

世界杯球衣背后的“生意经”

新华社记者 韦骅 王浩明

世界杯激战正酣,无论是在亚特兰大,还是北京街头,穿球衣的人群已成为一道别致的风景。球迷穿上主队球衣,即是自己身份的表述。哪怕只是“伪球迷”,身着一件好看的球衣,在这个属于足球的炎炎夏日,也十分自洽。

经过多年沉淀,球衣早已摆脱单纯“消耗品”的标签。出色的战绩可以载入世界杯史册,出挑的球衣设计同样可以成为世界杯的视觉符号。1990年世界杯,最终捧杯的联邦德国队所穿的球衣由白色打底,搭配胸前三色条纹,极简又具冲击力。1998年,首次参加世界杯的克罗地亚队打入四强,与他们一同惊艳亮相的,还有辨识度拉满的格纹球衣。2002年世界杯,意大利所穿的紧身款球衣,与“男模队”气质相得益彰。

本届世界杯48支参赛球队球衣由13个品牌供应,阿迪达斯、耐克、彪马三大品牌包揽其中37支球队的装备赞助。走进这三家的品牌旗舰店,世界杯球衣早早占据“C位”。除精心打造的宣传大片,各类球衣主题展也在各地陆续开展,持续造势升温。

世界杯是全球关注度最高的体育赛事之一,球衣则是品牌在这一舞台上最直接的表达载体。虽然世界杯的赛程只有一个多月,但球衣相关设计、市场布局早已启动。对于头部运动品牌,世界杯是展现企业形象和专业性能的绝佳秀场,对于以前不被人熟知的品牌,这更是难得的曝光机会。

在那些拥有深厚足球基因的品牌看来,世界杯球衣已不是一个短期设计项目,而是技术积累与足球文化长期沉淀共同作用的结果。有受访者打趣道:“世界杯4年一次,

但设计一件世界杯球衣,夸张一点地说,那就是一次4年。”

阿迪达斯为世界杯14支参赛队提供装备,其相关负责人告诉记者,从行业来看,世界杯球衣通常需要提前进入开发周期,涵盖设计、测试以及面向不同市场的落地,部分创意与文化构思则更早启动。这位负责人说:“球衣设计不仅是产品开发,更是对各地足球文化的表达。以2026年世界杯为例,设计工作其实始于3年前。我们与各足协、当地市场紧密合作。主场球衣以当地历史、视觉标识和文化元素为基础进行再设计,融合传统色彩、地标符号与经典记忆,呈现各地独特的足球精神。”

彪马在今年3月发布了11支世界杯球队的参赛球衣,品牌团队运动及篮球品类产品部负责人黄迪告诉记者,世界杯球衣作为品牌足球品类的标志性产品,具备极强的话题度与市场热度。

“球衣设计整套工作流程通常在赛事开赛24个月前正式启动。项目初期会明确各项技术标准,涵盖赛场竞技性能需求、新型面料研发方向等;随后开展面料筛选,敲定整套球衣整体设计基调。在此基础上,团队会完成多轮样品打版、细节迭代优化,全程持续对接球员、各国(和地区)足协相关合作方同步调整。”

从全球范围来看,世界杯周期内,球衣销量具备可观的市场潜力。阿迪达斯方面表示,从业务结构来看,世界杯球衣并非规模最大的单一品类,但在赛事周期内,是带动其足球业务增长的关键产品。作为年度最重要的品牌投入之一,世界杯也是品牌今年规模最大的市场活动,预计将为年销售额增长带来大约10亿欧元(约合人民币77.5亿

元)的增量。

值得一提的是,中资品牌卡美也首次亮相世界杯。新赛季巨队以及时隔12年重返世界杯的波黑队均身穿卡美球衣出战。

卡美品牌负责人吴沛江透露,本次世界杯球衣设计从接到任务到最终产品确认稿持续了10个月左右。这一时间段既涵盖品牌与球队的签约周期,也包括球队通过预选赛进入世界杯正赛的时间点,品牌要考虑这两个时间因素,以此来保证球队进入正赛后球衣的进度节点。

“对我们来说,世界杯球衣属于典型的赛事驱动型产品,并且这次也是品牌球衣首次进入世界杯视野,因此球衣销量占品牌全年总销量的比例,我们保守估计在1%到3%之间。”吴沛江说。

不仅是上游品牌方,对于各大经销商,世界杯同样具备强消费拉动效应。成立于南京的吾器酷是一家主营足球运动产品的经销商。他们告诉记者,从世界杯临近到开赛,球衣销量持续攀升,叠加此前的“618”电商大促,线上线下营业额同步走高。

“我们在去年底进行了世界杯球衣的首轮铺货,很快销售一空。英格兰、阿根廷、法国队的球衣销量是第一梯队,C罗、梅西、姆巴佩依然是最受欢迎的球星。世界杯的热度为门店带来大量自然客流,能带动足球鞋、护具、比赛用球等配套品类销售。不仅仅是世界杯,大大小小的足球节点性赛事都具备引流属性。在上赛季欧冠决赛开赛前,阿森纳队的球衣就‘卖爆了’。”吾器酷相关负责人表示。

吾器酷透露,根据过往经验,球队在世界杯上的成绩,会快速体现在终端球衣销量上。球队一旦战绩

出众,对应球衣常会供不应求;若队伍爆冷在小组赛早早出局,则极易形成库存积压。

“在世界杯开始前,我们就要对球队的成绩进行研判,从而决定备货量。举个例子,在阿根廷队2022年世界杯夺冠后,他们的球衣很快就被一扫而空,而一些球队小组出局,我们只能通过打折的方式减轻库存压力。”

如今,球衣已成为融合体育、文化与个性表达的载体。来自广东的杜莹莹就是一位球衣爱好者。每到世界杯周期,她除了收藏自己支持的西班牙队球衣,还会入手多款设计符合心意的球队战袍。据她介绍,在球衣收藏圈内,世界杯前夕一次性花费数千元入手多款球衣,早已是常态。

据杜莹莹观察,球衣与日常穿搭的边界感正在消失。早年球衣更多是球迷体现身份、彰显懂球的符号,近年逐渐成为日常出街的潮流穿搭单品。“女性消费群体规模大幅提升,德国、阿根廷、西班牙等队球衣都深受女性喜爱,甚至有人日常穿球衣上班。”

“即便非铁杆球迷,世界杯期间穿球衣也是融入赛事热点、贴合当下氛围的方式,是世界杯周期一种生活潮流,能带来身份认同感。”杜莹莹说。

一件世界杯球衣,一头连着品牌长达数十年的研发投入,规模庞大的全球体育消费市场,一头承载着各地独有的足球文化与万千球迷的情感寄托。4年一次的世界杯,不只是绿茵场上的竞技舞台,更是一条贯穿设计、制造、营销、终端零售、大众消费的完整产业链。球衣背后,藏着体育产业生生不息的商业与人文双重价值。

(新华社美国亚特兰大6月28日电)

2026年“鼓岭缘”中美青少年棒球友谊赛暨体育交流周开幕



6月29日,2026年“鼓岭缘”中美青少年棒球友谊赛暨体育交流周在福州开幕。本次活动以“跨越山海 拥抱未来”为主题,由中国人民对外友好协会、国家体育总局和福建省人民政府共同主办,中美8支青少年棒球队、“鼓岭之友”、飞虎队友谊学校学生、友城代表等约400人参加。

图为6月29日,演员在2026年“鼓岭缘”中美青少年棒球友谊赛暨体育交流周开幕式上演出。(新华社发)

2026年国际柔联柔道大奖赛(青岛站)落幕



6月28日,2026年国际柔联柔道大奖赛(青岛站)落下帷幕。

图为6月28日,中国选手阿依曼·金俄罗斯努尔(右)与以色列选手尤利·阿尔玛·米什纳在女子78公斤以上级铜牌赛中。最终,阿依曼·金俄罗斯努尔战胜尤利·阿尔玛·米什纳获得铜牌。(新华社发)

一投制胜 中国小将严子怡钻石联赛三连冠

新华社巴黎6月28日电 28日,刚满18岁的中国小将严子怡在田径钻石联赛巴黎站中,以第一投67米44的成绩夺得女子标枪冠军。至此,她在本赛季参加的3站钻石联赛分站赛中,均以“一投制胜”的方式收获冠军。

严子怡是13名参赛选手中年纪最小的,也是唯一一投出过70米以上成绩的选手。她当晚的对手中包括

巴黎奥运会冠军、日本选手北口榛花。

每名选手都先有3次试投机会,前三投进入前八名的选手会再获得3次机会,取最好的单次投掷为选手最终成绩。有8名选手第一投就投出了当晚自己的最好成绩,其中就包括严子怡和北口榛花。严子怡的67米44冠绝全场,北口榛花的63米01排名第二。

第二投中,塞尔维亚选手维拉戈斯投出63米83,超越北口榛花,但对严子怡的成绩毫无威胁。中国小将后三投选择休战,最终毫无悬念收下金牌。

本赛季钻石联赛,严子怡已参加过厦门站和奥斯陆站的比赛,均仅用一投便锁定冠军。她在厦门站投出了71米74的个人最好成绩和今年世界最好成绩,一举打破亚洲

纪录。这一成绩在该项目历史排行榜上高居第二,仅次于捷克名将斯塔科娃在2008年创造的72米28的世界纪录。

当天共决出14项钻石联赛冠军。新婚不久的挪威名将杜普兰蒂斯以6米13在男子撑杆跳高中称雄;世锦赛冠军、博茨瓦纳选手克比纳奇比以43秒54打破男子400米钻石联赛纪录夺冠。

中国体育仲裁委员会发布首批典型案例

新华社北京6月29日电(记者许仕豪)中国体育仲裁委员会日前在河北秦皇岛举办仲裁员履职培训班并发布首批体育仲裁典型案例。这是委员会首次面向社会发布案例,涵盖赛场判罚、运动员注册、比赛结果等体育行业多发纠纷类型。

本次发布的六起案例集中回应

了体育纠纷实践中受理标准、受案范围、规则适用等方面问题。会上,专家咨询委员会委员张笑世介绍了案例筛选和提炼过程,并对争议焦点和裁决思路作出说明。

委员会副主任、秘书长丁涛表示,发布典型案例有助于增强体育仲裁透明度和公信力,发挥行业指

导作用。目前,案例已通过委员会官网和微信公众号等渠道公开。

据介绍,委员会自2023年2月成立以来,已累计接收仲裁申请355份,受理案件227件,已办结201件,受案类型涵盖纪律处罚、比赛成绩、身份注册、青训补偿、工作合同等,涉及足球、冰球、冬季两项、田径等

多种运动项目。

培训班上,委员会还聘任自由式滑雪空中技巧奥运冠军徐梦桃为首位体育仲裁公益宣传大使。徐梦桃表示,体育仲裁为从业者搭建了专业、中立、便捷的维权渠道,“未来,中国体育仲裁制度会愈发成熟完善,体育仲裁事业会更加规范、更有温度、更有力量”。

U17男篮世界杯:

中国队末节“断电”负于加拿大队

新华社北京6月29日电 国际篮联消息,当地时间28日在土耳其伊斯坦布尔举行的U17男篮世界杯B组比赛中,中国队第四节遭逆转,以78:87负于加拿大队,前两战过后战绩为1胜1负。

张懿赵杰为中国队贡献21分、9个篮板、3次助攻,张宇辰得到20分、6个篮板、6次助攻,石洛豪和张

淳智各有13分进账,赵博新贡献了6分、10个篮板和8次盖帽。

开场后,加拿大队率先找到外线进攻手感,建立起21:9的领先优势。张宇辰替补登场后连续投中两个三分球,中国队在第一节结束时仍以15:23落后。

第二节开始后,张宇辰和石洛豪联手得到16分,帮助中国队把比分

反超为31:27。随后,张懿赵杰也开始发力,中国队在上半场结束时以42:37领先。前两节中,张宇辰三分球9投6中,赵博新送出5个盖帽。

第三节,中国队在攻防两端保持良好状态,张淳智、张懿赵杰手感火热。经过一番拉锯,进入第四节时中国队仍以63:58领先。然而,第四节中段中国队进攻屡屡受阻,

加拿大队打出一波16:0的高潮,在终场前2分41秒以80:67领先,中国队无力回天。

全场比赛,中国队在盖帽方面以12:3领先,但在篮板球方面以47:71落后。30日的最后一场小组赛中,中国队将对阵陶宛队。陶宛队在第二轮小组赛中以94:43大胜喀麦隆队,目前两战两胜。

WTT美国大满贯赛:

王楚钦顺利晋级

新华社洛杉矶6月28日电 世界乒乓球职业大联盟(WTT)美国大满贯赛首轮28日在洛杉矶打响,男单世界排名第一的王楚钦以3:0战胜队友周启豪,顺利晋级。

作为卫冕冠军出战的王楚钦迅速进入状态,4:0开局后以11:6迅速拿下首局。第二局,王楚钦在10:

8领先时被周启豪连追3分,但他还是顽强地以15:13再下一城。第三局,王楚钦打出11:3、3:0横扫对手。

“作为国乒‘内战’来说,谁赢谁输都很正常,因为大家水平都差不多。”王楚钦赛后表示,自己已经一段时间没有参加比赛了,很想看一段时间的训练成果,所以面对

这场比赛心态非常积极。

女单方面,世界排名第二的王曼昱当日迎战美国小将艾琳·叶。比赛没有任何悬念,王曼昱以11:5、11:3、11:4完胜。王曼昱赛后表示,当天是自己本次赛事的第一场比赛,对手是位“小朋友”,“自己状态还算正常,第一场比赛还是以适应场地为主”。

另外,蒯曼、石洵瑶晋级女单第二轮。林诗栋、陈垣宇闯过男单首轮。温瑞博/蒯曼在混双首轮中3:1击败澳大利亚组合林文政/刘杨子。

今年美国大满贯赛有两对“中美组合”参赛,但出战混双的覃予萱与美国搭档博塔以及出战男双的薛飞与美国搭档贾鲁哈均止步首轮。

赫哲人欢庆“乌日贡”



6月29日,2026年赫哲族乌日贡节在黑龙江市同江市八岔赫哲族乡乌日贡广场开幕。乌日贡在赫哲语中是欢乐喜庆之意,乌日贡大会是集民间文化、体育项目于一体的赫哲族节日盛会。

图为6月29日,赫哲族群众在活动现场进行民族传统竞技项目“鱼王角力”比赛。(新华社发)