

# 十五运催生产业升级 激活赛事经济

第十五届全运会(下称“十五运”)十五运会筹办工作进入最后冲刺阶段,粤港澳三地蓄势待发。体育盛会历来是区域发展的“超级连接器”,而十五运是粤港澳三地首次联合承办的大型体育赛事,也是全运会历史上第一次走进香港、澳门。赛事规模空前,拥有非凡的历史意义与强大的品牌影响力。

体育赛事与城市发展的化学反应正在重塑区域发展逻辑,赛事经济正成为撬动城市经济增长、延伸产业链条、注入持久动能的重要支点。十五运开幕在即,餐饮和食品企业纷纷抓住消费契机,推出相关的产品和活动,吸引观赛人群延伸消费。

■新快报记者 陈福香

据统计,大型综合性体育赛事对主办城市的消费拉动明显。

2023年,成都大运会带动住宿、餐饮、零售消费438.3亿元,环比增长14.2%。杭州亚运会期间,体育及相关消费489.6亿元,环比增长15.6%。随着十五运会筹备推进,粤港澳三地正加速构建“体育+文旅+商业+科技”的三维模型,全力将全运会的赛事流量转化为经济增量。

“要发动企业参与激活赛事经济。”十五运会组委会副秘书长、十五运会广东赛区执委会副主任、广东省体育局局长崔剑曾表示。

今年6月,十五运会组委会和残奥会组委会曾在新闻发布会介绍,省执委会共收到涉及53个类别的121份赞助意向函,赞助意向总额超过20亿元。截

至6月,已签约和可签约的赞助企业就已覆盖保险服务、航空服务、饮用水、体育器材等21个类别29家企业,赞助总金额近16.5亿元。

近日,有投资者向广州酒家提问:“十五运对公司业绩有影响吗?”公司表示,为迎接十五运,公司筹划多种促销、宣传活动,紧抓消费机遇,推动公司餐饮服务与食品销售联动发展。其中,公司通过推出《食在广州·迎十五运金牌菜谱》,升级十大名厨名菜;推出荔枝酥等岭南佳果系列产品、花城锦绣糕点礼盒等作为伴手礼,深具地方特色,强化品牌文化底蕴,助力食品销售增长。

值得注意的是,体育赛事与城市发展的化学反应正在重塑区域发展逻辑,赛事经济正成为撬动城市经济增长、延伸产业链条、注入持久动能的重

要支点。

因此,企业纷纷积极拥抱赛事经济,以各种方式聚焦赛事经济。作为十五运会和残奥会“啤酒类独家供应商”,珠江啤酒紧扣广州市“拼经济、保安全、办全运、提品质”工作主线,以“新产品、新场景、新形象”为全运盛会添彩。

作为十五运饮料供应商之一,康师傅为十五运的射箭比赛冠名;在比赛场地广东奥体中心品牌展馆展售冰茶系列饮品,并同步在各地区赛事场馆设置饮品售点;在更早期的9月,广州文化集团携手百事可乐,共同推出了“广州礼物”系列时尚饮品……

有专家认为,大型赛事的真正价值在于对城市发展的长期推动,赛事经济不仅是短期流量变现,更是城市基础设施与服务生态的长效构建。



■珠江啤酒美食嘉年华。(图片来自“珠江啤酒”)

## 企业创新案例

### “啤酒+”赋能 引领新消费浪潮

把握十五运会赛事机遇,珠江啤酒持续深化“啤酒+”场景,以科技融合、文化赋能与场景重构引领新消费浪潮,将赛事流量转化为经济增量。

2025年前三季度,珠江啤酒实现啤酒销量120.35万吨,营业收入50.73亿元,归属于上市公司股东的净利润9.44亿元,分别同比增长1.83%、3.81%、17.05%。

今年4月以来,“我要上全运”珠江啤酒·2025广东省男子篮球联赛暨十五运选拔赛在全省19座城市掀起体育竞技热潮,为全运会群众篮球项目比赛选拔体育健儿。

以“啤酒+音乐”“啤酒+美食”点亮城市美好生活,联动广东汕尾、梅州,福建龙岩、海南儋州等城市开展珠江啤酒节,积极服务十五运会赛事宣传。

在城市文旅消费名片啤酒厂1985园区打造十五运会吉祥物最萌风景线,举办音乐、美食、展览及电竞、骑行等多元品牌活动。赋能会展经济新引擎。迎接第138届秋季广交会,珠江琶醍联动潮玩IP举办第六届“美食选择醒”,邀请世界展商客商共迎湾区体育盛会。

## 专家建议

“体育营销并不是单纯的营销动作,更多的是要让企业在阶段性建立起品牌效应、粉丝效应、流量效应。”中国食品产业分析师朱丹蓬认为,十五运对企业是很好的契机,但同时也对企业的综合实力提出了更高的要求。

“餐饮企业要抓住十五运会的消费契机,核心是围绕赛事IP做足文章。”针对十五运赛事,红餐网创始人陈洪波表示,餐饮企业可以做的事情很多,比如印着十五运Logo的甜品,以运动项目命名的特色小吃。同时针对不同人群推出差异化套餐,如给工作人员的营养简餐、给游客的地方特色套餐。场景

## 企业要围绕赛事IP做足文章

上,场馆内优化餐饮区布局,减少排队时间;场馆外联动商圈打造“赛事美食区”,吸引观赛人群延伸消费。

随着十五运会开幕式的临近,有些企业已经做了相应布局。作为本地老字号品牌,广州酒家在门店推出“十五运金牌菜谱”,通过“运动+庆典”双重IP效应叠加,推出赛事票根专属优惠活动、限量版“冠军同款”套餐等特色举措。白天鹅宾馆举办了“白天鹅杯”2025世界青年粤厨大赛,吸引了多个国家和地区的青年厨师同台竞技,展现粤菜传承创新。广州塔畔粤轩中餐厅推出“云端粤宴,味动十五运”全运主

题菜单,依托广州塔的地标优势与云端视野,为各地运动健儿、游客及美食爱好者打造美食盛宴。

但陈洪波也提到,企业同时也会面临一些挑战。首先是人流波动大,赛事期间需求骤增易导致供应不足、排队拥堵,赛事间隙又需求锐减,造成食材浪费和人力闲置。其次是食品安全与品质的把控,赛事餐饮环节多、链条长,大规模供应下,对食材的新鲜度、口感都有很高的要求。另外,同质化竞争激烈,若缺乏差异化定位,容易陷入同质化竞争的困境,让消费者感到审美疲劳。

## 专题

# 麦当劳中国开启安格斯星级美食盛宴

10月22日,麦当劳重磅推出安格斯新品,并精心打造星级旗舰店,全方位为消费者带来一场前所未有的美食体验。

## 星级安格斯新品惊艳登场

麦当劳推出重磅新品「白松露风味法式火腿安格斯厚牛堡」。这款汉堡星级臻选100%安格斯牛肉,黄金肥瘦比,双面煎制,奶香十足肉汁满溢,搭配法式



火腿片,咸香点睛,更添馥郁层次,与牛肉的肉香脂香相辅相成,佐以秘制白松露风味酱,释放白松露特有的馥郁鲜香,叠加高达芝士的柔滑芝香,生菜的清冽脆感,浓香满溢,一口尽享珍馐盛宴!(注:“100%安格斯”指牛肉饼为纯安格斯牛肉;法式火腿为猪肉。)

此外,还推出优惠套餐「白松露风味安格斯两件套」、「培根安格斯两件套」和「芝士安格斯两件套」供消费者选择,满足不同消费者的个性化需求。

除了牛堡,「白松露风味摇摇薯条」也惊艳亮相。撒粉融入馥郁白松露风味,混合复合黑胡椒等香辛料,与金黄酥脆的薯条拌匀后,交织出诱人薯香,带来奢味体验。

## 特色旗舰店:沉浸式体验,打卡新地标

自10月17日起,麦当劳在全国6座城市打造了6家星级旗舰店,为消费者带来

一场美味盛宴。其中,麦当劳广州塔餐厅作为星级旗舰店之一,店外,以黑金配色亮相,时尚大气,极具视觉冲击力,是拍照打卡的绝佳之地。步入店内,星级品鉴区别具一格。星级品鉴区陈列着安格斯臻选食材,消费者可深入了解食材的来源、品质和制作工艺,增加对美食的认知。

除了这6家星级旗舰店,全国还有16家餐厅设置了同款星级品鉴区,为更多消费者提供打卡体验的机会。其中,广佛地区就有3家,分别是广州美林餐厅、广州番禺锦绣香江得来速餐厅以及佛山伦敦得来速餐厅。这些餐厅延续了星级旗舰店的特色,让消费者无需远行,就能在家门口感受到星级美食盛宴。

## 丰富活动添乐趣

10月25日至11月2日期间,在麦当劳APP/微信/支付宝或小程序下单麦当劳四件套,并备注“麦乐鸡侠 Car



Me”,消费者即有机会获赠芝士安格斯厚牛堡1份或麦乐送星级服务体验1次,还有专属拍摄服务和安格斯神秘大礼。现在开通麦金卡,可立享专属优惠价,白松露风味安格斯超值四件套只需38.9元。