从“大瓶即大气”到“低小化”爆火

饮酒的习惯变了？

上海闵行一家面馆近日因既卖3元的阳春面，又卖48元一杯的茅台走红网络。业内人士表示，传统面馆拆瓶卖酒成为社交媒体焦点的同时，再一次为中国白酒行业转型提供了鲜活的案例支持——“小酒”战略，可行。

市场潜力巨大

在传统白酒消费场景中，“大瓶即大气”的观念根深蒂固。消费宴请、馈赠礼品时，500毫升甚至1升的大瓶装白酒，曾被视为“诚意”和“贵气”的象征。然而近年来，白酒市场却悄然掀起一场“瘦身”运动，小瓶装、低度化白酒正抢占货架，众多知名酒企纷纷布局以低度化、小瓶化为特征的低小化市场。

贵州茅台通过自营APP推出100毫升飞天茅台迷你装；五粮液将推出29度“一见倾心”小瓶装；泸州老窖研发28度国窖1573并同步开发16度、6度超低度产品；洋河股份升级33.8度微分子系列并推出211毫升高线光瓶酒；酒鬼酒启动“两低一小”（低端、低度、“小酒”）战略；山西汾酒推出30—45度低度青花汾及果味清香型白酒；水井坊在部分市场试点38度以下小瓶装产品；今世缘推出13款城市主题“小酒”；江小白持续深耕小瓶低度市场；国台推出39度低度酱香产品……酒企的积极入场，显示出低小化白酒市场的巨大潜力。

除了老牌名酒，新兴品牌也开始布局“小酒”市场，光良酒业、谷小酒、开山等新兴品牌，以高性价比和年轻化设计吸引大波关注，成为“小酒”领域新势力。

对于注重健康和品质生活的消费者来说，小瓶低度白酒更加符合饮酒习惯，在享受饮酒乐趣的同时，又不会给身体带来过大负担。

酒类营销专家肖竹青指出，酒企推出小瓶装产品可以维护与终端烟酒行、小超市及餐厅等客情关系，在落实酒企“围绕终端做C端”的大趋势落地过程中也能发挥作用。

消费场景更加灵活

无论是KKV、嗨特购，还是711便利店，100ml小瓶酒出没的地方均为年轻消费者日常消费聚集地。白酒从业者指出，100ml小瓶酒主要面对的是年轻消费人群。酒企通过这类产品形成品牌认知度，这无疑拉近了品牌与年轻消费者之间的距离。

《年轻人饮酒习惯调查问卷》统计结果显示，33.9%的人会选择迷你小瓶装尝试白酒产品，其中高达47.2%的女性倾向于小瓶装。

香颂资本董事沈荫向北京商报记者指出，当前经济环境导致消费需求出现结构性变化，消费者对价格的敏感度提高，小包装产品对消费者尤其是年轻消费者的吸引力更强。

不仅如此，100ml小瓶酒的出现也基于年轻人消费习惯及观念的转变。相较于此前“不醉不归”的饮酒观念，如今年轻消费者在健康、养生的消费理念下，逐渐转变为“浅酌微醺”。牵一发而动全身，虽然看似是观念上的小转变，但是蔓延到企业端则会在营销策略上产生较大的调整。100ml小瓶酒则在这样的观念转变下，应运而生。《当代年轻人轻饮酒报告》显示，有超过八成年轻人偏好轻饮酒，而且有59.2%的年轻人钟爱朦胧、慵懒和微醺状态。

目前，市场上的小瓶酒价格主要集中在百元内，30—50元居多。这些价格门槛更低的小瓶酒为年轻消费者带来了更加多元化的消费场景，完美适配“小酌怡情”的饮酒观念。

社交渠道的多样化为“小酒”提供了更加多元化的渠道支撑。传统白酒依赖餐饮、商超，而“小酒”更适合便利店、自动售货机、电商等新零售渠道。2023年，便利蜂、罗森等连锁便利店的“小酒”销量同比增长80%。

中国食品产业分析师朱丹蓬指出，当前消费者购买商品时，不再盲目追求高端品牌和大瓶装，而是更加注重产品的品质、口感、包装以及消费体验，根据实际需求和喜好来选择适合自己的产品，消费思维和消费行为将直接影响白酒行业未来发展的趋势。“随着新生代成为主流消费群体，低度化和小瓶化趋势或将真正落地。”

酒企布局调整

中国酒业协会理事长宋书玉指出，白酒需要从“功利性社交符号”转为“情感共鸣的索引”，成为“悦己”“共情”“姿态”的载体。更低的酒精度、更好的风味应是酒业发展的重要选择。

过去，酒企习惯于“主动出击”，通过广告轰炸塑造品牌认知，以渠道压货驱动销量增长，靠提价策略维持利润空间。然而，在消费主权崛起的当下，这一模式难以为继。消费者不再为酒企定义的高端、经典买单，而是更愿意为符合自身饮用场景、匹配情绪价值、解决具体痛点的产品付费。

卓鹏战略创始人田卓鹏指出，小包装其实也是酒业的常规规格，和大瓶酒消费群体重合，只是使用场景不同。消费者即饮或小酌的时候会用小瓶酒；追求质价比和性价比的话，会用大瓶酒。近几年大瓶酒的活跃，一定程度上挤压了小瓶酒的份额。而从“喝少点儿，喝好点”的年轻化消费习惯来说，“小酒”化、低度化具备发展潜力，只是需要下功夫去做市场引导。

酒类分析师蔡学飞认为，“低小化”白酒的爆发，从短期看，是酒企应对存量竞争的战术调整；从长期看，则是白酒从“文化符号”向“生活方式”演进的关键跃迁。“低小化”仅是酒企寻找新出路的尝试之一，消费趋势的转变意味着“需求驱动供给”的新时代已经开启，这要求企业放下身段、拆解需求、重构供给。只有当酒企更虚心地倾听消费者的真实需求，方有望从红海竞争中突围。（综 合）

乡村振兴

东北首个蜂业主题综合性展馆落成

解开吉林『甜蜜经济』生态密码

本报讯（记者 **王春宝**）小小的蜜蜂，不仅为人类提供了营养丰富的蜂蜜、蜂王浆、蜂胶、蜂花粉等产品，更是大自然生态环境中不可缺少的小精灵。为宣传普及蜜蜂知识，促进蜂业和生态农业共同发展，近日，东北首个蜂业主题综合性展馆——蜜蜂馆在吉林省落成。

据了解，该蜜蜂馆由吉林省养蜂科学研究所历时三年精心打造，是以“科研科普双驱动”为核心的多功能展馆，也是集“科研中枢、产业引擎、生态教育基地”三位一体的多功能核心平台。该馆立足吉林丰厚的蜂业资源与科研积淀，以“科技赋能蜂业，生态引领未来”为核心理念，旨在推动蜂业科技创新、助力乡村振兴、传播生态价值、辅助公众自然教育，是解码吉林“甜蜜经济”生态密码的重要窗口。

蜜蜂馆占地1600平方米，系统构建四大主题展区。

生态守护者展区：聚焦蜜蜂维系地球生态链的核心作用，通过多媒体与沉浸场景，深刻揭示蜜蜂对生物多样性保护与农业可持续发展的不可替代性，强化生态保护共识。蜜蜂世界展区：借助仿生模型、多媒体投影及活体蜂箱观察，生动探秘蜜蜂王国的精密社会结构与蜜蜂生存智慧，展现自然造物的精妙。追花采蜜展区：以丰富的蜜源植物标本与数字技术，展现蜜蜂追踪花期、采集花蜜的自然特性，并融入现代智能蜂业科技，展现人蜂共生文化的传承与革新。蜂研记忆展区：通过珍贵实物与成果陈列，回望吉林省养蜂科学研究所四十余载科研征程，凸显其在蜜蜂遗传资源保护、良种培育和作物授粉技术推广等领域的核心科技支撑。

四大展区共展示400余件（套）器具、300余件蜜蜂和植物标本、近1000幅图片和视频，全方位呈现蜜蜂的生态价值、产业贡献与科技前沿。

据吉林省养蜂科学研究所专家介绍，蜜蜂馆独具三大特性，首先是具有地域唯一性，该馆是东北地区首个集蜜蜂科研展示与科普教育于一体的综合性展馆。其次是主题鲜明性，在科学普及蜜蜂知识的同时，传播蜜蜂生态价值，以及蜜蜂与人类的密切关系和重要意义。第三是该馆还具有科普创新性，融合视频影像等科技手段，打造沉浸式研学课堂，以2000余个蜂学专业知识点和众多实物展品，传播蜜蜂生态价值与绿色农业理念。

蜜蜂馆核心价值与意义在于守护生态基石，引领绿色发展。系统阐释并展现蜜蜂作为“生态卫士”的核心价值，有力推动“蜂业+生态”协同发展模式，践行吉林省绿色发展理念。

凝聚创新力量，打造科研高地。依托国家级和省级平台资源及科研成果，汇聚顶尖科研力量，确保展馆科学高度与专业深度，为产业持续创新提供强大智力支持与前沿技术动力。

构建科普中枢，传播生态文明。以蜂学专业为展示主体，突出艺术风格。通过沉浸式体验与生动展示，打造“科研院所+研学实践”新模式，成为面向公众传播蜜蜂生态价值、普及绿色农业知识、培育生态保护意识的重要教育基地。

未来，蜜蜂馆将持续深化“三个融合”应用方向。生态与研学融合，拓展教育链，深化生态保护与创新人才培养；国内与国际融合，联合顶尖院所强化种业研发，深化与俄、韩、德等国合作，服务“一带一路”农业战略；科技与产业融合，应用前沿科技内容升级科普体验，引领蜂业智能化升级。

蜜蜂馆是吉林省养蜂科学研究所服务国家战略、贡献吉林智慧的重要载体。它铭刻科技创新，融汇生态保护、产业升级与文化传承，将持续释放“科技+生态+文化”的澎湃合力，为吉林乃至全国蜂业高质量发展注入动能。吉林省养蜂科学研究所在守护地球生命网络、促进人与自然和谐共生的道路上坚定前行。

行业标准

动力锂电池运输领域国家标准发布

8月11日，记者从市场监管总局获悉，市场监管总局（国家标准委）日前批准发布了《动力锂电池运输安全及多式联运技术要求》（GB/T 45915—2025）国家标准，将于2026年2月1日起实施。

市场监管总局表示，动力锂电池作为新能源汽车的“心脏”，其安全高效运输是提高动力锂电池产业链供应链韧性、更好服务外贸“新三样”产业高质量发展的关键，也是促进交通物流降本提质增效的重要抓手之一。

据介绍，该标准规定了动力锂电池运输的分类与分级，以及运输包装、托运、装卸、临时存放、多式联运和应急处置等要求，并在联合国《关于危险货物运输的建议书 规章范本》基础上，创新建立了动力锂电池运输分级标准，完善了在用电池、废旧电池的包装性能要求，推进技术性降本提质增效。同时，新标准明确了动力锂电池多式联运的相关单证和信息共享要求，支撑解决各种运输方式之间单证不统一、信息重复填报问题，促进动力锂电池便捷、高效运输。

市场监管总局认为，该标准对于进一步提高动力锂电池综合运输服务效率、提升运输安全管控能力，完善动力锂电池综合运输服务体系具有重要意义，有利于更好支撑我国建设完整、先进的新能源产业链，塑造产业发展新动能。（经 参）

声 音

做强智能小家电的大市场

在炎热的夏日，形态各异、功能多样的小家电取得了很好的销售成绩。据媒体报道，生活电器、厨房小家电销售额占比较高，腿部按摩器、蒸汽清洁机等小家电销售额同比增长较快。当前，在政策引导与市场需求的双重驱动下，智能小家电行业作为与居民生活息息相关的民生行业，呈现出从规模扩张到质效提升的发展态势。

近年来，我国智能小家电产业发展成绩喜人，主要表现在三方面：销售额稳步增长，智能化水平不断提升；创新能力提升明显，全球竞争力增强；国际市场开拓持续深化，全球价值链地位提升。

但智能小家电产业发展依然面临一些问题。比如，产品核心芯片进口依赖度高，算法差距导致产品在精度控制、智能化水平和能耗表现上与国际标杆产品存在较大差距。又如，存量市场下的同质化竞争导致企业利润下降、市场秩序破坏、消费者信任透支，严重挤压了企业创新空间。同时，关税壁垒和非关税壁垒层层加码、本地化研发不足、标准制定权缺失等问题的存在，使国产智能小家电国际化经营处在大而不强的状态。此外，对消费者的健康、清洁、售后等需求回应度较低，导致用户体验欠佳。对此，要从产业、企业和消费者等层面多管齐下，破解发展难题。

构建产业协同生态，夯实发展根基。通过打造国家级产业集群，配套研发奖励和发布优惠政策，强化产业链上下游垂直整合，形成链主企业引领、配套企业协同的共生格局，优化资源配置。完善公共服务支撑网络，通过搭建公共技术服务平台，提供低成本检测认证服务，为中小企业提供小额优惠贷款服务等，系统性降低智能小家电行业生产成本。健全智能小家电产业标准制定与监管体系，通过针对细分品类出台差异化标准，实施分级分类差异化监管模式，建立质量分级认证制度，引导产业向质量竞争转型。

聚焦企业创新转型，提升核心竞争力。技术创新是企业的生命，要解决技术“卡脖子”问题，提升企业研发投入比例，增加研发人员配备，以实现核心部件技术突破，降低对外国技术和产品的依赖程度，提升产品品质。推动企业进行数字化和绿色化转型，不断强化企业创新能力，提升产品附加值，响应消费者需求，获取政策发展红利，降低环境负荷，实现效率与可持续性的双重提升。针对细分人群的不同需求，找准企业自身优势和独特定位，通过创新实施差异化品牌战略，实现由价格竞争向价值竞争转型，避免同质化竞争。

提升消费者认知，激活市场需求。通过培育绿色消费理念和设立智能小家电体验中心等途径，创新消费引导方式，增加消费者对智能小家电产品的认知度和接受度。构建透明化智能小家电信息披露体系，强化数据安全与隐私保护，完善售后维权机制，保障消费者合法权益，增强消费信心。精准把握细分消费需求，并在产品开发时主动对接，同时将价值理念融入品牌形象塑造，提升品牌用户黏性。通过企业让利、政府补贴和优化服务等方式充分释放下沉市场消费潜力，拓宽企业市场空间，促进产品更新迭代。（经济日报）

市 场

康比特召回不合格运动营养食品

官方：检测结果或存系统性偏差

近日，北京市市场监管局发布召回公告，北京康比特体育科技股份有限公司（以下简称“康比特”）生产的“锌镁支链氨基酸肽（运动营养食品）”产品，在食品安全监督抽检中，肽类项目不合格。

召回公告中显示，潜在不安全食品名称为炽金锌镁支链氨基酸肽运动后恢复运动营养粉，生产日期为2024年8月29日，规格每瓶120克。上述产品在食品安全监督抽检中，肽类项目不符合GB 24154-2015食品安全国家标准运动营养食品通则。该公司在2025年7月5日发布公告起至2025年8月14日在线上平台销售区域内实施三级召回。

记者注意到，上述产品在抖音和京东平台的康比特官方旗舰店均有售卖，售价为79元/罐。其详情页营养成分表中显示，每百克上述产品中肽含量为21克。

记者就产品情况询问了上述两家店铺，京东平台康比特官方旗舰店客服对记者表示目前在售卖的上述产品没有2024年的批次，可放心购买。抖音平台康比特运动营养食品旗舰店客服称，没有这个批次的货，没有接到品牌方的召回通知。

针对召回问题，康比特相关负责人对记者回应称，公司基于企业主体责任制，在发现潜在不安全食品问题后进行了召回，并按规定程序向市场监管部门提交了召回计划及阶段性进展报告。

对于具体肽类项目不合格的原因，上述负责人称，经追溯生产过程，未发现原料和生产环节存在异常。同时，其进一步表示，GB 24154-2015食品安全国家标准运动营养食品通则中提到检验方法只是参考方法。由于运动营养食品配方体系较为复杂，在检测结果计算方式上存在系统性偏差。针对此问题，该公司已向相关部门提交反馈，并已获得积极回应，目前正在进行进一步确认。

（辛 文）

前 沿

减少人工处理 突出自然属性

“轻度加工”或成零食产业关键词

当下，在全球零食市场中，以“减少人工处理、突出自然属性”为特点的轻度加工零食正成为新的消费热点。

未来，随着相关技术的不断突破和产业协同发展的深入，轻度加工零食有望进一步拓展市场空间，成为行业的主流品类之一，持续满足消费者对健康美味零食的需求，为休闲食品行业可持续发展贡献力量。

技术创新推动行业发展

轻度加工零食的兴起离不开加工技术的创新与应用。在原料选择方面，业内品牌倾向于采用全食物或天然农产品，如鹰嘴豆、藜麦、全谷物、坚果等，最大化地保留食材的原生结构和营养成分。同时，随着天然防腐技术的逐渐普及，业内品牌致力于通过迷迭香提取物、绿茶多酚、山椒果提取物等植物提取物替代化学防腐剂，既能实现抗氧化保鲜功能，又符合清洁标签原则，能保留产品的天然属性。在加工方面，温控与短流程加工技术广泛应用，如低温烘焙、真空干燥、物理杀菌（如超高压处理HPP）等，避免了高温、化学反应导致的营养流失，最大限度地保留了食材的原生结构和营养成分，使产品在口感和营养价值上更胜一筹。这些创新技术虽然增加了企业的生产成本，但同时也强化了品牌的溢价能力。

在产品层面，轻度加工零食展现出了丰富多样的创新形式。蒸煮蔬食类零食成为市场新热点，其以高膳食纤维、健康低卡为卖点，品类涵盖南瓜、山药、蜜薯干、鹰嘴豆、白芸豆、黑花芸豆等，通过简单的蒸煮工艺，不添加过多添加剂，保留了蔬菜的原汁原味和营养价值，满足了消费者对健康、即食零食的需求。业内人士表示，蒸制过程使食材质地软化，适配国人对“软熟适口”的饮食偏好。

更重要的是，对于部分在国内缺乏消费基础的食材，蒸煮工艺通过简化食用步骤、突出食材本味，有效提升了消费者的接受度，为健康零食的品类拓展提供了新路径。以鹰嘴豆为例，伴随地中海饮食在全球的风靡，鹰嘴豆受到国内消费者的欢迎。鹰嘴豆泥的制作方法十分繁琐，需要将生豆提前浸泡一夜，沥干煮熟后倒入搅拌机，再加入多种调料，即食的蒸煮鹰嘴豆泥则大大降低了消费者的尝鲜门槛。

与此同时，冻干果蔬、冻干菌菇、仅含2—4种成分的水果棒、有机能量棒等轻度加工零食，在市场上获得了良好的反响。

新品类催生全产业链变革

业内人士指出，轻加工零食的兴起正带动从上游农业到下游零售的全链条变革。

在上游，轻度加工零食对原料的品质与完整性有较高要求，促使农业种植端对种植方式和品种选择进行优化，鹰嘴豆、坚果、燕麦等健康属性较强的食材种植需求增加，成为供应链热点。这不仅为特色农产品的发展带来了新机遇，也推动了农业产业结构调整。

在中游，生产企业为适应轻度加工需求，需改造传统高温高压工艺，投资短流程和天然添加技术。这一过程伴随着设备升级与研发成本的上升，但同时也为加工企业创造了品牌溢价空间，提升了其产品品质和市场竞争力。

在下游，轻度加工产品短保质期的特点，使得冷链物流需求显著上升。欧洲零售商披露的数据显示，近两年冷藏健康零食上架率提高了约15%，电商和便利渠道（如便利店和自动售货机等）成为新品推广主力，为轻度加工零食拓展了销售空间。针对这一趋势，零售商应加强冷链管理，确保产品品质不受影响。

业内人士表示，虽然轻度加工零食的市场前景广阔，但其也面临挑战。首先，大部分轻度加工零食保质期较短，产品需在4—8周内消费完毕，零售端需要高频补货，相对于传统零食，库存管理压力较大。其次，部分轻度加工零食需要冷藏，导致产品的物流和销售成本增加，尤其对跨区域电商渠道构成挑战。企业需在天然防腐技术、包装创新（如气调包装、真空封装）和冷链优化上持续投入，才能保持产品竞争力。

（中 食）

公告栏

拍卖公告

受委托，我公司将于2025年8月21日在深圳市不动产拍卖行有限公司拍卖大厅进行一批报废车辆拍卖。一、拍卖标的：1.标的名称：报废车辆。数量（辆）：413。起拍价（元）：5369000。竞拍保证金（元）：500000。竞拍增幅（元）：2000。二、说明：以上标的以现场实物为准，页面所展示图片、文字描述及表格仅供参考，与现场实物不符时，不影响标的物拍卖结果和拍卖成交价格，竞买人决定参与竞买的，视为对标的物完全了解，并接受标的物一切已知和未知瑕疵。竞拍企业须具备广东省内报废机动车回收拆解资质与工信部《新能源汽车废旧动力蓄电池综合利用行业规范条件》企业名单中（简称“白名单”）。中标人负责自提、自运。因车辆作为报废车辆拍卖，中标方需提供报废证明及注销证明手续，车辆提运、报废等过程中的所有安全责任全部由中标人承担。拍卖成交价为含税价。意向竞买人需在2025年8月18日上午12时前，将报名资料发送至szrea91@163.com报名，并按标的要求缴纳相应竞拍保证金。三、展示时间及地点：2025年8月19、20日，资质审核通过后电话通知。咨询人：王先生电话：15952540221）。

深圳市不动产拍卖行有限公司
2025年8月13日

拍卖公告

黑龙江友联拍卖有限责任公司接受委托，依法对下列标的进行公开拍卖。有意竞买者交纳保证金后携带身份证明办理登记。1.农商行资产。拍卖时间：2025年8月21日10时。报名截止时间：2025年8月20日下午16时。拍卖地点：中拍平台。展示地点：标的物所在地。咨询电话：18088776870。

拍卖公告

受委托，于2025年8月26日9时在中拍平台（https://paimai.caa123.org.cn）依法公开拍卖农药生产线一条（自行拆除）及原材料和半成品一批。欲竞买者，请于2025年8月25日17时前登录中拍平台进行网上注册、报名，同时向指定账户交纳50万竞买保证金。竞买人要求：1.应为具有独立法人的单位（企业）；2.办理有《农药生产许可证》。展示时间：自公告之日起至拍卖前。展示地点：存放地。咨询电话：13837778237。公司地址：南阳市独山大道中泰国际大厦1002室。

南阳市正公拍卖限公司
2025年8月12日

拍卖公告

我公司定于2025年8月20日10：00-11:00时（延时除外）在中拍平台（http//paimai.caa123.org.cn/）对河北省兴隆县北营房镇冰冷沟村档案后库第2号库，土地面积约为3923.7平方米，五年租赁权进行公开拍卖，起拍价为首年租金92800元，展示时间：2025年8月18-19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8月19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》。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，我公司定于2025年8月22日上午10时在中拍平台对洛阳豫电电力集团有限公司所持车辆一批进行分标的网络拍卖，详情请电询。展示时间：自公告之日起。展示地点：大唐洛阳热电有限责任公司院内。公司地址：洛阳市东方今典天汇中心1401。咨询电话：15890522778，0379-60225566。

河南博利达拍卖有限公司

拍卖公告

受委托，我公司近期将对以下标的进行公开拍卖：一、拍卖标的：猎豹牌小型普通客车一辆。二、拍卖时间：2025年8月20日上午10时。三、拍卖地点：公司拍卖厅。四、预展时间及地点：2025年8月18日--19日，标的物所在地。五、竞买资格：自然人报名需提供身份证原件及复印件两张；企业报名需提供营业执照、法定代表人身份证、代理人身份证原件及加盖公章的复印件两张以及授权委托书原件。六、竞买保证金：金额及帐户请来电详询，截止时间为2025年8月19日下午17时止。七、咨询电话：0313-8018118。

河北金益得拍卖有限公司
2025年8月13日

拍卖公告

受委托，我公司定于2025年8月20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，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。

重庆森鸿骏驰拍卖有限公司

拍卖公告

受委托我公司在中拍平台（平台网https://paimai.caa123.org.cn）拍卖、美术作品、书画作品、艺术品开拍时间2025年8月22日26日、31日详情查阅上述平台搜索“贯通拍卖”。开拍前标的所在地看样。报名咨询：15546469400杨经理。

黑龙江贯通拍卖有限公司
2025年08月13日

债权债务清算公告

抚松县松江河镇小勇士辅导中心，统一社会信用代码：52220621MJY89659X9，拟向登记机关抚松县教育局办理注销登记，自公告之日起，请相关债权债务人持相关证明材料45日内，前来办理相关手续，申请债权债务。逾期未办理者，按照相关法律法规处理，望债权债务人周知。联系人：张薇，地址：吉林省白山市抚松县松江河镇天池圣景小区，注销时间：2025年8月13日。

注销公告

梅河口市长寿养老院，统一社会信用代码：52220581691010160944，经研究决议，拟向民办非企业单位登记机关申请注销登记，现已成立资产清算小组。请各相关债权、债务人自本公告见报之日起45日内向本清算组申报债权债务，逾期视为放弃，法定代表人：刘成玉，联系电话：13894567862，特此公告。

遗失声明

梅河口市商会（统一社会信用代码：51220581MJ0A43594M）遗失社会团体法人登记证书正、副本，声明作废。

遗失声明

贵州慢悠悠旅游开发有限公司不慎遗失财务章，编码：5201010036258，特此声明作废。

遗失声明

北京吉开吉餐饮管理有限公司（统一社会信用代码：91110105MA0314AJ56）遗失营业执照正、副本，声明作废。

遗失声明

北京海澜金土地商贸有限公司（统一社会信用代码：91110115MA05E41EXJ）遗失营业执照正、副本，声明作废。

作废声明

北京海澜金土地商贸有限公司（统一社会信用代码：91110115MA05E41EXJ）作废公章、财务专用章、合同专用章、发票专用章、人名章（刘海涛）各一枚，特此声明。

作废声明

北京吉开吉餐饮管理有限公司（统一社会信用代码：91110105MA0314AJ56）作废公章、财务专用章、合同专用章、发票专用章、人名章（雷宇）各一枚，特此声明。

遗失声明

武义春阳家居有限公司遗失财务章，编码：33078410034726，声明作废。

遗失声明

民权县晓辉文化传媒有限公司遗失公章，编码：4114210039550，声明作废。

遗失声明

北京华诚颜株商贸中心（统一社会信用代码：91110105MA02XM6A9L）遗失营业执照正、副本，声明作废。

遗失声明

北京安达至信商贸有限公司（统一社会信用代码：91110113MA05B0DR5N）遗失营业执照正、副本，声明作废。

遗失声明

贵州晨雪贸易有限公司遗失单位专用章，印章编码：5205236034813，声明作废。

遗失声明

杭锦旗蒙绿种养殖专业合作社（统一社会信用代码：93150625MAEE3RJY4A）不慎将公章、财务专用章遗失，声明作废。

遗失声明

杭锦旗牧歌田园种养殖专业合作社（统一社会信用代码：93150625MAEGPR496B）不慎将公章、财务专用章遗失，声明作废。

遗失声明

杭锦旗沙源绿化种养殖专业合作社（统一社会信用代码：93150625MAEF08FDXM）不慎将公章、财务专用章遗失，声明作废。

作废声明

北京泊然讯通科技有限公司（统一社会信用代码：91110101099826645H）作废财务专用章一枚，特此声明。

登报电话：13080793002