

“中国元素”闪耀世界杯

本报记者 项梦曦

2022 年卡塔尔世界杯激战正酣，而无处不在的“中国制造”，也成为世界杯赛场上一道亮丽的风景线。小到世界杯吉祥物“拉伊卜”玩偶，大到体育馆建筑，几乎世界杯的每一个角落都存在着“中国元素”，这也从侧面展示出中国企业“走出去”的巨大成果。

“中国制造”提供全方位支持

正如中国驻卡塔尔大使周剑所说，“中国元素”如满天繁星，在这届世界杯大放光彩。在众多“中国制造”中，最受全球观众瞩目的莫过于卢塞尔体育场，这座场馆是现今卡塔尔规模最大的体育场、本届世界杯开幕式的举办地，也将成为 2022 年卡塔尔世界杯决赛的赛场。而这座体育场正是由中国铁建国际集团承建，中方参建人员超千人。

中方总工程师李白介绍称：“卢塞尔体育场是中国企业第一次以设计施工总承包的身份参与建设国际足联最高标准的专业足球场，也是中国企业首次执行世界杯主体育场设计建造任务，同时还是目前中国企业在海外建造的规模最大、容纳人数最多的专业场馆。”这座体育场的主要功能空间包括比赛球场、球员房间、记者区、卫生间、观众区、贵宾区以及其他功能区域。同时，考虑到当地炎热的天气，球场每一个座位下都有空调口。而从外观上看，体育馆幕墙三角形网格立面效果展现了卡塔尔传统灯笼纹饰，建筑整体呈现出阿拉伯金色碗状器皿造型。屋面主索网采用双层轮辐式张力结构，跨度达 274 米，悬挑距离为 76 米，形如一个巨大的车轮状的“碗盖”。这也是世界上同类型索网体系中跨度最大、悬挑距离最大的索网屋面单体建筑。

对于驰骋绿茵场的各国运动员而言，比赛场地草皮的质量至关重要，而卡塔尔各场馆的草皮灌溉和养护技术同样来自中国。本届世界杯足球场草坪的灌溉与养护，由中国宁夏大学提供技术支持。宁夏大学与卡塔尔纳斯集团、华新国联（北京）企业管理有限公司三方达成合作协议，将该校资源与环境学院研发的地下渗透灌溉技术引入此次世界杯赛场。不同于滴灌、喷灌的地上作业，这项技术利用风能、太阳能发电提水，并通过物联网技术进行全程智能控制，能做到均匀可控地渗出水滴，埋在作物的根部实施精准灌溉，契合了卡塔尔实现可持续发展的愿景。

“中国制造”不仅存在于这些看得见摸得着的领域，还为卡塔尔提供着重要的能源技术支持。中国承建的阿尔卡萨 800 兆瓦光伏电站，是卡塔尔首座太阳能发电站，也是中东地区最大的光伏电站之一，预计每年可为卡塔尔提供约 18 亿千瓦时的清洁电能，满足约 30 万户家庭年用电量，每年减排二氧化碳约 90 万吨。这座由中国电建集团贵州工程有限公司承建的光伏电站建成投产，对卡塔尔新能源产业的发展具有里程碑式的意义。中国电建集团贵州工程有限公司现场施工经理李均表示：“本项目光伏区 800 兆瓦全部采用中国设备，该设备占投资总额的 60%以上，进一步增强了国产品牌在中东地区的市场占有率，充分发挥了全产业链一体化优势，打造了中国企业良好的海外形象。”

此外，在通信保障方面，球场通信设施及联合指挥控制中心的网络设备均为“中国制造”；在供水保障方面，卡塔尔在全国 5 处地点建设了 15 座超大型蓄水池，依然有“中国制造”助力；在交通领域，中国企业成功中标卡塔尔世界杯服务用车项目，卡方从中国进口约 1500 台客车，其中包括 888 台纯电动客车，中国制造的纯电动客车将作为接送官员、媒体工作人员和球迷往返场馆的班车。可以说，“中国制造”撑起了本届世界杯基建项目的钢筋铁骨，也畅通着世界杯成功运转的血脉。

中国企业“走出去”为全球经济添活力

透过本届世界杯，可以看到近年来中国企业“走出去”步伐逐渐加快。领英中国与波士顿咨询公司（BCG）发布的《中国企业国际化发展白皮书》显示，从全球范围来看，近年来，中国企业对外投资占全球比重逐步提升，从2016年的12.1%升至2020年的20.8%。当前，中国企业“走出去”呈现出以下新特点：从主体上看，从过去以国有企业为主，到如今各类企业都在加快“走出去”步伐。其中，许多民营企业表现出敏锐性和灵活性，在非洲、中亚等地区积极寻找商机。从领域上看，从过去以外贸企业为主，到如今有更多制造业、服务业及高端科技企业“走出去”。从方向上看，过去中国企业“走出去”主要对象国是发达国家；近年来，随着共建“一带一路”的不断推进，更多中国企业走向亚洲、非洲、拉美等发展中经济体。

领英全球副总裁、领英中国总裁陆坚表示，在中国加入世界贸易组织（WTO）后，过去20年的发展中，中国企业经历了从“产品国际化”到“资本国际化”再到“能力国际化”三大核心阶段。在“能力国际化”阶段，早期以高速拓展为主要国际化手段的中国企业，正逐步将国际化战略的重心向优化运营转变，力求建立精耕细作的本土化运营能力，实现从“走出去”向“走进来”的跨越。与此同时，一些在“能力国际化”阶段发展起来的新兴国际化企业在高速拓展之初便重视本土化运营，正在全球舞台上展现着新时代中国企业的创新活力。

陆坚表示，如今的中国企业“走出去”已经实现质的飞跃：以智能制造、新能源等企业为代表的出海新势力，正在将技术和商业模式创新转化为新动能；诸多中国全球化企业和管理者已经具备了品牌先行的意识，成功打造了一批具有全球市场影响力的品牌；一些来自中国的全球化品牌已经开始引领文化趋势和潮流，极大地推动了海外新兴职业的发展。