

卡塔尔世界杯上闪耀中国元素

当地时间20日,2022年卡塔尔世界杯正式开幕,这是世界杯首次在北半球于冬季举行。历时28天,64场比赛,32支国家队将为捧起大力神杯而奋力拼搏。

“四年一度的足球嘉年华开始了!中国元素在2022卡塔尔世界杯上无处不在。”11月20日,中国外交部发言人华春莹连发8推,盘点本届世界杯随处可见的“中国元素”。在这场足球“盛宴”上,从熊猫到场馆,到裁判和“周边物品”,几乎每一个角落都充满着“中国元素”。

中国 制造

义乌“造”风靡卡塔尔

本届卡塔尔世界杯上,高达7成的周边商品均由义乌造。

足球、国旗、大力神杯摆件、喇叭、哨子……各种世界杯周边,从义乌这座中国小城运往世界各地。

据义乌海关统计,今年前8个

月,义乌出口体育用品38.2亿元,出口玩具96.6亿元。对巴西出口75.8亿元,增长56.7%;对阿根廷出口13.9亿元,增长67.2%;对西班牙42.9亿元,增长95.8%。

有义乌商家在接受媒体采访时表示,义乌从不失信,往往国外客

商有紧急订单,都会第一时间想到义乌,因为没有义乌做不到的,只有顾客想不到的。

江湖上至今仍流传着“义乌工厂可以根据各个国家球队应援道具的订单数量情况,来预测世界杯最终归属”的说法。

中国 建造

中国企业建设世界杯主场馆

2022年世界杯主场馆卢塞尔球场是中国企业首次承建的世界杯主场馆,这座建筑面积19.5万平方米的“金色之碗”,可容纳80000人同时观赛,这是目前全球最大跨度的双层索网屋面单体建筑,是全球规模最大、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。

2016年11月21日开工,2021年9月30日主体工程完工,中国铁建用1774天打造卡塔尔世界杯主场馆——卢塞尔体育场,这也是中国企业首次承建的世界杯主场馆。

无论是施工设备,还是制造技术;无论是中国设计单位,还是专业施工企业,卢塞尔体育场的每个

细节都在彰显中国智慧。

为实现屋面膜钻石型外观效果,团队设计了复杂的索膜结构——屋顶索跨度278米,使用2000多根索,加上外幕墙4000多个单元式镂空铝板,3.3万吨的总用钢量……团队不仅要克服张拉、找形、安装的难题,还需在50米以上的高空作业。

设计上的创新更不胜枚举:赛时使用、赛后改建被同步考虑;在不影响外观和功能的前提下,整个幕墙外壳缩小了一圈,但内部的房间大小不变;笔直的立柱被设计成香蕉形,避免了立柱与房间的碰撞;中下层看台的每个座椅下,都有独立空调通风口,球迷的观赛体

验会很舒适……这些优化设计,大大降低了成本。

看台座椅通风系统也是卢塞尔体育场通风技术的一大创新。体育场外设有单独制冷站,看台座椅下设置水冷空调通风口,用座椅下送风代替大功率空调机组,大大降低了能耗。同时,通过软件模拟体育场内部气流微环境,调整空调出风口位置、数量、形状、间距等,实现了观众席空调与自然通风的完美结合,保证观众观赛舒适度。

卡塔尔世界杯的中心场馆还出现在卡塔尔10里亚尔纸币(约合人民币20元)和世界杯纪念钞上。

中国 身影

中国裁判组亮相

今年5月,国际足联公布了卡塔尔世界杯裁判员名单,包括36名主裁、69名助理裁判和24名视频助理裁判。中国裁判马宁作为主裁判,曹奕、施翔作为助理裁判入选。这是中国裁判员时隔20年

后再度以裁判员身份跻身世界杯执法阵容,也是中国籍裁判员组首次以集体方式进军世界杯,创下了中国足球的新纪录。

除了裁判之外,本届世界杯上

经过层层选拔,青岛青春岛U15梯队的队员杨恒瑞成为世界杯的牵手球童。而贵州黔东南州的12岁少年金燦燦作为来自中国的护旗手之一,护送国际足联会旗登上世界杯赛场。

中东地区迎来的首对大熊猫“礼物”

当地时间10月19日,两只中国大熊猫“四海”和“京京”乘专机抵达位于卡塔尔首都多哈的哈马德国际机场。

根据中卡两国达成的大熊猫保护研究合作协议,这两只大熊猫将

在接下来的15年旅居卡塔尔,这也是中东地区迎来的首对大熊猫。

出于对中国大熊猫的喜爱,卡塔尔将“京京”和“四海”以阿拉伯文分别命名为“苏海尔”和“索拉雅”。

据悉,在阿拉伯传统文化中,“苏海尔”和“索拉雅”是天空中的两颗星,代表着吉祥、崇高和价值无限。到卡塔尔观看2022年世界杯足球赛的各国球迷将有幸目睹中国国宝大熊猫。

乘世界杯之风 扬中国造之帆

□ 张樊

举世瞩目的2022年卡塔尔世界杯如约而至,无处不在的“中国造”,成为世界杯上的一道亮丽风景,也从侧面表明,中国品牌走出去的步伐在加快。

大型国际体育赛事,不仅是展示国家体育项目水平的舞台,也是展现国家形象的平台。40年的改革开放带动了中国的经济发展,也催生了营销理念上的更新换代,以往“酒香不怕巷子深”的观念已经过时,“中国制造”“中国品牌”正向“中国创造”“世界品牌”的方向上转变。对中国企业而言,他们需要世界杯,渴望通过世界杯的“聚

集效应”放大自身的品牌价值,借势迈向商业征途上的“星辰大海”。

值得欣喜的是,从品牌、基建、通信系统到一系列智能解决方案,卡塔尔世界杯上的“中国造”既能提供更高技术含量的产品,也能输出标准化、体系化的智能建设方案。世界杯不仅让参与其中的中国企业直接获益,也让大量经过实战验证的中国产品能够获得更多的市场认可度,提升“中国造”的整体形象。

越来越多的企业在世界竞争中赢得主动,起到决定性作用的是关键核心技术的攻坚、企业

创新主体作用的发挥,彰显的是从“中国制造”升级到“中国创造”的内涵。中国商品在卡塔尔成为硬通货,也再次说明,国内制造业要把苦练内功作为头等大事,唯有练就扎实技术内功、不断增强抗风险能力、把好把牢质量关、加深行业触角增加附加值,才能扬帆出海、畅销全球,提升“中国造”好成色。



一孔之见

本版文字综合中国日报、新华社、中国经济周刊、中国水运网等媒体报道

CWTF 中国水运报

新闻+政务

新闻+商务

新闻+服务

新闻+智库

欢迎订阅2023年

《中国水运报》+ 数字报
邮发代号: 37-45
全年定价: 300元/份
(含数字报)
全国各地邮局均可订阅。

《中国水运》杂志
邮发代号: 38-467
全年定价: 300元/份

新闻热线: 027-82767410
广告热线: 027-82763414
杂志热线: 027-82767375

发行热线: 027-82767441
公告声明: 027-82830904



扫一扫关注数博



扫一扫关注微信