主题乐园撬动消费大市场

北京泡泡玛特城市乐园今年6月预订量同比激增6倍，7月乐高乐园门票预订量跻身上海热门景区TOP5，常州中华恐龙园首次跻身暑期去哪儿平台热门主题乐园TOP10……当毕业季与暑期档双重叠加，主题乐园成为众多游客的首选目的地，正迸发出巨大的市场潜力。

□ 本报综合报道

图为上海迪士尼乐园。**受访者供图**

上海乐高乐园正式开园

在内测以及试运营近一个月后，中国首家乐高乐园上海乐高乐园开启运营。

上海乐高乐园坐落于上海市金山区枫泾镇，园内拥有奇趣积木城、乐高城市等8大主题区，75个互动骑乘设施、表演和玩乐景点，以及由超8500万块乐高积木拼搭的数千个乐高模型。

7月5日上午九点多，游客已在上海乐高乐园入口处排起队伍。接近十点，园区正式开门。39摄氏度的高温，也未能挡住如潮水般涌入上海乐高乐园的游客。数据显示，开园1小时，客流已达7500人，全球首发的乐高大飞车更是要排队长达105分钟。

游客刘先生7月4日晚上从香港坐飞机前来，准备7月5日“刷完”上海乐高乐园，明天再飞回香港工作。作为资深乐高迷，他去过世界各地的乐高乐园，“开园首日，在中国首家乐高乐园玩，真的很激动，也很自豪！”他说。

据了解，早在试运营期间，“乐高大飞车”“小龙飞车”等多个热门项目等待时间便达40至50分钟。

值得一提的是，正值7月暑假旺季，乐高乐园成人门票已经是按照549元档位执行。

根据其此前公布的六级票价体系，成人票在319元至599元区间，549元则属于“高峰日”票价，即重大节假日期间的旺季时段。

官方小程序显示，7月5日乐高乐园开园首日，标准成人票、儿童票和老人票均已售罄。在中国首座乐高乐园的吸引力下，去哪儿平台提供的数据显示，7月乐高乐园门票预订量跻身上海热门景区TOP5。

主题乐园持续火爆

今年暑期，“乐园大战”提前进入白热化。据不完全统计，2025年暑期新开园或焕新回归的主题乐园多达8座，超过往年暑期开园规模。除7月5日开业的上海乐高乐园，广州星纪世界·南湖乐园、上海耀雪水世界室外乐园、江西吉安欢乐世界、苏州乐园水世界4座乐园已在6月开园运营。

去哪儿平台数据显示，今年暑期，主题乐园预订量同比增长七成。截至7月4日，平台热度最高的十大主题乐园为北京环球影城度假区、上海迪士尼乐园、香港迪士尼乐园、上海海昌海洋乐园、珠海长隆海洋王国、广州长隆野生动物世界、北京泡泡玛特城市乐园、郑州银基动物王国、上海乐高乐园度假区和常州中华恐龙园。

以北京泡泡玛特城市乐园为例，其凭借Labubu的火热出圈，今年6月预订量已经超越本地老牌景区北京欢乐谷，仅次于北京环球影城。乐园工作人员透露，近期乐园人气持续火爆，每日接待量上限约为1000人，门票预订满额便停止售票。

公开数据显示，2023年中国乐园经济市场规模已接近600亿元，预计到2028年这一规模将突破1100亿元。如此庞大的市场规模，也令中国成为全球头部主题乐园投资的热土。

上海迪士尼今年5月启动第九个主题园区——蜘蛛侠主题园区的施工，还于6月推出一系列以迪士尼·皮克斯电影为主题的全新体验和活动。

同样享有颇高知名度的IP小猪佩奇将于2027年在上海建成全球规模最大、亚洲首个户外主题乐园，该项目正在如火如荼推进中，包括户外主题乐园、主题酒店和商业街三大板块，乐园主题部分初步规划有海洋园区、冰雪园区等5个主题游乐区域，能满足不同年龄段游客的游玩需求。

图为上海乐高乐园。**图源自乐高集团**

带动周边经济发展

中国主题公园研究院发布的《2024中国主题公园竞争力评价报告》分析称，随着交通基础设施进一步完善，主题公园将不再是单一的目的地，而是与周边的自然景区、文化遗址、度假村等形成综合性的旅游区域。

“主题乐园可以提升城市形象，拉动城市经济。一个品牌美誉度良好且运营完善的主题乐园可以成为一张城市名片，提升城市影响力，同时促进土地价值的增长。”中国主题公园研究院院长林焕杰表示，“由于主题乐园占地面积大，一般会建在离市中心较远的地方或两个城市的连接点。一般来说，主题乐园落到哪里，哪里的客流就会增大，土地就会升值。”

此外，主题乐园还能有效拉动交通业、酒店业、零售业等产业发展。数据显示，主题公园每1元的经营收入可以带动城市3.8元的经济收入，进而带来6至15元的上下游产业链收入。此外，主题乐园也有助于解决当地就业并拉动税收。

上海市金山区文旅局局长王民民表示，金山区正加大上海乐高乐园周边住宿配套的建设力度，预计到2025年10月，周边可供游客入住的床位数将超5200个，其中中高端床位数超3600个。

从酒店预订看，3588元的上海乐高乐园开园限量酒店套餐，在会员优先购阶段便被一抢而空。截至7月4日，上海金山区酒店预订量同比增长3.5倍。去哪儿平台数据显示，今年暑期，金山区上海本地旅客的酒店预订占比仅三成，超七成为外地旅客，主要来自北京、青岛、成都、南京、宁波、广州、南昌、无锡和西安。

事实上，主题乐园，特别是大IP主题乐园，一直是周边经济的拉动引擎。例如，拥有包括郑州方特欢乐世界、只有河南·戏剧幻城、郑州海昌海洋乐园等8家主题乐园的郑州中牟县被称为“中国主题乐园第一县”。去哪儿数据显示，今年暑期，中牟县酒店预订量比未建成主题乐园的2019年同期增长50倍。今年常州中华恐龙园爆火出圈，带动常州暑期酒店预订量同比增长三成。持续霸榜的北京环球影城、上海迪士尼度假区周边酒店和民宿预订量同比增长近四成。

去哪儿大数据研究院研究员陈晓双分析，暑假本就是主题乐园的“黄金俩月”，对周边酒店餐饮等消费的拉动“乘数效应”会更加凸显。

专家观点

中国主题公园研究院院长林焕杰：

无论是地方政府还是企业，布局主题公园都需做好长期投入的准备。主题公园投资规模大、资金回收周期长、经营风险高，仅靠短期收益难以实现盈利。从调研数据看，今年上半年主题公园游客量回升，各大乐园运营方通过加大优惠力度、创新内容等提升吸引力，但游客消费仍较过往谨慎，二次消费增长不明显。

主题公园想要实现可持续发展，不能仅靠堆砌游乐设备，而是要围绕目标客群，结合项目体量，精心打磨特色IP，构建差异化竞争力。暑期是低龄亲子出游高峰，各大主题公园应推出互动性强、寓教于乐的项目，同时优化票价策略，通过套票、渠道折扣等方式吸引家庭客群。

声 音

玩的不仅是心跳，更是情怀

1989年，我国第一个主题公园锦绣中华建成开放，成为中国主题公园的开端。截至2024年10月，我国共有385座主题公园，其中87座为特大型和大型主题公园。

历经36年发展，我国本土主题乐园建设虽取得长足进步，但在公众认知中，国际品牌迪士尼乐园、环球影城等仍占据主导地位。即便近年来涌现出方特、宋城等市场表现突出的本土代表，其在综合竞争力、品牌影响力等方面，与国际主题乐园巨头相比，仍存在显著差距。

例如，公开资料显示，我国大部分主题公园以自然生态、文化历史类型为主，重游率小于1%，深圳欢乐谷、东部华侨城等游客参与性比较强、产品创新较快的景区，重游率也仅达到30—35%，对比迪士尼公园的84%重游率还有很大的提升空间。同时，主题公园的收入构成主要是门票和二次消费（包含周边产品销售以及餐饮、住宿等门票外收入）。国内主题公园的门票收入占总收入比例约70%，而国外大型主题公园的门票只占到30%。

重游率低、二次消费不足是本土主题乐园盈利能力弱的主要原因，同时也反映出我国本土主题乐园项目同质化、原创IP开发不足等问题。

主题乐园与游乐园的不同之处在于前者具备一个或多个能指引游客进入该场所的核心主题。主题的本质要素是文化、故事，也即当前业界所强调的IP概念的核心要义。优质IP能够通过情感联结创造独特的游客体验。这种深层次的情感共鸣正是主题乐园的核心竞争力。

在北京环球影城，“麻瓜”（不懂魔法的普通人）可以身着魔法袍、挥舞魔杖，喝上一杯黄油啤酒，沉浸于魔法世界的奇幻一日；在上海迪士尼乐园，游客能戴上童真发饰，进入梦幻中的城堡，做一场“在逃公主”“在逃王子”的美梦。与此同时，为满足对角色的情感投射，游客会主动购买心仪IP的衍生商品与周边产品，形成从体验到消费的完整闭环。

而随着游客体验需求的不断提升，我国一些主题乐园也开始愈发重视IP。例如，泡泡玛特城市乐园除售卖盲盒外，还推出毛绒玩具、衣服、背包、冰箱贴等乐园限定版产品，其主题餐厅更凭借独特设计成为网红打卡地。数据显示，开园第一个月，泡泡玛特城市乐园的园内二次消费占比达到72%，远超行业水平，充分证明优质IP的商业价值。

实际上，优质IP的构建远非单一形象设计所能涵盖，其本质是一个系统化工程，要与大众的文化需求相匹配，同时要求园区整体视觉风格保持高度协调统一。

对此，要充分挖掘中华优秀传统文化。中国本土主题乐园扎根中国土壤，从古典文学瑰宝四大名著、《山海经》的神话体系，到遍布神州大地的非遗技艺与地域文化传统；从《葫芦兄弟》《黑猫警长》等国民动画经典，到《哪吒之魔童降世》《原神》《黑悟空：神话》等新锐文化符号，我国蕴藏着极其丰富的文化IP开发资源。这些丰富的IP受众面广、文化认同感强，能够更精准触发游客的情感联结，这是国际IP难以复制的天然优势。来到中国本土主题乐园的外国游客也能借此亲身感受中国文化的独特魅力。这种沉浸式的文化体验也随之成为向世界生动讲述中国故事的新窗口。

同时，在构建主题乐园IP时，应当立足文化传承与创新，着力打造兼具民族特色与现代审美价值的可持续内容资产，避免因急功近利而损害品牌的长远价值。

此外，沉浸式体验必然建立在游客主动参与的基础上。IP的故事叙述不应仅仅停留在信息传递层面，更需引导游客主动探索故事内核，从而增强体验的自主性与参与度。

主题乐园之间的竞争表面上是游乐设施、园区规模或营销策略的差异，其内核则是文化底蕴与表达方式的较量。文化不仅是主题乐园塑造独特体验的灵魂，更是其在文旅市场中建构核心竞争力的根基。唯有深耕文化沃土，我国本土主题乐园方能从激烈的竞争中突围，赢得可持续发展的未来。

（风 铃）

市场观察

乐园经济竞争日趋白热化 谁能成为“赢家”

《2024中国主题公园竞争力评价报告》显示，2023年，全国86座特大型、大型主题公园共接待游客13014.4万人次，游客接待量同比增长71.84%，营业收入同比增长97.86%，行业扩张势头强劲。

面对持续扩容的乐园经济与白热化的市场竞争，各大乐园正积极探索独具特色的破局之道。

差异化定位破解同质化难题

同样是具备全球知名度的主题乐园，如迪士尼乐园、环球影城与乐高乐园的客群定位差异显著。而这种差异化定位，正是“乐园矩阵”破解同质化困局的关键。

开业9年的上海迪士尼乐园覆盖全年龄段客群，其通过沉浸式故事讲述、特色各异的庞大IP家族、标志性娱乐项目及表演等，持续传递“不分年龄的欢乐体验”。

《上海迪士尼度假区快乐旅游趋势报告》显示，在度假区的游客中。30岁以上的不带小孩的家庭游客出行占到乐园游客的约30%。银发族也成为迪士尼的重要客群。相较于2019年，上海迪士尼乐园2023年的老年人一日票和二日票的游客量增长了约75%。在乐园里，经常能看见重拾童心的老年游客，他们戴着迪士尼头箍，或品尝美食，或在花车巡游前与家人一同摇摆，或与同龄好友组团打卡乐园，相互拍照留念。

北京环球影城的客群结构则与其影迷结构高度重叠。同程旅行数据显示，北京环球影城的主要客群是20岁至39岁的中青年群体，占比75.8%。

与此同时，记者实地探访发现，上海乐高乐园不是一个“大人看、小孩玩”的乐园，而是一座真正以孩子为主角设计的乐高主题世界。园区里的每一项游乐项目都根据2至12岁孩子的体能、兴趣和行为习惯量身打造——过山车有儿童专属的“第一趟”，驾驶学校能拿人生第一张“驾照”，在救火任务中和爸爸妈妈并肩作战，连剧场表演也设置了孩子能看得懂、跟得上的互动节奏。据艾瑞咨询的调研数据，在已开放的海外乐高乐园中，亲子家庭游客的二次消费占比达总消费的65%，其中积木产品、主题餐饮、特色住宿是主要消费领域。这一趋势也将在上海乐高乐园度假区得到延续。

新宏睿投资管理公司创始人兼董事总经理夏宇宸在接受记者采访时表示，乐高乐园的低龄化策略填补了市场空白，若能通过差异化（如亲子教育、积木创意工坊）增强黏性，乐高乐园有望撬动“多孩经济”这一蓝海，但市场渗透率取决于品牌运营和本土化深度。

本土化创新成亮点

近年来，中国元素与东方叙事，已成为国际IP主题乐园进入中国市场的标配。在上海乐高乐园，不仅有融合《西游记》元素打造的“悟空小侠”主题园区，剧场内的乐高悟空小侠“花果山降魔”现场秀也在开园当天进行全球首发。

步出剧场，位于乐园中心位置的核心景点，是全球乐高乐园中最具标志性的经典项目“迷你天地”，游客可穿梭于由乐高积木拼搭而成的中国不同城市地标性建筑和景观之间；全球首发的乐高乐园游船也能够带领游客徜徉于由放大至25倍乐高积木还原的江南水乡之中。

这些脱胎于中国本土的创意，恰好印证了乐高乐园全球运营商默林娱乐集团首席执行官菲奥娜·伊斯特伍德（Fiona Eastwood）所说：“上海乐高乐园不仅融合了全球乐高乐园经典体验，还结合了丰富的中国元素和在地文化，将为中国游客带来一个既具有全球辨识度又能引起本地共鸣的玩乐目的地。”

图为北京环球影城。**黄芷凌** 摄

回想9年前，率先进入中国市场的上海迪士尼乐园也是将“原汁原味迪士尼，别具一格中国风”当作其最大卖点，并在此后的运营中将这一特色演绎得愈发登峰造极。

“国际IP主题乐园中融入中国元素，以及中国传统文化IP与国际IP的融合，是全球化背景下世界开放互融互通的生动体现。”中国社会科学院世界经济与政治研究所研究员、中国社会科学院国家全球战略智库综合研究部部长刘仕国观察到，年轻人通过乐高拼搭长城、在迪士尼穿汉服打卡，其本质上都是用现代消费语言重构传统。文化学者提出的“可玩的文化传播”比传统的说教方式更有效。

当然，文化的融合再造，不应只是一种文明符号的堆砌。同济大学景观学系副教授董楠楠建议，文旅项目中，游客的体验是关键，更深层的文化转译应发生在体验环节。他认为，若欲深掘传统文化的肌理，不妨将中国南北方传统节庆以及民俗活动融进游园动线布局，针对不同时令策划有针对性的互动体验。当四时节气化作可触摸的民俗画卷，传统文化就不再是展陈柜里的标本，而是在指尖苏醒的活态记忆。

当前，主题乐园的竞争激烈性在明显提升。业内指出，一方面，整体的市场供应在快速增加，能真正赢得市场、实现可持续发展的，只能是那些具备特色、能跳出同质化窠臼的乐园；另一方面，在经历了市场启蒙阶段后，中国消费者对乐园的需求也在发生变化，这要求乐园在运营创新上必须具备“与时俱进”的能力。

（宗 禾）

公告栏

迁址公告

机构名称：百年人寿保险股份有限公司乌兰察布中心支公司。许可证编号：000138150902。机构住所：内蒙古自治区乌兰察布市集宁区新体路66号蒙商银行乌兰察布分行大楼八层北侧。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它业务。联系电话：0474-4803696。

湖南大有供应链管理有限公司与李平债权及股权转让暨催收联合公告

湖南大有供应链管理有限公司将所拥有的23笔债权（具体见清单）及对激浦县涟峰矿业有限公司的股权投资（2550万元），占该公司的股份比例22.32%的股权，于2024年11月9日全部转让给李平，现特联合公告通知各债务人、担保人及其他相关义务人，自公告之日起向李平履行还款义务。注：本公告清单仅列示截至转让基准日2024年11月9日的债务本金余额。李平联系电话：13786805210。特此公告。

湖南大有供应链管理有限公司
李平
2025年7月15日

公告清单、基准日：2024年11月9日
序号、债务人及担保人、债权金额

1、娄底市金华工贸有限公司（娄底市柏洋工贸有限公司、娄底市湘中果品蔬菜批发大市场、娄底市盛源房地产开发有限公司、谢洪志、谢琳、王齐胜）15008677.72元。2、周光辉（刘勇军、新化县金山角投资管理有限公司）9445120元。3、冷水江市卓超金属回收有限公司等（冷水江汇源金属物资发展有限公司、汨罗市聚源再生资源有限公司、平江县恒远贸易有限公司、冷水江市顺畅物流有限责任公司、湖南湘能经贸有限公司、柯红玫、潘存应）23098900.18元。4、冷水江市泰和物资有限责任公司等（湖南省泰鑫经贸发展有限公司、郭文生、蒋志雄）2325215.22元。5、娄底市鑫德利金属材料有限公司等1715600元。6、娄底市万通煤业有限责任公司（曾建升、罗祝平）371741.11元。7、冷水江市玖玖锑业有限责任公司（涟峰矿业公司、谢海平、罗益平、谢海军）8300000元。8、娄底市泰隆煤炭贸易有限公司（江西金桥实业有限公司、龙主生、龙新平承担连带清偿责任）5139994.9元。9、冷水江市盛达物资有限责任公司（大通湖天弘渔业股份有限公司、湖南鸿瑞房地产开发有限公司、陈红文、陈永忠、陈小兰承担连带清偿责任）287532707.41元。10、冷水江瑞丰汽车销售服务有限公司（蔡长明、蔡文）2312787.59元。11、涟源市龙狮煤业有限责任公司（涟源市安平镇联谊煤矿、湖南省煤炭物流储备中心实业有限公司、谢国庆、谢海长、谢国湖、谢曙）7174000元。12、长沙智伟金属材料有限公司（冷水江智诚物资贸易有限公司、湖南秦湘冶金工贸有限公司、何智忧、粉艳永）1653814.11元。13、14、涟源市红星建材有限责任公司（邱次生、刘再兰、曹清初、谢冰冰）6910000元。15、16、17、冷水江市华祥冶金炉料有限公司、娄底市金源工业炉料有限公司、冷水江市锦盛福利选煤有限公司（三家公司互为担保）；冷水江市华祥冶金炉料有限公司1001879.58元；娄底市金源工业炉料有限公司1051657.92元；冷水江市锦盛福利选煤有限公司3505952.08元。18、娄底市盛鸿贸易有限公司（冷水江盛达物资）5699428.2元。19、娄底市再兴洗煤有限公司（王业超、王路、王峰路、张和平、张政）1735057.22元。20、湘潭博宏贸易有限公司（陈素兰、陈媛媛）7158063.72元。21、冷水江市大为矿业有限责任公司（冷水江市盛达物资有限责任公司、大通湖天弘渔业股份有限公司、湖南鸿瑞房地产开发有限公司、陈小兰、陈红文、陈永忠）43600832.68元。22、湖南百加壹再生资源有限公司（冷水江市百加壹铜铁炉料发展有限公司、湖南鸿晟再生物资有限公司、刘新多）2744520.02元。23、湖南阳盛矿业有限公司1061520.26元。

债权转让通知暨债务催收联合公告

原债权人江苏宝佳嘉企业管理咨询有限公司与债权受让人谭英万于2025年7月4日通过淘宝拍卖平台签署的《债权转让协议》所涉债权转让及催收事宜，具体债务人如下：1、振宇达科技（九江）有限公司（金额为：1089521.66元）。2、惠州市金固贸易有限公司（金额为：14850元）。3、深圳市合兴字科技开发有限公司（金额为：2500元）。4、广州市银标贸易有限公司（金额为：1360元）。5、东莞市潮华建强光电科技有限公司（金额为：1098元）。二、以上债务人权利义务，自2025年1月1日起享有实性确认。鉴于标的债权系通过公开拍卖取得，债务人如对债权金额、效力或转让程序有异议，应自本公告送达之日起5个工作日内以书面形式向债权受让人提出，并附相关证据。逾期未提出异议的，视为对债权转让事实及债务金额无异议。2、清偿责任：债务人应于本公告送达之日起3日内联系债权受让人（联系电话13724517390，地址深圳市宝安区松岗街道燕罗路2号）清偿全部债务，或与债权受让人协商达成书面还款计划。未按期履行的，除本金外，债务人须承担违约金、律师费、诉讼费、保全费、担保费、差旅费等债权追索产生的全部合理费用。3、主体变更责任。如债务人发生合并、分立、注销或组织形式变更等情形，承继其权利义务的主体或清算义务人应依法继续履行债务或承担清算责任。三、通知与送达：1、本公告已通过EMS特快专递邮寄至债务人注册地址，并同步在《消费日报》刊登公告，自刊登之日起满3日即视为依法送达。2、债务人确认其注册地址或实际经营地址为有效送达地址，若因地址变更未及时通知导致文件未能接收的，自行承担不利后果。债权受让人：谭英万。

2025年7月15日

声明

江苏省丰县人民法院受理的徐州久旺木业有限公司的破产一案，指定江苏子木律师事务所担任徐州久旺木业有限公司管理人。联系到徐州久旺木业有限公司法定代表人，但管理人未能接管到该公司的片章证照证、法人章、发票专用章、合同、发票、税控盘、财务账册等。现依法公告：上述印章及证照自2025年7月4日起全部作废！

徐州久旺木业有限公司管理人
2025年7月15日

行政处理告知书

阿布都热西提·拜克力，身份证号码：6529011985****301X。经查你（单位）新NR.6V61号车于2025年05月11日19时00分，在重庆市璧山区S107线44km+150m处损坏路产如下：损坏波形板12.9延米；损坏波形板立柱5.0根；损坏路肩10.0延方米；损坏行道树1.0株；损坏托架9.0个。依据相关规定，拟对你（单位）给予以下行政处理决定：收取公路赔偿费人民币6495.0元（陆仟肆佰玖拾伍元整）。因其他法定方式无法送达，现依法向你（单位）公告送达《重庆市璧山区交通运输委员会行政处理告知书》（2025120041O），自本公告发出之日起经过三十日即视为送达。如对该处理意见有异议，你（单位）可以在收到本告知书之日起五个工作日内到我委进行陈述、申辩，有权要求举行听证；逾期视为放弃陈诉、申辩和听证权利。（如有疑问请联系：023-81676011）

重庆市璧山区交通运输委员会
行政处罚告知书

高腾龙，身份证号码：6127272002****4819。你（单位）陕KP5497车辆于2025年06月02日22时37分在马坊非现场涉嫌存在载运可分装物品行驶公路的超限运输行为。依据相关规定，本机关拟对你（单位）作出：罚款人民币2000.0元（贰仟元整）的处罚。因其他法定方式无法送达，现依法向你（单位）公告送达《重庆市璧山区交通运输委员会行政处罚告知书》（2025120047G），自本公告发出之日起经过三十日即视为送达。如对该处罚意见有异议，你（单位）可以在收到本告知书之日起五个工作日内到我委进行陈述、申辩，逾期视为放弃陈诉、申辩权利。（如有疑问请联系：023-81676011）

重庆市璧山区交通运输委员会
行政处罚告知书

重庆扶可物流有限公司，法定代表人：杨杰；统一社会信用代码：91500112MA60QNR39L。你（单位）渝DK3098车辆于2025年06月29日07时15分在璧山隧道非现场涉嫌存在载运可分载物品行驶公路的超限运输行为。依据相关规定，本机关拟对你（单位）作出：罚款人民币500.0元（伍佰元整）的处罚。因其他法定方式无法送达，现依法向你（单位）公告送达《重庆市璧山区交通运输委员会行政处罚告知书》（2025120057O），自本公告发出之日起经过三十日即视为送达。如对该处罚意见有异议，你（单位）可以在收到本告知书之日起五个工作日内到我委进行陈述、申辩，逾期视为放弃陈诉、申辩权利。（如有疑问请联系：023-81676011）

重庆市璧山区交通运输委员会
关于江苏天龙建设工程有限公司临沂分公司印章、证照等作废公告

泰州市海陵区人民法院根据海陵区瑞明钢管租赁站的申请，于2018年12月12日作出（2018）苏1202破3号民事裁定书，裁定受理江苏天龙建设工程有限公司的破产清算申请，并于2018年12月13日作出（2018）苏1202破3号决定书，指定泰州嘉和会计师事务所有限公司担任管理人。因管理人至今未能接管到江苏天龙建设工程有限公司临沂分公司所有印章（包括但不限于公章、合同章、发票专用法定代表人名章）、证照（包括但不限于公司营业执照、组织机构代码证、税务及社保章、登记证等），经营合同及重要文件等。管理人在此声明：上述管理人未接管到的印章、证照、合同及重要文件等自2025年7月14日起作废，之后与之相关的一切行为与债务人及管理人无关，债务人及管理人不承担任何责任。对于2025年7月14日之前形成的法律关系，需管理人追认后方可产生法律效力。

江苏天龙建设工程有限公司管理人
2025年7月15日

公告

泰兴市人民法院裁定受理泰兴市万通纺织机械制造有限公司、泰兴市中恒机电设备有限公司及泰兴市巍峰印刷器材有限公司的破产清算申请，并指定泰州嘉和会计师事务所有限公司担任泰兴市中恒机电设备有限公司等3家公司的管理人。泰兴市中恒机电设备有限公司、泰兴市巍峰印刷器材有限公、泰兴市万通纺织机械制造有限公司、泰兴市万通纺织机械制造有限公司无锡商务处及泰兴市纺织机械制造厂经营部的所有印章（包括但不限于行政公章、财务专用章法定代表人印章、合同专用章等）及所有证照（包括但不限于营业执照税务登记证等相关证照正副本等）自2025年5月14日起全部作废，之后与之相关的一切行为与债务人及清算组无关，债务人及清算组不承担任何责任，特此公告。附：受理破产清算名单。（2025）苏1283破申14号，泰兴市中恒机电设备有限公司。（2025）苏1283破申18号，泰兴市巍峰印刷器材有限公司。（2025）苏1283破申20号，泰兴市万通纺织机械制造有限公司。

泰兴市万通纺织机械制造有限公司管理人
泰兴市巍峰印刷器材有限公司管理人
泰兴市中恒机电设备有限公司管理人
2025年7月15日

注销公告

肃南裕固族自治县康乐镇中心卫生院红石窝分院，统一社会信用代码：12622222576265810T，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天内向本分院申报债权债务，特此公告。联系人：郭先锋。联系电话：13830619365。

遗失声明：南靖县金山镇荆美村调解委员会遗失公章一枚，现声明作废。

遗失声明：度锦河北建筑工程有限公司公章丢失，编号：1302251024749，声明作废。

遗失声明：施川县秋丽综合养殖场遗失公章：4509221029088、发票章：4509221029090、法人章（兰秋丽）：17377532724，声明作废。

遗失声明：台州市椒江建烨百货店（个体工商户）遗失公章，编码：3310021029048 6，声明作废。