

三件小商品折射“义乌制造”大升级

■中国城市报记者 邢 灿

还有不到一个月,2026年国际足联世界杯(美加墨世界杯)就要正式拉开帷幕了。本届世界杯将于北京时间6月12日至7月20日在美国、加拿大和墨西哥三国联合举办,系历史上第一次由三个国家共同承办世界杯赛事。

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我国十余个省区市。而其中最受关注、频繁冲上热搜的,当属被誉为“世界超市”的浙江省义乌市。

根据义乌体育用品协会估算,上一届卡塔尔世界杯32强锁定后,“义乌制造”几乎占到世界杯周边商品市场份额的70%。

这一届世界杯,义乌能交

出怎样的答卷?让我们透过三件小商品,读懂“义乌制造”背后的全新升级。

一件球衣: 从贴牌到品牌

走进义乌市丹娜丝进出口有限公司位于义乌国际商贸城三区的店铺,店内各式球衣琳琅满目,让人应接不暇。

义乌市丹娜丝进出口有限公司董事长温从见从事球迷服外贸生意19年。2022年卡塔尔世界杯,他的丹娜丝品牌球迷服全球销售200多万件。受2026年美加墨世界杯热潮影响,公司自2025年6月以来,订单量比平时增长了两三倍,产品覆盖50多个国家或地区。

“在设计墨西哥世界杯球迷服时,我们会以墨西哥国旗

色红、白、绿三色作为主色调,并选取当地代表性植物仙人掌的纹样作为服饰暗纹。”温从见举例说。

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”的市场需求,公司推出儿童款球衣和宠物专属的改良版迷你球衣。“越来越多的人将宠物视为家庭成员。主人们在观看比赛时,肯定也希望宠物能感受到家里的欢乐气氛。”温从见说。

近年来,温从见在率领团队开发新产品的同时,也不断加强对版权的重视。目前,公司共拥有39项专利、32项商标,自主设计的产品品类仍在不断扩充。

从2022年卡塔尔世界杯开始,公司就已经开始做原创设计。在温从见看来,商标注册、专利申请不是公司的成本项,而是一笔划算的投资。

温从见向中国城市报记者介绍,公司产品出口外销主要靠跨境电商平台。在过去,产品上架平台后,若商品标题、详情介绍涉及世界杯相关内容,平台系统常会自动判定侵权并下架商品。

“有了专利与商标,我们向平台提交相关凭证进行申诉后,产品很快恢复上架。此外,面对市场仿冒产品,我们也能凭借专利和商标凭证有理有据地发起维权投诉。”温从见说。

在义乌,越来越多的企业从“产品出海”迈向“品牌出海”。数据显示,2025年义乌市辖区新增知识产权海关备案1546项,同比增长29.05%,通过马德里体系及欧盟注册的国际商标达2940件。

为满足商户需求,义乌甚至将知识产权维权服务中心直接“搬”进义乌国际商贸城内,提供从专利申请、商标注册到海外维权等的34项一站式服务,为创新保驾护航。

一个挂饰: 从代工到授权

以前提到“义乌制造”,不少人的印象是“代工、低价、贴牌”。但本届世界杯,“正版授权”成了义乌商家的新关键词。

走进北京聚星动力文化传媒有限公司(以下简称聚星动力)位于义乌国际商贸城一区的店铺,只见店内各类体育周边产品有序陈列,T恤、背包、颈枕、挂饰等应有尽有。

其中,一款身着蓝白相间阿根廷国家队球服、萌态可掬的迷你小羊挂饰吸引不少顾客驻足把玩。若仔细观察,还会看到小羊挂饰的衣服上还有阿

根廷球星梅西的电子签名。

聚星动力义乌负责人骆添乐介绍,这款小羊挂饰名叫“咩西GOAT”。山羊的英文是“Goat”,挂饰名字也呼应了球星梅西被球迷称为“GOAT”(“Greatest Of All Time”的首字母缩写,意为“史上最佳”)。“这款挂饰销售势头火热,深受球迷和年轻消费者喜爱。目前,公司已经出货超6万只。”骆添乐说。

能做出这样的“爆款”,离不开正版IP的加持。

此前,聚星动力已获得阿根廷、葡萄牙、西班牙、法国、英格兰、荷兰、意大利、德国国家队,以及巴塞罗那、利物浦、曼城、拜仁、热刺、多特蒙德足球俱乐部等全球知名体育IP的官方授权,开发与运营上述体育IP周边商品,涵盖潮玩、纪念周边、日用品、服装鞋帽等多个品类。

IP官方授权,彻底改变了公司的生意逻辑。骆添乐坦言,过去对接客商,总要反复谈价格、谈账期;如今随着顶级体育IP的引入和公司原创设计能力的提升,产品正在向更高附加值转型。

“客户看到正版防伪标和品质,决策更快,也更愿意长期合作。”骆添乐表示,2022年卡塔尔世界杯期间,公司就凭借阿根廷国家队的授权产品尝到了甜头,当时相关商品一度卖到断货。

“我们做的不是简单的批发,而是让大家热爱体育、热爱足球。”骆添乐介绍,公司每周能上新二三十款原创产品,结合AI辅助设计,效率提升了70%。从“小羊咩西”到各队的文化梗周边,公司致力于做出让球迷看得懂、有亲切感的产品。

骆添乐告诉中国城市报记者,以前很多球迷想要购买正版球队周边产品,往往会面临选择少、价格高、品类较单一等问题。“现在我们希望借助义乌乃至中国强大的供应链、设计和制造能力,为全球球迷提供更多质优价美、种类丰富的产品。”

“IP官方授权是我们的核心竞争力。”骆添乐表示,大IP具有稳定的粉丝群体,产品开发也有明确方向,更容易收获长期客户。

一个足球: 从产品到标准

奥凯体育用品有限公司(以下简称奥凯体育)位于义乌国际商贸城三区的店铺内,摆满了各种式样的足球。

奥凯体育可是世界杯的“老熟人”了。2022年卡塔尔世界杯期间,奥凯体育曾接到来自世界杯官方的10万个纪念足球订单。公司迅速组织赶制,每天生产3000个足球,不到50天就将货发出。“50天赶制10万个足球”的话题在当时冲上热搜。

奥凯体育董事长吴晓明告诉中国城市报记者,凭借2026年美加墨世界杯激发的市场热潮,公司工厂目前每天能生产4000个足球,发往全球各地,基本不留库存。

这一届,世界杯热潮来得更早。吴晓明带着公司员工从去年五六月份就开始备货。枫叶、墨西哥绿、美国配色……这些带有世界杯举办国元素的足球,正源源不断地发往全球各地的商超、跨境电商卖家、足球俱乐部等。

业界流传一句话:“一流企业做标准、二流企业做品牌、三流企业做产品。”为避免走入低价、劣质的泥淖赛道,吴晓明力主推进足球生产标准化。“别看一个小小的足球,它的材质、圆度、气密性、反弹高度、耐冲击性能、防水性、印刷等等,每一项都有‘标准’这把尺来衡量。”吴晓明说,为此,奥凯体育主导起草了“品字标”团体标准《竞赛用成年足球》。

团体标准《竞赛用成年足球》在部分指标上突破了相关国际标准。吴晓明以防水性为例介绍,国际足联规定足球最大吸水率≤10%,而该团体标准规定≤3%。这意味着即使在雨天,足球也能保持良好的稳定性,减少对运动体验的影响。

“赛事及竞赛训练对足球产品质量的要求更高,而这也意味着更广阔的盈利空间。”吴晓明告诉中国城市报记者,升级后的标准成为公司产品进入高端市场的敲门砖。得益于此,公司产品中销往赛事及竞赛训练的比例已从5%提升至30%,产品结构持续优化。

此外,值得一提的是,2022年,奥凯体育通过浙江制造认证,获得代表浙江制造先进技术指标的“品字标”授权。有了这份认证,公司生产的足球在国内外更受认可,单价也能稳定在20元左右。奥凯体育生产的足球还成为2026年浙江省运会的官方指定用球。

一件球衣、一个挂饰、一个足球,背后折射出的是“义乌制造”的升级之路。从曾经的“代工、低价、贴牌”,到如今的“原创设计、正版授权、制定标准”,义乌正在用更“轻松”的方式,收获更亮眼的成绩。



位于义乌国际商贸城一区的聚星动力“世界杯豪门官方授权店”外景。 骆添乐摄



在近期举办的第139届广交会现场,义乌市丹娜丝进出口有限公司展出多款球迷服,吸引外商驻足咨询、洽谈合作。

义乌市丹娜丝进出口有限公司供图