第一批符合《电动自行车行业规范条件》企业名单公布

中国自行车协会：将进一步对行业起到示范和引领作用

本报讯（记者 **史晓菲**）8月22日，工信部公布第一批符合《电动自行车行业规范条件》（以下简称《规范条件》）企业名单。天津爱玛车业科技有限公司、台铃科技股份有限公司、雅迪科技集团有限公司、浙江绿源电动车有限公司、浙江雅迪机车有限公司、重庆雅迪科技有限公司6家企业上榜。中国自行车协会相关负责人在接受记者采访时表示，从公布的名单以及《规范条件》看，上榜企业为行业示范起到引领作用。

今年5月，《电动自行车行业规范条件》实施，《规范条件》在产品质量与管理环节方面，鼓励企业或所属集团加大研发投入，针对消费者升级需求，发展轻量化、智能化、网联化电动自行车产品，开展北斗高精度定位推广应用。企业或所属集团每年自主开发车型不少于10款、研发投入不少于上一年主营业务收入的2%。企业主要电动自行车产品具有技术发明专利。

我国是电动自行车生产、消费大国，2023年，全国电动自行车产量4228万辆。社会保有量已达4.2亿辆，平均每5户家庭就拥有大约4辆电动自行车。在产值方面，根据天津市工业和信息化局介绍，2023年，该市电动自行车制造业实现产值246.9亿元，而来自中国自行车协会的数据显示，天津电动自行车产量占全国的37%，由此推断出国内电动自行车产值在600多亿元。

因此，电动自行车不仅是我国工业制造业不可忽视的重要产品，也与万千普通家庭的生活息息相关。然而，电动自行车行业还存在着产业集中度不高、企业创新研发能力弱、质量保障能力不足等问题，与人民美好生活需要存在差距。中国自行车协会理事长刘素文就曾指出，电动自行车作为最为经济便捷的交通工具，是百姓出行的首选，但安全事故频发引发全社会关注，给行业敲响了警钟。可见，电动自行车行业亟待在政策引导、市场需求和技术进步的多重推动下，朝着高质量发展的方向前进。

《规范条件》能够行之有效地对电动车企业进行监督。中国自行车协会相关负责人说，特别是行业骨干企业应当发挥表率作用，提供高质量的产品，以满足消费者的需求。另外，在消费市场中，《规范条件》企业名单的公布也进一步消除消费者选购决策的壁垒，让消费者买得省心、用得放心。

进口格局生变 餐饮类乳品原料『热』起来

稀奶油、厚牛乳、轻牛乳产品

□ 本报记者 **暴梦川** 文/摄

国家奶牛产业技术体系奶业经济研究室日前发布的《中国奶业贸易月报2024年08月》显示，2024年1—7月，我国乳制品进口总量和进口额均出现明显下降，但奶油、炼乳、稀奶油等细分品类却呈现出不同幅度的增长。

数据显示，我国共计进口各类乳制品153.39万吨，同比减少14.4%；进口额64.62亿美元，同比下降18.1%。从主要品类来看，进口量比较大的产品几乎全部下降，其中进口量最大的产品大包粉减少20.4%，婴幼儿配方奶粉减少24.5%，乳清类产品进口减少8.2%，包装牛奶进口下降26.4%，奶酪进口也略有减少。

然而，在整体进口乳制品量价齐跌的背景下，奶油、炼乳、稀奶油等细分品类却在逆势增长。具体来看，1—7月共进口奶油类8.19万吨，同比增加5.3%；炼乳进口1万吨，同比增加7.6%；稀奶油进口15.54万吨，同比增加4.7%。

在独立乳业分析师宋亮看来，奶油等餐饮类乳制品进口量的上涨并不意外。“这主要得益于国内食品工业特别是餐饮、烘焙等产业的快速发展。过去十年间，烘焙、新茶饮等产业的迅速崛起，推动了奶油、炼乳、稀奶油等原料的进口需求持续增长。”

宋亮进一步指出，受生产成本、生产技术和工艺等因素影响，目前，我国高品质的奶油主要依赖进口，这也是奶油、炼乳、稀奶油等细分品类进口量增长的原因之一。

实际上，餐饮消费一直是乳业消费的重要增长点，近年来，随着国内餐饮市场的蓬勃发展和消费者对乳制品需求的多样化，乳制品企业在餐饮赛道的布局也日益加深。

2021年，蒙牛创立了专业餐饮品牌——蒙牛专业乳品，主要面向烘焙、咖啡、茶饮、餐饮等领域的品牌和商家供货。据悉，目前蒙牛专业乳品的销售额已超亿元。除了蒙牛，国内另一大乳制品龙头企业伊利也瞄准了餐饮市场，并在2019年通过整合国内外优质资源正式进军专业乳品领域。

众多乳企选择进入餐饮、烘焙等细分市场，看中的是细分市场的巨大潜力。据国家统计局、中国烹饪协会、中国饭店协会等权威机构数据显示，2023年全国餐饮收入达到了52890亿元，同比上升了20.4%，增速领跑其他行业。限额以上单位餐饮收入也达到了13356亿元，同比上升20.9%，显示出中高端餐饮市场的强劲恢复。与此同时，烘焙市场也展现出巨大的潜力，2023年全国面包烘焙市场规模预计将超过1276亿元，同比增长超过20%。

“目前，国内液奶增速滞涨，各乳企也在积极寻找突破口。一方面，乳制品企业纷纷推出适合餐饮渠道的产品，如定制化、小包装的乳制品，以满足餐饮行业对食材的特定需求。另一方面，乳制品企业积极与餐饮企业合作，共同研发创新菜品和饮品，推动乳制品在餐饮领域的广泛应用。这种深度合作不仅提升了乳制品在餐饮市场的渗透率，也进一步丰富了消费者的餐饮选择。”宋亮形象地比喻说，“‘苍蝇蚊子全是肉’，在激烈的市场竞争中，乳制品企业需要深入挖掘每一个潜在的市场机会。”

动漫角色扮演助推假发销量攀升

受众年龄层更加年轻 男性消费者占比正在加大

□ 本报记者 **刘 元**

在前不久结束的ChinaJoy展会现场，不少观众打扮成自己喜欢的动漫/游戏角色逛展。作为cosplay（角色扮演）的重要道具，假发凭借更换方便的优势成为每个cosplay爱好者的必选项。实际上，假发早已不是脱发人群的专属，越来越多的消费者用假发打扮自己，因此假发需求快速增长。业内人士指出，目前，多元化消费以及消费升级带来我国发制品行业市场集中度持续提升，品牌竞争力不断增强，产品远销海外。

受众年轻化 男性消费者增加

北京市丰台区消费者王女士经常买假发，“我买假发主要是想低成本尝试各种发型，换假发相比烫染剪方便快捷，像‘大波浪’‘空气刘海’之类的假发、发片家里有很多。”王女士告诉记者，因为只是想尝试新发型，所以并她不在乎假发的材质，更看重性价比，如果试到合适的发型还是会去理发店。但王女士的母亲与她截然相反，“我母亲是为了弥补发量不足才戴假发，很在乎质感，主要要求效果逼真，她买的一个头顶发片都在1500元左右。”

河南某假发生产企业在接受媒体采访时介绍，今年各项销售指标都在上升。在境外，线上和针对消费者端的零售量增长也在20%至30%之间。许昌市发制品协会提供的数据显示，今年以来，整个行业线上订单量增长达15%。

河南瑞贝卡发制品股份有限公司王慧贞告诉记者，“一般来说，每年9月是假发的销售旺季，接下来就是双‘11’、圣诞节，旺季将一直持续到次年3月，再加上现在跨境出海的销售渠道更加给力，我们对接下来下半年的销售还是很看好的。”

记者了解到，当前市场上假发产品品类多样，价格也有较大差距。原料采用化纤丝的假发价格一般在千元以内，而真头发制作的假发制品售价往往超过2000元，甚至有些长发款式售价超万元。

全国发制品标准化技术委员会秘书长张天有在接受记者采访时表示，不同消费群体倾向的假发产品不一样，在国内，消费水平较高的群体看中做工精湛的假发，老年人喜欢购买原辅料较好的人发假发，价格多在3000至4000元，年轻人则青睐价格在几百元至一千多元的化纤假发。单从生产数量上看，当前市场上人发假发占比约为四成，化纤类占比为六成。但在销售额上，因两者售价差距较大，人发假发销售额反而大于化纤类假发。

青岛海森林发制品集团股份有限公司（以下简称“海森林”）董事会秘书告诉记者，线上平台的商家更注重所售产品的性价比。线下假发实体店则更加注重产品品质与顾客体验感，产品多以全真发和混发为主，价格上也相对较高，通过提供试戴体验、专业发型师造型及定制化服务，让消费者亲身体验不同材质与款式的差异。这种独特的体验优势，是线上平台目前难以替代的。

“目前，国内假发消费趋势变化主要体现在受众的年龄层更加年轻，男性消费者的占比正在加大。”张天有分析，cosplay等爱好的流行及挂耳染、假马尾等假发配件热度上升也在一定程度上促进了假发需求增加。

海森林认为，目前，大众需求变得更加细分化，愿意为“悦己经济”买单，这意味着未来的假发市场一定会涌现更多优质的品牌，竞争也会越来越激烈。品牌想要在这样的环境中实现增长，必须在产品研发、品牌建设、内容营销、服务质量上不断提高。

渠道更新 碎片化订单占比重

作为全球发制品中心，我国发制品生产总量占全球的80%左右，产品远销世界，这对于发制品质量提出了更高的要求。

截至目前，GB/T 41637-2022《发制品 通用技术规范》已经实施一年多的时间。多位受访者均认为，标准实施以来，产品质量良莠不齐的现象在一定程度上得到遏制，行业规范性有所增强，在发制品原料收购以及生产加工环节，更严格的规定促使企业更加注重原材料质量和生产过程控制，提高了产品整体的质量。在海森林看来，标准始终是随着生产工艺改善和消费者需求提高而变化的，企业应以行业标准为准绳，持续做出优于标准的产品。

但也有从业者对部分中小企业可能面临成本上升压力的问题表示担忧，这意味着企业需要尽快通过设计、工艺、原料等方面创新，在成本与质量之间找到平衡点。

值得一提的是，目前假发销售渠道正在发生改变。“由于年轻人对个性化产品需求不断增长，假发产品可选择的销售渠道更多，传统外贸订单的占比越来越少，主要靠电商线上销售，碎片化订单持续增长。”张天有介绍，在这种情况下，中小企业能获得较多发展机会，许多中小企业都开设了针对全球客户的直播间，通过直播展示和网红推荐，更直观地展示假发，开设定制化渠道，专门服务个性化需求。

“如果企业能乘势而上，把电商渠道做大做强，做到买世界、卖世界，这将是一个非常好的机遇。”张天有认为，总体来看，我国假发产业规模逐年增大，市场集中度不断提高，品牌影响力显著提升，在国际市场竞争中的优势持续增强。随着国内外市场需求逐步提升，长期来看假发市场仍将保持高速增长态势。

（上接A1版）

产学研演融合 共谱产业与教育新篇章

颁奖典礼上，一场别开生面的颁奖作品音乐会展现了获奖乐器的非凡魅力。“燕京八绝”之筑、轧筝，再现合奏《将进酒》，不仅传承了中国古代乐器文化，更以现代科技为翼，推动当代乐器改良与创新；上海民族乐器一厂携手美国大都会艺术博物馆、上海博物馆，双IP系列民族乐器产品二胡独奏《花之香颂》，融汇东方神韵与现代艺术，为观众带来极致审美盛宴；2023年荣获国家发明专利的海之尊系列云莺便携扬琴，以其独特音域与小巧体型，彰显了中国乐器设计的创新实力；珠海蔚科科技公司NES-1电吹管，拥有完整物理按键波动体系、自带无线传输系统与高清摄像头，为观众带来前所未有的音乐体验。

首届全国乐器设计大赛，旨在挖掘具有标识性、原创性和前瞻性设计理论的作品，经过评选，33件获奖作品与78件优秀作品脱颖而出，将由协会、专家共撰成“巴音·造物”专著。同时，大赛获奖作品展览亦精彩亮相，展览以图文并茂、精品呈现、美妙动听、在线互动为四维，打造全方位展示模式，让观众沉浸式感受获奖作品的独特魅力。

会后，中国乐器协会与南京艺术学院领导深入会谈，围绕艺术与科技融合、校企合作深化及艺术教育领域创新实践展开广泛交流。双方达成共识，将探讨建立联席会议或联席办公机制，进一步推动乐器产业与教育的深度融合。

事实上，首届全国乐器设计大赛，是继去年双方合作成功举办“乐器学论坛”后的又一重要活动，也是双方构建“产学研用合作基地”的又一项硕果。“乐器学论坛与乐器设计大赛的成功举办，彰显了会校合作的务实性与战略性。”王世成指出，建议大赛、论坛每两年一届交替循环举办，深入研究与完善项目内涵与外延，优化固化合作模式，形成活动叠加效益，同时精心谋划活动品牌建设，努力将精品活动雕琢成享誉国内外的品牌。

王世成强调，中国乐器协会与南京艺术学院的携手合作，不仅是资源优势的简单叠加，更是深度推进“产、学、研、用”的多元融合。双方将构建和完善“产业服务、艺术融合、学科共建”三着并举的合作机制，在乐器学论坛、设计大赛、产品创新、数字乐器未来科技、音乐教育大会、国际乐器演奏日、智能制造重点实验室、工匠学院等方面展开系统交流与重点选择，让合作之路越走越宽、越走越远。

2024深圳特殊渠道宠物用品展（SCPE）定档金秋十月

打造首个“宠业+礼业”双场景融合平台

本报讯（记者 **张钰格格**）随着宠物经济持续升温，宠物用品的消费场景呈现多元化。由中国礼仪休闲用品工业协会与励展华博展览（深圳）有限公司联合主办的大湾区首个“宠业+礼业”双场景融合平台——2024深圳特殊渠道宠物用品展（SCPE），将于2024年10月20—22日在深圳国际会展中心开幕。

本次SCPE以“宠在大湾区，礼业新风尚”为主题，特别设立宠物食品、宠物洗护、宠物玩具、宠物用品、宠物医疗及营养护理、其他宠物相关周边及服务六大展区，汇集国内外知名品牌新品，精选高价值、高品质、高科技宠物用品，共创大湾区人宠美好生活新风尚。

中国礼仪休闲用品工业协会宠物产业分会秘书长张琳在接受记者采访时表示，本着为宠物行业深度服务的态度，协会不断拓展宠物产业新的利益增长点，为广大宠物企业开拓更多的跨界融合与新商机。在目前各行各业普遍“内卷”的态势下，“走出去”不失为一个好的办法。这个走出去不只是让宠物做跨境电商、做外贸出海，也是让宠物行业接触到全新的商品销售渠道与通路。“礼品渠道正是非常适合与宠物搭档的新渠道。协会经过两年左右的调研发现，礼品渠道的新采购意愿中宠物用品持续排在了前十名。广大礼品采购商虽有意愿，却对宠物行业不甚了解，甚至难以判断宠物礼品的优劣，这时就需要行业协会发挥作用，将优秀的企业与产品，推荐给有需求的买方；除此之外，礼品渠道的产品开发也有很多与宠物融合的需求，如跨界合作、联名IP等，以此吸引新的消费者，点燃新的礼品种类。一次融合，带动两个行业的新发展，其深远意义，可见一斑。”张琳说。

当前，在宠物养生的精细化、宠物用品的智能化、宠物服务需求上升、携宠出游热度攀升等因素的驱动下，养宠人群逐年上涨、宠物消费市场持续扩大，宠物用品也作为礼品频频出现在企业积分兑换、员工福利的商城。据《2024中国礼品行业展望白皮书》数据，预计2024年礼品行业规模将突破 1.3万亿元，其中宠物类型礼赠品及定制促销品需求持续上涨；宠物行业统计数据预测，2023年中国宠物经济产业规模达5928亿元，同比增长20.1%，预计2025年市场规模达8114亿元，市场前景广阔。SCPE与第32届深圳礼品家居展（秋季）同期举办，预计将辐射30万人次专业采购商。

立足湾区宠业前沿，共迎人宠互娱新业态。据介绍，SCPE同期还将举办首届领航中国宠业门店品牌联盟——经营者大会（深圳站）、2024年全国轻工行业职业技能竞赛第四届全国宠物行业职业技能竞赛预选赛、“IEA森友汇”之“2024秋季狂欢之人宠嘉年华”、宠物创意集市、宠物运动会等多项精彩活动。张琳透露，“本次展会除了常规的展示外，还会有一对一的定向对接会、宠物产品的深度推介会以及展位达人直播等增值定向服务，让行业发展不再‘内卷’，而是找寻新的B端与C端，也许是这个展会带给宠物行业的最好礼物。”

声 音

商超开设平价食堂值得点赞

□ 三 石

如今越来越多品牌超市刮起“食堂风”。近日，广州、北京、福州、武汉等地的多家知名商超纷纷开设“便民食堂”或提供平价快餐服务，价格在20元左右，几十种菜品可选，甚至还有自助餐模式。

商超做餐饮早已有之，而大范围地开设平价食堂，则是近来的业界新趋势。传统商超向新业态转型升级，既满足了消费者的用餐需求，又拓宽了零售企业的赛道，是一举多得的好事。

一方面，为消费者提供了便利：地点方便、用餐便捷、性价比高。大部分连锁商超所在商圈能够有效辐射周边写字楼的上班族，“即买即吃即走”的模式顺应了现代人在快节奏生活中的用餐需要。不少商超还将“现炒”作为一大卖点，让消费者拥有更多选择。

另一方面，平价食堂为商超提供了新的创收路径，“购物+就餐”的一站式消费场景能够吸引和带动更多客流。实体店如今的经营压力不小，尤其是传统超市，既要与电商竞争，又要面临部分客人分流到会员店的情况。在价格方面，标准超市不如电商低价。在商品方面，标准超市不如会员店拥有大量高品质独家商品，所以超市的经营压力很大。要获得更多客流量，除了打折促销，更需要能增加顾客黏性的服务。民以食为天，餐饮是相对刚需的消费，平价食堂可以快速吸引周围客人。

超市平价食堂的新业态让消费者耳目一新，但在高性价比快餐的激烈竞争中，要想突出重围，必须守住并发挥好传统零售的业务优势，找准自身特色和定位，将之转化为独特资源，帮助创新业务落地生根，持续做大。超市本身走的就是薄利多销路线，超市里的平价食堂利润空间也不会大，要想走得长远，必须注重平衡成本和收益。

此外，要把平价食堂办好办久，企业要在保证食品质量及口味的基础上，注意控制食材成本和研发运营成本，同时平衡业务间的资源分配，防止顾此失彼。当前消费者的需求多元化，消费者对产品和服务的要求也在提高，超市不仅要创新，还要回归超市的本质，找到消费者需要的产品服务。

总的来说，超市平价食堂因其便捷、经济的特点，有望成为“打工人”的新宠，但要想实现长期发展，还需在多方面进行持续优化和创新。

公告栏

邓金平：我院受理原告文符春诉你民间借贷纠纷一案，已审结。因你下落不明，现依法向你公告送达（2024）川1324民初2718号民事裁定书，限你自公告之日起30日内到仪陇县人民法院马鞍法庭予以领取，逾期未领取即视为送达。如不服判决，可在送达之日起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。逾期即发生法律效力。特此公告。

四川省仪陇县人民法院

赵岩：本院受理原告张瑞诉你买卖合同纠纷一案，现已审理终结。现依法向你公告送达（2023）辽0321民初2841号民事判决书。限你自公告之日起30日内来本院西佛人民法庭领取民事判决书，逾期即视为送达。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，上诉于辽宁省鞍山市中级人民法院，逾期本判决即发生法律效力。

辽宁省台安县人民法院

张祝花、路加刚、路孟成、路孟想、路春雪：本院受理的(2023)苏0903民初7109号原告紫金财产保险股份有限公司与你们追偿权纠纷一案已审理终结。现依法向你们公告送达(2023)苏0903民初7109号民事判决书，自本公告发出之日起30日内至本院民事审判第一法庭领取，逾期即视为送达。如不服本判决，可在公告期满之日起15日内向本院递交上诉状，并按照对方当事人的人数提出副本，上诉于江苏省盐城市中级人民法院。

江苏省盐城市盐都区人民法院

卞福勇：本院受理的(2024)苏0903民初2999号原告江苏盐城农村商业银行股份有限公司与你金融借款合同纠纷一案已审理终结。现依法向你公告送达(2024)苏0903民初2999号民事判决书，自本公告发出之日起30日内至本院高新区第三法庭领取，逾期即视为送达。如不服本判决，可在公告期满之日起15日内向本院递交上诉状，并按照对方当事人的人数提出副本，上诉于江苏省盐城市中级人民法院。

江苏省盐城市盐都区人民法院
拍卖（拍租）公告

受委托我公司定于2024年9月6日下午14:00，在红花岗区大兴路42号本公司会议室公开拍卖（拍租）以下标的：1、石龙路45号(四中右侧3号门面)，面积：109.12m²。2、红花岗区蔺家坡12号楼1、8、9、10号门面，面积46—71㎡。3、红花岗区中华北路东风小学家属楼1层商业用房，共8间，每间40㎡。注：以上标的均拍租房屋三年租赁权。展示时间、地点：2024年8月28日到2024年9月5日、标的物所在地。报名时间：公告之日起至2024年9月5日16:00时止。报名地点：贵州省遵义市红花岗区厚德拍卖有限公司（大兴路42号）。报名须知：凡具有民事行为能力的个人或企事业单位均可参加拍租市区门面。报名时请持有效证件报名时请携有效证件，报名须缴纳资料报名费及履约保证金。联系电话：13908521119、18585255912。

贵州省遵义市红花岗区厚德拍卖有限公司
2024年8月28日
拍卖公告

接受委托，我司定于2024年9月4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（详情见拍品目录）。展示时间：2024年9月1-2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9月3日16时，竞买保证金于截止日期前交到指定账户。

天津市腾达天下拍卖有限公司
2024年8月28日
拍卖公告

受委托，我公司对以下物资：废旧物资、搅拌站、废金属、废钢材、废钢筋头、废旧钢模板、废台车、废设备、废工程车辆、废电缆、废电机、废变压器、活动板房、钢筋棚、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、产权、土地、股权等面向社会公开拍卖：一、拍卖时间：2024年8月28日-2024年9月28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会竞买须知，按拍卖会的要求缴纳竞买保证金。户名：河北玖贸拍卖有限公司，账号：955088023342870012 3，开户行：广发银行槐安路支行，电话：18132605877。

河北玖贸拍卖有限公司
拍卖公告

受委托，定于2024年9月6日10:00时在湖南省（永州市）国有资产资源交易平台的国有资产交易系统（http://110.53.127.150:9094/portal/index）对祁阳市工业企业改制服务办公室所有的原长塘煤矿白水矿井的场地及一栋房屋5年租赁权进行公开拍卖，起拍价0.8万元/年，保证金0.2万元；展示与咨询：即日起至拍卖日前公开展示、有意者请于2024年9月5日17时前办理竞买ca并报名缴纳保证金，取得竞买资格；详情请咨询：15074694567。

湖南省盈峰拍卖有限公司

遗失声明

黑龙江志福货运代理有限公司（统一社会信用代码91230103MA1AYX564R）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明

贵州麒岳建设工程有限公司遗失法人章（字样：蒋党明印，编码：5205261104763），声明作废。

遗失声明

湘潭市岳塘区虹锦建材批发部遗失公章一枚，编码：4303010081185，声明作废。

遗失声明

乌兰察布市维康清洁服务有限公司遗失公章，财务章，法人章（张军）各一枚，声明作废。

遗失声明

河南豫之道法律咨询有限公司遗失财务专用章，印章编码：4108812010207，声明作废。

遗失声明

农安县农安镇任环家政服务部遗失公章：2201221435492，声明作废。

遗失声明

黎平县中潮兄弟修理厂遗失公章：5226316006394，声明作废。

遗失声明

沈丘县一凡实业有限公司遗失公章：编码：4116240013481、法人名章：（虎嘉豪印），编码：4116240013485，声明作废。

遗失声明

郑州市中原区景先家具经销处遗失公章：4101020121402，声明作废。

遗失声明

六盘水茂高源商贸有限公司遗失公章：5202010021520、财务章：5202010021521，声明作废。

遗失声明

湖南飞扬项目管理咨询有限公司怀化分公司遗失公章一枚，印章编码：43120210014117，声明作废。

遗失声明

齐齐哈尔牛呗电子商务有限公司（统一社会信用代码91230202MA1BL6CD28）遗失财务章一枚，声明作废。

遗失声明

柳河县三源浦镇久盈钢材厂遗失法人章（车贵斌）：2205241405391，声明作废。

登报电话：13080793002