年初开始，吴晓明的工厂陆续接到多笔海外订单，足球出口达到100万个。新京报贝壳财经记者 覃澈 摄

圈中流传着这样一种说法：世界杯超过一半的周边产品来自义乌。

11月21日，四年一度的世界杯将在卡塔尔打响，而这一体育盛会的影子仍在义乌攒动。

浙江义乌国际商贸城三区，商场道路两侧的体育用品店铺橱窗上，挂满了球衣、助威旗帜和贴纸等满是世界杯元素的商品。10月中旬，新京报贝壳财经记者走访时，店铺老板时不时拿起手机和国内外客户沟通，话语简单，匆忙又熟络地确定货品款式和订单量。

“光是世界杯前后足球出口能达到100万个，大约价值2000万元。”吴晓明和足球的渊源已有27年，先后经历了6届世界杯。

世界杯生意已然在义乌生根。据义乌体育用品协会估算，从旗帜到足球、球衣，“义乌制造”几乎占到整个卡塔尔世界杯周边商品市场的70%。不过，数字之变只是“义乌制造”一隅。

吴晓明商业版图扩大正吸引商机上门，今年世界杯从接单到发货，尽管生产周期不足50天，但其每天产能已经达到3000个足球。而十余年深耕，温从见则从小商贩成长为球衣制造商，今年尝试原创并打开了市场——球衣外贸订单达到200多万件。

接单，接单

从南非世界杯的呜呜祖拉到巴西世界杯的卡塞罗拉，再到俄罗斯世界杯期间的球迷手中挥舞的应援旗帜。几乎每届世界杯赛场外，“义乌制造”都未缺席。

“如果早半个月来，还能看到更热闹的场景。现在很多大货都发出去了，只有零星的补单和部分国内订单还在追加生产。”经营着原创球衣的义乌丹娜丝进出口有限公司创始人温从见告诉贝壳财经记者，每届世界杯前夕，都是义乌体育商们最为忙碌的时刻，“通常提前半年乃至一年就会做好准备。”

4月开始，温从见陆续接到来自全球外贸商的球衣订单，公司所研发生产的原创球衣如今已发出200多万件。不过，工厂仍在马不停蹄地加班赶制，为即将升温的国内市场世界杯热做准备。为了确保货源充足，他不但新签了库房用作囤货，还和广东、广西等7家工厂达成合作，确保球服能顺利生产。“每天辗转于工厂车间、库房和店铺，手机随时都收到订单消息，根本停不下来。”

经营足球生意的义乌奥凯体育用品有限公司创始人吴晓明，同样忙碌于不断涌入的订单。8年前的巴西世界杯，吴晓明就卖出150多万个足球。今年自年初陆续接到多笔海外订单，其中更不乏官方授权的纪念品足球，“光是世界杯前后足球出口能达到100万个，大约价值2000万元。”

多位义乌商家告诉贝壳财经记者，近段时间世界杯相关商品的外贸订单呈现井喷态势，几乎所有订单和安排都围绕世界杯。

“疫情因素导致世界杯订单在年后集中爆发，也使得工厂随时需要加班赶制。”一位销售球迷围巾的商家告诉贝壳财经记者，最近大半年自己几乎吃住在工厂，直到将外贸订单全部发出去，才终于能回家好好睡上一觉。

“尽管整个义乌的体育制造商从年初就开始忙，但世界杯给市场带来的订单和收益显而易见。在经历了长时间的低迷期后，看到回报和收益也算是‘幸福的烦恼’。”一位当地商人说。

吴晓明心里也早有了一笔账，世界杯举办年的订单给义乌体育厂商们带来庞大的收益，“基本上一年就能顶正常两年时间的收益，再累也值得。”

据义乌体育用品协会估算，此次卡塔尔世界杯从32强的旗帜、加油鼓劲的喇叭、哨子、足球、球衣、围巾，以及大力神杯摆件和抱枕，“义乌制造”几乎占到整个世界杯周边商品市场70%的份额。

从接单到发货，生产周期只有不到50天，吴晓明与员工加班加点赶制足球。

加班赶制，1个多月生产10万个足球

贝壳财经记者走访时，奥凯体育用品有限公司园区，一箱箱足球整齐地堆放在空地，工人们将货物装载进停靠在旁的卡车上，几分钟后，这些足球便发往全球各地。

自1995年入行以来，吴晓明和足球的渊源已有27年，其间先后经历了6届世界杯。

“世界杯热潮真正在义乌爆发，还是2002年韩日世界杯。背后原因除了举办城市距离较近，氛围很容易传播到国内外。更重要的则是中国男足首次闯进世界杯，国内足球氛围空前热烈。”当时的热闹场景，也在吴晓明脑海中烙下印记：仓库里的囤货几乎全部被经销商抢空，自己每天都会接到无数个订货电话，根本忙不过来，“最后感觉整个义乌都在造足球。”

世界杯所带来的巨大商机让吴晓明动心。此后，每届世界杯开赛前一年，他都会安排人手准备足球生产。

2022年卡塔尔世界杯前夕，一位客户找到吴晓明，对方得到官方授权，允许其开发部分周边产品。对方计划生产10万个印有32强国旗的纪念足球，并希望吴晓明接单。

选中吴晓明自有道理。自2000年创建足球品牌，吴晓明就选择切入外贸领域。很长段时间里，吴晓明带着样品频繁地出没于南美、欧洲等多个国家，和当地商贸公司洽谈交流，签订合作协议。

“我们的足球无论品质还是款式都是市面上最好的档次。”吴晓明告诉贝壳财经记者，公司主要市场在欧洲和南美洲。疫情前几乎每年都会向这两个区域销售100多万个足球。特别是欧洲市场，吴晓明早在2012年就和西班牙马德里大区足球协会进行合作，如今当地所有社区赛事所用足球都是由他提供。

“其实时间很紧张。尽管7月底接到订单后就开始动工生产，但疫情导致8月很长时间内无法开工。从接单到发货，中间生产周期只有不到50天。”接到订单后，吴晓明迅速组织员工开始加班加点赶制足球。

贝壳财经记者采访了解到，通常一款足球生产过程需要近10道工序，从下料到剪裁印刷，再由工人将球片缝纫成新球进行充气检验，直至最终包装出厂。

“工厂除了60多位工人外，还有专业的生产机器。每天产能可以达到3000个足球。”吴晓明解释，“尽管10万个足球只要1个多月就能完成，但这期间还不断接到其他客户的订单，需要同时开工。”

事实上，吴晓明在年初就接到数笔来自海外的订单，不少客户在收货后还发来追单消息。

根据过往经验，赛事结果直接影响外贸商的订单量。哪支球队在比赛中走得更远，这个国家的应援物品需求量就越高。通常工厂和采购商都会“押注”几支实力强劲的球队，产量也会有所偏移，以备后续出现临时补量的情况。

2022年初，一位海外客户最早预订了5000个足球，但随着球队打进杯赛正赛后，对方当即发来补单的通知。

“尽管受原材料价格、人工等成本上涨因素影响，足球利润较之以往有所缩减。但世界杯带来的订单利好也让业绩相比去年有所增长。至少让义乌体育商们成功度过了此前的低迷期。”吴晓明说。

从小商贩成长为球衣制造商，温从见今年开始尝试原创设计球迷助威服。

义乌制造也要“卷”，老板打板裁剪拼原创

“每届世界杯开赛前的一年时间内都会格外忙碌。不但海外订单会集中爆发，国内球衣销量也会比平时翻上几倍。”行走于制衣车间里的温从见，不时拿上一款球衣反复检查细节，“这是特意为世界杯设计的原创球衣，来不得半点马虎。”

2007年入行以来，温从见就将公司发展方向定在了球衣领域，“我从小就喜欢足球，每届世界杯更是场场不落，深知球衣对球迷的意义和重要性。”

15年深耕，温从见逐渐从小商贩成长为国内知名球衣制造商。2018年俄罗斯世界杯期间，仅外贸就销售出180万套球衣。一次观看比赛时，他意外在电视上看到球迷身穿自己所制造的球服为球队助威，“作为一个足球爱好者，那一刻真的很激动。”

尽管依靠销售世界杯周边球衣获利匪浅，但温从见也有自己的遗憾：彼时因为版权意识薄弱曾吃到不少苦头。思索良久后，他决定，2022年世界杯所生产的球迷助威服全部由公司原创设计。

要做原创，并不容易。

今年3月，温从见开始就各支进入世界杯的球队进行球衣设计。不会网稿的他选择在纸上手绘出大致需求，再找到专业设计人员沟通球衣的颜色和细节，最终由双方不断修改调整后完成。

“球衣并非改个颜色这么简单。为了避免千篇一律，我们通常选择球队以及背后国家的独有元素和色彩，将其设计进球衣里。”温从见告诉贝壳财经记者，以阿根廷球迷服为例，保留传统蓝白色元素的同时，还在球衣中间绣了太阳图案以及两颗金星，以代表阿根廷此前夺得过两次世界杯。“虽然这些款式都是全新的设计，但球迷根据衣服上的元素也能清楚是哪个国家的助威服。”

3个月后，当32支参赛球队的衣服样品全部出炉，温从见将图片逐一发给此前合作的外贸伙伴，对方很快发回肯定反馈。一位南美客户在看到巴西和阿根廷球衣时，当即预订了近4万件球服。

温从见狠狠地挥舞了拳头：成了！

原创获得肯定只是第一步。彼时，离世界杯开赛仅剩寥寥数月时间，为了尽早完工，温从见紧急安排工厂加大力度生产，“平时工人都是6点下班，但为了赶工专门安排了值班表，轮流加班到深夜10点。有时候甚至自己都会亲自坐到缝纫机前打板裁剪。”

“世界杯确实给厂商带来巨大的订单量和收益。”温从见告诉贝壳财经记者，“相比起来，去年全年才达到180万件球衣订单，今年2个月时间就突破230万件。光是5月至8月就比去年同期差不多增加了3到4倍。”

初次试水自主设计就获得成功，让温从见信心大增。他计划着世界杯后开始更大胆的尝试，“今后将陆续推出五大联赛中各家俱乐部以及国家队的原创球迷服，让更多球迷能随时身穿‘定制’的球服助威呐喊。”

世界杯带来巨大订单量，为了尽早完工，温从见安排工厂加大力度生产。

周边产业爆发：“世界杯专线”20多天抵达中东

世界杯热潮袭来，奖杯、徽章等纪念品，甚至物流运输业同样借势爆发。

在义乌经营奖杯生意的陈显春告诉贝壳财经记者，前段时间工厂一直在赶制世界杯相关产品。自己入行已快20年，几乎每届世界杯都会接到海外客户发来的世界杯纪念奖杯、徽章等周边产品的订单，如今手里的订单量同比增加了近50%。

按照往届世界杯准备的时间和规律，陈显春早在2021年就联系上合作过的客户，逐一咨询对方是否有下单需求，便于自己提前准备，“就怕到时候突然找上门来，根本来不及备货。”

除了大规模生产奖杯外，陈显春今年还尝试设计出多款具有卡塔尔元素的徽章挂牌、钥匙扣、车挂等小物件。她告诉贝壳财经记者，不少客人特意派单定做类似商品，以在世界杯期间拜访客户朋友和洽谈业务时用作赠送。

一位专门生产经营手拍掌、助威喇叭等玩具的商家同样向贝壳财经记者介绍，以往公司所接到的外贸订单大多为零散小单，只有圣诞节才偶尔接到大规模订单。而今年在世界杯加持下，销量同比往年增长超过40%。

“世界杯助威商品长时间处于供不应求的局面。前段时间还有客户追加订单，在得知海运可能无法及时送达后，甚至表示愿意花高价直接走空运。”上述商家说。

当地一家物流公司工作人员告诉贝壳财经记者，近几个月公司接到大量发往中东的订单，每个月都会发出数百个集装箱，几乎全部都是和世界杯相关的商品。

为了让世界杯相关产品更快运到世界各地球迷手中，9月中旬，义乌还专门开通了“世界杯专线”。通过这条海运专线，从宁波港和上海港出发，只需20天至25天就能直达卡塔尔哈马德港。

菜鸟国际供应链运输团队高级物流专家胡斐告诉贝壳财经记者，往年义乌的出口市场集中在欧美，但受世界杯刺激以及中国与中东贸易的整体趋势影响，义乌向中东的出口正在逐步增加。

世界杯对于义乌相关出口的带动作用十分明显。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。

“相关海运专线将长期运行，不仅为服务世界杯，也是看好中东等地区市场潜力的一个体现。世界杯在未来一段时间内，会为该地区的经济带来明显的刺激效应。”胡斐说。

世界杯热潮来袭，奖杯、徽章等纪念品生意火热。

备货30万件球服，国内市场淘金

外贸订单接近尾声，义乌世界杯生产热潮并未完全结束。商家们开始将视线转向国内市场，静待国内球迷下单。

“国内氛围通常在世界杯开赛前10天才会兴起。”温从见至今记得，2018年世界杯时自己特准备了15万件球服用作内销，没想到比赛刚开始几天就宣告售罄。为此，他今年特意准备了30万件球服，“现在已经陆续有经销商打电话咨询了。”

吴晓明同样计划将手上最后一批外贸单发出后，就转向国内市场。他告诉贝壳财经记者，自2015年后，国内足球市场再度“高烧”，自己此前的外贸订单占比通常达到8成以上，而如今外贸和内销基本持平。

“由世界杯带动的足球热将会持续很长一段时间。国内体育用品受其影响也将得以爆发。”吴晓明称，公司已经成为浙江省运会的官方指定用球提供商。他计算过，公司今年国内市场的销量将达到100万个足球。

世界杯临近，球迷们的狂欢正悄然升温。

资深球迷王珂告诉贝壳财经记者，早在一个月前自己就开始四处寻找世界杯纪念品。“我已经养成了习惯，此前俄罗斯世界杯比赛时还特意去了现场，回国前买了吉祥物玩偶、助威围巾等纪念品，连同球票一起放在家收藏。”

“虽然因为疫情原因，今年世界杯热度尚没有往年高，但对于球迷而言，仍是不可错过的顶级赛事。”经营着一家酒吧的老板表示，自己刚从义乌预订了参赛球队的国旗和小摆件，等开赛后挂在店里营造氛围。而私下里作为多年德国队球迷的他，特意入手了所喜欢的球队队服、助威围巾等物品，“如果德国队能走得更远的话，肯定还会买更多的物品。”

10月20日，贝壳财经记者在小红书搜索“世界杯周边”发现，众多博主在文章中晒出自己所收藏的纪念品，回复里则满是希望能入手的网友留言。在微博上，“世界杯周边”的话题同样达到1.6亿阅读，2.6万讨论。

“疫情导致近几年大型赛事减少。四年一届的世界杯势必会让球迷压抑的情绪得以释放。”一位商家告诉记者，“种种迹象表明国内热潮正逐渐兴起，而这无疑都将是义乌体育商们难得的机会。”

新京报贝壳财经记者 覃澈 编辑 王进雨 校对 卢茜