

“跟着闽超去消费”一票惠享刺桐城

首批379家商户联动吃住购,叠加发票有奖,真金白银让利球迷

福建省城市足球联赛(闽超)泉州主场赛事即将火热开赛。为抢抓赛事经济机遇,激活本地商贸消费活力,泉州市商务局统筹全市各县(市、区),围绕餐饮、住宿、购物三大核心消费领域,推出凭赛事票根专享优惠活动,并叠加发票有奖试点政策,以“赛事引流+商家让利+政策激励”组合拳,为全市商贸消费注入强劲动能。首批已有379家商户响应,覆盖鲤城、丰泽、石狮、南安、惠安、安溪、永春、德化、台商投资区等全域板块,让广大球迷与消费者在观赛之余,尽享一站式消费实惠。

□融媒体记者 王宇静 通讯员 李佳 叶冠庆 杨华 文/图



首批泉州球迷跟着闽超来消费

商户联动 吃住购全面优惠

本次活动以闽超赛事票根为核心纽带,打破单一消费场景限制,构建“吃、住、购”三位一体的消费服务矩阵,379家参与商户精准对接赛事客流,实现消费需求与供给的高效匹配,为泉州商贸消费市场搭建起便捷、实惠的引流桥梁。

餐饮方面,全市140家餐饮商家积极响应,全方位满足球迷及市民的舌尖需求。泉州宾馆沁园春中餐厅推出全单7折优惠,其巴黎城西餐厅更是推出自

助午餐特惠价99元,性价比十足;东南半岛酒店海鲜火锅低至5.5折,让消费者以亲民价格享受地道海鲜美味;丰泽、石狮、南安、惠安等多地商户同步推出8.8折至9.5折不等折扣,部分门店还贴心赠送甜品、饮品、特色菜品,让消费者更具烟火气。从早餐简餐到夜宵盛宴,从传统闽南风味到特色创意美食,餐饮优惠实现全域覆盖,让广大球迷一票惠享全城。

住宿方面,全市61家酒店、民宿精准对接观赛客流需求,推出专属房价折扣、

特价房型及增值服务,全面提升旅居体验。鲤城、丰泽核心片区多家酒店凭赛事票根可享低至8折的房价优惠,部分酒店还提供含早餐、延迟退房、赠送果盘与伴手礼等贴心服务,解决球迷及游客住宿后顾之忧;永春、德化、台商投资区等县域重点酒店推出百元级特惠房,大幅降低旅居成本,让游客轻松实现“住世遗泉州,游世遗文化”。从高端星级酒店到特色古城民宿,住宿业态实现差异化、品质化供给,助力泉州旅居消费提质升级。

购物方面,商务部门联动商场、超市、运动品牌、数码家电、特产文创等178家商户,推出折扣、满减、买赠、立减等多重福利,全方位激发购物热情。运动品牌服饰低至7.5折,契合赛事运动氛围,吸引球迷及年轻群体消费;数码门店推出购机立减优惠,并可叠加政府补贴,助力市民升级数码装备;茶叶、文创特产等泉州特色商品推出5折至9折优惠,推动非遗文化与消费深度融合;商超、电玩、生活服务类商家同步赠送体验券、游戏币、小礼品,多维度提升购物吸引力。通过线上线下联动、业态创新融合,购物场景实现全面焕新,助力商圈消费持续升温。

票根优惠+发票有奖,引燃消费热情

作为发票有奖试点城市,泉州本次创新推出“票根优惠+发票有奖”双重激励机制,让消费者享受“双重实惠”。消费者持任意闽超赛事门票到店消费,即可直接享受对应商户的专属优惠;同时,在完成消费后开具正规发票,还能参与发票有奖抽奖活动,实现“消费有优惠、开

票有惊喜”。这一政策叠加实施,不仅降低了消费者的实际消费成本,更通过抽奖激励提升了消费意愿,进一步激活市场消费潜力。

泉州市商务局相关负责人表示,此次依托闽超赛事开展的促消费活动,是商务系统落实稳消费、扩内需决策

部署的具体实践。通过“赛事引流+商家让利+政策激励”的模式,有效串联餐饮、住宿、零售等重点消费领域,实现了赛事资源与商贸资源的深度融合,既借助赛事流量带动本地消费增长,又通过优惠活动提升市民消费获得感,一举多得。

目前,379家优惠活动已全面上线,后期还会持续增加参与商户,整体优惠时间持续至覆盖闽超赛程,直至6月27日。广大球迷与市民无需复杂申领,只需持闽超赛事门票(包括组委会“一票通”和泉州主场门票),即可到店享受专属福利。接下来,泉州还将持续依托各类赛事、节庆等活动,不断创新促消费模式,丰富消费场景,释放市场消费潜力,推动全市商贸经济平稳向好发展。

围观查后厨、红黑榜公示 我市多元共治 护航网络餐饮安全

本报讯(融媒体记者陈云青 通讯员黄锋超 苏晓晖)今年以来,泉州市在网络餐饮食品安全问题专项整治中,积极探索推行“阳光外卖 你我同查”直播“3个双”机制,引导志愿者、“两代表一委员”等社会力量深度参与治理,初步形成“政府牵头、媒体搭桥、公众监督”社会共治氛围,有效提升人民群众的食品安全获得感和满意度。

活动全程坚持“公开透明”,直播前发出“征召令”,随机海选出4—6名热心群众作为志愿者参与活动,邀请1—3名“两代表一委员”参与监督并点评。检查地点和检查顺序完全由参与活动的志愿者现场决定,监管部门根据指令带队检查和现场引导,真正将“现场指挥棒”交给志愿者掌握和组织。活动安排专业快检人员随团行动,对现场随机挑选的食材开展农药残留、餐饮具洁净度等快速检测,当场公布结果,让食品安全风险“无处遁形”。

活动通过线上直播完整呈现走访餐饮店后厨卫生、人员操作等真实画面,也全过程直击执法人员检查过程,对发现卫生脏乱差等问题隐患当场指出、当场记录,结合直播检查情况,通过官方微信公众号对外发布外卖餐饮“红黑榜”,管理规范、卫生达标的商家列入“红榜”予以表扬,问题严重、整改不力的商家列入“黑榜”公开曝光,并依法采取下线、处罚等举措,倒逼商家主动落实主体责任。

精准对接企业需求 强化海外知识产权保护 “泉力护企行” 助力体育智造逐浪全球

在“4·26”知识产权宣传周期间,泉州市市场监管局聚焦本土优势产业,针对体育用品与智能健身器材行业“出海”面临的共性挑战,成功举办第二期知识产权“泉力护企行”活动。舒华体育股份有限公司、福建野小兽健康科技有限公司等行业企业代表,在现场获得了一套由市场监管部门统筹链接多方力量、量身定制的知识产权海外布局与维权“组合套餐”,彰显泉州以知识产权公共服务赋能产业国际化发展的决心与实效。

□融媒体记者 陈云青 通讯员 苏晓晖

问需于企 构建全链条资源对接机制

针对体育用品行业新品迭代速度快、专利布局节奏相对滞后的行业现状,以及企业出海时面临的维权成本高、平台投诉处理慢及店铺运营等具体困难,泉州市市场监管局在活动前深入调研,并组织市知识产权保护中心、晋江市市场监管局、晋江市快维中心及多家专业代理机构,共同搭建起“市场监管协调、专业力量支撑”的对接渠道。

在活动现场,专家团队与企业一对一交流,在宣贯政策的基础上,围绕企业具体的出口国家、产品上市计划等,给出针对性的专利风险防范和申请策略,帮助企业解决实际困难,体现了“企业出题、政府搭台、资源联动、精准破题”的服务宗旨。

双轨导航 精准破解海外专利布局难题

面对体育器械产品更新快、目标市场多元的特点,如何选择高效的海外专利布局路径是企业核心关切。服务专家团队深入对比了PCT国际申请与巴黎公约路径的不同应用场景;对于需快速抢占明确单一市场的产品,巴黎公约路径凭借可快速落地目标市场的时效优势,缩短海外布局周期;而对于技术密集、布局面广且需时间评估市场的智能健身器材, PCT路径提供的30个月“战略缓冲期”则更能帮助企业分散决策压力、优化资源配置。这种“双轨导航”式的精准分析,引导企业依据自身产品生命周期与市场规划,制定务实高效的海外知识产权策略。

攻守兼备 从“赢了官司”迈向“赢得市场”

针对部分企业反映的线上投诉后“赢了官司,输了市场”的维权困境,市场监管局保护科给出系统性应对方案。一是事前准备。指导企业做好产品上市前的知识产权自查,并养成日常存证的习惯,比如定期保存产品电子档案、网页快照等,防患于未然;二是事中应对。一旦遭遇投诉,迅速利用电商平台提供的申诉通道、反通知工具等,必要时借助专业机构出具鉴定意见,力争在关键的销售时段内恢复商品链接,减少损失;三是事后跟进。胜诉后,主动依据生效判决书,与平台沟通删除不实投诉记录、恢复店铺评分,真正消除维权带来的后续影响。

“泉力护企行”是泉州市市场监管局倾力打造的知识产权公共服务品牌,旨在统筹知识产权关键资源,构建高效协同的服务矩阵,为企业提供全链条知识产权支持。该系列活动坚持以企业实际需求为圆心,以行政与司法资源整合为半径,通过“问需于企、靶向匹配、闭环服务”的运作模式,为各类创新主体提供全方位、多层次的知识产权公共服务。

携手科研机构

泉州鞋服企业:将“黑科技”穿在身上

近日,在九牧王2026秋冬新品发布会上,九牧王携手北京航天凯恩新材料有限公司发布科技保暖太空裤2.0;不久前,安踏发布了与中国航空工业空气动力研究院共同研发的追风8跑鞋,而在2026年冬奥会上,安踏为中国短道速滑队提供的被称为“冰上鲨鱼皮”的短道速滑服更是引人注目。

如何以科技创新重塑产业基因,让高端科技“飞入寻常百姓家”?泉州企业正用实际行动,让传统鞋服成为集材料科学、流体力学、人体工学于一体的高科技装备。

让尖端科技服务百姓民生

据了解,中国航空工业空气动力研究院与安踏儿童联合研发的追风8跑鞋,首次将“风洞技术”引入儿童运动鞋领域,将原本用于飞行器测试的空气动力学原理,转化为孩子奔跑时脚底生风的透爽体验。这一技术的应用并非简单的概念借用,而是基于空气动力学原理的系统性工程转化。

儿童足部的发汗区与发热区分布与成人截然不同,正是基于这一洞察,追风8

跑鞋搭载的A-COOL呼吸黑科技应运而生。研发团队基于空气动力学原理,在鞋底规划风洞,形成内外侧气流导流通道,从而加速湿热气体排出,实现0.05秒流速透气。

作为中国最早开展航天氢能特种材料研究的机构之一,北京航天凯恩新材料有限公司深耕低温特种材料研发六十余载。北京航天试验技术研究所副所长张慧表示,“航天技术的价值,不仅在于探索浩瀚宇宙,更在于服务百姓民生。与九牧王的合作,正是航天科技‘从天到地’转化的生动实践。在此次合作中,我们将航天材料的轻量化、抑菌、抗高低温、远红外保暖等核心性能融入日常服饰。”

对于九牧王而言,要将实验室的尖端材料转化为可规模化生产的消费品,这条路并不轻松。以太空裤为例,不同于常规跨界合作的概念性结合,太空裤项目完整打通了“实验室成果—工业化生产—消费级产品”全链条闭环。由于Aerotech-T纤维的独特性,传统的服装生产线无法直接加工,九牧王对现有生产线进行系统性改造,先后突破高性能纤维制备技术、复合材料成型工艺、工业化量产稳定性等技术难题,其技术复杂度和投入成本远高于

常规服装生产。

最终,太空裤2.0实现了“三超”“三防”特性——超柔、超暖、超防水,抗菌、防皱、防静电,让消费者有更为舒适的穿着体验。目前,双方合作已从单一单品迈向全品类、多系列、深层次的战略合作阶段。接下来,九牧王将以太空裤为起点,深度联动航天领域资源,将航天科技融入更多产品,同步推出“航天家族”系列,涵盖搭载航天棉的马甲、外套等多款单品。

新质生产力的泉州“答卷”

今年全国两会期间,“新质生产力”再次成为代表委员热议的核心话题,政府工作报告首次提出“打造智能经济新形态”,强调以科技创新驱动产业升级。

通过持续增加研发投入,携手国家级科研机构,泉州鞋服企业正在交出破题新质生产力的泉州“答卷”。

据了解,安踏为2026年冬奥会中国短道速滑队提供的短道速滑服,纱线强度是钢丝的15倍以上,实现单层结构360度防切割,达到国际最高防护等级4级标准,冰刀割不破,可以有效保护运动员。此外,还通过材料减阻与结构减阻的系统性设计,

全面减少空气湍流,让运动员的每一分爆发力都最大程度地转化为向前的动能。

从实现国产化的无氟安踏膜,到随宇航员登陆太空的氢跑鞋3.0,再到行业首创的“人工骨骼”可变刚度鞋底,安踏用30余年深耕运动鞋服主业的坚守证明:没有落后的产业,只有落后的技术。

据了解,过去10年,安踏集团累计投入超200亿元用于研发创新,累计专利申请量突破6600项,是国内目前申请专利最多的体育用品企业。目前,安踏已构建起一个链接全球七大设计研发中心、70多个高校及科研机构、1200多位专家的“全球开放式创新生态网络”。这种开放协同的模式,打破了企业创新的边界,让全球智慧为企业的创新需求服务。

利郎(中国)有限公司也通过不断地研发投入,为已构建起科技“防火墙”。2025年利郎集团收入同比增长11.5%至40.69亿元,利郎成为闽派男装史上首家营收破40亿元大关的上市企业,拒水羽绒、持久白免烫衬衫、耐洗POLO衫……这些不断升级的产品成为企业业绩增长的持续动力。据了解,截至2025年12月底,利郎集团研发部人员共401人,占集团员工总数的6.9%。

市场监管总局:

从严打击互联网广告违法行为

本报讯 近期,市场监管总局印发《关于深化互联网广告生态治理工作的通知》和《互联网广告市场秩序整治重点任务》,对深化互联网广告生态治理工作作出全面部署,同时决定开展为期半年的互联网广告市场秩序整治行动。

当前,我国互联网广告产业快速发展,已形成数据驱动、技术赋能的复杂生态,但互联网广告轻创意、重炒作等旧问题仍然存在,滥用人工智能、过度追求流量等新问题不断凸显,亟须从深化互联网广告生态治理的高度系统施治、全面治理。为此,市场监管总局制定印发《关于深化互联网广告生态治理工作的通知》,首次提出“互联网广告生态治理”的概念,部

署健全互联网广告监管制度体系,压实互联网平台企业主体责任,加大重点领域和新业态的广告监管力度,加强监测技术和执法能力建设,强化广告宣传导向和价值引领等五方面治理任务,为推进互联网广告生态治理工作绘制总体蓝图。

互联网广告生态治理是一项系统工程。市场监管总局按照管长远和立当下相结

合的工作思路,决定将加强互联网广告市场秩序整治作为推进互联网广告生态治理的突破口,拟通过为期半年的整治行动,依法从严打击群众反映强烈的互联网广告违法行为,切实维护互联网广告市场秩序,为推进互联网广告生态治理其他方面的工作打牢基础,营造良好氛围。为此,市场监管总局印发《互联网广告市场秩序整治重点任务》,

围绕强化互联网广告导向监管,加强对直播电商中广告活动的监管,强化对人工智能生成式广告的监管,加大对互联网弹窗广告的规范力度,加大对“矩阵式”互联网广告投放行为的规范力度,进一步压实互联网平台企业的主体责任等六个方面,细化工作任务,聚焦突出问题精准发力,全力维护良好互联网广告市场秩序。(新华)