

“宝盖商会杯”2025年斗阵·泉BA暨和美乡村篮球大赛收官

斗阵·泉BA:打造农文体旅融合发展“泉州样板”

老牌劲旅巅峰对决
全民共赴篮球盛宴

夜幕下的石狮市宝盖镇郑厝灯光篮球场,灯火如昼、人声鼎沸。作为本届“泉BA”总决赛的举办地,这里早早被球迷层层包围,观众席上座无虚席。

“我特地来为宝盖队和池店队加油打气!”特地从泉州中心市区赶来的吴女士近年来一直关注着晋江和石狮篮球队的发展,为了能抢到一个观赛的好位置,她提早3个小时就来到了比赛现场,“非常期待这两支球队的表现,他们可谓是强强对决。”

16日19时30分,随着裁判一声哨响,三、四名决赛率先打响,鲤城浮桥与晋江安海展开激烈比拼。比赛一开始,双方队员便迅速进入状态,运球突破、精妙传球、强势上篮等动作轮番上演。鲤城浮桥球员凭借默契的团队配合,比分逐渐与对手拉开差距,每一次攻防转换都牵动着现场观众的心。最终,鲤城浮桥以88:56战胜晋江安海,夺得季军。

紧随其后的冠军战中,石狮宝盖与晋江池店两支老牌劲旅狭路相逢,队员们带着必胜的信念全力冲刺。奔跑、跳跃、传球、投篮,每一个动作都充满力量与技巧,两队比分交替上升,现场气氛逐渐推向高潮。当最后一球稳稳落入篮筐,终场哨声响起,石狮宝盖以83:71战胜晋江池店,摘得桂冠。

“太精彩了!不愧是我们‘家门口’的NBA!”来自晋江陈埭的徐先生是晋江池店队的铁杆球迷,说起晋江的草根篮球队,他的言语间满是自豪,“石狮、晋江两个赛区的比赛我每场都关注,不少参赛队员我都能叫出名字,池店队的30号林培炫是我一直喜欢的球员。”

“今年很开心能加入宝盖镇篮球队。”李鸿斌是北京体育大学的一名在校生,今年暑期经过多轮选拔,成为宝盖镇篮球队新晋后卫。他告诉记者,这次比赛不仅让他的假期更有意义,也让他有机会向家乡前辈学习。

“赢了!赢了!”9月16日晚,随着石狮宝盖捧起冠军奖杯,“宝盖商会杯”2025年斗阵·泉BA暨和美乡村篮球大赛(以下简称“泉BA”)在观众的欢呼中正式落下帷幕,晋江池店获得亚军。在三、四名决赛中,鲤城浮桥获季军,晋江安海第四名。

自7月16日开赛以来,这场融合闽南“斗阵”文化的乡村篮球盛会,吸引了全市25支镇级篮球劲旅同场竞技。赛事设置4大赛区,历经51场激烈角逐,线上线下累计观赛人次超千万。赛场之外,充满烟火气的斗阵·泉BA市集、琳琅满目的特色农产品展销同步开展,不仅让赛事增添了“农味儿”,更推动农文体旅深度融合,持续为乡村振兴注入新动能。

□融媒体记者 魏晓芳 吕学斌 实习生 洪妮妮/文 陈小阳/图



“篮球+”破圈融合 串联多元消费场景

“好看好吃也好玩!”当晚,球迷洪家豪和朋友看完比赛后,又在斗阵·泉BA市集逛了起来,买了四果汤、海蛎饼等小吃,可以说看球赛与夜生活无缝衔接。

“泉BA”现场,既有激情四射的体育碰撞,也有热闹非凡的人间烟火。据悉,赛事期间,安溪、惠安、晋江、石狮4大赛区周边规划成斗阵·泉BA夜市,烧烤摊、绿豆沙、闽南炸物等乡土美食香气四溢,让球迷们可以在观赛之余尽享“舌尖上的泉州”。除了热闹的夜市,现场还同步组织开展农产品展销活动,推广各地特色农副产品、手工艺品等。

与此同时,体育赛事效益也延伸到文旅融合。泉州借势推广多条特色乡村旅游线路,串联赛场周边特色景点,让“看一场球,游一座城”照进现实。

比赛结束后,现场举办了隆重的颁奖仪式。令人惊喜的是,本届赛事奖项设置也极具乡土特色,奖品均由各地特色农产品商家赞助,涵盖福建永春元和堂食品有限公司、福建泉州市裕园茶业有限公司、南安诗山许家山生态家庭农场等企业的地道农产品。而泉州市戴云山文化传播有限公司赞助的比赛奖杯则由德化白瓷精心制作而成,充分体现了体育赛事与泉州特色产业的融合。

以赛聚力、以球促兴,“泉BA”搭建的不只是竞技擂台,更是资源共享、产业共促的发展平台。“借助‘泉BA’这个平台,我们的产品能被更多人看到。”不少商户深知客流量和曝光量对于农产品的重要性,纷纷把产品带到现场展销,将赛事活动的“流量”变成经济的“增量”。

“宝盖商会杯”2025年斗阵·泉BA暨和美乡村篮球大赛

村赛覆盖面扩大 为乡村经济蓄势赋能

“泉BA”为何受欢迎?在不少现场球迷看来,正是因为当地老百姓发自内心的热爱,基层篮球才会有如此广泛的受众。而泉州市和美乡村篮球大赛不仅代表了基层篮球的最高水平,更是各乡镇、街道球队展示实力、以球会友的重要舞台,加上今年主办方巧妙融入闽南“斗阵”文化元素,全新升级为“斗阵·泉BA”品牌,让赛事更加精彩,更具吸引力。

其实,在“村BA”出圈之前,泉州的篮球基因早已扎根乡村的日常生活中。伴随着篮球场地和设施的日益完善,泉州基层篮球运动加速普及,“村村都有篮球队,天天都有篮球看”成为不少乡村生活的生动写照。

数据显示,2025年以来,泉州市各县(市、区)积极谋划、有序开展“村(社区)字头”篮球赛事,整体成效显著:参与覆盖面持续扩大,累计比赛场次超千场,参与人数超10万人次;社会各界支持力度不断增强,赞助总额超500万元,企业与村级赛事的合作模式愈发紧密,形成良好互动氛围。

值得关注的是,泉州不仅篮球赛事多,球队的实力更是不容小觑。去年,石狮宝盖镇队一举摘得全省“村BA”冠军、全国“村BA”亚军,展现了泉州乡村篮球的过硬水平;今年8月

27日,泉州晋江篮球队代表福建省出战全国“村BA”南部赛区勇夺冠军,并将于10月赴贵州台江县台盘村冲击全国总决赛,有望再创新佳绩。

“本届赛事的圆满举办,不仅为泉州增添了一场体育盛宴,更让‘海丝名城’的篮球文化愈发鲜活。”市体育局相关负责人介绍,下一步将持续深化“泉BA”赛事推广,进一步提升赛事商业吸引力与消费带动效能,以体育赛事为纽带,更好助力乡村振兴、文旅深度融合和赛事经济发展。

赛事的成功举办离不开社会各界的支持。本届赛事由泉州市体育局、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,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,狂迷体育提供赛事服务。

作为大赛独家冠名单位,石狮市宝盖商会近年来充分发挥桥梁纽带作用,积极投身政企互动、政策宣传、行业互动、招商引资、人才引进、园区建设等方面工作,并主动履行社会责任,在山海协作、乡村振兴、扶贫济困、关爱职工、文体活动等多个领域展现自身作为,为宝盖镇经济社会各项事业发展做出突出贡献。

连锁餐饮老板站队西贝背后:菜品预加工渐成趋势——

效率、口味、成本如何平衡

当西贝深陷“中央厨房预制加工是否属于预制菜”的舆论风波时,不少餐饮同行则在发声力挺。一位餐饮公司老板向记者提到,近期他所在的多个汇聚全国顶尖餐饮品牌创始人的群里,几乎都清一色地支持西贝创始人贾国龙,这一现象背后,是餐饮从业者对预制菜工业化的普遍认同。而这背后,是连锁餐饮行业在效率、味道、成本间进行的平衡考量。



预制的效率与味道并非对立

在不少消费者印象中,预制的效率提升必然以牺牲味道为代价,但多位餐饮行业人士却给出了不同答案,称预制菜的效率与味道并非绝对对立,二者的平衡与每一道菜的呈现形式密切相关。

“餐饮企业一旦走上连锁化发展道路,为实现标准化,菜品预加工是必然选择,只是提前加工的程度由各家企业自

主决定。”餐饮公司老板刘明(化名)向记者解释,而一道菜能否让消费者觉得“好吃”,主要取决于三个层面:一是原材料本身的品质足够高;二是餐厅能根据自身定位精准把控调味水平;三是菜品的加热方式得当、呈现温度达标,这三个要素共同决定了菜品的最终口感,预制环节并非唯一影响因素。

另一位餐饮创业者王斌(化名)也向

记者补充道,中央厨房出品的预加工原料都有明确的出品标准,在稳定性和食品安全上更有保障。相比之下,一些现炒大排档虽然主打“现切现做现卖”,但食材若在常温下存储不当出现部分变质,反而不符合食品安全要求。尽管标准化流程可能会对口味产生一定影响,但它为食品安全筑起了重要防线,这是不可忽视的优势。

多家餐饮巨头布局中央厨房

从政策方面看,2023年7月,国家发改委在《关于恢复和扩大消费的措施》中提出了20条针对性措施,其中明确提出要扩大餐饮服务消费,培育“种养殖基地+中央厨房+冷链物流+餐饮门店”模式,挖掘预制菜市场潜力,加快推进预制菜基地建设,充分体现安全、营养、健康的原则,提升餐饮质量和配送标准化水平。推广透明厨房,让消费者吃得放心。

在政策引导下,多家连锁餐饮集团

已将中央厨房纳入发展战略,从各家招股书中可清晰看到其布局。例如“徽菜第一股”小菜园在去年底披露的招股书中指出,自有的中央厨房和仓库网络使企业通过储备的库存产品和集中采购流程,进一步控制成本,同时也确保了门店供应的稳定性。中央厨房使门店员工在劳动密集型工序上大大减少时间和精力,例如食材粗加工和料包制备,有助于门店更高效地运营,提升盈利能力。

老乡鸡在今年7月更新的招股书中介绍,中央厨房对原材料进行简单清洗、分类、分装后通过冷链仓储物流配送至连锁门店,简化门店的烹饪处理程序。中央厨房模式具有标准化、提升效率等优势,在有效降低了物料、人工成本的同时,也保证了食品安全和口味稳定,从而支撑中式快餐行业的规模化发展。随着消费者对餐厅粗加工口味的一致性要求越来越高,头部企业将传统的中餐烹饪方法分解成若干标准化工序。

效率优先成
餐饮盈利的核心逻辑

为何连锁餐饮企业对预加工和中央厨房如此青睐?多位餐饮人士告诉记者,效率是企业盈利的第一原理。

刘明告诉记者,中餐的连锁化率和国际相比还有一定差距,主要源于食品工业的发展水平,尤其是预制化比例相对较低,不过预制的渗透趋势已在逐渐增强。其中蛋白质类预制成为主流,但蔬菜和膳食纤维类的预制难度大,且成本相对较高。以蔬菜为例,若要实现1到2年的保存,需投入高成本技术,且部分预制后的价格甚至高于新鲜食材,因此仅有部分连锁企业为追求标准化会选择预制蔬菜。

在刘明看来,连锁餐饮企业发展的重要考量因素是标准化,即保证消费者在不同门店吃到的菜品口味、品质一致。随着企业规模扩大,产品预制程度会相应增加,通过统一大批量采购和统一预制,是实现标准化的有效途径,若差异性过大则会严重损害品牌口碑。

刘明强调,像炖牛肉这类需要长时间炖煮才能让筋膜断裂、口感变好的菜品,预制反而能保证烹饪时长和口味稳定。事实上,大部分消费者也并非反对预制菜,而是反感对预制菜的不知情以及预制菜卖高价,本质是觉得性价比不匹配。

当下,提升效率成为餐饮企业盈利的关键,而中央厨房正是提升效率的重要基石。即便是当前主打“手工现制”的餐厅,也在一定程度上依赖中央厨房配送预制食材。王斌告诉记者,只是要拆分初加工、预制和现场现制环节,以契合市场对“现制”的认知。这类餐厅需要通过合理定价来覆盖更高的人工和食材成本,同时借助中央厨房完成初加工,在“现制”体验与运营效率之间找到平衡,避免因纯手工操作导致成本过高、效率过低的问题。

(澎湃)

连续8年第一

东盟果蔬飘香中国

据新华社电 海关总署16日发布的数据显示,我国与东盟已连续5年互为第一大贸易伙伴,东盟连续8年为我国农产品第一大贸易伙伴。

据海关统计,从2004年首届中国—东盟博览会举办时的8700多亿元,到2024年的近7万亿元,21年来,我国与东盟贸易额增长了7倍,从2016年起连续9年保持增长。今年前8个月,我国对东盟进出口4.93万亿元,同比增长9.7%,规模创历史新高,占同期我国进出口总值的16.7%。

农业合作持续深化,助力双方农产品贸易互补性优势加速释放。今年前8个月,我国对东盟进出口农产品2906亿元,同比增长9.7%,占我国农产品进出口总值的20.1%,东盟继续为我国干鲜瓜果、食用油、木薯及木薯淀粉等农产品的第一大进口来源地。同期,我国对东盟出口羽毛羽绒、动物饲料等特色农产品增速均达到两位数。

制造业合作日益紧密,带动相关产品进出口快速增长。今年前8个月,我国对东盟进出口制造业产品占比超过九成,其中对东盟出口机床、汽车零配件同比分别增长56.1%、22%,自东盟进口电脑零部件、印刷电路分别增长47.4%、22.2%。

海关总署新闻发言人、统计分析司司长吕大良表示,中国与东盟地缘相近、人文相通,共同致力于区域经济一体化发展。接下来,随着中国—东盟自贸区3.0版谈判全面完成,双方合作领域将进一步拓展,区域供应链深度融合将不断推进。

询价启事

我社商务中心拟采购一批文化纸。欢迎具备相关资质的厂商,于2025年9月22日17:00之前,前往泉州经济技术开发区崇安街465号泉州晚报社印务中心大楼三楼办公室报名及索取询价文件。

联系电话:28052807叶先生
28052816许先生

泉州晚报社
2025年9月17日

泉州晚报

广告热线
22503333 22500203 22500205