

“宝盖商会杯”2025年斗阵·泉BA暨和美乡村篮球大赛抽签结果出炉

斗阵·泉BA,今年谁最强?

融入闽南 “斗阵”文化元素

据主办方介绍,今年的比赛在赛制上仍延续去年,共分为三个阶段进行:第一阶段为小组赛,25支参赛队伍通过抽签分为8个小组进行单循环比拼,各小组前两名晋级下一阶段;第二阶段为16强赛,从小组赛突围的16支队伍分为4个小组进行分带循环赛,各组前两名进入第三阶段;第三阶段为交叉淘汰赛,通过上下两个半区交叉淘汰决出最终的冠亚军队伍。

篮球运动在泉州拥有非常广泛的群众基础,可以说是毫无争议的“第一运动”。作为泉州市重点培育的全民健身品牌赛事,和美乡村篮球大赛代表了泉州基层篮球的最高水平,在为全市乡镇(街道)球队提供展示自我、交流互动平台的同时,也为推动乡村全面振兴注入了强劲的体育力量。今年的参赛队伍中,不仅有去年的冠亚军鲤城浮桥、石狮宝盖、晋江池店,还有晋江安海、晋江西园、惠安崇武、南安石井等多支劲旅,强强对决再加上每队允许增加3名来自同一县(市、区)“外援”的最新规则,必将大大提升比赛的激烈程度和最终的胜负悬念。

篮球不仅是一项运动,更是一种文化。根植泉州乡土的泉州“村BA”,从一开始便展现着只属于泉州的地域特色和文化印迹。泉州市体育局党组书记、副局长汪国庆表示,今年的“村BA”将在去年成功举办的基础上,进一步融入闽南“斗阵”文化元素,升级打造“斗阵·泉BA”品牌,使篮球运动真正成为推动乡村文化建设、凝聚社区邻里情感的重要载体和纽带。整个赛事期间,主办单位将在四个赛区打造集篮球竞技、农产品展销、美丽乡村展示于一体的复合场景,吸引广大群众深度体验乡村风土人情,激活旅游消费潜力,推动“体育赛事+文化旅游+乡村振兴”破圈融合。

“泉村”争霸,号角已响;篮球盛宴,等你上场!7月5日下午,由泉州市体育局、泉州市农业农村局、泉州市文化广电和旅游局、泉州晚报社联合主办的“宝盖商会杯”2025年斗阵·泉BA暨和美乡村篮球大赛,在泉州晚报大厦举行了分组抽签仪式,来自全市范围内的25支镇级篮球强队被分为八个小组,即将在石狮宝盖镇郑厝村、惠安崇武镇前垵村、安溪湖头镇登贤村、晋江池店镇池店村四大赛区,上演51场精彩对决,争夺泉州篮球最强乡镇(街道)的桂冠,以及代表泉州征战2025年福建省和美乡村篮球大赛(村BA)的名额。

融媒体报道记者魏晓芳 吕学斌 文/图



篮球成为宝盖镇一张亮丽名片

近年来,泉州市深入贯彻全民健身国家战略,着力打造海丝名城“泉”民赛IP,精心策划并成功举办了一系列丰富多彩的群众体育赛事,推动全民健身与全民健康深度融合,并积极探索“体育+”“+体育”等多种赛事发展模式,促进农文体旅等多领域协同发展,不断提升群众的获得感和幸福感。

作为本次赛事的主赛区,宝盖镇是泉州的传统篮球强镇,镇村两级和辖区企业篮球队在各级比赛中屡获佳绩。2024年,宝盖镇队更是先后夺得福建省“村BA”冠军、全国“村BA”

亚军,创下了福建球队在全国“村BA”中的最好名次。如今,篮球已经成为宝盖镇的一张亮丽名片。为推动篮球事业的持续发展,今年初,宝盖镇成立了石狮市首个镇级篮球协会,并以此为依托,挖掘与培养青少年篮球人才,为进一步打响宝盖篮球强镇品牌做好人才储备工作。对于今年的

“泉BA”,主场作战的宝盖男篮已是整装待发。

赛事的成功举办离不开社会各界的大力支持。本次2025年斗阵·泉BA暨和美乡村篮球大赛由石狮市宝盖商会独家冠名,中国建设银行泉州分行协办,雪花啤酒(厦门)有限公司作为顶级合作伙伴,狂迷体育提供赛事用球。



厨艺竞技+营销比拼双轨驱动 泉州牛肉·泉州姜母鸭特色美食技能竞赛启动

本报讯 (融媒体记者陈云青 王庸)为进一步打响世遗泉州美食名片,深入开展“消费提振年”活动,响应福建省“讲好闽菜故事,弘扬闽菜文化”的号召,本月,2025泉州牛肉·泉州姜母鸭特色美食技能竞赛正式拉开帷幕。

据悉,这场比赛由泉州市申创世界美食之都办公室、泉州市商务局、泉州市文化广电和旅游局、泉州市人力资源和社会保障局、鲤城区人民政府为指导单位,由泉州市文化旅游发展集团有限公司、鲤城区商务局、泉州市美食产业促进会联合主办,泉州美食经济研究基地、各相关行业协会,以及各相关食材供应链企业等协办,泉州晚报社、福建省泉州宾馆有限公司承办。

2025泉州牛肉·泉州姜母鸭特色美食技能竞赛,将以厨艺竞技的形式,增进泉州

本土厨师间的互学互鉴、互动交流,推动泉州牛肉和泉州姜母鸭制作技艺的传承和优化提升;以营销比拼的方式,推广泉州菜美食IP,创新泉州牛肉羹、泉州牛排和泉州姜母鸭的销售方式,拓展销售渠道。这场比赛采取“初赛+决赛”模式,并在“丝路美食发展大会”期间同步开展颁奖典礼。通过以赛促建的形式,大力推进泉州牛肉和姜母鸭全产业链建设,充分展示世遗文化和传承千年的饮食文化,推动泉州“文旅+美食”融合发展、走深走实。

奖项设置:

“泉州姜母鸭”烹饪技能竞赛评选设置的奖项包括:2025“泉州姜母鸭”技能竞赛金奖5名、2025“泉州姜母鸭”技能竞赛金奖10名;“泉州姜母鸭”营销技能竞赛金奖10名;“泉州姜母鸭”烹饪技能竞赛评选特金奖、金奖8至10名。

“泉州牛肉”烹饪技能竞赛评选设置

的奖项包括:2025“泉州牛肉”技能竞赛(牛排)特金奖5名、2025“泉州牛肉”技能竞赛(牛排)金奖10名,2025“泉州牛肉”技能竞赛(牛肉羹)特金奖5名、2025“泉州牛肉”技能竞赛(牛肉羹)金奖10名;“泉州牛肉”营销技能竞赛评选特金奖、金奖8至10名。

同时,主办方还将择优邀请获奖团队参加第三屆丝路美食发展大会并进行技能竞赛成果交流和分享;将在“2025泉州·海丝尚国际美食嘉年华”设立技能竞赛成果展示区域,设置泉州姜母鸭、泉州牛肉(牛肉羹、牛排)摊位,择优邀请获奖团队现场展示烹饪技艺,提供特色美食。

本次竞赛由各县(市、区)美食专班推荐报名,商家也可自愿报名。有意参赛的商家请于7月10日前,将相关报名材料加盖公章,报送至各县(市、区)美食专班,并通过“泉州味道”微信公众号或者电子邮件报送至赛事组委会。具体方式如下:关注“泉州味道”微信公众号,进入会话页面,点击屏幕下方“美食竞赛”菜单栏,即可下载填写报名表,扫描表后二维码填写电子邮件回执或文件打包发送至邮箱(qzwd@qzwb.com)。竞赛详情咨询:邱先生,联系电话:0595-22500282。



扫描二维码填写泉州姜母鸭申报回执



扫描二维码填写泉州牛肉申报回执

6月全球制造业 仍运行在收缩区间

本报讯 中国物流与采购联合会6月发布数据显示,6月份,全球制造业采购经理指数(PMI)为49.5%,较上月上升0.3个百分点,连续两个月环比上升,但仍在50%以下。

综合指数变化显示,6月份,全球制造业仍运行在收缩区间,但指数连续小幅上升意味着全球制造业恢复力度有所趋升。分区域看,亚洲制造业在扩张区间运行,仍是全球经济稳定恢复的重要支撑力量;美洲、非洲和欧洲制造业均在收缩区间,但恢复力度较上月均有不同程度上升。

6月份,美洲制造业PMI为48.6%,较上月上升0.2个百分点,连续4个月低于49%,显示美洲制造业保持在收缩区间,恢复力度较弱。欧洲制造业PMI为48.8%,较上月微幅上升0.1个百分点,连续6个月小幅上升,但指数水平仍未突破49%,显示欧洲制造业延续缓慢恢复态势,但恢复力度持续较弱。

6月份,亚洲制造业PMI为50.7%,较上月上升0.3个百分点,显示亚洲制造业持续保持在扩张区间,且恢复力度较上月提升,较好支撑了全球经济恢复,区域内主要国家均有积极变化。同期,非洲制造业PMI为49.7%,较上月上升1个百分点,结束连续两个月环比下降走势,但仍在50%以下。

分析认为,全球经济恢复仍面临下行压力。未来充满不确定性成为当前全球各国在探讨经济恢复路径中达成的基本共识。面对不确定性的动荡,加强多边合作,夯实全球市场需求基础,是保障全球经济稳定恢复的确定性方向。(中新)

稳经济 我国货币政策仍有工具储备

业内人士:年内仍存在一次降息可能

本报讯 调低金融机构存款准备金率、设立5000亿元人民币服务消费与养老再贷款、两项支持资本市场货币政策工具进一步优化……2025年上半年,在中央定调“适度宽松”的货币政策下,一系列政策举措多管齐下,为中国经济稳定增长创造了适宜的货币金融环境。

尤其是5月7日,央行行长潘功胜在国新办举行的新闻发布会上宣布推出一揽子货币政策措施,主要涉及三大类十项具体政策。从价格型到数量型,从聚焦消费到力挺创新,业内专家称,这些措施展现出支持性的货币政策立场,力度非常大,各项政策已逐步有效落地,效果将陆续显现。

5月我国金融数据已反映出变化。当月末,社会融资规模和广义货币(M2)同比增速分别比上年同期高出0.3个和0.9个百分点,金融总量整体保持合理增长,有力支持实体经济。

对于推动经济持续回升向好,近期召开的中国央行货币政策委员会2025年第二季度例会提到,要“用好用足存量政策,加力实施增量政策”。稳经济,下半年货币政策还有哪些招?

展望2025年下半年,在美联储可能进一步降息、国内通胀保持温和的背景下,中国货币政策有望保持宽松取向。”工银国际首席经济学家程实预期,

我国年内仍存在一次降息的可能,幅度或在10到20个基点,另可能实施一次25到50个基点的定向或全面降准,以推动信用扩张、降低融资成本、稳定市场预期。

在程实看来,政策目标不仅在于托底内需,更着眼于提升资金配置效率,引导资源流向新质生产力领域。

如此,在保证流动性充足的情况下,央行将继续发挥结构性货币政策工具精准滴灌、靶向施策的重要功能。中国银河证券董事总经理、首席经济学家章俊认为,聚焦科技、消费、外贸、楼市、股市,央行有望继续创设或优化现有结构性货币政策工具。

其中,消费仍是中国经济顶住压力的关键支撑。2025年初,围绕稳定和扩大消费,相关部门密集出台促消费专项行动,重点覆盖汽车、家电、电子产品、旅游等重点领域。

宏观政策更加注重支持扩内需、促消费,货币政策也不例外。有市场人士分析称,中国已逐步迈入高质量发展阶段,居民消费结构在优化升级,对高品质服务的消费需求将持续上升,服务消费具有较大增长潜力。近期中国央行推出的服务消费和养老再贷款工具,有助于推动企业提升服务消费供给水平,更好满足民众对高品质服务的需要,这也是未来宏观

政策支持促消费的重要方向。

国盛证券首席经济学家熊园预计,除了总量降息外,今年结构性货币政策工具也可能进一步降息,以加大对特定领域的支持力度,促进经济结构转型。

此外,各方期待的新型政策性金融工具将用于扩大投资,解决项目建设资金不足问题,年内有望适时推出。刺激消费虽然排在政策首位,但拉动有效投资仍是逆周期调节的重要手段。

章俊推测,本轮政策性金融工具的投资领域可能包括消费基础设施等方面。具体投向可能涉及数字经济、人工智能、低空经济、消费领域基础设施、绿色低碳转型、农业农村、交通物流、市政和产业园等。(中新)



中方对原产于欧盟的进口相关白兰地反倾销调查最终裁定

部分欧盟企业 适用价格承诺

本报讯 就中方公布对原产于欧盟的进口相关白兰地反倾销调查的最终裁定,商务部贸易救济调查局负责人5日表示,国内产业对终裁和价格承诺方式表示支持,欧盟业界对适用价格承诺也表示欢迎。

商务部于4日发布对原产于欧盟的进口相关白兰地反倾销案的最终裁定,裁定原产于欧盟的进口相关白兰地存在倾销。裁定中提到部分欧盟企业适用价格承诺,不会被征收反倾销税。

对此,负责人表示,反倾销实践中,如果调查机关接受涉案出口企业作出的价格承诺,即未来出口价格不低于某个水平,这些出口将不会被征收反倾销税。本案欧盟有关行业协会和企业按时提交了价格承诺申请。调查机关依法审查后认为,其中34家企业的申请符合法律要求,决定予以接受。

负责人说,这些企业的产品向中国出口时,只要满足承诺条件,就不会被征收反倾销税。在执行过程中,如有证据表明并经调查机关审查后认定,有关企业违反价格承诺,则可停止适用价格承诺,并恢复征税。

谈及中方在本案中同意接受价格承诺有何具体考虑,负责人称,中方一贯主张审慎使用贸易救济措施。调查机关在本案中依法对有关价格承诺申请进行了详细审查,并充分考虑了国内产业的实际状况,认为本案终裁采用价格承诺方式符合中国相关法律法规,有利于维护公平竞争市场秩序。

负责人说,调查机关在本案中接受价格承诺,也再次展现了中方愿意通过对话磋商解决贸易摩擦的立场。(中新)

商务部回应在政府采购活动中对自欧盟进口的医疗器械采取相关措施:

中方不得不采取 对等限制措施

据新华社电 商务部新闻发言人6日在政府采购活动中对自欧盟进口的医疗器械采取相关措施答记者问时说,欧方不顾中国释放的善意和诚意,采取限制措施,构筑新的保护主义壁垒,中方不得不采取对等限制措施。

有记者问:我们注意到,欧委会近期出台措施,限制中国企业和产品参与其医疗器械公共采购。中方于7月6日发布通知,决定在政府采购活动中对部分自欧盟进口的医疗器械采取相关措施。请问商务部对此有何评论?

发言人说,欧盟委员会于2025年6月20日出台措施,限制中国企业和产品参与其医疗器械公共采购,持续在公共采购领域对中国企业设置壁垒。中方多次通过双边对话表示,愿与欧方通过对话磋商和双边政府采购安排等方式妥处分歧。“令人遗憾的是,欧方不顾中国释放的善意和诚意,仍一意孤行,采取限制措施,构筑新的保护主义壁垒。因此,中方不得不采取对等限制措施。”

发言人表示,相关措施是为了维护中国企业的合法权益,维护公平竞争的环境。中方措施只针对自欧盟进口医疗器械产品,在华欧资企业生产产品不受影响。

7月中国零售业景气指数为49.6%

线下商品零售 进入经营淡季

本报讯 记者日前从中国商业联合会获悉,7月份中国零售业景气指数(CPRI)为49.6%,较上月下降0.5个百分点。数据显示,商品类经营指数等三大分类指数呈现不同走势。电商经营类指数仍在荣枯线上,表现出经营韧性。

中国零售业景气指数是反映当期零售业经营预期变化情况的综合指数。从行业分类看,7月零售业三大分类指数出现较明显的分化特征。商品经营类指数为48.7%,较上月下降0.8个百分点,连续两个月下降。分析认为,7月份进入暑期,线下商品零售进入经营淡季,商品经营类企业预期持续变弱。

租赁经营类指数为52.4%,较上月上升1.1个百分点,维持在扩张区间运行。场景多元化、暑期服务消费项目增加是指数上升的主要原因,暑期家庭出行消费为主,使租赁经营类企业预期迎来客流量上升,带动商铺出租率和销售增长。

电商经营类指数为50.2%,较上月下降0.6个百分点,但连续三个月在扩张区间运行。随着“6·18”促销季结束,7月份电商经营类企业预期保持稳定。电商实物总销售额指数为49.5%,较上月下降2.3个百分点,进入收缩区间,表明集中促销季结束后,促销力度减弱,线上商品零售额增长预期明显下降。电商在线总商品数指数为51.0%,较上月小幅下降0.3个百分点,降幅逐渐收窄,表明本月电商经营类企业备货意愿趋于稳定。(中新)