消费舆情热点八月、九月报

热点事件之一：

瑞幸咖啡与贵州茅台联名款“酱香拿铁”火爆出圈

【事件概况】

9月4日，瑞幸咖啡与贵州茅台的联名款“酱香拿铁”一经上架，便引爆全网，刷屏朋友圈，仅是上线首日销量便超542万杯，销售额更是突破1亿元。当天，“酱香拿铁”“瑞幸回应喝茅台联名咖啡能否开车”“满杯茅台去咖啡液”“瑞幸客服回应酱香拿铁不加咖啡液”等多个相关话题冲上微博热搜。此次“酱香拿铁”的发布引起网络热议，戏称其为“年轻人的第一杯茅台，中年人的第一杯咖啡”。

企查查数据显示，我国现存咖啡相关企业近26万家。2023年前8月，我国新增咖啡相关企业3.9万家，与2022年同期相比，上涨78%。从区域分布来看，广东以3.63万家咖啡相关企业排名第一。云南、江苏分别有2.05万家、1.36万家，位居前三。从城市分布来看，深圳以0.96万家咖啡相关企业排名第一。其次是广州市、普洱市等地。

此次事件在引发网友广泛关注和热烈讨论的同时，也吸引了澎湃新闻、新京报、光明网、中国网等多家权威媒体的报道。数据分析显示，截至9月16日，该事件网络上的信息量达323971，客户端和微博成为热度最高的媒体渠道和平台，媒体报道和网友评论主要围绕“瑞幸咖啡、贵州茅台、酱香拿铁、联名”等关键词展开。

【媒体视角】

视角一：众多媒体走访报道了“酱香拿铁”推出后瑞幸咖啡门店火爆的销售情景、消费者的饮用感受、酱香拿铁的制作流程等情况。针对很多网友关心的“喝过酱香拿铁后开车算不算酒驾”的问题，瑞幸客服称：该款饮品内含有酒精，酱香拿铁酒精含量低于0.5度，未成年人、孕妇、驾驶人员、酒精过敏者不建议饮用。也有媒体记者喝过之后，用酒精测试棒测试，吹出来的数据都是0。

视角二：有媒体盘点梳理了部分茶饮品牌进行过的联名营销案例，与其他品牌倾向于动漫、游戏、IP等进行联名合作不同，瑞幸更加围绕产品本身展开，通过3个团队赛马造爆款的方式，能够以极快的速度推出市场所青睐的新品。

视角三：有财经媒体报道，与瑞幸咖啡推出的联名咖啡正式上架开卖当日，白酒板块走高，贵州茅台股价也震荡上行，截至发稿时上涨1.5%。

【网民观点】

@一季浮云化了往事 ：喝咖啡的注意了，不要被查酒驾了。

@erick301：以后买酱香拿铁，不要咖啡不要奶。

@段悦悦老爸：瑞幸的线下营销布局，加茅台的品牌效应，缺一不可。其他东施效颦，必定失败。

@yuanqi1122：外卖点了四个小时还没送到，退单也退不了。

@头条网友：茅台为什么跟瑞幸合作，不和星巴克合作？因为喝星巴克的人都要开车，怕酒驾。喝瑞幸的人，买一杯挤地铁去了！。

@春和景明dd：朋友圈全是这个的打卡。

【事件延伸】

瑞幸与茅台联名酱香拿铁成为现象级单品营销事件，单日销量突破542万杯，单日销售额突破1亿元，刷新了瑞幸单品销售纪录。此次联名更像是双方资源的置换，不是从联名中赚钱，而是通过流量和品牌溢价带来的长远效益。瑞幸的快速发展离不开其供应链建设和规模效应，以及紧扣大众消费心理和产品需求的新品研发。此次联名对于瑞幸和茅台都有着非常重大的跨界意义。

白酒企业热衷于跨界联名，以吸引年轻消费群体和寻求新增长点。然而，过度跨界会稀释主品牌价值，不合时宜的品类跨界还会混淆消费者心智，影响品牌形象。跨界联名只是一种常规的品牌营销推广策略，属于企业社群公关与消费人群拓展的范畴，本身联营产品也只具有纪念意义，短期销售等特点。茅台跨界合作的酱香拿铁创下销售纪录，但并不是所有酒与茶饮、咖啡的跨界联名都能达到同样的效果。 （二 月）

热点事件之二：

大型演出活动实行实名购票和实名入场制度

【事件概况】

9月12日，文化和旅游部、公安部联合印发《关于进一步加强大型营业性演出活动规范管理促进演出市场健康有序发展的通知》（以下简称《通知》），围绕7个方面提出24条具体要求。

《通知》明确，大型演出活动实行实名购票和实名入场制度，演出举办单位应当建立大型演出活动退票机制，面向市场公开销售的门票数量不得低于核准观众数量的85%。若公开售票数量低于85%，或者为倒卖门票、买卖演出工作票证提供便利等，依法将演出举办单位及票务代理机构认定为文化和旅游市场失信主体。

此次事件在引发网友关注讨论的同时，也吸引了中国新闻网、央广网、南方日报等媒体的报道。数据分析显示，客户端和微博成为热度最高的媒体渠道和平台。

【媒体视角】

视角一：中新经纬等媒体报道了《通知》的具体内容，包括明确工作原则、严格审批管理、加强票务管理、加强演出现场管理、加大违法行为打击力度、引导观众文明观演、强化信用监管等七项。

视角二：南方日报等媒体对演出市场面临的购票乱象进行了调查，对《通知》中提出的具体措施能否有效执行、会给演出市场带来哪些影响等内容进行了报道。指出《通知》发布后，困扰演出市场多年而无法解决的“黄牛”问题或将迎来解决的转机，助力演出市场更加健康地发展。

视角三：也有媒体采访了业内人士，指出除了规范演出票务市场外，从中长期来看，还可以推出更多诸如小型演出、小剧场、演出季等差异化内容品类，并借助数字技术丰富云演出等线上优质文艺内容，以更多元、多层、多样化的供给满足居民文化消费需求。

【网民观点】

@单手扛大象：黄牛主要是开挂代抢，得限制IP抢购多个票。

@鹿耳：支持，并且要严格控制只能退票不可转让，从根本上杜绝倒卖炒售门票的黄牛行为。

@suole86：建议抢票平台绑定人脸识别，避免出现黄牛代抢。

@超级低调的宅：实名制没用的，得实现票务app设置先录信息再抢票，app只能在一处登录，才有可能根治演唱会黄牛。

@harbinboss：同一个id账号，同一个ip，同一个mac地址，限定成可以买多少张票。

@much低调：其实杜绝黄牛就一种方法，那就是只能改座位级别，不能修改买票的个人实名的信息和买的日期，并且可以申请退票，但必须等到演唱会结束后才能到账。

@cyt55206：终于可以有退票的权利了。

@必败客：大力支持此项措施。

【事件延伸】

今年以来，随着形势转变，静默多时的线下演出市场强势复苏，特别是各地举办的演唱会、音乐节数量迎来井喷式增长，但演出市场的火爆，也使得热门演唱会、音乐节官方购票渠道“一票难求”，而与之形成鲜明对比的是，黄牛所处的二级市场剩余票量相对充足，甚至还能够加价选择连号座位。然而，动辄翻倍的“溢价”却让普通消费者叫苦不迭，严重扰乱了演出市场的正常秩序。

《通知》的发布迎来一片赞同之声，不少网友还提出了建议，如“限制IP地址”“绑定人脸识别”等，都来自于抢票过程中遇到的“血泪教训”。据了解，《通知》中“公开销售门票数不得低于核准观众数85%”的规定，打击了靠分销商等渠道获得门票和邀请函的黄牛，但部分黄牛已转战“代抢”市场，靠开外挂抢票，收取高额佣金，普通网友仍是面临令人无奈的“人机对战”。对此，一些购票平台也提出会在精准识别和拦截“黄牛”能力上持续加大投入，最大限度保障普通用户的购票公平性。 （二 月）

热点事件之三：

蜂花79元“商战套餐”卖爆

【事件概况】

据媒体报道，9月11日晚，在抖音蜂花直播间，主播连夜上架了3款79元洗护套装，并称“79元可以买5斤半”，这三款套装均包括相同的2瓶1L的护发素和1瓶750ML不同功效的洗发水。因为与此前某直播间中的花西子眉笔价格相同，被网友戏称为“朴实无华的商战”。截至9月13日17:00，蜂花官方旗舰店居平台精致丽人榜第二名，直播间还挂出了“理性消费”字样的提示。京东超市数据显示，9月12号至14号，蜂花相关关键词搜索量同比增长14倍，用户访问量同比增长260%，蜂花洗发护发商品成交额同比增长超3倍。

此次事件在引发网友关注和讨论的同时，也吸引了中新经纬、证券时报、九派新闻等众多媒体的跟进报道。数据分析显示，截至9月15日，该事件网络上的信息量达185724，微博和客户端成为热度最高的媒体渠道和平台，媒体报道和网友评论主要围绕“蜂花、商战、79元、国货”等关键词展开。

【媒体视角】

视角一：澎湃新闻等媒体报道了花西子事件后国产老品牌蜂花在官方直播间连夜上架三套79元的洗护套餐，并销售火爆的情况。12日，蜂花方面回应称，79元套餐是一直都在的。对一度冲上热搜的“蜂花到处捡箱子发货”的新闻，蜂花方面则回应称是因为去年箱子不够，现在已有自己的快递箱。

视角二：潇湘晨报等媒体报道了79元套餐掀起“国货组团捡粉潮”。除了蜂花外，白玉、莲花、郁美净、鸿星尔克、活力28等品牌近期直播间也迎来热卖。多个直播间里，79元链接成为“标配”，还引来众多网友的热情互动。

视角三：有媒体采访了业内人士，从更为理性的角度出发，对“79元套餐”的热度逐渐散去后国货如何能够持续接住这“泼天的富贵”提出了一些看法：国货品牌要不断提升产品品质，以安全、质量和真正的用户口碑为基础，讲好中国品牌新故事；与消费者的沟通方式也应适应时代，重新建构起一种幽默风趣的话语体系。

【网民观点】

@出沅：和蜜雪冰城出个联名吧，取名蜂花雪月。

@在森林里喝橘子汽水的追星女孩：我不需要高端大气的包装，便宜好用是打工人的唯二诉求。

@liy09：消费行业跟消费心理挂钩，蜂花不能提升品牌价值，光靠低价，很难形成现金流优势。

@caia：品质和口碑是最好的营销宣传。

@每日一谈：大家也别觉得哗众取宠吧，蜂花他们看似“商战”，其实是国货品牌在相互扶持，抱团取暖，增加彼此曝光度，何乐而不为呢?

@抖音网友：提个建议，你们把老国货组织一下，搞个国货APP，然后把每年的9月11号定成国货节，打出国货知名度。这样老国货不会被遗忘，消费者也能享受到实惠商品。

@7hkmao：无语！虽然不喜欢花西子，但也很反感这种蹭流量的行为。

@姜姜茶：把国货拟人成老好人的弱势形象，好像也不太合适。

【事件延伸】

早几年前，一提到国货品牌，特别是美妆品牌，大家都会想到平价、便宜、小众、大牌平替等“标签”，很多情况下消费者是出于怀旧而购买，难出爆款销量。而这次借势营销，环环相扣，不仅帮助产品大卖、粉丝大涨，更是带动了一大波国货品牌“重获关注”，实现多赢局面。

对于国货是否就应该走价格实惠、“便宜大碗”路线，也有不同的声音。有的网友认为，国货要崛起，就应当走高端路线、包装华美上档次，摆脱平价大碗的形象。也有人认为，老牌国货不请代言人、不铺天盖地打广告，包装朴素、价格良心，同时没有因为低价就放松质量，例如网友发现“蜂花”成立38年无处罚记录，说明企业本本分分做实业和产品，这才是我们国货应有的形象。

有媒体评论认为，不同企业情况不同，不应一概而论。我国14亿多人口的巨大消费市场具备广阔的纵深，高中低端品牌在其中都有较大的生存发展空间。一些价廉物美的国货，不仅让我国消费者爱不释手，还走出国门，成为全世界的抢手货。进一步说，很多高端品牌也是从大众化市场起步，发展到一定阶段、有了积累之后，才逐步谋求占领中高端市场。

“蜂花”的再次走红还提示我们，老牌国货质量过硬，宣传营销也要跟得上。作为曾经家喻户晓的上海老品牌，“蜂花”代表了一个时代的记忆，但要不是这次事件，不少年轻人根本不知道还有这样的“国货之光”。这说明，酒香也怕巷子深。老牌国货也要学会用现代互联网营销语言讲故事，不断将品牌价值传递给新一代消费者。我们也期待，未来有更多这样的老牌国货能够焕发青春。 （二 月）

湿疹『神药』绕过监管横行市场 婴童功效性护肤品频『翻车』

本报记者 **卢 岳 □ 王紫茜**

暑假期间，老爸评测曝光的两款婴童功效性护肤产品，因非法添加药物成分受到广大消费者关注，也让当前婴童市场护肤品乱象再度被热议。为何被看作“湿疹神器”的热销产品频频翻车？为何这些问题产品会绕过行业监管在市场横行？对此记者展开调查。

非法添加药物成分、假冒产品问题频出

事实上，婴童护肤品违规添加激素、抗生素、药物早已不是一件“新鲜事儿”。2022年10月，广州恒澜生物科技有限公司生产的红色蜗牛婴初霜检测出添加激素，广东省药监局对其使用化妆品禁用原料生产化妆品这一违法行为作出行政处罚。而此次，广州中浩生物科技有限公司“重蹈覆辙”，经查询，该公司备案生产的相同名称“红色蜗牛”产品再次检出大环内酯类抗生素成分，且达到药用含量。

继红色蜗牛婴初霜非法添加行为被曝光后，另一款乐玛堂蒲公英医用冷敷凝胶也被查出添加多种过量违禁成分。据悉，这款产品标明“适用于儿童瘙痒、湿疹等炎症护理”“孕婴专用”，但有不少儿童使用后出现了“皮疹、泛红”等症状。

记者看到，这些打着“适合婴童湿疹”“成分天然”“功效性强”等标签的产品也遭到大量消费者的投诉。记者对黑猫平台相关投诉信息进行梳理后发现，因售卖假货、夸大宣传导致婴童过敏起疹子、冒痘而产生的纠纷在儿童护肤品市场并不少见，且呈现出品牌多、违法添加普遍、副作用强等特点。

9月4日，家住北京丰台区的消费者田女士告诉记者，“之前给孩子购买了一款儿童面霜，商家宣称适合3—6岁的儿童使用，但我收到后发现，产品成分表显示含有烟酰胺美白成分。后来我从国家药监局官网上了解到，国家规定‘儿童化妆品不允许使用以祛斑美白为目的的原料’，显然商家这款产品并不符合要求。”此外，记者还查看了大量消协抽检结果，其中多款不合格婴童护肤产品列于名单之上，这些产品被检测出添加的常见违禁成分包括地塞米松、氯倍他索丙酸酯等。

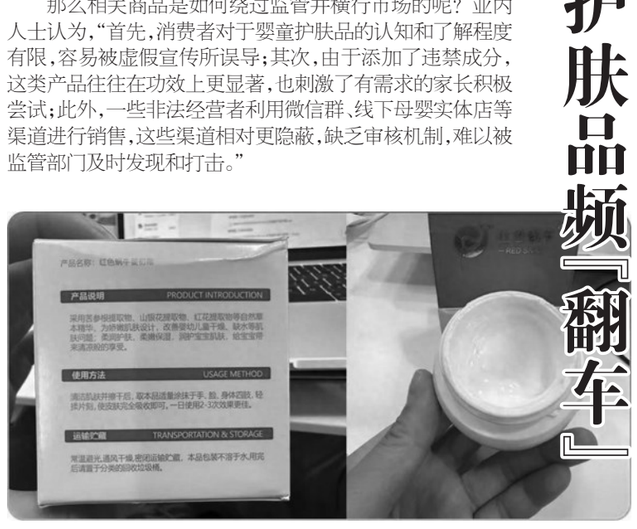
业内专家指出，相关乱象对行业和消费者具有严重影响，“不良产品会导致消费者对整个行业产生质疑，进而影响行业发展和有序的市场竞争力；对于消费者来说，购买违规添加激素、药物的婴童护肤品会对孩子的健康产生影响，更严重侵害了自身合法权益。”

问题产品绕过监管 宝妈集体“入坑”

“儿童湿疹问题很常见，在治疗过程中也普遍存在难以根治、症状反复等问题。非法添加违禁成分的产品凭借见效快、以‘天然’为噱头等，极易引起家长关注和尝试。”儿科医生郜菲在接受记者采访时坦言，这也成为相关问题产品长期横行市场的原因。

记者在走访中看到，很多家长在为孩子挑选护肤品时，经常会因“效果好”而对违规出售的问题商品掉以轻心。这些消费者往往通过微信群、线下实体店等渠道购买，相关产品尽管包装上标注“不含激素”“无添加”等字眼，实际却存在诸多非法添加等问题。

那么相关商品是如何绕过监管并横行市场的呢？业内人士认为，“首先，消费者对于婴童护肤品的认知和了解程度有限，容易被虚假宣传所误导；其次，由于添加了违禁成分，这类产品往往在功效上更显著，也刺激了有需求的家长积极尝试；此外，一些非法经营者利用微信群、线下母婴实体店等渠道进行销售，这些渠道相对更隐蔽，缺乏审核机制，难以被监管部门及时发现和打击。”



8月23日，消费者李女士在接受记者采访时描述，“我是在微信群里获得很多婴童护肤品信息，群里的宝妈们热衷于相互分享，比如哪款产品比较好用、性价比高等，很多妈妈都会因为效果好去尝试购买使用。”与线下实体店购买婴童护肤品不同的是，微信群“真正构建起了圈子化生活”，学者彭兰指出，“活跃的信息贡献者是微信群生态系统中的重要角色，群往往会形成集体意志与集体行动，这也使得许多消费者轻易相信虚假信息，并使信息不断扩散。”

多方合力共治婴童护肤品乱象问题

相关信息显示，中国消费者对婴童皮肤健康关注度持续上升，其中湿疹作为婴童时期常见的皮肤问题，成为困扰中国宝宝健康成长的痛点之一，在引发家长关注的同时，也成为儿童护肤品行业的全新发力方向。记者看到，老牌儿童护肤品牌郁美净，针对儿童湿疹护理的普遍需求，联合国内家庭新健康服务平台育学园发布《2023儿童湿疹家庭护理指南》，从科学的角度介绍了湿疹的成因、分类预防、护理方法。同时，婴童护肤品牌newpage一页，通过黄虎博士科研团队与育儿专家崔玉涛团队，研发推出多款定位婴童敏感肌皮肤护理的产品。

数据显示，目前我国0—14岁儿童人口规模已超2.3亿，其中3—12岁儿童数量超1.5亿，这一代孩子的家庭消费观念也在升级，更精细化更细分。“当前具有功效性、科学的护理产品是消费者最青睐和认可的，作为‘成分党’，他们更看重产品的配料和功效。”上美股份副总裁、一页联合创始人刘明在接受记者采访时表示，“孩子由于皮肤屏障还未发育完整，导致可能出现一系列像红、干、痒等肌肤问题，需要功效性的产品针对性解决问题。这也让相关产品的使用需求进一步扩大，但为部分不良产品提供了土壤。”刘明认为，“在治理相关乱象中，最重要的一环就是加强消费者的科学认知，提高对产品的辨识能力，从正规渠道选有信誉的品牌产品，也要对“见效奇快”的产品心存警惕。

对此，北京市京师律师事务所卢鼎亮律师也向记者强调了增加监管及处罚力度的迫切性。他向记者表示：“政府部门及监管机构应加大对婴童护肤品市场的检查力度，特别是针对不合格产品，药监部门应当根据情节轻重采取暂停生产经营、不受理化妆品行政许可申请、禁止从事化妆品生产经营活动等处罚措施，还需要畅通投诉举报渠道，对于故意生产缺陷产品，造成人身严重损害，情节严重的可以根据《刑法》追究其刑事责任。”

公告栏

2023年9月6日，本院根据(2023)苏0813破27号申请人国家税务总局淮安市洪泽区税务局的申请裁定受理淮安大海泥鳅养殖专业合作社破产清算一案，并于2023年9月7日指定江苏淮海潮律师事务所为淮安大海泥鳅养殖专业合作社管理人。淮安大海泥鳅养殖专业合作社的债权人应自公告之日起1个月内向淮安大海泥鳅养殖专业合作社管理人（通讯地址：江苏省淮安市清江浦区淮海东路18号汇丰中央广场；联系人：朱语婷，联系电话：18800662730）申报债权。未在上述期限内申报债权的，可以在破产财产最后分配前补充申报；但对此前已进行的分配无权要求补充分配，同时要承担为审查和确认补充申报债权所产生的费用。未申报债权的，不得依照《中华人民共和国企业破产法》规定的程序行使权利。淮安大海泥鳅养殖专业合作社的债务人或者财产持有人应当向淮安大海泥鳅养殖专业合作社管理人清偿债务或交付财产。本院定于2023年11月2日上午9时在淮安市洪泽区人民法院第三法庭召开第一次债权人会议。依法申报债权的债权人有权参加债权人会议。参加会议的债权人系法人或其他组织的，应提交营业执照、法定代表人或负责人身份证明书，如委托代理人出席会议，应提交特别授权委托书、委托代理人的身份证件或律师执业证，委托代理人是律师的还应提交律师事务所的指派函。参加会议的债权人系自然人的，应提交个人身份证明，如委托代理人出席会议，应提交特别授权委托书、委托代理人的身份证件或律师执业证，委托代理人是律师的还应提交律师事务所的指派函。特此公告。

江苏省淮安市洪泽区人民法院

2023年9月6日，本院根据(2023)苏0813破31号申请人国家税务总局淮安市洪泽区税务局的申请裁定受理洪泽县辉腾货物运输有限公司破产清算一案，并于2023年9月7日指定江苏淮海潮律师事务所为洪泽县辉腾货物运输有限公司管理人。洪泽县辉腾货物运输有限公司的债权人应自公告之日起1个月内向洪泽县辉腾货物运输有限公司管理人（通讯地址：江苏省淮安市清江浦区淮海东路18号汇丰中央广场；联系人：朱语婷，联系电话：18800662730）申报债权。未在上述期限内申报债权的，可以在破产财产最后分配前补充申报；但对此前已进行的分配无权要求补充分配，同时要承担为审查和确认补充申报债权所产生的费用。未申报债权的，不得依照《中华人民共和国企业破产法》规定的程序行使权利。洪泽县辉腾货物运输有限公司的债务人或者财产持有人应当向洪泽县辉腾货物运输有限公司管理人清偿债务或交付财产。本院定于2023年11月2日下午15:30在淮安市洪泽区人民法院第二法庭召开第一次债权人会议。依法申报债权的债权人有权参加债权人会议。参加会议的债权人系法人或其他组织的，应提交营业执照、法定代表人或负责人身份证明书，如委托代理人出席会议，应提交特别授权委托书、委托代理人的身份证件或律师执业证，委托代理人是律师的还应提交律师事务所的指派函。特此公告。

江苏省淮安市洪泽区人民法院

2023年9月6日，本院根据（2023）苏0813破30号申请人国家税务总局淮安市洪泽区税务局的申请裁定受理淮安鑫达新材料有限公司破产清算一案，并于2023年9月7日指定江苏淮海潮律师事务所为淮安鑫达新材料有限公司管理人。淮安鑫达新材料有限公司的债权人应自公告之日起1个月内向淮安鑫达新材料有限公司管理人（通讯地址：江苏省淮安市清江浦区淮海东路18号汇丰中央广场；联系人：朱语婷，联系电话：18800662730）申报债权。未在上述期限内申报债权的，可以在破产财产最后分配前补充申报；但对此前已进行的分配无权要求补充分配，同时要承担为审查和确认补充申报债权所产生的费用。未申报债权的，不得依照《中华人民共和国企业破产法》规定的程序行使权利。淮安鑫达新材料有限公司的债务人或者财产持有人应当向淮安鑫达新材料有限公司管理人清偿债务或交付财产。本院定于2023年11月2日上午14:30在淮安市洪泽区人民法院第二法庭召开第一次债权人会议。依法申报债权的债权人有权参加债权人会议。参加会议的债权人系法人或其他组织的，应提交营业执照、法定代表人或负责人身份证明书，如委托代理人出席会议，应提交特别授权委托书、委托代理人的身份证件或律师执业证，委托代理人是律师的还应提交律师事务所的指派函。参加会议的债权人系自然人的，应提交个人身份证明，如委托代理人出席会议，应提交特别授权委托书、委托代理人的身份证件或律师执业证，委托代理人是律师的还应提交律师事务所的指派函。特此公告。

江苏省淮安市洪泽区人民法院

2023年9月6日，本院根据(2023)苏0813破28号申请人国家税务总局淮安市洪泽区税务局的申请裁定受理淮安瑞伟电子科技有限公司破产清算一案，并于2023年9月7日指定江苏淮海潮律师事务所为淮安瑞伟电子科技有限公司管理人。淮安瑞伟电子科技有限公司的债权人应自公告之日起1个月内向淮安瑞伟电子科技有限公司管理人（通讯地址：江苏省淮安市清江浦区淮海东路18号汇丰中央广场；联系人朱语婷，联系电话：18800662730）申报债权。未在上述期限内申报债权的，可以在破产财产最后分配前补充申报；但对此前已进行的分配无权要求补充分配，同时要承担为审查和确认补充申报债权所产生的费用。未申报债权的，不得依照《中华人民共和国企业破产法》规定的程序行使权利。淮安瑞伟电子科技有限公司的债务人或者财产持有人应当向淮安瑞伟电子科技有限公司管理人清偿债务或交付财产。本院定于2023年11月2日上午10时在淮安市洪泽区人民法院第二法庭召开第一次债权人会议。依法申报债权的债权人有权参加债权人会议。参加会议的债权人系法人或其他组织的，应提交营业执照、法定代表人或负责人身份证明书，如委托代理人出席会议，应提交特别授权委托书、委托代理人的身份证件或律师执业证，委托代理人是律师的还应提交律师事务所的指派函。参加会议的债权人系自然人的，应提交个人身份证明，如委托代理人出席会议，应提交特别授权委托书、委托代理人的身份证件或律师执业证，委托代理人是律师的还应提交律师事务所的指派函。特此公告。

江苏省淮安市洪泽区人民法院

2023年9月6日，本院根据(2023)苏0813破29号申请人国家税务总局淮安市洪泽区税务局的申请裁定受理淮安润源化工有限公司破产清算一案，并于2023年9月7日指定江苏淮海潮律师事务所为淮安润源化工有限公司管理人。淮安润源化工有限公司的债权人应自公告之日起1个月内向淮安润源化工有限公司管理人（通讯地址：江苏省淮安市清江浦区淮海东路18号汇丰中央广场；联系人：朱语婷，联系电话：18800662730）申报债权。未在上述期限内申报债权的，可以在破产财产最后分配前补充申报；但对此前已进行的分配无权要求补充分配，同时要承担为审查和确认补充申报债权所产生的费用。未申报债权的，不得依照《中华人民共和国企业破产法》规定的程序行使权利。淮安润源化工有限公司的债务人或者财产持有人应当向淮安润源化工有限公司管理人清偿债务或交付财产。本院定于2023年11月2日上午10:30在淮安市洪泽区人民法院第二法庭召开第一次债权人会议。依法申报债权的债权人有权参加债权人会议。参加会议的债权人系法人或其他组织的，应提交营业执照、法定代表人或负责人身份证明书，如委托代理人出席会议，应提交特别授权委托书、委托代理人的身份证件或律师执业证，委托代理人是律师的还应提交律师事务所的指派函。参加会议的债权人系自然人的，应提交个人身份证明，如委托代理人出席会议，应提交特别授权委托书、委托代理人的身份证件或律师执业证，委托代理人是律师的还应提交律师事务所的指派函。特此公告。

江苏省淮安市洪泽区人民法院

新密市人民法院定于2023年10月19日通过淘宝网司法网络拍卖平台对被执行人张现军所有的位于新密市城区广场中街东侧、祥云街南侧、雪花街西侧、栖霞街北20号楼A座1单元14层1404（合同号：16217261）房产一处进行第一次司法网络拍卖，有意者请登录http://www.taobao.com查询拍卖事宜。

河南省新密市人民法院

宁夏宝丰能源集团股份有限公司

醋酸乙烯项目

环境影响报告书征求意见稿公示

一、征求意见稿链接及查阅途径：链接：https://pan.baidu.com/s/1HIO5B9IO8tZXXkx86nwxuA。提取码：mr1k。纸质版报告可前往宁夏宝丰能源集团股份有限公司索取。二、征求意见范围：宁东能源化工基地及周边群众、企事业法人和其他组织等；范围外的群众也可提出与项目环境影响有关的意见和建议。三、公众意见表链接：链接：https://pan.baidu.com/s/13kZPapC7Og8G30DKG3al6g 提取码：j1t2。四、公众提出意见的方式和途径：公众可下载公众意见表填写，发至邮箱bfnyjc4@baofenggroup.com。建设单位：宁夏宝丰能源集团股份有限公司。联系人及电话：詹经理18795188086。编制单位：众旺达（宁夏）技术咨询有限公司。五、公众提出意见的起止时间：发布之日起，有效期10个工作日。

宁夏宝丰能源集团股份有限公司