

《二〇一九年中国城市养老消费洞察报告》显示

老年人与子女互动关系影响消费

红杉中国近日发布《2019年中国城市养老消费洞察报告》(以下简称“报告”)。报告提出关键词,认为中国的老年人群总数近2.5亿、正在形成“消费高地”,将催生一批新业态。

2018年,红杉中国曾发布《00后泛娱乐消费报告》。这次,他们针对一线至三线城市老年人口进行了分层随机抽样研究,分层比例参照中国老龄人口各省市分布比例,并且将年龄段放宽至50周岁,抽取了1000多份有效样本进行数据分析。

“和大多数针对老年人口的调研不同,本报告创造性地将老年人的子女群体纳入研究范围,调研了1500多份有效样本,揭示了老年人和子女的互动关系对老年消费市场的影响。”红杉中国团队称。

报告指出,新中国成立以来共出现了三次“婴儿潮”,其中前两次(1950—1957年,1962—1975年)共有近5亿人口出生,如今他们构成了中国45岁以上的中老年群体。而且按照国际标准,中国正在步入深度老龄化社会,近2.5亿的老年人口所蕴含的“消费力”甚至可以称得上是一个“经济体”。其中,中国中东部的老龄化程度在过去10年迅速加深,这些地区对养老产品和服务的消费需求有望在未来10—20年内迅速迸发,是创业者和行业从业者应该重点关注的地区。

报告称,城市养老消费市场率先被激活,但供需严重不平衡,缺乏优质供给。调研发现,在养老产品和服务的消费上,与身体健康以及精神文化相关的占比最大,而且越来越多的老年人开始重视规划晚年生活,这个意识在“初老”的老年人群中更加明显。

报告发现,老年群体触网率高,对移动互联网依赖明显,网络行为围绕社交驱动。他们的一大特点是跳过PC互联网,直接进入移动互联网时代。

报告更注意到,父母和子女在养老消费上均有发言权,但所需与所获存在代际鸿沟。具体来看,子女群体在理解老年群体的真实需求方面还存在问题——过分注重实体类养老产品,忽视精神类养老产品,这往往让他们和父母之间出现沟通问题甚至矛盾。

“老年群体和子女均看重品质、功能、安全,但对‘品牌’的看法不一。”报告指出,目前老年人群普遍对“品牌”感触不强,更愿意相信身边的朋友、熟人和子女的推荐。

报告同时给出商业化建议。首先,需求方与购买方角色分离性明显,目标和需求分层是关键;其次,“科技+养老”将成为未来一大主流,建议目前阶段以企业服务类(B to B)业务为主导,通过和医院、护理中心、养老院等机构合作的方式向终端用户渗透。

(中新)

“新老年人”消费也挺潮

从“能省则省”到“享受生活”

点外卖、抢红包、拼团秒杀……随着移动互联网的快速普及,“银发经济”正在加速发展,催生了一大批紧跟时代潮流的“新老年人”。

这些“新老年人”不再是传统观念中逛菜市场、买保健品的大爷大妈,而是以网络达人的形象出现。有数据显示,自2012年以来,老年网民数量增长130%,老年人触网的速度是整体移动互联网普及速度的1.6倍。

京东发布的《线上生活消费数据报告》显示,60岁及以上的老年人2018年线上销售额较2017年增长超65%。越来越多的老年人通过手机购买方便食品、医药用品和商超用品。

与此同时,“新老年人”的消费偏好也在改变,彰显出对生活品质的高要求。单纯的“老有所养”已经无法满足老年人需要,“老有所乐”“老有所学”正成为老年人的新追求。

老年人已成为高频次旅行用户。携程发布的《老年群体旅游行为报告》显示:65%的受访老年出游用户每年出行3次以上,且越来越多老年人能够独立完成在线预订。上车睡觉下车拍照的旅游方式已经落伍,老年人更关注酒店是否舒适、行程是否宽松以及是否配备WiFi。

广场舞是不少老年人的爱好,这背后的商业价值也不容小觑。线上广场舞服装、户外音响等装备销量火爆。手机APP开发者也抓住广场舞这个风口,纷纷上线各类广场舞APP。其中一款名为“糖豆广场舞”的APP,每月开展的线下活动超4000场次,月度覆盖的线下用户达到50万人次以上。

除了广场舞,老年人还不断解锁花样玩法,催生新业态。在抖音等短视频平台,越来越多老年人跻身“网红”,创作以时尚、搞笑、生活技能等为主题的视频,吸引百万粉丝“点赞”和“打赏”。

老年旅游、老年文娱等市场的兴起,凸显中老年人整体消费能力的提升。当

的商业价值也不容小觑。线上广场舞服装、户外音响等装备销量火爆。手机APP开发者也抓住广场舞这个风口,纷纷上线各类广场舞APP。其中一款名为“糖豆广场舞”的APP,每月开展的线下活动超4000场次,月度覆盖的线下用户达到50万人次以上。

除了广场舞,老年人还不断解锁花样玩法,催生新业态。在抖音等短视频平台,越来越多老年人跻身“网红”,创作以时尚、搞笑、生活技能等为主题的视频,吸引百万粉丝“点赞”和“打赏”。

老年旅游、老年文娱等市场的兴起,凸显中老年人整体消费能力的提升。当

的商业价值也不容小觑。线上广场舞服装、户外音响等装备销量火爆。手机APP开发者也抓住广场舞这个风口,纷纷上线各类广场舞APP。其中一款名为“糖豆广场舞”的APP,每月开展的线下活动超4000场次,月度覆盖的线下用户达到50万人次以上。

除了广场舞,老年人还不断解锁花样玩法,催生新业态。在抖音等短视频平台,越来越多老年人跻身“网红”,创作以时尚、搞笑、生活技能等为主题的视频,吸引百万粉丝“点赞”和“打赏”。

老年旅游、老年文娱等市场的兴起,凸显中老年人整体消费能力的提升。当

的商业价值也不容小觑。线上广场舞服装、户外音响等装备销量火爆。手机APP开发者也抓住广场舞这个风口,纷纷上线各类广场舞APP。其中一款名为“糖豆广场舞”的APP,每月开展的线下活动超4000场次,月度覆盖的线下用户达到50万人次以上。

除了广场舞,老年人还不断解锁花样玩法,催生新业态。在抖音等短视频平台,越来越多老年人跻身“网红”,创作以时尚、搞笑、生活技能等为主题的视频,吸引百万粉丝“点赞”和“打赏”。

老年旅游、老年文娱等市场的兴起,凸显中老年人整体消费能力的提升。当

的商业价值也不容小觑。线上广场舞服装、户外音响等装备销量火爆。手机APP开发者也抓住广场舞这个风口,纷纷上线各类广场舞APP。其中一款名为“糖豆广场舞”的APP,每月开展的线下活动超4000场次,月度覆盖的线下用户达到50万人次以上。

除了广场舞,老年人还不断解锁花样玩法,催生新业态。在抖音等短视频平台,越来越多老年人跻身“网红”,创作以时尚、搞笑、生活技能等为主题的视频,吸引百万粉丝“点赞”和“打赏”。

老年旅游、老年文娱等市场的兴起,凸显中老年人整体消费能力的提升。当

的商业价值也不容小觑。线上广场舞服装、户外音响等装备销量火爆。手机APP开发者也抓住广场舞这个风口,纷纷上线各类广场舞APP。其中一款名为“糖豆广场舞”的APP,每月开展的线下活动超4000场次,月度覆盖的线下用户达到50万人次以上。

除了广场舞,老年人还不断解锁花样玩法,催生新业态。在抖音等短视频平台,越来越多老年人跻身“网红”,创作以时尚、搞笑、生活技能等为主题的视频,吸引百万粉丝“点赞”和“打赏”。

老年旅游、老年文娱等市场的兴起,凸显中老年人整体消费能力的提升。当

的商业价值也不容小觑。线上广场舞服装、户外音响等装备销量火爆。手机APP开发者也抓住广场舞这个风口,纷纷上线各类广场舞APP。其中一款名为“糖豆广场舞”的APP,每月开展的线下活动超4000场次,月度覆盖的线下用户达到50万人次以上。

除了广场舞,老年人还不断解锁花样玩法,催生新业态。在抖音等短视频平台,越来越多老年人跻身“网红”,创作以时尚、搞笑、生活技能等为主题的视频,吸引百万粉丝“点赞”和“打赏”。

老年旅游、老年文娱等市场的兴起,凸显中老年人整体消费能力的提升。当

前,不少城市中的老年人有钱又有闲,他们爱时尚、爱科技、爱生活,“银发经济”已成为朝阳产业。中国老龄协会发布的报告预计,到2020年我国老年消费市场规模将达到3.79万亿元。

老年人的消费特征正悄然改变,从“能省则省”到“享受生活”。这就要求商家摒弃传统思维,针对老年人精准画像,提供更加多样、优质的产品和服务。例如,旅游行业可以推出舒适线路、错峰线路和短途线路等更适合中老年人的产品,提升出行体验。教育培训行业可以推出线上兴趣课程,满足老年人学习摄影、书法等技能的热情,缓解老年大学供不应求的现状。

要更好地满足老年人的消费需求,“走心”最重要。此外,还要加强市场监管,细分涉老产业、创新养老模式,这样才能在壮大“银发经济”的同时,让老年人日子过得更舒心。

老年人的消费特征正悄然改变,从“能省则省”到“享受生活”。这就要求商家摒弃传统思维,针对老年人精准画像,提供更加多样、优质的产品和服务。例如,旅游行业可以推出舒适线路、错峰线路和短途线路等更适合中老年人的产品,提升出行体验。教育培训行业可以推出线上兴趣课程,满足老年人学习摄影、书法等技能的热情,缓解老年大学供不应求的现状。

要更好地满足老年人的消费需求,“走心”最重要。此外,还要加强市场监管,细分涉老产业、创新养老模式,这样才能在壮大“银发经济”的同时,让老年人日子过得更舒心。

老年人的消费特征正悄然改变,从“能省则省”到“享受生活”。这就要求商家摒弃传统思维,针对老年人精准画像,提供更加多样、优质的产品和服务。例如,旅游行业可以推出舒适线路、错峰线路和短途线路等更适合中老年人的产品,提升出行体验。教育培训行业可以推出线上兴趣课程,满足老年人学习摄影、书法等技能的热情,缓解老年大学供不应求的现状。

要更好地满足老年人的消费需求,“走心”最重要。此外,还要加强市场监管,细分涉老产业、创新养老模式,这样才能在壮大“银发经济”的同时,让老年人日子过得更舒心。

老年人的消费特征正悄然改变,从“能省则省”到“享受生活”。这就要求商家摒弃传统思维,针对老年人精准画像,提供更加多样、优质的产品和服务。例如,旅游行业可以推出舒适线路、错峰线路和短途线路等更适合中老年人的产品,提升出行体验。教育培训行业可以推出线上兴趣课程,满足老年人学习摄影、书法等技能的热情,缓解老年大学供不应求的现状。

要更好地满足老年人的消费需求,“走心”最重要。此外,还要加强市场监管,细分涉老产业、创新养老模式,这样才能在壮大“银发经济”的同时,让老年人日子过得更舒心。

老年人的消费特征正悄然改变,从“能省则省”到“享受生活”。这就要求商家摒弃传统思维,针对老年人精准画像,提供更加多样、优质的产品和服务。例如,旅游行业可以推出舒适线路、错峰线路和短途线路等更适合中老年人的产品,提升出行体验。教育培训行业可以推出线上兴趣课程,满足老年人学习摄影、书法等技能的热情,缓解老年大学供不应求的现状。

抓住“银发市场”三重机遇

观点

4000万人,按照国际上失能老人与护理人员3:1的配置标准,我国至少需要1300万名护理人员,服务缺口巨大。

整个养老产业链都存在或大或小的市场缺口。从开发老年病相关药物、生产老年辅助器具、销售长期护理保险、开办医养结合机构,到培训或从事康复治疗师、养老护理员等职业都急需人才加入。

从需求侧看,新一代老年人观念在变,消费升级意愿强烈。这是第二重机遇。今年“双11”,有电商总结出三大新消费人群,其中就有银发族。随着老年人受教育水平和收入提高,消费结构和消费层次明显改变,“拼单”“省吃俭用、足

不出户、抱孙带娃”的标签,发展型、享受型消费增多,更讲究品质化、多元化、个性化、便利化。从吃得饱到吃得健康,从穿得暖到穿得漂亮,从守在家到出国游,从读书看报到上老年大学……新一代老年人消费需求全面升级,而移动互联网则为他们提供了更多自我满足和自我实现的途径。

据报告显示,2012年以来手机网民增幅为79%,老年网民增幅达130%,老年网民规模超过8000万人。从政策层面看,近年来国家密集推出多项老龄政策,规范、畅通和提升“银发经济”。这是第三重机遇。

老龄政策力度空前。推动解决养老服务机构融资问题、支持医养结合、支持

不出户、抱孙带娃”的标签,发展型、享受型消费增多,更讲究品质化、多元化、个性化、便利化。从吃得饱到吃得健康,从穿得暖到穿得漂亮,从守在家到出国游,从读书看报到上老年大学……新一代老年人消费需求全面升级,而移动互联网则为他们提供了更多自我满足和自我实现的途径。

据报告显示,2012年以来手机网民增幅为79%,老年网民增幅达130%,老年网民规模超过8000万人。从政策层面看,近年来国家密集推出多项老龄政策,规范、畅通和提升“银发经济”。这是第三重机遇。

老龄政策力度空前。推动解决养老服务机构融资问题、支持医养结合、支持

不出户、抱孙带娃”的标签,发展型、享受型消费增多,更讲究品质化、多元化、个性化、便利化。从吃得饱到吃得健康,从穿得暖到穿得漂亮,从守在家到出国游,从读书看报到上老年大学……新一代老年人消费需求全面升级,而移动互联网则为他们提供了更多自我满足和自我实现的途径。

据报告显示,2012年以来手机网民增幅为79%,老年网民增幅达130%,老年网民规模超过8000万人。从政策层面看,近年来国家密集推出多项老龄政策,规范、畅通和提升“银发经济”。这是第三重机遇。

老龄政策力度空前。推动解决养老服务机构融资问题、支持医养结合、支持

汾酒与海南：一场关于改革的跨时空对话

2019“行走的汾酒”文化大巡展活动在海南三亚举行

从一个封闭的岛屿到中国最大的经济特区,改革一直是贯穿海南发展历史的主题。勇于革新、敢为人先,改革同样是汾酒的底色。



12月5日,以“改革潮头清香涌”为主题,“2019行走的汾酒(海南站)暨长三角珠三角汾酒核心市场推进大会”在三亚举行。“打响山西国企改革第一枪”的汾酒,与改革开放先行军的海南特区,进行了一场跨时空的对话。

汾酒集团总经理谭忠豹,集团专职党委副书记刘卫华,股份公司总经理常建伟,集团总经济师张春生,股份公司副总经理李俊以及公司营销系统、生产单位、国家级技术大师、长江以南市场经销商代表等200余人出席了活动。

中国酒类流通协会会长王新国、协会秘书长秦书尧,中国(海南)改革发展研究院副院长张飞,海南省作家协会副主席王雁翎,海南省山西商会副会长王德骏等嘉宾应邀出席。



行走,是汾酒与世界对话的方式



▲汾酒集团专职党委副书记、副董事长、副总经理 刘卫华

刘卫华在致辞中介绍,从2018年4月“行走的汾酒”文化大巡展在山西汾阳杏花村正式启动,先后到达济南、郑州、杭州、呼和浩特、上海、西安等城市。今年10月12日,“行走的汾酒”火炬再次点燃,首站到达天津,之后传递到首都北京,如今又来到了风光旖旎的海南三亚。

“行走的汾酒”所到之处,将传承千年的酿造技艺,原原本本展现在消费者眼前,将博大精深的文化底蕴,真真切切传递到消费者心中,这种开放、坦诚的交流,也点燃了市场热情,激发了市场能量,成为汾酒市场发展的催化剂。

刘卫华表示,海南是2019“行走的汾酒”重要一站,这里是中国改革开放的前沿地带,日新月异的建设发展,吸引着人们到此旅游、生活、创业,同时也让这里成为一个文化与消费的风向标,新时尚、新生活从这里绽放开来,影响着珠三角、长三角,乃至更广阔的区域。“行走的汾酒”来到海南,将是汾酒文化的传播与推广、交流与共鸣,也是市场的建设与发展、推进与远行。

改革,是汾酒与海南的共鸣



▲中国酒类流通协会会长 王新国

王新国在致辞中表示,汾酒与海南,虽然在地理位置上各居南北、远隔千里,但改革精神与改革文化的强烈共鸣,却将二者紧紧联系在一起。

海南是一片改革热土,从海南经济特区,到中国(海南)自由贸易试验区。四十多年来,海南始终敢为人先,勇立潮头;汾酒是民族工业、民族品牌的改革典范,从1915年漂洋过海,获得巴拿马万国博览会最高荣誉甲等大奖章,中国白酒第一次“开眼看世界”,到中国白酒上市第一股、山西省国企改革试点,汾酒的发展历程一直闪现着改革的光辉记忆。

改革者的担当与勇气,责任与使命,让汾酒与海南之间有了一种特殊共鸣。对此王新国认为,当“行走的汾酒”来到海南,必将碰撞出改革的思想火花,激发出创新的市场动力,为社会发展与酒业发展产生重要价值。

王雁翎介绍,海南不仅是当代中国改革开放的前沿特区,其实也是中国最早向世界上开放的前沿。早在汉代时,海南就成为海上丝绸之路的必经之地,在世界贸易中举足轻重。清



▲海南省作家协会副主席 王雁翎

朝后期,随着南洋的开发,海南以其在东南亚的特殊地理位置得以迅速发展,与东南和世界上许多发达地区有着密切的商贸往来,有十几个发达国家和地区在海口设立领事馆。

王雁翎表示,山西历史上有着“走西口”的传统,海南文昌、万宁、琼海一带也有“闯南洋”的历史。二十世纪初,先后有数以万计的海南人乘船离开海南,到菲律宾、马来西亚、印尼等国闯荡谋生,并由此走遍世界。

在此基础上,王雁翎认为,山西汾酒来到海南,从某种意义上讲,就是带着山西的精神,来跟海南的精神进行一个碰撞、交流、融合。



▲为了表示对汾酒的祝愿,王雁翎还特地带来海南省作家协会专职副主席、海南省作协秘书长、王雁翎“笔外意象”笔墨艺术创始人海国云专门为行走的汾酒创作的“汾”字。公司领导常建伟也以《国宴汾酒》相赠,意欲让汾酒文化、中国酒魂永远与海南文学界共鸣共振。



▲中国(海南)改革发展研究院副院长 张飞

张飞认为,改革创新是一种文化品质。从某种角度来说,汾酒文化之所以具有强大的生



文化汾酒 清香天下

命力,能够穿越数千年历史长河而生生不息,正是因为它善于创新,勇于变革,在改革中实现了自我升华与发展。

张飞表示,当汾酒来到海南这片改革创新的热土,相信这也将是一场改革之约、发展之约。汾酒将绽放灿烂的文化之光,在市场创造新的辉煌,为人们创造更多美好。

活动最后,谭忠豹、刘卫华、常建伟、张春生、李俊、张平等汾酒集团领导共同登台,启动2019“行走的汾酒”海南站暨长三角珠三角市场推进仪式,开启了汾酒在长江以南市场的新征程。

这意味着,在改革赋能、创新助力下,汾酒市场一路向南,从上海到杭州,从厦门到三亚,长三角和珠三角清香涌动,汾酒潮起。

改革样本与开放前沿如何“共振”?蓝天、碧海、阳光、沙滩、椰风海韵,沐浴在这场最美“行走”中,汾酒人将清香的品质、深厚的文化、悠久的历史逐一展示。令观众大开眼界的是,汾酒将“酿造车间”搬到了现场,面对面向大家展示传统的酿造工艺。同时,酿酒大师们邀请观众近距离体验汾酒的酿造过程。一杯杯刚蒸出来的汾酒,带着温热的清香,迅速点燃了现场粉丝们的热情。

活动现场还以历史文化图片展的形式,展示了汾酒6000年绵延不断的酿酒史,以及中华酒文化的起源与发展,吸引了众多消费者和游客的驻足。

为迎接这场跨越千里的相遇,精心设计的“黎族打舞狮”和“黎族民歌”——海南两大国家级非遗项目也同台亮相,在与国家非遗身份的汾酒古法酿造工艺的共鸣共振中,燃爆了整个现场。围观现场酿酒、聆听品鉴技巧,又或是VR体验一场“虚拟汾酒行”、玩一把投壶,在美丽的杏花树下许一个愿望……汾酒文化、清香之美便在这一个互动中得到了有效传达。



郭桂华、程立:本院受理河北承德热河农村商业银行股份有限公司诉你二人借款合同纠纷案,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 马艳:本院受理原告四川南都农村商业银行股份有限公司诉被告金融融资租赁有限公司(2019)川1321民初2988号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 朱家骥:本院受理原告承德市金源房地产开发有限公司诉被告承德市金源房地产开发有限公司(2019)冀0222民初3585号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 魏洪:本院受理原告承德市金源房地产开发有限公司诉被告承德市金源房地产开发有限公司(2019)冀0222民初3585号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 魏洪:本院受理原告承德市金源房地产开发有限公司诉被告承德市金源房地产开发有限公司(2019)冀0222民初3585号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 魏洪:本院受理原告承德市金源房地产开发有限公司诉被告承德市金源房地产开发有限公司(2019)冀0222民初3585号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 魏洪:本院受理原告承德市金源房地产开发有限公司诉被告承德市金源房地产开发有限公司(2019)冀0222民初3585号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 魏洪:本院受理原告承德市金源房地产开发有限公司诉被告承德市金源房地产开发有限公司(2019)冀0222民初3585号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 魏洪:本院受理原告承德市金源房地产开发有限公司诉被告承德市金源房地产开发有限公司(2019)冀0222民初3585号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 魏洪:本院受理原告承德市金源房地产开发有限公司诉被告承德市金源房地产开发有限公司(2019)冀0222民初3585号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 魏洪:本院受理原告承德市金源房地产开发有限公司诉被告承德市金源房地产开发有限公司(2019)冀0222民初3585号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 魏洪:本院受理原告承德市金源房地产开发有限公司诉被告承德市金源房地产开发有限公司(2019)冀0222民初3585号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 魏洪:本院受理原告承德市金源房地产开发有限公司诉被告承德市金源房地产开发有限公司(2019)冀0222民初3585号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 魏洪:本院受理原告承德市金源房地产开发有限公司诉被告承德市金源房地产开发有限公司(2019)冀0222民初3585号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 魏洪:本院受理原告承德市金源房地产开发有限公司诉被告承德市金源房地产开发有限公司(2019)冀0222民初3585号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 魏洪:本院受理原告承德市金源房地产开发有限公司诉被告承德市金源房地产开发有限公司(2019)冀0222民初3585号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 魏洪:本院受理原告承德市金源房地产开发有限公司诉被告承德市金源房地产开发有限公司(2019)冀0222民初3585号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 魏洪:本院受理原告承德市金源房地产开发有限公司诉被告承德市金源房地产开发有限公司(2019)冀0222民初3585号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 魏洪:本院受理原告承德市金源房地产开发有限公司诉被告承德市金源房地产开发有限公司(2019)冀0222民初3585号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 魏洪:本院受理原告承德市金源房地产开发有限公司诉被告承德市金源房地产开发有限公司(2019)冀0222民初3585号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 魏洪:本院受理原告承德市金源房地产开发有限公司诉被告承德市金源房地产开发有限公司(2019)冀0222民初3585号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 魏洪:本院受理原告承德市金源房地产开发有限公司诉被告承德市金源房地产开发有限公司(2019)冀0222民初3585号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 魏洪:本院受理原告承德市金源房地产开发有限公司诉被告承德市金源房地产开发有限公司(2019)冀0222民初3585号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 魏洪:本院受理原告承德市金源房地产开发有限公司诉被告承德市金源房地产开发有限公司(2019)冀0222民初3585号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 魏洪:本院受理原告承德市金源房地产开发有限公司诉被告承德市金源房地产开发有限公司(2019)冀0222民初3585号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 魏洪:本院受理原告承德市金源房地产开发有限公司诉被告承德市金源房地产开发有限公司(2019)冀0222民初3585号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。

河北省承德县人民法院 魏洪:本院受理原告承德市金源房地产开发有限公司诉被告承德市金源房地产开发有限公司(2019)冀0222民初3585号民事判决书,现已公告送达,如不答辩,本院将在公告期满后15日内依法判决。特此公告。