

从买广告位到建设基础设施,从卖货到输出文化—— 中国品牌又几乎把世界杯“包”了

中国制造,又把世界杯包圆了。墨西哥城阿兹特克球场外,接送球迷的公交车,车头印着“宇通”。官方组建的800辆新能源接驳车队,中国品牌占比超95%,宇通一家就占了

85%。VAR (Video Assistant Referee) 视频裁判中心,裁判盯着看的屏幕,是海信的RGB-Mini LED。看台上,蒙牛的中文广告格外惹眼,球迷挥舞的旗帜和穿着的球衣大部分产自义乌。

开幕式上,两只穿着球衣的LABUBU走上了舞台,互相打闹,共同托起一枚大力神杯,看台上响起“LABUBU”的呐喊声。这是世界杯历史上第一个受邀登场的中国原创IP。开幕式

直播画面出来之后,泡泡玛特官方旗舰店599元的同款毛绒公仔销量很快破了1.8万件。“中国队首发:马宁和拉布布。”社交媒体上人们调侃道。



LABUBU 世界杯联名款 (CFP 供图)



6月10日,在义乌国际商贸城聚星动力全球IP官方授权门店,来自印度的外商在洽谈采购与美加世界杯相关主题产品。(CFP 供图)

从买广告位,到建设基础设施,从卖货到输出文化与审美,这一届的世界杯,中国参与的程度愈发纵深。

本届世界杯,有一批中国企业的名字没有出现在FIFA赞助商名单上,它们既没有在赛场广告牌上买位置,也没有在球星拍宣传片,但这届世界杯的实际运转,离不开它们。准确说是两类:一类在工程层,把球场建起来,把人送进去;一类在技术层,让赛事的数字神经系统运转起来。

把球迷从城市送进球场,墨西哥赛区用了两套系统。地面上是宇通的纯电动公交,800辆公交组成的新能源接驳车队,宇通一家占了85%,覆盖墨西哥城、蒙特雷、瓜达拉哈拉三赛区城市。轨道上是中国中车的轻轨列车,115列,开幕式主场馆的直达专线用的就是中车的车,世界杯期间日均载客量预计超过125万人次。

基础设施之外,不少消费品牌也借这场赛事赚得盆满钵满。

“我们在巴西市场的投影仪存货开赛前一天就售罄了。”TouYinGer相关负责人告诉记者。这家来自深圳的投影仪品牌,年营收过亿,今年世界杯开赛前,主推的爆款Q13W投影仪在巴西市场增长超9倍。

充电宝直接供电,正好覆盖一场球赛从开踢到结束的时间,专门面向户外观赛场景。这不是TouYinGer第一次参与世界杯了,2022年卡塔尔世界杯期间,TouYinGer在主要市场的增长就约为两倍,为了在本届世界杯继续发力,他们很早就开始做各种布局。比如,在仓储备货方面,由于中国到巴西海运时效大概在两到三个月,为了赶上这次世界杯,他们早在三月份就把货备进了巴西仓。

为了大屏观赛,投影仪、大屏电视增长快速。比如投影仪品牌Magcubic在西班牙某款爆品增长就达90倍。为了观

赛更有沉浸感,许多海外市场掀起一波耳机购买潮。高保真耳机品牌KZ在巴西市场增长12倍,据负责人Tina描述,开赛前一周咨询量就明显上来了,特别是拉美消费者,很多人跑来问观赛音质如何,是否方便户外携带。头戴耳机品牌MCHOSE增长10倍。

世界杯的户外场景还带动了储能设备的需求。储能品牌ECO-WORTHY在美国增长50倍,ALLPOWERS热门单品在欧洲市场增长4倍。

不同国家的消费者在本届世界杯的需求差异也越来越明显。

据速卖通数据:美国球迷偏爱边看球边烧烤,食品夹、西瓜刀、烧烤清洁刷等厨房用品增长1至5倍;西班牙球迷为应对户外高温,集中下单烟花水枪等消暑用品;墨西哥球迷热衷收集世界杯徽章、钥匙扣、应援头巾和定制旗帜,周边周边增长4倍,足球用品增长7倍;波兰球迷则趋势提升球技,足球控球绳等训练装备增长超2倍。

同样在这届世界杯里,泡泡玛特还完成了一件之前很少中国品牌做过的事。6月11日开幕式上,两只穿着球衣的LABUBU走上了世界杯的舞台——这是世界杯历史上第一个受邀登场的中国原创IP。在此之前,今年5月它已经出演了世界杯官方单曲MV,成为世界杯历史上第一个登上官方MV的潮玩IP。

做体育文化营销的还有不少品牌。瑞幸锁定了西班牙队和葡萄牙队,库迪拿下阿根廷授权,王者荣耀签约哈兰德,东鹏旗下补水啦品牌签约姆巴佩。

中国消费品牌在这届世界杯里集体追求流量,逻辑清晰:世界杯球星是全

中国制造撑起赛事骨架

同时也是VAR视频裁判系统的显示设备供应商。海信的RGB-Mini LED屏幕被装进了达拉斯IBC国际转播中心和VAR视频裁判中心,FIFA主席因凡蒂诺开赛前专程去体验过这套系统。VAR容不了色偏和动态模糊,越位的那几厘米、手球的那一帧,都要看得清楚。除海信外,联想同样也提供了许多技术支持。据数据,全部16座球场部署超过17000台联想和摩托罗拉设备,派驻200多名工程师;FIFA技术指挥中心和赛事运营中心跑的是联想的服务器和AI架构;裁判判定越位、向球门解释判罚时看到的3D球员建模画面,技术来自联想。

还有一批名字更陌生的公司,但已

是世界杯的老面孔。洲明科技是2022年卡塔尔世界杯唯一入选的中国LED大屏供应商,美加墨这一届延续了核心供应商身份;艾比森已连续五届成为世界杯的LED显示屏供应商,其为加拿大温哥华BC BC体育馆(承接本届世界杯7场赛事)交付了中央LED漏网屏,总面积超600平方米,是目前加拿大最大的中央悬挂式显示系统。

把这些企业放在一起可以看出,中国在这届世界杯基础设施层的覆盖是完整的:地面交通、轨道交通、工程建设、判罚显示系统、赛事IT和场馆LED显示。几乎每一个环节都有中国企业的身影出现。

值得一提的是,北京时间6月11日晚,欧洲央行公布最新利率决议,如期加息25个基点,成为年内首家重启加息的全球主要经济体央行;欧洲央行宣布,将存款机制利率、主要再融资利率以及边际贷款利率均上调25个基点,加息后三大关键利率分别报2.25%、2.40%、2.65%。

此次加息是欧洲央行自2023年9月以来时隔近3年的首次加息。对于这份决议,各方此前已有预期。在当晚发布的声明中,欧洲央行表示,当前欧元区发展前景仍不明朗,通胀存在上行风险,而经济增长则面临下行风险。(证时)

球迷的钱进了他们的口袋

球流量密度最高的商业资产,联名是进入海外消费者视野成本最低的杠杆。当然,也少不了义乌。全球球迷手里的旗帜、小喇叭、应援头巾,依然大多数来自义乌。有数据称,本届世界杯,义乌商家的相关订单比上届增长了20%到30%,部分商家订单更是暴涨五倍。许多工厂连轴转,义乌国际商贸城约8万个商铺里,有相当一批在赶制世界杯周边。

这届世界杯还没打完,但中国出海的这张成绩单已经很清楚了。从墨西哥城的中车轻轨,到球场裁判室里的海信屏幕,从巴西球迷装修了专门一间房只为放TouYinGer的投影仪,再到开幕式舞台上的LABUBU。这些事情叠在一起,说明中国企业出海这件事,正在变得更深、更广、更立体。(海望)

全球最重要的气候信号之一,已明确。6月12日,国家气候中心发布消息,赤道中东太平洋已于2026年5月正式进入厄尔尼诺状态。目前赤道中东太平洋海温仍呈现继续升高趋势,夏秋季将发展成为一次中等及以上强度的厄尔尼诺事件,发展成为强事件的概率正在增大,于秋冬季达到峰值。

同一日,据央视新闻报道,美国国家海洋和大气管理局11日宣布,热带太平洋已形成厄尔尼诺现象,并发布厄尔尼诺预警。该机构表示,目前预测太平洋厄尔尼诺监测海域温度高于常年平均水平2摄氏度的概率为63%。如果未来达到2摄氏度的阈值,该机构将认定为“极强厄尔尼诺”事件。

公开资料显示,厄尔尼诺每2至7年发生一次,单次持续9至12个月,核心影响是重构全球降水与干旱分布格局。历史气候模型预测,巴西北部、澳大利亚、印度、南部非洲将遭遇持续干旱,南美南部、美国、东非降雨显著偏多。此外,2000年以来全球已发生8轮厄尔尼诺事件。

值得注意的是,历次极端气候均通过大宗商品供应链传导至宏观经济与资本

市场。国海证券策略研报指出,厄尔尼诺带来的全球旱涝失衡将拖累各国经济增长,农作物减产引发的供给缺口推升商品价格,催生“天气通胀”,食品消费占比高的经济体通胀压力将显著加大;而暖冬预期削弱原油取暖需求,能源价格下行可对冲部分农产品通胀压力,大类资产呈现明显分化格局。

从历史价格规律来看,国盛证券复盘多轮厄尔尼诺周期后表示,白糖、棕榈油、天然橡胶、棉花四大农产品涨价逻辑清晰。白糖价格在6年一轮的周期规律,2009~2011、2014~2016、2020~2023三轮上行周期最大涨幅分别达78%、55%、39%,2026年白糖已显现周期底部特征;棕榈油价格高点滞后气候指标峰值4个季度,天然橡胶价格高点则滞后4至5个季度。

极端天气来袭,厄尔尼诺冲击全球供应链。厄尔尼诺现象扰动出现“北旱南涝”,火电发电量及动力煤需求或将提升。可以关注白糖、棕榈油、橡胶、棉花、煤炭、电力相关公司及行业ETF。

国泰海通证券则从消费端挖掘机会,认为在“避暑、亲子、长线、自然风景”需求叠加下,具备清凉资源禀赋的目的地有望获得更显著暑期客流弹性。此外,极端天气可能加大局部电力供需波动,消费级储能板块需求有望受益。

不过,浙商证券提醒,在多头仓位高度拥挤的共识环境下,必须高度防范预期超调与宏观总需求共振塌陷的尾部风险。鉴于厄尔尼诺定价呈现出明显的“预期先行”与情绪超调特征,一旦宏观经济层面发生未被定价的预期差,可能引发高拥挤度多头仓位的无序踩踏,因此,后市构建交易应当由“讲故事”转向“看现实”,紧密跟踪中游供需硬数据与右侧交易验证信号。(21世纪)

厄尔尼诺冲击全球供应链

厄尔尼诺现象扰动出现“北旱南涝”,火电发电量及动力煤需求或将提升。可以关注白糖、棕榈油、橡胶、棉花、煤炭、电力相关公司及行业ETF。国泰海通证券则从消费端挖掘机会,认为在“避暑、亲子、长线、自然风景”需求叠加下,具备清凉资源禀赋的目的地有望获得更显著暑期客流弹性。此外,极端天气可能加大局部电力供需波动,消费级储能板块需求有望受益。不过,浙商证券提醒,在多头仓位高度拥挤的共识环境下,必须高度防范预期超调与宏观总需求共振塌陷的尾部风险。鉴于厄尔尼诺定价呈现出明显的“预期先行”与情绪超调特征,一旦宏观经济层面发生未被定价的预期差,可能引发高拥挤度多头仓位的无序踩踏,因此,后市构建交易应当由“讲故事”转向“看现实”,紧密跟踪中游供需硬数据与右侧交易验证信号。(21世纪)

中方反对美方无理打压中企

本报讯 针对美国国防部将部分中国企业列入“中国军事企业清单”,中国商务部新闻发言人13日表示,中方对此强烈不满、坚决反对。

发言人称,美方罔顾中美两国元首北京会晤共识,无视中美经贸关系大局,不断泛化国家安全概念,滥用国家力量,对中国企业进行无理打压,美方做法严重破坏国际经贸秩序,严重危害全球产业链稳定,严重损害中国企业正当合法权益。

发言人说,中方敦促美方立即停止错误做法,立即撤销有关措施,回到构建中美建设性战略稳定关系的正确轨道上来,为中国企业提供公平、公正、非歧视待遇。否则,中方必将坚决有力反制,由此产生的后果和责任完全由美方承担。

美东时间6月8日,美国国防部将多家中国企业列入“中国军事企业清单”。

6月9日,比亚迪、阿里巴巴、百度、药明康德、蔚来等企业发布公告,均表示该认定无依据。(中新)

“央行超级周”来袭

本报讯 本周,全球金融市场迎来“央行超级周”。其中,美联储新任主席凯文·沃什将迎来其任期内首场联邦公开市场委员会会议。市场希望借此了解沃什未来的政策目标,以及他是否会开始推动美联储改革计划。

根据日程安排,美联储将于北京时间6月18日(本周四)凌晨2点公布利率决议和经济预期摘要,市场普遍预期利率将维持不变。伦敦证券交易所集团的定价数据也显示,美联储加息的概率极低。但受近期就业数据和美国韧性及中东冲突引发能源价格冲击等因素影响,市场对美联储年内后续加息的预期有所升温。

在利率决议发布半小时后,沃什将召开其首场货币政策新闻发布会。市场希望借此了解沃什未来的政策目标,以及他何时开始推动美联储改革计划。目前投资者讨论的潜在改革议题包括:缩短FOMC声明篇幅、取消利率“点阵图”,以及减少主席新闻发布会频次。

与此同时,日本央行的议息会议也备受全球金融市场高度关注。目前市场一致预期,日本央行将于6月16日开启本轮紧缩周期的第五次加息操作,预计将政策利率从0.75%上调至1.00%,这一利率水平将创下日本近31年来的最高纪录。

受霍尔木兹海峡航运受阻的影响,全球能源供应链承压,国际油价持续高位运行,日本央行政策制定者愈发担忧通胀会产生二次传导效应,从能源领域扩散至全行业,引发全面物价上涨,这是日本央行加息预期持续升温的主要原因。

值得一提的是,北京时间6月11日晚,欧洲央行公布最新利率决议,如期加息25个基点,成为年内首家重启加息的全球主要经济体央行;欧洲央行宣布,将存款机制利率、主要再融资利率以及边际贷款利率均上调25个基点,加息后三大关键利率分别报2.25%、2.40%、2.65%。

此次加息是欧洲央行自2023年9月以来时隔近3年的首次加息。对于这份决议,各方此前已有预期。在当晚发布的声明中,欧洲央行表示,当前欧元区发展前景仍不明朗,通胀存在上行风险,而经济增长则面临下行风险。(证时)

SpaceX 上市首日涨近两成 马斯克成全球首位万亿美元富豪

本报讯 美国太空探索技术公司(SpaceX)12日在纽约纳斯达克证券交易所上市。创始人埃隆·马斯克个人净资产随之突破1万亿美元,成为全球首位万亿富豪。

当天,SpaceX以每股135美元的发行价挂牌,其首次公开募股(IPO)募资总额达到750亿美元,创美股史上最大IPO规模纪录,对应公司估值约1.77万亿美元。该股正式开盘报150美元,较发行价高出11.11%。

受市场对商业航天、卫星互联网及人工智能基础设施发展前景的乐观预期提振,SpaceX股价上市首日连续上涨,盘中一度突破176美元。截至收盘,该股报161.11美元,涨幅19.34%,公司市值升至2万亿美元以上。

马斯克在得克萨斯州星际基地SpaceX总部举行的同步敲钟仪式上说,SpaceX从一家设在仓库里的小公司成长到如今规模,发展速度令人难以置信。公司的目标很简单,就是让所有梦想进入太空的人都有机会实现这一梦想。

“无论你们是谁,SpaceX都希望带你们去月球、去火星,并最终前往更遥远的深空。”马斯克表示,公司的宗旨就是,将科幻变为现实,为所有人创造一个激动人心的未来。

SpaceX由马斯克于2002年创立,业务涵盖航天发射、卫星互联网和人工智能等领域。根据公司披露文件,马斯克持有SpaceX超过40%的股份。除此之外,他还持有美国电动汽车制造商特斯拉公司的股份。(中新)