

中東機遇： 善用創新和科技建設更美好的世界

專訪科建國際集團有限公司創辦人及主席 羅發禮太平紳士

為推廣香港營商優勢、開拓商機，以及增進香港與沙特阿拉伯和阿聯酋之間的全方位合作和聯繫，特首李家超於 2023 年初親率 30 多人的代表團出訪兩國。科建國際集團有限公司 (James Law Cybertecture International) 創辦人及主席羅發禮太平紳士是其中一名團員，該公司在 18 年前已進軍中東市場，並成功取得首個當地項目。

香港貿發局經貿研究訪問了羅發禮，從港商角度細看中東機遇，了解中東市場的發展情況和港商在當地發展的優勢。羅發禮於訪談中分享他在中東地區發展多年的經驗，並就如何更好地協助港商「走出去」發表真知灼見。



■ 科建國際集團有限公司創辦人及主席羅發禮太平紳士。

(圖片來源：科建國際)

羅發禮於 2001 年創立自己的建築事務所，並以其著名的 Cybertecture 理念 (即在建築設計領域融入科技以改善人類生活) 命名，通過具科技感和前衛的建築設計在業界打響名堂，讓人留下深刻印象。

羅發禮的首個中東項目是 The Pad Tower。2005 年，他獲邀為這個位於迪拜的項目提供建築設計方案，其靈感來自蘋果公司 (Apple) 的產品 iPod。這是一個健康智能家居項目，住宅單位裝有多款科技設備，包括生物辨識門鎖、智能照明系統、聲控設備，以及可以分析身體健康狀況的智能鏡。

■ The Pad Tower 是羅發禮團隊在中東地區的首個項目。

(圖片來源：科建國際)





■ Technosphere 建成後將成為全球最大的球形建築。
(圖片來源：科建國際)

此後，阿聯酋總理對 Cybertecture 的理念和設計極感興趣，並邀請羅發禮參加在迪拜舉行的 Technopark 自貿區設計方案比賽。最終，羅發禮不負眾望，憑 Technosphere 方案摘得桂冠。

Technosphere 佔地 360,000 平方米，建成後將成為全球最大的球形建築，當中的太陽能板及再造水系統等環保設備，讓項目以可持續發展的方式營運。

其後，羅發禮更獲卡塔爾基金會邀請，擔任其熱播電視節目 Stars of Science 的嘉賓，長達六年之久。該電視節目在中東地區廣為人知，相關的 YouTube 頻道瀏覽時數合計逾 800 億分鐘。隨著羅發禮在中東地區嶄露頭角，科建國際也開始在區內參與更多建築項目，足跡遍及阿聯酋、沙特阿拉伯及卡塔爾。

中東機遇處處

2000 年代初，迪拜經濟迅速發展，不斷大興土木，大量摩天大廈及基礎設施拔地而起，當中包括於 2004 年動工、2010 年對外開放的世界第一高樓哈利法塔，以及於 2009 年開通的地下鐵路。隨著沙地阿拉伯啟動《2030 年願景》，該國成為中東市場亮點。羅發禮認為，現時的中東市場依然充滿機遇，與以前相比，其發展規模和覆蓋範圍更有過之而無不及。他說：「回想

2005 年的中東，迪拜最為雄心勃勃，發展速度比區內其他經濟體都要迅猛。現在的沙特阿拉伯好比一個巨型的迪拜，既擁有龐大的石油儲備、財富、主權基金，又獲目光遠大和深受人民擁戴的統治者所支持。我相信在未來 20 年內，沙特阿拉伯將會出現前所未見的高速發展。」

《2030 年願景》不是單純的大型基建發展項目，而是一個以全面提升沙特人民幸福感為目標的發展藍圖。除了包含 NEOM 新城、The Line 和紅海 (The Red Sea) 等標誌性項目外，《2030 年願景》還涵蓋文化、娛樂、旅遊、科技、環保、智慧城市、新能源發展和多元私營經濟等多個領域。因此，《2030 年願景》帶來的機遇將遠遠不止於建築及設計等行業。羅發禮表示：「沙特阿拉伯將會在沙漠上建設綠色城市和度假勝地，並引入更多文化、娛樂及特色商品，為旅客帶來嶄新體驗。此外，沙特阿拉伯地處歐亞非大陸的交匯處，擁有獨特地理優勢，我認為該國將會跟阿聯酋一樣成為旅遊中心，甚至是投資移民的熱點。」



■ 沙特阿拉伯將會在沙漠上建設綠色城市和度假勝地。
(圖片來源：Red Sea Global 網頁)

中東機遇建基於開明社會

守舊、封建和保護主意盛行可能是不少人對中東的固有印象。羅發禮強調這些想法都是誤解，憑藉在中東市場工作近 20 年的經驗，他可以斷言宗教傳統並沒有窒礙中東地區的經濟發展。

他稱：「你知道嗎？阿聯酋的首位幸福部長是位30出頭的女性。如果他們真的那麼封建和守舊，我根本從一開始就不可能涉足中東市場。」

羅發禮補充道：「與任何海外市場一樣，要得到當地人信任，並與他們成為生意夥伴殊不容易，但這並不代表他們封建和守舊。相反，中東企業家十分開明且熱愛新鮮事物。中東國家的人口十分年輕，他們意識到石油能源總會枯竭，而全球暖化也會令中東地區的天氣變得更加酷熱難耐，所以他們正盡一切辦法把當地的沙漠地區改造成可持續、多元和美好的居住環境。我們現在強調的中東機遇，正正是建基於中東國家向世界各地的文化、娛樂、商品和科技企業招手，邀請他們共同實現上述願景。」

在貿發局經貿研究早前一篇關於沙特會議展覽業的文章中，受訪者提到沙特阿拉伯日益接受外來文化，正好與羅發禮的觀點不謀而合。

創新是致勝關鍵

撇除2008年金融海嘯期間被迫停工的項目，科建國際多年來已在中東參與近20個建築工程。總結多年經驗，羅發禮認為擁有創新思維和敢於突破常規是得到中東客戶青睞的關鍵因素：「如果你打算到中東參加博覽會，展示一個單純以奢華為賣點的設計方案，那麼我可以告訴你，你不太可能有立足之地。因為他們實在太富有了，他們想要的是前所未見的方案，一個可以改變現有生活方式、充滿未來感和科技感、可持續，以及能夠把沙漠打造成美好生活居所的方案。」

羅發禮補充：「就建築而言，我們如何能夠壓縮空間和時間以提升生活質素和效率、把元宇宙和虛擬實境融入日常生活、把炎熱乾旱的沙漠變成清涼翠綠的居住帶？你必須具備洞察力、野心和魄力，解決上述問題，才有可能打入精益求精的中東市場。例如，如果我要為沙特阿



■ 以3D打印技術製成的混凝土水管組合屋，為阿布扎比家庭提供價廉物美的住屋選擇。
(圖片來源：科建國際)

拉伯設計一個新機場，我會思考如何打造一個為下一代而建的機場、當中需要甚麼功能、如何把機場和太空港結合等問題，而不是把現有最先進的機場搬到利雅得。」

事實上，除了用於興建摩天大廈或高尚住宅外，創新意念還可以解決社會問題。例如，科建國際近年也為阿聯酋首都阿布扎比提供水管組合屋方案。這些水管組合屋的主要材料是混凝土，並以3D打印技術製成。由於採用3D打印技術，因此這些水管組合屋的製造成本可以低至每間20,000美元，為當地家庭提供價廉物美的住屋選擇。

發揮香港優勢 把握中東機遇

談及香港公司的優勢時，羅發禮坦言現時世界各地，包括海灣國家的建築師都極具競爭力，所以沒有任何一個地方的建築師能獨步中東市場，香港的建築公司也不例外。然而，羅發禮指出香港至少具有兩大優勢。他說：「香港地少人多，這種發展限制令香港建築師善於設計摩天大樓和規劃高密度市鎮。我們知道有甚麼可以做，甚麼不可以做。例如，我們在興建公共交通網絡、大型商場和屋苑時，會因應人口密度而考慮各式各樣的問題和可行的方案，而這些經驗正是香港公司的賣點。」

香港的另一個優勢是背靠祖國。2022年底，國家主席習近平到沙特進行國事訪問，並簽署全面戰略夥伴關係協定，中沙關係隨之進入黃金時代。適逢今年是中國提出共建「一帶一路」倡議10周年，加上沙特《2030年願景》帶來的強大需求，中沙將加快推動共建「一帶一路」倡議與沙特《2030年願景》對接，加強在能源、基建和投資等領域的合作。在這個大環境下，香港作為國家最國際化的城市也必然受惠。

早在國家提出「一帶一路」倡議之前，羅發禮已經到中東發展，對此有深刻體會。「我剛踏足中東時，一切都很艱難。當時大部分客戶都受長久以來的偏見影響，覺得歐美建築師提供的方案必定更勝一籌，我們甚至連一個嘗試解說的機會也沒有。但現在一切都不同了，隨著國家整體實力提升，中東各國對中國有了更客觀的理解，我們也獲得一個公平的競爭環境。我相信，在李特首到訪沙特和阿聯酋後，港商在當地的發展可能較為容易，水到渠成。」

羅發禮也提到，需要大量人力資源的大型基建項目並非香港強項。因此，港商應該以創新為定位，善用科技，聚焦發展小型項目。他以科建國際為例，他的建築師團隊近年開始採用AI技術，大大提升了設計效率。他坦言：「從前需要4天才畫出的草稿，現在只需40秒。」



■ 科建國際的設計以創新和未來感見稱。
(圖片來源：科建國際)

■ 羅發禮隨特首李家超出訪沙特阿拉伯和阿聯酋，共同說好香港故事。
(圖片來源：科建國際)

「說好香港故事」 是對港商最有力的支持

作為開拓中東市場的先行者，羅發禮在當地的創業過程可謂「孤軍奮戰」。近年來有不少討論，內容圍繞政府應如何幫助港商「走出去」。羅發禮在沒有政府的幫助下在中東創出一片天，十分樂意分享他對政府協助企業「走出去」的看法。羅發禮認為，現時的政府以至社會都過於保守；政府應該更積極有為，不必拘泥於既定框架。羅發禮憶述：「我曾經在一個迪拜建築方案的最終競投回合遇見一位外國領導人，他與自己國家的參選建築公司代表一起會見評審，那一刻我便告訴我的團隊我們會落敗。當然，我並不是要求政府也要這樣做，我只是指出類似的事情時有發生。」

另一方面，商界也應該更積極地提出合理可行的建議，協助政府更有效地提供協助。例如，羅發禮曾去信政府，指出香港沒有在迪拜世博會設立香港分館，而他認為中東市場將為港商帶來巨大機遇，因此建議政府參考上海世博會的做法，在迪拜世博會設立香港分館，推廣香港品牌。

羅發禮表示，共同說好香港故事、讓世界認識香港品牌，就是對港商最強而有力的支持：「商業的本質是風險與回報，我們不可能要求政府每事幫忙，更不可能要求政府為企業承擔風險；而且過多的政府補助對企業提升競爭力也未必是好事。說好香港故事、推廣好『香港』這個品牌，讓港商拓展海外市場時得到公平的競爭環境，當海外客戶需要優質解決方案、服務和商品時會聯想到香港企業，這就是對港商最好的支持。」■

