

■ 市场经纬

“疯狂”的羽毛球

2筒高端球价格逼近1克黄金,2.5亿人参与的全民运动,“世界超市”也一“球”难得

□ 全媒体记者 吴峰宇
见习记者 何彦婕 陈秋池 文/摄

谁也想不到,羽毛球会因为“贵”而上了热搜。

今年以来,国内几大头部羽毛球厂商多次上调售价,一些热销品类的羽毛球在义乌国际商贸城以及各大电商平台出现断货现象。不少羽毛球爱好者吐槽:“月薪2万元都打不起羽毛球了。”还有球友调侃,羽毛球已经成为新型“理财产品”。

值得一提的是,7月初,尤尼克斯、红双喜、威克多、亚狮龙等羽毛球厂家又迎来新一轮涨价,部分型号涨幅超过60%。而二季度,羽毛球的价格才刚涨完一轮。以羽毛球“涨价天王”尤尼克斯为例,其主流高端款AS-05羽毛球,4月份零售价为210元/筒涨到225元/筒,7月中旬价格进一步飙升至275元/筒,2筒球的价格就逼近1克黄金现货(7月23日13时,Au9999国内现货价格为559.9元/克)。与金比贵,成为现实。

鸭毛、鹅毛等原材料价格上涨导致羽毛球成本上涨,是羽毛球终端价格上涨的主要原因,这背后也与羽毛球运动近年来的持续火热相关。根据国家体育总局的《全民健身现状调查报告》显示,羽毛球是在国内参与人数最多的体育运动之一,参与人数多达2.5亿。随着越来越多的人群加入羽毛球运动,对羽毛球的需求越来越大也就不足为奇了。

那么,羽毛球涨价潮之下,义乌国际商贸城经营户受到何种影响?球友们又是如何应对的?请看本报记者深入一线的走访调查。



羽毛球运动盛行,市民在羽毛球馆打球。



尼龙羽毛球成了天然羽毛球的“平替”。



浙江江山市某羽毛球工厂生产的羽毛球。

☞ 记者手记

羽毛球价格风暴：成本飙升下的市场供需挑战

眼下,羽毛球这项全民运动似乎陷入一场未见终章的成本困局。鸭毛、鹅毛等原材料的短缺和上涨,造成羽毛球成品价格飙升;羽毛球运动的持续火热,又推高了羽毛球的市场需求;在义乌国际商贸城,商家们无现货可卖,只能暂停接单。一路上扬的价格曲线,几乎让羽毛球从体育用品变身成为“理财产品”,反映出市场供需矛盾已然激化。这股价格风暴,既考验着羽毛球爱好者的忠诚度,也挑战着产业链上下游的应对能力。羽毛球价格的周期性波动或许只是暂时,但如何在供需失衡中找到新的平衡,将是行业急切需要解决的问题。



对于羽毛球缺货的现状,市场经营户也非常无奈。

羽毛球扎堆涨价 市场无现货可卖

作为全球最大的小商品集散地,义乌商品种类广泛,涵盖各类与体育赛事相关的衍生产品。在义乌国际商贸城三区,仅体育用品商铺就有五六百家,销售“三大球”(羽毛球、篮球、足球)的经营户更是数不胜数。

“羽毛球,没有现货,暂不接单。”在国际商贸城三区富爱乐体育用品店,老板娘盛妙亚向记者表示,今年以来羽毛球价格接连疯涨,仓库已经无现货可卖,工厂也因原料短缺而苦恼,同时由于价格每日变动,她索性不再接新订单。

在盛妙亚的店铺里,仅剩下一些用于展示的羽毛球,即便如此,仍有顾客想买走。实际上,羽毛球价格上涨,从2023年就有迹可循。盛妙亚透露,2023年初,自有品牌“FAI”的低端羽毛球,从10元/筒(12只装)的批发价上调至10.5元,年底涨至17元/筒,今年再次上涨至20元/筒。中高端羽毛球,从30元/筒(12只装)上涨至45元/筒,且涨价仍在持续。

“现在羽毛球无论什么品牌,都

在涨,你给钱,厂家也不一定能发货。”包括盛妙亚在内的经营户纷纷表示,羽毛球在国内市场的火爆,直接拖累了外贸市场,因为价格疯涨,许多外商也不得不推迟下单,即使有外商下单,也面临“球而不得”的窘境。这让很多外商感叹:“前几年,全球都在抢口罩,现在又来抢羽毛球。”

翻看订单记录,盛妙亚指着最近一批外贸订单说,今年2月份,越南的客户订购了5箱(每箱50筒,每筒12只)羽毛球,交货周期15天。之后,询单的客户很多,但价格变化太快,她根本不敢接单,因此再未出过大货。

有货就不愁卖,关键问题是市场上没现货。义乌市鑫荣体育用品有限公司负责人黄剑平表示,做了20多年生意,第一次遇到无球可卖的情况。“客户来询单,基本被‘劝退’,我们没现货,如果执意下单,交货周期最短一个月,最长可达三个月,甚至六个月。”黄剑平直言,客户下单后同步全额打款,后期根据价格波动补差价,这在往年是不敢想象的,买方和卖方的身份似乎互换了。

原材料短缺一天一价 人造球成为“平替”

者更倾向于选择猪肉,导致鸭、鹅市场萎缩,影响了上游养殖户的积极性。央视新闻的数据表明,2019年至2023年间,我国鸭的出栏量从48.78亿只减少到42.18亿只,鹅的出栏量则从6.34亿只降至5.15亿只。而伴着鹅、鸭出栏量的缩减,羽毛球爱好者却逐渐递增,市场需求的扩大凸显原材料的短缺,造成价格上涨。

原材料的短缺和价格持续上涨,也让羽毛球生产商面临挑战。“我们到全国各地收购羽毛,羽毛一天一个价,但仍满足不了生产需求。”说起羽毛球涨价,周敏连连喊冤,因为原料不足、价格上涨,企业产能也受限。“企业开工生产的成本摆在那里,产能缩减,我们非但没多赚到钱,甚至有时还亏本。”

那羽毛球,除了用真的羽毛外,是否可用其他材料来代替呢?答案是肯定的。

目前,市场上有采用低密度聚乙烯材料和碳纤维制作的人造羽毛球,也有号称“打不烂”的尼龙羽毛球。尽管这类

作为尤尼克斯、李宁等品牌羽毛球的代理商,义乌大成体育拥有货源和渠道优势,销售经理蒋小仙说,尤尼克斯9号球去年售价91元/筒,今年涨至139元/筒;5号球售价为120元/筒涨至170元/筒,而且购买这2款球还需捆绑购买一款约10元的手胶,否则不予接单。

“现在的羽毛球,不仅是普通经销商现货紧张,连我这样的大代理商,提前半年给厂家打款,也没有现货。”蒋小仙说,过去每年仓库里都会有库存货,今年库存全卖完了。尤尼克斯的5号球,去年每月还可以从总部提10箱或20箱(50筒/箱)货,本月开始每月只能提2箱货。

值得注意的是,尽管价格上涨,但羽毛球的市场需求依然旺盛。国际商贸城三区经营户们表示,订单量较去年同期上涨了30%以上。他们认为,羽毛球价格一定会回落,毕竟供需两端的不平衡只是周期性的。不过,今年下半年羽毛球价格上涨的趋势似乎无法阻挡。

人造羽毛球在耐用性方面表现出色,但在拍打手感和性能上尚无法完全媲美天然羽毛球。现阶段技术来讲,人造羽毛球仍不能为大部分人提供舒适自然的体验,接受度较低。

“天然羽毛球价格高涨,确实带动了人造羽毛球的销量,一些初学者会购买使用。”在盛妙亚的店铺里,尼龙羽毛球的内外贸订单量有所增长,出口到柬埔寨、尼泊尔、马来西亚等国家,内销到河南、山东等省份。

在当前形势下,尼龙羽毛球、塑料羽毛球等产品确实会让消费者有更多选择,但对于真正的羽毛球爱好者来说,无论是在球的性能上还是拍打手感上,人造羽毛球产品与天然羽毛球都有一定的差距,说“平替”也为时尚早。盛妙亚表示,现在有企业专门研发人造羽毛,以期性能更加接近天然羽毛球。但是否能做到和天然羽毛球一样,还需要时间验证。

组团打球优化成本 换球频率下降

据不完全统计,全市目前有超过10个羽毛球馆,分布于城区及各个镇街,为羽毛球爱好者提供了便利。

义乌国际博览中心的宇特羽毛球馆,是羽毛球爱好者的热门聚集地。7月22日晚上7点50分,场馆内响起了清脆的击球声,67片羽毛球场几乎全部被预订,许多场地正在进行四人双打比赛,此外还有参加暑期培训班的学生在练习。

“我们市内共有4个羽毛球馆,现在暑期来临,场地预定火爆,基本场场爆满。”宇特体育相关负责人周亮表示,羽毛球是一片场地、两个人、两把拍子、一个球就能打。由于器材简便、危险系数低,同时又可以起到锻炼的作用,羽毛球运动渐渐成为一项全民运动。

一场球的花费是多少?需要消耗多少个球呢?以宇特体育羽毛球馆为例,晚间会员价为每小时79元,非会员则需支付128元;白天会员价为每小时45元,非会员为79元。以初级爱好者小毛为例,在四人双打比赛中,按照21分制,大约会消耗2个尤尼克斯大师5号球。

小毛给记者做了一次成本分析,因为羽毛球价格的上涨,他将每日打球改为每周三次,每次十人组队,预订一片场地,进行循环赛轮流四人双打,从下午6点半持续至晚上10点半,大约需要使用4筒尤尼克斯大师5号球(年前囤球价为95元/筒),人均成本约为69元,这包括了场地费和球费。

“近期羽毛球的价格上涨得太快,打球变得有些心疼!”与刚入门的新手不同,价格上涨对像小毛这样的资深爱好

者影响更大。小毛已坚持打羽毛球一年半,7月初他注意到尤尼克斯、红双喜、亚狮龙等知名品牌纷纷发布调价通知,涨幅明显。他表示,过去一旦球上掉了一根毛或是飞行不稳定就会更换新球,而现在为了节约成本,会一直把球打到无法继续使用。

“现在的羽毛球运动,尤其是达到一定水准后,已不再是普通大众的休闲选择。”小毛说道,羽毛球拍和球鞋动辄上千元的高昂价格,加上每小时100元的场地租金,让球友们感到不小的经济压力。虽然球拍和球鞋的使用寿命较长,球场费用可通过会员优惠减轻负担,但羽毛球的大幅涨价还是让球友们感到不适。于是“月薪2万元打不起羽毛球”也就成了一句流行的调侃。

2024义博会海外展首进墨西哥

□ 见习记者 何彦婕 全媒体记者 吴峰宇

本报讯 日前,第十二届中国(墨西哥)投资贸易交易会暨2024义博会海外展墨西哥站在墨西哥城 Centro Citibanamex 展览中心完美收官。

据悉,墨西哥有近1.3亿人口,经济体量巨大,北部与美国接壤,作为《美墨加三国协议》成员国,贸易可以辐射整个北美地区。随着中墨两国的政治经济合作与交流不断深化,开拓北美市场的时机已经成熟。今年,商城展览公司将墨西哥设为品牌出海美洲篇的首站,带领义乌企业积极抢占美洲市场。

本届展会展览范围涵盖日用消费品、玩具、电子电器、饰品及配件、化妆品、工艺品、鞋帽、文体等领域,展览规模6000余平方米,其中义博会海外展展区共有40家企业参展,特设国际标准展位54个。

外贸是义乌市场繁荣的“压舱石”,企业“走出去”是义乌市场持续发展、再创辉煌的必由之路。今年,商城展览公司积极开展“义乌中国小商品城”品牌出海,组织优质行业商户境外参展抢订单、扩市场,已举办的海外展有2024韩国首尔电子商务博览会、2024义博会境外展之柬埔寨站。后续拟举办的展会还有俄罗斯站等义博会海外展。

义乌好货越南展厅推介会举行

□ 见习记者 何彦婕 全媒体记者 吴峰宇

本报讯 日前,Yiwu Selection(义乌好货)越南展厅推介会在国际商贸城四区举行,50家企业到场参会。

越南是中国在东盟第一大贸易伙伴,也是义乌小商品重要出口目的国之一。近年来,依托于巨大的人口红利、逐年增长的互联网渗透率,以及消费习惯的转变,越南电商市场呈现出蓬勃的生命力,越来越多的出海企业将目光聚焦在这里。

记者了解到,为了帮助更多义乌商户进入越南市场,商城国际公司在越南胡志明市设立了Yiwu Selection(义乌好货)越南展厅,运营方KIEN PHONG为越南本土多元化企业,拥有电商、MCN机构运营及仓储物流方面的丰富经验。

商城国际公司负责人表示,Yiwu Selection(义乌好货)越南展厅是义乌品牌出海的重要平台与载体。未来,商城国际公司将挖掘更多优质海外资源,整合义乌市场商人、商品,搭建“一盘好货”出海供应链平台,系统性、本土化发展义乌好货日本、马来西亚等海外系列展厅,不断推动义乌市场持续繁荣、再造辉煌。

各类泳具销售红火

游泳是夏季消暑的好方式。在国际商贸城一区,游泳圈、泳衣、泳镜、浮板、水枪等水上用品的销量持续升高,其中内销以山东、辽宁、河北、福建、广东、海南等省为主,外贸出口以东南亚、日韩、欧美、南美、非洲等地区为主。

据义乌购数据显示,4月8日至7月21日,义乌市场清凉用品环比(1月1日至4月7日)交易额上涨98%。

见习记者 陈秋池 全媒体记者 吴峰宇 摄



“义乌指数”周点评

15大类价格指数7涨

□ 见习记者 陈秋池 全媒体记者 吴峰宇

本报讯 据最新监测数据显示,“义乌·中国小商品指数”中小商品周价格指数上周为102.17点,环比上涨0.25点。网上交易价格指数、出口交易价格指数、场内直接交易价格指数环比分别上涨2.82点、0.39点、0.24点;场内订单交易价格指数环比下跌0.21点。

钟表眼镜类周价格指数持续上涨,表现亮眼。夏季各类出行需求增加,眼镜细分市场全面提振,塑料、树脂材质偏光镜、太阳镜、防风镜、近视眼镜零批两旺。家装高峰叠加秋季服饰备货,各类辅料需求增长,蕾丝花边、刺绣花边等花边辅料采购商看样下单行为增多,蝴蝶结水钻扣、水滴包边水钻扣等水钻扣辅料销量也有所上涨,预计花边元素、水钻元素家装、服饰产品将于近期畅销。

15大类价格指数7涨8跌,钟表眼镜类、护理及美容用品类、五金及电料类、辅料和包装类、玩具类、箱包类、工艺品类7个大类出现上涨,最大涨幅为2.43点;针、纺织品类、体育娱乐用品类、电子电器类、日用品类、首饰类、文化办公用品类、鞋类、服装服饰类8个大类出现下跌,最大跌幅为0.96点。在97个二级类别中,上涨比例为29%,下跌比例为33%,持平比例为38%。