

这条现代化“飞毯”，中国造！

■ 王黎旭 张伟



杨东赤 摄

沙特当地时间7月12日18时整，中国铁建顺利完成沙特麦加轻轨2022年朝觐运营。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。这是中国铁建第8次圆满完成朝觐运营。

自7月6日凌晨4点整开始，在7天6夜的时间里，项目持续运营158小时，运营里程合计5万多公里，发行列车2228列，运送乘客共计129万余人次，整体运营安全、平稳、有序。

麦加轻轨由中国铁建修建，于2010年11月13日开通运营，是中国企业在中东地区建成的第一条轻轨铁路，也是沙特第一条轻轨铁路。麦加轻轨全长18.25公里，共设9座车站，往返于3个朝觐地区，设计运能高达每小时单向7.2万人次。

树品牌，展现中国担当

中国铁建作为总承包商，牵头10余家中国企业共同出海。中国铁建根据朝觐客流规律，将国内列车运营经验与项目特色相结合，设

计5种运营模式，有效解决了“运营时间短、高峰客流大”的难题，实现了中国轨道交通产业链在中东地区的延伸，展示了“中国力量”，积极推广了“中国经验”。

为保障7天的正式运营，铁建国际科学谋划，与合作单位通力协作，召开专题会，审议运营方案。集团领导带领国内专班，通过远程视频系统昼夜值守，及时研究解决现场问题，为运营顺利实施奠定了基础。

项目的成功运营赢得了多方赞誉及关注。沙特交通部长萨拉赫等政要在今年运营期间到场参观检查。沙特铁路公司总裁巴沙尔亲自在运营控制中心盯控运营状况，他对中国铁建在试运营期间的筹备工作及正式运营期间的表现予以高度赞赏。

打主攻，织造现代“飞毯”

18公里运营线，50℃高温，人均步行20000多步，走一圈下来，人就彻底“湿透”了……然而，这样的“一圈”，铁建国际麦加轻轨运营部部长马兴却不知道走过多少次。他2013年毕业后来到沙特麦加，经历了5年朝觐运营。

从今年运营前期准备开始，他就全身心投身于人员进场组织、临

时员工的招聘和培训、各种计划的制定并参与试运营和行车的协调中。为了应对各种突发情况，他提前制定了各种不同的方案，然后在大脑里面一遍一遍地“演练”，以至于连续几天无法安心入睡，连梦中都是“演练”场景。

“车辆启动，运营测试开始！”项目运维必须经过多次测试，不断完善组织模式，确保万无一失。然而，麦加室外温度经常达到45℃，测试案例大多在露天的高温下实施，测试的时候需要长达4个多小时在室外，前胸、后背，整件衣服全都湿透，又被烈日烘干，然后再次湿透……连衣服上都挂上了白花花盐渍。有时候需要在短时间内连续做几个测试，偶有身体吃不消而出现各种小毛病的时候，他都咬紧牙关，挺一挺，直到把所有测试做完，才能放下悬着的心。

挑重担，我在我顶上！

眼，时刻盯着运营控制中心大屏；手，片刻不离对讲机……在七天六夜的运营中，麦加轻轨运营总监杨东亦不停地在运营控制中心对全线运营情况进行监控。2013年毕业后，他就加入了麦加轻轨运营部门，今年他已全面负责朝觐运营工作。

在今年的正式运营阶段，他每天只能休息3到4个小时。在运营最为繁忙的B、C、D模式，他甚至两天两夜没有睡觉。他以高度的责任感，每天坚守在运营控制中心，通过各站监控系统，对各站人流控制情况进行实施监控，对发现任何人群失控迹象，及早向所涉及车站站长快速准确地下达指令，保证人群有序流入流出。由于大量人流短时间内聚集，给运营组织、人群疏导带来巨大压力，每列列车有12节车厢，都要有人负责。

从作为“大脑”的指挥中心，到站台上的“神经末梢”，每一名员工，都紧绷着一根弦，憋着一口气，一定要圆满完成任务！麦加轻轨运营维保部安全总监郑峰走下站台的时候，双腿虽因长时间站立而不住地颤抖，但兴奋和喜悦之情却溢于言表，亲身参与重大项目，让他感觉无比自豪。朝觐期间，除了本职工作外，他和其他中方人员一样作为突击队员支援人群控制，在人流密集的站台上整整工作了20多个小时。

用忠诚和担当织就现代“飞毯”。在这项“世界之最”背后，铁建国际建设者以脚踏实地的行动为企业带来了世界声誉。（作者单位：中国铁建国际集团）

投资环境

非盟呼吁加快非洲一体化和工业化进程

据新华社报道，在近日举办的第四届非洲联盟年中协调会上，与会的13个非洲国家元首或政府首脑呼吁成员国推进非洲大陆自由贸易区建设，加快非洲一体化和工业化进程。非盟轮值主席、塞内加尔总统萨勒在会后举行的新闻发布会上表示，与会领导人一致同意，将积极落实非洲自贸区协定，以减少区域内的贸易壁垒、促进贸易一体化。萨勒说，非洲长期以来以出口原材料为主，出口产品的附加值不高。现在非洲各国已意识到转变发展方式、提升工业化水平的重要性。只有通过加快工业化进程，提升原材料附加值，才能为非洲大陆创造更多经济增长和就业机会。

全球电力危机或成下一只黑天鹅

据中新网报道，全球多地正在陷入电力供应紧张的困境。随着俄乌冲突的持续，欧洲美国等对俄罗斯实施的多轮制裁也反噬自身。全球能源价格走高，多国能源进口压力倍增，直接导致电力短缺大范围蔓延。有分析认为，全球多国面临电网故障或缺电的风险，可能是市场的下一只“黑天鹅”，是引发能源市场混乱的潜在催化剂。市场研究公司Cornerstone Futures分析师凯莉在发布的最新报告中透露了3个信息：第一，生产石油需要电力，若电网瘫痪，就会扰乱石油供应链；第二，电力短缺会扰乱石油供应链的风险被忽视，而这将成为“黑天鹅”；第三，又一只“黑天鹅”将给全球经济带来新的混乱。（本报编辑部综合整理）

东南亚成中国品牌出海“关键市场”

本报讯 新加坡《联合早报》近日报道称，中国作为制造业大国，为全球大大小小品牌生产商品，然而，其“世界工厂”的形象在近年已悄然转变，不再停留在制造层面，而是从幕后走向台前，创建面向海外市场的品牌。人口庞大的东南亚市场是不少中国品牌的必争之地，无论是科技产品、服装还是旅游、餐饮，都可见到它们的身影。

报道称，数码时代和“Z世代”年轻消费群体，为中国品牌甩掉旧

包袱，带来新机遇。无论是小米的智能产品，还是抖音(TikTok)的短视频，又或是腾讯的线上游戏，各种新时代硬件、软件都可见中国品牌的足迹。

报道引述新加坡新跃社科大学市场学副教授关冲的话称，针对“Z世代”消费者的策略有助于克服“中国制造”所面临的挑战，因为这一代人一般较不在乎原产地，而更重视产品是否创新，价格是否负担得起。相较于老一辈，新一代人对“中

国制造”的观感更加正面。

关冲说：“物美价廉是中国品牌具有的优势之一。与其他品质和概念概念类似的商品相比，它们的价格可便宜20%，甚至50%。它们也提供超乎想象的服务水平和赠品，如海底捞的服务，以及希音的30天退货规定等。”

报道称，毕马威中国零售及消费品行业战略咨询总监何颖和中国零售及消费品行业战略咨询服务合伙人孙国宸指出，与日趋成熟的欧美市

场相比，东南亚这个新兴市场蕴含巨大潜力。东南亚不仅是中国品牌重要的供应链和贸易伙伴，也是出海的关键市场。他们认为，伴随着中国品牌成长的新一批东南亚消费者，从认识、购买中国产品，到熟悉中国品牌，还需要一段时间的积累。

据报道，中国头豹研究院发布的《2021年中国品牌出海研究报告》显示，为了摆脱低端制造的刻板印象，“中国制造”从产品出海升级为品牌出海，输出高附加值的中国

品牌，迈向全球价值链的中高端。

报道指出，中国本身是一个庞大的市场，中国品牌可以国内的营运经验为借鉴，把优良商业模式复制到海外市场。专家建议，从数码营销到建立销售网络，中国品牌可调整商业模式，把它们移植到东南亚，抢得市场先机。此外，这些品牌多年来建立的完整供应链，完善的基础设施可快速支持公司的海外发展，帮助它们开发迎合东南亚市场的本土化产品。（毛雯）



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