

2026年5月14日 星期四 编辑 张海 版式 罗梅 校对 汪智博

## 政经入门课

距离2026年世界杯开赛还有一个半月之际，浙江义乌国际商贸城的球类用品区域却显得格外安静，只有几位外国采购商在穿梭选品。平静的背后是未雨绸缪、抢占先机的商业意识——早在一年前，“世界超市”义乌就开始为这场全球狂欢的体育赛事忙碌。现在，店铺客流渐缓，工厂忙中有序，义乌的世界杯备货已经进入尾声。

大赛带来的外贸红利已然显现。“厂里的三条产线还在‘火力全开’，每天产销5000只足球”“去年下半年订单高峰期，工人忙得胳膊都抬不起来”“定制产品已在海外上市，又‘种草’一批新客户”……多位球类产品外贸商家告诉记者，今年世界杯掀起的外贸热潮已从卖产品进化至卖品牌、卖服务。

# 备战世界杯：“世界超市”率先“进球”



义乌国际商贸城经营户为2026年美加墨世界杯设计的助威加油喇叭。

义乌国际商贸城经营户温从见展示他为2026年美加墨世界杯设计的原创球迷服。

### 提前进入世界杯时间

“去年7月以来，订单较非赛期上涨超过20%。夏季本是传统外贸淡季，却因为2026美加墨世界杯而变得热火朝天。”义乌市民飒体育用品有限公司创始人陈绍美说，经历过五次世界杯，公司对备货和签单节奏十分熟悉。目前，工厂每天都有5000只足球从义乌销往全球，大部分订单已在春节前发出，工厂订单排期已到5月底。

从事球衣外贸近19年的义乌市丹娜进出口有限公司董事长温从见启动更早，提前一年进入“世界杯时间”。

“我们从去年初开始设计世界杯球衣，订单从去年6月开始涌入，高峰期从去年10月延续至今年春节前，订单量比平时增长了两三倍。”温从见告诉记者，在刚刚结束的广交会上，公司也有所收获——来自世界杯主办国的几位新客户看到球衣设计图爱不释手，当即签下几个空运散单。

同样有五届世界杯经验的义乌市左西体育用品厂创始人项丽莉，对生产周期有着精准把控。

“本届世界杯由三个国家联合举办，市场热度远超往届，足球销量也在增加。”项丽莉表示，定制化产品生产周期较长，叠加春节假期、物流压力等因素影响，从去年12月开始，厂子就已经启动本届世界杯相关产品的排产工作。

“海外老客户通常提前三到四个月下单，今年2月份，很多货物已经完成出口装柜。4月份是出货高峰期，生产线全开情况下工人还要加班加点。”项丽莉说。

义乌海关提供的数据佐证市场热度。一季度义乌体育用品出口28.3亿元，同比增长12.0%。其中，出口前三的目的地为美国、巴西、泰国。

### 品牌定制双轮驱动

民飒体育的店铺里，三面墙上整齐排列着数百只各色足球，两款世界杯主题“爆款”格外醒目：一款印着美加墨三国国旗的风扇形图案，另一款以主办国红绿蓝三色为主调、辅以精致条纹。“去年7月至今，我设计的这两款球一直热销。”陈绍美说。

自主品牌、自主设计、自有工厂是民飒稳拿订单的“密码”。早年学习绘画的陈绍美，深谙不同市场的设计语言：南美和非洲偏爱鲜艳色彩，欧洲青睐球队主色设计。从趋势研判到设计绘图，他亲力亲为，爆款不断。

定制化设计不仅考虑市场特征，更服务于具体的客户需求。“客户需求已从‘跟风’采购转向个性化定制，不少企业将Logo、名称印在足球上，作为礼品或宣传品。儿童足球、宠物足球等细分品类也很受欢迎。”项丽莉说。

效率也是核心竞争力，一个定制化足球，从设计需求转化为实际产品，需要多久？项丽莉的答案是，设计图2个小时，样品2天。

定制服务以效率见长，创新产品则着眼于提前布局。深耕球衣品类19年的温从见，目前手握39项专利、32项商标，自主设计的产品品类仍在不断扩充。

“这届世界杯，作为东道主的墨西哥球衣需求增幅明显，南美洲的老客户订单也增多了。”温从见说，结合南美洲热情奔放的文化特性，公司专门设计了啦啦队的队服，对于“全家观赛”的需求，推出儿童款球衣和宠物专属的改良版迷你球衣，不少宠物的球迷会为自家“毛孩子”配齐观赛装备。

### 政策支持平台赋能

“去年在墨西哥调研，街头小巷都有人踢球、有商贩卖足球，很多足球都来自义乌，特别自豪。”项丽莉笑着说。

海外市场足球货架的义乌“含量”提升，也得益于政策支持与平台赋能。

义乌港是义乌小商品出口“主动脉”，每天施封作业约2000标箱，高峰期时超过4000标箱。“通过新一代大通关平台，集装箱卡口实现秒级智能验放，人工施封作业时间大幅缩短约75%，显著提升车辆通行效率，高峰期也不会出现车辆拥堵。”义乌海关监管一科关员何刚妙告诉记者，部分卡口已上线自动施封功能，单个集装箱施封时间进一步缩短至20秒。

平台层面，小商品城用科技化与数字化手段帮助商家提升效率。数字化转型已成为公司构筑核心竞争力的关键力量。小商品城2025年年报显示，公司进口转口、网红直播、跨境电商等新业态不断涌现。公司推出首个商贸领域“世界义乌”AI大模型，上线“CG AI 设计”“CG AI 视创”等14项核心AI应用产品。截至2025年底，AI系列产品服务用户超28.8万人，惠及市场商户超3.4万家。

数据折射了外贸数字化正持续提升公司经营水平。2026年一季度，小商品城实现营收45.93亿元，同比增长45.29%；归母净利润9.90亿元，同比增长23.29%。

(新华社北京5月11日电)  
图据新华社