“全民遛娃”儿童消费市场突破4.5万亿元

但行业自律明显不足 市场亟待进一步完善

近些年,伴随着我国人均收入的提高,“80后”“90后”的育儿理念、教育理念和消费观念也更加超前,他们更舍得在孩子身上投入,也更加注重亲子教育。在这种趋势下,亲子消费进入了快速发展阶段。统计显示,我国儿童消费市场的规模已经突破4.5万亿元。记者近期走访了北京几家知名的亲子“打卡地”,发现亲子消费呈现出一些新变化、新气象。

亲子业态成为商场必备

初五一大早,家住北京昌平区回龙观社区的姜聪女士就早早起来,开始为一天的出行做准备。平时工作繁忙的夫妻俩,每到节假日,陪伴孩子是头等大事。姜聪跟记者讲了她一天的行程安排:早上先直奔昌平的一家草莓采摘园,与孩子一起感受大自然的乐趣。中午赶到朝阳区的蓝色港湾和朋友一家吃饭,下午陪孩子在那里的儿童游乐园玩,晚上吃完饭回家。她大概算了一下,这一天的开销在1000元左右。姜聪说,这基本是带娃出门的“起步价”,其中还不包括买玩具、办卡、报培训班等额外“增项”。

不少家长均表示,随着孩子年龄的增长,各种开销也与日俱增,“孩子的钱最好赚”这句话并不是空穴来风。中国儿童产业研究中心调查结果显示,我国约80%的家庭儿童支出占家庭支出的30%至50%。

看准了亲子消费的商机,各大商场早已开始积极布局亲子业态。营商大数据公布的“2020年度品牌商关注新开业购物中心TOP100”显示,在细分体验业态中,儿童亲子业态占比达9.54%,仅次于餐饮,成为第二大体验业态。

位于北京朝阳区望京社区的颐堤港购物广场一共有五层,亲子业态就占了两层,里面布满了各种卡通动漫模型、玩偶,让家长和孩子仿佛置身童话王国;在银泰百货北京大红门店,负责人扈佳娜告诉记者,商场周边消费群体年龄主要在35岁至45岁,是“遛娃”的主力人群,今年,商场将考虑继续丰富亲子娱乐、儿童培训品类,加强亲子板块布局。

更加注重个性化、品质化

当前,亲子消费市场非常红火。当消费者选择空间增大时,也对产品和服务的品质提出了更高要求。“同质化的东西很难受到家长和孩子们的青睐,新鲜的、互动性强的项目成为首选。”姜聪坦言。

记者在走访时也发现,亲子消费正向着个性化、品质化、年轻化的方向发展。

本意手作是蓝色港湾里一家特色店铺,主要教孩子们动手制作一些木制、皮制作品,提供现代木工体验。“这些都是孩子们自己选择,在家长和老师的指导与配合下完成的。”本意手作的店员告诉记者,动手能力是孩子在成长过程中必不可少的一项技能,现在很多家长都认识到了这一点,带孩子来体验、学习的不在少数。

在北京斯普瑞斯奥特莱斯的vfly蹦床公园,娱乐场馆里的蹦床、滑梯、投篮、攀岩、海洋球等数十种项目非常受欢迎。据工作人员介绍,这几天每天有将近1000人进场。

除此之外,亲子滑雪、亲子马术、亲子高尔夫、亲子游泳、亲子烘焙等培训、娱乐项目五花八门,层出不穷,调动着大人和孩子的每根神经。

记者注意到,家长们对亲子消费的品质要求水涨船高。银泰百货母婴品类相关工作人员麻鸳鸯对记者说,节日期间,银泰百货内的高端童装品牌全面领涨。在玩具方面,家长越来越注重寓教于乐,kidsland、乐高等注重智力开发、亲子互动的玩具品牌受到普遍欢迎。

市场亟待进一步完善

“舍得给孩子办卡消费,但是最担心的就是店铺能开多久?会不会在卡用完之前就倒闭?培训机构的专业性如何?会不会错误地引导孩子?”不少家长都有类似的担心和顾虑。

记者了解到,在亲子消费繁荣景象的背后,的确存在不少问题,隐含不少风险。尤其是去年以来,受疫情影响,亲子项目收钱办卡之后就关门、倒闭、“跑路”的事情时有发生。

如何保障消费者的合法权益?如何补齐短板,推动亲子消费市场健康发展?

在对外经济贸易大学教育与开放经济研究中心产业部主任卢福永看来,当前,亲子消费领域的行业自律明显不足,产品、机构、从业人员等各方面的档次和水平也参差不齐,头部企业和机构尚未具备良好的引领能力。有些教育属性的产品和课程中,出现了不适合、不利于幼儿成长的内容,尤其是体现在AI类产品和在线课程内容中。

“同时,行业监管不足。”卢福永说,亲子教育培训机构在重点考虑经济效益的同时,可能对教育属性有所忽略。一些早教机构甚至把小学课程渗透到早教班中,还得到一部分家长的默许,形成了亲子消费市场监管死角。

卢福永认为,亲子消费市场的健康发展,需要多方面的共同努力。首先,家长要增强分辨能力,树立正确的育儿理念,不要随意跟风或者轻易受到不恰当的炒作影响;其次,相关部门应加强监管,及时跟进新业态,采用新监管策略,提升监管力度和监管效率,利用好“黑名单”制度及社会信用管理制度,保障亲子行业的健康有序发展,保证家长和孩子的权益和身心健康;再次,行业协会等社会团体应发挥积极的引导作用,尤其头部企业和机构,要做好表率,多方面促进行业自律,提高服务质量和水平。

(经 报)

声 音

不能让『亲子消费』代替『亲子教育』

统计显示,我国儿童消费市场的规模已经突破4.5万亿元。各种培训机构、消费项目纷纷把目光投向亲子市场,许多以往只有大人参与的活动,现在都纷纷引入亲子课程,引导大人陪伴孩子一起体验、学习和成长。

在教育孩子的过程中,必定会产生“亲子消费”,然而,面对日益兴旺的“亲子消费”市场,作为家长,应该保持清醒的头脑,根据孩子的实际情况,量力而行,不能被“市场”牵着鼻子走,不要随意跟风或者轻易受到不恰当的炒作影响而陷入困境。

随着孩子年龄的增长,各种开销也与日俱增,“孩子的钱最好赚”这句话并不是空穴来风。中国儿童产业研究中心调查结果显示,我国约80%的家庭儿童支出占家庭支出的30%至50%。毫无疑问,当前,“亲子消费”市场非常红火,而且项目也多。比如,亲子滑雪、亲子马术、亲子高尔夫、亲子游泳、亲子烘焙等。

“亲子消费”不能盲目,这首先要根据自己的经济条件,有所选择;其次,要根据孩子的实际情况以及兴趣爱好有所选择;再次,要擦亮眼睛,选择正规的渠道和机构,让孩子有健康的体验以及良好的享受,不然,可能会伤害到孩子;最后,也是最重要的,不能让“亲子消费”代替“亲子教育”。最好的“亲子教育”是陪伴,陪着孩子聊天,陪着孩子学习,陪着孩子读书,陪着孩子一起成长。如果只想着花钱购买“亲子消费”,家长置身事外,最终可能是花了钱,孩子什么也没有得到。比如送孩子去培训机构,孩子根本就不喜欢,事先不征求孩子意见,结果可想而知。有的家长因为攀比而参与“亲子消费”,同样也是有害的。

当然,对于“亲子消费”市场中不健康的东西,监管部门要加强监管,及时跟进新业态,采用新监管策略,提升监管力度和监管效率,利用好“黑名单”制度及社会信用管理制度,保障亲子行业的健康有序发展,从而保证家长和孩子的权益和身心健康。

(王军荣)

大品牌纷纷入局

“趣味性”成儿童零食新赛道

儿童零食是休闲零食市场进一步细分的产物。在如今零食健康化的风潮下,饼干、膨化食品、糖果等传统零食品类受到了不小的冲击,儿童零食则是在营养功能、营销趣味上更加针对儿童需求的食品。

从市场规模上看,儿童零食有潜在的巨大增长空间。根据教育部网站的数据,2018年国内适龄学前教育及小学生(3—12岁)数量约为1.59亿,约占总人口比重12%。市场调查公司Frost&Sullivan预测,休闲零食2023年的市场规模有望突破1700亿美元,约合1.2万亿元。而根据华映资本的估算,儿童零食的市场规模在2023年有望达到210亿美元,约合近1500亿元。从增速角度来看,儿童零食预计未来5年的复合年均增长率保持在13.7%,高于休闲零食未来5年7.8%的复合年均增长率。

国内各大休闲零食巨头纷纷入局儿童零食,并推出专门的儿童零食品牌。譬如良品铺子在去年5月推出了零食子品牌“良品小食仙”。根据其2020年中期报告披露,良品铺子共计上线50款儿童零食产品,其中43款产品由公司自主开发。整个2020上半年,良品铺子在儿童零食线上零售终端的销售额3790万元,线下1.49亿元,合计1.87亿元,同比增长近35%,超过了所有品类的平均增幅。新希望在近期推出了儿童零食新品牌“象爸星球”,在其天猫旗舰店,该品牌推出的首款产品是高钙高蛋白牛乳片,产品卖点是含有益生元(GOS)、蓝莓花青素、DHA藻油等,并且称不添加防腐剂、植脂末、蔗糖、香精和色素。

从产品开发上看,如今儿童食品的卖点,大多集中在健康、营养补充等方面,同时又要满足儿童的口感偏好。因此大多数儿童零食通常把高营养、无添加作为核心卖点,试图把儿童零食打上健康标签,比如烘焙饼干的“非油炸”,果泥的“零香精”,另外还有主打“高钙”“高蛋白”的奶酪棒,富含“叶黄素酯”“益生元”的产品等等。

另外,儿童零食在品牌传播上的一大趋势是注重趣味性——通过IP化的方式,拉近与儿童消费者之间的距离。同时在产品包装和附加物上做文章,让产品既能吃又可以玩。

由于儿童零食的生产标准比普通零食更严格,而它面向的群体,是更愿意为孩子购买健康零食的80后、90后家长们。凯度消费者指数数据显示,全国有4—14岁儿童的家庭会购买价格相对较高的儿童零食,减少较中低端产品的消费。这也意味着,儿童零食的溢价能力也相对更高。

而对于食品公司来说,儿童零食是细分零食市场里管控难度更大的品类。在研发和生产中要考虑更多的细节,在更多品牌入局这一领域后,如何避免产品的同质化和提升产品力也是重要课题。

“消费升级趋势叠加疫情影响,中国消费者对大健康的认识不断深化,消费更趋专业和理性,细分儿童零食的市场环境已经成熟了。”食品产业分析师朱丹蓬表示,“儿童零食的标准比普通零食更严格,产品溢价能力和附加值也相对更高,是休闲零食企业增强差异化竞争力的一个重要方向。”

在他预计看来,儿童零食的毛利率会比普通零食高出15%—20%,对于相关上市企业的利润和股价也有加持作用。未来会有越来越多的品牌布局这一市场。

(马 越)

丰台市场监管局之窗

丰台区市场监督管理局加大疫情防控药品使用质量监管

为了更好的应对群众春节留京过年,防范疫情风险,做好医疗机构药品使用质量安全监管工作,丰台区市场监督管理局提前预案,多措并举,加大疫情防控药品使用质量安全监管工作。一是制定冬春季巡检计划,明确工作目标、职责分工,加强工作联动,强化医疗机构落实防疫主体责任,保障就诊群众用药供应及时,确保社区卫生服务中心全覆盖监管,规范各医疗机构药品管理使用行为。二是加大重点品种监管力度,以防疫用药、疫苗等高风险药品为重点,持续强化医疗机构落实“一查二对三验收”的工作要求,严防药品质量安全事故。开展社区卫生服务中心、服务站监督检查32家次。三是发挥部门协同配合优势,加强医保、医疗、药械管理部门间的统筹协调,实施中药饮片专项整治定期通报,提高执法震慑力,形成监管合力。2020年度已立案查处医疗机构药品使用环节违法案件2起,移送相关案件线索2例。 (石莹)

童书销量持续增长 七成家庭日常陪孩子阅读

随着人们对亲子教育的日趋重视,儿童阅读需求不断升温。寒假期间,不少家长选择用阅读的方式陪伴孩子度过。

近日,记者来到位于北京南三环的西西弗书店。挑高的空间、柔和的灯光、复古的设计,一进门便感受到浓浓的阅读氛围。在专门为儿童开辟的阅读空间,一眼望去,各类书籍按照0岁—3岁、3岁—6岁、6岁—8岁、8岁—12岁的分类有序摆放,满足了不同年龄段孩子探索世界、培养心智的需求。

书店的店员告诉记者,寒假期间,来看书的小朋友明显增多。“这里绘本数量多,小朋友喜欢的都能找到,而且根据年龄进行了分类,家长不用盲目寻找。我还带孩子们参加过这里组织的阅听课。”家住附近的张月是西西弗书店的常客,每周都会带3岁的女儿和5岁的侄女来读绘本。“每个孩子都是一张白纸,阅读是他们探索未知最好的方式。”

当天下午,一家儿童阅读俱乐部的郭霄老师正带着几位小学生一起讨论《魔女宅急便》的故事,这是一本由日本著名儿童文学作家角野荣子所著的小说。记者观察到,参与讨论的学生年龄大多在6岁—10岁,他们跟随老师的引导,围绕魔法和成长的话题,分享自己的阅读体会。由于疫情影响,原本面对面的课堂转战到线上,但这丝毫没有影响孩子们阅读和表达的热情。

寒假期间,这样的阅读课受到不少家长和小朋友欢迎。正在北京市第八中学附属小学读二年级的曾梓钰从去年寒假就开始参加这样的学习。曾梓钰的爸爸告诉记者,7岁的女儿对阅读这件事非常投入,如今已经能独立阅读数万字的小说。在他看来,阅读是关乎孩子全面成长的基础能力,难以一蹴而就,应当在起步阶段注重培养兴趣、掌握方法、养成习惯。

儿童阅读的赛道当然不只是线下。目前,市面上已经有凯叔讲故事、悠贝童书通、樊登小读者、喜马拉雅儿童版等多类面向亲子阅读的产品。此前喜马拉雅联合言几又发布的《2020年亲子阅读趋势报告》显示,2020年1月至5月,喜马拉雅亲子内容的消费额较上年同期增长68%,国产原创性内容越来越得到家长和孩子的喜爱。

亲子阅读需求的扩张,直接拉动了童书的出版和销售。根据京东大数据统计,在“2021年货节图书畅销榜”前十名中,仅童书一类就占据七成席位,包括绘本、儿童文学、智力开发、学前教育在内的多个细分领域受到消费者的追捧。

据中国新闻出版研究院的调查显示,2019年我国有0岁—8岁儿童的家庭中,平时有陪孩子读书习惯的家庭占70.0%。乐米乐创始人王健栎认为,要培养未来的阅读者,就要让孩子们从小亲近图书。通过婴儿故事会、儿歌律动、读写计划等不同的阅读形式,满足不同年龄阶段孩子的成长需求,引导孩子养成阅读习惯。

(康琼艳)

更关注自然人文主题 亲子游品质明显提升

近年亲子游市场不断升温,亲子游产品和目的地也在迅速增多,亲子游客群备受关注。数据显示,2020年中国家庭亲子出游频次为2.4次,相较于其他主题旅行,亲子游品质提升更加明显。

家长带着孩子在海南三亚南山文化旅游区开心游玩,乐享假期时光。

家长和孩子在云南大理登山踏青。

博物馆成亲子游活动一大场景,广东东莞石龙博物馆让孩子近距离感受广彩瓷魅力。

法院公告栏

朱启明:本院受理的(2021)川1921民初840号原告王晓军与被告朱启明“民间借贷纠纷”一案。因你下落不明,依法向你公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、合议庭组成人员告知书、廉政监督卡、诉讼须知、开庭传票等诉讼文书。自本公告发出之日起60日即视为送达。提出答辩状的期限和举证期限均为公告期满后的15日内。并定于举证期满后第三日上午9点在本院铁佛法庭公开开庭进行审理(遇法定假日顺延)。届时未到,本院将依法缺席审理判决。

四川省通江县人民法院

杨秀、高义(毅):本院受理胡光云与你有买卖合同纠纷一案,现依法向你们公告送达民事起诉状、应诉通知书、适用程序审判人员告知书、举证通知书、诉讼权利义务告知书、开庭传票等,自公告之日起经过60日即视为送达。提出答辩状和举证的期限均为公告期满后的15日内,并定于举证期满后第三日上午10时(节假日顺延)在本院百纳人民法庭公开开庭审理,逾期将依法缺席审判。

贵州省大方县人民法院

陈永模:本院受理尹朝阳与你、金沙县宏大建筑工程有限公司、大方县教育科技局建设工程施工合同纠纷一案,现依法向你公告送达民事起诉状、应诉通知书、适用程序审判人员告知书、举证通知书、诉讼权利义务告知书、开庭传票等,自公告之日起经过60日即视为送达。提出答辩状和举证的期限均为公告期满后的15日内,并定于举证期满后第三日下午15时(节假日顺延)在本院百纳人民法庭公开开庭审理,逾期将依法缺席审判。

贵州省大方县人民法院

肖小芳:本院受理张学关与你不当得利纠纷一案,现依法向你公告送达民事起诉状、应诉通知书、适用程序审判人员告知书、举证通知书、诉讼权利义务告知书、开庭传票等,自公告之日起经过60日即视为送达。提出答辩状和举证的期限均为公告期满后的15日内,并定于举证期满后第三日上午11时(节假日顺延)在本院百纳人民法庭公开开庭审理,逾期将依法缺席审判。

贵州省大方县人民法院

吴植涓:本院受理原告徐宏雪诉吴植涓民间借贷纠纷一案,已经审理终结。现依法向你公告送达(2021)豫1327民初48号民事判决书,自公告发出之日起60日内来本院领取判决书,逾期则视为送达。如不服本判决,可在判决书送达之日起十五日内向本院递交上诉状及副本,上诉于南阳市中级人民法院。

河南省社旗县人民法院

沈极淼:本院受理原告陈金香诉你离婚纠纷一案,已审理终结。现依法向你公告送达贵州省安龙县人民法院(2020)黔2328民初3223号民事判决书,限你自本公告之日起60日内来本院民事审判庭领取,逾期即视为送达。如不服本判决,可在判决书公告送达期满后15日内向本院递交上诉状及副本,上诉于贵州省黔西南布依族苗族自治州中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。特此公告。

贵州省安龙县人民法院

王志国、吕佳侠:本院受理河北神禾农业机械有限公司诉王志国、吕佳侠运输合同纠纷一案,已审理终结。现依法向你公告送达本院(2020)冀0982民初3451号民事判决书。自公告之日起60日内来本院领取民事判决书,逾期则视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于河北省沧州市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

河北省任丘市人民法院

赵立军、王彦玲:本院受理原告河北任县农村商业银行股份有限公司诉你方金融借款合同纠纷一案,现依法向你方公告送达起诉状副本、变更诉讼请求申请书、应诉通知书、举证通知书、民事诉讼风险提示书、司法公开告知书、当事人诉讼权利义务告知书、廉政监督卡及开庭传票。自公告之日起,经过60日即视为送达,提出答辩状的期限和举证的期限分别为公告期满后的15日内。并定于举证期满后第3日上午9时(遇法定节假日顺延)在本院第一审判庭开庭审理,逾期将依法缺席裁判。

河北省邢台市任泽区人民法院

张晶:本院受理许涛诉你离婚纠纷一案,现依法向你公告送达庭前文书及开庭传票。自发出公告之日起,经过60日即视为送达。并定于举证期满后第三日下午14时30分(遇法定假日顺延)在本院清水铺法庭开庭审理,逾期将依法缺席裁判。

贵州省毕节市七星关区人民法院

熊世英:本院受理原告熊进彪、熊世英诉被告熊世龙法定继承纠纷一案,已审理终结。因你下落不明,依照《中华人民共和国民事诉讼法》第92条的规定,向你公告送达(2019)黔2731民初2173号民事判决书。自公告之日起60日内来本院领取民事判决书,逾期则视为送达。如不服本判决,可以在判决书送达之日起十五日内,向本院递交上诉状,并按对方当事人的人数或代表人的人数提出副本,上诉于贵州省黔南布依族苗族自治州中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

贵州省惠水县人民法院

张海洋:本院受理赵运明诉你民间借贷纠纷一案,因你下落不明,现依法向你公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书及开庭传票。自本公告发出之日起,经过60日即视为送达。提出答辩状和举证的期限为公告期满后的15日内和30日内。并定于举证期满后第三日上午9时(节假日顺延)在本院砖店人民法庭公开开庭审理本案。逾期本院将依法缺席判决。

河南省新蔡县人民法院

汤玉青、王进喜:本院受理新蔡县润盛建筑机械租赁有限公司诉你租赁合同纠纷一案,因你下落不明,现依法向你公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书及开庭传票。自本公告发出之日起,经过60日即视为送达。提出答辩状和举证的期限为公告期满后的15日内和30日内。并定于举证期满后第三日上午9时(节假日顺延)在本院砖店人民法庭公开开庭审理本案。逾期本院将依法缺席判决。

河南省新蔡县人民法院

驻马店市宏盛建筑工程有限公司正阳分公司、赵安义:本院受理新蔡县润盛建筑机械租赁有限公司诉你建筑设备租赁合同纠纷一案,因你下落不明,现依法向你公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书及开庭传票。自本公告发出之日起,经过60日即视为送达。提出答辩状和举证的期限为公告期满后的15日内和30日内。并定于举证期满后第三日上午9时(节假日顺延)在本院砖店人民法庭公开开庭审理本案。逾期本院将依法缺席判决。

河南省新蔡县人民法院

林红霞:原告徐英林诉你加工合同纠纷一案本院已受理,现依法向你公告送达(2021)辽0381民初47号起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、开庭传票、廉政监督卡。自本公告发出之日起满60日即视为送达。提出答辩状的期限和举证的期限为公告送达期满后的15日内,并定于举证期满后的第3日上午9时(遇法定假日顺延),在本院民事审判第十二法庭公开开庭审理此案,逾期将依法缺席裁决。

辽宁省海城市人民法院

张小蓉:本院受理原告陈付友与被告你离婚纠纷一案,现依法向你公告送达起诉状副本、举证通知书、应诉通知书、开庭传票、合议庭组成人员通知书。自发出本公告之日起经过60日即视为送达。提出答辩状和举证的期限分别为公告期满后的15日和30日内。并定于2021年6月10日09时30分在本院第三审判庭公开开庭审理,逾期将依法缺席判决。

四川省北川羌族自治县人民法院

杨雪华:本院受理平顶山市佳苑建材有限公司诉你买卖合同纠纷一案,已审理终结。现依法向你公告送达本院(2020)豫0402民初1681号民事判决书。自发出本公告之日起60日内来本院领取,逾期视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内向本院递交上诉状及副本,上诉于河南省平顶山市中级人民法院。特此公告。

河南省平顶山市新华区人民法院

刘生杰(公民身份号码340822197110291198):本院受理原告夏根太与被告李文斌、第三人刘生杰追索劳动报酬纠纷一案,现依法向你公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、开庭传票及民事裁定书。自公告发出之日起经过60日即视为送达。提出答辩状和举证期限均为公告送达期满后的十五日内,并定于举证期限届满后第3日上午9时(遇法定节假日顺延)在本院第二审判庭公开开庭审理,逾期将依法缺席判决。特此公告。

安徽省怀宁县人民法院

申合社:本院受理原告李运强诉你(2021)豫0928民初1394号金融借款合同纠纷一案,现依法向你公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、开庭传票、合议庭组成人员通知书,自本公告发出之日起经过60日即视为送达。提出答辩状和举证的期限均为公告期满后的15日内,并于公告期届满后第3日上午9时(节假日顺延)在本院五号审判庭公开开庭审理此案,逾期则依法缺席判决。

河南省濮阳县人民法院

周竞:本院受理原告桂小东诉你和朱后国房屋买卖合同纠纷一案,因你下落不明,现依法向你公告送达(2020)渝0154民初5985号民事判决书。本公告自发出之日起,经过六十日,即视为送达。如不服本判决,可在判决书送达之日起十五日内,向本院递交上诉状,并按对方当事人的人数提出副本,上诉于重庆市第二中级人民法院。特此公告。

重庆市开州区人民法院

黄冲雷:邢银武诉你承揽合同纠纷一案,申请执行人依据已发生效力的(2020)豫0183民初3758民事判决书向本院申请强制执行,因你未履行生效法律文书所确定的义务。现依法公告向你送达执行通知书、(2020)豫0183执3795号执行裁定书、限期履行通知书、(2020)豫0183执3795号之一执行裁定书,经过60日即视为送达。限你自公告期满后3日内,自动履行生效法律文书确定的义务。逾期,本院将依法拍卖或变卖黄冲雷所有的位于焦作市解放区新华北街同河小区95-1号楼404号(不动产权证号:0730112224)房产一处,并于公告期满三日内到新密市人民法院双方对房产进行议价,由此所造成的一切经济损失及法律后果由你自行承担。

河南省新密市人民法院