深耕文化内核 拓展商业边界

主题邮局探索可持续发展新路径

□ 本报记者 王紫茜

近年来，主题邮局凭借独特的文化属性与场景体验，逐渐成为邮政系统创新转型的重要载体。其以邮品为纽带、以空间为依托、以服务为抓手，在传承邮政文化的同时，积极开拓商业新空间。然而，在市场竞争加剧与消费需求升级的双重背景下，主题邮局如何持续释放文化魅力、提升商业潜力，成为行业关注的焦点。

筑场景、优产品、重体验 特色运营激活主题邮局活力

近日，记者探访北京市多家主题邮局后发现，鲜明的主题风格、丰富的文创产品与沉浸式的互动体验，成为其吸引消费者的核心亮点。

在场景打造上，主题邮局注重空间的文化表达与视觉呈现。二十四节气主题邮局以中国传统二十四节气为核心，将邮政绿与中国红巧妙融合，构建出兼具传统韵味与现代审美的文化空间。记者看到，邮局内休憩区摆放着二十四节气景象的精美画作，这些作品既生动还原了不同节气的自然景观，更承载着深厚的文化底蕴，让消费者在驻足观赏间，深入了解二十四节气的由来与背后的故事。而在北京奥运文化主题邮局外，一座红色火炬造型的邮筒十分抢眼。据悉，该邮筒设计灵感源自北京奥运会和北京冬奥会火炬，筒身还暗藏两条盘旋向上的灯带，夜间点亮时宛如火炬燃起，成为邮局外的标志性景观。步入店内，抬头便能看到屋顶上“同一个世界 同一个梦想”“一起向未来”奥运口号的展板，瞬间唤醒人们对双奥盛会的记忆。

产品供给层面，各大主题邮局以“特色”“限定”为关键词，打造差异化产品矩阵。据二十四节气主题邮局局长门桂菊介绍，“围绕节气文化，我们开发了‘舌尖上的节气’明信片、‘24节气’布艺冰箱贴等产品。这些产品不仅具有纪念价值，更成为传递祝福、传承文化的重要载体。”北京奥运文化主题邮局则依托奥运文化，推出了奥运高浮雕冰箱贴、双奥之城纪念戳集等文创，既留存了双奥历史印记，也满足了消费者的收藏需求。

优质体验进一步增强了消费者黏性。北京奥运文化主题邮局局长洪飞雪表示，邮局通过提供明信片打印、文创相框冰箱贴制作、趣拍报等特色服务，为消费者打造个性化文化体验，进一步丰富消费选择。二十四节气主题邮局设置了节气邮品、手工艺品制作等互动活动，让消费者在实践中感受传统文化的魅力。此外，主题邮局的特色印章也成为“打卡标配”。正在二十四节气主题邮局集章的李女士告诉记者：“每个主题邮局的印章设计都不一样，集齐一套特别有成就感，还能通过印章了解更多文化知识。我已经将集章当成爱好，经常和朋友分享攻略。”

强优势、拓路径、谋长远 驱动主题邮局稳步前行

多家主题邮局在场景营造、产品开发与体验升级方面的创新实践，已表明“邮政+文化”融合模式的可行性。面对文化消费市场日趋多元的竞争格局与消费者需求的持续升级，主题邮局正从强化差异化优势、丰富经营维度、提升品牌认知等方向发力，探索更稳健的发展路径。

从外部环境来看，当前文化消费市场选择日益丰富，传统文创商店、博物馆商店、精品咖啡馆，乃至线上文创平台，均存在潜在的分流客群。这就要求主题邮局进一步挖掘“邮政+文化”的独特性，将邮政传统服务（如寄信、集邮）与文化体验深度绑定，打造区别于其他文创空间的核心竞争力，避免陷入同质化竞争。

从内部经营来看，为丰富营收结构，一方面，主题邮局可以开发面向本地居民的常态化消费项目，如定期举办文化沙龙、非遗手工课程；另一方面，可以拓展定制化服务场景，通过多元业务提升消费者复购率与长期消费黏性。

此外，主题邮局还应通过深化文化传播功能、优化品牌形象输出，进一步扩大社会影响力。针对外界对“邮局”传统属性的认知偏差，主题邮局可以积极参与城市文旅推广活动、举办公开文化展览，并联动媒体传播“文创空间”的定位，让更多消费者认识到其不仅是办理邮政业务的场所，更是兼具美学价值与文化体验的消费场景，为客群拓展与品牌升级奠定基础。

创模式、融资源、提价值 推动文化传播与消费增长协同发展

在明确优化方向后，站在行业创新与邮政品牌升级的战略高度，主题邮局可尝试从多维度探索突破，推动自身从“短期吸引客流的特色打卡点”向“具备长期生命力的文化消费场景”转型。

目前，这一思路已在主题邮局的一些实践中取得亮眼成效。如北京奥运文化主题邮局自成立之初便布局线上运营，通过小红书官方账号分享产品动态与线下活动，并支持冰箱贴、明信片等商品线上购买。线上引流带来客流后，消费者还会自发分享体验，形成“线上种草——到店消费——二次传播”的正向联动效应。二十四节气主题邮局依托区位优势，设计了宽阔玻璃窗与临窗卡座，让消费者在选购文创、参与文化体验的同时，能直观欣赏万宁桥的实景风貌，进一步丰富消费场景的层次感。

未来，若要持续推动文化传播与消费增长协同发展，可从以下方面推进：

首先，深化IP化运营以挖掘文化内核价值。一方面，要联动地方政府、非遗传承人、本地艺术家，系统挖掘地域独有的历史故事、民俗传统或人物印记，让主题邮局成为展示地域文化的“窗口”；另一方面，与国际知名IP的跨界合作，要跳出“简单联名”的思路，围绕“邮政文化×IP”进行深度内容共创，让IP价值与邮政文化相互赋能，形成消费者能感知、愿传播的文化记忆点。

其次，升级消费体验以提升黏性、释放商业价值。在现有场景基础上，推进空间功能复合化，打造“邮政服务区+文化展览区+互动工坊区+文创零售区+主题茶饮区”的多元业态，延长消费者停留时间，创造多元消费触点。此外，推动“服务产品化、产品体验化”，将传统“寄信”升级为“情感投递体验”，推出声音明信片、定制语音邮戳等服务；开设活字印刷、邮票设计等DIY工坊，把“制作过程”变成可付费的体验项目，让成品成为带有个人印记的高附加值纪念品，进一步激活消费潜力。

最后，强化数字赋能以构建线上线下融合的文化消费新生态。在现有线上渠道基础上，可开发主题邮局专属小程序，设置“邮票/邮戳扫码识文化”功能，消费者扫描对应图案即可触发文化故事动画，以更生动的交互形式传递邮政文化；同时要重视社群运营与私域流量构建，建立会员体系、打造“文化邮友”专属社群，通过定期推送邮政文化故事、发布新品预告、组织线下主题活动等方式，增强消费者归属感，实现从“一次性打卡消费”向“长期深度消费”的转化。

随着创新措施的落地与融合路径的拓展，主题邮局有望在文化传承与商业发展中找到更精准的平衡点，既成为承载文化记忆的“精神驿站”，也成为推动邮政品牌价值升级、实现高质量增长的重要力量。

声 音

跳出『打卡框』 开辟多元价值空间

提及主题邮局，多数人的印象停留在“限定邮品+网红打卡”的标签里。但事实上，随着邮政体系与社会需求的深度融合，主题邮局除了具备“文化传播”职能，其在民生服务、区域发展、公益实践等领域也开辟出新的价值空间，逐渐成为连接公共服务与社会需求的“多功能枢纽”。主题邮局延伸职能的落地，让“邮政”这一传统概念焕发出新的时代活力。

主题邮局的首要延伸价值，在于能够提供与人们生活紧密相关的便民服务。在旅游景区，主题邮局变身“游客服务站”，为游客解决旅途中的实际需求。如青海湖景区主题邮局通过提供便民饮水、医疗急救等服务，让游客在欣赏风景时能多一份安心。而在城市社区，有主题邮局增设了生活便民功能，让居民不用奔波就能处理日常琐事。比如，每周二、周五清晨，二十四节气主题邮局局长门桂菊带着团队支起菜摊，把新鲜农产品从田间带到什刹海景区，帮助核心城区居民解决买菜难问题。居民们买完菜，还能顺便寄包裹、取邮件。这种“文化场景+民生服务”的模式，让主题邮局从“可打卡的网红地”变成“日常离不开的便民点”，真正融入居民、游客的生活，也让邮政服务的触角延伸到更多细微的生活场景中。

主题邮局更深层次的职能延伸，体现在它成为助力区域发展的重要力量，尤其是在推动乡村振兴与地方特色产业发展中发挥着关键作用。在乡村振兴方面，主题邮局凭借邮政系统的渠道优势与自身的“主题包装能力”，搭建起农产品外销与地域文化传播的双重桥梁。例如，金华山花海邮局设有“乡村振兴直播间”，通过直播带货协助本地农特产品打开销路，解决了“酒香也怕巷子深”的外销难题。此外，在县域经济发展中，主题邮局常作为“地方特色展示窗口”，集中陈列当地农产品、文创产品，成为外地游客了解当地文化的平台，间接带动县域旅游与特色产业联动发展。

主题邮局的职能边界，还在向公益实践领域不断拓展。在帮扶特殊群体方面，主题邮局聘用有听力障碍、肢体残疾的人，通过岗位培训，让他们参与到文创产品设计、画作创作等工作中。例如，二十四节气主题邮局四时走廊的节气画作，均出自听障青年小魏之手。诸如此类的公益实践，让主题邮局超越了“商业运营”的属性，成为承载社会责任、传递社会善意的重要平台。

从民生服务到区域赋能，再到公益实践，主题邮局职能的延伸，本质上是对“人民邮政为人民”这一服务宗旨的新时代诠释。它以“主题文化”为吸引点，以“场景创新”为突破口，最终落脚于“服务社会需求”的核心，让传统邮政体系在满足人们精神文化需求的同时，也能解决现实生活中的实际问题。这种多元职能的融合，不仅提升了主题邮局的生存韧性——使其摆脱对“网红流量”的依赖，拥有更稳定的运营根基；更让“邮政”这一品牌重新走进大众视野，成为具有文化温度与社会价值的公共服务符号。

未来，随着主题邮局与地方特色、公共服务、公益事业的进一步深度绑定，其职能边界或许还将持续拓宽。但无论如何延伸，“服务民生、赋能社会”都应是其不变的核心逻辑。守住这一逻辑，主题邮局才能真正跳出“网红打卡”的短期热度，成长为兼具文化价值、社会价值与商业价值的长期存在，为传统邮政行业的转型发展提供更多可能。（王紫茜）

五年坚持 成就不可复制的“汾酒品质护城河”

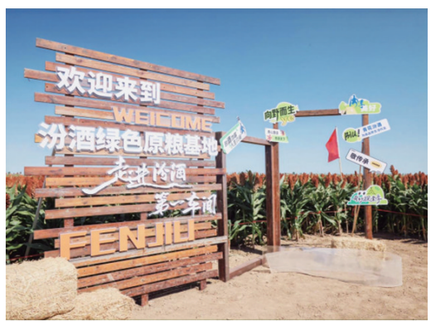
在中国白酒产业迈向高质量增长的深度调整期，一场由汾酒引领、历时五载的“品质溯源之旅”，正以其深刻的产业实践和系统性的体系构建，重塑着行业与消费者之间的信任坐标，为中国白酒行业的可持续发展提供了具有借鉴意义的“汾酒方案”。

梨树基地 高粱红遍

又是一年丰收季。从新疆奇台天山脚下的大麦金黄，到河北张北坝上草原的豌豆饱满，再到吉林梨树松辽平原的高粱红遍，汾酒的丰收画卷在祖国东西跨越数千公里的土地上徐徐展开。与丰收同行，“走进汾酒第一车间”活动也迎来第五个年头，专家学者、行业大咖齐聚松辽平原，在摇曳的高粱穗浪间，开启了一场别开生面的田野品鉴与对话。

这场以“粮心筑酒魂·大地共丰收”为主题的深度对谈，不仅是五周年溯源之旅的形式创新，更是汾酒五年来系统构建“从田间到舌尖”透明化品质溯源体系的最佳例证。

北纬36° -45° 的黄金布局 源头筑牢品质根基



一场溯源 在汾酒绿色原粮基地上演

“粮为酒之本”。自2009年在行业率先将原粮基地建设纳入企业战略以来，汾酒已建立起总面积达140余万亩的标准化生产基地。从黄河流域到松辽平原的高粱矩阵，从祁连山脚下的山丹马场到内蒙古科尔沁大草原的金色麦浪，从甘肃永登河西走廊到河北张北草原天路的豌豆花海，汾酒以北纬36°-45°的“黄金种植地理带”为基准，严格遵循“测天下吉壤为我所种，汇天下好粮为我所用”的初心。

穗浪吟唱着大地的丰收，也见证着汾酒人对品质的执着坚守。白酒行业分析师蔡学飞指出：“白酒行业已进入‘长期不缺酒，长期缺好酒’的时代。”面对这一现状，汾酒用一处处原粮基地回答市场。五年来，通过“土地一备案+五统一”的管理模式，汾酒实现了从产地、品种、种植到收储的全程可控，为中国白酒的品质安全树立了新标杆。这种布局不仅保证了原粮的优质稳定供应，更通过科学轮作和生态种植方式，实现了土地资源的可持续利用，展现了对自然的敬畏与珍惜。

每一颗原粮都承载着天地的馈赠与匠心的温度，是汾酒品质的源头活水。这不仅仅是一场地理空间的布局，更是一种产业思维的升华。汾酒用五年时间证明，好酒不仅是酿出来的，更是种出来的——从源头把控品质，从土地孕育卓越，这才是中国白酒高质量发展的根本之道。

从“育种”到“餐桌”的全链质控 科技赋能品质升华

品质溯源，始于一粒种子。近年来，汾酒联合国家大麦青稞产业技术体系、中国农业科学院等顶尖机构，开展专用品种育种攻关。从最初命名的高粱品种“汾酒1号、2号、3号、9号”到新晋专用原粮“汾粱30”“汾麦30”“汾酒高粱26”“汾酒大麦1号”，这些品种不仅抗逆性强、产量稳定，更在关键指标上精准匹配汾酒酿造需求，成为名副其实的“品质芯片”。

从育种到酿造，全链条质控是汾酒品质的核心保障。2022年，汾酒签发《汾酒产品质量监控总图》，对从田间到餐桌的7大板块、124个环节、297个质量控制节点、3259个参数实现责任化管控，成为行业首个系统化、参数化、可视化的全链质控标准。这套体系涵盖了从原料到成品的每一个环节，将传统酿造智慧与现代科技完美融合，守护着每一滴汾酒的纯净本味。

谈及汾酒在不同时代的“四最”标签——从1987年的“出口量最高、名酒率最高、成本最低、得奖最多”到如今的“最干净、最纯正、最健康、最文化”，中国食品发酵工业研究院首席专家王德良在活动现场补充“第五最”——“最安全”，从汾酒2015年公开的检测数据来看，其食品安全指标远超国际标准。多年来，汾酒始终用科技赋能酿造，用数智化守护品质，这套覆盖全产业链的质控体系不仅为企业带来品质革命，更为中国白酒行业树立了全新标杆。

五年持续开放与助农共赢 信任传递品质温度

三场深度对谈在田间展开

五年来，“走进汾酒第一车间”活动已成为行业公认的品质IP。汾酒敞开大门，邀请全国主流媒体、消费者代表与专家，深入各个原粮基地，见证一颗种子如何转化为一杯美酒。这种敢于透明、主动溯源的勇气，极大增强了品牌与消费者之间的信任纽带，让品质成为看得见的承诺。

品质溯源的背后，更是一场与土地、农民、时代的共生共赢。汾酒通过订单农业、保护价收购、科技帮扶等机制，真正实现了与农共生、助力振兴。无论是在新疆奇台以稳定订单点燃农户种植热情，在山西沁县带动万余农户增收脱贫，还是在吉林梨树与本地生产单元深度合作，汾酒的原粮基地不仅是“第一车间”，更是“共富车间”。据统计，五年来汾酒通过原粮基地建设累计带动超过10万农户实现增收，培训农业技术人员超过5000人次，真正实现了企业发展与农民致富的双赢局面，用行动诠释了龙头企业的责任与担当。

品质的追求从来都不止于产品本身，更延伸为对产业链的塑造、对农户生计的关切、与消费信任的共建。汾酒以“第一车间”为原点，将企业的成长深植于土地、赋能于乡村、共享于时代，真正实现了从“酿好一瓶酒”到“造福一方人”的价值跨越，为中国企业如何以产业实践服务乡村振兴与国家战略，提供了鲜活而深刻的“汾酒样本”。

吉林梨树高粱原粮基地

五年磨一剑，出鞘必锋芒。通过科学布局、科技赋能与信任传递，汾酒成功构建起一套透明、可感知、可信任的品质溯源体系。从田间地头、广袤原野到消费者的杯中佳酿，从科技育种的全链管控到开放共赢的责任担当，汾酒用五年时间书写了一段有关品质的生动实践，为中国白酒行业的高质量发展提供了全新范式。

岁月为证，天地共鉴。站在五周年的新起点，汾酒将继续以“粮心”致敬土地，以“匠心”守护品质，在高质量发展道路上，让这份清香飘得更远、更加悠长。

原粮 成为汾酒品质名片

广告

公告栏

公告

本企业(博通利合电气科技(北京)有限公司)吊销已满三年，拟向登记机关申请简易注销登记，现登报申明，并郑重承诺：

本企业债权债务已清算完结，不存在未结清清算费用、职工工资、社会保险费用、法定补偿金和未交清的应缴纳税款及其他未了结事务，清算工作已全面完结。

本企业承诺申请注销登记时不存在以下情形：涉及国家规定实施准入特别管理措施的外商投资企业；正在被列入企业经营异常名录或严重违法失信企业名单的；存在股权(投资权益)被冻结、出质或动产抵押等情形；有正在被立案调查或采取行政强制、司法协助、被予以行政处罚等情形的；企业所属的非法人分支机构未办理注销登记的；法律、行政法规或者国务院决定规定在注销登记前需经批准的；不适用企业简易注销登记的其他情形。

(本企业营业执照正副本公章已丢失，申明作废。)

本企业投资人马国华对以上承诺的真实性负责，如果违法失信，则由本企业投资人马国华承担相应的法律后果和责任，并自愿接受相关行政执法部门的约束和惩戒。联系人：马国华。联系电话：13671155827。

通知

衢州彦焜服饰有限公司股东李会泉、刘俊、邹鹏飞、王浙闽：兹定于2025年10月12日在浙江省衢州市柯城区东南时代城3幢843室召开股东会决议，讨论衢州彦焜服饰有限公司解散，成立清算组相关事宜，并作出决议，望准时参加。召集人：李会泉、刘俊、邹鹏飞。

衢州彦焜服饰有限公司
2025年9月26日

会议通知

安达市中远生物质能源技术开发有限公司，统一社会信用代码：91231281556116199 7，法定代表人：李顺利，依据公司章程召开股东会议。会议议题：决议解散，成立清算组并于公告期满后，清算结束后同意解散确认清算报告并注销公司。请全体股东(李顺利、王兴双)按时出席参加本次会议，如有未到场人员视为放弃本次会议表决权。特此公告。

通知人：安达市中远生物质能源技术开发有限公司

2025年9月24日

株洲市炎陵县劳动人事争议仲裁委员会
公告

炎陵中冠混凝土有限责任公司(信用代码：91430225320716462T)：本会依法受理肖世敏诉你单位拖欠工资等劳动争议一案，现已审理终结。因其他方式无法向你送达仲裁文书，根据《中华人民共和国民事诉讼法》、《劳动人事争议仲裁办案规则》等相关规定，现依法向你单位公告送达湘株炎劳人仲案字(2025)第38号裁决书。请自公告发布之日起30日内到本会领取裁决书(株洲市炎陵县霞阳镇解放路22号人社局201办公室)，逾期视为送达。如不服本裁决，可在公告期满后十五日内向有管辖权的人民法院提起诉讼，逾期不诉讼，本裁决即发生法律效力。特此公告。

炎陵县劳动人事争议仲裁委员会
2025年9月25日

公告

玉田县鹏泽运输有限公司张鹏：申请人黄磊与你单位之间关于工伤赔偿等劳动争议一案，本委已依法受理。因本委向你邮寄送达仲裁文书被退回，无法与你取得联系，现依法向你公告送达出庭通知书、应诉通知书、仲裁申请书副本。本委定于2025年11月21日上午9时，在玉田县劳动人事争议调解仲裁庭开庭审理此案，请你准时出庭。如无正当理由拒不到庭的，本委将进行缺席审理和裁决。本公告自发布之日起满30日即视为送达。特此公告。

玉田县劳动人事争议调解仲裁委员会
2025年9月25日

福州市台江区劳动人事争议仲裁委员会
公告

福州市台江区鑫国丰吃鲜餐饮店(个体工商户)：本委已立案受理申请人张慧玲诉你单位有关工资、赔偿金劳动争议案件，因你单位作为本案被申请人且无法联系，根据《劳动人事争议仲裁办案规则》第二十条第三款规定，现依法向你单位公告送达本委台劳人仲案字[2025]第445号《裁决书》。限你(单位)自本公告发布之日起三十日内到本委(福州市台江区安南路18号群升商务中心五楼台江区人力资源和社会保障局法规仲裁科办公室)领取，逾期视为送达。

福州市台江区劳动人事争议仲裁委员会
2025年9月26日

关于许成民继承郭孝莲不动产的公告

许成民申请继承郭孝莲的不动产权，向北票市不动产登记中心申请办理不动产转移登记，并提供了申请书、被继承人死亡证明、所有继承人的身份证、户口簿、所有继承人与被继承人之间的亲属关系证明等申请材料。一、被继承人(遗赠人)郭孝莲于1996年11月30日因疾病死亡。二、被继承人(遗赠人)的不动产共一户，坐落于健康路17幢02单元04层02042号，建筑面积50.49平方米。房屋所有权证号：房字第6587号(如回迁安置选房单所示)。三、被继承人(遗赠人)的不动产权由许成民继承(受遗赠)。四、除继承人许成民外，其他继承人自愿放弃继承。五、经所有继承人证实，本人父母双方均无非婚生子女，无收养子女，出现任何法律责任，由所有继承人承担。经初步审定，我机构拟依上述申请予以登记，根据《不动产登记操作规范(试行)》的相关规定，现予公告。如有异议，请自本公告之日起三十天内将异议书面材料送达我机构。逾期无人提出异议或者异议不成立的，我机构将予以登记。(地址：政务服务中心B座一楼。电话：5051825。)

北票市不动产登记中心
2025年9月22日

关于贾玉平继承岳大中不动产的公告

贾玉平申请继承岳大中的不动产权，向北票市不动产登记中心申请办理不动产转移登记，并提供了申请书、被继承人死亡证明、所有继承人的身份证、户口簿、所有继承人与被继承人之间的亲属关系证明等申请材料。一、被继承人(遗赠人)岳大中于2008年4月13日因疾病死亡。二、被继承人(遗赠人)的不动产共一户，坐落于市府街33幢04单元02层04021号，建筑面积71.98平方米。房屋所有权证号：私房权证北字第9644号(如回迁安置选房单所示)。三、被继承人(遗赠人)的不动产权由贾玉平继承(受遗赠)。四、除继承人贾玉平外，其他继承人自愿放弃继承。五、经所有继承人证实，本人父母双方均无非婚生子女，无收养子女，出现任何法律责任，由所有继承人承担。经初步审定，我机构拟依上述申请予以登记，根据《不动产登记操作规范(试行)》的相关规定，现予公告。如有异议，请自本公告之日起三十天内将异议书面材料送达我机构。逾期无人提出异议或者异议不成立的，我机构将予以登记。(地址：政务服务中心B座一楼。电话：5051825。)

北票市不动产登记中心
2025年9月25日

遗失声明

苏秀艳将不动产证丢失，所有权证号：20210008353。坐落：台吉大街东段南侧川州御品7#、-01052，声明作废。

遗失声明

平潭迷兔酒吧有限责任公司遗失娱乐经营许可证正本，编号：359900160037，声明作废。

遗失声明

湖南滕辉建筑劳务工程有限责任公司(统一社会信用代码：91430800MA7MFWGC9A)遗失2023年12月18日工商颁发的营业执照正本和公章：43080210051999，声明作废。

作废声明

北京时光印迹网络科技有限公司(统一社会信用代码：91110107MADPHL1N81)作废公章、财务专用章各一枚，特此声明。

作废声明

中跃龙安(北京)科技有限公司(统一社会信用代码：91110228MA001JR309)作废公章一枚，特此声明。

遗失声明

哈尔滨市松北区史迪仔便利店(个体工商户，统一社会信用代码：92230109MAE79PL93D，遗失仅销售预包装食品经营者备案信息表，备案编号：YB22301091584076，特此声明。

遗失声明

天津市富利机械配件制造有限公司(统一社会信用代码：91120221783316262F)遗失公章、财务专用章、法人章(王洪朝)各一枚，声明作废。

遗失声明

清徐县三毛便民药店(统一社会信用代码：92140121MA0H2D5B0E)遗失营业执照正、副本，声明作废。

遗失声明

东丰镇多帮畜牧储备交易市场(统一社会信用代码：92220421MA15XRD69F)遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明

邵阳讯通环保有限公司遗失公章：43050310086083、财务专用章：43050310086084、法人章(何海艳)：43050310086086，声明作废。

遗失声明

香河县冬雪海鲜超市(统一社会信用代码：92131024MA08P7LG4K)遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明

天津惠通天下商贸有限公司(统一社会信用代码：91120224MA07EWW278)遗失公章、财务专用章、发票专用章、合同专用章、法人章(鲁英)各一枚，声明作废。

遗失声明

天津市武清区泳江地毯厂(统一社会信用代码：92120222MA825NB46A)遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明

内蒙古飞越恒达商贸有限公司(统一社会信用代码：91150902MAENLT9R50)遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明

威宁市宏祥绿化有限公司(统一社会信用代码：91421223MA49EP2L1G)遗失财务专用章一枚，声明作废。

遗失声明

铜仁市德江县宸森种植农民专业合作社(统一社会信用代码：93520626MADXY9LE9F)遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明

朝阳区羊羊羊手机店(统一社会信用代码：92220104MA17RRXXKQ)遗失公章一枚，声明作废。