

泉州山海厨王争霸赛首次增设乡村赛道

三大赛事点燃餐饮创新热情

眼下的泉州,2025泉州山海厨王争霸赛(2025年度餐饮行业职业技能竞赛)正火热进行中。记者从多个县(市、区)选拔赛现场发现,今年的赛事重磅升级,首次增设泉州乡村美食技能竞赛,与泉州厨星技能竞赛、小吃技能竞赛共同构成三大子赛事,实现从高端餐饮、民间小吃到乡村美食全覆盖,为泉州餐饮产业高质量发展注入鲜活动能。据悉,此次赛事将持续至11月下旬。

□融媒体记者 陈云青



2025泉州山海厨王争霸赛南安选拔赛现场（泉州味道）

三大赛事焕新 从高端厨星到民间小吃全覆盖

据悉,本次2025泉州山海厨王争霸赛延续“1个总决赛主会场+N个县市区选拔赛分会场”的联动模式,覆盖全市各县(市、区)。泉州厨星技能竞赛是本届争霸赛的核心竞赛之一,设特金奖10名、金奖10名。要求每位选手现场制作2道热菜:1道传统泉州菜、1道创新自选热菜,制作时长为60分钟。采取理论考试(占比20%)+现场技能操作(占比70%,烹任专家打分)+主厨讲菜(占比10%,主厨介绍食材搭配、菜品文化、菜品创意等,由文化专家打分)三种方式相结合计算总分。参赛选手烹任的菜品,按照得分高低进行排名,前30道菜品作为2025“厨星技能竞

赛推荐名菜”。小吃是泉州美食文化的重要组成部分,本次小吃技能竞赛,设特金奖10名、金奖10名。要求每位选手现场制作1道小吃,制作时长30分钟。采取现场技能操作(占比80%,烹任专家打分)+主厨讲菜(占比20%,主厨介绍食材搭配、菜品文化等,由文化专家打分)两种方式相结合计算总分。参赛选手烹任的小吃,按照得分高低进行排名,前30道小吃作为2025“小吃技能竞赛推荐名小吃”。

为深入挖掘乡村美食资源,本次赛事增设乡村美食技能竞赛,设特金奖10名、金奖10名。每位选手现场制作2道

热菜:1道为指定泉州菜、1道创新自选热菜,制作时长为60分钟。采取理论考试(占比20%)+现场技能操作(占比70%,烹任专家打分)+主厨讲菜(占比10%,主厨介绍食材搭配、菜品文化、菜品创意等,由文化专家打分)三种方式相结合计算总分。参赛选手烹任的乡村菜品,按照得分高低进行排名,前30道乡村菜品作为2025“乡村美食技能竞赛推荐乡村特色名菜”。

需要注意的是,三项比赛,选手只能选一项报名,不可同时兼报。参加乡村美食技能竞赛的选手所在餐馆,需在泉州市乡镇、行政村范围内。

高含金量荣誉 夺魁可获“泉州技术能手”

2025泉州山海厨王争霸赛(2025年度餐饮行业职业技能竞赛)参赛选手需满足以下基本条件:热爱烹任事业,具有精湛的烹任技艺和良好的职业道德,信用良好,在从业过程中无违法行为,无涉黑涉恶,无行政处罚,无失信行为,无食品安全事故。

另外,参加厨星技能竞赛需持有中式烹调师等级证书,或专业从事厨帅工作5年以上,选手需热心带徒传艺,培养人才,具有较强的菜品研发创新能力。参加小吃

技能竞赛需专业从事厨帅工作,或者专业从事小吃制作工作3年以上。参加乡村美食技能竞赛不仅需持有中式烹调师等级证书,或专业从事厨帅工作3年以上,还需要热心带徒传艺,培养人才,具有较强的菜品研发创新能力,并且厨帅所在餐馆需在泉州市乡镇、行政村范围内。

在总决赛中,获得厨星技能竞赛、乡村美食技能竞赛总分第1名的选手,可向泉州市人社局申请授予“泉州技术能手”

称号。同时,符合条件的,按程序向泉州团市委申请授予“青年五四奖章”(年龄不超过40周岁)。获得厨星技能竞赛、乡村美食技能竞赛总分第2名的选手以及小吃技能竞赛第1名的选手,分别由市总工会授予“泉州市金牌工人”称号。获得厨星技能竞赛、小吃技能竞赛、乡村美食技能竞赛总分前10名的选手授予相应技能竞赛特金奖,11—20名的选手授予相应技能竞赛金奖。

双评审团护航

鼓励选手挖掘食材“山海特色”

泉州市商务局相关负责人表示,泉州山海厨王争霸赛(2025年度餐饮行业职业技能竞赛)鼓励参赛选手充分挖掘和运用泉州本地食材,展现“山海相逢”的地域特色。组委会秉持公开、公平、公正的严谨评判标准,将组建包括专业评审团(至少7人,以注册中国烹任大师为主)和文化评审团(至少3人,以高校学者或文化专家为主)在内的市级总竞赛评审团。最终赛出一批最具“传承和创新”能力的餐饮个人,充分展示世遗泉州美食文化的独特魅力。

同时,赛事严格践行绿色发展理念,组委会向所有参赛单位和个人发出倡议,应贯彻落实《中华人民共和国反食品浪费法》,杜绝餐饮浪费;使用燃气的餐饮企业必须安装可燃气体报警装置,保障生产安全;不主动提供一次性用品,推广使用环保制品和可降解替代产品。

相关链接

本次竞赛,须由各县(市、区)商务主管部门或各地相关餐饮协会审核盖章推荐报名。有意参加2025泉州山海厨王争霸赛厨星技能竞赛、小吃技能竞赛、乡村美食技能竞赛的厨帅,请关注“泉州味道”微信公众号,进入会话页面,点击“厨王争霸”菜单栏,即可下载活动详细文件和报名表,并于10月31日前,将申报材料填写完整后,加盖企业公章和商务主管部门、美食专班公章(或者各地的餐饮烹饪相关协会公章),扫描表格后面的二维码提交所有电子版回执,或者将所有文件打包发送到组委会指定邮箱(qzwd@qzwb.com),已报名的不需重新提交报名表。

22批次食品被检不合格

涉及农药残留、微生物污染等

本报讯(融媒体记者陈云青)近日,省市场监管局发布第37期食品安全监督抽检相关信息通告。

通告涉及25大类654批次食品,包括粮食加工品、水果制品、炒货食品及坚果制品、食糖、水产制品、淀粉及淀粉制品、糕点、豆制品、蜂产品、餐饮食品(含餐饮具)、食品添加剂、食用农产品。其中,合格632批次,不合格22批次。不合格项目涉及农药残留问题、重金属污染问题、食品添加剂问题、微生物污染问题、质量指标问题、其他问题。

农药残留问题为:长泰县阿芳水果店销售的桂味荔枝,氯氟氰菊酯和高效氯氟氰菊酯不符合食品安全国家标准规定。漳州市龙文区八颗牙齿蔬菜店销售的长豆角,阿维菌素、噻虫嗪不符合食品安全国家标准规定。宁化县逛万汇超市有限公司销售的妃子笑荔枝,吡唑醚菌酯不符合食品安全国家标准规定。晋江市磁灶镇乐美超市销售的长尖椒(二荆条),噻虫胺不符合食品安全国家标准规定。福鼎市奋丰超市销售的妃子笑荔枝,吡唑醚菌酯不符合食品安全国家标准规定。福建省德化好多多购物广场有限公司坪埔分公司销售的线椒,噻虫胺不符合食品安全国家标准规定。宁德市东侨经济开发区喜之邻超市销售的新鲜线椒,噻虫胺不符合食品安全国家标准规定。厦门市集美区武云饮水果店销售的新鲜荔枝,氯氟氰菊酯和高效氯氟氰菊酯、吡唑醚菌酯不符合食品安全国家标准规定。安溪县城厢王陈清超市销售的香蕉,噻虫胺、噻虫嗪不符合食品安全国家标准规定。

重金属污染问题为:永安大润发商业有限公司销售的茄子,镉不符合食品安全国家标准规定。建瓯市财来便利店销售的细腻酥软新鲜茄子,镉不符合食品安全国家标准规定。

食品添加剂问题为:福建君燕耳电子商务有限公司销售的新鲜日晒黄瓜干,柠檬黄、亮蓝不符合食品安全国家标准规定。标称漳州市福祿源食品有限公司生产的手撕肉干(香辣味),山梨酸及其钾盐不符合食品安全国家标准规定。

微生物污染问题为:标称龙海市石码西湖食品厂2025年3月6日生产的咸梅梅(凉果类),菌落总数不符合食品安全国家标准规定,销售单位为泉州市丰泽永相逢百货有限公司丰泽温陵分公司。莆田市荔城区猪角餐饮店的小饭碗,大肠菌群不符合食品安全国家标准规定。福州市仓山区小厝餐饮店的饭碗,大肠菌群不符合食品安全国家标准规定。

质量指标问题为:标称福建合味世家食品科技有限公司生产的合味世家鸡精,谷氨酸钠不符合产品执行标准要求。销售单位为龙海市颜厝新鑫浦百货店。福建合味世家食品科技有限公司对检验结果提出异议,并申请复检,复检维持初检结论。

其他问题为:泉州市鲤城区巨量吉多餐饮店的盘子,阴离子合成洗涤剂不符合食品安全国家标准规定。莆田城厢区东协氏集餐饮服务有限公司的小碗,阴离子合成洗涤剂不符合食品安全国家标准规定。惠安县美乐味咖啡店的饭碗,阴离子合成洗涤剂、大肠菌群不符合食品安全国家标准规定。霞浦县聚得隆餐饮店的铁碗,阴离子合成洗涤剂不符合食品安全国家标准规定。福州市马尾区吴坤杰餐饮店的大碗,阴离子合成洗涤剂不符合食品安全国家标准规定。

针对抽检发现的不合格产品,属地市场监管部门已开展核查处置,督促生产经营者诚信经营,履行停止销售、下架、召回和公告等法定义务,依法查处违法违规行,有效防控食品安全风险。

我国将全面推进医保基金即时结算

据新华社电 为进一步减轻医疗机构垫资压力,国家医保局明确2025年底前全国所有统筹地区均需开展即时结算。

这是记者16日从国家医保局获悉的。根据《国家医疗保障局办公室关于全面推进医保基金即时结算改革扩面提质的通知》,2026年底前实现即时结算资金占本地医保基金月结算资金的80%以上。结算资金覆盖职工医保基金(含生育保险)和城乡居民医保基金,有条件的地方可探索将大病保险资金、医疗救助基金等纳入即时结算范围。结算资金覆盖普通门诊、门诊慢特病、住院、生育和药店购药等医药费用,并可逐步探索将异地就医费用纳入即时结算范围。

通知明确,2026年底前开通即时结算定点医疗机构占比达到80%以上。推进二级及以上定点医疗机构纳入,鼓励一级及未定级定点医疗机构纳入即时结算范围。将符合条件的定点零售药店逐步纳入即时结算机构范围。

通知要求,规范资金拨付机制。各省级医保部门指导统筹地区定点医药机构原则上在次月10日前申报医药费用。各地要进一步规范即时结算流程,利用信息化手段,提高即时结算效率,压缩结算周期,在定点医药机构申报截止日起不超过20个工作日拨付结算资金,力争在次月底前拨付到位。各地要根据当年医保基金预算、往年医保基金支出等情况,合理确定即时结算拨付比例。

谷子经济悄然崛起 激发泉州多元消费新活力

从小众爱好发展为消费新势力,“谷子店”正成为年轻群体热衷的消费据点。如今,“谷子经济”的热潮已悄然席卷泉州,从商圈店铺的兴起,到品牌联动的落地,再到相关活动的火爆,全方位激活了泉州二次元文化消费市场。昨日,记者走访发现,随着二次元群体的壮大与消费需求的升级,“谷子经济”正以多样化形态融入泉州商业生态,重塑消费结构,为泉州释放出更多的消费潜能。

□融媒体记者 魏晓芳 实习生 洪煜呢 文/图

热门IP汇聚

联动营销激发消费新活力

记者走访发现,我市“谷子店”商品价格基本在10元到200元之间,消费主力为年轻人,其中学生群体占比较高。不同IP的衍生品价格各异,覆盖范围广泛,从经典动漫到热门游戏,不一而足。

位于中心市区田安南路的“咕叽咕叽”谷子店在国庆期间人气火爆。店内《海贼王》《咒术回战》等漫画IP、《明日方舟》《第五人格》等游戏IP以及轻松熊、Hello Kitty等卡通IP分门别类陈列,吸引了众多消费者选购。产品品类以徽章、立牌、收藏卡为主,其中徽章盲盒最受欢迎,均价约30元;立牌价格较高,依据IP热度在60元至150元之间。

“除了徽章,我还会喜欢角色的色卡和玩偶,摆在书桌上每天看着都开心。”就读于附近某中学的江同学是《原神》角色“魈”的忠实粉丝,她告诉记者,“角色设定贴近我的生活,剧情和性格都很吸引我,看到相关周边就想收藏。”

在线下场景中,除常规购买商品外,源自日本的“一番赏”抽奖模式成为推动“谷子”消费的引擎。消费者支付固定金额即可随机抽取奖品,单次价格在35元至88元,奖池涵盖从普通徽章到限量手办,极大地激发了参与热情。“希望今天能抽到《火影忍者》的隐藏款。”刚完成五抽的陈女士表示。

“我们门店周末和节假日人流量大,90后、00后是消费主力,部分热门款式上



“谷子店”吸引消费者驻足选购

架即售罄。”市区一家“谷子店”老板影子本身也是一名“吃谷”爱好者,平日常与来店购物的年轻消费者交流新款手办。在她看来,“谷子”不仅是商品,更是他们表达对作品、对角色的喜爱的一种方式,同时在收集“谷子”的过程中也会有有一种心理满足感。

商圈积极布局 “谷子店”成年轻力量新地标

“我买的不仅是商品,更是其中蕴含的快乐。”在泉州中骏世界城,大学生苏苏在一家“谷子店”淘到了心仪已久的《时光代理人》铁质徽章。她将每周“吃谷”视为固定放松方式,尤其钟爱被称为“吧唧”的徽章类产品。

近年来,随着年轻群体对“谷子”热情高涨,泉州各大商圈纷纷引入二次元新业态,重塑线下商业格局。泉州中骏世界城不仅聚集了泡泡玛特、TOPTOY等头部潮流品牌,同时也引入了GOODSLOVE、TOY-C等专营“谷子店”,这些门店一开业即成为商圈“流量担当”。

此外,泉州浦西万达广场、晋江SM广场等商圈也陆续引进各类“谷子店”。小

店多以收藏卡、徽章盲盒和热门手办为主;规模较大的店铺则IP种类更丰富,涵盖亚克力立牌、毛绒玩偶等多元品类。

“在TOY-C能找到很多老IP的谷子,再也不用找代购了!”“GOODSLOVE上新快,每次来都有惊喜!”“家门口就有谷子店,幸福感爆棚!”对于这些谷子店的入驻,泉州本地的二次元玩家普遍表现出激动与期待,并在社交平台上分享着探店体验。

二次元爱好者凌云“吃谷”已有3年,对各类“谷子”的购买渠道了然于心。她告诉记者,现在泉州“谷子店”越开越多。“每过一段时间朋友就会邀请我去新开的‘谷子店’,甚至还有我不知道的新店。”

IP跨界出圈

泛二次元生态持续扩展

据第三方数据机构QuestMobile发布的《2025年谷子经济行业报告》数据显示,“谷子经济”持续火爆,预计2025年市场规模将突破2400亿元,2027年将突破3000亿元大关。

近年来,泉州二次元文化氛围不断升温,从大型主题嘉年华到商圈常态互动,

多元消费场景不仅强化了本地爱好者的归属感,也通过“谷子”互动为经济形态注入持久活力。

今年国庆期间,惠安崇武古城举办为期八天的二次元活动,打破文旅传统边界。古城墙下,coser(角色扮演者)巡游、嘉宾见面会、宅舞联跳等项目轮番登场,吸引大量游客驻足。身着各类IP服饰的coser与古城墙形成鲜明对比,营造出“动漫走进现实”的独特氛围。

同一时间,在泉州海峡体育中心举办的第五届AT次元时代动漫游戏嘉年华也人气高涨。coser们通过精心装扮角色带入现实,部分知名coser还举办签售会,与粉丝亲密互动。现场摄影师提供专业拍摄服务,形成双向合作的热闹场景。爱好者们通过交换周边等方式,拉近彼此距离,增强社群联结。

值得一提的是,“谷子经济”的兴起,使二次元IP的商业价值被更多行业所关注。记者观察到,从便利店、书店到烘焙品牌,越来越多的企业跳出传统营销模式,通过与热门IP联名,打造创意产品和消费场景,精准触达二次元群体,实现流量与销量的双增长。例如,烘焙品牌“好利来”与《美少女战士》推出联名产品,包装设计高度还原动漫元素,一上市便成为社交平台“打卡爆款”。

业内人士表示,二次元消费者不仅关注产品的功能价值,更关注产品的情绪价值。“谷子经济”推动了餐饮、影院等传统业态与二次元IP联动,衍生出多种“泛二次元”业态,特别是优质品牌的“首发首秀首展”效应,有望将“尝鲜消费”转化成长线消费。

名词解释:

谷子

“谷子”一词源自英文“Goods”(商品)的音译,特指以漫画、动漫、游戏等IP为原型制作的二次元周边商品,常见品类包括徽章、立牌、卡片、挂件等。购买这类周边被称为“吃谷”,销售此类商品的店铺称为“谷子店”,而围绕二次元IP衍生品所形成的消费文化与经济形态,则被称为“谷子经济”。