

中国电信(肯尼亚)有限公司运营商业务经理埃里克·穆汉达：

“这是一段非凡的学习、成长和转变之旅”

■ 本报记者 张寒梅

非洲,作为世界上互联网发展相对滞后的大洲,高昂的成本及薄弱的网络基础设施导致互联网使用程度远低于世界其他地区。据统计,该地区每个订阅用户的移动数据流量仅为0.8GB,远低于世界平均水平7.5GB。而中国电信的到来,正积极带动着非洲当地信息化的快速发展。土生土长的肯尼亚人、中国电信(肯尼亚)有限公司资深业务经理埃里克·穆汉达(Eric Muhanda)不仅是见证者,更是参与者。

从2016年加入中国电信(肯尼亚)有限公司至今,埃里克·穆汉达已在这里工作了7年。在此之前,他曾在本地主流运营商 Safaricom PLC 的运营商部工作,也正是因为这个工作经历,让他有机会与包括中国电信在内的全球运营商进行沟通交流,并涉足其中。

“2015年我第一次到中国出差,对中国电信和中国文化有了更

深入的了解,也逐渐对中国电信的企业文化和商业战略产生了兴趣。所以当中国电信在肯尼亚的工作机会出现时,对我来说就是一个自然而然的转变。于我而言,这是一段非凡的学习、成长和转变之旅。”回忆起加入中国电信的初衷,埃里克·穆汉达仍难掩内心的激动。

作为运营商业务经理,埃里克·穆汉达推动中国电信与肯尼亚多家主流运营商建立了稳固的业务关系,如成功与 Safaricom PLC、Wananchi Group 等达成合作。Safaricom PLC 和 Wananchi Group 掌握着肯尼亚固定和移动连接领域大多数的市场份额,他们需要像中国电信这样强有力的国际合作伙伴来提供丰富的网络资源和网络服务能力,以满足不断增长的业务需求。

“这些公司也非常信任中国电信的服务质量和网络连接能力,因此他们近 40% 的上游连接都是基于中国电信的网络。”埃里克·穆汉

达自豪地说。

“多年来,中国电信为我国民众和企业提供了价格合理且安全可靠的信息化网络解决方案。”埃里克·穆汉达告诉记者,现在成百上千万的肯尼亚人通过网络连接起来,不仅一定程度上弥补了数字鸿沟,还让肯尼亚当地人通过教育、电子商务和娱乐等在线网络服务改善了日常学习和生活方式。

以中国电信(肯尼亚)有限公司与非洲诺联网络科技有限公司 Ahadi Wireless Ltd(以下简称 Ahadi)合作推出的 KCONNECT 项目为例,该项目由中国电信提供融合且低成本的城域网和骨干网互联方案,由 Ahadi 在人口密集社区和大型商业区建设 AP 为客户提供宽带接入。这一项目于 2019 年启动,为肯尼亚大城市人口密集社区提供了绝大多数人负担得起的宽带网络,并实现了以市场价十分之一的价格为人们提供完全覆盖的无线 Wi-Fi 上网服务。

值得一提的是,KCONNECT 项目推出的 KCONNECT SCHOOL,在疫情期间不但为上网课的社区儿童提供了高质量网络保障,还定期举办线上教学讲座,为当地儿童线上讲解世界各地特别是中国的风土人情和自然风光,给孩子们播撒下智慧和友爱的种子。

埃里克·穆汉达说,肯尼亚本地主流运营商借助中国电信的网络资源,在全球范围内能更高效地传输数据和语音流量,从而为肯尼亚用户提供更便利的国际漫游服务。此外,许多跨国公司、银行、媒体机构、信用卡公司也可以通过中国电信的网络安全解决方案轻松实现跨区域共享数据、开展业务,从而保持在全球市场上的竞争力。

随着“一带一路”建设尤其是“数字丝绸之路”的推进,中国电信在非洲的发展不仅提升了当地的网络服务能力,更输出了技术管理能力以及培养了本土化人才。中国电

信(肯尼亚)有限公司成立后一直在加强队伍本土化建设,持续招聘和培养本地人才,包括销售、售中方案工程师、售后维护工程师、法务、行政综合等多个岗位,为当地人提供就业机会的同时也更好地理解当地的文化和市场需求。

埃里克·穆汉达说,公司非常重视本地人才,积极为本地员工提供定期培训、头脑风暴、业务战略沟通以及咨询和协作研讨会等活动,轻松高效地实现了人才本土化,提高了企业在本地的竞争力。“入职以来,我在运营业务方面积累了丰富的专业知识和经验。中国电信培养了我的全球商业思维和商业敏锐度,让我学会了如何在多元文化商业环境中快速成长并找到自己的方向。”

“未来,我相信中国电信将为非洲地区的数字化改革作出更大的贡献,让更多非洲国家的企业和人们享受到高质量的网络服务。”埃里克·穆汉达说。

企业在数字化进程中要重视科技绿色化

■ 本报记者 周东洋

波士顿咨询公司(BCG)近日针对中国企业科技能力建设发布《中国科技绿色化发展报告》(以下简称《报告》),《报告》指出,目前,中国生态文明建设已进入促进经济社会发展全面绿色转型、实现生态环境质量改善由量变到质变的关键时期,企业积极开展科技绿色化建设,将为中国早日实现净零目标、促进可持续发展提供充足动力。

科技绿色化是在企业建设科技能力时兼顾数字化和绿色化。《报告》显示,中国企业科技绿色化建设迫在眉睫。一方面,一部分企业仍处在数字化和科技能力建设初期,尚未意识到科技绿色化的必要性和紧迫性,另一部分企业虽已意识到其重要性,但仍不清楚应采取何种举措实现科技绿色化。另一方面,当前,人工智能(AI)、云计算、区块链等先进数字技术蓬勃发展,造成了大量的能源消耗及碳排放。例如,仅训练单个 AI 模型所产生的二氧化碳排放量就可能相当于五辆汽车整个生命周期的排放量。因此,每一家身处数字化的企业都需要考虑技术对环境造成的负面影响。

为加快中企科技绿色化建设,《报告》提出以下建议:

一是企业要从全局视野出发,找准科技绿色化建设方向。不同行业、企业自身数字化和科技能力的基础不同,面临的外部环境也不同。如金融行业天然面临着更为严格的数据管理、核心系统本地化部署要求,再叠加企业自身不同的可持续发展战略和 IT 战略,需要选取适合自身的科技绿色化建设路径及举措。

二是企业科技绿色化建设要从环境友好、高效、可持续三个维度进行愿景描绘,其愿景设计可采用短期目标与长期目标相结合、投入与产出相结合、参考国际标准或框架与自行设计标准相结合的方式,使其具备可执行性与落地性。目前国内外尚未出台针对科技绿色化建设程度的认证标准,但相关机构或组织在部分领域已形成明确标准,如绿色数据中心建设标准等,可作为企业制定自身指标的参考依据。

三是在科技绿色化建设中,需加强生态圈合作、协作共赢。企业一方面可向价值链上下游的合作伙伴提供科技绿色化建设方案和工作支持(如科技绿色化评估指标)、宣导科技绿色化理念及建设经验等;另一方面可积极参与生态体系的构建,包括与第三方机构合作提出绿色化倡议,或参与全球、国家级、行业级科技绿色化标准制定等。

提升国产大豆产业竞争力

■ 吴浩

扩种增产大豆是国家提高大豆消费自给率的长期战略部署。让大豆多产出,还要卖得好,要从育种、种植、加工、销售的全链条发力,提升国产大豆产业链竞争力。

近日,农业农村部在黑龙江省齐齐哈尔市召开全国大豆大面积单产提升工作推进会,提出要打造 100 个大豆单产提升整建制推进县,确保大豆大面积单产提升三年行动开好局起好步。推动大豆大面积单产提升旨在解决丰产问题,更要解决好丰收问题,才能稳定好大豆种植,实现产业良性发展。

今年是启动实施大豆大面积单产提升行动的第一年,稳定大豆种植成为大豆主产区的重点工作。2022 年秋季大豆上市以来,由于受大豆扩种增产、下游消费偏弱、大豆品质下降及疫情等因素影响,大豆市场收购价高开低走,农民卖粮赔钱,惜售心理严重。在这样的背景下,国家开始推动大豆政策性收储。但有不少种植户反映,政策性收储规模较小,故囤积大豆仍在观望市场行情。

对于种植户而言,种植大豆收益低,玉米收益高且稳定,更加偏向种植玉米。不过,扩种增产大豆是国家提高大豆消费自给率的长期战略部署。解决农民种植大豆的后顾之忧,就要让大豆多产出,还要卖得好。要从育种、种植、加工、销售的全链条发力,提升国产大豆产业链竞争力。

强化大豆新品种选育。从大豆单产水平看,我国大豆平均亩产与大豆主产国美国、巴西还有较大差距,有很大的提升空间。在大豆品种选育上,要进一步整合资源,集中力量攻克大豆育种“卡脖子”技术问题,尤其应加快生物技术在育种上的应用,进一步加快培育养分高效利用、高产高油高蛋白、耐密多抗宜机收的大豆新品种。在种植环节,要强化良田、良种、良法、良机的集约配套,提升大豆大面积单产水平。

发展大豆精深加工。从产业发展整体水平来看,我国大豆加工龙头企业偏少,大豆加工企业依然面临“小、散、乱”问题,主要生产豆油、饲料用豆粕等初加工产品,科技水平低、产品附加值低、精深加工能力不足。做强大豆产业链是国产大豆产业振兴的关键,下游需求量提升才能带动上游种植。通过大力发展大豆精深加工,开发附加值高的日化、保健品,增强大豆产业竞争力,从而带动整个大豆产业链、价值链提升,让豆农更多分享产业增值收益,提高种植大豆积极性,实现扩豆增产。

加强大豆品牌建设。当前,消费者对国产大豆的认知度还偏低,国产大豆差异化发展道路需要品牌化战略支撑。以大豆主产区黑龙江为例,其寒地黑土、绿色有机及非转基因品牌价值尚未在市场上充分显现,大豆原粮及工业产品没有明显的价格优势,缺乏与进口大豆差异化竞争的市场环境,导致农民和企业效益不高。要推动国产大豆产业发展,强化品牌建设,出台更多扶持政策,尤其应加强对国产非转基因大豆种植的保护。同时,以国产大豆为原料,发挥产地资源优势,发展大豆产业集群,突出特色打造国产大豆知名品牌,促进国产大豆消费,更好支撑上游种植、加工,实现国产大豆全产业链良性发展。

港专蝉联《亚洲法律杂志》专利领域“一类事务所”

本报讯《亚洲法律杂志》(Asian Legal Business, ALB)近日公布了一年一度的知识产权业务排名,该排名评选出中国境内从事知识产权业务最为娴熟优秀的事务所。港专凭借专利领域的专业能力、丰富经验、良好口碑及卓越表现,在专利领域荣膺中国区“一类事务所”(Tier 1)称号。港专已连续多年获此殊荣。

本次排名中,ALB 根据事务所提交资料、调研采访、编辑部资源和市场测评,综合考虑事务所开展工作的数量、复杂程度和规模,在亚洲和各司法

管辖区内的市场占有率,主要人员聘用及执业团队的成长,主要客户和新赢得客户、事务所在相关地区的知名度和地位,去年同比业务的发展状态和趋势等因素,得到亚洲知识产权领域顶尖事务所的最终排名。第一类代表其所属司法辖区内的最强知识产权事务所。

ALB 是汤森路透旗下的尖端法律杂志,旨在为客户和读者提供前沿的法律商业资讯和律所法务评级,在全球具有广泛影响力。

(来源:中国专利代理(香港)有限公司)

首个汽车知产交易平台上线 力推知产强企建设

本报讯 在 2023 中国汽车知识产权年会上,全国首个中国汽车知识产权交易平台 5 月 17 日正式宣布上线,实现了国内汽车知识产权交易的平台化运行,将加速推动我国汽车行业知识产权向实际应用的转化。

相应地,中国汽车知识产权交易平台网站也正式上线运行,包括展示、评估、交易等多种功能。创新企业或个人可在平台上注册、实名认证,再录入相关的专利或项目信息。如果相关机构有需求,双方达成合作意向并签订合同后,再到国家知识产权局局登记备案,完成交易。

中国工程院院士沈昌祥对此表示,安全是永远存在的命题,并行、动态、全方位地进行防护,才能保证系统健康。建设安全可信的车联网系统,进行安全的解析管理,需要加大对新兴产业的知识产权保护力度,从而构成有用的、有效的、安全的产

业体系。

数据显示,虽然我国汽车行业专利申请数量连年增加,但是专利应用转化比例偏低。以新能源汽车为例,2022 年专利转化比例不足 10%。

中国汽车技术研究中心首席专家王军雷表示,我国高校、科研院所和相关企业在研发过程中每年都会申请大量专利,由于缺乏专业的运营手段,大部分专利并未发挥应有的作用。在打通创新链与产业链的转化方面,中国汽车知识产权交易平台将扮演重要角色,使很多专利技术从实验室走到应用中去。

湖北省知识产权局局长刘治田表示,知识产权作为各国必争的战略资源,已经成为全球博弈的重中之重,我们需要聚焦产业服务企业,大力推进知识产权强企建设,引导汽车产业充分运用知识产权,重构创新链与产业链,打造两者有机融合、相互

促进的生态体系,从而提升企业竞争力和产业创新力。

中汽中心党委委员、首席合规官王志伟表示,中汽中心作为国资央企,将始终坚定不移锚定“独立、公正、第三方”的行业定位,以服务国家战略和产业需要为己任,持续锻造提升核心竞争力,在坚持科技自强创新发展的同时,面向行业所需,积极布局汽车产业知识产权保护与应用服务能力。

东风汽车集团有限公司副总经理、党委常委尤峥表示,当前我国正从知识产权引进大国向知识产权创造大国转变,知识产权工作正从追求数量向提高质量转变。东风汽车将坚定不移地推进高水平的科技自立自强,高度重视知识产权保护工作,将知识产权保护纳入东风公司的战略目标,不断体现中国汽车品牌的竞争力和核心价值。(穆青凤)

RCEP 助中菲生椰产业合作开花结果

■ 本报记者 王煜

《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)保管机构东盟秘书处日前发布通知,菲律宾已向东盟秘书长正式交存核准书。根据协定规定,RCEP 将于 2023 年 6 月 2 日起对菲律宾正式生效。为严格履行协定承诺,积极推动 RCEP 全面生效实施,国务院关税税则委员会发布公告,自 2023 年 6 月 2 日起,对原产于菲律宾的部分进口货物实施 RCEP 东盟成员国所适用的协定税率,后续年度税率自当年 1 月 1 日起实施。RCEP 对菲律宾生效后,全部 15 个成员国均完成生效程序,并相互实施关税减让,协定进入全面实施新阶段。

菲律宾批准 RCEP 生效,让国内椰子市场和椰子产品爱好者们欢呼雀跃。近年来,国内以椰子饮料为代表的椰子消费逐年上升。在喜茶、瑞幸等茶饮品牌的推动下,椰子饮品戴着饮品界的健康和潮流的桂冠,正推动椰子市场规模逐年攀升。数据显示,2022 年中国椰子市场规模达到了 54.28 亿元。

根据智研咨询发布的《2023—

2029 年中国椰子行业发展现状分析及前景战略分析报告》,我国椰子产业主要分布在海南、云南、广东、广西、福建、台湾等省区,其中海南省种植面积约占全国的 99%,也是中国唯一开展椰子商业化种植的地区。国内椰子产量有限,难以满足不断发展的食品市场对椰子的需要。而且,我国椰子种植业与加工业发展不协调,原料供给缺口较大,椰子产业产品结构单一,低附加值,同质化严重,对椰子产业发展造成了较大的阻碍。目前,我国椰子原料主要依靠进口,椰树、春光、南国等企业的椰子原料大部分来自进口。国外部分椰子出口企业为了扶持本国椰子产业发展,限制出口,无疑给我国市场带来较大影响。

很长一段时间以来,由于各种原因,中国的青椰和椰子产品进口目的国主要是印尼、马来西亚以及越南。菲律宾全国有超过 1/4 的土地都用来种植椰子。2019 年,菲律宾青椰获批出口到中国,其青椰和椰子水、椰奶、椰油和椰糖等产品,得以进入中国市场。2020

年,菲律宾已经成为中国第二大椰子供应地。年出口中国约 4.3 万吨椰子产品,占据中国椰子市场份额的 27%。

自菲律宾椰子进入中国以来,该产业在菲律宾的发展大大加速,年均增长超过两位数,在去年甚至增长近 60%,行业年收入近 20 亿美元。

北京国际经贸学会研究员曲强在接受《中国贸易报》记者采访时表示,随着相关贸易协议的落地,面向中国的菲律宾椰子产业将会获得更加快速的发展,惠及当地农民与企业。“可以说,加入 RCEP 为菲律宾以椰子产业为代表的农业产业在中国市场的起飞奠定了基础。椰子产业只是中菲 RCEP 框架下合作的众多亮点之一,有利于让菲律宾各界认识到加入区域贸易大家庭、参加‘一带一路’合作能给本国带来良好效益,同时也能在未来给更多的中菲经贸合作伙伴作出良好示范,打开国际大门。”

在中菲农业经贸合作中,一些相关风险也不容忽视。曲强特别提示到,从宏观上讲,全球经济下行,国际

政治经贸摩擦不断,贸易保护主义抬头,都给地区经贸带来了巨大不确定性。椰子产业是长周期农业产业,椰树种植后七八年才会挂果。在七八年的时间中,可能会经历诸多如自然灾害、经济周期波动等诸多不确定性。一旦价格出现波动,农民或贸易商经济损失,往往就会将经济问题放大为国际关系问题。这就需要企业用好政府政策、国际法律、金融保险等工具熨平周期、防范风险。此外,也要防止区域外第三国以政治为目的,扰乱两国正常经贸合作。

从微观层面看,菲律宾椰子产业化程度仍有待提高。小农户经济与产业经济并存,市场整合度不高,渠道不完善,当前主要依靠本地大型出口商批量进口。曲强认为,随着未来中菲双方合作加深,中国企业直接与当地生产方对接,定制化生产也是必然趋势。但在品控、定价、收购、运输、以及汇率和期货套保、法律法规、民俗习惯、社会治安等各个环节都需要进行长期探索学习和调整适应。

服務回魂 誠信天下



中國專利代理(香港)有限公司
CHINA PATENT AGENT (H.K.) LTD.
www.cpahkltd.com



廣告