



卡尔美牵手印尼国家足球队

本报记者 柯雅雅

近日,印度尼西亚足球协会(PSSI)宣布与卡尔美(KELME)达成合作,卡尔美正式成为2026—2030年印尼国家足球队官方装备合作伙伴。

自2026年3月起,卡尔美还将成为印尼国家五人制足球队的装备合作伙伴,同时也是2026足球联合会(以下简称“亚足联”)印尼室内五人制亚洲杯官方全球赞助商。卡尔美将携手印尼足协,共同推动五人制足球在印尼乃至亚洲的发展。

当越来越多的亚洲球队身披卡尔美战袍征战赛场,越来越多的青少年因它爱上足球时,这个品牌正在书写一个新的故事——以足球为纽带,让亚洲足球走向更广阔的世界,也让自己成为亚洲体育品牌全球化的新样本。



“国家平台+顶级品牌” 安踏开启米兰冬奥会营销

本报讯(记者 柯国笠)2026米兰冬奥会临近。近日,国产运动品牌安踏提前锁定中央广播电视总台核心传播资源,同时发布十支中国冬季项目国家队比赛装备,开启冬奥营销布局。

作为连续16年携手国家体育总局冬运中心的合作伙伴,安踏此次深度融入中央广播电视总台全景传播,将在开闭幕式、赛事直播及多档冬奥专题节目中高频亮相。

此次冬奥会,安踏发布的装备涵盖短道速滑、雪车、单板滑雪等多个项目,搭载防切割、减阻、动态调温等自研科技,部分装备减阻率达10.4%,兼具性能与安全性。

扎根中国全层级覆盖

中国市场作为卡尔美亚洲战略的核心,其布局更显深度与广度。

今年1月,卡尔美正式宣布与中国足球领域两大重要赛事——中国青少年足球联赛男子组、中国足球协会杯达成深度合作。

卡尔美官宣与中国青少年足球联赛男子组(涵盖U13、U15、U17、U20四个年龄段)达成深度合作,合作周期直至2028年。该联赛是中国覆盖面最广、参与人数最多的青训顶级赛事。而2026年足协杯将迎来创办70周年,正赛规模也进一步扩大,计划有80支球队参加8轮共79场比赛。

对于卡尔美而言,这两大赛事在夯实足球人才基础、推动足球文化普及方面发挥着不可替代的重要作用。卡尔美不仅为赛事提供装备支持,更将其纳入自身青训体系整体规划,目标是让产品成为潜力球员成长道路上的“专业标配”,从源头锁定未来足球人群。

在职业足球赛场,卡尔美以“精准下沉”打开市场缺口。面对中超联赛被国际品牌垄断的现状,它将重心转向中甲与中乙联赛:2025赛季赞助16支中甲球队中的9支,2026年又与广州蒲公英俱乐部达成中乙联赛史上首个百万级深层次合作,不仅提供独家装备,还为这支“草根球队”定制专属比赛服。这种“不追流量追潜力”的策略,让卡尔美快速渗透至中国足球的基层生态。

地方联赛是卡尔美扎根中国市场的另一重要抓手。在国内,苏超、粤超、渝超、赣超、桂超等地方联赛均得到卡尔美的专业支持。这些联赛虽级别不及中超,但深入城市日常,直接触达基层足球爱好者,成为卡尔美品牌下沉、培养用户黏性的重要渠道,帮助其形成“城市毛细血管”式的品牌传播网络。通过将赛事运营与品牌营销深度融合,卡尔美在激活区域足球生态的同时,构建起覆盖全国的多层级消费场景矩阵。

从青少年赛事到职业联赛、地方联赛的全层级覆盖,让卡尔美实现了从潜力球员到基层球迷的全人群触达。当青少年球员穿着卡尔美球衣从中乙赛场崛起,再到职业联赛崭露头角,卡尔美已悄然进入了从“装备供应商”到“足球生态构建者”的角色蜕变。

抢占亚洲足球顶级资源

1月23日,卡尔美与印度尼西亚足球协会达成2026—2030年合作协议,成为印尼国家足球队、国家五人制足球队的官方装备合作伙伴,同时还拿下2026年亚足联印尼室内五人制亚洲杯的官方全球赞助权。

此举不仅完成了卡尔美在东南亚足球市场的关键布局,更借助印尼作为人口大国的市场潜力,进一步扩大卡尔美品牌在东南亚地区的渗透力。

在此之前,卡尔美已在东亚、西亚市场完成布局:在沙特U23亚洲杯、卡塔尔亚洲杯等赛事中,其品牌标识随赛事转播覆盖亚洲数十个国家和地区。

这一系列布局,清晰展现出卡尔美深耕亚洲足球的长期战略与坚定决心。其中,卡尔美与亚足联的合作,是其深耕亚洲市场的核心布局。

卡尔美与亚足联的合作始于2021年。2021年到2024年,卡尔美作为亚足联国家队赛事官方全球赞助商,合作涵盖了亚足联国家队主

要赛事,并为2023年亚足联卡塔尔亚洲杯提供官方比赛用球和决赛用球,迈出了切入亚洲顶级足球资源的关键一步。

2024年11月,双方合作再度升级,卡尔美与亚足联签署2024—2029年全新全球合作协议,从“部分赛事赞助商”升级为“亚足联独家体育用品品牌赞助商”,合作范围也从国家队赛事扩展至亚冠精英赛、亚足联女子冠军联赛等俱乐部赛事,甚至涵盖青少年赛事和女足赛事。

这一合作升级背后,是卡尔美对亚洲足球市场的精准判断。亚足联拥有47个会员协会,覆盖亚洲绝大多数国家和地区。其旗下赛事不仅是亚洲足球的顶级舞台,更是品牌触达全亚洲球迷的重要窗口。

卡尔美全球董事会主席柯永祥直言,亚洲市场足球氛围越来越浓,影响力逐步扩大,与亚足联的深化合作能带动品牌在亚洲足球市场的销售,扩大国际影响力。数据显示,自2021年与亚足联升级为战略合作伙伴以来,卡尔美在亚洲市场的销售实现了大幅增长,印证了这一战略的正确性。

以亚洲为基点链接全球

2025年12月10日,福建晋江卡尔美总部,来自世界各地的合作伙伴跨越山海齐聚于此,参与了卡尔美2026秋冬国际团购订货会。这次的订货会主题是——“LEAD THE GAME”,中文释义“世界赛场,踢出名堂”。这也彰显了卡尔美立足中国、放眼全球的雄心。

在这场订货会上,卡尔美方面表示,2026年卡尔美将以亚足联多年合作积淀为基础,聚焦澳大利亚女足亚洲杯与U23亚洲杯两大顶级IP,深化独家合作权益,构建“女足赋能+青训培养”整合营销矩阵——通过赛事官方资源与线上线下全渠道传播,持续传递女性足球力量与青年足球精神,进一步夯实品牌在亚洲赛事的驱动根基。

2026年世界杯将成为卡尔美“出圈”的关键节点。届时,它将首

次以约旦队装备赞助商的身份登陆世界杯舞台,带着亚洲足球的新势力亮相全球赛场。

这一突破背后,是卡尔美“以亚洲为基点,链接全球”的战略逻辑——通过亚足联赛事积累的专业口碑,再借助世界杯的全球曝光,完成从“亚洲品牌”到“全球玩家”的身份跃迁。

值得注意的是,卡尔美的全球化并非“盲目扩张”。它始终聚焦足球核心品类,以“专业装备+赛事运营”的双轮驱动巩固优势。这种“聚焦核心、多点支撑”的策略,让其在耐克、阿迪达斯等国际品牌下沉亚洲市场时,仍能凭借差异化优势占据一席之地。

从2021年首次牵手亚足联,到2029年合作周期的延续;从中国青少年联赛的基层深耕,到世界杯舞台的全球亮相,卡尔美用五年时间证明:亚洲足球市场的破局,不在于短期流量的争夺,而在于对足球生态的长期投入。

川亚机械 2025年海外业务占六成 出口额实现翻番



本报讯(记者 吴晓艳)日前,在泉州市川亚机械设备有限公司生产车间内,一批经过精密调试的新型智能制鞋设备完成打包,即将发往东南亚地区一家大型制鞋生产基地。公司总经理袁建华告诉记者,2025年以来,企业海外订单稳步增加,出口态势良好。

这是一组颇为亮眼的数据:2025年,川亚机械的海外业务占比已提升至60%,出口金额较2024年实现翻番。

“我们不仅提供设备,更依托完整的产业经验,为客户提供前沿理念和系统解决方案。”袁建华介绍。目前,该公司已成功研发多相机定位智能视觉打印画线机、网布真空吸塑机、高频电流无缝熔接机等多款行业首创设备。以高频电流无缝熔接机为例,该设备实现了从手动调节到自动追频的技术跨越,在安全性、能效和品控方面均有显著提升,尤其适用于TPU、热熔膜等材料,加热时间比传统压机缩短约三分之一,在提升生产效率的同时,更好保持材料物性,助力下游企业提质降本。

然而,打开国际市场的大门并非易事,企业初期也面临“门难进”的挑战。“与国际大客户合作是系统工程,涉及技术标准、生产体系、服务流程等全方位对接,仅凭单一设备优势很难获得信任。”袁建华表示。为此,川亚机械逐步形成了“团队作战+本地深耕”的出海策略。

“预计今年海外业务还将保持快速增长。”袁建华自信地说。