

1000

全球27个国家和地区
近1000名“铁人”齐聚蓉城

其中
世界杯赛114名世界级运动员
公开赛866名国内选手

迎世运
办铁三
燃金堂

5月10日—11日,“东锦杯”2025年成都·金堂铁人三项世界杯赛暨成渝双城铁人三项公开赛在成都市金堂县国际铁人三项赛场举行。
文/卢佳丽

弯道超车,上演“速度与激情”。
摄影 刘杰

全球27个国家和地区的运动员骑行在公园城市“黄金赛道”上。
摄影 龚全意

金堂白马湖,女子优秀组选手角逐于碧水蓝天间。
摄影 蒋永平

拼搏铁三,圆梦金堂。奔跑吧,铁三!
摄影 吴顺益

30+

赛事期间金堂策划开展城市推介会等30余项特色活动

“燃情赛事”
“活力营城”
“乐享惠民”
三大板块
持续推动赛事流量向经济增量转化

青羊区：大型商超又“上新”

本报讯（成都日报锦观新闻记者 袁弘）既可品尝到地道乐山美食钵钵鸡、翘脚牛肉，还能享受大量“底价”商品折扣……日前，位于城西优品道广场、占地4000平方米的悦美添超市正式开业，为附近居民带来便利购物体验、为周边商业发展注入新活力。

记者了解到，悦美添超市是乐山家乐集团旗下的新零售品牌，在乐山、眉山等地深耕超市业态已有26年，目前拥有43家2000平方米以上的生活超市。此次开业的悦美添超市城西优品道店，是该集团进入成都市场的首店，将填补周边区域暂无大型商超的空白，更好满足广大市民家门口的消费需求。

拥有占地面积大、品类丰富齐全的熟食区域，是悦美添超市的最大亮点之一。作为来自乐山的超市品牌，悦美添超市将乐山的不少经典美食带到成都——名声在外的乐山钵钵鸡，香气四溢的烤肉串，甜中带咸皮酥肉香的甜皮鸭，……“好吃不贵”“味道很正宗”“十多块就能吃饱肚子”……市民在品尝特色美食后，纷纷为正宗乐山味道点赞。

青白江区：“极简审批”再提速

本报讯（成都日报锦观新闻记者 王丹）“从提交材料到获证仅用1天，全程‘零跑腿’，非常感谢！”近日，成都盒马鲜生网络科技有限公司经办人郭女士致电青白江区审批和营商环境局食品药品勘验科致谢。

此前，盒马鲜生急需办理食品经营许可证，但法人及经办人均在外地，无法现场提交材料。得知需求后，该局启动“不见面审批”流程，指导企业通过审批平台上传申请书等电子材料，工作人员实时在线核验，审批时限由原7个工作日压缩至1个工作日，新的食品经营许可证通过邮政EMS免费寄达，全程“零跑腿”。

“不见面审批”是青白江区构建“极简审批”体系的关键一环。今年以来，青白江区通过简化流程、推行电子化审批和邮政递送服务，推出餐饮全链条“一类事”增值服务、夜间施工许可智能办等多项改革举措，持续为市场主体减负增效。

赛事营城 共创未来 金堂对外发布10.2亿元机会清单

本报讯（成都日报锦观新闻记者 卢佳丽）记者昨日从金堂县获悉，铁人三项世界杯赛期间，金堂围绕“迎世运 办铁三 燃金堂”主题，聚焦“燃情赛事”“活力营城”“乐享惠民”三大板块，推出城市推介会、文体旅项目签约、文

化惠民演出、“我与金堂铁三同框”等30余项特色活动。

其中，对外发布成都汽车文化主题运动创意园、天空之城民宿度假区等计划总投资10.2亿元的金堂县银发康养文旅产业带项目

机会清单，清单囊括养生康养、运动康养、文化康养、乡村康养、温泉康养多个项目合作机会，推动赛事流量向经济增量转化。此外，金堂县文化广电体育和旅游局与成都格林琅瑞集团有限公司、四川新热浪体育场管理有限

公司、新兴重工(成都)科技发展有限公司签署合作协议。

据悉，金堂已连续13次举办铁人三项赛，相继被世界铁联授予“铁人三项世界杯赛黄金主办城市”“世界铁人三项运动发展突出贡献城市”荣誉称号。依托山水资源，全国热气球精英赛、五凤半程马拉松等新兴时尚赛事品牌，连续获评中国体育旅游精品目的地。随着各类赛事的持续举办，将进一步激发旅游与产业联动叠加新动能，不断汇聚新业态、新模式、新消费场景，推动现代文旅等产业高质量发展。

从上市公司一季报 看中国经济发展向“新”

■今年一季度，近五成企业研发投入同比增长，“重视研发”“加大研发投入”是科创板上市公司财报中高频词汇。

■今年一季度，A股上市公司消费板块营收增速及归母净利润增速分别为4.7%和14.7%，均显著高于全部非金融上市公司的营收和利润增速。

■今年一季度，工程机械、油服装备、工业自动化等相关企业海外市场业绩继续实现较好增长，市场渗透率逐步提升。

上市公司2025年一季报日前陆续出炉，5400家披露一季报的企业合计归母净利润1.49万亿元，同比增长3.64%。其中，超七成上市公司一季度实现盈利。

科技创新、消费“焕新”、外贸“上新”……一季报“新”意凸显，传递出上市公司高质量发

展的脉动，也显现出中国经济向新而进的更多积极信号。

中国交建研制出“天山号”“胜利号”硬岩挖掘机用于天山胜利隧道建设；海光信息突破异构计算芯片的功耗瓶颈，新一代DCU产品在智算中心的部署量实现翻倍……

科技创新赋能，企业发展跑出“加速度”。这背后，是上市公司研发投入持续保持高位。今年一季度，近五成企业研发投入同比增长，“重视研发”“加大研发投入”是科创板上市公司财报中高频词汇。

技术突破不仅是企业增长加速器，更是产业升级新引擎。近10年，沪市主板以电子、通信、医药生物、汽车为代表的新兴行业公司家数占比持续攀升至四成，主板市值领军行业由金融、能源等传统产业逐步转向多元新兴产业。

“持续推进智能制造项目”“数字化运营举措优化渠道全链路效率”“精细化运营和供应

链优化”“自主品牌矩阵全面开花”……多家上市公司发布的一季报中，技术赋能、自主品牌创新等成为关键词。

消费“焕新”，供需持续释放潜力。今年一季度，A股上市公司消费板块营收增速及归母净利润增速分别为4.7%和14.7%，均显著高于全部非金融上市公司的营收和利润增速。在以旧换新政策带动下，家电行业等业绩受益，一季度家用电器、消费电子产品板块归母净利润分别增长22.8%、107.5%。

新型消费不断培育壮大，为经济发展注入关键增量。据方正证券统计，假日经济、冰雪经济等特色消费持续升温。今年一季度，冰雪旅游板块上市公司盈利增长了25.8%，宠物经济相关板块盈利增速达到58.2%，谷子经济相关上市公司净利润大幅增长了93.6%。

文娱旅游消费备受青睐，带动了相关上市公司的业绩增长。今年一季度，旅游、民航、酒

店餐饮、影视等多个行业迎来增长。

新产品催生新业绩。今年一季度，工程机械、油服装备、工业自动化等相关企业海外市场业绩继续实现较好增长，市场渗透率逐步提升。

在浙江义乌，“进货式旅游”成为时尚，老板们“走播带货”，接单忙不停。在江苏扬州，扬杰科技集成电路封装测试车间里“四下无人”，每笔海外订单自动进入系统，生产线随即响应……

今年一季度，义乌中国小商品城的上市公司平台——小商品城营业收入和净利润均实现双位数同比增长；扬杰科技布局了智能工厂，海外营收较去年同期大增40%。

国务院发展研究中心对外经济研究部研究员赵福军认为，加快打造外贸竞争新优势，企业要练好内功，要加大创新能力，不断适应市场需求进行技术和产品更新迭代，以创新的主动赢得市场的主动。

据新华社(记者 梁银妍 张雪 王子霖)

充分利用光照时差 我国首次实现跨省错峰绿电交易

记者从首都电力交易中心了解到，近日，我国首次通过市场化交易实现了跨省错峰绿电交易，新疆1200万千瓦时绿电错峰送入北京。

据介绍，北京和新疆有着至少两个小时的光照时差。每天下午的5时左右，北京开始进入用电晚高峰，此时也正是新疆的光伏发电高峰期，在这个时间段，对于首次实现绿电的市场化交易，第一笔交易的电量为1200万千瓦时，在扩大绿电进京规模的同时，也有效促进了新疆光照充足时段的光伏消纳。

北京电力交易中心市场交易二部处长喻乐表示，通过市场机制发挥大电网资源统筹优化配置作用，实现新疆等西部新能源资源富集区与北京等东部负荷中心能源互补，为我国电力市场提供了新的资源配置思路，对于促进全国跨区域能源优化以及全国统一电力市场构建具有重要的示范意义。

近年来，外调入京的绿电规模持续扩大，2024年，进京的绿电达到350亿千瓦时，全市绿电量占全社会用电量比重达到29%，2025年，预计北京外调绿电规模将超过400亿千瓦时。 据央视财经

老牌连锁超市面临退市危机 会员制、仓储式超市成市场新宠

近日，曾连续多年营收过百亿元的老牌连锁超市巨头人人乐，在资本市场上亮起了“红灯”。*ST人乐发布公告称，深交所拟决定终止其股票上市交易。当下，在老牌连锁超市巨头面临退市危机的同时，传统商超接连闭店，而会员、仓储式超市及服务型超市正日益受到消费者青睐。

传统商超 优势不再明显

人人乐成立于1996年，是2010年成功登陆A股的老牌连锁超市巨头，曾连续多年营收过百亿元，门店遍布全国，如今却面临退市危机。截至2024年，其已连续第4年亏损，2024年年报显示，当年营收约为14.3亿元，同比下降49.86%。

人人乐的困境并非个例，而是传统商超行业整体衰落的缩影。

家乐福这个曾经在中国市场占据重要地位的零售巨头，同样未能幸免。据2024年6月25日苏宁易购发布的《关于对2023年年报问询函回复的公告》，家乐福中国在国内从巅峰时的300多家减少到2024年底的4家，收入大幅下降，累计亏损67亿元。

与此同时，永辉超市的境遇也不容乐观。数据显示，永辉超市2021年至2024年连续亏损，累计亏损超百亿元。

母婴行业观察数据观察显示，2024年国内关闭的商超有782家。



山姆会员店吸引大量顾客光临。

会员制、仓储式等新兴模式发展势头强劲

与传统商超的现状形成鲜明对比的是，会员制超市、仓储式超市以及服务型超市正成为市场的宠儿。

山姆会员店作为仓储式超市，在国内市场发展势头强劲。根据沃尔玛财报显示，在2024财年第四季度，沃尔玛国际市场净销售额为276亿美元，同比增长13%。中国市场净销售额同比增长11.3%，至40亿美元，电商净销售额同比上升11%。记者在成都山姆会员店看到，消费者推着满满一车商品结账，店内人头攒动。尽管需要缴纳会员费，但独家定制、供应链丰富的商品依然吸引了大量顾客。

传统商超也在积极探索转型。大润发不断开拓新业态店面，将原先的旧门店改造升级为M会员商店。家乐福、永辉也曾试图将大卖场升级改造为会员店、仓储店。

以胖东来为代表的服务型超市也深受消费者喜爱。其凭借优质的服务 and 可靠的商品，在激烈的市场竞争中脱颖而出，吸引了大量消费者慕名而来，甚至引发了代购热潮。

零售专家胡春才表示，在如今的市场环境下，消费者对于商品品质、价格以及购物体验的要求越来越高。传统商超若不积极转型，提升商品供应链管理能力和优化服务，很难在竞争中立足，只有精准地把握消费者需求，提供差异化价值，传统商超才有可能重焕生机，吸引消费者重回线下门店。

成都日报锦观新闻记者 王柳 文/图

母亲节成都消费市场升温 鲜花、康养产品销量增长明显

本报讯（成都日报锦观新闻记者 王柳 吴茜）又到一年母亲节，在这个充满温情的节日里，成都消费市场逐渐升温，消费者开启“买买买”的模式向母亲表达爱意。今年的母亲节消费市场呈现出即时零售、鲜花消费多元化、健康养生以及体验式消费等多种趋势。

俄了么与尼尔森IQ联合发布的《2025即时零售5月礼遇季趋势洞察》报告显示，今年母亲节超三成消费者选择通过外卖平台送礼。金枕榴莲、零食花束、彩妆套装、水果礼盒等成为热门选择。

记者走访成都多家花店发现，很多花店的预订量比平日明显增长。不少花店推出了定制服务，顾客可以根据自己的喜好选择花材、包装和贺卡内容。“虽然定制花束的价格通常高于标准搭配，但很多顾客愿意为独特的礼物多花一些钱，以表达对母亲的特别情感。”据某花店王老板介绍，受节日需求的推动，各类鲜花价格普遍上涨，尤其是粉色和白色系的花卉涨幅显著，即便如此，消费者的购买热情丝毫不减。

今年母亲节，健康养生类产品销量增长明显。京东健康数据显示，母亲节期间，健康服务、滋补养生品等健康类产品消费增长。在成都，这一趋势同样显著。某高端滋补品店的老板说：“这段时间店里生意特别好，很多顾客都是为母亲节提前选购礼物的。”

体验式消费也在今年母亲节期间兴起。人们更倾向于为母亲策划一次旅行、美容体验或家庭聚餐。在成都，春熙路、万象城等商圈的餐厅在母亲节前的预订量明显增加。