

借助世界重大赛事平台，中国企业加快“走出去”——

# “中国制造”闪耀国际体育赛事

本报记者 孔德晨

“80%的吉祥物玩偶‘弗里热’外包给中国厂商制造”“篮球、足球、排球订单猛涨”——2024年巴黎奥运会即将拉开帷幕，中国体育用品出口掀起热潮。

卡塔尔世界杯、成都大运会、杭州亚运会、巴黎奥运会……近年来，借助世界重大赛事平台，众多中国企业加快“走出去”步伐，进一步提升国际影响力。“中国制造”缘何总能抓住商机、赢得市场青睐？

## “奥运经济”带动产品“出海”

中国义乌国际商贸城三区市场，集中了800余家体育用品行业商户，主要经营球类球拍、健身器材及配件、训练健身器材、运动防护用品等产品。今年上半年，各种体育用品吸引了不少海内外客商下单，商户切身感受到巴黎奥运会为市场带来的机遇。

“前段时间，我店里每天至少卖出3000个足球。”在浙江义乌国际商贸城销售足球的陈绍美说，“我有好几个做助威棒的外贸朋友，都接到了巴黎奥运会的大订单，加之当下正好是旺季，出口量大。目前，大部分订单都已经在上个月完成并发往海外了。”

在接踵而至的体育赛事中，义乌国际商贸城的商户们已经熟练掌握不同国家消费者的喜好。比如：欧洲客户更中意多功能、颜色淡雅的产品，中东客户喜欢颜色浓烈的产品；三段式喇叭、泡沫棒、手摇铃等有声响能发光的玩具，是欧洲杯的热门周边……

“每逢奥运会、世界杯这样的大赛，‘义乌制造’总有新创意，获得市场青睐，而商家们也从增长的订单中更加坚定对‘赛事经济’的信心。不论哪里办大赛，爆单的都是义乌。”义乌国际商贸城有关负责人告诉记者，随着“赛事经济”持续升温，义乌篮球、足球、排球等体育用品订单猛涨，部分商户足球销量增长50%以上。除了体育用品，加油围巾、球迷假发、助威棒等和奥运相关的产品也很畅销。义乌海关最新统计数据显示，今年前5个月，义乌体育用品及设备出口41亿元人民币，同比增长44.4%。

“早在2022年卡塔尔世界杯期间，中国企业的‘存在感’就很强。”中国国际发展知识中心副主任、国务院发展研究中心研究员魏际刚对记者说，“当时承办世界杯半决赛、决赛等重要比赛的卢塞尔体育场就是由中国铁建以设计施工总承包身份参与建设的，除比赛场馆外，中国企业还深度参与卡塔尔供电、供水等基础设施建设，为保障卡塔尔世界杯平稳进行作出贡献。可以说，近年来所有重大国际体育赛事上，都少不了‘中国制造’的参与。”

魏际刚认为，国际体育赛事的赛场不仅是运动员的竞技场，也是展现体育器材创新和国际领先标准能力的舞台。“小到乒乓球、杠铃、举重台、赛场地板，大到赛场体育馆、光伏电站的建设，‘中国制造’在国际赛事活跃的身影，恰是中国完备的制造业产业体系和高效率供应链获得国际认可的印证，也是中国企业‘走出去’步伐加快的体现。”他说。



▲随着2024年法国巴黎奥运会日益临近，“奥运经济”及相关商品持续升温。在浙江金华义乌国际商贸城，各种体育用品、饰品、户外产品等吸引了不少海内外客商下单。图为外商在选购体育用品。胡肖飞摄（人民视觉）



►湖南省邵阳市洞口县工业园区，金美达体育用品有限公司员工在生产足球，赶制出口订单产品。滕治中摄（人民视觉）

▲巴黎奥运会临近，位于山东乐陵经济开发区的泰山体育产业集团生产繁忙。泰山体育将为本届奥运会的摔跤、自行车、跆拳道、体操、田径等比赛提供器材，并为中国国家集训队提供赛前训练和室内健身器材。图为工人在山东泰山器材有限公司的车间生产体操器械。新华社记者 朱 峥 摄



## 从“世界工厂”到“品牌摇篮”

一场场国际赛事，带动中国体育用品出口“爆单”，原因何在？

完备的产业链条、持续的技术创新以及绿色低碳的发展理念，让中国企业赢得国际

体育产品市场的青睐。

一根2克不到的碳纤维辐条，拥有超过350千克的承重能力——厦门鸿基伟业复合材料科技有限公司生产的碳纤维辐条，一直是市场上的“香饽饽”。作为全球销量领先的碳纤维产品加工企业，目前，鸿基伟业供应了全球市场上20%的碳纤维自行车车圈，还生产自行车和摩托车的辐条、车把、车架等各种配件。“目前，环法自行车赛的参赛车辆，用的就是我们公司的配件。”鸿基伟业董事长兼

总经理王梦君说，因为产品质量过硬，客户认可度高，产品一直供不应求。

除了企业自身的“硬实力”，中国良好的营商环境也为体育用品“扬帆出海”提供助力。

在江苏省，为促进更多体育用品出口企业抢抓“赛事经济”风口，淮安海关给加工贸易企业提供一揽子政策指导服务，释放简化集中内销手续、暂停加贸限制类担保等政策红利。据统计，今年1—5月，淮安市各类体育用品出口总值2.7亿元，同比增长25.4%；

广东省持续加大对数字技术的支持，云计算、大数据、人工智能等新一代信息技术与体育产业实现深度融合，体育用品不断往高端化、智能化发展。今年前4月，广州海关关区企业累计出口体育用品及设备达15.9亿元。

从制造到“智造”，中国企业也在发展中寻求自身品牌的转型之路。

“以前，中国基本没有可以与耐克、阿迪达斯等国际知名运动品牌比肩的产品。”魏际刚说，“很多工厂都是为知名品牌做代工，并没有自己的品牌。如今，中国企业正撕去‘贴牌代工’的标签，做自主研发创新产品，培育扩大自有品牌的影响力。”

广州双鱼体育用品集团有限公司是一家有着70年历史的国有体育器材企业。双鱼公司相关负责人介绍，从上世纪80年代至今，双鱼牌乒乓球、乒乓球台运用到世锦赛、世界杯、奥运会等国际赛事的次数超过60次。在即将举行的巴黎奥运会上，双鱼体育的PAR40+巴黎球成为2024巴黎奥运会比赛官方指定用球。“本次比赛‘巴黎球’，在圆度、弹跳均匀度、吃球感、色度等方面都在原有基础上提升了一个高度，我们在生产过程中也考虑了多个国家选手的不同需求。”该负责人说，“自从接到巴黎奥运会比赛用球订单后，公司上下非常重视，组建了专门的团队负责订单推进。现在这里有几十名工人，每天加班加点生产，确保订单如期交付和质量安全。”

## 推动“中国制造”迈向新高度

持续推动中国出海企业在国际赛事“露脸”，还需多方支持。

“近日，阿里国际站的相关广告已经出现在巴黎的机场、地铁、火车站以及香榭丽舍大街等各大知名地标，向全世界客户推广中国的外贸商家。”阿里巴巴集团有关负责人告诉记者，阿里国际站计划借助巴黎奥运会，帮中国出海企业接住这巨大的流量，进一步打开海外市场。

早在今年3月，阿里国际站平台在线向法国出口的体育用品订单已经开始暴增，网球服、定制运动服、训练头盔、户外运动服、运动相机、高尔夫球包等热门商品的出口量成倍上涨。巴黎奥运会期间，阿里国际站的AI外贸工具、半托管服务还将海外进一步铺开。

“今年来自欧洲的体育用品订单明显变多了，我们的生产排期已排到9月份。”一位阿里国际站的商家对记者说，“平台帮助我们抓住奥运红利，我们也要加足马力备货，快速拿下订单。”

义乌国际商贸城有关负责人表示，大型体育赛事带来的商机，是商贸城的体育用品经营户让自家产品“名声在外”的良机，但想要在众多同类型产品中脱颖而出、畅销海外，仅仅依靠打价格战提升销量不是长久之计，良好的品质和品牌出海才是坚实基础和重要保障。

“为帮助辖区企业走好品质之路，今年以来，杭州海关所属义乌海关联合义乌商城集团、义乌工商学院等单位开展‘品牌出海 海关护航’系列活动，提升企业知识产权意识。不少商户开始注重产品的创新，设计原创品牌，销量稳步提升。”该负责人说。

从比赛装备到周边商品，中国品牌已走进了奥运现场的“主赛道”。商务部数据显示，2014年至2023年中国体育用品及设备出口年均增速约6.6%（10年出口同比增速算术平均），中国运动鞋服、运动眼镜、户外用品等在全球影响力不断提升。

魏际刚认为，未来，应多措并举推动中国制造在世界舞台迈向新高度。“从制造业角度来说，要实施制造业技术改造升级工程，培育壮大先进制造业集群，推动传统产业高端化、智能化、绿色化转型，促进中小企业专精特新发展。”魏际刚说，“从企业角度看，要允许企业根据市场需求和自身发展战略建立海外研发基地、生产基地，提高企业的国际化经营水平，增强供应链韧性，更好抢抓国际市场机遇。”

近年来，中国品牌产品频繁亮相国际顶级赛事，方式也越来越多元、深入。即将开幕的巴黎奥运会，从比赛运动器材到奥运特许商品，都有大量中国产品的身影。中国制造“出海”国际赛事，是中国制造的质量性能提质升级、品牌形象和影响力不断提高、供应链高效产业链完备优势增强的综合体现。

产品质量性能系统提升。国际顶级赛事不仅是各国体育健儿的竞技场，也是各国产品质量性能的擂台。中国深入实施创新驱动发展战略，制造业在新技术、新材料、新工艺、高端装备等方面取得明显成效，使得中国制造在产品质量、性能等方面不断提升，高端化、智能化、绿色化的特色更为鲜明，进一步增强了在包括国际体育赛事在内的全球市场的竞争力。比如，在满足国际柔道联合会性能指标一般要求的基础上，泰山体育的柔道垫采用智能芯片与柔性压电薄膜技术，可以实时采集运动力度、速度、轨迹等信息，为训练比赛提供

## “出海”国际赛场，提升品牌影响力

孙学工 荣 晨

更加直观精准的数据信息。巴黎奥运会采用的瑞典T24场地车的空气动力学设计较前代产品提升了5%，进一步打破了国外在高端运动自行车制造领域的垄断地位。

中国品牌形象和影响力不断提高。中国产品进入国际赛事的时间不晚，但很长时间以来大多是以国外品牌贴牌代工的间接方式进入，很少看到中国产品自己的品牌和形象，只能成为幕后英雄。而今，中国企业越来越重视品牌建设，并把国际赛事特别是像奥运会这样的顶级赛事作为提升品牌影响力和价值的绝佳机遇，敢于大手笔投入。不少品牌凭借其优质的产品、独特的设计和深厚的文化内涵，已从

寂寂无闻到站上奥运现场“主赛道”，成为国际主流品牌。从贴牌到创牌，中国品牌已实现巨大跨越。

供应链高效产业链完备优势增强。中国制造业以高效率的制造、完备的供应链体系、高水平的基础设施保障等优势闻名，这与国际赛事对物资供应的多样性、安全性、及时性、经济性要求相契合。在全球产业链供应链日益碎片化分割化的今天，中国制造业供应链高效、产业链完备的优势进一步增强。高效的供应链能够保障中国制造业快速响应国际市场需求，迅速调整生产计划、物流配送等各环节，为国际赛事提供坚实的物质技术基础。选择中国产品就是选择效率和安

全。中国制造业走向世界舞台是一个持续发展和不断进步的过程。推动中国制造业在全球舞台上迈向新高度，需要继续加大科技创新，积极参与国际标准的制定，进一步提升品牌的世界影响力，营造良好的国际投资贸易环境。

大力发展新质生产力，实施产业创新工程，完善产业生态，拓展应用场景，促进战略性新兴产业融合集群发展。制定未来产业发展规

划，开辟量子技术、生命科学等新赛道。深化大数据、人工智能等研发应用，打造具有国际竞争力的数字产业集群。

围绕重大工程创新与高科技领域，加大关键技术国际标准化研究力度，积极参与人工智能等新兴领域的国际标准化制定，争取在国际标准制定中拥有更大话语权。构建国际标准化人才库，健全国际标准化人才激励机制，鼓励更多专家参与到国际标准化工作中来。推动先进国际标准在中国转化应用，同时推动中国领先领域的标准转化为国际标准。

把握全球消费者理念变化趋势，提升品牌影响力，在品牌形象塑造中，更

突出人文关怀、绿色低碳、中国文化等特质。进一步利用好国际重大体育赛事、重大文化活动、重大事件，提升中国品牌的可见度和美誉度。

坚决反对贸易保护主义，维护开放的多边贸易体系，继续构造多双边自由贸易区网络，加强与共建“一带一路”国家经贸合作。指导和

支持企业积极参与国际大型活动的招投标，了解掌握相关规则，协助企业完成产品技术和标准认证。进一步提高贸易与投资便利化水平，降低企业开展国际贸易和投资的各类成本。

（作者分别为中国宏观经济研究院决策咨询部主任、中国宏观经济研究院决策咨询部研究员）

