

电商创新融合 赋能湾区消费新图景

2025年,在国家及广东省“提振消费专项行动方案”的深入推进下,粤港澳大湾区电商行业迎来全新发展机遇。十五运会即将开幕,粤港澳大湾区正通过体育赛事与电商经济的创新融合,开启一场赛事经济的消费变革,让十五运会成为推动区域消费升级的重要契机。

在赛事经济效应推动下,电商平台通过即时零售、文创营销、场景创新等方式,深度激活大湾区消费市场,成为推动区域消费升级的重要力量。

■新快报记者 郑志辉

引领赛事经济新篇章

2025年初,广州、深圳成功入选国家体育消费和赛事经济试点城市。这一政策红利为湾区消费市场注入强劲动力。广东省委、省政府高度重视全运会带来的赛事经济效应,将其视为释放体育消费潜力的重要机遇。

据广东省商务厅数据显示,2025年1-8月,全省社会消费品零售总额同比增长3.2%,限额以上单位通过公共网络实现商品零售同比增长17.9%。

技术创新成为电商赋能消费的重要驱动力。十五运会和残特奥会不仅是体育竞技的舞台,也是“超级场景试验场”,通过推动新技术、新产品、新模式在赛事中首试首用,构建“赛时炫科技、赛后留产业”的闭环生态。

人工智能技术已深度渗透电商全链条,据《2025中国电商AI应用白皮书》显示,85%的电商平台在客服、推荐、运营等环节应用AI技术,效率提升40%以上。虚拟主播与个性化推荐系统重构消

费决策路径,VR/AR技术打造的“虚拟试衣间”“家居场景化展示”等沉浸式购物场景,使商品转化率提升35%。

正如IDC预测,2025年中国AR眼镜出货量将突破500万台,运动、文旅场景将成为主要增长点。“元宇宙全运村”可让全球观众无论身处何地,都能通过虚拟化身沉浸式体验赛事文化、社交互动、观看赛事亮点。据记者了解,阿里巴巴首款自研的AI眼镜日前正式开售,仅7个小时便冲至天猫平台“双11”期间智能眼镜行业品类第二。与此同时,小米、Rokid、雷鸟等新老品牌的AI眼镜也在今年“双11”中销售热烈。

无人机配送实现“分钟级履约”

低空经济与即时零售的融合更为赛事消费提供新可能,无人机配送在部分赛事场馆周边实现“分钟级履约”。麦当劳今年8月就在深圳湾公园、笔架山体育公园和中心公园等10所深圳公园上线美团无人机配送服务,打造了麦当劳

外卖“分钟级触达”的全新消费体验。

即时、运动消费趋势尤为显著。2025年,以阿里、京东为代表的电商平台将即时零售作为重点发展方向,并推出“超时20分钟免单”等新服务。这种“线上下单、就近发货、即时配送”的零售新业态,正好满足了赛事期间观众对购物时效性的需求。

即时零售的迅猛发展为赛事消费提供了有力支撑。中信证券与易观联合测算,2025年,中国即时零售市场规模预计达到1.5万亿元。在十五运会期间,观众可通过即时零售平台,下单购买零食、饮料、十五运会周边产品等,实现“即买即得”的便捷体验。

特许商品成为消费新热点

此外,数据显示,运动消费潜力释放。今年的京东11.11大促首波数据显示,运动领域的品牌及商家成交额同比增长超200%,其中户外运动相关服饰热销,运动羽绒服成交额同比增长4倍,户

外羽绒服、运动棉服增长3倍。

十五运特许商品成为消费新热点。截至2025年9月,十五运会和残特奥会广东赛区执委会已批准近2000款特许商品上市,涵盖数字藏品、文创潮玩等多元品类。电商平台通过打造线上特许商品专区,结合AR试穿、3D展示等技术,为消费者提供沉浸式购物体验。多家线上店铺的“喜洋洋”“乐融融”等周边更是火到秒售罄。

跨境电商借势十五运会实现新突破。当前,大湾区体育产业正呈现蓬勃发展的良好态势,政策红利叠加市场需求,体育品牌“走出去”、拓展海外市场迎来黄金期。蚂蚁集团万里汇、广州希音集团、广州同欣体育股份有限公司、广东卓志集团等龙头企业,分别从全球品牌数字化转型、柔性供应链建设、跨境支付安全与成本优化、出海“一站式”全链路服务设计等多个维度,拆解体育品牌出海的痛点与解决方案,共同勾勒覆盖生产、物流、支付、营销的全功能版图。

企业创新案例

京东打造“赛事即时服务生态”

京东集团充分发挥供应链优势,打造“赛事即时服务生态”。2025年10月16日,京东十五运会和残特奥会高铁冠名列车正式启程,列车以贵广、南广高铁为品牌传播轨迹,

横跨广东、广西、贵州、重庆、四川、云南等,构建起覆盖粤港澳大湾区、辐射全国的品牌传播通道。随着列车的加速飞驰,十五运会活动声势将广泛提升,让更多人爱上运动,京

东的品牌形象也将随着高铁网络延伸至全国每一个角落。在十五运会海珠区分会场,京东联合线下商圈开展消费券发放活动,实现线上线下联动促销。

AI赋能实现营销创新升级

淘宝天猫通过AI技术赋能,实现营销创新升级。在2025年“双11”期间,平台联合品牌推出了运动主题营销活动,包括“冠军同款”直播专场、“时髦运动会”挑战赛等,通过内容创新激发消费热情。在紧扣十五运会和残特奥会契机的2025广州国际购物节上,阿

里巴巴“喵住”打造了线上主会场。阿里巴巴集团旗下高德近来采取了一系列措施,持续升级优化“粤港澳一体化出行”服务,并与粤港澳三地赛事举办城市交管部门建立信息联动机制,全方位助力十五运会和残特奥会赛事交通保障、市民出行服

务。此外,高德“粤港澳一体化出行”服务也大幅优化了数据,提升已在香港落地的车道级导航、智能红绿灯读秒、隧道导航等服务体验;对广州、深圳已确认的逾400条涉赛道路,高德工程师团队正展开现场测试,确保导航的引导效果达到最优。

专家建议

借助赛事经济 完成消费升级

广州市人大代表、广州锐丰文化传播公司副总经理王苑撞提出,十五运会不仅是竞技舞台,更是粤港澳三地文化、旅游、商业融合的契机。她建议把“赛事的主场”精心打造成“消费的主场”,助推广州国际消费中心城市的建设,借助赛事经济完成消费升级。

“广州可以在文化文创消费场景上,通过创新与布局,打造新业态、新模式。打造具有‘千年商都’特色的文创产品和24小时消费场景。”她表示。

例如,在比赛场馆处,可设置智能化文化咨询机器,提供交通、住宿、美食、娱乐等一站式城市旅游服务攻略和商家折扣券。紧抓广州夜间文旅特色,将早茶文化、非遗文化与文旅夜游相融合,丰富夜间文旅消费产品,结合广州特色景点,如博物馆、文化馆、艺术馆等,创新开发更多文旅夜游活动,吸引更多游客前来打卡,构建高品质夜间经济聚集区。“再借助十五运会的东风,深挖广州本土文化内涵,打造独特的广府文化IP,打造具有‘千年商都’特色的文创产品和24小时消费场景。”