气候变化带来的挑战,更加需要深化中国与东盟在电力行业的合作与交流。中国电力企业联

合会监事长潘跃龙建议:一是要加强能源投资和产能合作,综合考虑东盟国家的资源优势和电力的装备、技术、管理和资金优势,提高各国能源电力清洁化可持续发展水平。二是加强基础设施互联互通,提升能源资源贸易便利化水平,实现能源电力资源在更大范围内的优化配置。三是加强能源电力标准互认互通。加强标准研究、制定、互换、互译、互认、转换、推广工作,消除技术壁垒,为电力基础设施互联互通和电力产能合作提供技术保障。四是加强能力建设和人才培训的合作,推动知识、技能和经验的分享,为电力行业的可持续发展注入新的活力。



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