

# 广东设计“踢”进世界杯 完整产业链成强大支撑

### 广东制造商眼中的世界杯生意：靠创意才能脱颖而出

## 制造业粤精彩·粤进世界杯

### 开栏语

制造强，则经济强。以实体经济为本，坚持制造业当家，是广东作为经济第一大省的坚定路径。展望未来，广东加快数字经济与实体经济深度融合，仍将奋力向制造强省继续迈进。羊城晚报今日起推出《制造业粤精彩》栏目，以制造业之眼深读行业热点，探寻广东制造高质量发展之路。

卡塔尔世界杯吉祥物拉伊卜，形象灵动简洁，张开两翼追逐足球时活像一张“饺子皮”，借广东设计制造之手，拉伊卜从一张平面图蜕变为可以握在手中的毛绒玩具，连鼻梁、嘴型等细节都得到生动复原。

诞生于1971年的大力神杯，刻画出让令人激动的胜利瞬间。广东东莞的礼品企业把卡塔尔地图和8座球场元素融入限量版“大力神杯”纪念品中，为经典形象增加了新内涵。

为了“踢好”进世界杯纪念品市场的临门一脚，广东制造企业在强化开发设计、拓展销售渠道和整合供应链方面蓄力已久。



车企文化设计的吉祥物手办

广东车企文化发展有限公司(简称“车企文化”)负责拉拉伊卜毛绒玩具进行二次开发，负责人陈雷刚对羊城晚报记者坦言：“世界杯是一个非常大的生意，有非常大的影响力，谁都愿意干，但并不简单。”而作为限量版“大力神杯”的生产商，东莞玮光礼品有限公司(简称“玮光礼品”)国际事业部经理黄钰刚也表示，与世界杯结缘的过程，也是企业从代工走向设计销售的蜕变历程。

### 为世界杯吉祥物“安上”鼻梁

作为世界杯的“气氛担当”，世界杯周边产品也带动了周边纪念品销量；而60%的世界杯周边纪念品均为中国制造。其中，除了大众熟悉的义乌制造外，广东制造的纪念品也成为卡塔尔世界杯的一抹亮色。

经历多个版本改良，追求造型的高还原度，是广东设计制造的世界杯纪念品备受青睐的原因。

今年4月，卡塔尔和国际足联揭晓了卡塔尔世界杯的官方吉祥物拉伊卜，而车企文化也正式启动了毛绒玩具的设计项目。彼时展现在设计人员面前的，只有一张平面设计图和抽象的设计理念。在此后的一个半月内，车企文化一共对毛绒玩具形象进行了8次工艺改良。

从平面“饺子皮”到可触可感的毛绒玩具，陈雷刚介绍，公司首先要对平面图进行转化，构建出3D模型，再进行3D打印。透过模型，设计人员可以准确把握毛绒玩具各部分的比例，再有针对性选择材料，最后交由工厂打样。

建模、3D打印、选材、打样……如此循环往复，才让车企文化在全球30余家企业的角逐中脱颖而出。

在陈雷刚看来，广东设计的毛绒玩具形象能够成功的关键，

在于为拉伊卜“安上”鼻梁，他们在玩具内部加装小布袋，充入棉花拉紧，形成凸起的鼻梁，显著提升了面部的立体感。“我们也突出了微笑的嘴角，让整个面部的表情更丰富，整个形象看起来非常生动。”陈雷刚介绍。

玮光礼品具有全球唯一官方授权生产限量版“大力神杯”的资格。黄钰刚对羊城晚报记者表示：“限量版‘大力神杯’是有故事的，它蕴含了很多世界杯的文化元素，手工皮质外壳既有展示的功能，也有收藏的功能。”皮质外壳上刻有历届世界杯冠军的国家和夺冠年份，还呈现了卡塔尔的地图和世界杯的8个球馆，并运用卡塔尔世界杯的元素制作了压纹，将卡塔尔的中东文化和世界杯的足球文化融为一体。

### 拿下世界杯授权 专案倒逼企业发力

据广州海关统计，今年10月以来，有挂饰摆件、运动服装、鞋帽、抱枕等“广东制造”的世界杯商品走出国门，广州白云机场口岸已出口卡塔尔世界杯相关产品37批次，货值超过1650万元。

在“闯进”世界杯的小商品背后，广东制造企业不断提升自身设计和制造能力，积极响应市场需求，抢抓全球体育经济复苏机遇。

“与卡塔尔世界杯组委会的合作洽谈是从2015年开始的，最初还没有计划承接制作世界杯吉祥物的工作。”陈雷刚对记者表示。此后，车企文化相继为2015年苏迪曼杯、2019年篮球世界杯、2019年多哈世界田径锦标赛和2019年阿拉伯杯设计开发了吉祥物。通过这些年大赛不断积累设计经验，设计成果也让组委会产生了信任，并最终将吉祥物周边产品交给他们来开发打样。

生产限量版“大力神杯”的玮光礼品则是一家提供全球礼



玮光礼品工人在描画“大力神杯”摆件细节

品、国际知名品牌金属饰品及配件的公司，与体育赛事结缘于1994年，当时是通过贸易商接单，为世界杯生产产品；2010年才正式获得国际足联(FIFA)授权，但产品销售范围仅限于中国；2014年，其产品获得全球16个国家和地区销售的授权；2018年，授权范围进一步扩大到除举办国之外的全球100多个国家和地区；2022年，拿到全球包括赛事主办国的销售授权，这一授权将延续至美国、加拿大、墨西哥合办的2026年世界杯。

不断增加的商品授权数量和持续扩大的商业版图，也在倒逼玮光礼品建立起与之相匹配的设计和制造能力，这对一家传统制造企业而言绝非易事。

2010年以自己的品牌拿下世界杯授权专案，是重要里程碑。授权专案包括了最初的创意构思、要根据金杯、会徽、吉祥物等基本元素进行设计开发、打样生产，把它延伸为能卖出去的产品。黄钰刚对羊城晚报记者回忆说：“一开始我们都是做代工，2008年作为北京奥运会的官方特许授权商成立了设计部，可以自主设计，直到我们有能力拿下这种授权的专案。卡塔尔世界杯对我们的意义，与其说是挑战，不如说是一次学习。”

“我们一直在做外贸，但中东地区对我们来说还是比较陌生的，以世界杯授权产品的销售为契机，我们也算是开拓了

一片新天地，冲出了比较好的销售业绩。”黄钰刚介绍，玮光礼品的销售人员早在半年前就到中东地区深耕，拓展经销商和零售网络。深耕销售端，也让玮光礼品对世界杯纪念品市场形成敏锐嗅觉。黄钰刚介绍，在生产前期，企业与国内外的经销商进行了初步沟通，结合经销商的销售目标和感兴趣的品类安排生产，提前备货；在生产中期也及时跟进，根据销售情况追加订单。

### 产业链通力合作 共享世界杯“蛋糕”

羊城晚报记者注意到，广东制造企业能够分享世界杯“蛋糕”，不仅依托于企业自身的转型升级，更得益于本土传统产业聚集的通力合作和优势互补。

以获得世界杯产品授权的车企文化和玮光礼品为例，背靠的是广东东莞玩具制造业的产业优势。东莞玩具企业凭借多年的生产环节经验积累，培育起“原创IP+设计生产+销售”的产业闭环，甚至大步进军潮玩市场。

在世界杯吉祥物拉伊卜纪念品的诞生过程中，东莞本土完备的玩具产业链为创意的高效落地提供了物质条件。陈雷刚就对羊城晚报记者透露，车企文化主要负责拉伊卜形象的把握，与他们合作的另外5家东莞企业负责打样生产。其中就

有来自东莞石排镇的潮玩企业东莞市德伸科技有限公司，他们经过16年的技术沉淀，旗下已经孕育出Laura劳拉、AN-GLÉ BOY天使男孩等知名IP。作为纯粹的设计创意企业，陈雷刚这样看待车企文化的优势：“东莞当地汇集了非常多的熟练工人，能够依据经验对产品提出宝贵建议；同时，因为文创产品的品类非常多，可能有上千种，涉及的行业也非常多，比如电子、塑胶、五金等，我们的技术人员基本都具备了跨界知识，能够准确地把握、回应客户需求。”

实际上，即便是玮光礼品这样的传统礼品制造企业，也在运用本土产业链优势，提升自身供应链整合的能力。

“对礼品行业而言，广东的材质供应非常齐全，加工工艺也很成熟。”黄钰刚以限量版“大力神杯”为例介绍，产品主体是五金材质，底座由水晶制成，普通版用的是亚克力底座，限量版外壳采用手工皮革，大部分的原材料在东莞周边都能找到。

黄钰刚表示，以世界杯的产品为媒介，玮光文化接触到不同国家和地区的经销商和授权商，其中很多人并没有自己的生产资源，只能外包给别人生产，而玮光文化凭借自主设计开发到生产的供应链整合能力，也因此拓展了“新生意。”“我们和一些经销商、授权商合作，根据他们的设计，帮他们完成原材料供应和生产环节的搜寻。”

## 九江银行广州分行 深入学习宣传贯彻党的二十大精神

近日，九江银行广州分行组织开展了多形式、多层次、全覆盖的传达学习实践活动，专题学习党的二十大精神，并将传达学习贯彻党的二十大精神作为该行当前和今后一个时期的首要政治任务。

该行召开党委理论学习中心组(扩大)学习会议深入学习党的二十大精神，并成立了学习宣传贯彻党的二十大精神宣讲团，前往各党支部开展宣讲活动。各党支部把学习党的二十大精神作为重中之重，制定计划、列出专题，在做好防疫措施的前提下，充分利用“三会一课”、主题党日等形式，组织了集中学习，进行了深入研讨，实现基层党组织全覆盖、党员全参与。

党的二十大报告指出，建设现代化产业体系，坚持把发展经济的着力点放在实体经济上，推进新型工业化，加快建设制造强国、质量强国、航天强国、交通强国、网络强国、数字中国。该行始终坚持把党的二十大精神转化为指导实践、推动工作的强大力量。坚持以“高质量党建引领高质量发展”为指导方针，聚焦“调结构、优资本、控不良、稳增长”十二字方针，积极贯彻落实国家宏观政策和监管导向，进一步强化对小微企业、制造业、产业链、绿色产业、民办医院学校、乡村振兴、个体工商户和新市民等重点领域金融服务。坚守本源，扎根广州服务本地，不断提升金融服务实体经济质效。(戴曼曼)

### 上投摩根基金王大智：全球资管行业新形势下的三大趋势

11月23日，由中国证券报主办的“2022中国银行保险业财富管理论坛”成功举办。上投摩根基金总经理王大智受邀参加并发表演讲。王大智表示：“当前全球资管行业呈现出三大趋势：一是全球资管行业短期面临缩水，但长期增长趋势不变；二是中国仍将是下个十年全球资管发展的主阵地；三是投资的ESG化。”展望未来，王大智强调，在经历波折后，全球资管行业将迎来全新的机遇并破浪前行，而中国将扮演更重要的角色。(杨广)

### 中欧成长先锋正式成立

经历阶段性震荡调整后，近期A股市场逐步反弹，基金发行市场迎来“暖风”。11月23日，拟由中欧基金产业趋势投资专家刘伟担任的中欧成长先锋混合型基金正式成立。据基金合同生效公告显示，该基金首次公开募集规模已逾11.5亿元，认购户数超过2.6万，成为当前权益类基金发行市场中的一抹亮色。

据了解，中欧成长先锋混合型基金是由中信金控资产管理子公司下设的优品工作室和中欧基金共同甄选、联合发行的第六只“中欧优品”。(杨广)

### 金融部门打出“组合拳”稳定楼市，土地市场年底再推新——

# 广州第四轮集中供地将推六宗靓地

文/羊城晚报记者 陈玉霞

经历了三轮集中供地，广州的土地市场在年底还将推新。日前，广州市规划和自然资源局刊登了《国有土地使用权网上挂牌出让公告》，从中可见，广州共有6宗用地将在12月15日集中出让，起拍总价约244.6亿元。

据悉，这6宗地块总宗地面积为69.3万平方米，总建筑面积为106.3万平方米。从分布来看，海珠、白云、黄埔和番禺各区各有1宗，天河区则有两宗，成为此轮供地的绝对主力；白云区此宗地块则为安置房地。

与今年的前三轮集中供地宗数相比，第四轮集中供地的供应宗数最少，但是，本轮供地的质量都比较高，故该批用地的市场风向标意义也比较明显。

为保持房地产市场融资平稳有序，中国人民银行、中国银行保险监督管理委员会近期联合发布了《关于做好当前金融支持房地产市场平稳健康发展工作的通知》，出台多项措施；同时，中国人民银行还鼓励用好民营企业债券融资支持工具，支持民营企业发债融资。



广州第四轮供地仍有中心区优质地块推出 羊城晚报记者 陈秋明 摄

### 海珠区 滨江西宅地断供近十年后上新

海珠区此次推出的滨江西路256号AH010502地块，用地面积只有4717平方米，建筑面积仅19450平方米，可谓“迷你型地块”。尽管如此，因该地块位于滨江西路，且能一线望江，属于近年来该板块内罕见的新增宅地，故其起始楼面地价达42120元/平方米，是本轮供地中第二高地价的用地。

今年已完成的前三轮集中供地中，海珠区推出了琶洲片区、鹤洞大桥南广州碎片场南片区、广州大道南788号一期、洛溪桥西侧等地块，均顺利完成。其中，广州大道南地块以48395元/平方米的楼面地价刷新了广州地价排行榜前十名地位，位列第七名。第三轮集

### 天河区 两宗大规模用地挑大梁

本次天河区挂牌了天河区AT02081111地块、天河区AT0507033地块两宗用地，合计起始价约149.19亿元，占本轮总起始价六成多，可谓此轮供地的挑大梁者。

#### 地块优势明显 但对资金要求较高

这两宗用地的条件和地理位置都有优势。AT0507033地块(即中铁物流园地块，内有两处历史建筑)，东临天河智谷，西临大型社区汇景新城，距离穗莞深城际石牌站200米；AT02081111地块(即梅花铝厂地块)，临近地铁3号线梅花路站，出行方便，周边的生活配套也已比较完善，今年第二轮集中供地时经摇号成交的天河燕塘三地块与它仅一路之隔。

两宗用地除了有地理优势外，占地面积分别有15.5万平方米和7.4万平方米，规模较大，使得两宗用地起拍总价比较高，其中中铁物流园地块的起拍总价高达95.6亿元，为此轮供地中起拍总价最高。这对房企资金实力要求非常强，业内预计它极有可能被底价拿下。

### 海珠区 滨江西宅地断供近十年后上新

中供地结束后，广州宅地地价前十名中已有六宗用地来自海珠区。

#### 优质地块 变身高端项目陆续上市

物流园地块和梅花铝厂的起拍楼面地价分别是45819元/平方米和37622元/平方米，前者已经直接进入广州地价排行榜前十。梅花铝厂对面的燕塘三地块，今年成交的楼面地价已达50842元/平方米。相对没那么热门的天河区育新街南侧AT0304011-1地块，此前成交楼面地价也要32373元/平方米。

就四季度而言，随着今年成交地块的陆续“变身”上市，及旧有成熟地块项目的推售，天河区的整体均价仍有结构性向上的压力。例如，燕塘三地块上的和樾府、中山大道上的珠江天郡，两者成交价都达10万元/平方米。同时，随着新品供应偏向中等及大户型，在售的中小户型逐渐减少，该区域的置业门槛恐变得更高。(羊城晚报记者 陈玉霞)

### 番禺区 国际创新城再添宅地

番禺区此次推出了位于南村镇的兴业大道南侧地块(以下简称“南村地块”)，该宗地位于国际创新城，建筑面积超过22万平方米，是这次推出的六宗地中建筑面积第二大的，仅次于白云区龙归地块。

### 黄浦区 长岭居地块起拍地价和周边地价持平

黄浦区此次将出让CPPQ-A5-1地块(以下简称“长岭居地块”)，该地块位于黄浦区外环东路以东、长岭居西线以北，在金融街·融德御府东南边。

长岭居地块总建筑面积21.93万平方米，容积率3.55，起拍价37.9亿元，折合楼面地价为17287元/平方米，和周边近一年内拍出的地块起拍价接近。和之前拍出的三宗地一样，这次推出的长岭居地块也需要在本地块建设计容建筑面积10%(21927平方米)的政策性住房，扣除这部分住房后，可售住宅的楼面地价为19207元/平方米，另外竞得者还需要无偿配建学校，所以实际地价还要更高一些。

长岭居板块开发时间接近10年，目前板块已经较为成熟，除了坐地地铁需要换乘有轨电车以外，其余教育、医疗配套已相对齐全，加上部分楼盘会带有大型商业配套，未来该板块商业配套方面的瓶颈也将被解决。

该板块目前的在售楼盘以改善型楼盘为主，广开控股·城投·云锦、龙湖·揽境和中治·逸璟合卖的都是120平方米以上的大中户型，前两者单价分别约为4.5万元及3.8万元，后者推出的是类似叠墅这样的大单位，最小的单位建筑面积168平方米，单价约6万元。在售面积较小的五矿壹台，售价约3.65万元/平方米。(羊城晚报记者 梁栋贤)

长岭居板块目前在售产品以改善型为主 梁栋贤 摄

即将推出的番禺南村地块周边不少一手楼项目 梁栋贤 摄