



當萬千球迷守在屏幕前觀看美加墨世界盃賽事時，廣州白雲區由兩棟寫字樓改造而成的生產車間裏，一場不分晝夜的「生產競賽」正火熱上演。一排排球衣沿着懸掛式智能滑軌快速滑行，穿梭於兩棟車間之間，員工們正在加急生產第二批世界盃球迷球衣。賽程剛過半，海外追加訂單便接踵而至，生產壓力陡增。最忙的時候，車間實行三班倒輪班生產，有工人笑言「縫紉機都踩到發燙冒煙了」。這裏，便是廣州希利服飾有限公司總經理林志烈獨有的世界盃「戰場」，數字化智能生產提升了生產效率，讓企業能自如應對大小訂單穿插，提升交付效率。

●文/圖：香港文匯報記者 盧靜怡 廣州報道



●廣州希利服飾有限公司的智能車間，半小時即能誕生一件世界盃球迷球衣。

香港文匯報廣州傳真



●廣州希利服飾有限公司的生產數據可視化看板。



●廣州希利服飾有限公司的樓梯間，抬頭可以看到貫通樓宇間的懸掛式智能衣架高速運轉。

## 數字化智能生產提效 大小訂單靈活「通吃」

# 「縫紉機踩出火」穗商智造「織」進世界盃

足球的魅力，在於速度與力量的完美結合。而走進希利服飾廠區，高速流轉的布料、高效運轉的產線，同樣讓人感受到頗具視覺衝擊力的速度感。球衣半成品整齊掛上智能滑軌，裁片、成衣、包裝各工序物料在兩棟車間無縫流轉。「依託這套柔性生產線，一件世界盃球迷球衣僅需半小時就能完工。」林志烈向香港文匯報記者介紹。

交談間，很容易忽略林志烈作為「企業老闆」的身份。他身著自家生產的葡萄牙隊C朗7號球迷球衣，只要聊到球隊、球員，他的語速便明顯加快，眼神也更亮了一些。深耕運動服飾行業近二十年的他，本身是個資深球迷，公司主營足球、籃球各類團體運動服飾，足球品類業務佔比超六成。他無奈地笑着說，其實自己有觀賽門票，可源源不斷的訂單，讓他始終無暇奔赴現場。

### 訂單提前半年敲定 按需即時生產爆款

白天盯生產，晚上看數據，抽空看比賽。從睜眼開始，林志烈的一天就幾乎被「世界盃」元素填滿。每天醒來首先要看最新的世界盃賽果；回到公司，要看車間忙碌生產着世界盃的球迷球衣。最後一大塊時間，他還要全天候關注社交媒體上世界盃的熱度，留意哪些新熱點，與客戶溝通，準備相關的爆款球衣生產。百忙之中，一旦遇到自己喜歡的隊伍上陣，他還要熬夜追看比賽。

今屆世界盃期間，佛得角40歲門將沃齊尼

亞在對陣西班牙、烏拉圭、阿根廷等強隊時，屢次貢獻堪稱「封神級」的表現，驚艷全世界球迷。「基本上佛得角門將一火，我們生產的球衣第二天就在網上預售了。我們的國際客戶與我們的生產團隊反應很快。」林志烈的客戶是一個國際化新銳體育品牌。除了要求即時生產爆款外，對於產量和花樣也提出了很多新鮮又有挑戰性的需求。

按照以往行業慣例，世界盃相關產品通常提前一年籌備單單，而林志烈今年的訂單僅提前半年敲定。不僅如此，這屆世界盃，參賽隊伍擴展至48支。客戶亦要求一口氣落地世界盃四十餘支參賽國家隊的球迷專屬球衣，單款體量懸殊。

### 全流程可視化監工 跨境合作效率提升

「這其實難度很大的。熱門國家隊球迷球衣款式訂單量高達上萬件，而冷門小眾球隊球迷球衣款式少得只有一百多件。」林志烈說，大小訂單穿插疊加、版型工藝繁複精細，很容易出現排產混亂、版型偏差、交付延期等問題。「好在我們前幾年花了六百萬人民幣投入，改造數字化智能車間，升級了一套柔性智能生產線，基本上員工可以坐在座位上，等待相應流程的布件來到自己的位置，節省了很多走動、找物料的時間，生產效率、準確率和質量都提升了很多。」

林志烈表示，初創品牌最看重供貨的穩定性。他們車間有六條懸掛線，尾部緩存區可按數量靈活切換，多的上萬件，少的百餘件，都能一口氣「吃」下。整套生產體系將全流程生產周期穩定控制在一個月左右，能精準匹配品牌客戶的運營

節奏。在樣衣間外的牆上，大屏幕顯示生產數據的實時數據。林志烈介紹，車間工人完成對應工序、達標產量後一鍵上報，數據便可實時回傳至中控系統，海外客戶也可以同時看到，實現全流程可視化監工，大幅提升跨境合作效率。

### 盼國足打入世界盃 為球迷造紀念戰袍

今屆世界盃決賽夜，是全世界球迷屏息觀賽的時刻，也將成為這家工廠的不眠之夜。「冠軍一出來，客戶會同時在國際銷售平台上開放冠軍特別版球迷球衣的預售，我們馬上就要開始生產紀念版球衣。那個時間點是最緊張的。」所以在決賽夜，林志烈依舊是無暇專心看球的狂熱球迷，但他也有另外的收穫。雖然這屆世界盃中國隊依然未能入圍，但中國製造的柔性智造速度，已在全球世界盃產業鏈中令海外同行矚目。他說：「可以在世界盃比賽期間的多個高光時刻，用我們的生產速度去抓住一些有紀念意義的瞬間，作為球迷來說也分外有價值。」

如今在世界盃比賽看台上，越來越多小眾國家球迷身著本國球衣，當中不少出自林志烈的工廠。「看比賽直播時，看到其他球迷穿着自己工廠生產的球衣，我也有一種另類參與感。」林志烈笑稱，作為球迷，自己沒能全心全意觀賽算不上「稱職」，但他由衷為中國製造的產能、柔性智造實力走向全球賽場感到驕傲。他也滿懷期待，下一屆世界盃能看到中國隊登上賽場：「到那時，我希望能一邊看球，一邊為奔赴現場的中國球迷，量身打造專屬紀念戰袍。」

## 從一件球衣到一門生意：中國體育製造走向精細化

在希利服飾的展示間裏，牆上掛滿了各國國家隊、俱樂部球衣，各色球衣錯落陳列，鋪展開一幅鮮活的全球足球版圖。其中幾件帶有球星親筆簽名的戰袍被精心裝裱，作為專屬紀念藏品妥善留存。林志烈因熱愛足球深耕運動服飾行業多年，常年與眾多職業球員保持良好往來，本屆世界盃荷蘭國家隊後衛Nathan Ake便是其中一位好友。

「足球是我生活的一部分，也是我個人事業的起點。」林志烈踢球踢了二十多年。年輕時一周兩場，如今雖然公司事務纏身，世界盃訂單和各個聯賽的球衣訂單不斷，他仍堅持每周至少踢上一場。2005年前後，林志烈還在前東家任職，便開始對接歐洲球隊贊助、裝備配套等合作項目。「這段從業經歷讓我看到一片當時內地很少有人重視的市場，團體運動裝備背後，是一套完整、精細化的產業體系。」

### 自主創業 深耕細分賽道

「當時國內很多工廠的理解很簡單，足球隊就是做一套球衣，籃球隊就做一套籃球服。訂單生產完就算了，但這是一個非常專業化和高度細分的市場。」正是看到行業普遍存在認知落差，加之與原企業發展理念產生分歧，林志烈選擇自主創業，深耕團體運動服飾細分賽道。「中國完備的供應鏈從來不缺生產製造實力，過去的短板在於對海外專業體育細分需求的理解不足，如今越來越多新生代製造從業者，已經讀懂了這套體育產業邏輯。」



●廣州希利服飾有限公司生產的本屆世界盃球迷球衣。

●在忙碌的工作之餘，林志烈還關注世界盃比賽動態。圖為他正在平板上看比賽。

## 球場內外隨處可見「灣區製造」身影

特稿

內置芯片的比賽用球，看台上球迷拿着的冰鎮保溫杯、球迷身穿的紀念版球衣、比賽現場一塊600平方米的LED漏斗屏……本屆美加墨世界盃激戰正酣，球場內外隨處可見粵港澳大灣區製造的身影。

7月3日，在加拿大溫哥華BC Place體育館的綠茵球場上，瑞士隊一路突破加上盤帶到球門球，打穿阿爾及利亞隊防線的畫面，在屏幕上反覆播放並點燃全場。這塊屏幕的生產商，就來自惠州市艾比森光電有限公司。他們同時還為墨西哥相關球場提供超300平方米柔性屏。

### 多家企業拿下官方獨家授權

該公司交付體系副總經理歐陽琴告訴媒體，自2018年俄羅斯世界盃至今，這已是艾比森第四次與FIFA世界盃合作，加上已提前鎖定合作的2030年世界盃，他們將累計五次以大屏製造服務商身份亮相世界盃舞台。歐陽琴介紹，國際足聯對供應商的考核極其嚴苛，他們生產的屏幕提供

「1天1平方米不到1度電」的極致低碳技術，可大幅降低場館長期運營成本，成為了球類賽事場館的熱門選擇。

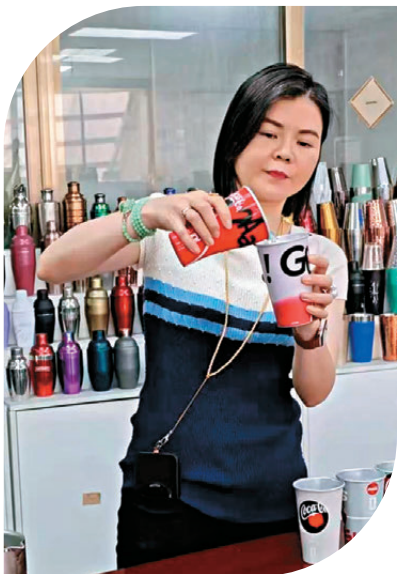
隨着美加墨世界盃進入倒計時，各國球隊全力角逐的大力神復刻獎盃，則出自東莞瑋光禮品有限公司。企業負責人向媒體介紹，今屆世界盃所製作的大力神獎盃在產品材料和工藝上都明顯升級，產品採用純銅材質，外表鍍真金，比例為1:1.4，幾乎接近真實獎盃。除大力神獎盃之外，賽場周邊各類飲品器具，包括觀眾席上很多球迷手中拿着的變色杯、鋁杯、保溫杯、可樂杯等多款飲料杯，其官方授權獨家生產商亦是來自大灣區企業。

江門台山光遠五金總經理羅小珍介紹，公司拿下世界盃相關產品的獨家授權，如同賽事開闢一樣要過關斬將，競爭十分激烈。「我們公司的優勢在於全品類生產能力，當時參與授權競爭的同行大都做不到這一點，有的只做鋁杯，有的只做保溫杯、不銹鋼杯，還有的只做馬口鐵包裝、禮品類產品，我們剛好都能做，並且都是我們自主原



●東莞瑋光禮品有限公司生產製造的「大力神盃」。

創設計和生產。「世界盃訂單體量龐大，但我們日常還有眾多合作客戶的常規訂單，如何在保障世界盃產品按時、按質交付的同時，不耽誤老客戶訂單，非常考驗團隊能力。」羅小珍說，為此，企業除了合理拆分配單，還進行了全方位升級，例如對自動化生產設備改造升級，擴招並培訓新員工，全廠上下全力配合，順利完成了大批量訂單的生產任務。



●江門台山光遠五金製品有限公司工作人員在展示其世界盃產品。