

卡塔尔世界杯纪念钞 “中国制造”赫然其上



卡塔尔中央银行11月9日推出2022年卡塔尔世界杯特别版纪念钞,纪念钞图案包含中国企业承建的世界杯主体育场。这是“中国制造”元素第二次出现在卡塔尔货币上。

卡塔尔央行在其网站上发文说,新

推出的特别版纪念钞设计反映卡塔尔的文化遗产和足球运动发展史,以纪念本国和中东地区首次举办足球世界杯。本次发行的世界杯纪念钞面值22卡塔尔里亚尔(1卡塔尔里亚尔约合2元人民币),售价为75卡塔尔里亚尔,一面印有拜特体育场、大力神杯等图案,另一面则印有中国铁建国际集团承建的

世界杯主体育场卢赛尔体育场等图案。卡塔尔央行还设计铸造了带有世界杯其他重要比赛场馆图案的硬币。此前,2020年12月发行的新版10卡塔尔里亚尔纸币也印有卢赛尔体育场图案。2016年11月,中铁建中标卢赛尔体育场建设项目。这座体育场位于卡塔尔首都多哈以北15公里处,可容纳9.2

万名观众,将承担2022年世界杯半决赛、决赛、闭幕式等重要活动和赛事。2022年世界杯定于11月20日至12月18日在卡塔尔8个场馆举行,共有32支球队参加,预计将有来自全球各地的超过150万人到场观看。 据新华社电

世界杯带火“中国制造”

2022年卡塔尔世界杯的脚步越来越近,巨大商机也已来临。

尽管中国男足无缘赛场,但中国外贸商家则在海外市场上提前展开“竞技”,喜提世界杯相关各类订单的他们正在全力“备货”,足球、球衣、球鞋之外,还有各种商品都被世界杯经济带火。



义乌小商品城售卖世界杯产品的商铺。

“世界杯效应”再次兴起

作为中国小商品市场的重镇,义乌对于世界杯的感知极为强烈。义乌跨境电商协会会长徐俨给出了这样一组数据:2010年南非世界杯,当年1月至5月,经义乌海关出口的体育用品及设备为6554万美元;2014年巴西世界杯,同样是当年的1月至5月,经义乌海关出口巴西的小商品达1.6亿美元。上

一届俄罗斯世界杯,在2018年前4个月,义乌对俄罗斯的出口额超过了10亿元。今年年初至今,不少海外采购商通过线上、线下的方式,陆续在义乌下单采购各个国家的旗帜、哨子、喇叭、手拍器等产品,世界杯商品持续热销。“今年据义乌体育用品协会估算,在整个世界杯周边商品市场份额中,浙江

义乌制造几乎占到70%。”徐俨透露,义乌工厂现在基本上进入收尾阶段。在距离世界杯还有1个多月的时候,义乌市苏承贸易有限公司的詹德亮就已提前进入了备货阶段,小小的工作室中挂满了32强球队的国旗。他表示,从目前的销售来看,英格兰、巴西以及阿根廷很可能是今年的大热门。

当下,世界杯还没开始,店铺的很多订单就已经送到了买家的手中,其中不少买家还主动留言好评。在詹德亮看来,这些好评是店铺在世界杯进一步热卖的基础。对于即将到来的世界杯,他表示,“足球是圆的,一切皆有可能。无论是比赛的结果、还是店铺的大促销量,都是这样。”

物流提速助力跨境采购

经过多年的经验积累,如今义乌具备了突出的短期定制化供给力,但徐俨也提到,世界杯32个参赛国叠加很多非参赛国的订单,让义乌的商家面临需求高、周期短、交付快的订单之外,还要快速汇聚全球订单范围更广更多的需求,即“高短快多”的订单,这时候跨境形式的定制和采购,就会体现出独特的渠道

价值。阿里巴巴速卖通世界杯专场负责人马祥直言,世界杯赛事会带动世界杯经济以及相关品类的大爆发,中国制造其实在每届世界杯上都能发挥自己的价值。为保证“世界杯专场”的服务体验,速卖通联合菜鸟推出“世界杯专线”物流服务,备货义乌优选仓的足球及体育相

关用品将进入世界杯专线复核区,将享受专属物流服务。例如针对西班牙市场,备货优选仓的商品能通过快速组包、集包直发等功能,迅速完成库内操作,登上对应口岸的包机,预计能比商家自发货快上1至2天,最快7天可以送达西班牙消费者手中。此外,备货其他优选仓的商品,也可

通过智能分仓及仓间调拨能力备货义乌优选仓。而当西班牙消费者在速卖通平台上购买多件产品时,如小喇叭、小旗子以及节庆相关的产品,菜鸟的智能合单技术能将这些商品打包成一个包裹,完成后续干线、目的国及末端配送,最终送到消费者手中。包裹将由以往30至50天的平邮线路升级到航空直达线路。

世界杯经济现新消费趋势

事实上,由于世界杯商品需求覆盖面广,除了传统意义上的足球、体育用品以外,还有20个行业的订单都在短时间内大量集齐,并且迎来了爆发。“南美人对世界杯有着超乎常人的热情,他们喜欢聚会、热爱分享,特别是一些独门独院的家庭,经常会邀请朋友家人一起看球。”中国投影仪品牌WE-WATCH总经理King Wang表示,开店一年,70%的订单都来自巴西,针对世界杯的多人户外场景,他们还特意推出了

世界杯纪念款。速卖通平台数据显示,从3个月前开始,在巴西市场中国投影仪的增长开始显现,近一个月销售额同比去年增长了250%。“球星卡作为世界杯期间的硬通货,产品上线第二天我们就接到了来自海外客户的订单。”拿到Panini(帕尼尼)公司授权的中国代理销售商庄晓婷介绍,她了解到,目前在平台上球星卡还处于空白市场,而且会成为今年新的消费趋

势。经过不到一个月的时间,她就为此开了一个新店铺,还没上线就备了10万的货。在最近一个月,国产“桌上足球机”也在阿联酋销售额增长了120%;“巴适”看球也成了新消费趋势,在巴西市场舒适型沙发的销售额同比增长了1156%,在阿联酋则增长了800%。马祥表示,很多球迷人会选择在家看球,这就会带动电视、投影仪、沙发、睡衣的增长。还有些球迷会选择

在公共场所看球,像餐厅、酒吧等,会带动啤酒等品类的爆发,也有球迷会穿着自己心爱的球队服去现场看球,而他们会带动拍手器、口哨等产品的增长。近期速卖通公布的世界杯经济消费趋势显示,球星卡、足球服、足球、小旗子、投影仪、沙发等产品深受海外球迷喜爱,其开设的世界杯专场已有约1000万件中国制造的商品蓄势待发。 据《齐鲁晚报》