

盘点世界杯产业带：六成世界杯商品中国制造

记者 刘晓颖 冯小蕊 王海 揭书宜 栾立 林志吟

20 多年前,从农村走出来的祝仙,觉得义乌小商品制造业非常发达,很适合普通老百姓创业,便一头扎进了旗帜制造行业,金薇旗帜就此诞生。20 多年间,她已经历了 6 届世界杯。在没有世界杯的年份,金薇旗帜一年的销售额在数百万,今年随着销量的翻番,销售额也翻番了。最近祝仙会越来越忙,因为随着赛事的进阶,旗帜需求量陡增。

像祝仙这样的商户还有很多。公开信息显示,在卡塔尔世界杯的官方专卖店中,60%的商品都是由中国生产,涉及服饰、旗帜、奖杯、吉祥物等,在卡塔尔的世界杯赛场上,随处可见中国制造,而这些相关的从业者最近也是加班加点。

根据不完全统计,按照世界杯的消费需求,中国各地的商家甚至形成了“世界杯经济产业带”,比如东莞制造世界杯相关玩具、深圳是 3C 产业带、佛山是家具产业带、泉州是运动服饰、义乌是小商品等。第一财经记者近期深度采访,揭秘卡塔尔世界杯背后的中国制造。

世界杯采购了什么

“世界杯采购”是阿里巴巴国际站今年下半年的五大采购趋势之一,早在预热期 sourcing festival 营销专题就上线了世界杯主题会场,方便全球买家精准采购。数据显示,9~11 月期间,与世界杯相关的足球、足球鞋、足球服、足球训练设备及周边产品成为阿里国际站搜索关键词,其中足球鞋的全球买家数同比增长近 100%,奖杯奖牌同比增长 126%,足球守门员手套同比增长更是达到了 323%。还有手痒的海外采购商,在国际站上买走了一批桌上足球,仅 6~8 月,全球买家数同比增长达到 444%。

这届世界杯是首次在中东海湾地区举办,也是世界杯时隔 20 年重回亚洲。卡塔尔为此已经花费了 2290 亿美元,花费相当于此前七届世界杯的 4 倍,被称为有史以来最昂贵的一届世界杯。

这么舍得为世界杯花钱的卡塔尔人都在买什么?来自阿里国际站的数据,今年卡塔尔买家数增幅同比位列前十的产品中,客厅沙发、各类旗帜这两件与世界杯强相关的商品位列其中,人气增幅分别达到了 368%和 335%。此外,头发修剪器、男士套装、男士 Polo 衫、其他外饰件、其他汽车内饰件等也都跻身买家数增幅前十,实现三位数以上的增长。可以想见,卡塔尔球迷们已经打算盛装出席,就连开去球场的汽车都要装饰得亮晶晶。

宅家看球赛的卡塔尔人也没闲着,除了客厅沙发,电视机、机顶盒、扬声器、耳塞和耳机的购买量均大幅上扬,一整套配齐。阿里方面数据显示,3C 电子产品盲盒在世界杯预热期订单量大增,订单增幅达到 55%。耳机、手机、无人机,抑或是电脑、VR 眼镜,国外球迷打算用盲盒来决定自己观看世界杯的方式。东道主卡塔尔的采购可谓是从“头”采购到客厅。

世界杯“战衣”中国造

有需求就有生产,在所有的需求中,最为显眼的当数球衣。

我国是全球运动服装最大的生产基地,国际市场上有 65%的运动服装在中国制造。其中,福建泉州和广东已形成了各自比较成熟的产业集群地,尤其福建又是中国乃至世界最大的运动鞋出口基地之一。

跨境电商平台速卖通提供的数据显示,随着世界杯氛围上升,近一个月来,在中东地区,鞋服产品几乎全部依赖进口,尤其是中国的运动鞋服进口量不断上升,国产足球鞋也通过速卖通销往中东市场,近一个月阿联酋足球鞋销售额增长 200%。

卡尔美跨境电商负责人徐晓说,世界杯绝大多数的球衣都是产自中国,从福建到浙江,遍地

都是开足马力生产球衣的工厂。

在专业足球人的心中，卡尔美一直是一个响当当的名字，球鞋上的一个字母“K”是很多球迷的共同记忆。它诞生于“欧洲鞋都”瓦伦西亚，长期为西甲、英超、俄超等国际顶级体育俱乐部提供专业足球装备，是资深球员和球迷心中的殿堂级品牌。在阿迪、耐克还未成为全球巨头之前，像卡尔美这样的定位足球的西班牙本土企业经营得有声有色，在欧洲许多联赛上也能看到它的身影。

徐晓所在的企业，早前是一家福建晋江的外贸加工厂——远祥织造。远祥为 Kappa、茵宝、卡尔美这样的专业品牌做代工。他告诉记者，代加工时间久了，与客户都很熟悉。一次偶然的機會，有客户咨询有无兴趣做品牌的中国业务，而彼时，远祥也有从代工厂转型为品牌运营公司的想法。于是 2014 年，远祥收购了卡尔美在中国区的商标所有权，三年后则是逐步把卡尔美在亚洲以及世界的经营权收入囊中。公司方面认为，卡尔美依旧是一个国际品牌，但它背后如今是中国制造的设计与供应链在支撑。“目前超过 90% 的产品都是在中国制造的。”徐晓说。

世界杯是球迷的盛事，也是全球体育品牌的盛事。在往年销售最旺的 11 月，体育产品的销售增长超过 50%。

“世界杯能全面激活足球人群，是品牌非常好的拉新时机，我们在阿里速卖通平台上发现，双 11 第一天对比速卖通 8·28 大促第一天增长 168%，对比日常增长 483%。”徐晓告诉记者，“往年物流速度慢是做跨境电商的痛点，往年发货到很多国家平均都要 15~20 天，运费也很高，有时候运费甚至超过了产品本身的货值，现在通过速卖通优选仓入仓，专线国家平均 7 天可以送达。”

徐晓说，中国制造的生产链与供应链如今在国际上广受认可，中国制造的足球产品在世界杯期间也一定大有可为。

吉祥物背后的中国“智造”

除了随处可见的球衣，还有一个形象最近非常火，那就是本届世界杯可爱的吉祥物拉伊卜。世界杯官方商店里，自然也少不了拉伊卜毛绒玩具、手办等。它们为世界杯增添了欢乐的节日氛围，而这些授权产品背后，是来自中国供应商的设计和制造。

“我们在 2015 年就和卡塔尔世界杯组委会开始合作了，比如倒计时活动使用的礼品，今年开始主要负责拉伊卜衍生品的设计和打样。”广东车车文化发展有限公司总经理陈雷刚对第一财经记者表示。

拉伊卜的设计灵感来自卡塔尔传统服饰和飞毯元素，但周边产品的诞生之路并不平坦。在今年初收到拉伊卜的平面设计图后，位于广东东莞的车车文化便投入到紧密的产品设计和 3D 打印流程。

如何让拉伊卜在张开两翼“飞起来”的同时，又能站得稳，还要展现它饱满的面部神态，这给企业出了难题。车车文化团队修改多次后，在拉伊卜的面部填入了棉花做的“鼻子”，加上和气的笑容，立即生动了起来，也最终打动组委会。

车车文化方面介绍，包括此前世界羽毛球混合团体锦标赛、亚洲男子篮球锦标赛的特许产品开发，面对一些设计难题，团队总是能通过一些细节上的小改动、小设计打动主办方。

“今年以来，我们根据卡塔尔世界杯组委会的意见反复修改了 8 次后，在今年 6 月底正式验收，批准生产。”陈雷刚对第一财经记者表示。

据了解，今年 7 月份以来，已经有几十万个拉伊卜毛绒玩具从东莞工厂发往卡塔尔。作为卡塔尔世界杯组委会的供应商，除了拉伊卜毛绒玩具、手办，车车文化还设计了帽子、3D 水晶钥匙扣等相关衍生品，均由东莞工厂完成生产制造。

“最终能够拿下卡塔尔世界杯的订单，主要还是因为我们高效的执行能力和服务能力。”陈雷刚说。

作为全国最大的玩具出口基地之一，广东东莞除了承接拉伊卜特许商品的设计制作，还供应了本届世界杯上的巨型会徽雕塑、微缩版“大力神杯”、纪念币包装盒等上百款周边产品。

公开数据显示,目前东莞聚集了超过 4000 家玩具生产企业,上下游配套企业有近 1500 家,涉及造型设计、原料供应、模具加工等玩具全产业链条。另据东莞海关统计,今年前三季度,东莞市出口玩具 294.1 亿元,同比增长 20.5%;出口体育用品及设备 67.7 亿元,同比增长 19.6%。

小商品的大生意

聚集了小商品生产商的义乌,则是当之无愧的世界杯“小商品产业带”。

周边商品、奖杯、旗帜等均在义乌生产。

“没有世界杯的时候,世界各国的国旗我们也一直做的,因为有一些国家的国庆节也用得上。但是世界杯期间销量会翻一番。旗帜生意的毛利率大概在 10%,算是世界杯周边产品中毛利率较低的了。”祝仙告诉第一财经记者,从今年 3 月份开始,世界杯国旗的订单就排满了,当时就已经在赶货了。“但现在还不是最忙的时候,最忙的肯定是 12 月以后,等到 16 强、8 强揭晓,我们要加班加点做这些国家的单子,然后空运过去。越到赛程后面,客户要得越急,价格越高。”

世界杯期间,金徽旗帜一天能生产国旗 50 万~60 万面,一共有 5~6 种不同大小的国旗,这需要 60 多位工人从早上 7 点工作到晚上 9 点。

祝仙对第一财经记者透露,做得最多的就是阿根廷、德国、巴西、葡萄牙这几个强队的国旗。90%都是出口,剩下 10%的留在中国市场销售。

眼下,祝仙手上的老客源已经很稳定。“我们自己就是工厂,我们价格也相对便宜,质量又好,最久的客户已经合作 20 来年了。早年间,他们直接找到我们义乌的门市部来,就此建立了联系。疫情对旗帜生意丝毫无影响。这三年感觉利润还超过往年。”祝仙说。

奖杯也是一大热销品。

随着世界杯的开赛,看台上球迷的热情的表现也成为世界杯的一道风景,特别是球迷手中所持的奖杯,其中很多都来自中国制造。

“预计目前足球相关的奖杯就卖掉了几个。”义乌商人金尊文体负责人陈显春告诉第一财经记者,世界杯的热度让其工厂从 9 月份到现在都是饱和状态。

金尊文体是义乌当地一家生产、销售奖牌、奖杯的企业。过去两年,受疫情影响,很多赛事、培训等活动暂停,公司的经营受到很大挑战,为了维持经营,陈显春先后增加了口罩、面罩、红包等很多业务。

据陈显春介绍,2020 年、2021 年的营业收入相较于疫情前减少了至少一半,但随着世界杯的临近,让其感到生意又回来了。从今年 3 月份开始,就陆续有海外客户来询问陈显春奖杯和周边产品的信息,但当时陈显春还有些顾虑,并没有开始大量生产,但从今年 9 月份开始,奖杯和周边产品的订单纷至沓来,也让其放宽了心。

陈显春告诉第一财经记者,目前卡塔尔世界杯已经开始,因此新订单并没有之前那么多,主要以之前下单的客户补货为主,但一般来说,世界杯之后足球相关的热度还会持续半年,奖杯生意的热度也还会持续,对于明年的生意也会有帮助。

那么今年奖杯订单与往年有什么不一样?在义乌做了十几年奖杯奖牌外贸生意的金尊文体用品公司另一位负责人叶德模说,“因为中东人更喜欢‘土豪金’颜色,所以相比往年的奖杯奖牌,颜色上更加绚丽。”

更让叶德模开心的是,借着世界杯的东风,礼品、奖品和纪念品这类的订单今年算是真的回来了,“今年上半年的订单量,已经和去年全年持平了。”

还有这些服务

除了服饰、小商品、电子类商品等,还有一些普通消费者意想不到的世界杯中国元素。

6 月,上海沃珊贸易有限公司在国际站上接到询盘,世界杯总承包方决定采购整套污水处理解决方案,用在球员和球迷居住的社区基建中。沃珊贸易用 25 天时间完成了全套设备的生产,并在 8 月初顺利从宁波港装箱运出。上海佳静环保科技有限公司在国际站上接到了防护栏订单,将出现在比赛场馆内外的进出通道和隔离区,充分保护球员和球迷的人身安全。

浙江普天集成房屋有限公司、广东商家中辉绿建移动房屋科技有限公司，接到了卡塔尔世界杯主办方的数千套移动房屋订单，用于球迷村的搭建。当地两三位经验丰富的安装师傅，只要 4 个小时就能装好一套房屋。据卡塔尔方面介绍，中国企业共为本届卡塔尔世界杯提供了超过 1 万套移动房屋，主要来自广东和浙江等地。

甚至还涉及用车。“截至目前，公司为卡塔尔世界杯运行的 2000 多辆公务车辆、公交车辆提供服务。”11 月 25 日，广州斯沃德科技有限公司（下称“斯沃德”）市场部负责人朱欣燃告诉第一财经记者，通过斯沃德车队管理数字化解决方案，卡塔尔世界杯的车辆安全有序运行，公司还在接洽后续的合作，第一阶段合作达成的成交金额约为 500 万元。

在卡塔尔世界杯期间，公司提供公务车辆数字化管理解决方案，整套方案包括：智能 IoT 服务、全球物联网连接平台 CMP 服务、远程可视化监控平台、远程 OTA 诊断服务；利用全场景的 IoT 智能终端和云端算法，向世界杯车队管理提供覆盖车辆位置与轨迹、司机驾驶安全管理、人员安全管理、智能路线规划、软硬件一体化的车队数字化管理服务。

朱欣燃表示，公司是今年 6 月份从阿里巴巴平台接到卡塔尔世界杯车队管理的询盘，在中东疫情持续高位增长背景下，卡塔尔世界杯主办方举办如此大规模、多人员聚集的活动，对人员、车辆的安全需求很高，在这个需求背景下，车辆方面一个数字化的能远程保障人车安全的车队管理解决方案就显得尤为重要，详细对接客户需求，我们明晰客户主要想知道车辆实时位置与状态，通过数字化手段有效保障人车安全。

在确定客户需求后，斯沃德业务团队专门成立项目组，项目组通过不断地与客户沟通洽谈，研究出具有针对性的世界杯公务车辆数字化管理解决方案。

“客户在了解到我们的解决方案后，先让我们寄送样品，后续客户通过多家比对，最终选择与斯沃德合作。”朱欣燃表示，随后客户对公司的硬件、平台进行测试，在 8 月份下了第一批订单，后续在 9~11 月份持续下单。

近期，这些商家都在如火如荼地赶工，还有一些新订单正在“飞驰而来”，卡塔尔世界杯的中国制造正在进行中。