

国货频上热搜 五个关键词点开中国品牌日

从美妆到食品,从手机到汽车,从消费品到国之重器,有没有发现,国货上热搜的频率越来越高了?这背后,离不开品牌的强大支撑。5月10日,2021年中国品牌日活动在上海开幕,这是2017年以来的第五个中国品牌日。穿梭于19个央企展馆,37个地方展馆,我们带您一睹中国品牌的气场,感受中国经济的底气。

创新 无处不在

创新,不仅是“十四五”规划的鲜明导向,也是中国品牌的闪亮标签。

作为央企集团成员,中国航空工业集团首次携“运—20”和“鲲龙”AC600等航空装备领域的大国重器模型,亮相中国品牌日活动。其中,运—20是中国自主研发的第一型200吨级军用大型运输机,多次执行境内外抗疫任务。中国航空工业集团总经理助理周国强说:“携运—20模型参加中国品牌日活动,一是因为其载重大,能展现大国形象;二是因为这架飞机的研制,协同了系统内外2000多家单位,展示了中国科技链、供应链的实力。”

创新不仅体现在国之重器,也体现在日常生活的方方面面。北京展馆内,国药北生所和科兴公司的新冠疫苗吸引了很多人的关注。统计显示,今年一季度,两家公司累计贡献全国新冠疫苗产量的约八成,为抗击疫情贡献了重要力量。

声音

带着中国风元素的李宁服装登上了纽约时装周,完美日记、花西子、润百颜等“国潮”美妆品牌快速成长,华为、小米、OPPO和vivo四大国产手机品牌占据市场主导地位,五菱宏光MINI EV国内销量超特斯拉……

种种迹象显示,“国潮”品牌火了。数据显示,10年来“国潮”的关注热度增长了528%。国货的关注度从2016年的45%增长到2021年的75%。

人们发现,新一轮“国潮”热并非简单出自情怀,真正的原因是国货新品正建立稳定的供需关系。

供应方面,“中国制造”升级是“国

网红 青春气息

VR/AR、动画、影视、4D——行走各个地方展馆,各种新奇的展示手段令人目不暇接。与之相映衬的是,除了互联网新生代,不少“老字号”也纷纷推出“网红”爆款,吸引年轻消费者的关注。

鲜虾烧麦、红豆沙小圆子等中式糕点,和咖啡配在一起是什么感觉?上海餐饮老字号乔家栅近年来推出了“中式糕点+西式咖啡”的跨界品牌“乔咖啡”,主打“有烟火味的网红”路线。乔家栅副总经理沈妍说,老字号转型的关键在于客群的年轻化,要不然只能活在记忆里。“当然转型也不能忘了立身之本,要在坚守品质的基础上,提升颜值和食用的便利化程度。”

在湖南展馆,既有超大直径盾构机、超级计算机这样的创新成果,也有文和友、茶颜悦色这样的“网红担当”,等待观众前来“打卡”。稍微观察可以发现,越来越多的国货成为“网红”,与年轻消费群体的崛起有密切关系。阿里研究院的一份报告指出,国货正在成为“90后”“95后”“00后”消费的首选。过去一年在天猫平台上,“00后”国货消费的增速最快,超过50%。

匠心 精益求精

可靠的质量,是品牌能够长久“保鲜”的关键。对于质量的精益求精,成为很多展馆的观点。

拥有多个制造业知名品牌的青岛,打出了“匠心青岛”的主题。青岛展馆工作人员介绍,以品牌引领高质量发展,青岛大力培育新一代“青岛金花”。

以“楚类拔萃”为主题的湖北展馆内,华工科技一款便携式激光打标机引人注目。企业相关负责人介绍,经过创新设计,将原本工业级的打标机适配到日常生活场景中,适合家庭或者手工作坊来实现小批量产品的个性化定制。

“希望湖北品牌以新品质、新技术、新创意、新体验,成为新消费市场中出类拔萃的弄潮儿。”湖北省发展改革委副主任袁德芳说。

数智 预见未来

未来的生产生活是什么样?数字化、智能化,既是大势所趋,也让中国品牌的内涵变得更加丰富。

“京心智造”“智创津品”“智汇闽品”——不少地方展馆的主题,释放出浓浓的“数”“智”味道。在广东展馆的“广东数字”板块,既有“粤省事”这样的数字政务服务品牌,又有YY直播等数字经济领域的自主品牌。山东展馆工作人员介绍,围绕海尔卡奥斯、浪潮云洲等品牌,山东正在打造具有世界影响力的工业互联网平台。

经历疫情考验,数字化与城市的关系,变得愈发紧密。在上海展馆,复观科技创始人曾晓洋表示,下一代超高清视频技术将使生活方式发生巨大变

化。企业开发的十亿级像素云相机技术,从芯片到镜头全部国产化,在湿地观鸟、赛事保障、智慧机场等智慧城市领域得到越来越多的应用。

出海 任重道远

2021年中国品牌日活动的主题为“中国品牌,世界共享;聚力双循环,引领新消费”。积极走出去,融入国内国际双循环,是很多中国品牌努力的方向。

中国建筑企业文化部高级经理吴扬说,中国建筑目前在全球80多个国家和地区开展实质性经营。“包括科威特中央银行新总部大楼、泰国拉玛八世皇大桥等中国建筑承建的项目,成了当地的标志性建筑,也‘登’上了当地货币。”

统计显示,在《财富》评出的2020年“世界500强企业”中,中国大陆有124家企业上榜。在世界品牌实验室评出的2020年“世界品牌500强”中,中国有43个品牌上榜。两相对比,可以看出中国品牌在走向世界方面,未来还有很大提升空间。

“5年来,随着中国品牌日活动的持续举办,越来越多的中国品牌受到国内外消费者青睐。”国家发展改革委发言人说,下一步要抓住构建新发展格局带来的机遇,不断提升品牌建设的专业化、市场化、国际化水平。

(新华)

但愿“国潮”更壮观

潮”热的基础。“中国制造”已经进军全球中高端产业链,“中国质量”正在大幅度提升。需求方面,消费回流让高品质国货赢得市场。尤其是接过消费主棒棒的“90后”,是以一种平视的眼光去看待这个世界,不会对西方品牌盲目崇拜,反而多了使用“中国制造”的自豪感。

于是,众多品牌纷纷加快在市场排兵布阵。现阶段的“国潮”更有民族文化与科技潮流加持,中国品牌、中国文化以及中国科技开始引领新趋势。

“国潮”姓“国”。企业需要深挖传统文化内涵,挖掘和表现当代中国积极的文化特征。要在深挖中国传统文化内核

基础上,结合年轻消费者对时尚的追求,让产品、理念、技术等构成元素与时俱进,不断引领新风尚,让中国创造、中国文化、中国元素成为市场热点。

“国潮”要“潮”。潮流是动态的,要让潮流兴起和流传,不能成为市场“过客”。企业需要细分人群,关注消费动向,以此推进产品变革与模式创新。实惠产品看价格,耐用刚需看质量,有个个性看品牌。在这样的消费特点驱动下,“90后”推动着各大品牌与平台不断迈出年轻的步伐,唯有跟上新需求,才能与年轻消费力同频共振,不仅要“潮”起来,更要“潮”下去。

此外,从销售渠道来讲,下沉市场仍

有增量红利。当前,下沉市场居民消费能力和意愿都处于上升通道,且明显优于一二线城市。品牌要深耕下沉市场,打造“线上+线下”生态闭环,进行渠道升级。

不可忽视的是,当前的“国潮”热仍然存在一些问题。如市场上产品良莠不齐,一些企业创新不足全靠模仿,此外,国货在材料和制造工艺方面还有很大提升空间。要让“国潮”不遇潮,需要各行各业发挥创新精神和工匠精神,在科技、制造和质量方面取得突破,让中国品牌成为人们心目中高品质产品的代名词。

(刘 瑾)

国人爱上中国美妆

在近日举行的2021年中国品牌日活动上,“国潮”一词频上热搜,备受消费者青睐。一款内里雕刻中国传统纹样、外形极具东方韵味的花西子粉饼,让人爱不释手;由800根卡姿兰独具特色的双芯口红拼成的“潮”字展陈墙吸引观众驻足合影留念;逸仙电商旗下品牌完美日记以丹顶鹤为灵感,推出动物眼影“丹顶鹤”盘……越来越多的美妆潮品正以各种形式、多种途径,向消费者展示着美妆“国潮”魅力。

在国货振兴与“国潮”汹涌带来的巨大需求之下,国妆品牌正迎来转型升级的重大发展机遇。中国美妆以其特有的鲜活生命力,彰显了“国潮”姿态和品牌自信。

中国美妆内需强劲

近年来,“国潮”渐成美妆行业新内需。“这一现象的本质源于美妆行业在中国市场份额逐渐提升,使我们拥有了行业‘话语权’。”《时尚芭莎》杂志社副社长兼美容版主编董茵一语道破美妆行业“国潮”兴起的内因。

市场在变化,消费者认知在重构。“国潮”背后,折射出美妆国货品牌不能只满足消费者对产品的使用价值需求,更要满足其对于文化认同和品牌认同的需求。

“如今,年轻一代消费者已经从心底树立起民族身份认同和文化自觉,开始对中国品牌和中国产品产生浓厚兴趣,这无疑给了国货品牌更多的市场机遇。”国内彩妆大师唐毅如是说。去年,他在天猫美妆妆发期间打造的一款“海棠中国妆”在国内外社交媒体上引起热议。

“中国人开始关注中国妆了。”唐毅认为,中国的美妆品牌和设计师比较了解国内消费者的需求,“国外美妆品牌虽有优势,但也有弊端。”比如,国外设计师不太了解中国消费者需求,往往无法设计出令国内消费者满意的美妆产品;国际品牌决策链条过长,中国分公司没有

决策权只有销售权,导致投放国内市场的美妆产品升级更迭较慢。

卡姿兰集团董事长兼总裁唐锡隆表示,当下美妆国货品牌希望通过国潮彩妆与更多年轻消费者产生文化共鸣,“唯有深耕于民族文化自信,持续通过品牌创新,才能不断助推中国市场的消费升级”。

打造高质量精品

当下,美妆国货品牌在化妆品市场的份额逐步提升。阿里平台美妆行业数据显示,今年4月,彩妆和护肤品线上网站成交金额共计168.99亿元。其中,花西子、完美日记网站成交金额首次超过国际大牌,位列前两位。

美妆国货品牌头部企业财报数据可以佐证。2020年,逸仙电商营业收入达52.3亿元,同比增长72.6%;今年一季度,上海家化营业收入达21.1亿元,同比增长27%。

逸仙电商创始人黄锦峰表示:“目前,集团正在持续加大研发与品牌升级投入。在继续专注于创新和质量的同时,努力扩大线下体验店,为客户提供更优质的服务,创造更大的价值。”

2020年,彩妆品牌花西子销售额突破30亿元,在海外的销售额和海外社交平台口碑也一路走高。

美妆“国潮”之所以广受国内外消费者喜爱,除了品牌在包装设计、产品工艺等方面广泛运用中国传统文化元素,将其与现代技术、审美相融合外,在产品品质把控、工艺研发、原料配比等方面也下足了功夫。

“我们在产品研发的要求上,是比肩甚至高出一些国际大牌彩妆标准的。”花西子联合创始人飞慢表示,花西子的产品研发兼顾“慢工雕琢”与“快速迭代”。“每个新品的推出,都需要调试养肤配方、打磨产品设计、层层接受考验。”

唐毅于5年前创立了自己的彩妆品

牌——彩棠:“中国的美妆品牌需要和消费者一同成长,随着消费者需求日益提升,产品品质会不断提高。只要坚持打造高质量美妆精品,美妆‘国潮’终有一日将引领全球美妆新风尚。”

稳住市场有道

69岁的严玉芬和老伴在安徽安庆市大观区经营着一家名为“南国洗化”的小铺子,不足10平方米的店内陈列着“友谊”牌护肤脂,桂花味香水、雅芳面霜等几十种老牌国货。这家30年来专卖国货洗化产品的小店在今年“五一”假期,成为当地的“网红店”。

老国货虽然能勾起人们儿时的回忆,但在消费需求不断提升的今天,国货仅靠“回忆杀”是无法满足消费者多元化需求的。

唐锡隆表示,只有不断从原料、渠道、研发等全产业链各个方面整体向前发展,美妆“国潮”才能迸发出无限活力。

对此,黄锦峰认为,美妆“国潮”热让国货在化妆品行业市场上越站越稳,“随着品牌生产研发能力、供应链整合能力、品牌打造力不断夯实,未来极有可能在中国市场上诞生一些百亿元级的美妆品牌,与国际品牌抗衡”。

也有业内人士表示,近年来国内美妆品牌“孵化”速度持续加快,行业竞争必将加剧。唐毅表示:“行业的良性竞争将有利于产品质量快速提升,但也对产业链上下游提出了更高要求。美妆产品原料配比、成本和售价等都需要达到平衡,企业才能维持有效运转,生产出高品质的产品。”

“在经验的积累、硬实力的支撑、跑通的商业模式助力下,快速‘孵化’的品牌或产品,也是可以走得又快又稳的。”黄锦峰说。

在“国潮”席卷之下,我国美妆行业面临前所未有的机遇,但想站稳脚跟也并非易事。唯有行业上下齐头并进,方能共同迈向高质量发展。(经 报)

“国潮”服装用中国文化讲品牌故事

“国潮”,是近年来服装圈当仁不让的“最炫风”。从大热的汉服到融合传统元素的时装,众多国内服装企业和品牌开始学着用传统的中国文化“语言”,讲述自己的故事。

正如中国服装论坛执行主席王军所说,年轻人对传统文化的喜爱推动了“国潮”的兴起,进而带动国内服装行业建立独特的价值,形成不可替代和有差异性的东方气质。

复古撞色的领口下,是蜻蜓扣、蝴蝶扣等“中国风”盘扣,腰部加入了旗袍式的收腰设计……一件普通的夏季连衣裙,在多种传统元素的“加持”下,既有了鲜明的“国潮”风格,又符合现代审美。

这款别出心裁的连衣裙出自国产服装品牌茵曼今年推出的梨涡系列,同系列的产品还包括短袖T恤、短裙、卫衣等,广受年轻人的喜爱。

在一家电商平台上,有消费者留言说,“好可爱,很国风”,“设计精美,越看越喜欢”。长征时期的回忆,长征精神的内涵,在当代的中国时装设计师手中,演绎成新的时尚。而致敬历史、重现经典,也成为不少服装品牌打造“国潮”产品的灵感来源。

始于文化,忠于原创,是目前对“国潮”最好的解读。从根本上来看,服装代表的不仅是人们对于美的追求,还蕴含着不同国家和民族的历史。越来越多的服装品牌将“国潮”元素融入设计,展示品牌的文化价值和差异化特征。

“支撑‘国潮’的是中国的文化、历史、哲学和美学体系。”王军认为,“国潮”热的背后是中国人不断提高的民族自信、文化自知与自信。

“国潮”服装,除了是设计的外在表达,也是制作工艺的完整展现。据了解,制作工艺主要包括两个层面,材料的选取和制作过程的工艺。

既要传承传统工艺,又要融合现代技术,做“国潮”给服装企业提出了更高的要求,也成为品牌企业发展的新着力点。茵曼为了做手工钉珠和染色系列,专门聘请了潮汕的手艺人手工钉珠,用板蓝根、藏红花、石榴皮等天然染料开发植物印染系列。

文化在融合中发展,在交流中传承。王军表示,做“国潮”服装,要有中国文化元素,也要具有现代性和国际性,要符合现代人的生活方式和使用场景。同时,还要具有服务性和回应性,符合消费者的内涵目的性和差异性需求。

“国潮”当道,前景可期。王军表示,未来,中国服装业需要有更多的品牌一起深耕“国潮”,诠释东方时尚,在国际上形成更大的影响力。(中 经)



图为前门大街的“国潮京品节”上游人络绎不绝。

借助新场景、新体验,“国潮市集”渐成消费新亮点。近日,北京市举办“国潮京品节”,将聚焦“国潮”新品牌、老字号品牌、非遗文化品牌,联动前门、王府井等五大商圈,百余品牌商家,近千余家门店,开展“国潮市集”“老字号品牌进社区”“国潮新消费企业直播及带货”“国潮新青年商品设计大赛”等一系列活动,推广国货京品。活动将持续至10月底。

石家庄市中小学地震应急综合演练在第四十中学举办

为普及地震应急知识,提高中小學生风险防范意识和自救互救等次害应对能力,2021年5月11日下午2:30,石家庄市应急管理局、裕华区人民政府,在石家庄市第四十中学联合举办2021石家庄市中小学地震应急综合演练活动。

演练开始后,音响师播放了地壳及建筑物震动音效。演练按五个阶段进行。一是全员避震阶段。地震就是命令。学校值班老师感受到地震信息,迅速发出疏散警报。担任指挥长的学校领导通过广播系统宣布:“全体师生立即按照应急预案,开展避震行动。”

二是人员清点阶段。疏散环节结束后,指挥长宣布:“请各单位和各班级立即核查师生情况”。各班操场整队,清点人数,向主管主任报告人数:有12名师生受轻伤,另有3名同学未到集合地点,怀疑被困。主管主任立即报告指挥长师生受伤情况及未撤离情况。

四是急救搜救阶段。指挥长命令:医疗组立即对受伤师生进行救治,救援

队立即搜救失踪学生!学校应急救援队急救组立即搭建应急医疗救治所,并对受伤师生进行急救包扎。与此同时,应急救援队搜救组迅速在坍塌楼梯区域对“被困”学生实施紧急搜寻和救援行动。发现两名同学被废墟掩埋,一名同学在三楼无法撤离。经过一番搜救,成功救出被废墟掩埋学生,救援队用担架把受伤学生抬至主席台前空地,对一名学生进行心肺复苏,汇报指挥长后立即联系救护车转运伤员。120救护车到校检查处置后将重伤学生转运至医院。

五是收尾巡查阶段。由几位教师组成的收尾巡查组,携带灭火器对厕所等隐蔽部位的滞留人员进行巡查。经汇总各方面情况后,学校主管主任向指挥长报告紧急救援情况。就此,演练阶段结束。

演练结束后,应急救援队地震救援组为学生们展示了简易担架的制作、伤员转运技术;医疗急救组老师还讲解了伤口包扎的基础知识。最后,市应急管理局、卫健委、消防大队和石家庄市第四十中学承办。裕华区应急管理局、教育局、卫健委、消防大队和石家庄市第四十中学主要负责同志、长安区、桥西区、新华区应急管理局有关负责同志,裕华区各学校负责人、各街道应急办负责人共计一百余人参加观摩演练活动。



法院公告栏

梁琦与:本院受理的(2021)川1381民初181号民事案件,因你下落不明,依法向你公告送达本案的民事判决书。自公告之日起经过60日,即视为送达。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,上诉于四川省高级人民法院。逾期本判决发生法律效力。

四川省安岳县人民法院
姜彩霞:本院受理原告姜彩霞诉被告姜敏于(2021)川1381民初181号民事案件,因你下落不明,依法向你公告送达本案的民事判决书。自公告之日起经过60日,即视为送达。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,上诉于四川省高级人民法院。逾期本判决发生法律效力。

内蒙古自治区扎赉特旗人民法院
邓和松:本院受理原告董江鑫诉被告江振原(2021)蒙0626民初215号,因你下落不明,依法向你公告送达判决书。由被告公告之日起60日内,向本院递交答辩状。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,上诉于通辽市中级人民法院。逾期本判决发生法律效力。

贵州省施秉县人民法院
潘瑞:本院受理原告潘瑞诉被告潘瑞(2021)黔0626民初215号,因你下落不明,依法向你公告送达判决书。由被告公告之日起60日内,向本院递交答辩状。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,上诉于黔东南苗族侗族自治州中级人民法院。逾期本判决发生法律效力。

贵州省安顺市西秀区人民法院
杨庆兵:本院受理原告杨庆兵诉被告杨庆兵(2021)黔0626民初215号,因你下落不明,依法向你公告送达判决书。由被告公告之日起60日内,向本院递交答辩状。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,上诉于安顺市中级人民法院。逾期本判决发生法律效力。

立瑞:本院受理原告立瑞诉被告立瑞(2021)黔0626民初215号,因你下落不明,依法向你公告送达判决书。由被告公告之日起60日内,向本院递交答辩状。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,上诉于安顺市中级人民法院。逾期本判决发生法律效力。

内蒙古自治区西旗县人民法院
高林:高林:本院受理原告高林诉被告高林(2021)蒙0626民初215号,因你下落不明,依法向你公告送达判决书。由被告公告之日起60日内,向本院递交答辩状。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,上诉于赤峰市中级人民法院。逾期本判决发生法律效力。

刘文成、邵瑞:本院受理原告刘文成、邵瑞诉被告刘文成、邵瑞(2021)蒙0626民初215号,因你下落不明,依法向你公告送达判决书。由被告公告之日起60日内,向本院递交答辩状。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,上诉于赤峰市中级人民法院。逾期本判决发生法律效力。

刘国瑞、杨德福:本院受理原告刘国瑞、杨德福诉被告刘国瑞、杨德福(2021)蒙0626民初215号,因你下落不明,依法向你公告送达判决书。由被告公告之日起60日内,向本院递交答辩状。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,上诉于赤峰市中级人民法院。逾期本判决发生法律效力。

内蒙古自治区西旗县人民法院
高林:高林:本院受理原告高林诉被告高林(2021)蒙0626民初215号,因你下落不明,依法向你公告送达判决书。由被告公告之日起60日内,向本院递交答辩状。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,上诉于赤峰市中级人民法院。逾期本判决发生法律效力。

海南省海口市中级人民法院
邓泽(510721199305083716):本院受理的(2021)川10781民初2171号民事案件,因你下落不明,依法向你公告送达判决书。由被告公告之日起60日内,向本院递交答辩状。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,上诉于四川省高级人民法院。逾期本判决发生法律效力。

四川省泸州市中级人民法院
高洪:高洪:本院受理原告高洪诉被告高洪(2021)川1381民初181号民事案件,因你下落不明,依法向你公告送达判决书。由被告公告之日起60日内,向本院递交答辩状。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,上诉于四川省高级人民法院。逾期本判决发生法律效力。

王英:本院受理原告王英诉被告王英(2021)川1381民初181号民事案件,因你下落不明,依法向你公告送达判决书。由被告公告之日起60日内,向本院递交答辩状。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,上诉于四川省高级人民法院。逾期本判决发生法律效力。

王正:本院受理原告王正诉被告王正(2021)川1381民初181号民事案件,因你下落不明,依法向你公告送达判决书。由被告公告之日起60日内,向本院递交答辩状。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,上诉于四川省高级人民法院。逾期本判决发生法律效力。

敬述武(512930197205231533):本院受理原告敬述武诉被告敬述武(2021)川1381民初181号民事案件,因你下落不明,依法向你公告送达判决书。由被告公告之日起60日内,向本院递交答辩状。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,上诉于四川省高级人民法院。逾期本判决发生法律效力。

田松(511381198005151541):本院受理原告田松诉被告田松(2021)川1381民初181号民事案件,因你下落不明,依法向你公告送达判决书。由被告公告之日起60日内,向本院递交答辩状。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,上诉于四川省高级人民法院。逾期本判决发生法律效力。

何从亮:本院受理原告何从亮诉被告何从亮(2021)川1381民初181号民事案件,因你下落不明,依法向你公告送达判决书。由被告公告之日起60日内,向本院递交答辩状。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,上诉于四川省高级人民法院。逾期本判决发生法律效力。

海安市社会法律援助中心:本院受理原告海安市社会法律援助中心诉被告海安市社会法律援助中心(2021)苏0812民初307号民事案件,因你下落不明,依法向你公告送达判决书。由被告公告之日起60日内,向本院递交答辩状。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,上诉于江苏省海安市中级人民法院。逾期本判决发生法律效力。

海安市社会法律援助中心:本院受理原告海安市社会法律援助中心诉被告海安市社会法律援助中心(2021)苏0812民初307号民事案件,因你下落不明,依法向你公告送达判决书。由被告公告之日起60日内,向本院递交答辩状。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,上诉于江苏省海安市中级人民法院。逾期本判决发生法律效力。

海安市社会法律援助中心:本院受理原告海安市社会法律援助中心诉被告海安市社会法律援助中心(2021)苏0812民初307号民事案件,因你下落不明,依法向你公告送达判决书。由被告公告之日起60日内,向本院递交答辩状。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,上诉于江苏省海安市中级人民法院。逾期本判决发生法律效力。

海安市社会法律援助中心:本院受理原告海安市社会法律援助中心诉被告海安市社会法律援助中心(2021)苏0812民初307号民事案件,因你下落不明,依法向你公告送达判决书。由被告公告之日起60日内,向本院递交答辩状。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,上诉于江苏省海安市中级人民法院。逾期本判决发生法律效力。

海安市社会法律援助中心:本院受理原告海安市社会法律援助中心诉被告海安市社会法律援助中心(2021)苏0812民初307号民事案件,因你下落不明,依法向你公告送达判决书。由被告公告之日起60日内,向本院递交答辩状。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,上诉于江苏省海安市中级人民法院。逾期本判决发生法律效力。

海安市社会法律援助中心:本院受理原告海安市社会法律援助中心诉被告海安市社会法律援助中心(2021)苏0812民初307号民事案件,因你下落不明,依法向你公告送达判决书。由被告公告之日起60日内,向本院递交答辩状。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,上诉于江苏省海安市中级人民法院。逾期本判决发生法律效力。

海安市社会法律援助中心:本院受理原告海安市社会法律援助中心诉被告海安市社会法律援助中心(2021)苏0812民初307号民事案件,因你下落不明,依法向你公告送达判决书。由被告公告之日起60日内,向本院递交答辩状。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,上诉于江苏省海安市中级人民法院。逾期本判决发生法律效力。