



义乌商户提前备战2026美加墨世界杯,生产销售的各种商品深受外商欢迎。新华社发

足球、尖叫鸡、大力神杯……从拼价格到拼创意、拼专利

# 世界杯即将开幕,“中国制造”率先上场

2026美加墨世界杯尚未开幕,“中国制造”已提前进场。足球、球衣、旗帜、玩具“尖叫鸡”、“大力神杯”摆件……世界杯周边产品中处处可见“世界超市”义乌的身影。赛事经济的火爆,也是“中国制造”抢抓机遇、转型升级的生动写照。



义乌生产的C罗和梅西的人形玩偶。新华社发

## 1 这届世界杯订单“预热期”来得更早

从去年夏天开始,义乌市奥凯体育用品有限公司董事长吴晓明就带领团队投入到美加墨世界杯周边产品的研发与生产中。上届卡塔尔世界杯,吴晓明曾因“50天生产10万个足球”的话题上过热搜。他告诉中新社记者,这一届,世界杯的“预热期”来得更早一些。

美加墨世界杯的参赛球队从32支扩军至48支,其中乌兹别克斯坦、约旦、库拉索、佛得角是首次晋级决赛圈,伊拉克队时隔40年重返世界杯。吴晓明确说,这些因素导致周边产品的需求显著增加。“我们接到了一些来自新入围球队所在国家或地区的足球订单,单个订单量虽然不算大,但是陆续有返单。大量产品在今年春节前就基本发完,现在接的都是返单,而且随着赛事临近,返单节奏也明显加快。”

还有媒体报道称,不少义乌老商户透露,今年世界杯相关订单量预计较往届增长20%-30%,有商家订单更是暴涨五倍。一些厂家甚至坦言,生产速度赶不上订单增速。

记者在有着“世界超市”之称的义乌国际商贸城发现,虽然相关产品发货高峰期已过,但在体育用品专区的不少店铺依旧能看到带有国旗元素的世界杯周边产品。

“大批量产品从今年1月开始陆续发货,赶在春节前基本都发完了,春节后接的都是返单。”经营户陶洋说,她从

去年10月就开始接到世界杯相关商品的订单,包括带有墨西哥、美国、哥伦比亚等国家国旗元素的保温杯、塑料水杯、帽子、风扇等小商品。

在很多经营户看来,今年世界杯相关订单的“预热期”较往届明显提前,大家不再被动地等订单来了再赶工,而是提前布局设计,提前申请专利,提前锁定产能。在义乌国际商贸城三区,经营户温从见正在整理一摞球迷服,每个国家有两到四款,配色、纹样、领口细节各不相同。

温从见从事球衣外贸多年,启动得比同行们更早。去年初,世界杯参赛球队名单尚未确定,他就开始设计球衣,冒着一定的风险预测出线名额,并在海外同步申请了外观专利。“申请专利比较麻烦,时间比较长。”温从见说,但他很清楚,专利不仅是“护身符”,更是议价筹码,有了专利后,产品价格能提升两成左右。凭借往届大赛积攒下来的口碑和专利优势,本届世界杯温从见拿下巴西、阿根廷等球队的官方球迷服订单,仅官方授权一项的订单量就达一万多件。“以前大家拿个模板印上国旗就卖,现在不一样了。”温从见说,这届世界杯,他已在海外申请了40多款球迷服的外观专利。

经营户骆添乐的店里,梅西、克·罗纳尔多(C罗)的Q版小玩偶摆在最前排。他拿下八支国家(地区)队和八个豪门俱乐部的全品类授权,为抢抓本届世界杯商家提前布局,产品线从冰箱贴、胸章、袖扣到毛绒玩具,每周保持二三十款的新品更新。

## 2 为什么全球采购商都青睐义乌

提到世界杯带来的赛事红利,最受关注、为网友津津乐道的总是义乌。在同时作为义乌市体育用品行业协会会长的吴晓明确说,这与义乌市场与时俱进、不断转型升级不无关系。

吴晓明表示,每届世界杯,义乌商家都会根据市场需求提前调整产品种类和生产计划,将市场需求转化为实际订单。今年,针对境外采购商提出的一些个性化需求,比如家庭观赛的需求,有商家推出儿童款和宠物专属的改良版迷你球衣。也有商户推出“手拿足球、身穿球衣”造型的升级款“足球尖叫鸡”,客户可以指定颜色、LOGO和球衣号,这类加油助威的创意玩具深受客户喜爱。

亲历七届世界杯的吴晓明确说,过去义乌小商品市场追求薄利多销,行业门槛低,尤其在世界杯期间容易“一哄而上”。如今,义乌市场正在从“拼价格”转

向“拼创意、拼专利”,提升自身在国际市场上的竞争力。近年来,越来越多企业从“产品出海”迈向“品牌出海”,关注海外市场品牌建设和知识产权保护,积极推出原创设计,提前申请专利、注册商标,也会主动引入官方IP,不断提升产品的附加值。

“比起做一单赚一单,我们更希望做长久生意。”吴晓明确说。

与此同时,“义乌制造”供应链完善,产品品类齐全,“从面料、辅料,印花、打样到生产,整个链条一条龙配齐”“只有你想不到,没有义乌做不出来的”。从源头上大大压缩了时间与成本,这也成为“义乌制造”的底气所在。

据义乌市体育用品行业协会估算,“义乌制造”占卡塔尔世界杯周边商品市场份额的近70%,从32强的旗帜到足球、球衣,从大力神杯摆件到球迷喇叭,几乎每一个与世界杯相关的商品品类里都有义乌的身影。虽然针对美加墨世界杯尚未有确切估算,但义乌海关的数据印证了市场的热度。今年一季度,义乌市体育用品及设备出口额达28.3亿元,同比增长12%。其中,出口前三的目的地为美国、巴西、泰国。

## 3 “中国制造”转型升级的缩影

国家发展改革委宏观经济研究院研究员张林山认为,义乌从“拼价格”到“拼创意、拼专利”的转型,是“中国制造”从全球价值链低端向中高端攀升的生动缩影。“这不是外部压力下的被动调整,而是一场深刻的内生性能力革命。”张林山表示,当义乌经营户开始用设计定义需求、用专利保护成果,说明“中国制造”已经从价值链的被动适配者,转变为规则的制定者和标准的设立者,这种自下而上的升级路径,恰恰是中国经济韧性的深层来源。

据不完全统计,本届世界杯官方授权及周边产品的外贸红利,已覆盖国内十余个省区市。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。

有网友戏称,作为“世界杯最强氛围组”,“中国制造”在世界杯上存在感十足。当几乎每一个与世界杯相关的商品品类都有“中国制造”的身影,中国制造“世界刚需”的地位可见一斑。而这,也正是中国经济韧性的深层来源。

据新华社、中新社

## 相关链接

2026年美加墨世界杯开幕在即,赛场内外涌动着丰富的“山东元素”。海信、青岛万德隆、中通客车三家山东企业以过硬的技术和产品深度参与这场全球顶级赛事,在国际舞台上展现了“山东制造”的硬核实力与品牌担当。

作为2026年世界杯全球官方赞助商,海信已连续赞助三届世界杯、三届欧洲杯等顶级赛事。2026年4月,国际足联与海信在瑞士苏黎世总部共同宣布,海信正式成为2026年世界杯VAR(视频助理裁判)显示技术官方合作伙伴。搭载海信自研的RGB三维控色液晶显示技术的系列产品将进驻本届世界杯的视频裁判中心,以超高色域与超高色准的画质表现还原比赛现场细节,助力视频助理裁判做出精准判罚。“海信RGB-Mini LED技术是显示技术演进的重要一步,它证明了引领性的技术创新如何直接影响球迷、裁判和球队的体验。”国际足联商业合作总监尼克·布朗表示,国际足联主席因凡蒂诺等也在今年的CES展上亲身体验过RGB-Mini LED的出色表现。

在赛事氛围营造的另一条赛道上,青岛万德隆纺织品科技有限公司同样扮演着不可或缺的角色。这家位于青岛即墨区段泊岚镇的企业,从1998年法国世界杯到2026年美加墨世界杯,已连续8届为全球顶级足球赛事供货,成为中国北方最大的旗帜“超级工厂”。从预选赛阶段启动生产至今,万德隆已为本届世界杯生产了近千万面旗帜,预计赛事期间总供货量将超过3000万面,涵盖手摇旗、串旗、赛场吊旗、球迷助威旗等全品类。针对2026年美加墨世界杯北美地区的复杂气候,万德隆研发出抗紫外线、耐低温、防撕裂的新型面料,推动本届订单量较上届增长三成以上。

世界杯期间,在墨西哥城街头,球迷将有机会乘坐“聊城造”新能源客车。今年3月,中通客车42辆N12双源无轨城市公交从山东聊城发运,投运墨西哥首都墨西哥城,将在世界杯期间提供公共交通服务。这是继2021年首批客车高效稳定运行,收获当地市场认可后的再度复购,标志着中通客车在墨西哥市场已从“拓荒”走向“深耕”。

综合新华网、央视新闻、大众新闻等

海信VAR、万德隆旗帜、中通客车齐上阵  
山东元素闪耀世界杯