

2026美加墨世界杯开赛在即 中国企业“掘金”赛场内外

证券时报记者 吴志

北京时间6月12日凌晨3时,2026年美加墨世界杯将迎来揭幕战,这场为期39天的全球顶级体育赛事正式开赛。

凭借海量全球流量与跨区域传播力,

1 中国产品与技术将闪耀赛场

2026年美加墨世界杯创下多项历史纪录:这是世界杯首次由三个国家联合举办,参赛队伍也从传统的32支扩容至48支。本届赛事揭幕战定于北京时间6月12日凌晨3时打响,决赛将于7月20日凌晨3时开赛,整体赛程长达39天。

一如往届世界杯,本届赛事赛场内外依旧活跃着众多中国企业的身影。根据国际足联公布的信息,海信、联想、蒙牛等多家国内企业成为本届世界杯全球官方赞助商,另有多家中国企业为赛事提供产品和技术支撑。中国技术、产品与服务全面亮相这场国际顶级体育盛会。

位于加拿大温哥华的BC Place体育馆是本届世界杯核心场馆之一,场馆内一块面积超600平方米的中央LED漏斗屏,由深圳企业艾比森承建。据悉,这套系统是日前加拿大规模最大的场馆悬挂式显示系统,将全程服务7场世界杯正赛的赛事播报、商业展示等重要工作。

事实上,类似的场景已不鲜见。从俄罗斯世界杯到卡塔尔世界杯,洲明科技、奥拓电子、雷曼光电等一批中国光电企业持续为赛场及周边商业项目供应显示设备,产品与服务持续得到国际市场认可。

除了显示设备,本届世界杯期间,还

世界杯历来是品牌营销、商业拓展的重要舞台,而中国企业正越来越深入地参与其中。本届世界杯赛场内外亦不乏中国企业身影,它们或抢抓赛事营销机遇、挖掘商业增量,或直接向世界杯场馆供应相关产品、提供技术服务,向全球市场展示中国产业与科技实力。

有多项中国技术将实际应用到赛场中。作为国际足联的官方技术合作伙伴,联想将携联想足球AI超级智能体(Football AI Pro)、VAR(视频助理裁判)3D数字人可视化方案、裁判视角AI视频增强系统(Ref Cam)等AI技术赋能此次世界杯。

据联想方面介绍,联想足球AI超级智能体将为所有参赛队伍的教练、球员和分析师提供数据分析和表现洞察。VAR 3D数字人可视化方案将运用3D建模,为本届赛事球员创建3D虚拟形象,以提升判罚决策的效率。裁判视角AI视频增强系统通过为裁判配备专属摄像头并结合AI实时影像稳定与增强技术,可让全球逾60亿观众通过裁判第一视角直击赛场动态。

连续三届亮相世界杯的海信,本届赛事也身兼“双重身份”:既是赛事全球官方赞助商,也是世界杯VAR显示技术官方合作伙伴。赛事期间,海信RGB-Mini LED电视将入驻2026年世界杯视频裁判中心,助力视频助理裁判精准判罚。

海信方面向证券时报记者介绍,这不仅标志着全球顶级体育赛事对中国引领的RGB-Mini LED技术的高度认可和信任,更代表了中国科技力量在“世界考场”的地位跃升。

2 相关产品借力赛事热销

绿茵赛场激战正酣,赛场之外,围绕世界杯的商业角逐也已悄然打响。各类日用品、科技产品、文创周边轮番登场,企业紧抓赛事流量机遇,“掘金”世界杯经济。

世界杯首先带火了旅游产品,尤其是定制化的观赛旅游产品走俏。A股公司中,凯撒旅业、众信旅游、岭南控股等均有世界杯观赛旅游产品推出。

凯撒旅业近日表示,公司已为本届赛事做了充分准备,结合赛程场次精心设计了多款观赛旅游产品,涵盖从小组赛到决赛的各个阶段,并配套提供北美深度游及一站式签证服务等增值服务。

“本届世界杯,我们主推精品小团、定制团。”凯撒旅业相关业务负责人告诉证券时报记者,本届世界杯涉及多国、多赛场,比如同时想观看欧洲及南美足球强国比赛,需要至少飞抵2个国家的多个城市,因此公司推出了私家团类型的观赛产品,客人可根据感兴趣的球队的赛程,灵活定制产品方案,同时还可兼顾赛程目的地的观光体验。

“相关产品一经推出便取得了市场的热烈反响。从已成交的客群看,世界杯旅游产品的主力人群以30至55岁高净值男性为主,少量为家庭出行。许多客户一次出行至少选择2至3场比赛进行观赛。”上述凯撒旅业相关人士表示。

各类文创周边产品向来是大型体育赛事的“标配”。泡泡玛特与世界杯联名的周边文创产品,目前已成为热销爆款。据泡泡玛特高管此前在业绩会上披露,今年世界杯的赛场上,也有望出现泡泡玛特经典IP形象LABUBU的身影。

A股公司元隆雅图也在体育赛事文创领域布局已久。据公司介绍,为迎接本届世界杯,公司与聚星动力合作开发了多款阿根廷、葡萄牙、法国、西班牙国家足球队IP衍生产品,球星周边产品和足球主题文创产品。相关产品正在陆续开发和上架销售。

看球赛少不了大屏幕,A股公司雷曼光电此前已推出第三代超高清家庭巨幕墙。该产品主打家用沉浸式观赛场景,具备超高清、高刷、广色域特性,可解决足球赛事高速画面拖影、色彩断层、观感失真痛点,精准契合世界杯居家大屏观赛需求。

雷曼光电相关人士向证券时报记者表示,赛事期间,公司将联动球迷酒吧、高端影音家居门店等合作伙伴,打造实景观赛体验区,并落地世界杯主题巨幕观赛体验活动,直观展示高速运动画面显示效果。

同时,公司将联合高端全屋定制、智能影音设备品牌打造一体化客厅整装方案,借世界杯赛事热度,实现家用巨幕从产品销售到场景化落地的全域渗透。

排。对于参加持有人会议并表决同意展期议案的每个持有人账户,万科将于债券原定期日实施10万元固定兑付,同时兑付本金的40%及应付利息,余下60%本金展期一年,两笔中票展期时间均为一年。

从表决结果来看,两笔中票展期方案均以债权人100%的“同意票”完成审议。展期方案通过后,万科将于近期合计支付约17亿元,涵盖固定兑付安排、40%本金及相关利息。此外,万科提供的增信资产均为对项目公司的应收款,涉及项目公司包括深圳市万信二号投资企业(有限合伙)、西昌月亮之上旅游发展有限公司、北京捷海房地产开发有限公司、北京友泰房地产开发有限公司。

“化险”是万科近两年的主要工作之



2026年美加墨世界杯创下多项历史纪录:这是世界杯首次由三个国家联合举办, 参赛队伍也从传统的32支扩容至48支。本届赛事揭幕战定于北京时间6月12日凌晨3时打响, 决赛将于7月20日凌晨3时开赛, 整体赛程长达39天。

雷曼光电超高清家庭巨幕墙。 受访公司/供图

3 体育科技产业质变

从近几届世界杯来看,中国品牌在世界杯舞台上的参与度越来越高。参与企业数量的增长仅是外在表现,更深层次的变化在于,中国企业早已跳出单纯的品牌曝光阶段,转向输出科技产品、前沿技术与标准。

本届世界杯,联想、海信等中国品牌就纷纷摆脱了单一赞助商身份,开展了更多技术层面的合作。这一转变,折射出中国体育和科技产业正在发生深刻变革。

“国内体育科技产业这几年的进步很明显。”深圳星地绿茵体育有限公司总经理姜文军向证券时报记者表示,从硬件设施来看,国内的体育场馆数量、装备水平、科技服务水平等这些年都有了很大的提升。

“从赛场来看,更好的摄影摄像技术、鹰眼技术、回放技术、3D画面技术、数据分析技术等应用,帮助减少了赛场争议,也提升了观众的观赛体验。国内在科技应用层面更有优势,而国外的体育商业化做得更好,我们的科技产品服务国际赛事,也能让赛事更加公平公正。”姜文军说。

大型体育赛事除了带来商业机遇,同时也是企业实现技术、产品升级的重要契机。许多企业正是通过一次次的大型赛事积累,完成了技术和产品的升级。

海信集团副总裁方雪玉此前就表示,每次世界杯都会推动一项新的显示技术革命,2026年世界杯将加速RGB-Mini

LED技术的全面普及,让全球更多用户尽享更真实、更绚丽的赛场色彩。

雷曼光电相关人士向证券时报记者介绍,公司早年中超、中甲联赛官方LED屏服务商,葡甲联赛冠名商,并先后落地中超、中甲联赛、法甲联赛、澳超联赛、“熊猫杯”国际青年足球锦标赛、非洲国家杯等海内外职业足球联赛场馆屏体项目。

近年来,公司又依托“十五运会”粤港澳多场馆落地、2026米兰冬奥会央视8K转播大屏配套等顶级赛事落地经验,形成了从产品定制研发、场馆现场安装调试、赛中驻场全周期运维到赛后拆装维保的标准化赛事全链条服务体系。

“公司通过积累全球不同气候环境、不同赛事规格场馆落地实测数据,为本届美加墨世界杯相关业务拓展夯实了基础。”上述人士表示。

凯撒旅业此前已和美国地方旅游局达成长期战略合作。凯撒旅业相关业务负责人告诉证券时报记者,依托北美合作资源,公司将常态化布局国际赛事出境产品规划与产品价值提升路径,后续常态化开发全球各类体育主题观赛产品。

具体包括NFL(美国国家橄榄球联盟)、NBA(美国职业篮球联赛)、MLB(美国职业棒球大联盟)、欧洲五大联赛等全球赛事出境产品,形成全年常态化发售的体育产品矩阵,同步联合北美合作方常态化市场推广,持续深挖赛事旅游长期价值。

万科两笔中期票据获展期 本金规模40亿元

证券时报记者 张一帆

6月10日,万科(000002)又完成两笔中期票据展期,本金总规模合计40亿元。两份展期方案均以100%的“同意票”获得通过,万科“固定兑付+部分即付+剩余展期+资产增信”的展期结构安排已经较为成熟。

其中,“23万科MTN003”“23万科MTN004”本金均为20亿元,发行利率均为3.07%。原定到期日分别为2026年6月15日、2026年7月7日,两笔中票债项余额合计40亿元。

与去年启动的多笔中期票据展期方案一致,两笔中票同样采用“固定兑付+部分即付+剩余展期+资产增信”的展期结构安

一。今年下半年万科到期公开债规模合计101.2亿元,兑付压力依然突出。万科财务负责人韩慧华介绍,针对6—7月集中到期的4只公开债券,万科正在有序推进整体展期工作,将严格遵循偿债同权、公平公正原则,延续前期成熟可行的展期方案,采取统一方案、分债券同步表决方式,平稳推进持有人会议各项流程。

5月12日,万科与大股东深铁集团签署《关于股东借款及资产担保的框架协议》,深铁集团在2026年1月1日至12月31日期间向公司提供不超过25亿元借款额度。本次借款额度下,万科已与深铁集团实际发生的借款金额为23.59亿元。此前,双方约定在2025年以来至公司2025

年度股东会召开日为止期间,深铁集团向公司提供不超过220亿元借款额度。

除了大股东深铁集团的支持外,万科也正推进资产处置、项目盘活、应收款清收等工作,多渠道回笼资金,缓解到期兑付压力。

其中,资产处置主要集中在非主业板块,继去年剥离冰雪业务后,万科今年已启动食品板块、教育板块等其他非主业的退出或剥离。同时万科将继续大力推进大宗交易工作。无法开发项目的处置退出是另一条路径,万科正在争取通过地方政府专项债券资金等政策工具,推动存量闲置土地以合理价格退出。万科今年已完成10个项目盘活,预计提供货值约110亿元。

6月10日晚,影石创新正式发布旗下首款云台相机影石Luna Ultra,这让本就升温迅速的手持智能相机赛道彻底热闹起来了。因便携、防抖、智能等,手持智能相机(含运动相机、全景相机、云台相机等)逐渐演变成生产力工具,这类产品开始由“极客玩具”向“全民第二影像系统”跃迁,市场也逐渐从小众迈向大众化,由此带动产业链公司景气度攀升。

手持智能相机销量大增

国际研究机构IDC数据显示,2025年全球手持智能相机出货量为1665万台,同比增长83%,其中,云台相机市场同比增长超过100%。IDC预计,至2030年,全球手持智能相机市场规模有望超过4000万台,5年复合增长率接近20%。

群智咨询最新研报也显示,全球云台相机出货量从2023年的120万台增长至2026年预计的1480万台,3年增长超10倍。

“近几年,无论中国还是全球,短视频、Vlog和社交媒体流量明显呈现爆发态势。伴随海量指数级的丰富多元化内容被创建,存储以及分享,全球活跃用户对于终端拍摄智能设备的需求有了新的细分赛道和定义重塑。传统数码、单反、微单相机已经处于下行通道,用户人群较成熟、偏重摄影爱好者,和手持智能相机的消费者形成鲜明反差。”IDC中国研究经理薛淼对记者表示。

IDC指出,用户群体需求的变迁催生出了诸多创新场景和新生的市场需求,全球手持智能相机市场面临重塑。

据IDC数据,2025年,大疆、影石创新、Go-Pro分别以62.4%、20.4%、10.8%的市场份额占据全球手持智能相机市场前三,三者合计市场份额93.7%。

目前,OPPO、vivo、荣耀等手机厂商已明确跨界入局手持智能相机赛道,并均将在今年内发布首款产品。

中国科技新闻学会科幻传播与未来产业专委会会员专家高恒等受访专家认为,随着手机厂商的跨界入局,手持智能相机市场格局将由“双雄争霸”演变成多元竞争格局,产品类型将更加丰富,价格也将更加亲民,且行业的竞争核心将由硬件竞争转向软硬协同竞争。

“这个赛道开始拥挤了,百花齐放,消费者受益。”手持智能相机领域人士对记者表示。

上市公司业绩受益

受益于手持智能相机市场扩容,A股相关产业链公司业绩增长。

据产业链消息,欧菲光为大疆战略核心供应商,其摄像头模组产品及镜头等产品应用于大疆无人机、手持相机等多个产品线,双方合作紧密。

欧菲光2025年年报显示,全年公司新领域业务实现营收27.76亿元,同比大增58.73%,其中新领域便包括手持智能影像设备。

“公司是手持智能影像设备头部厂商的摄像头核心供应商,依托自主研发的STM(步进马达)组装、双层Chart AA(近远焦主动对焦)、折返式AA等关键技术,不断加快项目迭代,使公司摄像头模组产品在良率与可靠性方面保持行业领先水平。STM AF(步进马达自动对焦)、可变光圈、全景模组等高附加值产品已实现稳定量产。”欧菲光表示。

“公司研发生产的极细同轴连接线主要应用在无人机和云台相机上,该产品服务增长较快。”胜蓝股份也表示。

“2025年IoT智能终端迎来规模化应用黄金期,手持智能影像设备完成了从小众极客产品向全民普及的第二影像系统的跃迁。”丘钛科技在2025年年报中表示。依托与全球头部手持拍摄设备品牌、智能终端厂商的深度合作,丘钛科技非手机领域摄像头模组销量实现同比翻倍增长,带动整体营收同比提升29.3%。

这一市场状况普遍看好。欧菲光表示,在手持智能影像设备领域,随着内容创作与社交分享需求持续增长,产品在旅行、运动、Vlog等场景中的应用不断拓展,市场规模稳步提升。叠加算法升级与硬件防抖技术持续优化,产品在影像优化、目标锁定和拍摄稳定性方面的表现不断提升,为用户提供了更智能、更流畅的使用体验,推动行业持续释放增长潜力。

企业加大投入

为抢抓机遇,不少上市公司正加大相关研发投入,努力开拓相关业务。影石创新2025年研发费用为15.30亿元,同比增长96.95%;2026年一季度研发费用为4.65亿元,同比增长100.59%。

研发投入大增背后,影石创新近日对投资者表示,公司持续丰富产品矩阵,为未来的持续发展注入动力,在原有业务(全景相机、拇指相机、运动相机等)以外,还战略投入研发两款无人机(含影翎全景无人机)、云台相机、无线领夹麦克风和其他三个新品类,同时还定制开发三款芯片。其中,云台相机、麦克风、无人机等三大新品类,有望在未来一年内上市,从原来的“投入”转为“收入”,提升利润。

宇瞳光学主营安防镜头,2025年,公司增距镜产品成功切入头部品牌手机厂商,在运动相机、无人机、AI眼镜等领域开拓了新业务,实现了新消费光学领域的战略性延伸。报告期内,宇瞳光学新消费领域实现营收3.97亿元,占总收入11.74%。

联合光电近日也表示,公司具备生产制造各类高端光学镜头及光电产品的技术与能力,目标客户群体涵盖无人机、运动相机领域,具体产品可根据客户的需求进行合作研发并定制。

5月29日,联合光电披露,拟以2.41亿元收购长益光电92.62%股权,长益光电主要产品为手机镜头、泛安防镜头等。联合光电称,通过此次交易,公司可快速切入消费级光电元器件领域,与公司擅长的高端光学镜头形成互补,共享研发平台,未来有望提升整体盈利能力。

此外,记者采访获悉,立讯精密、蓝思科技、隆利科技等公司均已涉足并加速拓展手持智能相机相关业务。

行业人士指出,消费者对更高画质的需求依然强烈,影像硬件升级将持续成为行业竞争重点,这意味着产业链将长期受益于手持智能相机赛道。另外,随着市场扩容,上游产业链也迎来重塑机遇,消费电子产业链企业有望充分受益。

手持智能相机赛道爆发 产业链公司景气度攀升

证券时报记者 严翠