## 尼日利亚搭上轻轨快车道

国际

扬帆"企"航

中青报•中青网记者 李媛媛 实习生 乐东山

尼日利亚拉各斯市坐落于非洲西海 岸,是大西洋沿岸的重要港口城市。在 这里,一列蓝色列车从轻轨站台缓缓驶 出,满载乘客沿海岸线向西行进。湛蓝 的车厢犹如一条希望的绸带,与蔚蓝的

这条全长13公里,设5个站点的轻轨 蓝线,是西非第一条由中国企业自主设 计、建造、施工、运营的全产业链电气化 城市轻轨交通项目,也是非洲第一条跨 海铁路。2023年1月,拉各斯轻轨蓝线一 期通车,助力这座西非人口第一大城市成 为一座繁荣、有竞争力的现代化都市。

近日, 拉各斯轻轨蓝线迎来三列中国 制造列车,新列车的投入将显著提升通勤 效率,标志着该市公共交通系统升级的又 一里程碑:同时,蓝线二期工程建设稳步 推进,预计2026年完工。

## 授人以渔,14年的坚守与传承

2009年7月,由中铁第四勘察设计 院集团有限公司(以下简称"铁四院")承 揽设计的尼日利亚拉各斯轻轨项目正式 启动。"世界那么大,我想到广阔的非 洲大地去看一看。"前尼日利亚拉各斯 蓝线项目经理李国忠自告奋勇, 踏上了 尼日利亚的土地。没想到,一去就是14

如何解决拥堵的交通问题成为历 任州长的执政焦点。然而, 当时的尼 日利亚政府倾向于相信加拿大公司的 地铁标准。"他们对中国地铁标准完全 不熟悉。很多基础性的数据,都需要我 们极其耐心地解释。"李国忠回忆道。

"出手文件的质量就代表我们的经营 水平。"秉承这样的理念,李国忠曾冒着 非洲大陆 40 多摄氏度的高温,带领团队 进行勘测; 也曾穿过武装劫匪活动猖獗 的地区,顺利完成考察。"我们利用半年 的时间完成初、定测及初步设计,之后 根据业主意见,3个月完成了先开段施 工图。"提到这里,李国忠满是自豪。功



尼日利亚拉各斯轻轨蓝线Marina站外观。

夫不负有心人,努力最终得到了尼日利 亚政府的认可。

在项目进行的10余年,中方团队始 终秉持着"授人以渔"的信条,将技术 传授给当地员工。"团队采用'1个中国 组长带3-6个当地工人'的模式。"李国 忠告诉中青报·中青网记者,中国工程师 不仅教会了当地人操作钻机的技能,还 培养了测量等专业技术人才。最终, 6 名中国勘测人员培养出的当地测量工人 都成为了技术骨干。

经过14年的努力,轻轨蓝线一期终 于在2023年成功通车,极大地改善了当 地的交通状况。同年, 拉各斯轻轨蓝线 二期启动。从一期到二期,团队成员发 生了很大的改变,不变的,是对"授人

"2023年刚到拉各斯项目部时,没 有试验人员。"尼日利亚拉各斯轻轨蓝 线项目地质路基工程师郑世龙回忆道。 为了确保项目的顺利推进和促进当地技 术人才的发展, 郑世龙牵头组建试验 室并自学试验相关技术要领,并将所学 毫无保留地传授给当地学徒。

"初期,他们对仪器操作与试验数据 分析极为生疏,常常出错。"郑世龙告诉 记者,"传道授业解惑"的过程充斥着各 种小插曲。有人因操作不规范导致仪器内 部电路损坏; 有人因读错数据, 导致试验 重来。"不断出现错误,我们就不断总结 经验, 重新再来。"在反复的试错中, 当 地员工逐渐掌握了技术要领,逐渐都可 以独当一面了。对此,郑世龙满是自豪与

尼日利亚籍工程师玛维斯・奥托 伊德·克里斯托弗是接受培训的当地 员工之一。"最初,我对中国同事使用 的全站仪感到非常陌生。他们用中文 操作仪器,我几乎听不懂。"玛维斯告诉

在一次施工中, 玛维斯负责现场放 线。由于不熟悉误差允许值,他放错了高 程。中国师傅发现后,不仅没有责备他, 还带着他重新测量,并详细讲解了测量的 规范和误差允许值。"中国师傅不仅教我 技术, 还教我如何在实际工作中应用这些 技术,确保每一个环节都符合标准。"玛 维斯对此深受感动。

## 项目为媒,中尼青年收获 成长与友情

阿扬托因·因卡·阿扬迪兰于 2013 年 加入了项目部。在加入项目部前的16 年,他一直是一位"小黄面"司机。"小 黄面"是当地的一种小型面包车,这种 核载8人的面包车经常"塞"进16人。

2013年8月,因卡的女儿小学毕 业,儿子即将出生,34岁的因卡结束了 16年的"小黄面"生涯,应聘成为铁四 院尼日利亚项目部的司机。"我很喜欢也 很珍惜这份工作。"因卡表示。

为了确保项目部人员能够随时用 车, 因卡每次出车回来都会将车洗得干 干净净,并做安全检查。尽管项目部离 他的家有一个半小时路程,但是他每天 都准时到岗。

"因卡在工作中表现出了极大的勇气 和责任感。"提到因卡,现尼日利亚拉各 斯蓝线项目经理马彦祥赞不绝口。马彦 祥回忆,有一次,项目部雇用的大吊车 在运输控制桩的途中抛锚, 当时天色已 晚, 当地的一些地痞流氓拦住了车。因 卡毫不犹豫地冲到前面,与他们据理力 争,保护项目部的设备和人员安全。"因 卡的勇敢和责任感让我非常感动。他不 仅是一个好员工, 更是一个值得信赖的 朋友。"马彦祥说。

现在, 因卡不仅是项目部的司机, 还成长为项目部的一名管理者,负责协调 和管理当地的工人。在项目部招聘新员 工时, 他总是能够迅速找到合适的人 选;他还会根据员工的出勤情况进行考 核,确保团队的高效运作。到去年年 底, 因卡成为了尼日利亚项目部最资深 的员工。"我想在这儿干到开不动车为

"我记得第一次去拉各斯的时候,是 因卡一个人过来接我的。他见了我特别热 情,给了我一个拥抱,还把我手里的行李 箱接过去,带着我走。"尼日利亚拉各斯 轻轨蓝线项目桥梁工程师梁亚东回忆起 2023年年初到拉各斯的场景。

在项目部工作的这几年,梁亚东想 到的第一个关键词就是"挑战"。让他记 忆犹新的一项工作, 是把既有的一座旧 桥拆除,然后在旧桥的原位上新建桥 梁。"收集到的旧桩资料与实际施工的位 置误差很大。本可以3天完成一根桩基 的施工,因位置冲突,我们用了一个多 月。"梁亚东当机立断,决定组织现场施 工人员对既有旧桩一一测量, 根据实测 的数据重新调整优化新建桩基位置,大 大加快了施工进度。

"这段宝贵的经验,不仅为我今后的 设计工作提供了重要参考,也让我养成 了对既有资料保持审慎态度的习惯,更 加注重实地勘察与数据验证。"梁亚东告 诉记者,这是他负责的第一个海外项 目。这份工作让他不断总结经验, 收获 满满。他说,这份工作赋予他的另一个 关键词是"满足"。

## 轻轨传情,3.5元架起中 尼民心桥梁

2013年8月, 因卡的女儿在放学后失 踪了。因卡焦急万分,四处寻找,却没有 任何线索。得知这一消息后,项目部通知 因卡:"你先找女儿,我们给你放假。"

因卡告诉记者, 当时项目部的中国 同事们和他一样着急,一直通过各种渠 道帮忙寻找,还筹了一笔钱用于张贴寻 人启事。3天后,一位老人拿着寻人启 事赶到警署提供线索, 最终女儿被安全

这次经历让因卡深受感动, 也让他 更加坚定了在项目部工作的决心。"中方 人员就是我的朋友!"因卡说。

拉各斯轻轨项目不仅让当地员工感 受到满满的爱与成长, 也切实改善了当

"轻轨不堵车,比较准时,也比较 安全。而且乘坐舒适,因为车厢内有 空调。"玛维斯告诉记者,当地很多百 姓以前上班要花两个小时,现在坐轻 轨只需要半小时。而且轻轨的票价也 不高,全程仅需750奈拉,约合人民币 3.5元, 当地百姓大多支付得起。

"除了改善交通,轻轨蓝线还为当地 创造了大量的就业机会。"马彦祥介绍, 在一期和二期施工阶段,项目曾为当地 3000多名工人提供工作岗位;在后续的 运营阶段, 总运营岗位规模预计将达 到 1000 人以上。不少工程技术人员和工 人通过这个项目学到了知识, 锻炼了技 术能力。不仅如此,项目部给当地员工 提供的待遇都会稍高于当地的平均水 平,更进一步改善了员工的生活水平。

在做好项目的同时,项目部也积极践 行社会责任,了解尼日利亚文化,传递中 国故事,增强双方文化互通互信。2024 年8月,铁四院"火车头·四院·启梦"科 普服务队的青年工程师们走进拉各斯大 学,与150余名师生分享中国轨道交通 的"黑科技"。当悬挂式空轨和无人驾驶 技术的视频播放时, 教室里响起阵阵惊 叹声。一名当地土木系的学生激动地 说:"未来我想加入拉各斯交通管理局 用中国经验优化我们的公交网络。"

付款都是'一扫即可'。"她觉得两种生活 各有滋味。"在中国的每一天都很充实,

很像开了高速模式。"嘉敏也观察到,中 国的城市中心可以很现代化, 但转个弯又 能看到历史遗迹,"这种传统与现代交织的

"你好,我叫Jasmine!"在抖音的短 视频中, 20岁的嘉敏 (Jasmine) 经常这 样开场。她来自澳大利亚,是一名有50 多万粉丝的博主,说一口流利的中文。比 起做内容,她更愿意把自己当作一个讲故 事的人,一个文化间的旅行者,用镜头和 语言记录她对中国的理解与喜爱。

嘉敏在中国香港生活了13年。小时 候,她上的是中英双语学校,一半课程中 文,一半英文。嘉敏有一个弟弟、一个妹 妹,3个人的汉语都说得很流利。嘉敏告 诉中青报:中青网记者,他们的父母虽然 不会中文,但对他们仨的汉语学习相当支 持,会鼓励孩子们彼此用中文聊天。"只 要我们到了中国,就会挑战自己:出门不 说英语。"嘉敏说,他们仨会努力营造中 文的语言环境,有时甚至还会讨论中国网 络用语和"中文梗"。

在她看来,语言不只是工具,更是连 接世界的方式。她表示,一开始做社交媒 体纯粹是"太无聊,随手玩玩",于是便 带着自己的弟弟妹妹一起"上镜",把每

## 澳大利亚短视频博主嘉敏:"家里会中文的不止我一个"

个人的名字首字母连起来创建了个叫 "JLA"的账号,和网友们分享日常。没 想到,一条"我们要去中国"的短视频突 然火了,点播量飙升,姐弟三人顿时收获 了大量关注和留言——有粉丝给她和家人 画像,也有一位妈妈告诉她,女儿因为看 到她的视频而决定学习中文。

嘉敏说:"后台每天都会收到大量私 信,有时候多得看不过来。即便如此, 还是有粉丝愿意和我分享生活, 甚至愿 意为我画画,真的很感动。"这些经历, 让她切实体会到"互联网可以传递善意和

嘉敏说自己很幸运,大多数网友都非 常友好, 偶尔会有"语病提醒", 她也会 把这当成学习机会。"我们不是完美的母 语者,有错就改,也感谢大家包容、指点

虽然有语言环境,但真要学好中文还 是不容易。嘉敏告诉中青报·中青网记 者,她觉得词汇最难。嘉敏解释说,汉语 的规律和英文不同,字得一个一个记,有 时候还怕自己忘记。为了巩固学习,她和

弟弟妹妹会经常"测单词",还会互相提 醒语法是否正确。她特别喜欢"凹凸"这 个词,因为"这个词写出来的样子和意思 一样,非常有趣"。

至于对中国的印象,她用"文化性、 开创性和启发性"来形容。嘉敏第一次到 中国内地是去深圳, 当时年纪还小, 但 已经觉得"像进了另一个世界"。最近一 次去中国,她印象最深的是"上海机场 外大巴车的看板"。她笑着说:"一开始 我蒙了,不知道如何查看对应车次和时 间。但在人们的热情帮助下,我看懂 了,而且发现查询方式是非常快捷的。" 她也尝试过无人机点外卖饮料, 觉得像科

城市的效率让她惊叹, 但真正打动她 的是中国人的热情与温度。她记得,在上 海一个小餐馆点菜时,店员听出她说的是 中文,顿时热情地和她聊起来。"那一 刻,我感觉自己不再是'外人',而是这 个国家的一部分。"

嘉敏和家人都爱中式美食,自己尤其 喜欢小笼包,为了能够找到当地最"老底



嘉敏(右一)和她的弟弟妹妹。

子"的味道,她会找"老饕"带路。她表 示,"有些地方的食物是做给游客吃的, 不够地道。如果可以光靠'吃'生产视频 内容, 我愿意一直拍中国美食。"

受访者供图

文化的"反差"也给嘉敏留下深刻印 象。她说:"在澳大利亚,大家常在海边 晒太阳, 做事很悠闲, 平时支付用的也是

纸币。中国则是'永远在进行中',就连

化的吸引力。美国《时代》周刊指出,过去

"中国制造"常与廉价代工画上等号,而

如今以泡泡玛特为代表的中国新生代潮流

品牌正通过讲述本土IP故事、输出独特

审美来刷新"中国制造"的国际形象。埃

默里大学教授埃里卡·金坂在接受美国《时

代》周刊采访时表示,社交媒体和跨境电商

的兴起打破了刻板印象,让更多国际消费

者重新认识中国原创品牌。她直言:"过去

将中国商品与劣质、仿冒画等号的认知,其

文化现象,埃里卡·金坂指出,潮玩缺乏

传统意义上的实用功能,但它们"能为平

凡生活增添一抹亮色与想象力"——这正

是Z世代与千禧一代消费者所看重的情感

中国潮玩已从小众爱好成长为一种跨

实是一种根深蒂固的种族主义逻辑。"

感觉,特别有魅力"。中国有数不清的美丽 城镇和村庄,她想一个一个参观打卡。 作为内容创作者,嘉敏的视频里经常 出现澳大利亚的趣谈、俚语, 也会交流中

澳文化。她发现,"澳大利亚俚语"可以 算作视频的"流量密码"。这种文化小知 识在中国观众中颇受欢迎, 留言区总能掀 起中澳文化对比的热潮。"这是一种交 流,我们介绍澳大利亚的流行文化,大家 也会教我们中国的文化。"

嘉敏说, 社交平台虽然只是线上空 间,但正因为语言的连接,让她和网友建 立起真实的情感。

在谈及职业规划时, 嘉敏表示自己目 前还在读大学, 主修法律, 但未来未必真 的要当律师。她把自己定义为"创意型选 手":"我喜欢创新,比如做文化交流、拍 纪录片等,我甚至考虑从事外交工作。

她坦言:"我特别想去 中国内地读书,真正 体验中国内地的高校 生活。"她希望未来可 以经常去中国,投身 文化交流领域,"帮助 中澳两国人民建立理解

和桥梁"。





当地时间2025年6月14日,法国巴黎,泡泡玛特门店内,卢浮宫限定版拉布布销售一空。 视觉中国供图

中青报·中青网见习记者 王梓元 记者 叶雨婷

近日,一个长着小尖牙、一对尖耳朵、 有些"丑萌"的中国玩偶席卷全球。 据了解,这个名叫"拉布布"(LABU- BU)的玩偶,不仅掀起了全球抢购潮,还 引发众多海外知名人士推荐和分享,多 家外媒表示,"拉布布席卷全球""时尚 圈为拉布布疯狂"。不仅如此,更有外媒 表示,中国潮玩正在深远影响现代全球消 费文化。

6月10日,全球唯一一只薄荷色拉布

# 外媒:中国潮玩风靡海外,收获情感共鸣

布在北京举行的拍卖会上亮相,落槌价为 108万元,引发社会关注。6月14日,"盲 盒"潮玩厂商泡泡玛特发布公告,称因近 期线下销售现场存在潜在安全隐患,决定 暂时中止拉布布毛绒玩偶及其毛绒钥匙扣 全系列产品在韩国的线下销售。而早在5 月底, 泡泡玛特已暂停该系列产品在英国 的销售。在接受美联社采访时, 洛杉矶粉 丝感叹,"想买只拉布布太难了,只能加 价从黄牛那买"。

不仅如此,从蕾哈娜、杜阿·利帕到 麦当娜、贝克汉姆, 众多耳熟能详的欧美 明星都曾被拍到携带拉布布玩偶,并将其 作为新潮配饰公开亮相。在 TikTok 上, 围绕拉布布的开箱视频、收藏展示层出不 穷,带有"#Labubu"标签的帖子已超过 170万条, 掀起了全球范围的社交热潮。

泡泡玛特美洲区负责人艾米丽·布鲁在 给母公司的邮件中直言: "我们调皮可爱 的拉布布, 其全球影响力远超预期。"4 月27日,她在接受美国NBC采访时也表

示,过去几个月,拉布布在海外市场的表 现"超出预期",这一角色"正在全球范 围激发共鸣"。

不仅是泡泡玛特,近年来,越来越多 中国潮玩品牌在全球市场崭露头角。行业 第二大厂商52TOYS紧随其后,加速海外 布局; 名创优品旗下的 TOP TOY 则宣 布,未来5年将在全球新开超过1000家门 店, 意在深耕海外年轻消费群体。泡泡玛 特的成功,成为中国潮玩行业掀起"出海 潮"的重要推力。52TOYS创始人陈威在 接受《财新周刊》采访时表示,东南亚是 "增长最快的市场",公司将依托中国成熟 的供应链和差异化 IP 策略, 力图在海外

除了企业品牌,一些中国原创 IP 形象 也通过跨界合作赢得国际关注。例如,来自 上海的设计师潮玩ROBBi曾与法国高端 香水品牌 Creed 联名推出限量款玩偶,并 选择全球同步发售,而非仅限于中国市场。

这股"国潮"风,让外媒感叹中国文

美国《经济时报》6月4日的评论表 示,中国制造的小小的玩偶所激起的,是 全球消费者的巨大共鸣与渴望。不论是出 于对设计的欣赏、对潮流的追逐, 还是单 纯沉醉于"拆盲盒"的乐趣,人们在潮玩 中找到了情绪寄托与生活想象。《经济时 报》写道,中国潮玩正成为现代全球消费 文化的一面镜子: 体型虽小, 影响深远。

新加坡《南华早报》援引新加坡品牌 咨询公司iMpact创始人佩雷拉的话指 出,拉布布的成功证明中国品牌可以凭借 普世情感共鸣取胜,"它们讲述的是中国 故事,却从未刻意提及中国"。

6月12日,当被媒体问及如何评论中 国科技、游戏、文化等产品风靡全球等现象 时,外交部发言人林剑表示,从说走就走的 "中国游"到琳琅满目的"中国购",从深度 求索的人工智能到中国潮玩、影视剧风靡 全球,越来越多的外国朋友走进中国,了解 中国,冲破了认知茧房,收获情感共鸣。

"这充分说明对美好事物的追求和对 美好生活的向往,不分国界,不分民族, 是任何力量都阻挡不了的。一个更加真 实、立体、全面的中国正被越来越多人看 见。"林剑说。