



柯永祥:把卡尔美带到世界每一个角落

本报记者 柯雅雅 陈巧玲

近日,来中国进行国事访问的西班牙国王费利佩六世在成都出席了中西经贸论坛交流活动。交流活动期间,卡尔美体育用品董事长柯永祥向费利佩六世赠送了巴塞罗那奥运会纪念衫,介绍了卡尔美品牌的国际并购项目。

从外贸营销到品牌运作,选择了便无可畏惧,只需勇往直前。正因为这个原因,柯永祥让卡尔美被更多的人所熟悉,也正因此,卡尔美打开了更多市场。

扩大市场份额

柯永祥令卡尔美在短短几年的时间里成为中国足球领域的一匹黑马,也让这个西班牙老品牌重新焕发生机。近年来,卡尔美的势力版图进一步扩大,从校园足球到业余比赛,到职业联赛,再到国际顶级赛场。

“加深足球领域的专业性同时,更进一步向跑步、篮球、网球、大型综合体育赛事延伸。我们的终极目标是要让卡尔美家喻户晓。”柯永祥表示:“初期我们已经让这个品牌在专业领域、综合领域占有一席之地,现在是卡尔美品牌发展的中期阶段,我们想要在专业基础上扩大它的市场份额,走进大



众生活,我们的终极目标是要让卡尔美家喻户晓。”

有这样的雄心,柯永祥并不是没有底气,毕竟自从2014年收

购卡尔美后,在柯永祥的操盘下,卡尔美在中国市场的独特性、快速扩张,让庞大的球迷记住了这个品牌。

善用体育营销

“现在跟过去的优势不一样,以往中国企业往往是以价格和服务来赢得国际市场。但现在是要通过产品文化来提升品牌的国际认可度。”柯永祥表示。

或许,如果没有柯永祥当时的决定,卡尔美这个有着近60年历史积淀的品牌在中国的市场的知名度、占有率并不会有今天的成就。

如今回头来看,柯永祥用“不算冒险,当然现在来说肯定是正确的一个决定”来形容2014年收购卡尔美中国所有权这一举措。“毕竟当时我们也做了最坏的打算,收购

后即使运营不成功,那就回去走老路子从事国际贸易。”对于柯永祥而言,既然有了“万一失败”后的兜底,便也没什么可畏惧的,剩下的只要勇往直前去。

回忆起当年的决定,柯永祥有些轻描淡写,但这并不意味着他的盲目。“其实做外贸代工企业发展得很快,但同时似乎也让我看到了,在一样的商业模式中不断重复,这其实不是我所希望的未来。”骨子里透着一股不安于现状的柯永祥也注意到市场的变化,“那个时候整个体育消费市场,零售端的消费是在不断上升的,这对于我们而言就是一个机会。”

当然,收购卡尔美在中国的品

牌所有权,无论在品牌运营还是未来布局方面,柯永祥都有自己的看法,“足球文化的输出是与五大联赛并行的、是扎根欧洲的,虽然我们可以做出专业的产品,但国内缺乏打造足球品牌的文化土壤。”柯永祥打了个比喻,没有合适的土壤,移植过来的花草树木不能生存,那最为迫切的就是要解决土壤的问题,“没有的话,那就创造出来。”

以中甲联赛为切入口,赞助大量足球赛事,是柯永祥的决策。柯永祥将卡尔美的足球基因与其自身的生产优势结合,借用体育营销提高品牌知名度,卡尔美迅速打开中国市场,一跃成为最受中国足球爱好者欢迎的运动品牌之一。

提升国际认可度

卡尔美在中国市场成长速度之快,超乎市场预期和想象。2018年柯永祥以卡尔美(中国)有限公司的名义与卡尔美品牌所属的西班牙公司签署并购协议,卡尔美中国实现绝对控股。从所有权角度看,卡尔美已经是一个严格意义上

的中资控股的国际运动品牌。这一切的转变,只用了区区4年时间。

“现在跟过去的优势不一样,以往中国企业往往是以价格和服务来赢得国际市场。但现在是要通过产品文化来提升品牌的国际认可度。”柯永祥表示。

对于柯永祥这位生于晋江长于晋江的人来说,他希望手中的

卡尔美能够从晋江再出发,“从一个代工厂到收购世界品牌,从世界的代工厂到世界品牌的拥有者,我们要把卡尔美带到世界每一个角落。”

2024年,卡尔美与亚足联的五年续约,将合作范围从国家队赛事扩展到女足、青训等全领域,标志着卡尔美从装备供应商升级为亚洲足球生态的共建者。

1—10月 泉州进出口破2000亿元

本报讯(记者 蔡明宣)日前,记者从泉州海关获悉,今年1—10月,泉州市外贸进出口额达2000亿元(人民币,下同),其中,出口1411.9亿元,进口604.6亿元。10月当月,泉州市外贸进出口额174.6亿元,同比增长5.7%。作为泉州外贸的核心板块,晋江凭借鞋服、纺织机械等优势产业,为泉州外贸平稳发展注入关键动能,凸显强劲产业韧性。

从贸易方式看,保税物流与加工贸易“双增长”的背后,晋江企业贡献显著。1—10月,泉州以一般贸易方式进出口1576.1亿元,占比78.2%;保税物流进出口147.7亿元,增长18.9%;加工贸易进出口51.6亿元,增长5.3%。晋江依托完善的产业链,在各类贸易模式中均有突出表现,尤其在加工贸易领域,鞋服、纺织配套企业成为重要支撑。

贸易伙伴方面,泉州对东盟、欧盟、美国进出口合计占比42.5%,对共建“一带一路”国家、RCEP其他成员国进出口占比分别达70.2%、29.2%。其中,晋江企业是市场开拓的主力军。以鞋服产业为例,晋江多家龙头企业深耕欧美市场,同时借助共建“一带一路”布局,形成多元出口格局。

泉州晋江国际机场 打造侨胞回乡“黄金通道”

本报讯(记者 吴晓艳)近日,66名泉州籍马来西亚侨胞乘航班抵达泉州晋江国际机场,开启期盼已久的寻根谒祖之旅。为表达家乡对海外游子的热烈欢迎,泉州市文旅局联合泉州晋江国际机场、厦门国旅在机场国际(地区)抵达厅举行欢迎仪式。

南音吟唱袅袅回荡,木偶戏表演引人入胜,簪花围体验趣味盎然……现场,侨胞们饶有兴趣地欣赏南音、木偶戏等非遗表演。熟悉的“乡音”与“乡情”瞬间温暖了归乡游子的心,大家纷纷拿起手机记录这难忘的瞬间,与亲友分享重回故土的喜悦。

回到家乡,侨胞黄淑瑜难掩激动之情,“虽然身在马来西亚,但我们的心一直和家乡连在一起。”她分享道,此前直达航班较少,回乡比较困难。得知吉隆坡至泉州的直飞航班开通,回乡行程缩短至约四个半小时后,她立刻组织了60多位乡亲一同搭乘这趟航班返乡,“大家都很期待这次旅行。这条新航线不仅是一条空中通道,更是一座紧密连接我们与家乡的桥梁,让我们回家之路变得更便捷,感觉与家乡也更近了。”黄淑瑜感慨道。

“对我们而言,东南亚市场不仅是重要的航线目的地,更是承载着侨胞回乡与双向创业机遇的黄金通道。我们希望通过泉州当地民俗文化的展示,唤醒深藏在侨胞心中的乡土记忆,让大家感受到家乡的情感温度,增强归属感。”泉州晋江国际机场副总经理陈火斌表示,未来,机场将重点开发东南亚航空市场,致力于将机场打造成为侨胞往返家乡的首选空港口岸,进一步促进泉州与东南亚地区在经贸、文化等领域的交流与合作,持续推动开放型经济高质量发展。

