

进入中国市场30年首次双店同开

山姆入鲁，一条“鲇鱼”搅动商业格局

大众观察

□ 本报记者 段婷婷 王雅雯

近日,山姆会员商店正式官宣5月15日济南、青岛两家新店同步开业。这是山姆进入中国市场30年来,首次双店同开。此番齐鲁同步落地,既是山姆抢抓北方高端消费风口,也将直接搅动济南、青岛乃至整个山东零售赛道竞争格局,倒逼本地传统商超加速转型,提质升级。

从“抢便宜”到“买品质”

180cm巨型熊猫玩偶、Bally女士托特包、集齐16支国家队的可口可乐FIFA联名款……即将开业的齐鲁两家山姆新店,将上架一系列商品,其中部分为全国首发或仅限山东销售。此外,店内也提供日照绿茶、本地黑猪肉等多款具有山东地方特色的商品。

山姆落地山东以来,进展备受瞩目,这背后,是日益升级的消费需求。

曾几何时,不少消费者会为了几毛钱的优惠,特意乘坐超市免费购物班车,奔波数公里前往大卖场。彼时的消费核心,是对“极致低价”的追求,购物的核心诉求仅停留在“满足基本生活需求”。

如今,高端会员制商店需要支付年度会员费才能入场,即便如此,仍有大量消费者愿意为之买单。这种看似矛盾的转变,本质上是消费观念从追求低价向追求品质的跨越。

山姆“精选商品+会员制服务”的模式,正是切中了这一消费观念的变迁。

与传统超市上万种商品不同,山姆更重“少而精”,仅提供约4000种精选商品,以期建立“闭眼入”的信任。超市不再是只追求客流量的“收租”思维,而是转向经营用户的“买手”模式。

而付费会员是一道分界线,精准筛选客群。山姆瞄准的,正是愿意为独特商品、确定性与时间节省付费的中高收入家庭。这部分客群客单价往往更高,他们的流失,将给本土零售超市带来挑战。

山姆的落地将推动本地超市业态向“两极化”加速演变:一极是以会员店和新零售为代表的“品质体验”赛道,另一极是以社区店和折扣店为代表的“便利+性价比”赛道。

“外来者”的进与退

山姆并非首个叩响济南大门的外来巨头。回望本世纪初,一场外来商业品牌浪潮曾席卷泉城。

2000年,大润发历城店开业,其宽敞的购物空间,丰富的商品选择和颇具竞争力的价格,给济南市民带来了前所未有的购物体验,人气火爆。之后,沃尔玛、家乐福、易初莲花等外来超市纷纷来到济

南,2009年乐购落户济南,全球排名前三的零售巨头在济南聚首。

外来商超的集中涌入,曾让本土商超一度陷入“狼来了”的焦虑。然而,真正的“狼”并不是外来品牌。就在实体店超市还在大举下沉扩张的时候,电商已悄然兴起,持续冲击实体商业。随着数字技术变革,2016年,新零售概念提出。

传统超市卖场在新一轮的变革中,逐渐“力不从心”。以沃尔玛、家乐福、乐购等为代表,主打“大而全”一站式购物的外资品牌逐渐遭遇“水土不服”,陆续铩羽而归。其中,易初莲花经营5年后于2010年关门,乐购于2014年撤离济南,华润万家2019年撤出,家乐福2021年初底退出济南。

形成对比的是,一些主打品质消费的品牌却活了下来。2011年和2019年,Ole'精品超市分别进驻恒隆广场和万象城,主打高端品质;2017年麦德龙开业,将德国仓储式超市带入济南;2021年盒马鲜生首进济南,主打新零售,至今在济南门店已增至10家。

变迁背后,一方面是外来品牌未能深度融入本地消费文化;另一方面,则是“大而全”的大卖场跟不上消费需求升级。如今,山姆的到来,切准了济南消费升级的趋势。

不过也应该看到,暗流涌动的商业竞争从未停止。

品质赛道上,山姆将与盒马正面抗衡,此前盒马就曾推出“移山价”正面迎

击山姆。不过二者定位略有差异,盒马包装更小巧,适配单身及小家庭;山姆则以大包装、家庭消费见长。另外,传统超市也在谋变。去年,永辉超市便“学习胖东来”自主调改,不仅调整商品结构,也引入大量自有商品。这些都成为山姆将要面临的考验。

一家店能否改变一条路

山姆济南首店坐落于高新区工业南路与凤凰路交会处。项目由老旧物资市场蝶变为高端品质商业综合体,是济南高新区盘活存量资源、提质城市更新的一个例子。

对于城市而言,山姆就像一块“磁石”,吸引着更多资源集聚。据济南高新区今年初的摸底调研,济南山姆会员店仍在施工建设阶段时,其对区域人气的撬动作用已经悄然显现:2025年,工业南路西起海信贤文中心、东至山姆会员店约4公里的路程,成为企业迁入的热土地带,累计承接企业迁入1400多家。这一数字,占高新区当年企业净增量的近1/4,超过该片区2023年与2024年迁入企业数量之和。迁入企业中,从事批发和零售业的约占1/3。这意味着上下游企业正向“龙头”靠拢,产业链的微循环开始加速流转。

随着山姆会员店开业,济南高新区“工业南路商业隆起带”正被激活,串连起高新万达、中垠广场、银座购物广场、丁豪广场等超75万平方米各类商业载体。

山姆恰好位于这条商业带东翼,它的进驻弥补了该片区高端会员制商店的空白,也让原本以交通功能为主的工业南路,开始具备更清晰的城市消费轴线意味。

放眼整个济南市,近年来随着城市范围扩张,商业体数量增多、分布分散,新商圈不断崛起。此前,济南商业集中在泉城路、洪家楼、经四路、纬十二路等老城区。近年来,南部中海环宇城、贵和领秀城店为

代表的商圈逐渐成熟;西部印象济南、弘阳广场、万达、龙湖等项目聚集成势;在东部,工业南路商业隆起带恰好完善了济南东部商业布局。

这种变化背后,是济南商业发展逻辑的深层转型:从老城区核心集中,向全城全域协同发展;从行业同质化内卷竞争,向业态错位互补升级。

全球供应链的“双向生意”

从全省看,济南与青岛两大山姆门店遥相呼应,将形成“双核心”辐射格局,其“标杆效应”将吸引更多高端零售品牌、连锁企业进驻山东,推动山东商业向高端化、协同化方向发展。

首店尚未开业,山姆济南二店已确认落户市中区。这意味着济南将成为山东省内首个拥有“双山姆”的城市。过去5年,济南累计吸引近600家区域及全国首店进驻,并入选全国消费新业态新模式新场景试点城市,促进体育消费和赛事经济试点城市。

从落地节奏上看,山姆济南首店的项目推进相当紧凑:2024年4月启动对接洽谈,用时5个月即完成签约,创下山姆全国最快落地纪录;同年11月开工建设,历时一年半施工,于2026年4月竣工交付,目前正在作开业前的最后准备。这些都是山姆加码布局的坚实基础。

随着齐鲁两家门店开业,山姆在全国的门店数量达到67家。此前门店布局以南方居多,去年以来,选址逐渐向北方倾斜。

此番押注山东双城,足以看出山姆对山东市场的看重,也印证了山东日益成熟的商业环境、强劲的高质量消费潜力,以及其在推动消费升级与零售业创新发展中的努力。

除了开店布局,山姆也在借助其全球供应链,推动商品的“双向流通”:一方面,将世界级的差异化商品引入山东市场;另一方面,与山东本地优质企业合作,按照山姆自身选品标准,将部分本地商品纳入其全国销售体系。

据了解,目前,山姆已与逾百家山东本地企业建立合作,涉及生鲜、零食、酒水、电器、服饰、家居、母婴、家清、宠物用品等众多品类。随着济南、青岛门店的开业,预计还会有更多山东产品进入山姆的供应链。

五部门推进建设项目联合验收“一件事”

新华社北京5月11日电(记者 王优玲)住房和城乡建设部等五部门11日发布《关于深入推进建设项目联合验收“一件事”的实施意见》,以推动新建、改建(含装饰装修)、扩建的房屋建筑工程、市政基础设施工程等建设项目联合验收“一件事”高效办理。

实施意见要求,推动建设项目竣工验收备案、消防验收(备案)、规划核实和土地核验、人防工程竣工验收、建设工程档案验收、公众聚集场所投入使用或营业前消防安全检查等事项联合验收,实现流程优化、并联办理、提质增效,持续提升政务服务效能、优化营商环境。

实施意见要求,2026年10月底前,实现建设工程联合验收“一窗受理”“联合勘验”“一网通办”。2027年6月底前,推动实现建设项目联合验收数据跨部门、跨层级高效共享与实时回流,协同推进审批服务、事中事后监管,探索智慧监管、无感监管。

浪潮云助力

全国首个“Token出海”全链路闭环验证完成

□记者 段婷婷 通讯员 崔志源 报道

本报济南讯 近日,浪潮云助力汕头完成全国首个“Token(词元)出海”全链路闭环验证,成为国内首个城市级实践,标志着中国词元出海正式进入实质性落地验证阶段。

词元是大模型处理信息的最小计算单元,正在成为连接技术与业务的核心计算单位。“词元出海”的核心是将国内电力、算力通过大模型转化为可交易的数字服务出口,实现算力变现、服务出海。然而,市场热议的“词元出海”更多停留在“模型出海”层面,企业的大模型在海外部署,底层算力与数据中心也部署在境外,国内的电力与算力并未真正以词元形式对外输出。

面对行业共性难题,浪潮云基于汕头华侨试验区“来数加工”试点政策,为本次试点提供关键AI技术底座支撑,通过构建“电力-算力-词元-价值”的闭环体系,为用户提供AI时代从“能源”到“价值”的最短路径。在这一过程中,浪潮人工智能工厂作为人工智能技术落地与产业创新的核心加速器和孵化器,充分发挥“算力-数据-模型-应用”服务能力,提供全栈算力底座、大模型能力与安全可控的合规与低时延传输链路保障,有效解决跨境数据合规、网络时延两大行业痛点,保障词元全链路闭环、安全稳定出海,助力本次试点完整跑通“离岸数据中心-生产词元-海外调用-数据合规传输”全流程,海外用户顺利调用“汕头产”词元服务,中国AI技术与算力资源首次以高附加值数字服务形态出口。

词元出海的“能力输出”到“生态扎根”,将为中国数字经济全球化发展注入智能动力。未来,浪潮云将基于工业化模式,为用户提供从“能力供给”到“价值交付”的完整链条,助力汕头打造“词元出海首选地”,加速赋能智能经济新形态。

杨絮集中爆发,带来不少困扰 无絮杨替代有絮杨 一些难关待解

- 基层林农多年来已对107杨的栽培模式、市场收益形成了种植惯性
- 无絮杨新品种在区域内推广时间较短,尽管已完大规模育苗,但基层林农对其品种特性、生长表现、抗病抗逆能力及经济价值仍缺乏全面认知
- 市面上缺少无絮杨成熟林供林农对比参考

□ 大众新闻·农村大众记者 郑希平 通讯员 王军

近来杨絮集中爆发,给城乡居民带来了不少困扰。相比传统有絮杨,无絮杨新品种可从源头杜绝飞絮。但业内人士表示,无絮杨推广并不顺利。林农为何倾向于种植传统有絮杨?无絮杨替代有絮杨需攻克哪些难关?记者就此展开调查。

5月8日,天气晴朗,在惠民县无絮杨繁育基地,工人正在为扦插培育的无絮杨幼苗除草、施肥。山东省林木种苗协会副秘书长李加宝介绍:“‘华雄1号’‘创新1号’等改良品种,可从遗传育种源头杜绝飞絮的产生,同时具备速生丰产、抗病抗逆、材质优良等核心优势,是替代传统雌株杨树、根治杨絮污染的理想品种,各项生长与经济指标均不低于有絮的雌株杨树107杨(欧美杨107号在业内简称107杨)。”

然而,李加宝发现基层林农多年来已对107杨的栽培模式、市场收益形成了种植惯性,对无絮杨的接受度偏低,主动改种意愿不足。

惠民县国有沙窝林场的马立民告诉记者,基层林农是杨树种植的主力军,种植规模远大于政府采购的绿化工程,这也是乡村杨絮问题比城区更为严重的主要原因。

马立民多年来一直从事无絮杨的繁育与推广工作,他分析:“无絮杨新品种在区域内推广时间较短,尽管已完大规模育苗,但基层林农对其品种特性、生长表现、抗病抗逆能力及经济价值仍缺乏全面认知,甚至存在‘无絮杨生长慢、效益差’的误解。”

“市面上缺少无絮杨成熟林供林农对比参考。一般来说,杨树生长6年左右后如果出现风折,以后就基本不会出现风折问题,但目前无絮杨成树最早的也才3年左右。”马立民说,林农种植商品林,目的是追求经济效益,一旦树木出现风折,会承受巨大经济损失。因此,林农对无絮杨品种心存顾虑也在情理之中。

“曾有农户在移栽南方无絮杨品种时未进行泡水、深栽处理,导致树苗成活率不高,这也让不少人对无絮杨新品种产生误解。”李加宝介绍,经过多年试种试验,目前已筛选出适配山东本地水土条件的无絮杨品种,同时制定了完善的种植技术规范,能确保无絮杨各项生长指标优于传统有絮杨。

苗木价格也是重要因素。据介绍,早期无絮杨新品种育苗量少,树苗售价高于传统有絮杨,而近两年随着育种工作的推进,无絮杨树苗价格已逐步回落。

目前仅滨州地区,就已累计完成无絮杨育苗50万株以上,为构建本地无絮杨种苗供应体系、实现区域规模化推广,筑牢了种苗储备根基。李加宝认为,推广无絮杨是根治杨絮问题、改善城乡人居环境的长效举措。“从全省产业发展态势来看,无絮杨推广已进入‘种苗储备向规模化落地’转型的关键阶段,而这一步,相较于此前的育种育苗工作,还有更长的路要走。”

节后行情持续发酵, A股连续4个交易日超百股涨停

沪指创业板指创近11年新高

□ 本报记者 郝亚男

■ 相关新闻

5月11日,沪指、创业板指均刷新近11年新高,A股市场超3100只个股上涨,连续4个交易日超百股涨停。

截至收盘,A股重要股指集体收涨:沪指涨1.08%,站上4200点;创业板指大涨3.5%,突破3900点;科创综指涨3.37%,盘中刷新历史新高;深成指涨2.16%。沪深两市成交额3.54万亿元,较上一个交易日放量超4900亿元,创4个月新高,成交额连续4个交易日超3万亿元。

从板块来看,半导体、算力硬件产业链再度爆发。长电科技涨停,总市值逼近1000亿元,中船特气20cm涨停。存储器、GPU、CPO方向领涨。稀土、创新药、光伏、商业航天概念股活跃。海运、黄金、锂矿题材走弱。

不仅仅是5月11日,“五一”假期后,A股上涨行情持续发酵。Wind数据显示,5月6日至8日,6个A股指数震荡上行:上证综指涨1.65%、深成指涨3.02%、创业板指涨3.24%、沪深300上涨1.34%、科创综指涨4.50%、万得全A上涨3.09%。

湘财证券分析认为,“五一”假期,亚太权益市场,尤其是韩国、日本股市持续上涨,A股在节后有补涨需求;美伊在中东围绕霍尔木兹海峡的冲突依旧,但强度明显减弱,虽然导致布伦特原油主力合约价格再次上升到100美元/桶上方,但对全球资本市场的影响明显减弱。

行情节节攀升之下,A股市场走势将如何演绎?投资者又该如何把握本轮行情机遇?

中信建投证券投资策略分析师夏凡捷认为,展望2026年下半年,A股的牛市行情还将继续。从行情节奏和市场特征来看,牛市下半场估值较为困难,全A指数上涨速度或将放缓,并呈现结构化的特征。预计A股将演绎结构性慢牛行情,结构性景气度和资金抱团推动结构性牛市,建议投资者遵循“景气为纲”的投资策略,聚焦“算力牛”和“复苏牛”两大景气主线。

中金证券在研报中表示,3月,我国PPI同比上涨0.5%,时隔41个月首次转正,一季度核心CPI同比上涨1.2%,创近5年最高,市场对于国内低通胀叙事反转预期升温,煤炭、有色金属、化工等中上游行业年初至今录得较好表现。本轮PPI上行周期或主要由供给侧改善及输入型通胀驱动。参考历史经验,本轮PPI上行周期内,股市有望延续较好表现。

淄博“隐藏王者”登陆沪市主板

工业界的“盐”上市首日大涨超562%

□ 大众新闻记者 贾瑞君 王继洋 宋明君

5月11日上午,随着上交所锣声敲响,长裕控股集团股份有限公司(简称“长裕集团”)正式登陆上海证券交易所主板,A股“淄博板块”扩容至36家。

上市首日,长裕集团68.75元开盘,后迅速拉升,截至下午收盘,报价91.84元每股,涨幅562.63%。盘中股价最高110.28元,涨幅近700%,表现相当亮眼。

一鸣惊人背后,是一个“隐藏王者”的故事。这个故事的主角,是“盐”。

错,就像工业界的“盐”,用量不大,但没它不行。手机背板上的陶瓷涂层、暖气片上的防腐涂层,甚至核反应堆的核燃料棒外壳,用的都是盐。

氯化锆,则是生产各类锆化合物的基础原料。2019年前后,广通新材料成为国内氧化锆行业的龙头。招股书显示,长裕集团锆类产品经营主体广通新材料现有氧化锆产能7.5万吨/年,凭借氧化锆产品入选工信部制造业单项冠军企业。

仅2023年至2025年,长裕集团便卖掉了约19万吨锆类产品,收入约占企业主营业务收入的70%。

值得一提的是,目前淄博共培育出国家级单项冠军企业29家,数量居全省第二;省级制造业单项冠军企业121家,数量居全省第五,形成了梯次分明、集群发展的“冠军方阵”。

企查查显示,“青味”长裕集团锆产品的客户集中于欧洲、美国、日本、韩国和东南亚等国家和地区,其中不乏索尔维、日本第一稀元素化学工业株式会社、瑞士EMS、韩国韩华集团、比亚迪等世界级企业。

2010年,广根新材料成立,主攻特种尼龙。广根新材料重点布局的长碳链尼龙具有出色的耐化学性、低吸水性、良好的尺寸稳定性,广泛应用于汽车、航空航天、电子电器、医疗器械等领域。到2019年,广根新材料的特种尼龙产能达1.5万吨/年,成为国内少数能够规模化生产长碳链尼龙的企业之一。

2019年4月,长裕控股集团股份有限公司正式成立。随后,广通新材料、广根新材料相继纳入长裕集团旗下,“锆+特种尼龙”双主业发展格局由此搭建,长裕集团上市之路也同步铺开。

根据此前披露的招股说明书,长裕集团本次IPO拟募集资金7亿元,将主要用于三大项目:4.5万吨超纯氧化锆及深加工项目、年产1万吨高性能尼龙弹性体制品项目和年产1000吨生物陶瓷及功能陶瓷制品项目。这些募投项目紧密围绕公司主营业务展开,旨在进一步扩大核心产品的产能规模,并向产业链更高附加值的下游深加工领域延伸。

对于市场而言,更想看到的,则是长裕集团与固态电池的故事。

目前行业看好的几条固态电池技术路线中,“氧化物路线”最有代表性的是锂镧锆氧,这里面的“锆”是氧化锆,而长裕集团是全球最大的二氧化锆原料供应商。

未来固态电池一旦按照这一路线实现量产,长裕集团的锆基材料将从“大宗化工品”变成“电池关键原料”,单价和毛利率会比现在的氧化锆高一个数量级。

不过,长裕集团固态电池的故事尚未“展开”。正如招股书中所说:“固态电池技术尚未完全成熟,商业化规模应用尚需时间。”