



“热一年冷三年 世界杯后怎么办”

——义乌商人吴晓明的足球“生意经”

新华社电 卡塔尔世界杯决赛18日晚在卢赛尔体育场打响。尽管不是真正意义上的足球迷，世界杯相关订单也早已“截止”，但远在千里之外的义乌商人吴晓明，还是会关注卢赛尔体育场里的赛况。“最后捧起大力神杯的那个国家，往往下一年足球的销量会更好，世界杯冠军会带来一些效应。”

“几届世界杯下来，外贸订单量萎缩”

卡塔尔世界杯期间，吴晓明因“50天赶制10万个足球”的话题上过热搜。自称“不懂球”的他，在义乌体育用品行业已经摸爬滚打了20多年，先后经历过六届世界杯。从单纯拿货，到拥有自己的品牌，世界杯给他带来了商机。面对媒体络绎不绝的采访，他常挂在嘴边的话却是：“热一年冷三年，世界杯后怎么办？”

2002年韩日世界杯，中国队历史性闯入决赛圈，义乌市场足球生意一时风头无两——那是入行不久的吴晓明第一次见识到世界杯的魅力。“仓库卖空，毫不夸张。客人追在后面不停要货，我只能找生产基地抢货。那时候产量低，能抢到几百只就不错了，根本不够卖。”

不想靠低价取胜，就要找准新赛道

在义乌，你能感知到任何一点风吹草动传导到市场上形成的波澜。2015年，中国足球发展的纲领性文件《中国足球改革发展总体方案》正式发布，随后的几个月，义乌生产球类的工厂从原本的三十几家，一下子扩增到六七十家。彼时吴晓明已经拥有自己的足球工厂，不再需要去别家仓库抢货；自家1000多平方米的仓库里，20多万只足球卖空了。

销售迎来高峰之际，吴晓明反倒冷静。“行业门槛低，大大小小工厂雨后春笋般冒出来，结果就导致供大于求。最后大家不是去拼质量，而是拼价格。最开始一个足球的价格在10块钱左右，很快就只卖五六块钱了。”

不想靠低价取胜，就要找准新赛道。吴晓

喧嚣过后比的是高质量发展

市场有狂热，就会有喧嚣过后的冷静。鼎盛时期义乌曾有近70个球类生产厂家，如今只剩下六家。在吴晓明看来，这就是一个大浪淘沙的过程。

“市场永远都是这样，冷一年热三年，最终还是靠供需关系。想要从中脱颖而出，就要‘专’，让人觉得你不可替代，才能相信你的品质和价格。”吴晓明还是义乌市体育健身用品行业协会的会长，他认为行业单纯拼价格的时代已经过去，现在比的是高质量发展，希望经

站上世界杯的风口，外贸订单纷至沓来，吴晓明也尝到了甜头。到2006年德国世界杯的时候，外贸出口订单已经占到他全部业务的80%。随后的2008年金融危机，让他第一次真正开始思考，世界杯后该怎么办的问题。“2010年之前，订单很集中，现在订单都很分散，每个人的订单量小了。”于是他重新开始布局内销，到2015年的时候，外贸和内销订单的比例已经基本上持平了。

“这几届世界杯下来，外贸订单量其实一直在萎缩。巴西世界杯卖了150多万个足球，俄罗斯世界杯卖了70多万个，这次世界杯差不多卖了30多万个。”事实证明，他的判断没有错。

明意识到，价格战打到最后，牺牲的一定是足球质量，于是他做出了从业以来的第二个转变——布局标准化。“别看一个小小的足球，材质、印刷、圆度、气密性、反弹高度、耐冲击性能、防水性等等，每一项都有‘标准’这把尺来衡量。”吴晓明确说。

2021年8月，以吴晓明的奥凯体育用品有限公司为主起草的“品字标”团体标准《竞赛用成年足球》正式发布。2022年6月，奥凯体育用品有限公司通过浙江制造认证，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，企业的产品也先后被西班牙、韩国和日本等地企业采购。今年的浙江省运会，吴晓明的产品首次成为赛事官方指定用球。

营者不被热潮所裹挟，都能看清自己的方向。

过去三年，对在义乌从事体育用品行业的经营户来说是低谷，但是对于未来，吴晓明充满信心。“全球体育健身行业的需求还是逐年增长，我认为高质量发展是一条正确的路，大家都要朝着这条路走下去。”

对于吴晓明而言，他还有一个心愿，那就是有朝一日他的产品能成为世界杯比赛正式用球。“不管这个目标有多远，我都会朝着这个方向去努力。”

“登场”卡塔尔世界杯 “最后两战”

12岁丹寨少年以护旗手身份在决赛场亮相

新华社电 在17日的卡塔尔世界杯季军争夺战赛场，一位此前从未出过远门的12岁苗族少年金黎璨，以护旗手身份登场。

同样，18日，他将再次以护旗手的身份在决赛场亮相。“当我走上冠军争夺战赛场，听到观众席上的呼喊，我可能会激动得流泪。”这是金黎璨出发去卡塔尔前吐露的心声。

这位来自贵州黔东南苗族侗族自治州丹寨县城关第一小学的六年级学生，首次坐高铁、搭飞机，走出茫茫大山里的家乡，走向世界，皆因足球二字。

自从六年前第一次看中国男子足球队踢了一场2018年俄罗斯世界杯亚洲区预选赛12强赛后，金黎璨就与足球结下了不解之缘。就在俄罗斯世界杯举办的2018年，金黎璨踏上了足球俱乐部的训练场，正式走上了专业的学球之路。

那一年，丹寨县的六位少年还有幸成了世界杯护旗手。看到揭幕战上亮相的哥哥姐姐，金黎璨未曾想到自己能成为下一个。直到今年，他通过万达集团和国际足联共同发起的“星星之火”项目入选，成了丹寨的第七位世界杯护旗手。

“幸运源于对足球的坚持和热爱。”学球以来，金黎璨一直坚持训练，哪怕身边队友不断在换，他依然保持着对足球炽热而纯粹的爱。父亲金润权说，金黎璨在他的办公室和家中分别放了足球，就是为了便于日常训练。

丹寨县文体广电旅游局局长潘成帅介绍，丹寨县总人口17.9万，其中在校学生超过3.2万。乘着大力深化“体教融合”的东风，一大批丹寨少年成长为像金黎璨一样热爱运动的体育健儿。

“拿足球来讲，小时候，县城没有像样的足球场，我和朋友们只能在草地、泥地或者水泥地上踢球。”回想起自己的青少年时期，金润权深有感触地说，如今，县城里大大小小的足球场有近20个，孩子们有了更好的物质条件。

幸运更离不开愈发浓厚的足球氛围。丹寨县城关第一小学副校长吴春蕾说，伴随各级各类联赛的逐步建立，孩子们除了可以在校踢球，还能到州里甚至省里踢球。“包括参与世界杯。”她说，足球文化在不断影响着丹寨的孩子，塑造着他们的精神生活。

不久前，丹寨的六位俄罗斯世界杯护旗手在写给国际足联主席因凡蒂诺的信中这样描述：那次代表整个丹寨“护旗登场”的难忘经历，给他们的人生乃至丹寨带来了重大改变，县里的很多孩子因此爱上了足球，并从中汲取了力量。

南京师范大学学生、护旗手之一的汪美仑说，他们还在信中向因凡蒂诺介绍了丹寨青少年足球设施和联赛的发展情况，并热情邀请他到丹寨看望那些热爱足球的孩子，感受他们怀揣的足球梦想。

“对我们(国际足联)来说，护旗手项目的重要性是人尽皆知的。”因凡蒂诺在录制的视频中回应道，他明白六位护旗手此前的优异表现对丹寨产生的重要影响，并希望能够与他们在下一届世界杯再次相见。

“期待在电视上看到你登场”“帮我跟梅西要一个签名”“回来记得跟我们分享所见所闻”……出发之前，金黎璨的同班同学对他寄以各种期望，他们也逐步意识到世界杯与他们的联系如此奇妙。

在金黎璨带往卡塔尔的行囊中，丹寨蜡染匠人为他量身定制了一套苗族蜡染服装和五块助威用的蜡染围巾，围巾上印有象征丹寨苗族始祖的蝴蝶妈妈和卡塔尔世界杯会徽的图案，寓意民族文化和足球文化的沟通交融。

“我将把我们的民族文化展示给来自世界各地的球迷，让他们了解丹寨，爱上中国。”金黎璨说，有机会的话他还想告诉因凡蒂诺，希望在未来的世界杯中，他能以一名中国球员的身份与之见面并登上赛场。



金黎璨(前)在卡塔尔世界杯三、四名决赛开赛前提前作为护旗手出场(12月17日报)。