

接受委托,我司定于2024年8月12日10时,通过中拍平台以竞价方式对一批废旧物资、机动车及房产租赁权进行公开拍卖(详情请见拍品目录)。展示时间:2024年8月7-8日。展示地点:标的物所在地(统一组织)。咨询登记地点:大港开发区丰裕街33号。咨询电话:13820561100。特别提示:办理竞拍登记截止日期为2024年8月9日17时,竞买保证金于截止日前交到指定账户。

接受委托,我委定于2024年8月13日10时在中拍平台(https://paimai.caa123.org.cn)依法对如下标的进行公开拍卖:拍卖标的:不锈钢电焊机等设备22种。展示时间:地点:2024年8月5日至8月9日在标的物所在地展示(统一组织)。交纳竞买保证金:人民币6000元;有意竞买者请携带有效身份证件,于2024年8月12日16时前向保证金收取处办理竞买登记手续。拍卖咨询登记时间:自公告之日起至2024年8月12日止(节假日除外)。拍卖咨询登记地点:天津河西区马场道188号。拍卖咨询电话:022-2312288、1860262771(再先)。

受委托,我委对以下物资废旧物资、废钢材、废金属、废钢材、废钢筋头、废旧钢板、废合金、废设备、废工程车辆、废电机、废变压器、活动板房、彩钢棚、废塑料、二手车、水泥罐、办公用品、废木料、龙门吊等以及珠宝、首饰、文玩、房产、土地、股权等面向社会公开拍卖。一、拍卖时间:2024年8月5日-2024年9月5日9:00-9:30、10:00-10:30、11:00-11:30、13:00-13:30、14:00-14:30、15:00-15:30、16:00-16:30、17:00-17:30、18:00-18:30、19:00-19:30、20:00-20:30。二、拍卖地点:中拍平台(https://paimai.caa123.org.cn)。三、展示时间:标的开拍前48小时;四、展示地点:标的所在地;五、报名时间:截止开拍前;六、竞买保证金:缴纳竞买保证金须联系拍卖公司或详见拍卖买卖合同须知;七、按拍买的要求缴纳竞买保证金。户名:河北玖贺拍卖有限公司,账号:9550880233428700123,开户行:广发银行槐安路支行,电话:18132605877。

受委托,我委近期将对以下标的进行公开拍卖:一、拍卖标的:蔚县南留庄镇南留庄村信用社储蓄所房屋一处。二、拍卖时间:2024年8月12日上午10时。三、拍卖地点:公司拍卖厅。四、开展时间及地点:2024年8月8日-9日,标的物所在地。五、竞买资格:自然人报名需提供身份证原件+复印件两张;企业报名需提供营业执照、法定代表人身份证、代理人身份证原件及加盖公章的复印件两张以及授权委托书原件。六、竞买保证金:金额及账户请来电详询。截止时间为2024年8月9日下午17时止。七、咨询电话:0313-8018118。

受委托,我委定于2024年8月12日9:30在天津市河东区十一经路金融大厦三层拍卖厅对天津市滨海新区开发区腾飞路9号102室房产(参考建筑面积约133.09m²)进行公开拍卖(详见拍卖文件)。展示时间:2024年8月7日-8日(统一组织)。展示地点:标的所在地。凡有意参加竞买者须在2024年8月9日16:00前支付竞买保证金20万元到拍卖人指定账户,以到账为准,否则不能参加竞买。联系电话:022-27314972。

浩龙天星城建集团有限公司,钱元洪于2024年4月17日向本机提交钱元洪的工伤认定申请,本机关于2024年4月22日受理,并于2024年7月8日作出《认定工伤决定书》(冀工人社险认字[2024]3514号),内容为:钱元洪同志于2022年10月4日受到的伤害,符合《工伤保险条例》第十四条(二)项、《最高人民法院关于审理工伤保险行政案件若干问题的规定》(法释[2014]9号)第三条第一款第四项的规定,属于工伤认定范围,现予以认定为工伤,由浩龙天星城建集团有限公司承担工伤保险责任。如对本决定不服,可在收到决定书之日起6个月内向蓟州区人民政府提起行政复议,或者60日内向蓟州区人民政府申请行政复议。因用其他方式无法送达,现依法向你单位公告送达《认定工伤决定书》,决定书自发出公告之日起,经过30日,即视为送达。联系地址:重庆市蓟州区通惠街道通惠大道69号市民服务中心A栋409室。联系电话:023-87268276。特此公告。

2024年7月12日,野翰县人民法院已经依法受理野翰亿尚木业有限公司(以下简称“亿尚公司”)破产清算一案,并指定江苏淮海潮律师事务所为亿尚公司破产管理人。管理人依据《中华人民共和国企业破产法》履行法定职责,现管理人未接管到亿尚公司的公章、发票专用章、合同专用章、营业执照正本。为维护债权人财产安全,确保破产清算案件顺利进行,管理人特此声明:亿尚公司的公章、发票专用章、合同专用章、营业执照正本自2024年7月12日起作废。自2024年7月12日起,因上述印章、作废证照产生的一切行为与亿尚公司管理人无关,亿尚公司及其管理人不承担任何责任。

2024年7月12日,野翰县人民法院已经依法受理野翰亿尚木业有限公司(以下简称“元盛公司”)破产清算一案,并指定江苏淮海潮律师事务所为元盛公司破产管理人。管理人依据《中华人民共和国企业破产法》履行法定职责,现管理人未接管到元盛公司的公章、发票专用章、合同专用章、营业执照正本。为维护债权人财产安全,确保破产清算案件顺利进行,管理人特此声明:元盛公司的公章、发票专用章、合同专用章、营业执照正本自2024年7月12日起作废。自2024年7月12日起,因上述印章、作废证照产生的一切行为与元盛公司管理人无关,元盛公司及其管理人不承担任何责任。

演唱会“柱子票”影响消费者现场体验

事件:今年以来,女子看凤凰传奇演唱会买到“柱子票”要求退一赔三、大张伟演唱会1300元门票看不到屏幕等话题引发舆论热议。有消费者反映,其在购票时,平台上并未标明其位置可能存在遮挡等问题,最终高价买来的票,现场实际观看效果却因视线被遮

挡而大打折扣。消费者就此问题向商家投诉时,要么遭遇演唱会主办方和票务公司互相推诿、不作为,维权陷入僵局;要么是商家承诺给予下次购票“优先权”等补偿,但如此不痛不痒的补偿,很难弥补消费者在这一过程中的实际损失。

点评:演唱会市场火热的当下,观众追求现场体验却面临可能买到“柱子票”的风险,这无疑是对消费者消费热情的一种损耗。6月20日,上海市闵行区人民法院对梁静茹演唱会“柱子票”案进行一审公开宣判,将“柱子票”定性为演唱会主办方瑕疵履行,属于违约行为,

要求上海魔方泛文化演艺有限公司按阶梯式退票比例退还票款。舆论认为,这起案例在维护消费者的知情权、自主选择权和公平交易权上起到了积极意义,为未来进一步完善演唱会售票、退票机制规范化指出方向,“值得所有主办方都来看看”。

“叫花鸡里没有鸡”暴露商家“推责”问题

事件:今年“五一”期间,起因“叫花鸡里没有鸡”引发的消费投诉事件受到舆论关注。有消费者在浙江杭州河坊街购买叫花鸡,打包带走后却发现“只有土、没有鸡”,事后商家作出“临时工给拿错了”的解释,被网民质疑是“推责”。相近时段内,云南

大理一起消费者投诉商家“六两蓝莓当一斤卖”事件同样引发网民热议,该事件中商家辩称“大理都是这样卖”等言论受到网民批评。两起事件中,当地监管部门均在事后及时采取相关措施,依法依规对涉事商贩进行处置。

点评:通常来看,节假日期间文旅消费热情高涨,消费者对文旅产品和服务关注较为集中,消费投诉和维权话题易成为讨论热点。舆论认为,一些文旅热点地区个别商户的违规行为,极易在网络平台发酵,影响公众对当地的“第一印象”。监管部门应本着“小事不小”的理念,督促侵权商家有效回应舆论关切,惩处违法违规行,避免“千里之堤

毁于蚁穴”。此外,在类似事件中,不少网民一方面对消费者“较真”的行为给予肯定;另一方面也结合自身经历表达了对于在“人生地不熟”等条件限制下,景区消费纠纷难以妥善解决的担忧之情。因此,有关部门及相关部门应及时针对投诉发生后如何快速、有效地处理等舆论诉求,及时完善相关维权途径,消除消费者的困扰。

平台经济大数据“杀熟”频现

事件:预订酒店“黄金会员比普通会员贵”;打车软件“钻石会员”价格高于新会员;三个账号购买同一趟航班同一舱位,价格最多相差900多元……今年以来,大数据“杀熟”遭消费者质疑的事件仍屡屡引发热议。这其

中,一些平台通常以“时间不同、地点差异导致价格浮动”“新用户有优惠”等理由,为其行为开脱,但消费者并不认可。消费者认为,平台只是想凭借其信息优势地位在大数据“杀熟”问题上“蒙混过关”。

点评:在 multic 相关事件中,消费者反映在维权过程中遇到渠道不通等问题。平台客服针对消费者的回应大多含糊不清,给不出具有实际意义的解决方案,而消费者以诉讼方式维权又费时费力,且困于算法技术壁垒,举证极为困难。如何解决这一在出行、购物等领域影响消费体验的问题已是

当下消费者的重点关切之一。今年发布的《网络反不正当竞争暂行规定》《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》等均对大数据“杀熟”提出了应对措施,引发公众对治理网络市场乱象的讨论。舆论期待,相关文件要求尽快落实,打破对于此类问题“人人喊打又办法不多”的局面。

“职业闭店人”成为预付式消费维权阻碍

事件:近年来,在一些早教机构、健身房、理发店、瑜伽馆“老板跑路”引发的消费维权事件中,“职业闭店人”群体愈发受到舆论关注。不少消费者反映“职业闭店人”似乎成为商家

跑路的“帮凶”。商家因经营不善而闭店,聘请“职业闭店人”参与收尾工作,看似是给消费者提供了一条维权途径,实际上这些“职业闭店人”对消费者协商退还预付款等合理诉求不予

回应,或是给出虚假承诺,徒增消费者的维权成本。甚至有的“职业闭店人”与“跑路商家”狼狈为奸,打起“割消费者韭菜”的歪心思,钻法律的空子,以实现不法目的。

点评:“职业闭店人”帮助“跑路商家”逃避法律责任的做法,极大损害了预付式消费商业模式在消费者心中的信誉,损害了营商环境。部分媒体在“起底”职业

闭店人”报道中表示,“职业闭店人”群体及相关“配套服务”,有逐渐形成一条灰色产业链条的风险。针对“职业闭店人”这类游走于灰色地带的群体,国家相关职能部

门应当尽快采取措施予以规范整治,对其身份和性质进行认定,并且有针对性地完善市场主体登记管理制度,让“职业闭店人”无空可钻。

“被直播”为商家引流遭消费者投诉

事件:直播经济日益流行,健身、吃喝、理发、妆造等越来越多的消费场景被商家搬进了直播间,但个别商家并未告

知消费者其正在直播的实情,导致事后产生了“被直播”争议。在“客人泡温泉被直播”“顾客做美甲被直播1小时”等

事件话题讨论中,消费者认为商家有“偷拍”之嫌,其行为侵犯了消费者的隐私权、肖像权。

点评:商家通过短视频或直播形式展示真实消费场景、宣传推广自家产品从而引流,本身无可厚非,但需要分场合、分时段、分情境,不能不顾消费者正当权益。消费者购买商品或服务本身是为了追求良好的消费体验,商家的直播

引流行为若一味追求“流量”而侵犯消费者,无疑本末倒置。值得重视的是,一些商家之所以热衷直播消费场景,其背后是平台推荐机制所致。舆论认为,平台应是否允许直播顾客消费行为的相关规定,增加相应管理规范制度,强调

商家直播应征得消费者同意等原则,督促商家树立边界意识;在技术层面上,平台还可提供马赛克等手段对直播画面进行模糊处理,化解消费者信息保护和商家宣传推广的矛盾,共同维护健康良性的直播生态。

中消协公布今年上半年消费维权舆情热点

编者按:8月1日,中消协发布上半年消费维权舆情热点。中消协指出,“职业闭店人”成为预付式消费维权阻碍;微短剧付费乱象、内容违规问题频发;网络平台自动续费“开通容易退订难”;平台经济大数据“杀熟”频现;“被直播”为商家引流遭消费者投诉等案例涉及的消费维权问题较为突出,严重影响消费体验,成为2024年上半年困扰消费者的痛点、难点、堵点。中消协认为应加强监管,保障消费者权益,推动行业健康发展。

□ 本报综合整理

现制饮品品牌屡现过期食材等问题

事件:上半年,书亦烧仙草、茶百道、茉酸奶等新式茶饮品牌“致歉”屡上热搜榜,食材超过有效期、店员责任意识差、门店管理流程混乱等导致的

食品安全问题是这些品牌被媒体曝光的重要原因。有的品牌以“新鲜现做”为卖点却无法保障食材的安全性,引来消费者直呼“塌房了”。相关事件

点评:当前茶饮行业市场竞争激烈,相关事件暴露出品牌在快速扩张的同时一味追求经营业绩,忽略了保障消费者权益的本质性问题。新式茶饮品牌方应在

确立一套严格、健全的食品安全管理制度的基础上,把制度落实、落细。尤其是在加盟模式盛行的行业发展态势下,部分品牌一出事就指望用一纸声明来表明是加盟

商“违约”,将“终止加盟商资质”,以此撇清责任,这样的做法不能有效解决消费者权益受损问题,因而难以挽回品牌在消费者心中的信誉。

租赁市场“提灯定损”类乱象困扰消费者

事件:今年3月下旬,有网民发视频称,其退租江西玉山一处房屋时,遇到房东提着探照灯逐寸检查房

间,并被索赔超万元,“提灯定损”一时间引发热议。网民认为,房东在租客退房时验

收是其正当权益,但以超出房屋正常损耗的、严苛的理由向租客索要巨额赔偿并不合理。

点评:“提灯定损”事件戳中了不少租房者的痛点,除玉山外,相似案例也被金华、南京等地网民曝光,这在一定程度上说明现房房屋租赁市场定纷止争缺乏有效权威的依据和手段。不仅是房屋租赁,克扣押

金、强制要求赔偿等情况也出现在其他租赁关系中,如在4月,一起消费者质疑“鑫盛租车”租车行因微小划痕而扣除押金并要求赔偿的“提灯验车”事件,也同样引发舆论对如何保障承租人权益的讨论。舆论认

为,“提灯定损”“提灯验车”等事件的走热,是租赁市场消费者权益受损问题的集中体现。这给行业各方带来警示,在促进租赁市场健康发展的过程中,还需进一步落实相关保障措施,切实维护承租人合法权益。

微短剧付费乱象、内容违规问题频发

事件:微短剧行业快速发展的当下,其付费乱象、内容违规等问题引发不少消费者“吐槽”。在“绝世短剧”APP上充值后却发现可观看的微短剧数量过少;“骑士短剧”APP声称开通会

员“可畅看平台所有短剧”,实际上需要跳转至第三方平台,且可能额外付费……诸多案例中,消费者维权时常面临“找不到人工客服”“平台规定虚拟商品一经售出概不退换”等困扰。此外,

微短剧内容不当也引发了消费者在付费后能否“物有所值”的疑虑。有消费者称,很多微短剧宣传的时候用低俗、庸俗、擦边的内容作为“卖点”,刷手机时看到会令人感到不适。

点评:今年以来,《大佬,你女儿被婆婆家欺负惨了》等内容存在违规情况的微短剧被平台下架,制作公司九州文化被广电总局约谈。微短剧制作商依靠违规

内容博人眼球的做法,破坏行业良好生态,扰乱网络视听节目传播秩序,存在造成“劣币驱逐良币”的隐患。在微短剧行业快速发展的机

遇期,有关部门加强行业监管、做好规范引导,压实主体责任、尊重消费者的需求和感受,是保障消费者权益、推动行业高质量发展的必要之举。

网络平台自动续费“开通容易退订难”

事件:今年1月,有消费者在退订网络平台会员时,遭遇“关闭自动续费仍被扣费”的事件话题登上热搜。一些商家以相比于订阅季度或年度会员更

优惠的价格推出自动续费会员服务,有的消费者在开通自动续费后立刻关闭自动续费,以免到期遗忘。然而,有消费者在被扣费后才发觉,自动续费不仅需要

在APP内关闭,还需要在移动支付端关闭,甚至需要“反复查看攻略才能找到如何关闭的方法”,商家在自动续费功能上存在“层层套娃”问题受到质疑。

点评:自动续费功能原本是一本“好经”,消费者能以更划算的价格获取会员服务,商家也能借此增加用户黏性、提高平台盈利能力。若商家在推广此类措施的过程中忽

视消费者的知情权、选择权,以不良手段诱导消费者开通,或是阻碍消费者关闭,无疑是“把好经念歪了”。此外,自动续费涉及网络服务提供者、应用商店及支付平台等多个环

节,续费政策不一也导致消费者体验不佳。舆论呼吁,行业各方应依照相关规定,在提供此类服务前,必须对消费者进行显著提示,且在服务环节不设置障碍,让消费者实现轻松退订。

消费者购车遇4S店“价外加价”

事件:今年3月上旬,海口一家雷克萨斯4S店因涉嫌“价外加价”行为被推上风口浪尖。面对消费者的维权诉求,在接受有关部门工作人员约

谈时,该店客服经理不以为然、态度强硬,不仅拿不出公司关于增值服务收取的相关条款,还直言“那您就立案呗,我们鉴定一下”。相关视频

在社交平台传播后引发网民反感,批评经销商漠视消费者权益、罔顾法律底线。随后,涉事公司发声致歉,当地市场监管部门对店铺作出处罚。

点评:在事件话题讨论中,有消费者称,该店客服经理“嚣张”态度的背后是加价提车现象在一些高档车市场中屡见不鲜,经销商以“提车

费”“加急费”等名义要求消费者在标价之外支付额外费用的做法,似乎已成为行业内长期存在的“潜规则”。舆论期待,相关部门通过有效

的处置措施能够进一步明确价外加价行为的法律边界,切实维护消费者的合法权益,督促汽车经销商提升法律意识,做到规范经营。