

山東健身器材 廣州運動服飾 東莞護具 福建球鞋

奧運帶旺體育產業 中國製造全球「圈粉」



今年是體育大年。剛過去的奧運賽場上經常見到的球衣、體育器材、助威棒等用品，大多數也帶有「中國製造」的標籤。「奧運及今年接踵而至的各大國際體育賽事對『中國製造』的帶動效應不容小覷，我們在跨境電商平台阿里國際站上店鋪的訪問量提升了30%至50%。」專營體育運動服飾的廣州希利服飾公司總經理林志烈透露。借助數字化手段，00後外貿商也通過門檻較低的跨境電商平台打開海外市場。

大公報記者 毛麗娟

從7月的歐洲國家盃到8月的巴黎奧運，今年舉辦的體育盛事帶動整個體育用品行業出口快速增長。來自巴黎奧組委發布的數據表示，本次巴黎奧運會吉祥物周邊產品，有80%來自中國。此外，「奧運經濟」的範圍除了體育用品，更包含從周邊紀念品到生活百貨乃至家電、建材、商用設備等行業。奧運出海產業區帶也涵蓋浙江、山東、廣東、福建等地「多點開花」。

阿里國際站商家出口超70億

在奧運還沒開賽前，奧運經濟就已經開始火爆。作為奧運會的合作夥伴，今年1月至今，阿里國際站上奧運經濟相關行業商家的線上出口額已經超過70億元（人民幣，下同）。阿里巴巴國際站南粵大區總經理邱宗冰介紹，早在今年3月，阿里國際站平台上在線向法國出口的體育用品就已經開始暴增。具體來說，網球服、定製運動服、訓練頭盔、戶外運動服、運動相機、高爾夫球包等熱門商品的出口量翻了4倍多。其中，球類運動成為全球買家的寵兒，比如斯諾克及桌球、網球、高爾夫球、棒球、匹克球等銷量同比增速均在60%及以上增長。而法國本地採購商則主要購買一些運動娛樂設備甚至是娛樂場館的搭建材料，比如瑜伽及普拉提設備、大型戶外遊樂設備、泳池及配件以及人造草坪等產品。

在「奧運經濟」的帶動下，多地產業帶都湧現出

通過阿里國際站出海的熱潮，僅以廣東為例，今年4月以來阿里國際站新增的廣東商家同比增長了30%。

邱宗冰稱：「通過比照近兩年來國際體育賽事對『中國製造』的需求發現，內地出海產業帶打破了地域限制，形成了多點開花的新局面，多地湧現出『國際站小鎮』。」在東莞，運動護具類產品出口形成了一定規模；在佛山，戶外傢具出口是重點；在山東，形成了健身器材、垂釣和水上運動用品等產業帶；而在廣州，則是運動服飾、人造草坪及運動地板、娛樂用品等產品出口火爆；更不用說福建的



▲邱宗冰稱，內地出海產業帶打破了地域限制，形成了多點開花的新局面。

各地體育用品出口概況（人民幣）

浙江義烏	廣東深圳	廣東廣州	福建廈門
今年首5個月，體育用品及設備出口額41億元，同比增長 44.4% ；對法國出口增長 70.5%	今年首5個月，體育用品及設備出口額 56.8 億元，同比增長 76.9%	今年首4個月，體育用品及設備出口 15.9 億元	今年首5個月，體育用品及設備出口 29.9 億元

數據來源：中國海關總署

搶做冠軍球衣 球迷追捧 歐洲售價比出廠貴10倍

爭分奪秒 曾是一位懷揣着足球夢的廣東小伙林志烈，透過為全球3000多個專業運動團體提供高端定製運動服飾的希利服飾公司，將未能實現的足球夢轉化為將運動服賣到海外。林志烈說，客戶在阿里國際站上廣泛詢價，選出一批合資格企業，再挑選合適公司進行樣品製作，這樣的話與客戶溝通、報價以及打樣的環節變得極為關鍵。「不僅僅是產品要做得好，還必須要反應快。」

在林志烈位於廣州城中村的工廠，安裝在天花板上的自動生產線將面料自動送至裁剪、縫紉、熨燙等工位，工人們在自己的座位上「觸手可及」自己負責工序的材料，大大提升了生產效率。林志烈表示，自動化流水線將更加靈活和智能地適應不同的產品和產量需求，幫助公司實現柔性生產。

柔性化定製 訂單激增

「原來我們這個行業做服裝都有起訂量，一件衣服一個顏色大概500到1000件；且做服裝有季節，春夏搞一季，秋冬搞一季。」林志烈介

紹，因為可以提供柔性化定製的選項給到客戶，每次客戶單次下單的訂單數量雖然少了，但一年下來，很多客戶每年下單的宗數比原來多了10倍以上。這也讓林志烈有了用3至5年時間將公司銷售額從1億翻到10億元人民幣的信心。

林志烈分享了上月結束的歐洲國家盃的經驗：「我們是一邊看半決賽，一邊配合歐洲的客戶設計開發冠軍球隊的球衣。等到半決賽結束，我們用了3天的時間，重新開發打進了決賽的兩支球隊的服裝，冠軍懸而未定前，公司已經開始生產冠軍球隊的球衣了。」林志烈介紹，半決賽打完了是周六，公司用周日一天的時間把兩隊的球衣樣板做完，當天由客戶「人肉」帶到國外，等周一歐洲杯決賽一出結果，客戶第一時間在網上發布冠軍服預售信息，大受球迷追捧，該款服裝在歐洲的零售價做到了出廠價的10倍左右。

如此「卷」的速度，為客戶和林志烈的公司吸引了市場的流量，也帶來了更高的附加值。前述歐洲客戶給希利的最初一筆只做若干樣本共144美元的訂單，現在雙方已是長期合作關係，每年的訂單金額已達到50多萬美元。



▲林志烈表示，奧運帶動作用相當明顯，公司在跨境電商平台上店鋪的訪問量提升30%至50%。



▲希利服飾的柔性化生產線可隨時響應全球客戶的定製需求。



▲廣州希利服飾展示多款出口海外的體育運動服裝。

中國奧運產業

「多點開花」

地區	產品
浙江義烏	運動服飾、球類用品、周邊紀念品
廣東東莞	運動護具類產品
廣東廣州	運動服飾、人造草坪、運動地板
山東德州	健身器材
山東青島、煙台、威海	垂釣、水上運動用品
福建	運動鞋

運動鞋。

00後湧入搶商機 打開海外市場

林志烈表示，跨境電商平台在促進全球體育產業鏈高效對接起到重要作用。公司在巴黎奧運舉辦前收到來自科威特及巴黎體育局的訂單。伴隨這一波奧運熱潮，公司在阿里國際站的訪客量較去年同期激增了70%，公司現在每月通過阿里國際站來洽談合作的海外採購商達到6000到7000多人，熱門的月份甚至達到8000人。林志烈今年在跟同行交流時也發現，除了自己這種多年的「外貿人」，有很多00後的新朋友們也開始湧入跨境電商平台，更多商家借助奧運的大熱點，通過門檻較低的跨境電商平台快速打開海外大市場。

台州椅子火了 潘展樂決賽也坐過

舒適耐用

「儘管去年年底就知道我們的產品會被用於巴黎奧運會賽場，但真正在奧運賽事直播中看到自家產品，還是非常激動。」阿里國際站商家、浙江台州東宏傢具總經理王煜琪掩飾不住臉上的興奮。據悉，這些專為奧運會提供的椅子經過了10萬次的耐疲勞測試，確保其舒適度和耐用性同時，還注重綠色環保。這批椅子在退役後，即使不再作為座椅使用，也可以進行原料回收並循環利用。

打破男子100米自由泳世界紀錄的潘展樂在奧運會男子100米自由泳決賽做準備時坐過的椅子；中國乒乓球隊「奪金」時刻在賽場邊休息時坐過的椅子——在巴黎奧運會賽場上，從乒乓球賽場到羽毛球和跳水區，4200把東宏傢具的灰色全塑椅子和400張桌子，為運動員、教練和裁判提供了舒適的休息空間。

王煜琪說，這是公司首次為奧運會這樣的大型國際賽事提供配套服務，所以對每個環節都力求做到最好。也讓公司在今年1月份交付了3400把椅子後，獲追加800把椅子的訂單。

目前，東宏傢具廠的產品已經遠銷美國、加拿大、澳洲、新西蘭、歐洲等80多個國家和地區。東宏傢具業務員丁吉豐介紹，公司所有產品均由意大利設計師團隊原創設計，公司每年的設計投入佔據了產品成本的三分之一。椅子的坐板設計得寬闊舒適，整體尺寸比日常椅子要大一些，適合各種體型的人群。



▲巴黎奧運乒乓球賽場上，可以見到浙江台州東宏傢具出口的灰色全塑椅。

板式網球熱 新人三天拿下70萬訂單

早著先機

由於上手快、趣味性強和社交屬性的特點，板式網球成為近年來全球發展最快的運動項目之一，並有望成為2028年洛杉磯奧運會的正式參賽項目。「板式網球起源於南美洲，現在已經風靡全球。從2023年開始爆發，預計還能持續火爆三年。我們現在忙的時候，詢盤都跟不上，比如去年一個月我們做100萬元（人民幣，下同）的銷售額，現在一個月能做600多萬元的銷售額。」廣州優格人造草坪的總經理伍燕珊說。

早在2022年，伍燕珊就發現許多客戶都在詢問「板式網球場」的產品。她在阿里國際站的後台數據分析中看到這一產品的詢問量大，但能提供貨源的商家卻很少後，果斷入市，現在「板式網球場」已經超越了我國人造草坪，成為優格的主力產品，並且連續兩年的增長率都超過了60%。目前產品在公司營業額中的佔比已經達到了80%。

她還透露，最近公司一位新業務員在短短三天內就成功接下了一個價值70萬元的板式網球場訂單。後來他們發現，這個訂單的買家竟是法國退役國腳、曾效力英超球隊阿仙奴的羅倫

·高斯尼。他在泰國投資了一個俱樂部，計劃建設板式網球場和足球場。

「板式網球場」這款產品每套貨值約1萬多美元，投入成本相對較低。這款產品還幫助公司從主力中東市場，拓展到南美和歐洲市場。目前，做板式網球場集成定製的商家已越來越多。為了應對競爭，她不僅註冊了自己的品牌，還完成了整套系統的WPT認證，同時，堅持不打價格戰，堅持提供高質量的產品和服務。



▲伍燕珊表示，在阿里國際站的後台數據分析中，看到「板式網球場」的商機。

