从24小时自助健身房到社区健身驿站

全民健身实现全时全域无缝衔接

□ 本报记者 刘 元

8月8日是我国第16个全民健身日。近年来，随着健康生活理念深入人心，国内健身市场迎来了前所未有的热潮，其中，自助健身房与社区健身驿站受到不少消费者青睐，健身消费已经成为人们追求健康生活方式的重要一环。

早晚错峰 健身融入日常生活

“由于工作经常加班，24小时自助健身房是我减肥路上必不可少的‘伙伴’。”北京市朝阳区消费者袁女士告诉记者，自助健身房没有时间限制、随到随练，没有人追着推销私教课，会员卡全城门店通用，这些都让她觉得自助健身房很适合自己。

自助健身房并非新鲜事。记者在美团平台搜索“24小时自助健身房”发现，北京地区自助健身房已有不少。以健身卡销量较高的乐刻健身为例，其新人专享的“7天会员+团操”套餐年销量超过32万份，不限新老（用户）的“健身月卡+团操课”套餐年销量也超过3.4万单。

越来越多人在工作后选择运动作为放松的手段，进一步将健身融入日常生活中。以乐刻为例，数据显示，进入暑期以来，乐刻门店高峰时段为每日17时至22时，高峰时段延长了1小时，到店人数也较上月增加了5%。其中，7月，18至24岁用户群体的活跃人次较6月增长23.9%，团课约课数量环比增长6.4%。

乐刻运动公关总监杨书挺在接受记者采访时表示，“目前消费者的健身习惯正在发生改变，更多人会选择在早上或晚间错峰健身。消费者安排相应的健身课程也会更加灵活，很多用户会把私教课安排在早上，用运动的方式来开启全新的一天。”

图为市民正在使用室外智能健身房。 受访者供图

杨书挺介绍，为满足不断增长的用户需求，乐刻从3月开始，根据各门店和商圈的用户情况，逐步增设团课课程并调整课程结构。与去年四季度相比，乐刻课程供给增加了25%，然而个别门店还是存在团课“一席难求”的情况。

当提及相较传统健身房的优势时，业内人士表示，24小时自助健身房对于大多数人更加便利、友好、门槛低、自由。首先是时间便利，没有营业时间的限制，能满足消费者各时段健身的需求，其次是健身方式便利，消费者通过手机APP就能在线完成扫码开门、课程购买、团课预约、运动记录等操作，用户可获取专业化、个性化的测试报告和训练方案推荐，这也进一步提升了用户体验和健身房的运营效率。

社区健身驿站点亮“科技树”

《全民健身计划（2021-2025年）》指出，“到2025年，全民健身公共服务体系更加完善，人民群众体育健身更加便利，健身热情进一步提高，各运动项目参与人数持续提升，经常参加体育锻炼人数比例达到38.5%，县（市、区）、乡镇（街道）、行政村（社区）三级公共健身设施和社区15分钟健身圈实现全覆盖”。

作为打通全民健身最后一公里的基层枢纽，社区健身驿站是真正意义上百姓家门口的健身房，发展好社区健身驿站对于促进全民健身更高水平发展意义重大。

近年来，不少社区健身驿站引进了室外智能健身设备，凭借科学、智能的优点获得了不少市民青睐。

深圳莲花山公园内设有两处室外智能健身房，分为体质测试区、智能数字训练区、智能竞赛区等，一到工作日或周末傍晚，这里便成了公园人气最旺的地方，几乎每个器材都有人使用。“我经常在晚饭后来锻炼，这里的健身设备比以前先进很多，能帮助构建系统科学的健身计划，关键是离家近还免费。”市民高先生说。

莲花山公园管理处安保部负责人在接受媒体采访时表示，最近来锻炼的人很多，特别是下午五点到九点左右，来锻炼经常要排队，年轻人下了班过来，热情很高。”

实际上，从公园到社区再到产业园区，室外智能健身房的布局正走向全国，使用数据与往年相比稳步增长，市民接受度越来越高。室外智能健身房行业较有代表性的企业好家庭提供的数据显示，截至目前，好家庭室外智能健身房已在全国超过100个城市落地500余套，累计使用人数超过1000万人，累计使用人次超过1亿，月均新增用户17万人，本月新增用户43万人。

室外智能健身房为何如此受欢迎？它智能在哪？“我们将国家队数字化运动功能训练理念与技术应用到全民健身基础设施，并融合人工智能、物联网、云计算、大数据等技术，为全民提供生态化、智能化、数字化的科学健身整体解决方案。”好家庭相关负责人在接受记者采访时表示，“举例来讲，我们研发的AI体质测试指导运动训练，通过13项身体能力测试与14项循环心肺力量训练结合，针对不同身体部位、肌群进行科学的专项训练。同时，为打破被动健身障碍，我们在手机小程序上打造了‘体测预警+定制方案+智能教练+社交竞技’的个性化科学健身模式，能完成全流程、全周期运动训练，打造主动健康新场景。”

值得一提的是，所有智能健身设备可测试、可训练、可竞赛。该负责人告诉记者，这些设备不仅满足全民日常科学健身，还支持线下比拼、在线较量的“云竞赛”，能打破全国性体能运动会在时间与空间上的限制，丰富全民健身赛事活动体系。

中国香化协会启用新版形象标识

本报讯（记者 **王薛淄**）日前，记者从中国香料香精化妆品工业协会（以下简称“中国香化协会”）获悉，为进一步明确协会新时期的发展方向与战略定位，凝聚行业共识，确立共同信念与价值观，推动行业高质量发展，协会近期设计了新版形象标识（LOGO），并拟定了协会的使命、愿景、价值观和口号，自2024年8月16日起，协会正式启用新版形象标识、使命、愿景、价值观和口号，同时停止使用原形象标识图片。这一重要举措标志着协会在品牌建设和发展理念上迈出了新的步伐。

中国香化协会新版形象标识由图形、全称、简称三部分组成。图形部分巧妙结合了中国印与梳妆镜的造型，以篆刻艺术形式表现“中国香妆”名称。这一设计不仅便于识别与传播，更蕴含深意：“中国印”象征认证与信誉，代表协会的公信力；“梳妆镜”则象征对美的追求，凸显香妆行业成就美好的特有属性；简称部分，在协会英文简称中，首字母C代表中国（CHINA），与标志的主图形相呼应，强调打造世界一流香妆行业协会的愿景。在色彩上，新版标识采取红与黑的撞色设计，形成强烈又和谐的视觉冲击力，其中，红色选用蕴含中国文化特色的朱砂红，与梳妆镜的联想更加直观，朱砂也是中国传统化妆品的常见成分，这也赋予标识鲜明的文化特色。

除了形象标识的更新，协会还明确了新的愿景、使命、价值观和口号。愿景是成为世界一流的香妆行业协会；使命是致力中国香妆行业可持续发展，让美点亮生活；价值观则是共创、共进、共享、共赢、共生；口号为“汇聚美力，成就美好”。

化妆品不仅是物质层面的消费品，更承载着消费者对美的追求和情感寄托。品牌通过独特的文化、理念和形象与消费者建立情感连接。对此，香化协会表示，新版形象标识的印章、梳妆镜、朱砂红都是来自东方的审美元素，展现中国香料香精化妆品工业协会为美而生的东方魅力，而标识图形、中英文全称、英文简称等四组要素按适配比例进行组合，在有效传递品牌信息的同时，也体现了视觉上的和谐统一。这一系列新元素的启用，不仅是对协会品牌形象的全面升级，更是对协会发展理念和行业责任的深刻诠释。它们将引领协会在新的发展时期，更加明确方向，凝聚力量，推动中国香料香精化妆品行业的高质量发展，让美点亮更多人的生活。

中国香料香精化妆品工业协会
CHINA ASSOCIATION OF FRAGRANCE FLAVOUR AND COSMETIC INDUSTRIES
CAFFCI

图为中国香化协会新标。

中国玩协四展定档10月

潮玩品类再升级 产业集群展成果

本报讯（记者 **暴梦川** 文/摄）记者日前从中国玩具和婴童用品协会获悉，由中国玩具和婴童用品协会（以下简称“中国玩协”）主办的CTE中国玩具展&潮玩展、CLE中国授权展、CKE中国婴童用品展、CPE中国幼教展（以下简称“中国玩协四展”）将于10月16日至18日在上海新国际博览中心举办。

中国玩协相关负责人介绍，本届中国玩协四展的展览面积达到23万平方米，汇集了超过2500家国内外玩具、品牌授权、婴童用品、托幼教等行业的知名企业参展。这些企业将携带2500多个正版IP、5000多个品牌、超过50万个产品亮相本届展会，预计将吸引超过10万名专业观众到场参观。

据了解，中国玩协自2002年开始举办行业展会，至今已成功举办二十一届。中国玩协相关负责人表示，协会一直秉承“共享跨界资源、引领创新趋势”的理念，为推动产业质量持续增强、产品质量水平显著提升和产业链供应链稳定提供支持。经过多年积淀，CTE中国玩具展&潮玩展、CLE中国授权展、CKE中国婴童用品展、CPE中国幼教展已成为国内外品牌商、渠道商、进口商精准对接、高效合作的专业化贸易平台，尤其是CTE中国玩具展&潮玩展，已发展成为亚洲规模最大的玩具展会。

记者注意到，与往届不同的是，CTE中国玩具展的名称在本届变为CTE中国玩具展&潮玩展。增加“潮玩展”的背后，是国内潮玩产业的蓬勃发展。《潮玩产业发展报告（2023）》提到，中国潮流玩具零售的市场规模从2015年的63亿元增长至2021年的345亿元，2017至2021年间复合年均增长率达到34%。

此前，中国玩协一直关注潮玩领域的发展。在今年举行的第十五届中国玩具和婴童用品创意设计大赛将主题定为潮流玩具设计，设计品类包括但不限于手办公仔、机甲模型、棉花娃娃等潮流玩具类产品。中国玩协副秘书长于福亮此前表示，希望通过该大赛，能够进一步提升潮流玩具行业的设计研发水平，推动潮流玩具产业的升级和创新发展。

除了潮玩领域将成为本届展会的一大亮点外，广东澄海、东莞、深圳，浙江云和、永嘉、宁波、平湖，山东青岛、临沂，江苏宝应，福建泉州，陕西安康，浙江义乌，河北白沟等国内20个玩具产区也将集体亮相本届展会。中国玩协相关负责人介绍，这些产区的优质龙头企业和工厂将联袂组成规模庞大、亮点丰富的参展群体，全面展现产业集群转型升级的高质量发展成果。

图为观众在2023年中国玩协四展现场参观。

据了解，CTE中国玩具展&潮玩展的展示品类覆盖婴幼儿玩具、智能玩具、潮流及收藏玩具、益智玩具及游戏、DIY玩具、软身玩具及娃娃类、电子及遥控玩具、户外及运动用品等十七大类玩具，以及原材料、包装设备、技术服务、设计服务等全产业链，全面展示全产业链的新趋势。

外贸企业抢抓“凉”机 解暑降温产品热销海外

今年夏天，全球多地遭遇高温“烤”验。罕见高温令中国各类解暑降温商品在海外迅速“走红”。大到冰箱、空调，小到凉席、防晒服……我国与“清凉”相关的产品出口火热。业内人士表示，中国降温产品热销海外，背后是中国外贸企业凭借敏锐的嗅觉，抢抓商机，升级产品，积极应对国际需求变化，努力培育竞争新优势。

制冷大家电出口增幅明显

近段时间，浙江星星冷链集成股份有限公司台州生产基地生产线满负荷运转，最快每10秒就有一台冰箱或冷柜下线。今年5月以来，该企业主打的冰淇淋冷柜每月出口1万台，小型冰箱每月出口4万至5万台。

“我们主要生产家用、商用的冷藏和冷冻柜等，产品出口全球100多个国家和地区。气温偏高的情况下，大家对清凉产品的需求也在增加。今年上半年，企业出口额达9亿元人民币，同比增长15%。”星星冷链外贸部部长邹雨华说。

在持续高温带动下，今年夏天，我国冷风扇、空调、冰箱等家电出口增幅明显。海关总署数据显示，今年1月至7月，我国累计出口空调4312万台，同比增长24%；出口冰箱4672万台，同比增长24%，出口电扇4.3亿台，同比增长47%。

阿里国际站数据显示，今年上半年，我国电扇、空调出口额同比增长15%。进入第二季度后，风扇和空调等夏季制冷家电海外采购需求同比增速达到54%。

“消暑”小商品走俏海外

不仅“清凉”大家电出口火热，高温之下，迷你防晒装置、防晒衣凉席等清凉用品也格外受到海外客户欢迎。

速卖通数据显示，今年6月小风扇类商品环比日均订单增长近5倍。家住深圳的魏先生是一家主营迷你电风扇、挂脖风扇等各类降温小电器的企业负责人，今年4月他加入了跨境电商平台速卖通，趁着“热风”快速成为平台上的新星商家。“我们刚加入速卖通就遇上‘超级爆发日’活动，第一期，就卖出了5000台风扇。现在月销量轻轻松松突破2万台。”魏先生说。

除了小风扇，凉席也是“三伏天”里热门的“消暑神器”。近日，在位于浙江省湖州市的安吉峰强竹艺有限公司的生产车间内，凉席加工生产线与室外的烈日一样“火热”，工人们正赶制出口越南的竹席订单。“东南亚的竹席需求火热，尽管受到一些外贸形势影响，但订单量总体稳定，上半年出口增长了20%。”公司负责人高峰说。

据湖州海关统计，上半年，安吉出口竹席、竹帘等918批次，货值2700万美元，同比增长190%、197%。

积极应对国际需求变化

中国降温产品海外热销的背后可以看出越来越多的中国外贸企业正凭借敏锐的嗅觉，抢抓商机，升级产品，积极应对国际需求变化，努力培育竞争新优势。

“我们提前调研国际市场对空调类产品的需求，关注产品创新、功能升级等方面的客户体验，建立了针对不同国家的特色营销方式；同时在海关多项政策的支持下，物流成本也在不断下降，今年美的集团出口空调类制冷产品约90万套，同比增长25%。”美的集团关务负责人赵龙说。

专家表示，中国降温设备在海外热销，是中国制造业转型升级和国际化发展的一个缩影。近年来，中国制造业不断向高技术、高品质方向迈进，通过技术创新和品牌建设，提升了产品的附加值和国际竞争力。同时，中国制造业还积极适应全球市场需求变化，推出了一系列符合国际标准、满足消费者多样化需求的产品。

“中国的产业链、供应链、价值链完备齐全，为生产制造创造了强大的外部规模经济效应，产业间相互依存、相互支撑以及外部规模经济所形成的价格优势，都为外贸供应链体系创造了很好的基础条件。”南开大学副校长盛斌表示。

（中国证券报）

鸟类饲养热度快速增长

智能化设备为小体型宠物饲养提供便利

□ 本报记者 **张钰格格** 文/摄

暑热还未完全消退，在室内看动物成了消费者出行的新选择。在北京新官园花鸟鱼虫市场内，记者看到各种观赏鱼、爬宠、鸟类、兔子、蜜袋鼯等小型宠物展柜位列走廊两侧，不少家长带着孩子来这里挑选宠物，还有年轻消费者来这里取景拍照，更有资深的养鸟爱好者让小鹦鹉坐在自己肩头“遛鸟”。

“我这里有豹点蟹、沙螃蟹、拉氏访地螃蟹、丽彩拟瘦招潮蟹等多种螃蟹，你喜欢哪个我可以给你捞出来看看。”在一家售卖宠物的店内，老板正在为一位小朋友介绍螃蟹的种类。家长告诉记者，孩子特别喜欢水里的生物，每次去海边都会抓一些螃蟹回来，但由于饲养环境和设备不够专业，没能长久的养下去，这次专门来购买宠物螃蟹和养殖缸，希望能让小螃蟹长久的成为家里的一份子。

水族店老板告诉记者，“龟是店内销售情况最好的宠物，其次是淡水鱼虾、蟹、海水鱼，还有很多消费者看了网络上的视频，种草了可爱的六角恐龙（进口小蝾螈），拿着视频截图进店咨询。”

不仅水族动物适合饲养，还有其他类的小体型宠物受到了消费者的关注。亚宠研究院近日发布的《宠物行业蓝皮书：2024中国宠物行业发展报告》显示，从线上零售相关数据来看，水族小宠市场约占整体宠物市场的20%，饲养水族两爬类宠物的消费者是仅次于犬猫的第三大养宠人群。尽管目前小宠销售额远低于水族，但从2024年上半年电商平台销售额增长表现来看，啮齿类、鸟类、兔类三大主要小宠赛道用品增速同比均达到三位数以上，是水族增速的1.5—3倍，其中鸟类用品成交体量和增速引领综合电商平台小宠相关销量增长，啮齿类小宠用品在短视频平台表现更好。啮齿类小宠是最受欢迎的小宠饲养品种，仓鼠、龙猫、豚鼠是较为热门的饲养品种。鸟类饲养热度快速增长，鹦鹉占据鸟类饲养的七成，芦丁鸡饲养热度超过柯尔鸭成新宠宠物兔饲养人群占比位列第三。此外，蜜袋鼯受追捧，刺猬、貂等其他小宠也逐渐受到关注。

为何越来越多的年轻人愿意饲养小宠？注册国际投资分析师付学军表示，“年轻人兴趣使然是一方面，另一方面是因为懒人经济的发展，催生出更多智能化养宠设备，如智能喂食器等，这些设备可以自动完成宠物饲养的许多繁琐任务，为年轻人提供了一个更加便捷、轻松的宠物饲养方式。”

付学军表示，懒人经济催生出的各种智能化设备不仅为小宠饲养提供了便利条件，也推动了小宠市场的增长。从线上零售相关数据来看，啮齿类、鸟类、兔类三大主要小宠赛道用品增速同比均达到三位数以上，小宠饲养市场有着巨大的潜力和增长空间。

图为新官园花鸟鱼虫市场内销售的蜜袋鼯。

公告栏

江苏省盱眙县人民法院公告
（2024）苏0830破39号

2024年8月20日，江苏邦达铜业有限公司破产管理人以江苏邦达铜业有限公司已不能清偿到期债务，明显缺乏清偿能力，并且不存在重整、和解的情况，向本院申请宣告破产。本院经审理初步查明：江苏邦达铜业有限公司于2012年10月24日在盱眙县行政审批局登记设立，注册资本1000万元人民币，现股东为何宝平、陈崇木，由何宝平担任法定代表人。本院于2024年6月24日裁定受理江苏邦达铜业有限公司破产清算一案，于2024年8月19日召开了江苏邦达铜业有限公司第一次债权人会议。经管理人调查，江苏邦达铜业有限公司资产总额为1348247.9元，截至2024年8月19日，经债权人会议审核已确认的债权为55589618.02元。江苏邦达铜业有限公司已经不能清偿到期债务，且资产不足以清偿全部债务。本院认为，江苏邦达铜业有限公司已经不能清偿到期债务，且资产不足以清偿全部债务，符合破产条件，江苏邦达铜业有限公司管理人的宣告破产申请应予准许。依照《中华人民共和国破产法》第一百零七条的规定，本院于2024年8月20日裁定宣告江苏邦达铜业有限公司破产。特此公告。

水泥窑预燃炉及填埋场固化技改项目环境影响评价征求意见稿公示

（一）网络链接及查阅纸质报告书的方式和途径：网络途径：https://pan.baidu.com/s/1plkAA789UM-hge86FaRN7A?pwd=aqwn（提取码：aqwn）。查阅方式和途径：通过邮寄或现场查阅纸质报告。建设单位联系电话：15008601760。地址：吴忠市盐池县惠安堡镇。环评单位联系电话：1576967949。邮箱：1536021552@qq.com。地址：宁夏银川市金凤区金榜铭园写字楼13楼。（二）征求意见的公众范围：受项目直接、间接影响及关注该项目的单位和个人。（三）公众意见表的网络链接：链接：https://pan.baidu.com/s/1mZDXnQlHrXZRo9rQ25qzwA?pwd=62f4（提取码：62f4）。（四）公众提出意见的方式和途径：通过邮寄、电子邮件等形式向建设单位或环评单位反映意见和建议。（五）公众提出意见的起止时间：自本公示起10个工作日内。

宁夏上峰萌生环保科技有限公司
河南鑫恒泰化妆科技有限公司年产500万套高档化妆用具生产线建设项目
环境影响评价公众参与第二次公示

一、环境影响报告书征求意见稿全文的网络链接及纸质版报告查询方式：全文公示链接https://pan.baidu.com/s/1GiTlyGof4oOyjGZGUTHReQ 提取码：p2b5。纸质版报告查询方式及途径：河南鑫恒泰化妆科技有限公司，联系方式：林正毅15718331669。二、征求意见的公众范围：征求意见稿所述各环境要素评价范围内居民、企事业单位。三、公众意见表的网络链接：https://pan.baidu.com/s/1CiIQuw6ZELacr29GN8t2Uw 提取码：4eg5。四、公众可将意见发至邮箱：290298431@qq.com。五、公众意见提出意见时间自发布之日起10个工作日内。

杨威龙、韩广林：本院受理原告杨德群与被告杨威龙、韩广林、大家财产保险有限责任公司江苏分公司机动车交通事故责任纠纷一案，现依法向你公告送达（2024）苏0903民初308号民事判决书，限你自公告之日起30日内来本院高新区法庭领取民事判决书，逾期视为送达。如不服本判决，应在公告期满后15日内向本院递交上诉状及副本。逾期本判决即发生法律效力。

江苏省盐城市盐都区人民法院

郭芝伦：本院受理（2024）黔0113民初4046号卢凤英与冒家运、郭芝伦民间借贷纠纷一案，因你外出下落不明，现依法向你公告送达起诉状副本、应诉通知书、诉讼权利义务通知书、诉讼风险提示书、举证通知书、适用普通程序通知书、案件跟踪监督卡及开庭传票。自本公告发出之日起经过30日，即视为送达。提出答辩状的期限和举证期限分别为公告期满后的15日内，并定于举证期限届满后的第3日上午9时(遇法定节假日顺延)在贵州省贵阳市白云区人民法院第六法庭公开开庭审理，逾期将依法缺席裁判。特此公告。

贵州省贵阳市白云区人民法院

宜宾仲裁委员会公告

四川置安家房地产营销策划有限公司宜宾分公司、四川置安家房地产营销策划有限公司：本会受理申请人刘芳与你们公司之间的合同纠纷一案，案号为〔2024〕宜仲案字第9号，经公告送达相关仲裁资料后依法缺席开庭，现已作出裁决，现依法向你们公司公告送达〔2024〕宜仲案字第9号裁决书。自公告之日起30日后即视为送达。地址：四川省宜宾市叙州区南岸街道酒都剧场11号门4楼，联系电话（0831）2331001。

宜宾仲裁委员会
2024年8月23日

声明

本人于2019年度在10张空白纸张上签署本人姓名，上述纸张已脱离本人管控。本人声明：该10张空白纸张本人签字无效，未经本人另行书面同意，本人不承担该10张空白纸张记载的关于本人的任何权利义务。

声明人：孟建宇
2024年8月23日

保险许可证住所变更公告

机构名称：百年人寿保险股份有限公司霍林郭勒支公司。许可证号：00129096。许可证机构编码：000138150581。机构住所变更为：内蒙古自治区通辽市霍林郭勒市上京商务中心17楼17号。业务范围：人寿保险、健康保险、意外伤害保险等各类人身保险业务;经保险监督管理机构批准的其他业务。发证日期：2024年08月13日。联系人：古岩松。邮政编码：028000。联系电话：18648581110。

遗失声明

贵州元川锦绣汽车服务有限公司(统一社会信用代码91520502MAAJXCXK9Y)遗失工商营业执照正本，声明作废。

遗失声明

萍乡俊姐家政有限公司遗失公章：3603020558848、法人章（胡俊）：3603020558851，声明作废。

遗失声明

奈曼旗晟宏食品有限公司将银行预留印鉴公章丢失，印章编码：150525100016 93，法人：陈冰丽，开户银行：内蒙古银行股份有限公司通辽奈曼支行，账号：861057101421005799，声明作废。

遗失声明

江西省众邦茂林科技有限公司遗失公章：3609020623582，声明作废。

遗失声明

梨树县林海镇利农农民专业合作社公章丢失，编码:2203222007933，声明作废。

遗失声明

黔南棂动运输有限公司遗失公章：5227012027216、发票章：5227012027217、合同章：5227012027218、法人章（张宗云）：5227012027219，声明作废。

遗失声明

呼伦贝尔市中兆建筑工程有限公司（统一社会信用代码91150702MACMPLA49Y）遗失公章、财务章各一枚，声明作废。

遗失声明

青县巷北酒馆（统一社会信用代码92130922MADN4X0A5L）遗失公章，印章编码:1309035012249，声明作废。

遗失声明

九台区长安石料有限公司遗失公章：2201811377999、财务章：2201811374275，声明作废。

登报电话：13234516797