电影创作生产与惠民消费举措联合发力

春节档票房创影史同期第二

根据国家税务总局数据，春节期间，服务消费同比增长13.5%。在服务消费中，电影消费可以说非常突出。今年电影春节档，六部大片集中上映，截至1月27日24时，2023年春节档电影总票房超67亿元，成为中国影史总票房第二的春节档。

今年春节，我国电影市场消费可圈可点。数据显示，从除夕到初六，有1亿多人次走进了电影院。在江苏，总票房和观影总人次在国内居于前列，不少影院春节期间观影人数明显增长，热门电影黄金时段的上座率超过80%，下午个别场次上座率达100%。

六部影片各显神通

今年春节档，影片题材涵盖科幻、悬疑、喜剧、动画、爱情等元素，票房表现上构成了“二超多强”的局面，在口碑和品质上也从各个角度完成了突破和超越。六部影片各显神通，“《流浪地球》的隐藏细节”“张艺谋放弃整部《满江红》一镜到底”“《深海》讲了什么故事”等词条也陆续登上微博热搜。

《流浪地球2》延续了前作的热度，聚焦地球开始“流浪”之前，人类携起手来迎难而上、攻坚克难的经历，继续追求新的尝试与突破，探索国产科幻电影发展的更多可能。影片通过逼真特效和深刻表达展现出中国语境下的“硬核科幻浪漫”，无论叙事能力还是视效水准都有了新的突破。导演郭帆表示：“中国科幻片要植根于中国文化，如果说《流浪地球》表现的是中国人对家人、对故土的眷恋，《流浪地球2》传递出的则是中国人对‘团结’这个概念的深刻认知。”

“影片通过恢弘的画面，呈现了宏阔而精密的未来科技设施，营造出令人震撼的视听力量。”中国文艺评论家协会副主席张德祥说。

电影《满江红》通过“悬疑+喜剧”手法讲述一群小人物忠肝义胆的人生抉择，进而引出岳飞名篇《满江红》。影片在快节奏、强反转的悬疑故事中恰当融入喜剧元素，传达舍生取义、铲奸除恶的精神，较好地平衡了商业性和艺术表达，得到观众的高度认可。导演张艺谋表示，希望在这个故事里寓教于乐，让电影传递出人们对中华文化的感悟，以及中国人骨子里流淌的家国情怀。

程耳导演的《无名》则具有鲜明的个人风格。影片讲述抗战时期奋战在隐蔽战线的无名英雄的故事，展现他们不畏牺牲、甘于奉献的精神。有观众点评：“《无名》使用了倒叙、插叙等多种叙事手法，情节发展丝丝入扣，后劲很足。”

中国电影观众满意度调查·2023年春节档调查结果显示，春节档观众满意度得分87.1分，同比增长1.8分，为2015年开始调查以来春节档期最高分，同时居历史调查各档期满意度第三位。档期调查的六部影片均进入“满意”区间（≥80分），其中满意度超过85分的影片有《满江红》《流浪地球2》《深海》《熊出没·伴我“熊芯”》等四部，数量为历年春节档之最。

惠民政策助推电影市场复苏

春节档上映的影片中，几部喜剧和动画电影收获了不俗的票房成绩。

其中，动画电影《深海》通过创新的“粒子水墨”技术打造海底视效盛宴，以沉稳细腻的笔调描摹人物内心世界，凸显出老少咸宜的特色。《交换人生》充满奇幻色彩，既有令人捧腹的故事情节，又传递出家庭的温馨与关爱。《熊出没·伴我“熊芯”》延续“熊出没”系列大电影的活泼向上主题，用科幻想象呼唤温暖陪伴。

有专家指出，春节档电影早已成为市场刚需。看电影不仅可以为亲友相聚带来共同话题，更能让人们在观影中获得欢乐与思考。对此，各地也出台了一系列政策，帮助影市加速复苏，让更多观众走进影院。

北京市推出“新春观影惠民活动”，发放1000万元观影补贴，推出特惠专场、联合立减等形式多样的惠民让利观影举措；上海市秉持“政府补贴、企业配套、影院让利”的原则，电影优惠票补贴活动共计投入2000万元；江苏省电影局会同建设银行江苏分行和中国电信江苏分公司，采取数字人民币支付优惠观影、购票满额立减、积分兑换观影券等多种形式给予观影补贴；福建省电影局投入1200万元推动电影惠民，指导省内主流院线及影管公司配置影城专属领券通道，赠送1万张福建省电影消费券……各地的惠民配套措施有力促进了春节电影市场的繁荣。

专家指出，在加强电影创作生产与推动消费惠民举措的合力之下，今年的春节档为电影市场的强劲复苏吹响了号角。

（综 合）

春节档电影票价七年来首降

春节档实现“开门红”，提振了中国电影行业的信心，也成为了居民消费反弹的风向标。在电影院里，人头攒动，座无虚席，前来排队买票和换票的观众络绎不绝。在电影院等候区，大人牵着手拿爆米花的小孩，喜笑颜开地走进影厅。

值得一提的是，数据显示，今年春节档的平均票价为53.5元，相较2022年春节档同阶段平均票价56.1元，降价了2.6元，这也是自2016年以来，近7年平均票价的首次下降。

记者从灯塔专业版获悉，江苏13个设区市，春节档的平均票价在50元—60元之间波动，其中泰州最高，为60.6元，徐州、苏州最低，平均票价为50元左右，江苏省的平均票价为55.1元。

灯塔专业版数据分析师陈晋表示，与往年相比，今年春节档的六部影片类型更多样，题材更丰富，平均片长130分钟，为历年春节档中最长。这意味着电影院能够排映的场次较往年有所减少，是电影院在一定程度上的“让利”，可以说是“加量不加价”。

而除了低票价，层出不穷的观影优惠也能发挥实实在在的效用。江苏多地在春节档期间开展了“惠民观影”活动，恢复电影行业的“烟火气”。连云港市发放4000张“满100元减50元”的惠民观影优惠券。镇江市每天发放400张观影券，市民可在特定影院免费观看夜场电影。常州推出了1500张惠民观影券，市民可在53家影院兑换新年大片。苏州观众支付9.9元数字人民币，便可以抢购一张2D/3D电影通兑码。

另外，影院也推出了诸多“优惠”。江苏万达60多家影院推出了早晚场特惠、消费满减等观影活动，观众花19.9元或者29.9元就能看上大片。江苏省幸福蓝海影城推出了看电影送可乐、爆米花等餐饮套餐。

对于票价的降低，观众有最直接的感受。对在苏州工业园区上班的徐浩来说，每年春节看电影是个“常规”项目。“从电影票价来看，今年的价格不算贵。去年，一部《这个杀手不太冷静》就花了57元，今年我已经看了《满江红》和《无名》两部电影，加上优惠券，总共才花了70多元。”徐浩还打算陪孩子去电影院看《熊出没·伴我“熊芯”》。

江苏省星驰未来影院负责人缪宏建透露，今年春节档，星驰未来影院的平均票价在50元左右。在南通通州区一些影院的夜间场次，40元出头就能看到《满江红》或者《流浪地球2》。

“今年春节档，万达影院在江苏地区的平均票价较往年便宜了5元至7元，如果用上各种补贴券、会员卡，甚至20多元也能看一场大片。”万达影城南京区域总经理王辉说，春节档电影票降价，是在客流量和票房之间找到的平衡点。“今年春节期间，很多一、二线城市取消了就地过年的政策，观影人次下沉到四、五线城市，尤其今年苏北的情况比往年更好一点。”

和低票价相对应的是高上座率。记者注意到，大年初二，江苏不少影院几乎都满座，尤其是头部影片，若要当天购买黄金场次，只能买到较差的位置，早晚场则相对好买。

“今年春节档票价总体不算太高，是出于对市场理性的考虑，是电影行业发展健康的表现。”王辉说，持续了三年的疫情，动摇了人们的生活方式和消费习惯，愿意出门去电影院看电影的人越来越少了，不仅市场需要信心恢复，观众的观影习惯也要重新培养。

“春节档电影票价是杠杆，能吸引更多人走进影院，感受市场复苏的信号。票价低了，上座率高了，观影人次更多，把大家重新召回到影院来。从长期来看，票价的暂时回落，更有利于整个电影行业的发展。”王辉表示。

（新华日报）

稻香村集团连续三年亮相纽约时代广场 与世界共度中国年

1500
稻香村
糕点泰斗

图为2023年春节稻香村集团亮相纽约时代广场

1月22日除夕夜当晚，稻香村集团携兔年贺岁视频登陆美国纽约时代广场，在农历大年初一到来之际向全球华人送上新春祝福。据悉，本次已是稻香村集团连续第三年亮相纽约时代广场，持续以中华老字号的全新形象彰显中国文化的独有魅力。

再次赴约 中国味道与世界共迎新春

此前两年，稻香村集团在除夕夜携品牌大片亮相纽约时代广场，引来海内外媒体广泛关注。今年春节，稻香村集团第三次登上大屏，打出“向全球华人拜年”“Happy New Year”的祝福，与海外游子一起迎接兔年的到来，并将来自中国的新春祝福送给更多喜爱中国饮食、中国文化的人们。

今年春节期间，来自稻香村集团的年货产品出口至美国、加拿大及欧洲、澳洲等地区。海外消费者不仅可以在当地大型商超选购，也可以在亚米网、Weee、Freshgogo等电商平台享受线上置办年货的便捷。

喜爱稻香村集团产品的不止华人，此前稻香村集团根据海外饮食需求对自家热门产品“玫瑰鲜花饼”进行改良，受到澳大利亚等地区消费者的喜爱，进入COLES等知名西方超市后甚至出现一上架便被抢购一空的现象。

产品热销的背后，是稻香村集团因地制宜的出海策略。稻香村集团自2006年起在海外积极进行市场调研，2013年正式成立海外事业部，开始实施“出海战略”。在尊重各国居民文化背景和生活习惯的前提下，将中式糕点的传统工艺融合当地饮食特点，凭借本土化创新融入海外市场。

积极出海 创新传承拓展市场版图

“稻香村”品牌从1773年在苏州创立至今，凭借创新和传承实现可持续发展。作为商务部首批认证的中华老字号，以厚重的底蕴承载着中国传统文化。作为驰名中外的大型现代化集团企业，稻香村集团更不断探索海外市场。

目前，稻香村集团在国内拥有10个现代化加工中心、7大原料供应基地、3大技术研发中心、800多家专卖专营店，产品已经出口至以美国、加拿大、德国、意大利、澳大利亚等欧美发达国家为主的40多个国家及地区，2022年产品首次进入新加坡和韩国市场。据统计，稻香村集团出口额年均增长达到50%以上。

今年春节前夕，稻香村集团携众多产品亮相在美国洛杉矶举行的第五届中国新潮食品展销会，吸引来大量当地华人以及外国友人驻足品尝，参与该展销会成为稻香村集团海外成绩最生动的注脚。

正如稻香村集团总裁周广军所说：“品牌和产品的背后是千变万化的中国美食和博大精深的中国传统文化，我相信，只要我们不断地‘走进去’，不断地‘融入’，就会有越来越多的国外消费者通过我们的努力逐渐了解中国、了解中国文化。”

以自身跨越百年的品牌历史作为独有优势，稻香村集团立足中国传统文化，由250年前的苏州走向全国、奔向世界，为民族品牌的复兴付出应有的努力。

（桂 源）

声 音

春节档电影“开门红”折射经济强大韧性

今年春节档，电影市场迎来“开门红”。

国家电影局发布的数据显示，2023年春节档（除夕至正月初六）电影票房为67.58亿元，同比增长11.89%；观影人次为1.29亿，同比增长13.16%。

久违的春节档又回来了！67.58亿元的票房数字，位列我国影史春节档票房第二。在疫情防控措施优化调整后的第一个春节，如此票房成绩令人振奋。亮眼的数据、火爆的人气，让人感受到滚烫的消费热情，有力印证了我国文化市场的消费潜力，极大提振了市场复苏的信心。

电影市场是拉动消费的重要板块。近年来，看电影被人们称为“新年俗”，春节档电影票房有着极强的信号意义。在一定意义上可以说，包括电影消费在内的春节消费，是观察当年社会消费和经济发展的一个风向标。今年的春节档电影市场如同一面镜子，照见了中国经济的强大韧性与巨大潜力。

电影是工业化的产物，小小电影票的背后，关联着电影行业投资拍摄、制作宣发、稳定信心与预期等多个环节，也关系着影院的经营状况。可以预见的是，春节档火热的票房，会刺激、带动相关产业的复苏与发展。我们真诚期待春节档电影市场的良好开端能带动全产业链风起云涌，引领电影市场春暖花开。

“质的有效提升”是“量的合理增长”的关键。今年春节档影片类型更丰富、风格更多元，实现了票房与口碑双丰收。当下，观众对电影质量的期待越来越高。电影市场“开门红”的良好势头能否持续下去，取决于后续产品供给质量。我们乐见更多优质电影作品与观众见面。

放宽视野可以发现，春节期间，多个行业的“票房”都火了：旅游景区摩肩接踵，车站机场人流涌动，商场餐饮人流如织……全社会的整体消费氛围和消费场景让人们看到“烟火气”的回归，也看到了复苏的暖意。

消费是拉动经济增长的“三驾马车”之一。可以肯定的是，我国消费发展长期向好的基本面没有改变，消费结构优化升级趋势未变，而且随着疫情形势好转，扩大内需战略深入实施，消费市场稳定恢复的基础将更加牢固。总而言之，消费复苏具备诸多有利条件。2023年，我们有理由期待中国经济如春节档电影票房一样，人气旺、市场暖、消费热。

（深圳特区报）

创新营销互动 汾酒与消费者实现“双向奔赴”

喝汾酒，过春节，前“兔”似锦。春节期间，汾酒与消费者以有爱、有趣的互动方式，共同迎接兔年的到来。

1月25日，汾酒联合抖音短视频平台发起的“大家都爱汾酒”挑战赛正式上线。在1月25日到2月6日期间，抖音用户搜索“大家都爱汾酒”话题，即可通过手指比心手势触发“新年萌兔”贴纸，随机抽取“漂亮兔”“发财兔”“幸运兔”“快乐兔”，拍摄成短视频并发布即有机会获得惊喜奖励。

活动一经上线，便受到了广大用户的喜爱，3天时间就突破2.5亿关注。网友们纷纷留言并参与挑战——“好有创意的活动，我也来挑战试试！”“汾酒好喝，活动好玩，2023年一起大展鸿‘兔’！”“我也来，看看今年我是‘幸运兔’还是‘发财兔’？”

其中，“真探唐仁杰”“歪果仁在太原”“天嘉”“调酒师—扬扬”“蔡川”“酒精人卡卡”“冻邱梨”“安森学长”等抖音达人参与活动，以兼具酒类品鉴知识性与趣味性的视频，推动活动持续进行。汾酒与广大网友携手，在有创意、有祝福的新年氛围中，完成了“清香型汾酒”在当今时代的潮流演绎，进一步提升了汾酒在消费者心目中的形象。

在消费旺季迎来“开门红” 汾酒与消费者“双向奔赴”

世间唯有美食与美酒不可辜负。在一家烤鸭店探店的过程中，抖音达人“真探唐仁杰”在大快朵颐之际，拿出一瓶青花汾酒30复兴版送给朋友，并将汾酒的优点娓娓道来：酿造历史几千年，干净顺口余香长，地缸发酵……推杯换盏之际，美食与美酒的融合彻底征服了达人与粉丝的胃。

“歪果仁在太原”的参赛视频则妙趣横生。视频中，迪拜小伙为了帮助中国朋友逃避相亲，先是为媒婆倒满“清香甘甜名气大，迪拜朋友都喜欢”的汾酒，让媒婆在酒香中乐不思蜀，后掏腰包请媒婆出国为自己的迪拜朋友介绍对象，转移媒婆注意力。视频在幽默中引起了年轻人的共鸣，也彰显了“国际汾”的海外影响力。

爱喝酒，更爱调酒。活动中，“关二哥”以玻汾为原料，给大家展示了几款过节必备的神仙调酒配方：玻汾加椰汁，调出一杯让椰汁融合清香的“椰玻”；菠萝汁加上气泡水，再注入灵魂玻汾，瞬间俘获网友味蕾……一款款精心调制的美酒，饱含了消费者对汾酒的热爱与认可。

“好酒+好菜+家人=幸福”，同样是抖音达人，“蔡川”则以温情的方式，展示了对汾酒的热爱。视频中，“蔡川”向粉丝们介绍了自家的过年三大流程：贴春联，喝汾酒吃团圆饭，饭后一家人一起表演节目，其乐融融。视频中，“蔡川”的老爸喝汾酒时不禁发出感慨：“喝酒啊，就得喝汾酒，喝白酒的源头，清香纯正！”

不难看到，全民参与“大家都爱汾酒”抖音挑战赛背后，是汾酒早已成为消费者餐桌、酒桌上的常客。这在汾酒的市场表现上进一步得到了验证：1月19日，汾酒披露2022年业绩预告称，预计2022年实现营业收入260亿元左右，同比增加30%左右；预计实现归母净利润79亿元左右，同比增加49%左右。

让业界惊叹的汾酒速度背后，是汾酒不断拓展市场、深耕终端，进一步加强品牌传播，与消费者建立深度链接，共创、共享汾酒。目前，汾酒全国可掌控终端数量突破112万家，并实现了终端动销可视化溯源管理，长江以南市场实现稳步突破，同比增长超过50%。

与此同时，立足6000年酿造史、1500年名酒史、800年蒸馏史、300年品牌史的历史文化底蕴，汾酒通过走进汾酒第一车间、封藏大典、杏花节等经典IP，让消费者以沉浸式体验的方式，深度感受并进一步认同汾酒文化，将传统文化的璀璨之美与时代潮流结合到极致，掀起一次次品牌营销热潮。

如今，汾酒在其固有的传统消费旺季迎来“开门红”，提振了整个行业的信心。2023年，汾酒进一步在品牌创新营销上发力，打响了新年酒类营销互动第一枪，为行业提供了优秀样本。

立足创新营销互动 提振行业信心

2023年，随着全国经济的重振与复苏，白酒的各个消费场景正在重构，这也使得行业进入发展新阶段和新周期。而在白酒营销去中心化的时代，品牌直面消费者，营销活动能否抓住消费者的心，成为了酒企不得不思考的命题。

而汾酒创新性地通过短视频平台发起一场“大家都爱汾酒”挑战赛的营销互动方式，拒绝一味单向输出、给消费者“洗脑”，而是充分扎根消费者日常生活场景，与消费者进行内容共创，让消费者拥有了更高的能动性和参与感，并吸引众多达人参与。而具有一定影响力的达人展示出的喝汾酒场景，又进一步让消费者产生代入感，完成场景占位。

不止如此，春节期间，汾酒通过由其独家冠名播出的北京卫视春晚取得了高强度曝光，妥妥占据了营销“C位”——让消费者目光进一步被汾酒吸引。

嘉宾与主持人的互动中，二人通过“聚会怎么不叫我啊？”和“我在张罗酒呢！”的一问一答，自然而然地引出汾酒是聚会好选择、为高品质生活代言的定位。而一首磅礴大气的《杏花春影》更是唱尽了我国历史悠久的酒文化，充分展示了汾酒的历史文化底蕴，在传统节日里，与观众产生深刻情感共鸣。

这场取得了网络直播观看人数超过1.1亿、突破100万人次观看佳绩的晚会也再次让汾酒出圈，在一众春晚白酒赞助商中脱颖而出。

从市场消费火热，到“大家都爱汾酒”抖音活动全民参与、北京春晚火爆出圈……2023年，汾酒品牌端与消费端的旗开得胜正在给经销商、消费者及行业传递着信心。在未来，汾酒将与消费者继续“双向奔赴”，让“清香天下”的理想进一步照进现实。

（冯 文）

法院公告栏

上海植明环境科技有限公司：本委已受理诉李希鑫与你单位劳动争议案件(济市中劳人仲案〔2022〕第1239号)已作出裁决。因无法用其他方式送达裁决书，现向你单位公告送达，请你单位自本公告发布之日起30日内到本委(地址：济南市卧龙路128号山东建设节能示范大厦1921室)领取裁决书，逾期不领视为送达。特此公告。

济南市市中区劳动人事争议仲裁委员会

潘应彪：本院受理原告安龙县戈塘宏顺五金店(经营者杨达配)诉潘应彪买卖合同纠纷一案，因无法与你取得联系，现依法向你公告送达民事诉状副本、应诉通知书、举证通知书、告知权利义务通知书、诉讼风险告知书及开庭传票。自本公告发布之日起30日内即视为送达，提出答辩的期限和举证期限为公告期满后的15日内，并定于举证期限满后的第三日上午9：00分(遇节假期顺延)在本院普坪法庭公开开庭审理，逾期将依法缺席判决。

贵州省安龙县人民法院

陈付云：本院受理原告郭学刚诉陈付云劳务合同纠纷一案，因无法与你取得联系，现依法向你公告送达民事诉状副本、应诉通知书、举证通知书、告知权利义务通知书、诉讼风险告知书及开庭传票。自本公告发布之日起30日内即视为送达，提出答辩的期限和举证期限为公告期满后的15日内，并定于举证期限满后的第三日上午9：00分(遇节假期顺延)在本院普坪法庭公开开庭审理，逾期将依法缺席判决。

贵州省安龙县人民法院

杜亚超：原告常喜祥与被告杜亚超为民间借贷纠纷一案，已审理终结。现依法向你们公告送达(2022)冀0403民初7038号民事判决书。自发出公告之日起30日内来本院领取民事判决书，如逾期视为送达。如不服本判决，可在公告期满后15日内，向本院递交上诉状副本，上诉于河北省邯郸市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

河北省邯郸市丛台区人民法院

王文军：原告陈新玲与被告王文军为民间借贷纠纷一案，已审理终结。现依法向你们公告送达(2022)冀0403民初6445号民事判决书。自发出公告之日起30日内来本院领取民事判决书，如逾期视为送达。如不服本判决，可在公告期满后15日内，向本院递交上诉状副本，上诉于河北省邯郸市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

河北省邯郸市丛台区人民法院

北京寺库商贸有限公司：本院受理的原告刘禹诉你为买卖合同纠纷一案，现依法向你公告送达起诉书副本、应诉通知书、举证通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票及民事裁定书。自发出公告之日起30日即视为送达。提出答辩状和举证的期限为给你公告期满后的15日内。并定于举证期满后的次日上午9时(遇法定假日顺延)在本院第八审判庭公开开庭审理此案，逾期将依法缺席判决。

河北省邯郸市丛台区人民法院

王玉生：原告潘首奇与被告王玉超为民间借贷纠纷一案，已审理终结。现依法向你们公告送达(2022)冀0403民初6772号民事判决书。自发出公告之日起30日内来本院领取民事判决书，如逾期视为送达。如不服本判决，可在公告期满后15日内，向本院递交上诉状副本，上诉于河北省邯郸市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

河北省邯郸市丛台区人民法院

邯郸市亿贝电子科技有限公司：原告馆陶县付军水暖安装处与被告邯郸市亿贝电子科技有限公司为民间借贷纠纷一案，已审理终结。现依法向你们公告送达(2022)冀0403民初7892号民事判决书。自发出公告之日起30日内来本院领取民事判决书，如逾期视为送达。如不服本判决，可在公告期满后15日内，向本院递交上诉状副本，上诉于河北省邯郸市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

河北省邯郸市丛台区人民法院

邯郸市恒嘉房地产开发有限公司、北京晋鑫润国际投资有限公司：本院受理的原告辽宁陆玛文旅景观设计股份有限公司诉你为建设工程设计合同纠纷一案，现依法向你公告送达起诉书副本、应诉通知书、举证通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票及民事裁定书。自发出公告之日起30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。并定于举证期满后的次日上午9时(遇法定假日顺延)在本院第八审判庭公开开庭审理此案，逾期将依法缺席判决。

河北省邯郸市丛台区人民法院

承建伟：本院受理的原告郑州市龙王装饰工程有限公司诉被告承建伟、第三人河南科能建筑劳务分包有限公司追偿权纠纷一案，已审结，现依法向你公告送达(2023)豫1623民初51号民事判决书。自公告之日起30日视为送达。如不服本判决，可在本判决送达之日起15日内，向本院递交上诉状，并按对方当事人人数提出副本，上诉于河南省周口市中级人民法院。逾期即发生法律效力。

河南省商水县人民法院

徐秀增、徐新虎：本院受理原告馆陶县顺翔扶贫小额贷款有限公司诉你小额借款合同纠纷一案，已审理终结。现依法向你公告送达本院(2022)冀0433民初1618号民事判决书。限你自公告之日起30日内来本院领取民事判决书，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，上诉于河北省邯郸市中级人民法院，逾期本判决即发生法律效力。

河北省馆陶县人民法院

宋晓东、张帅帅、张建新：本院受理原告馆陶县顺翔扶贫小额贷款有限公司诉你小额借款合同纠纷一案，已审理终结。现依法向你公告送达本院(2022)冀0433民初1617号民事判决书。限你自公告之日起30日内来本院领取民事判决书，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，上诉于河北省邯郸市中级人民法院，逾期本判决即发生法律效力。

河北省馆陶县人民法院

马新虎：本院受理原告颜廷兄诉你离婚纠纷一案，已经审理终结。现依法向你公告送达(2022)苏0812民初7690号民事判决书。自公告之日起30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，上诉于江苏省淮安市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

江苏省淮安市清江浦区人民法院

江苏微众投资担保有限公司：本院受理蔡连华、尹怀举诉你抵押合同纠纷一案，现依法向你公告送达起诉状副本、举证须知、举证通知书及开庭传票。自公告之日起经过30日即视为送达。提出答辩状和举证期限均为公告期满后的15日内，并定于举证期满后的第3日下午2时30分(遇法定休假日顺延)在本院第二十七法庭开庭审理，逾期则依法缺席判决。

江苏省淮安市清江浦区人民法院

何马生：本院受理原告韩玉芹诉你离婚纠纷一案，已经审理终结。现依法向你公告送达(2022)苏0812民初7498号民事判决书。自公告之日起30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，上诉于江苏省淮安市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

江苏省淮安市清江浦区人民法院

陈松：本院受理原告中国人民财产保险股份有限公司淮安市分公司诉你保证保险合同纠纷一案，已经审理终结。现依法向你公告送达(2022)苏0812民初7783号民事判决书。自公告之日起30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，上诉于江苏省淮安市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

江苏省淮安市清江浦区人民法院

张安娜：本院受理原告左康福诉你离婚纠纷一案，已经审理终结。现依法向你公告送达(2022)苏0812民初8576号民事判决书。自公告之日起30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，上诉于江苏省淮安市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

江苏省淮安市清江浦区人民法院

王立青：本院受理原告李金杰诉你民间借贷纠纷一案，已经审理终结。现依法向你公告送达(2022)苏0812民初8325号民事判决书。自公告之日起30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，上诉于江苏省淮安市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

江苏省淮安市清江浦区人民法院

贾燕：本院受理原告邢宗龙诉被告贾燕离婚后财产纠纷一案，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、权利义务告知书及开庭传票。自公告之日起经过30日即视为送达。提出答辩状和举证的期限为公告期满后15日内。并定于举证期满后第3日上午9时(遇节假日顺延)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。

河北省任丘市人民法院

王坤(男，户籍地四川省阆中市七里办事处长青村7组12号，公民身份证号为511381199206095276)：本院受理原告杨芳诉你离婚纠纷一案，已审理终结。现依法向你公告送达(2022)川1381民初6654号民事判决书。判决如下：准许原告杨芳与被告王坤离婚……，自公告之日起30日内来阆中市新村路保宁人民法庭领取民事判决书，逾期则视为送达。若不服本判决，可在公告期满后15日内，向本院递交上诉状及副本，上诉于南充市中级人民法院。逾期不上诉，本判决即发生法律效力。

四川省阆中市人民法院

拍卖公告

接受委托，我公司定于2023年2月15日上午10时，在中拍平台(https://paimai.caa123.org.cn)对“天津市自行车铃厂破产财产”进行公开拍卖。本次拍卖标的已于2023年1月29日至2023年2月12日在天津产权交易中心有限公司公开挂牌。在挂牌期间内，竞买人须按照产权交易的有关规定到天津产权交易中心有限公司办理受让登记手续，同时与我公司联系咨询并办理竞买登记手续。拍卖咨询登记时间：自公告之日起至2023年2月14日止(节假日除外)咨询登记地点：天津市河西区马场道188号。咨询电话：022-23312288。

天津渤海拍卖有限公司

安毅、李新为、河北魏州机场有限公司：本院受理王振喜诉你保证合同纠纷一案，现已审理终结。限你自公告之日起30日内来本院领取(2022)冀0434民初2822号民事判决书，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，上诉于河北省邯郸市中级人民法院，逾期本判决即发生法律效力。

河北省魏县人民法院

李希健：本院受理佰仟融资租赁有限公司诉你融资租赁合同纠纷一案，现已审理终结。限你自公告之日起30日内本院领取(2022)冀0434民初2910号民事判决书，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，上诉于河北省邯郸市中级人民法院，逾期本判决即发生法律效力。

河北省魏县人民法院

孔祥文：本院受理原告朱琳峰诉你离婚纠纷一案，已审理终结。现依法向你公告送达本院(2022)吉0403民初1628号民事判决书。限你自公告之日起30日内来本院领取民事判决书，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，上诉于吉林省辽源市中级人民法院，逾期本判决即发生法律效力。

吉林省辽源市西安区人民法院

单位户名：松山区礼尚轩餐厅，账号：0605243709000002568该账户已超过一年未发生资金收付活动，根据人民银行《人民币结算账户管理办法》规定，通知该单位发出通知30日内到我行办理销户手续，逾期视同自愿销户，未划转款项转入久悬未取专户管理。

中国工商银行股份有限公司赤峰昭乌达支行