金价高位震荡 “一口价”黄金受青睐

消费者更注重产品的文化内涵、设计感以及个性化

截至2月28日8时30分,国际黄金期货(纽约金)价格为2889.90美元/盎司,涨跌额-6.00,涨跌幅-0.21%。国际黄金现货(伦敦金)价格为2886.40美元/盎司,涨跌额-1.40,涨跌幅-0.05%。同日,周大福、周六福、周大生、潮宏基等品牌足金饰品价格为886元/克,相较前几日,价格最高下跌9元。

今年以来,黄金价格波动剧烈。2月25日,国际黄金现货价格最高触及2956.01美元/盎司,创下历史新高。周大福、周六福等品牌足金饰品价格为895元/克,较1月初每克上涨超90元。2月26日,伦敦金跌破2900美元/盎司,最大跌幅约2%,不少品牌金店足金饰品价格降至886元/克。

近期,记者集中走访北京市各大品牌金店后发现,尽管金价较峰值回落,但市场对金价走势多持乐观态度,部分品牌金店已开始逐步上调足金饰品价格,涨幅在5%至30%之间。这一调价行为在一定程度上激发了消费者的购买热情,设计时尚且价格相对稳定的“一口价”足金饰品尤其受到消费者青睐。

本报记者 **赵 曦 □ 黄芷凌**

图为2月26日,消费者正在店内选购黄金饰品。**黄芷凌** 摄

2月26日上午,记者走进北京市朝阳区合生汇商场珠宝区看到,近20家珠宝品牌柜台前都围坐着正在选购足金饰品的消费者。“今天虽然是工作日,但前来购买足金饰品的消费者依然不少。尤其是最近黄金价格一路上涨,一些消费者选择提前实施购买计划。”周生生品牌销售人员表示。记者注意到,柜台旁的电子屏上显示的周生生当日足金饰品价格为886元/克。

同样,周六福品牌的销售人员也说:“今日周六福足金饰品价格为886元/克,虽然相比昨天有所下降,但由于黄金价格整体呈上涨趋势,周六福也将于3月上调价格,预计涨幅在15%至30%之间。目前,门店已将调价信息发送至朋友圈和客户微信,吸引了不少客户赶在调价前选购。”此外,该销售人员告诉记者:“一般来说,在周六福调价后,其他品牌价格也会陆续上涨,有购买需求的消费者最好尽早购买。”

实际上,在2月25日,老铺黄金就已上调了全线产品价格。位于北京市朝阳区的老铺黄金(国贸商城店)的销售人员告诉记者:“老铺黄金根据足金饰品制作工艺等因素将价格上调了5%至12%。”此前,老铺黄金发布公告称,在2月25日调价之前,每位顾客在门店购买饰品类产品时,每日限购1次,每次购买总数不超过5件。这一限购措施极大地激发了消费者的购买热情。

在小红书等社交平台上,不少消费者分享了自己的抢购经历。有消费者提到,老铺黄金(上海豫园店)于早上8点30分开始放号,她5点就到现场排队,那时门店已有许多人在等候。同样,在老铺黄金(杭州万象城店),有消费者排了4个小时才得以进店选购。

“前几天来购买足金饰品的消费者排起了很长的队伍,目前门店仍有不少热门产品处于断货状态。”老铺黄金(国贸商城店)的销售人员介绍。

据了解,足金饰品的计价方式主要分为按克计价和按件计价。按克计价是指当日金价乘以饰品的克数再加上工费。按件计价即“一口价”足金饰品,由金店直接定价售卖,定价不仅包含黄金的实际价值,还包括较高的加工费和品牌溢价。例如,周六福ING系列的一款足金项链,标价为11800元,克重为6.03克,每克价格约为1956元;周大生的一款足金鱼尾项链,标价为5908元,克重为3.79克,每克价格约为1558元,均远高于当日金价。但据销售人员反映,这两款产品都受到消费者青睐。

业内人士指出,近两年,随着黄金价格的持续走高及足金饰品工艺的不断升级,越来越多的年轻消费者开始青睐足金饰品。在这一背景下,“一口价”足金饰品因其设计的时尚性尤其受到年轻消费者的喜爱。再加上如今金价波动频繁,按克计价的足金饰品几乎一天一价,而“一口价”足金饰品通常按阶段来调价,调价整体慢于金价涨幅。因此相较而言,消费者的消费意愿受价格波动影响更小。

实际上,在经历了2024年的暴涨后,消费者对于购买黄金的热潮有逐步降温的趋势。中国黄金协会最新统计数据显示,2024年,我国黄金首饰消费量为532.02吨,同比下降24.69%。为带动消费热情,企业积极调整生产经营策略、创新产品,推动古法、国潮等概念黄金饰品的兴起。

有业内人士也表示,如今消费者对黄金饰品的需求已不再局限于传统的投资和婚庆用途,他们更加注重产品的文化内涵、设计感以及个性化,追求情感消费和自我表达。为进一步激发消费热情,企业应继续加大产品设计创新、文化元素融入等方面的投入,满足消费者对高品质工艺产品的需求。

延伸阅读

金价波动,黄金消费与投资前景几何

今年以来,一路高扬的金价涨势让许多人直呼太“癫”了。自2023年10月23日起,国际现货黄金价格已上涨63%。而国内金价在2024年上涨超过27%后,于2025年持续攀升,频频创下历史新高。

尽管出现短期震荡,但持续处于历史高位且屡创新高的黄金价格,使得诸多投资者的热情居高不下。

浙江省宁波市黄金消费市场有何变化?黄金投资市场又有哪些新动向?此时还能入手吗?记者为此采访了多家金店及相关行业人士。

小克重首饰金更受欢迎

宁波各大金店销售情况如何?记者走访了中国黄金、周大福和老庙黄金等多家金店。“金价较几天前略有下跌,算上工本费,有些款式的首饰金价格每克约1000元左右。现在金价整体比较高,6克以下的小克重首饰金更受欢迎,主要包括编织手链、项链、戒指类产品,两三千元或四五千元的产品销量比较好。”鄞州印象城老庙黄金的店员指着柜台中2克重的手链向记者介绍,“今年罗盘、蝴蝶形状或带有蛇元素的款式都比较流行。”

而诸如金手镯等二三十克重的大克重金饰销售行情则显疲软,顾客大多呈观望状态。

黄金投资“越涨越买”

“节后金价的持续走高,对于首饰金销量有一定影响,而投资金条的销量则明显上涨。”宁波第二百货商店一楼商场经理蒋莉说。

宁波各金店内,前来咨询金条行情的消费者不少,很多投资者看好黄金的长期持有价值。“因首饰金不是刚需商品,在金价相对较高的情况下,顾客的购买欲就会下降。就投资而言,大家都有‘买涨不买跌’的心理。”蒋莉说,春节期间,商店金条销售额上涨超过10%,其中投资类50克、100克规格的金条都卖得不错。“金价一涨,来店里回收黄金的顾客也比之前多了。”她说。

“00后”市民王先生此前一直有投资黄金ETF基金的习惯。目前,他已经通过定投购买了55克黄金。“今年以来,金价全线飘红,堪称投资‘蜜月期’。”王先生记得,仅2月5日一天,他的投资收益就增加了1334.82元。

金价长期看涨,短期需防范回调

业内人士分析,今年国际金价呈现这种涨势,主要原因之一是美国相关关税政策使得市场对于美国通胀风险的担忧加剧。黄金价格更多与扣除通胀因素后的美元实际利率挂钩,实际利率下降,则利好黄金市场。

此外,各种环境因素的不确定性增强了黄金在避险层面的需求。根据世界黄金协会的数据,全球央行连续三年购买黄金超过1000吨,以对冲本币波动风险和降低对美元的依赖。全球央行大量增加黄金储备,助推金价上涨。

未来金价怎么变?世界黄金协会报告显示,比起此前的强劲上涨,预计2025年黄金价格的上升将趋于温和。业内人士表示,从长期来看金价将持续上扬,从短期看涨幅会比较大,不过要防范回调。

值得注意的是,普通投资者应根据自身需求和风险承受能力做出理性选择,并且需注重资产配置的平衡,避免将过高比例的资金配置在黄金上,从而降低整体投资风险。

(宁波日报)

体育营销助力企业打开用户心门

TCL“牵手”奥林匹克 中国品牌加速全球化

2月20日,“TCL&奥林匹克全球合作伙伴签约仪式”在北京水立方举行。国际奥委会主席巴赫与TCL创始人、董事长李东生出席仪式并完成签约。此次签约标志着TCL正式成为奥林匹克全球合作伙伴。在未来合作中,TCL将在以电视、空调、冰箱、洗衣机等为主的智能终端及面板显示领域为奥林匹克运动提供技术、产品与服务支持。

李东生在接受记者采访时表示:“作为中国企业全球化的先行者,TCL始终坚定全球化发展战略,持续完善全球化布局。奥运会是全球化的象征,携手奥运会是TCL推动全球化战略升级、开启全球化全新篇章的关键一步,是全球化战略驱动做出的重大决策。”

记者注意到,TCL是继阿里巴巴、联想之后,又一家跻身全球顶级体育赞助阵营的中国科技企业。这一动作不仅标志着TCL全球化战略的再升级,也为中国品牌借助体育营销开拓国际市场提供了新范本。

TCL“奥运效应”:中国品牌全球化的催化剂

作为全球消费电子领域的头部企业,TCL此次与奥林匹克的合作,远不止于品牌LOGO在赛场边的曝光。

李东生也坦言,作为中国企业全球化的先行者,TCL持续打造全球化品牌,传递科技人文品牌精神。近几年,TCL全面推动“全球化、人文化、科技化”。在该品牌战略下,TCL寻求以普世价值观连接全球不同文化背景的用户,打造鲜活有温度的科技品牌形象。而奥运会是实现品牌升级目标的最佳载体,可有效塑造TCL科技人文品牌形象,提升品牌全球知名度及美誉度。

业内分析指出,体育顶级IP的“背书”能显著提升品牌信任度。对TCL而言,这既是突破欧美高端市场的“跳板”,也是强化海外消费者对其“高端化”“科技化”品牌认知的关键机遇。

更深层的意义在于,TCL的案例或将激发中国品牌集体出海的信心。TCL的全球化路径——从早期并购汤姆逊电视业务,到如今绑定顶级体育IP,为中国企业提供了“技术+品牌”双轮驱动的参考模式。

为何中国品牌押注体育营销?

近年来,从海信赞助欧洲杯、vivo牵手世界杯,到安踏包揽奥运装备,中国品牌在体育营销上的投入逐年攀升。

有业内人士指出,这一热潮的背后,是中国品牌全球化进程中的三大核心诉求:跨越文化壁垒,建立情感共鸣;突破高端市场,重塑品牌形象;长线布局,抢占“Z世代”心智。体育赛事具有天然的“无国界”属性。伦敦政治经济学院全球品牌研究专家马克·莱斯顿指出:“当品牌与体育精神绑定,消费者更容易跨越地域和文化差异,对品牌产生情感认同。”上述人士表示。

此外,在业内人士看来,长期以来,部分海外市场对中国品牌存在“低价低质”的刻板印象,而顶级体育赛事的高门槛赞助权益(如奥运TOP合作伙伴平均投入超1亿美元/周期)本身即是对品牌实力的认证。李东生曾表示:“通过奥运平台,我们要向世界证明‘中国制造’已进化为‘中国智造’。”

正如李东生在接受记者采访时所言:“目前体育营销已成为中国企业全球化拓展、构建全球化品牌的关键抓手。TCL在品牌建设初期就已经将体育营销界定为品牌战略中不可或缺的环节,我们相信体育的力量能够跨越文化与世代,激励并团结人们。”据悉,TCL连续30余年布局顶级体育及娱乐IP,通过“全球本土化”营销策略,充分将品牌与当地文化相融合,在足球、篮球、橄榄球等多个领域加速渗透全球各个市场,打造多元化、年轻化的体育IP矩阵,同时逐步从区域零散IP合作稳步升级至区域顶级IP合作。

展望未来:从赞助到“价值共创”

尽管体育营销成效显著,但业内人士也提醒,单次曝光难以形成持续影响力。波士顿咨询报告指出,成功的体育营销需满足三个条件:赞助权益与品牌战略的长期契合、本土化运营能力以及通过技术创新提升用户体验。

眼下,TCL等企业已开始探索更高阶的“玩法”。对于当前国际形势下中国企业该如何更安全、高效地出海,李东生也给出了自己的答案。他对中国企业出海的建议主要有以下三点:一是走高端路线,在海外推出高端产品、打造高端品牌;二是践行本土化理念,实现本土研发、本土生产、本土营销;三是通过赋能当地产业链,为所在地经济社会发展做出贡献,实现共赢共享,从而实现自身的全球化可持续发展。

“当前全球产业链面临转移与重构,持续由全球化向区域化、本土化发展。中国制造未来在海外最大的增量空间大概率来自新兴市场,比如巴西等新兴经济体。目前TCL海外制造基地分布在越南、马来西亚、菲律宾、印尼、印度、巴基斯坦、波兰、墨西哥、巴西等九个国家。未来,TCL会持续关注新兴市场的增长潜力。”李东生说道。

当TCL的广告牌在奥运赛场亮起时,它承载的不仅是一家企业的野心,更是中国品牌从“走出去”到“走进去”的进化。在全球化竞争的下半场,体育营销或许正是那把打开用户心门的钥匙。

(王 洋)

第十二届中国技术市场协会金桥奖评审结果揭晓

“一种防治非洲猪瘟的绿色组合物和应用”获项目二等奖

第十二届中国技术市场协会金桥奖评审结果揭晓,北京大世界集团旗下的湖南帝王大世界科技有限公司申报的“一种防治非洲猪瘟的绿色组合物和应用”荣获金桥奖项目二等奖。该项目由动物医学科学家肖文经过二十七年研究完成。

金桥奖由国家科学技术奖励工作办公室设立,是国家级科技成果转化最高奖项,旨在表彰在全国技术市场中做出杰出贡献的集体、个人和项目。湖南帝王大世界科技有限公司此次项目获奖标志着我国在研究和防治非洲猪瘟领域取得了先进成果,该项目的推广和应用将对我国乃至全球的养猪业产生积极影响。

(张淞绾)

北京市丰台区市场监督管理局之窗

北京市丰台区市场监管局科所联动开展特种设备专项检查 点亮安全乘梯“信号灯”

特种设备的安全运行关系到千家万户的安宁。为进一步强化特种设备使用单位安全责任意识,北京市丰台区市场监管局科所联动,开展特种设备专项检查,切实消除电梯安全隐患,保障人民群众生命财产安全。执法人员深入密集性公共场所,以大型超市、宾馆、居民小区的电梯作为检查重点,对电梯单位的安全管理水平进行全面“体检”。在检查行动中,执法人员着重关注电梯显著位置是否张贴有效期内的使用标志、安全注意事项、警示标志,电梯紧急报警功能是否正常,电梯门是否可以正常开启,电梯运行过程中有无异动异响等。同时,要求使用单位加大日常维护保养频次,提高安全责任意识,按规定落实“日管控、周排查、月调度”等工作机制,落实“一梯一码”工作要求。此外,执法人员向使用单位宣贯了《中华人民共和国特种设备安全法》等相关法律法规,督促电梯使用单位配齐安全总监和安全管理员,加强对电梯运行的日常巡视和监控,做好隐患排查等措施,并定期开展专业知识培训,提升维保人员电梯故障应急处置能力。北京市丰台区市场监管局将持续深入开展特种设备安全监管工作,加强对电梯等特种设备的安全检查力度,从源头上排查消除安全隐患,保障人民群众安全乘梯、放心乘梯,守护人民群众“上下”平安。

(王 琪)

2025中国郎之夜启动 郎酒赋能消费者美好生活

2月21日,“郎酒西北2025动员会议”与“郎酒宁夏万桌宴席签约暨2025中国郎之夜启动仪式”在银川举行。郎酒与宁夏优秀餐饮商家代表将于银川、固原两地开展“郎酒万桌宴席”活动,覆盖宁夏地区1/30的适酒人群。

宴席是中国人情感联结与文化传承的重要载体,也是白酒消费的核心场景。当下,郎酒以宴席市场为切入点,通过全价位、全场景的产品矩阵,精准覆盖消费者不同场景的宴饮需求。青花郎、红运郎聚焦商务与高端宴请,红花郎位列中国宴席市场酱酒销量第一,而风靡大众餐饮消费的郎牌·黑马特、郎牌特曲T8、小郎酒、顺品郎更是朋友聚会、小酌时酒桌上的常客。

因此,郎酒顺水推舟,立足宴席场景,深度融入当地民俗、文化,让消费者在“喝得到、看得见、记得住”的沉浸式体验中,感受郎酒的品质、品牌、品味。而频繁密集、“高举高打”的活动,也让商家系统地看到了郎酒的产储规模、独门秘籍、领先于行业的品质体系,以及郎酒做强全国市场的决心与使命。在信心比黄金更重要的当下,郎酒的万桌宴席活动正充分释放市场动能、势能,实现消费者、品牌、商家三方共赢。

对此,宁夏福苑实业集团有限公司总经理岳治鹏深有感触。作为深耕餐饮宴会领域三十余年的中华餐饮名店,近年来,宁夏福苑全力打造一站式宴会中心,每年接待宴会场次三千多场,共计五万多桌,是固原消费者举办宴席的首选之地。岳治鹏表示:“我们与郎酒互利共赢,探索出了销售新模式,可以说是一举三得。”

一直以来,秉持“扶好商、树大商、厂商共赢”的理念,郎酒高度重视每一位商家的“强壮、稳健、增长”,致力于深度融入各地生活肌理,挖掘独具特色的市场活动,服务消费者美好生活。

而万桌宴席活动,正是郎酒深化厂商协作、拓展消费场景、让品牌升空与落地的关键一步,也是其融入消费者生活的生动实践。作为此次活动的核心商家代表,宁夏神采飞扬品牌管理有限公司董事长宋伟龙谈道,无论是在繁华的高档酒店,还是在宁静的农家小院,郎酒的身影频繁出现,成为人们庆祝佳节、分享喜悦的最佳伴侣。

在此之前,无论是以音乐为媒的“神采飞扬中国郎之夜”,还是以美食美酒相邀的“百万郎酒全城大品鉴”“中国郎火锅英雄会”等一系列消费者喜闻乐见的市场活动,郎酒都矢志贴紧消费者。此次郎酒选择宁夏作为中国郎万桌宴席的全国首发点,则是看中了宁夏的“桥头堡”地位。有数据显示,陕西、甘肃、宁夏、青海、新疆等五省白酒市场整体规模约在500亿元左右。其中,陕西近250亿元,甘肃、新疆均为100亿元,宁夏约为30亿元,潜力不容小觑。

从赤水河畔到贺兰山下,郎酒正以万桌宴席为纽带,携郎味而来,将“品质、品牌、品味”的基因注入西北酒桌,赋能消费者美好生活。

与此同时,为深入贯彻落实百年郎酒“强壮、稳健、增长、打胜仗”的发展原则,西北大区召开2025动员会议,进一步鼓舞了士气。

始于西北,却不止于西北。在让更多西北消费者品味中国郎独特魅力的同时,郎酒也借由这场独具民俗风情的盛宴,塑造中国郎万桌宴席市场样板。未来,郎酒将继续以极致的品质追求、开放包容的态度,坚守“酿好酒”使命不动摇,强化品牌塑造不动摇,确保郎酒品牌升空和落地,共创、共建、共享“大家的郎酒”。

(郎 文)

公告栏

拍卖公告

受托,我公司将分别于2025年3月14日10:00;2025年3月17日10:00;2025年3月31日10:00,以网络拍卖的方式在湖南省(常德市)国有资产资源交易平台的国有资产交易系统(sz.cdggzy.net/portal/index,以下简称交易系统)公开拍卖以下标的:拍卖标的:标的一:位于滨湖路富民巷二轻局宿舍院内一处仓库租赁权。首年租金参考价:1万元,竞拍保证金:0.2万元。标的二:青年路2间门面租赁权。首年租金参考价:2.3256万元-10.8072万元,竞拍保证金:0.5万元-2万元。标的三:武陵区政府地下车库杂物间的租赁权。首年租金参考价:0.5991万元,竞拍保证金:0.1万元。于以下时间在各拍卖标的所在地展示(周末及节假日除外):于公告之日起分别至2025年3月13日、2025年3月28日。三、竞买人要求(详见交易系统上各标的资源详情页面)。1、竞买人须为具备完全民事行为能力的自然人、依法核准登记的中华人民共和国法人或其他组织(法律法规和文件有限制的除外)。2、标的一的竞买人须在委托人处进行报备并签订意向书后方可报名。3、竞买人为个人的,提交居民身份证、意向书;竞买人为法人或其他组织的,提交营业执照,法定代表人身份证、意向书等相关资料。4、凡办理好数字证书及电子签章、符合本公告要求足额交纳竞价保证金及报名费的竞价人,方可参加本次网上公开出租交易活动。四、本次网上公开出租具体要求及竞得人确定方式详见各标的公开出租文件。竞价人可在网上浏览或下载本次网上公开出租标的相关文件,并按相关文件规定的操作程序参加竞价。五、本次网上公开出租活动网上报名时间分别为2025年2月28日9时、2025年3月3日9时(以网上交易系统服务器时间为准,下同)。竞价人应及时登录交易系统,在系统上提交竞价申请,并交纳竞价保证金(保证金交纳账号由交易系统随机生成)。各拍卖标的交纳竞价保证金截止时间请登录交易系统查看。本次网上公开出租活动拍卖开始时间分别为2025年3月14日10:00;2025年3月17日10:00;2025年3月31日10:00(自由竞价时间为0分钟,限时竞价时间为4分钟)。注:各拍卖标的报名时间、保证金截止时间、报名截止时间、拍卖开始时间等,以“交易系统”上各标的资源详情页面上公示的为准。八、本次在湖南省国有资产资源交易平台发布的《重要信息披露》《交易条件》《交易须知》《保证金约定事项》《受让方资格条件》等(以下简称“竞买文件”)是本公告的重要组成部分,竞价人在竞价前务必认真阅读。竞价人在交易系统报名即视为已认真阅读本公告和竞买文件并同意接受其中所有条款的规定。竞得后,竞得人须按照《交易公告》和竞买文件的规定履行义务和承担责任。九、如果在参加本次网上公开出租活动的过程中遇到疑难问题,请及时联系各相关单位,联系电话如下:网上出租业务咨询电话:蔡女士15173655893。交易系统使用服务咨询电话:常德市公共资源交易中心0736-7713383。

湖南同正拍卖有限公司
2025年3月3日

关于送达《重庆市社会保险稽核决定通知书》的公告

重庆华融铝业有限公司:在处理张学梅(身份证号码510522198709096 92X)投诉中,发现你单位在按照规定申报、缴纳社会保险费方面存在违反社会保险法律法规政策的行为。我中心于2024年9月3日和10月8日,先后发出《重庆市社会保险稽核通知书》(綦社稽通〔2024〕第20号、第20_2号),将你单位确定为本年度我中心的稽核对象单位。在我中心向你单位发出并通过现场、邮寄等形式送达该通知书后,你单位拒不按照前述通知要求接受社会保险稽核(包含但不限于向稽核工作组提供《职工花名册》《工资支付台账》《会计凭证》等资料)。我中心遂于2024年12月26日根据张学梅投诉时提供的渝綦劳人仲案字〔2024〕第399号仲裁文书等证据资料,下达了《重庆市社会保险稽核决定通知书》(綦社稽决〔2024〕第20-1号)并责令你单位予以限期整改,但在通过现场、邮寄等形式送达该文书中你单位未按规定配合。我中心现向你单位公告送达《重庆市社会保险稽核决定通知书》(綦社稽决〔2024〕第20-1号)。通知内容如下:责令你单位在收到稽核决定通知书15日内进行整改,补缴张学梅2023年5月—2023年8月的社会保险。期限内没有整改的,将由我中心直接下达关于“社保漏投补缴计划—张学梅(2023年5月—2023年8月)”转征收机构,该计划暂以2023年原已由你司申报并执行的张学梅社保缴费基数作为漏投补缴基数确定依据,如该值水平低于漏投补缴经办时政策规定最低社保缴费基数水平的,则按经办时政策规定漏投补缴最低社保缴费基数水平值执行,请你单位及时按张学梅漏投补缴计划履行缴费等法定义务。后续待你单位按照要求向我中心提供《职工花名册》《工资支付台账》《会计凭证》等资料接受社保稽核后,可与有关机构根据政策予以结算。如不服本决定,可在收到本决定书之日起六十日内向重庆市綦江区人民政府申请行政复议,也可以在收到本决定书之日起六个月内向人民法院提起诉讼,期间,不得自行停止执行本决定。联系人:李老师联系电话:87260795(稽核风控科)。联系地址:重庆市綦江区通惠街道通惠大道69号市民服务中心A栋。

重庆市綦江区社会保险事务中心
2024年3月3日

遗失声明

大名县张铁集乡前劝善村股份经济合作社遗失中国工商银行大名支行开户许可证,账号:040500220930024 2015,核准号:J1281001471401,声明作废。

遗失声明

睢县西陵寺镇关帝村民委员会公章遗失,编号:41142200005342,声明作废。

遗失声明

农安县农安镇喜又烘焙店(统一社会信用代码:92220122MAD6CK6X4W)遗失法人章(张冲):2201223965753,声明作废。

遗失声明

吕梁卓航电竞有限公司(统一社会信用代码:)91141102MAD T959QXF遗失公章一枚,声明作废。

遗失声明

灵石县飞腾体育馆(个体工商户)遗失公章一枚,统一社会信用代码:92140729MAE3F0YQ68,声明作废。

遗失声明

长春市九台区兴隆街道大荒地村经济联合社将公章和雷雨昌法人章丢失,声明作废。

遗失声明

黑龙江帅鑫建筑劳务有限公司(统一社会信用代码:91230103MA7FAK7P1C)遗失财务章、法人章(郭剑锋)各一枚,声明作废。