从理念到行动

供需两端“双向奔赴”绿色消费

图为在国补政策刺激下,绿色节能家电受到消费者青睐。

日前,北京市民张女士在电商平台选购了一台一级能效冰箱。令她惊喜的是,不仅旧冰箱能抵扣一笔钱,政府还提供“以旧换新”消费补贴,算下来省了不少钱。“选择绿色产品既省电费,又有补贴,何乐而不为?”她说。

张女士的体验,正是我国绿色消费激励机制落地的一个缩影。今年政府工作报告明确提出,“健全绿色消费激励机制,推动形成绿色低碳的生产方式和生活方式”。这是绿色消费逐渐从理念迈向全民行动的又一个关键点。

当“双碳”目标与消费升级浪潮相遇,如何让生态文明的“含绿量”转化为经济发展的“含金量”?记者走访企业、消费者和专家,探寻绿色消费的实践路径。

绿色消费是“双向奔赴”

在广东某空气能热水器生产基地,5条智能化生产线24小时运转。“政策东风打开了新蓝海。”企业负责人指着电子看板介绍,国家节能补贴政策实施后,超一级能效产品销量激增,“消费者不仅省下一笔钱,更获得了低碳生活”。

这样供需两端的共振,并非个例。在浙江一家新能源汽车制造企业内,负责人介绍:“政府对新能源汽车的补贴政策持续推行,我们也不断进行技术研发,提升产品性能。现在订单量大幅增长,很多消费者就是冲着环保和节能来选择我们的车。如今充电桩在很多城市逐渐普及,消费者的后顾之忧也少了。”该企业的新能源汽车在过去一年里,销量增长了近50%,其中年轻消费群体成为购买主力。

走进上海一家有机农产品超市,货架上摆满了各种贴着有机标签的蔬菜、水果和谷物。“消费者的健康和环保意识不断增强,对有机农产品的需求越来越大。我们超市的有机产品销量每年都保持着20%左右的增长。很多消费者认为,有机农产品不使用化肥和农药,对身体更好,而且生产过程也更环保。”超市负责人说。

“这场‘双向奔赴’的本质是发展方式的深刻变革。”中国人民大学重阳金融研究院副研究员刘锦涛指出,当80后、90后成为消费中坚力量,他们的选择正在重塑产业链——从追求“性价比”到注重“绿价比”,从单一商品消费到全生命周期考量,绿色消费已成为撬动供给侧改革的支点。

数据显示,2024年以旧换新8大类家电中,一级能效产品销售额占比达90%以上,新能源汽车渗透率连续多月突破50%,绿色消费正成为拉动内需的新引擎。

打通制约消费的堵点

不过,绿色消费蓬勃发展的背后仍存在一些瓶颈。中国人民大学环境学院教授李岩指出,国外一项调查显示,发达国家约80%的消费者认为自己有绿色消费意愿,但实际上存在绿色消费行为的不到17%。绿色产品的消费存在价格偏高、品类较少、公众认知不足等多重障碍。

绿色产品溢价较高,影响了消费者的消费意愿。有研究报告显示,企业为更可持续的产品收取的平均溢价为28%,远高于消费者愿意支付的10%的溢价水平。现实中,产品越“绿”,价格越高。在咖啡店买一杯用低碳燕麦奶制成的拿铁,比牛奶拿铁贵3元;在超市里买一盒用大豆蛋白制成的环保植物肉,价格是普通肉的好几倍。购买一台有节能认证的空调,通常比普通空调贵几百至上千元。

消费者王先生坦言:“虽然绿色空调更节能,长期来看能省电费,但购买时一下子要花这么多钱,还是会犹豫。毕竟普通空调也能满足基本的制冷需求。”企业方面也表示,绿色产品在研发、生产过程中需要投入更多的成本,包括采用环保材料、先进的节能技术等,这些成本最终都会体现在产品价格上。

绿色产品的辨识问题也让消费者头疼不已。在化妆品柜台,各种标有“天然”“有机”“环保”等字样的产品让人眼花缭乱。目前,我国绿色产品的认证标准不够统一,市场上存在一些企业夸大宣传、虚假标注的现象。还有部分企业为获取高额利润虚炒概念,将“伪绿色”产品混入其中,以假充真,不仅损害消费者权益,也破坏了绿色产品的信誉。

回收体系不完善同样制约着绿色消费的发展。在一些中小城市,旧衣物、废旧电子产品的回收渠道非常有限。对于废旧电子产品,由于缺乏专业的回收机构和规范的回收流程,很多消费者担心个人信息泄露,不愿意轻易将其交给回收商。

多方协力推动绿色消费

面对这些困境,政府、企业和社会各界都在积极采取措施,推动绿色消费的发展。

政府层面,不断完善相关政策法规。2022年,《促进绿色消费实施方案》发布,明确全面促进重点领域消费绿色转型,建立健全绿色消费制度保障体系。

2024年,商务部会同各地方、各相关部门深入推进消费品以旧换新,7000多万台(件)绿色智能汽车、家电、家居产品进入百姓生活。今年继续推行“以旧换新”“节能补贴”等政策,并且在消博会期间举办绿色消费暨再生资源回收发展主题活动,发布一批二手商品流通试点城市和企业名单,开展商贸领域绿色消费推进行动。同时,政府还不断加大对环保产业的扶持力度,通过税收优惠、财政补贴等方式,鼓励企业研发和生产绿色产品。此外,政府还在加快制定统一的绿色产品认证标准,建立更加科学、规范、统一的绿色产品认证体系,提高绿色产品的可信度。

企业也在积极行动。一方面,加大研发投入,降低绿色产品成本。例如,一家手机制造企业通过研发新型电池技术,提高了手机的续航能力,同时降低了生产成本。该企业负责人表示:“我们希望通过技术创新,让绿色产品不仅环保,而且价格更亲民,让更多消费者能够接受。”另一方面,企业加强了品牌建设和宣传,提高消费者对绿色产品的认知度。某知名服装品牌推出了“可持续时尚”系列产品,并通过线上线下的宣传活动,向消费者传递环保理念和产品的绿色属性。

社会各界都在广泛参与。环保组织通过开展公益活动、发布绿色消费报告等方式,提高公众的环保意识和绿色消费能力。一些社区组织“绿色市集”活动,鼓励居民将闲置的物品进行交换或出售,减少资源浪费。

在推动绿色消费、促进低碳经济发展方面,二手市场发挥着重要作用。截至2024年底,某二手平台通过促进闲置物品流通,已实现518.5万吨的碳减排效果,相当于传统燃油汽车行驶291亿公里所排放的碳量;促成3208万册二手图书的交易,相当于保护27万棵树木资源。

此外,专家建议,要进一步加强绿色消费教育。将绿色消费理念纳入学校教育体系,从小培养学生的环保意识和绿色消费习惯。同时,加强对消费者的培训和引导,提高消费者对绿色产品的辨识能力和选择能力。

(综 合)

图为在博鳌亚洲论坛零碳休息区展示的使用废弃塑料制作的钥匙扣。

最新修订的《快递暂行条例》将于6月施行

全链条治理助推快递包装绿色转型

最新修订的《快递暂行条例》(以下简称《条例》)将于6月1日起施行。此次修改主要针对快递包装方面内容,完善快递包装设计、生产、使用、回收、处置等环节制度措施,明确企业以及政府、行业组织、快递用户等各类主体责任,力求形成全链条治理合力。

多位专家接受记者采访时表示,《条例》填补了我国在快递包装治理方面的制度空白,为快递包装治理工作提供了有力法治保障,有利于推动我国快递业高质量发展,促进经济社会发展向绿色低碳转型。

快递业是现代服务业的重要组成部分,是推动流通方式转型、促进消费升级的现代化先导性产业。国家邮政局监测数据显示,近年来,我国快递业迅猛发展,2024年业务量达1750亿件,已连续11年位居世界第一,人均接收快递超120件。但与此同时,物流需求的井喷式增长也带来包装物大量废弃,造成资源消耗和环境污染等问题。

新修订的《条例》强化了快递企业在快递包装治理工作中的主体责任。例如,《条例》第三十九条规定,经营快递业务的企业应当在保障快递安全的前提下,优化快递包装方式和包装结构设计,节约使用包装物。第四十二条规定,经营快递业务的企业应当制定并实施包装物回收利用管理制度,优化业务流程,提高包装物的回收利用率。

“虽然上述要求是针对快递企业提出的,但对使用快递服务的单位、个人,以及包装生产企业、回收利用企业同样具有牵引倒逼和激励约束作用,有助于打造快递包装‘前端协同减量—中端循环替代—末端逆向回收’的绿色供应链。”清华大学环境学院教授刘建国说。

快递包装具有使用量大、涉及面广、责任主体多、循环链路长的特点。刘建国认为,修订后的《条例》明确了有关政府部门、快递企业、快递行业组织、消费者等责任主体在快递包装设计与制造、废弃与回收、再生与循环等全链条各个环节上的不同责任,将推动我国逐步形成“政府引导、企业履责、行业自律、公众参与”的快递包装绿色发展新格局。

刘建国解释,行业自律、信息公开是推动快递包装治理的重要手段,有助于快递行业组织搭建产业协同生态平台,链接包装物生产、使用、回收、再生链条上的上下游企业,打通绿色包装链条上的堵点,共同推动包装物生态设计、安全使用与高效回收。

《条例》第四十五条规定,依法成立的快递行业组织应当将经营快递业务的企业使用、回收包装物等情况纳入行业自律范围,并及时向社会公布有关情况。“可以预见,快递行业组织将在建立绿色包装创新联盟、构建绿色包装数据中心、制定绿色包装团体标准等方面发挥重要作用。”刘建国说。

《条例》还提出,国务院有关部门、县级以上地方人民政府及其有关部门应当组织开展多种形式的宣传教育活动,新闻媒体应当开展公益宣传,提高公众的环保包装意识。鼓励经营快递业务的企业通过积分奖励、寄件优惠等方式引导用户重复使用包装物。

“这体现了国家对公众参与快递包装治理的重视。”刘建国说,从快递服务活动看,可循环快递包装推广、绿色替代材料应用、快递包装废物回收等需要公众的理解、支持与配合。在政府推动、企业履责和行业自律的基础上,只有依靠公众广泛、积极、有效的参与,快递包装绿色转型才能实现社会协同多元共治,不断提升治理成效。

多位受访专家认为,《条例》可推动法律法规与标准体系良性互动,有利于深化快递包装治理工作。

目前,我国针对快递包装治理问题已发布两部强制性国家标准,分别是《限制快递过度包装要求》和《快递包装重金属与特定物质限量》。前者明确了限制快递过度包装的技术要求、判定规则和检测方法,后者明确了用于快递包装的纸类、塑料类、纺织纤维类中重金属与特定物质的限量要求,以及相应的试验方法。

在标准的引导下,我国快递包装治理成效初显。2024年,我国中转环节循环包装实现全覆盖,电商快件不再二次包装比例超过95%,智能装箱技术使包装耗材大幅减少,248个产品通过快递包装绿色产品认证。

邮政业标准化技术委员会副主任委员兼秘书长潘迪分析,《条例》将企业是否落实快递包装有关强制性国家标准作为政府部门重点监督检查的事项,明确了强制性标准的实施责任主体和监督措施,有利于保障《限制快递过度包装要求》等强制性国家标准的落地。

潘迪认为,随着《条例》的实施,快递包装治理方面的标准体系将更加完善,法规与标准体系的良性互动对推动快递包装治理的巨大作用也将不断显现。 (科技日报)

北京市丰台市场监管局之窗

北京市丰台区市场监管局对校园周边学生用品展开集中检查

为确保学生用品的质量与安全,营造文明、安全、有序的校园周边环境,北京市丰台区市场监管局对校园周边的学生用品展开了集中检查。严把关+快审批。针对拟于学校周边经营文具店或小卖部的商户,提前告知禁止售卖的产品类别,规范经营范围经营类目,要求商户要严格把关进货渠道,严格规范宣传行为。针对非重点申请材料“容缺受理”,对符合条件的许可申请在2小时内迅速核查和审批,让商户在开学前有充足时间做好开业准备。全面摸排+重点检查。对辖区内学校周边经营学生用品商户进行摸排,更新商户经营台账。重点检查学生文具、玩具和食品,对于日常文具用品,主要检查是否存在“三无”产品,产品是否具有合格证明;对于新型“网红”玩具,除检查产品质量外,重点检查是否明码标价及是否存在恶搞、低俗、不良诱导等营销产品;对于所售食品,重点检查高盐、高糖、高脂等“五毛”食品及散装食品的贮存条件、标签标识等,严禁售卖假冒伪劣产品及腐败变质食品。多服务+勤指导。通过业务指导提前介入,针对商户的需求和问题精准指导,在服务商户的同时提高监管效率。在新政策新办法发布初期,执法人员也会集中讨论具体实施中需注意的问题,通过微信群发布提示,针对涉及到的重点商户一对一的宣贯。通过多服务+勤指导,切实降低投诉率,提升消费者的满意率同时避免扰企。 (李钰婧)

观 点

健全激励机制 引导绿色消费和生活

健全激励机制引导绿色消费和生活,不仅是应对生态挑战的关键举措,更是推动经济社会高质量发展的必然选择。需求和供给犹如经济发展的两轮,以需求牵引供给端转型升级,是实现整体上下游全面转型、推动绿色发展的重要路径。

绿色消费的市场前景广阔。当前,消费者的实际行动略显不足,主要缘于绿色产品价格偏高、品类较少、认知不足等多重因素。通过政策引导和制度保障,进一步降低绿色消费门槛,激发消费者的绿色消费热情,让绿色消费成为全社会的共识和行动,将促使企业积极调整生产策略,加大绿色产品的研发和生产投入,从而推动整个产业链向绿色低碳方向转型。

建立绿色消费激励平台,探索实施全国绿色消费积分制度,形成一种正向的反馈机制,是激发绿色消费活力的有效手段。可利用大数据、云计算等技术手段,精准把握消费者需求,实现个性化推荐绿色产品和服务,通过兑换商品、折扣优惠等方式鼓励绿色消费,有效降低绿色消费门槛,让消费者在日常消费中切实感受到绿色消费带来的实际利益。消费者在选择绿色产品和服务时,不仅能够满足自身的实际需求,还能获得额外的奖励,从而进一步增强参与绿色消费的积极性和主动性。比如消费者在购买绿色产品时,凭借消费产生的积分,可兑换生活日用品,或者享受下次购物的折扣优惠。随着绿色消费积分制度的广泛实施,消费者将养成绿色消费优先的好习惯,提高对绿色消费的认识和接受度,形成崇尚节约、绿色低碳的社会风尚,促进绿色消费的市场规模不断扩大,进而刺激厂商投入更多生产资源,形成绿色消费与绿色生产的良性循环。

企业作为市场主体,在激励绿色消费方面同样大有可为。企业通过向居民发放绿色消费券、绿色积分、直接补贴、降价促销等方式,能够直接降低消费者的绿色消费成本,提高绿色产品的市场竞争力。例如,新能源汽车企业向消费者发放绿色消费券,消费者可在购车时直接抵扣相应金额;电商平台针对绿色环保产品推出绿色积分、优惠券等,消费者购买此类产品可获得价格折扣,积分可兑换平台上的其他绿色商品。由企业主导的激励方式,既满足了消费者的实际需求,提升了自身绿色产品的销量,也为推动绿色消费市场的繁荣贡献了力量,助力绿色消费理念的普及。各地还可因地制宜,开创“区域资源—消费场景—产业生态”相适配的绿色消费新局面,突出地方产业比较优势、差异化,深入挖掘具有地域特色的绿色资源,开发出具有地方辨识度的绿色消费产品、服务和场景,满足消费者日益增长的个性化、多样化消费新需求。

聚焦衣食住行等生活领域,利用大数据、人工智能等技术,全面推广绿色产品标签,便于消费者选购绿色产品,提升绿色消费意识。譬如,通过标明家电能效等级、原材料碳足迹、产品全生命周期等环保信息,从原材料采购、生产加工、运输销售到最终废弃处理,让消费者全面了解产品对环境的影响,可以直观感受到绿色产品与传统产品的差异,以便做出更科学的绿色消费选择。服装标签上标明采用了可降解环保面料、生产过程中碳排放量较低等信息,消费者就更容易做出购买决策。全面使用透明化的绿色信息标注,有助于打破绿色消费中的信息不对称问题,增强消费者对绿色产品的信任和认可,同时也可促使企业更加注重产品的环保性能,推动整个行业的绿色发展。

鼓励绿色消费行动,通过以旧换新、抵押金等方式回收废旧物品,促进二手流通交易和再利用,能有效提高资源的利用效率,减少资源的浪费和环境的压力。政府与企业合作推出以旧换新活动,并给予消费者一定的购物补贴,可促进废旧产品的回收处理,减少垃圾对环境的污染。对周转箱、塑料制品、酒瓶等产品包装实施抵押金制度,可激励消费者主动返还废旧包装物品,提高物品的回收周转率,促进循环经济发展。大力支持二手交易平台的发展,为绿色消费提供新的渠道,不仅能够延长物品的使用寿命,降低资源消耗,还能为消费者提供更多的消费选择,满足不同层次的消费需求。各地还可探索建立社区层面的废旧物品回收中心,由专业人员对居民的废旧物品进行评估、分类,对于可继续使用的物品进行简单修复后,通过社区内的“跳蚤市场”开展免费交换、低价交易等活动,实现资源在小范围内高效流转,提高居民参与绿色消费行动的便捷性。

鼓励金融机构开发面向消费端的绿色金融产品,是降低绿色消费门槛、推动绿色消费普及的创新途径。绿色金融产品可以为消费者提供资金支持和风险保障,享受较低的贷款利率和较长的还款期限。要通过互联网、大数据技术提供更加便捷、优惠的金融服务,支持消费者购买绿色产品和服务,实现金融引导消费作用,让更多人参与绿色消费。例如,绿色信贷可以为消费者购买新能源汽车、节能家电等提供低息贷款,减轻经济负担,并引导消费者购买绿色产品型号、款式。绿色保险则可以为绿色产品提供风险保障,在产品出现故障时提供免费维修或更换服务,增强消费者的购买信心。金融机构还可开发绿色消费信用卡,消费者使用该卡进行绿色消费时,可获得更高额度的积分、返现,或者享受专属的优惠活动,积分可用于兑换环保主题旅游套餐、绿色能源免费充电等特色奖励,进一步提升消费者参与绿色消费的积极性。 (王凤阁)

消费调查

绿色消费与技术创新 将成闲置交易市场主要驱动力

5月7日,第三方数据机构QuestMobile发布《2025中国移动互联网春季报告》。报告显示,全网用户向大城市流动的趋势正在延续,高线城市(高线城市包含一线、新一线、二线城市)用户占比总量已经达到49.8%,即将迈过半数大关。同时,用户线上消费能力也持续增长,闲鱼在高线城市高消费力人群中的渗透进一步加深。

报告指出,随着国补政策持续,今年闲置交易平台流量保持上升,3月闲置交易行业月活跃用户规模同比增长15.1%。国补促销对闲置交易行业的影响,尤其体现在和综合电商平台有强关联的二手交易平台。二手交易平台和头部电商平台打通服务链路,不仅带动其流量增长,强化流量黏性,也提升了用户在二手买卖过程中的服务体验。同时跨平台服务打通给二手电商平台吸引更多一线和新一线高消费能力人群,对二手电商平台的需求黏性也更高。以闲鱼APP为例,闲鱼APP和淘宝APP重合用户的月人均使用时长达到247.1分钟。

与此同时,《QuestMobile2025中国移动互联网春季报告》还呈现了“90后”和“00后”人群的媒介偏好,分析结果显示出多款APP凭借极高的活跃渗透率TGI指数,成为“90后”以及“00后”喜爱的十大APP之一,一同入选的有闲鱼、网易云音乐、芒果TV等。

此外,报告显示,随着闲置平台提供副业产品化解决方案,能满足年轻人对性价比与个性化的双重追求。未来,伴随闲置交易市场增量空间的释放与年轻化战略的持续推进,闲置平台有望依托生态优势筑牢护城河,为平台的价值释放打开更大想象空间。

业内人士表示,闲置交易市场增量空间加速释放的核心在于消费观念升级、技术赋能与政策支持的共振。未来,市场将向规模化、专业化、国际化方向发展,绿色消费与技术创新将成为主要驱动力。平台需持续优化信任机制、拓展服务场景,以抓住增长机遇。(封 文)

公告栏

(接上条)

3、投资人有无企业未负有数额较大的到期未清偿债务,未有作为被执行人的案件且处于持续状态,以及有无重大违法行为或涉嫌重大违法行为或最近未列入失信被执行人的承诺书;

4、提交相关附件,包括但不限于:

(1)企业法人营业执照复印件;

(2)现行有效的企业法人章程复印件;

(3)法定代表人或负责人身份证明复印件;

(4)授权委托书原件和受委托人身份证复印件;

(5)企业法人的征信报告(中国人民银行征信中心出具);

(6)载明联系人、联系电话、电子邮箱、通信地址等书面文件。

上述报名材料均应加盖投资人机构的印章并由法定代表人/负责人签名。投资人未按本公告要求提交招募报名材料的,管理人有权不予接收。

(二)投资人报名的成功条件

1、投资人在规定的时间内向管理人提交报名材料及缴纳保证金后,管理人确认投资人报名成功。若投资人只提交报名材料未缴纳保证金的,或只缴纳保证金未提交报名材料的,均视为报名不成功。

2、缴纳保证金的金额及缴纳方式

重整投资人参与两家公司重整报名时,需向管理人银行账户汇入人民币500万元的保证金,投资人汇入后应及时与管理人核实保证金是否到账。管理人开立的银行账户信息如下:

户名:贵州清镇鸿运铁合金实业有限责任公司管理人

开户行:中国工商银行清镇市支行

账号:2402015739200120802

(四)投资人尽职调查、保证金及提交投资方案的约定

1、投资人报名成功,应对两家公司进行尽职调查。尽职调查时间原则上不超过一个月。投资人尽职调查期间,管理人将配合投资人开展工作。投资人与管理人签署《保密承诺函》后,管理人及时向投资人提供两家公司相应的资产、负债情况、财务资料,以及投资人关注的且管理人现有的其他文件资料。投资人尽调期间(包括实地调查)产生的费用由投资人自行承担。

2、投资人完成尽职调查工作之日起10日内,应及时向管理人提交两家公司的《重整投资方案》(包括但不限于重整投资模式、重整对价、重整资金的筹集及来源、经营方案、债权调整和偿债方案,以及有利于重整的其他方案。

投资人若未进行尽职调查,仍愿意按照两家公司的现状参与重整投资的,视为投资人对两家公司现有资产负债的情况、取能情况,以及其他情况的全面知悉和了解。该类投资人应在报名成功之日起40日内向管理人提交《重整投资方案》。

(五)重整投资人及其重整投资方案的遴选

1、投资人在完成尽职调查并按上述规定向管理人提交对两家公司的《重整投资方案》。管理人收到多家投资人的《重整投资方案》后将在人民法院的指导下,由人民法院、管理人、债权人代表、债务人代表组成重整投资人评审小组,对多家投资人提交的重整投资方案进行评审并给出完善方案的建议。投资人进一步完善方案后,管理人将组织召开债权人会议审议表决多家投资人的重整投资方案,债权人会议最终确定重整投资人后,管理人将与其签订《重整投资合同》并拟定两家公司变更的重整计划草案,提交债权人会议表决。

2、本次投资入招募,若最终只有一家投资人报名且报名成功的,管理人将根据投资人尽调后提交的重整投资方案,组织召开债权人会议审议表决该投资人的《重整投资方案》。经债权人会议表决确定的重整投资人,管理人将与其签订《重整投资合同》并拟定两家公司变更的重整计划草案提请债权人会议表决。

(六)投资人缴纳保证金的相关约定

1、投资人违反保密承诺函规定的,管理人有权没收投资人保证金,取消投资人遴选资格;

2、投资人报名成功后退还保证金的情况

(1)投资人开展尽职调查期间,明确向管理人表示放弃投资资格的;

(2)投资人完成尽职调查工作之日起10日内未向管理人提交《重整投资方案》的;

(3)投资人自愿不开展尽职调查,未在报名成功之日起40日内向管理人提交《重整投资方案》的;

(4)在重整投资入评审遴选期间,最终未被确定为重整投资人的;

(5)管理人根据重整投资人提交的重整方案拟定的变更重整计划草案表决债权人会议表决通过,或债权人会议表决通过,但最终未被人民法院裁定批准的。

凡出现上述情形的,管理人在审核上述情况无误后3日内,由管理人向投资人无息返还保证金。

3、投资人通过评审遴选最终被确定重整投资人时,重整投资人应与管理人在10日内谈判并签订《重整投资合同》,且管理人根据《重整投资合同》拟定的变更重整计划草案获债权人会议表决通过、法院裁定认可后,其投名缴纳的保证金主动转为重整投资对价的一部分。若变更重整计划草案获债权人会议表决通过、法院裁定认可后,投资人反悔不履行《重整投资合同》的,其缴纳的保证金管理人有权予以全额没收。

八、其他注意事项

(一)本招募公告不构成管理人对两家公司投资人的要约。

(二)管理人提供的两家公司的相关资料不应作为对投资人的任何承诺和保证,投资人应独立判断、理解和进行审慎决策。

(三)本公告由管理人发布,解释权归属于管理人。

热忱欢迎社会各界报名参与本项目的重整投资。

贵州清镇鸿运铁合金实业有限责任公司管理人

贵州清镇创新实业有限责任公司管理人

二〇二五年五月十三日

浙江公政、上海申田2025年春季联合保价拍卖会邀请

预展时间:2025年5月22日-5月23日。拍卖时间:2025年5月24日。拍卖主题:艺海珍宝春季联拍。拍卖标的:瓷器、书画、紫砂壶、雕刻、摄影等艺术品约200件。咨询电话:18758886602。地址:浙江省杭州市上城区丁兰街道临丁路1188号君尚云鄂酒店。主办单位:浙江公政国际拍卖有限公司、上海申田拍卖有限公司

2025年5月13日

中都国际拍卖有限公司拍卖公告

受委托人委托,我公司定于2025年5月20日10时举办资产专场拍卖会。

标的:和田玉、铜瓶摆件、护身卡片等资产。

预展时间:视频展样,竞买人须提前联系拍卖人预约看样时间,预约看样截止时间:2025年5月16日10时,逾期未预约将不再安排看样。

视频预展:展样时间:2025年5月19日9:30—11:30,13:00—16:00

拍卖方式:网络竞价

保证金:竞价人应于竞价前在淘宝网和支付宝上进行实名登记注册,注册成功后请按淘宝网和支付宝的提示进行操作,完成报名手续,参与竞买。

咨询电话:15210205650

拍卖网址:http://zc-paimai.taobao.com

公司地址:北京市东城区和平里东街民旺园31号楼中都拍卖

遗失声明:农安县德光生物质科技有限公司(统一社会代码证:91220122MA17Y2H0P)遗失公章:2201223285002,声明作废。

遗失声明:仲志勇遗失不动产登记证书,坐落:河南省商丘市睢县城郊乡北关村龙凤盛世名城45幢3单元203,建筑面积:122.66平方米,结构:混合结构,不动产权证号:20210004002,声明作废。

遗失声明:农安县农安镇王洪伟建筑装修处(统一社会信用代码:92220122MA17Y2H0P)不慎将公章(编码:2201222162909)丢失,声明作废。

遗失声明:永康市易构汽车用品经营部(个体工商户)遗失公章:33078410244935,声明作废。

遗失声明:辉县市开元网吧(注册号:410782280021),统一社会信用代码:91410782MA3Y3W2Q2E)不慎将营业执照正、副本、税务登记证正、副本、组织机构代码证正、副本丢失,声明作废。

遗失声明:黔西市杜鹃街道育才社区卫生室9医疗机构执业许可证遗失,许可证编号:PDY30405-65224231TD6001,特此声明。

遗失声明:吴川市梅菜喂记饮品店遗失食品经营许可证正本,许可证编号:JY24408830123602,声明作废。

遗失声明:满洲里市扎赉诺尔区瑞恒祥商贸有限责任公司(统一社会信用代码:91150781MA8JETH99)遗失公章、财务专用章、发票专用章各一枚,声明作废。

遗失声明:内蒙古屹岚律师事务所遗失函章,印章编码:15072210006585,声明作废。

遗失声明:日照宸畅装饰工程有限公司遗失公章:3711053006403,财务章:3711053006404各一枚,声明作废。

遗失声明:贵州元枫商贸有限公司遗失公章:5227012034404,声明作废。

遗失声明:台州市金袋子贸易有限公司遗失公章、编码:3310021016936,声明作废。

遗失声明:汉寿县玖捷传媒有限公司(统一社会信用代码:91430722MAEBK69Q84)遗失财务专用章、法人章(何杰)各一枚,声明作废。

遗失声明:贵州鹏华二手车销售有限公司遗失公章:5202025090176,财务章:5202025090174,法人章(胡海文印):5202025090175,声明作废。

遗失声明:华夏集媒(北京)国际文化传媒有限公司(统一社会信用代码:91110105064888057X1)遗失公章一枚:1101050435658,声明作废。

遗失声明:杞县含嘉旺农副产品供应部(个人独资)遗失公章:4102210379325,声明作废。

遗失声明:大名县广亿养殖场(统一社会信用代码:91130425MA7DJYJF1F)遗失公章,备案编码:1304255020951,财务章,备案编码:1304255020952,特此声明作废。

遗失声明:磐安县水炳中药材经营部遗失公章,编码:3307271002320,声明作废。

遗失声明:青岛鑫和佳景建筑有限公司(统一社会信用代码:91370222MACB3U5D58)原公章:3702150562615,法人章(乔宪政):3702150562618不慎丢失,声明原章作废。

遗失声明:纳雍县新房乡海绵宝宝幼儿园有限公司遗失公章:5205251013224,财务章:5205251013225,法人章(谢敏):5205251013226,声明作废。

作废声明:星时代(北京)传媒有限公司(统一社会信用代码:91110113MA01MYCJ2C)作废现名称章一枚,特此声明。

作废声明:北京普格尔阳光科技有限公司(统一社会信用代码:91110108318138771J)作废公章一枚,特此声明。

遗失声明:浙江国屹科技有限公司遗失公章:330802101000771,声明作废。

作废声明:北京新启丰商贸中心(统一社会信用代码:92110113MAC8W91E6T)作废公章一枚,特此声明。

遗失声明:东胜区飞德富监理咨询服务中心,统一社会信用代码92150602MA0QUMH028,于2025年3月20日丢失本公司公章、财务章、法人章各一枚,声明作废。

遗失声明:沧州鸿通暖通机电设备安装有限公司(统一社会信用代码:91130921MACF8FQW4J遗失公章:1309032044740,声明作废。

遗失声明:吴川市大省兴旺养殖有限公司(统一社会信用代码:91440883MA7J8LYJXH)遗失公章:4408834045092,声明作废。

遗失声明:包头市今享到家科技有限公司遗失公章,印章编码:15020310065864,声明作废。

登报电话:13080793002