消费舆情热点五月、六月报

热点事件之一：

亚朵酒店就“客房出现医院枕套”一事道歉

【事件概况】

近日，“亚朵酒店枕套事件”闹得沸沸扬扬。有消费者爆料称，杭州一亚朵酒店客房出现印有“杭州御湘湖未来医院”LOGO标识的枕套。6月3日，杭州西溪紫金港亚朵酒店发布致歉声明称，对于客人反馈的枕套标签问题，酒店向客人和所有关心亚朵的朋友诚挚道歉。经严格核查，确认问题根源是酒店自采的洗涤供应商出现严重工作失误，酒店已经终止了与该洗涤供应商的合作。酒店还对所有房间布草进行100%全面排查，确认没再发现类似情况。公开信息显示，此次事件涉事医院与亚朵酒店仅相距28公里。

6月8日，上海亚朵商业管理（集团）有限公司官方账号发布关于该事件的说明，提出事件调查结果和整改行动措施，以及建立长效保障机制。

医院、酒店二者罕见地联系在一起，使得这一消息迅速在社交媒体上发酵，引发全网热议，截至6月15日，该话题网络上的信息量达15万余条，微博和客户端成为热度最高的媒体渠道和平台，媒体报道和网友评论主要围绕“亚朵酒店、枕套、医院、供应商”等关键词展开。

【媒体视角】

视角一：环球网、光明网、北京商报、界面新闻等媒体报道了杭州西溪紫金港亚朵酒店被消费者投诉客房出现印有某医院标识的枕套，还回顾了今年3月广州一家亚朵酒店被曝出花洒内有数根头发，指出卫生问题屡次出现，亚朵酒店管理亟须完善。

视角二：《新京报》等媒体报道了亚朵作为近些年规模飞速扩张的酒店品牌，目前也面临着“规模扩张、房价下滑、成本上升、投诉增多”的经营困局，还分析了亚朵在零售业务和住宿业务方面的经营情况，认为亚朵现在的加盟模式在缩短盈利周期的同时，也增加了品控风险。

视角三：有媒体报道了业内人士对此事件的看法，认为全体酒店行业应以此为警醒，从供应链管理、规模扩张与品质管控平衡以及卫生管理可视化三方面，全面提升卫生管理水平。

【网民观点】

@wa-03：又是亚朵，上次花洒里面有头发也没有解释清楚呢。

@玖yo贰：医院和酒店在一个地方清洗，本身就有问题吧？

@科技怪咖：光致歉还不够，还要加强日常监管，就算是供应商送过来的，服务员应该也能看出来不是酒店的。

【事件延伸】

亚朵酒店近日因“医院枕套”事件再度陷入舆论漩涡，而此前广州某门店“花洒洗出头发”的丑闻尚未平息。短短数月内，同一品牌连续爆发两起卫生危机，暴露的不仅是企业管理的失职，更是酒店行业长期存在的系统性漏洞。从“枕套混用”到“花洒藏污”，亚朵的案例恰似一面镜子，映照出行业监管的疲软与消费者信任的崩塌。

涉事杭州门店自采渠道的洗涤供应商，竟将医院布草与酒店用品混洗，直接违反《洗染业管理办法》中“专洗专运”的规定。当酒店将布草清洗外包给资质不齐的第三方，却缺乏有效监督时，卫生安全便沦为“开盲盒”的游戏。此次事件中，涉事洗涤企业同时承接医院与酒店业务，却未按标准执行分拣，最终导致医院枕套流入客房。这种“以次充好”的逐利行为，暴露了行业监管的盲区：洗涤企业是否具备资质？分拣流程是否透明？卫生检测是否达标？答案令人不安。

亚朵的“轻资产”战略使其门店数量激增，但加盟店的品控却成为软肋。杭州涉事门店在布草验收、查房环节的疏漏，印证了“重扩张、轻管理”的弊端。当总部对加盟商的供应链管理流于形式，当“员工自查、店长复查、质检抽检”沦为走过场，卫生问题便成了必然结果。更讽刺的是，亚朵在“枕套事件”后宣布设立1000万元专项基金、增设独立督查组，但这些亡羊补牢之举，能否弥补消费者对“中高端”定位的信任裂痕？

酒店卫生问题频发，本质是监管滞后于行业发展的缩影。尽管新修订的《公共场所卫生管理条例》强化了卫生许可证与备案制度，但执行层面仍存在漏洞。例如，洗涤企业的卫生标准尚未统一，酒店布草的溯源体系尚未建立，消费者维权仍面临举证难、赔偿慢的困境。监管部门需以亚朵事件为契机，推动行业建立“洗涤—运输—验收”全链条追溯机制，对违规企业实施“黑名单”制度，并引入第三方检测机构定期抽查。唯有将监管前置，才能避免“枕套混用”“花洒藏污”等闹剧上演。

亚朵酒店的“卫生危机”不仅是企业的危机，更是行业的警钟。当消费者为“睡在医院的枕套上”而不安，为“花洒洗出头发”而愤怒时，酒店行业需要的是道歉与整改。否则，再多的“用户体验官”招募、再严的“专项基金”设立，也不过是掩耳盗铃的表演。

（坤 源）

热点事件之二：

哪吒汽车正式被申请破产

【事件概况】

企查查APP显示，哪吒汽车关联公司即合众新能源汽车股份有限公司被申请破产一案更新，6月19日新增破产案件，管理人机构为浙江子城律师事务所，经办法院为浙江省嘉兴市中级人民法院。此前，申请人上海禹形广告有限公司已对该公司提出过破产审查。据悉，近日哪吒汽车员工称收到居家办公通知，有员工表示，因为薪酬问题，已经两个月没去公司上班了。

哪吒汽车成立于2014年，母公司为合众新能源。2018年，张勇加入并担任总裁，主攻包含网约车、租赁B端市场，凭借哪吒V、U系列车型迅速打开市场。随着新能源汽车市场竞争日益激烈，哪吒汽车的销量增长开始放缓，公司的财务状况、供应链问题及营销战略调整等方面也逐步显现压力。与此同时，蔚来、理想、小鹏等造车新势力逐渐占据了市场主导地位，对哪吒汽车的市场份额构成了严峻挑战。

哪吒汽车正式被申请破产一事引发了媒体关注与网友热议，数据分析显示，截至6月22日，该事件网络信息总量超过5万条，其中微博和短视频成为热度最高的媒体渠道和平台，媒体报道和网友评论主要围绕“哪吒、汽车、破产、新能源、讨薪”等关键词展开。

【媒体视角】

视角一：光明网、央视财经、封面新闻等媒体报道了哪吒汽车正式被申请破产的有关事项，记者探访了哪吒汽车位于上海的办公区和几家门店，均处于无人或关停状态。

视角二：有媒体回顾了哪吒汽车的发展历程，短短两三年时间，经历了销量登顶新势力榜首到断崖式下跌，再到谋求转型失败的过程，暴露出研发投入与产品迭代滞后，核心技术竞争力不足的问题。

【网民观点】

@莫莫YYDS：哪吒和其他厂家在技术、产品研发上已经存在一年的断层了，在没出问题时竞争都很难，现在资金、品牌已经存在很大的问题，要让品牌回归正轨感觉比重新创立一个品牌更难。

@好吃不过饼干：优胜劣汰，适者生存。

@hi吴：现在哪个电车品牌靠谱啊？看到心动的车不敢下手，怕开几年车企又没了。

【事件延伸】

2025年6月，哪吒汽车关联公司合众新能源被正式申请破产，成为继威马、爱驰、极越等品牌后，又一家倒在新能源赛道“淘汰赛”中的车企。从2023年威马汽车因资金链断裂停摆，到2024年爱驰汽车因销量腰斩陷入债务危机，再到如今哪吒汽车的破产申请，新能源市场的洗牌节奏正以肉眼可见的速度加快。

哪吒汽车的陨落，折射出行业结构性矛盾的集中爆发。其早期依赖“低价高配”策略抢占下沉市场，但核心技术研发投入不足、智能化转型滞后，导致其在2024年销量暴跌至6.45万辆，三年累计亏损超180亿元。与此同时，比亚迪、特斯拉等头部企业通过技术迭代和规模效应持续挤压二线品牌生存空间，哪吒汽车试图通过“债转股”自救，却因E轮融资迟迟未到位而陷入绝境。

这一案例并非孤立。2025年一季度，中国新能源乘用车渗透率突破50%，但行业分化加剧：头部品牌通过高压快充、智能驾驶等技术壁垒巩固优势，而尾部品牌则因资金链断裂、供应链断裂陷入停产。哪吒汽车破产前夕，全国300余家经销商集体维权，车主面临售后无门、配件断供的困境，暴露出新能源车企在快速扩张中对用户权益的漠视。

对已购车车主负责，是行业最后的底线。哪吒汽车破产案中，车主因增程器故障无法维修、车机系统瘫痪等问题陷入“无车可用”的窘境，凸显新能源车企在售后服务体系上的脆弱性。哪吒汽车的破产，是新能源市场从“野蛮生长”向“价值竞争”转型的必然结果。对于行业而言，这是一记警钟：技术迭代、成本控制与用户服务缺一不可；对于消费者而言，则需警惕盲目追逐“性价比”背后的风险。新能源赛道的下半场，唯有那些真正以用户为中心、以技术为根基的企业，才能穿越周期，成为最后的赢家。

（坤 源）

热点事件之三：

被北京多所高校建议停用 罗马仕召回近50万台充电宝

【事件概况】

近期，罗马仕充电宝因自燃爆炸隐患引发关注。多所北京高校保卫处通知称，20000毫安罗马仕充电器充电时易爆炸，建议停用，北京联合大学、中国传媒大学已发生该型号充电宝自燃事件。6月14日，罗马仕公开致歉并承诺对缺陷产品担责。6月16日，深圳罗马仕宣布召回2023年6月5日至2024年7月31日生产的3个型号共491745台移动电源，原因是部分电芯原材料问题可能导致过热燃烧。

不过有消费者反映，罗马仕充电宝在宣布召回后，却遭遇寄送难题，多家快递公司出于安全考虑拒收充电宝，不揽件、不邮寄。针对该情况，品牌方回应称专员会与消费者进行对接，消费者可以按提示自行做无害化处理，随后登记退款，具体以专员提供的处理方案为准。

深陷安全问题风波后，近日国家市场监督管理总局全国认证认可信息公共服务平台显示，多家罗马仕子公司名下的快充移动电源强制性产品认证证书状态已变更为“暂停”。

罗马仕充电宝安全问题在网上引起热议，数据分析显示，截至6月23日，该事件网络信息量已达30余万条，舆情数据主要分布于客户端和短视频平台，新闻报道及网络评论主要围绕“罗马仕、召回、充电宝、自燃”等关键词展开。

【媒体视角】

视角一：6月中旬，北京日报、潇湘晨报、中新经纬等媒体报道了“北京多所高校发布通知称，因发现20000毫安的罗马仕牌充电器在充电时，相较其他品牌型号充电器更容易发生爆炸现象，建议舍弃罗马仕充电宝”的新闻，以及罗马仕对此事件的回应与相关产品召回措施。

视角二：有媒体报道了罗马仕在宣布召回后，用户却遭遇寄送难题，多家快递公司出于安全考虑拒绝揽收、寄送充电宝。罗马仕工作人员回应称，如果产品在召回范围内，且快递无法揽收，专员会与消费者进行对接，消费者可以按提示自行做无害化处理，随后登记退款，具体以专员提供的处理方案为准。

视角三：罗马仕充电宝的安全问题引发充电宝行业大地震，继多家充电宝品牌3C认证证书被暂停后，电芯供应商安普瑞斯（无锡）有限公司的“ISO三体系认证”于6月21日被暂停，波及安克、绿联等知名品牌。日前，安克宣布主动召回71万余件部分批次充电宝产品。

【网民观点】

@我爱抖音：我注重安全，不敢乱买，认准是知名品牌才购买的罗马仕，你现在曝出这种事。

@展开15条回复：好消息，罗马仕终于可以召回了！坏消息，没有哪个快递敢接……

@默默大夜猫：既然罗马仕充电宝有安全隐患，应该禁止生产和销售吧？

@只是寻常：这么多年只用过罗马仕，挺耐用啊，啥牌子用久了都会鼓包吧。

【事件延伸】

罗马仕的“自爆自燃”并非偶然。深圳市市场监管局调查显示，涉事产品因电芯原材料来料缺陷，在极端场景下可能过热燃烧。更令人担忧的是，其电芯供应商安普瑞斯（无锡）有限公司的3C认证被全面暂停，暴露出供应链管理的重大缺陷。

罗马仕充电宝召回事件，本质是低价供应链引发的“重营销轻品控”危机。企业虽在电商页面宣称通过“23项安全测试”，但实际生产中牺牲安全。罗马仕长期以“极致低价”策略抢占市场，20000毫安充电宝售价不足百元，远低于行业均价。然而，低价背后是质量标准的妥协：为压缩成本，其采用B级电芯，且在电路保护设计上偷工减料。这种“价格屠夫”模式虽赢得短期销量，却埋下安全隐患。

面对高校禁用，罗马仕的危机公关堪称“教科书级反面案例”。6月14日，品牌发布声明致歉，却坚称“未收到官方风险通告”，将责任推给“信息传播偏差”。这种“甩锅式”回应引发公众愤怒，被指“对安全隐患不认账”。两天后，监管部门公告召回49万台产品，彻底打脸品牌声明。更糟糕的是，罗马仕在召回执行中漏洞百出。消费者反映，快递公司因安全风险拒收召回产品，官方客服回应迟缓，甚至无人接听服务热线。这种“召回难”现象，进一步加剧用户对品牌的不信任。

罗马仕事件为充电宝行业敲响警钟。当市场陷入“低价内卷”，企业若忽视质量管控，终将付出代价。品牌需建立全链条质量追溯体系，从电芯采购到成品检测，严守安全红线。同时，危机公关应摒弃“被动致歉”模式，主动披露问题、承担责任，并为用户提供切实可行的解决方案。

对消费者而言，选购充电宝时应认准3C认证，避免因低价而忽视安全。罗马仕的教训证明：在安全面前，任何侥幸心理都可能酿成大祸。

（坤 源）

观 点

『谷子』背后的消费牵引力

端午小长假期间，北京王府井一场“谷子”快闪活动吸引大批年轻人排队打卡，限量徽章和手办数小时即售罄。动漫IP早已跳出屏幕，化身为“谷子”商品、社交内容和线下流量入口，吸引了商圈的年轻消费群体。

在城市商业格局不断分化的今天，“二次元”文化正以惊人的动员力重塑线下消费生态。一场动漫IP快闪、一家风格鲜明的“谷子店”、一组限量发售的卡牌或手办，往往就能唤起排队热潮，为冷清商场注入活力。从“圈地自萌”走向“牵动区域客流”，“二次元”已不再是小众标签，而是融合内容、社交与场景体验的重要商业变量。“谷子”一词源自英文“Goods”，泛指IP衍生的周边产品。据艾媒咨询预测，到2029年，中国“谷子经济”市场规模将突破3000亿元，成为拉动地区消费、文旅融合乃至城市更新的新动能。

相关趋势在近几个消费节点中愈加凸显。例如，春节档动画电影《哪吒2》上映后，其周边产品在不到一个月时间里便在淘系平台售出超3亿元，带动多家店铺销售额跃升至千万级；“五一”、端午等节假日期间，全国主要城市的动漫快闪、“谷子”展销活动频繁上演。北京王府井、上海南京东路、广州北京路、武汉江汉路等地，不少“谷子店”、IP快闪展前都出现了排队长龙，商品“秒光”、溢价转售早已成为常态。

“谷子”的吸引力，不在于其功能属性，而是作为情绪介质与文化标签的存在。“Z世代”为一款限定徽章、一杯联名饮品排队数小时，背后是“拥有即表达热爱”的精神共鸣。IP不再是单纯的视觉内容，而成为身份认同、圈层归属与社交互动的媒介。“痛包”中塞满的周边，也成为城市消费场景中新型的“流量节点”。

这种文化消费的高黏性，正在重塑线下商圈的运营逻辑。北京王府井喜悦中心以热门IP组合场景，引导客流聚集；杭州湖滨银泰引入“次元系”门店及快闪装置，带动整层人流上扬；成都太古里打造“谷子街区”，动漫周边销售同时带动餐饮、饮品与住宿复合增长。有商管公司透露，“谷子店”入驻后，周末整体客流上涨近20%，节假日更呈现“爆满”态势。

“谷子经济”的下沉趋势也同样明显。在不少高校周边、地铁商圈，集合类“谷子”门店迅速成为“潮人聚集地”。三四线城市则通过动漫展会、Cosplay节等活动激活地方消费。例如浙江建德借动漫嘉年华重启老街夜市夜经济，武汉则以“樱花+二次元”打造高校片区打卡场景，文旅消费结构正在悄然转型。

更重要的是，“谷子经济”具有显著的复购能力与场景延展性。品牌方通过限定发售、抽选机制、跨界联名等方式不断制造“新鲜感”，拉长消费者的到店路径和停留时间。与线上社群的深度联动，更模糊了“购物”与“参与”的界限，从剧本杀、主题咖啡店到沉浸式展览，“谷子”衍生出的体验业态正构建出一整套立体化消费场景。

“谷子”背后亦是城市文化活力的体现。近年来，不少地方政府尝试将本地文旅资源与IP联动，以实现文化活化与消费转化的双赢。如河南博物馆以传统玉佩为原型开发手办并联动展售，广西与游戏《光与夜之恋》合作推动街区更新。借助“谷子经济”聚合“Z世代”兴趣场景，城市的年轻化表达正在逐步显现。

当然，“谷子热”也并非无忧。当下，一些“谷子店”对单一IP高度依赖，缺乏内容更新，热度一过便人流骤减；快闪项目难以沉淀常态客群，节后迅速冷场；黄牛炒价、虚假盲盒等乱象亦损害消费者信任。从流量经济走向可持续发展，“谷子经济”还需迈过不少槛。

未来，若要真正释放“谷子经济”的长期价值，城市与企业需要从“抢热点”转向“搭平台”。这既包括推动本地IP原创力，打造更具在地文化识别度的青年品牌，也包括对线下商业空间内容的深度运营，从“卖货”走向“卖体验”“卖情绪”“卖社群”，构建可复用、可沉浸的消费体验。

（王琦琛）

公告栏

拍卖公告

受委托，我公司定于2025年7月4日10时在中拍平台公开拍卖机动车一批，展示时间及地点：详情咨询杨经理，15095325108拍卖时间：2025年7月4日上午10:00时、中拍平台https://paimai.caa123.org.cn/。有意竞买者，法人凭注册登记证、自然人凭身份证联系我公司办理竞买登记手续，并向我公司账户交纳竞买保证金。特别告知事项，本次拍卖车辆以车辆展示现状为准，按车辆现状拍卖，本公司对车辆不做任何承诺，所有标的物均以现状进行拍卖和交付，拍卖公司不承担瑕疵责任，竞买人须自行审视标的现状及决定竞买行为。

湖北元通拍卖有限责任公司
拍卖公告

我公司定于2025年7月5日10:00-11:00时（延时除外）在中拍平台（http//paimai.caa123.org.cn/）对天津市东丽区丰年村街道丰璟润苑7号楼201，面积约546.77平方米，五年租赁权进行公开拍卖，起拍价为首年租金115000元。展示时间：2025年7月2-3日（统一组织）。凡有意参加竞买者须在《中拍平台》注册并通过实名认证，并在2025年7月4日16:00前线下支付竞买保证金20000元到我公司指定账户，以到账为准，并签署《竞买书》，否则不能参加竞买。公司地址：天津市和平区赤峰道17号二楼，联系电话：022-23126106。

天津国际拍卖有限责任公司
拍卖公告

受委托，本公司将公开拍卖下列物品：光荣清分机3台、捆钞机3台、金目动捆钞机1台、点钞吸尘消毒桌6张等，起拍价262190元，保证金8万元。拍卖时间、地点：2025年7月4日9:00，中拍平台（网址：https://paimai.caa123.org.cn/）。展示时间、地点：2025年7月2日-3日。浙江省台州市黄岩区江口街道应家山路1号。有意竞买者请于2025年7月3日下午4时前下载注册中拍平台APP网上报名，并及时缴纳保证金，联系我们后台授权。联系电话：13506762333。保证金的缴纳：账户名：台州市金锤拍卖行有限公司。开户行：浙江三门银座村镇银行心湖支行。账号：630007341900015。

台州市金锤拍卖行有限公司
2025年6月27日
拍租公告

受委托，本公司对下列房屋进行公开拍租，现公告如下：一、拍租时间、地点：2025年7月4日9:00，中拍平台（网址：https://paimai.caa123.org.cn/）。二、拍租标的：位于三门县海游街道建民路113-119号五间五层临街房屋及后面八间二层铺房，建筑面积约（1274㎡+480㎡）。起拍价25.8万元/年，拍租保证金8万元。租期10年，租金按年缴纳。三、拍租标的展示时间、地点：展示时间、地点：自公告之日起在标的所在地，自行参展。四、报名时间及条件：有意竞拍者请于2025年7月3日下午4时前下载并注册中拍平台APP网上报名，成功报名后请及时缴纳保证金，并联系我们后台授权。有问题电话咨询。联系人：叶先生联系电话：18958538313。五、保证金的缴纳方式。账户名：台州市金锤拍卖行有限公司。开户行：浙江三门银座村镇银行心湖支行。账号：630007341900015。

台州市金锤拍卖行有限公司
2025年6月27日
车辆拍卖公告

受委托，我司将于2025年7月4日10时（延时除外）在尹天拍卖平台（www.yintianpm.com）对浙LD9630、浙LG6792共计2辆汽车进行公开拍卖，详细资料可查询拍卖平台。一、展示看样及报名：即日起接受咨询、预约看样同时在尹天拍卖平台注册并报名，竞买人应是具有独立履行民事行为能力且缴纳了2025年年度竞买保证金的公民或法人和其他组织。二、咨询电话：0574-87626996，87119459。三、联系地址：宁波市海曙区汇贤路388号商会大厦B座1805室。

宁波尹天拍卖有限公司
拍卖公告

项目编号：JS-ZB(2025)-036

受委托，兹定于2025年7月8日10时（延时除外）在尹天拍卖平台（www.yintianpm.com）对位于宁波市姜山镇9号C地块租赁权进行公开拍卖，详情请登录竞拍平台查看。拍卖方式：有底价的网络增价拍卖。展示看样：即日起至2025年7月7日前可预约看样。竞买手续：竞买人须在竞拍平台上注册、办理网络报名手续取得报名资格并缴纳拍卖保证金，具体要求请阅读《网络拍卖竞买须知》。咨询电话：0574-87626996。

宁波尹天拍卖有限公司
拍卖公告

一、拍卖标的：无锡市新吴区鸿福苑37-303。二、展示时间：标的物起拍前。三、展示地点：无锡市。四、报名时间：截拍前。五、拍卖时间：2025年7月5日。拍卖地点：国拍平台。六、其他说明：1、标的物竞拍成功后买受人需承担佣金及国拍平台服务费。2、报名、看样、保证金缴纳及其他事项请联系：王18800558006。

无锡市万宇商务服务有限公司
2025年6月27日
注销公告

肃南裕固族自治县大河乡中心卫生院水关分院，统一社会信用代码：12622222571649954R，经举办单位同意，拟向肃南裕固族自治县事业单位登记管理局申请注销登记。请债权债务人自见报之日起45日内向本分院申报债权债务，特此公告。联系人：张志海。联系电话：17789371553。

遗失声明

海南瑞合田母婴健康管理有限公司（统一社会信用代码：91469005MADP6Y8T73）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明

六盘水市红果畅金房地产信息咨询服务有限公司遗失公章：5202020043900，声明作废。

遗失声明

陈桂莲将不动产证丢失，所有权证号：2018001823。房屋坐落：南山管理区花园社区(铁路住宅)，声明作废。

遗失声明

天津奥麒油脂销售有限公司（统一社会信用代码：91120116794973938T）遗失公章、财务专用章，发票专用章，合同专用章，法人章（姚彬）各一枚，声明作废。

遗失声明

盘州市匡老奶火锅店（个体工商户）遗失食品经营许可证副本，许可证编号：JY25202220413544，声明作废。

遗失声明

承德县科雅种植有限公司遗失公章，编码：1308211010075，声明作废。

遗失声明

中共襄城县万汇龙企业联合支部委员会遗失公章：411025001465 9，声明作废。

遗失声明

永修县轩大打餐饮馆遗失财务专用章，印章编码：3604250125126，法人章（戴西义印）印章编码：3604250125054，声明作废。

遗失声明

凯里市丫丫宝贝店（统一社会信用代码：91522601MA6J0Q0738）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明

汝州市纸坊镇纸北村村务监督委员会遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明

宁夏博弘海通商贸有限公司（统一社会信用代码：91640100MA772PPUX0）遗失财务章一枚，声明作废。

遗失声明

青岛盛世飞达物流有限公司车牌号：鲁UW088挂，道路运输证：370281309785，车牌号：鲁UG272挂，道路运输证：370281802168车牌号：鲁UE1961道路运输证：370281802944车牌号：鲁UP972挂道路运输证：370281802937车牌号：鲁UD7085道路运输证：370281802583车牌号：鲁BL177挂道路运输证：370281803779车牌号：鲁UY098挂道路运输证：370281803470车牌号：鲁UR9596道路运输证：370281811493车牌号：鲁BMP82挂道路运输证：370281812854车牌号：鲁BX979挂道路运输证：370281318020车牌号：鲁BCD57挂道路运输证：370281815948，以上车辆营运证丢失，特此声明。

遗失声明

沧州大帐房会计服务有限公司（统一社会信用代码：91130902ma0dmb9y47）遗失公章，印章编码：1309211007215，声明作废。

登报电话：13080793002