门窗绿色设计成为低碳时代新潮流

□ 本报记者 **陆 俊** 文摄

在低碳时代的浪潮下，减排、节能理念深刻影响着家居行业的每一个角落，而作为家居的第一道守护，门窗的绿色节能设计正在成为行业新潮流。近日，TATA木门、新豪轩门窗等行业领军企业纷纷推出创新设计的绿色节能新产品，在市场上掀起了一场门窗绿色低碳新潮流，为消费者带来了全新的家居体验。

领军企业引领绿色创新潮流

2025年末，TATA木门举办的美好人居创新大会成为行业关注的焦点。会上发布的“整家新静界解决方案”及三大系列新品——智感灵吸·无感交互智能电吸门、静音大师PRO·36dB专业级降噪静音门、“灵动+生活空间收纳”系统，引发了广泛关注。TATA木门一直以来以“静音”为核心根基，此次新品发布更是结合行业趋势与对用户需求的深度洞察，将大众向往的理想生活进行了具象诠释，集中彰显了品牌“以用户为中心”的价值观。

当代家庭对“好房子”有着诸多核心期待，希望居家办公时能远离喧嚣；母婴休憩、长辈静养时能拥有静谧空间。TATA木门精准锚定了这些需求，不仅让“静”从单一功能升级为贯穿家居生活的核心体验，更将产品价值从“使用属性”延伸至“情感属性”。这种转变精准适配了低碳时代消费升级的品质诉求，让消费者在享受宁静生活的同时，也能为节能减排贡献一份力量。

知名门窗品牌新豪轩也在绿色节能领域展现出强大的创新实力，推出了隔热、保温的高品质门窗。该品牌通过隔音测试舱、隔热保温装置，将门窗的技术参数转化为用户可感知的绿色、健康的生活场景，让消费者更直观地了解产品的优势。

记者在新豪轩展厅亲身体验了这种门窗的隔热、静音效果。在热源前，脸热得发烫，而当拉上隔热门窗后，热烫感立马消失，手摸门窗也没有一点热感；在高分贝噪音源前，耳朵被震得发聩，旁边人讲话声音都听不到，关上隔音门窗后，世界瞬间清静，远处人的低语都能清晰听到。据介绍，这种隔音、隔热门窗采用了三层抽真空玻璃设计，具备出色的静音、隔热、保温性能。在冬天，它能有效防止热量散失，减少暖气能源的消耗；在夏天，又能有效保存空调冷气，降低空调的使用频率，非常低碳、节能。

绿色低碳：门窗设计新方向

业内专家认为，门窗作为家居入户的第一道守护，承载着隔音、隔热、保温的重要作用。在追求绿色、低碳家居的当下，门窗的设计显得尤为关键。好的门窗设计，不仅要美观、耐用，更要符合绿色低碳需求。

在家居消费迈入价值重塑的新周期，门窗行业也正经历着从品质提升到绿色低碳空间的转型。消费需求的细分和产品的迭代，促使消费者对门窗的需求从单一的功能价值向复合价值跃进。过去，消费者可能只关注门窗的外观和基本功能，而现在，他们更注重门窗的节能性能、环保指标以及对生活品质的提升。

绿色节能的门窗设计，正好满足了消费者的这一需求。它们通过采用先进的材料和技术，有效降低了能源消耗，减少了碳排放，同时，也为消费者创造一个更加舒适、健康的居住环境，提高了生活品质。例如，新豪轩的隔热保温门窗，通过保持室内温度，减少了空调和暖气的使用频率，降低了能源消耗，为消费者节省了开支，也响应了国家节能减排的号召。

未来：绿色低碳潮流持续升温

绿色节能正在成为低碳时代最重要的门窗设计潮流。专家认为，随着消费者环保意识的不断提高和对生活品质的追求，绿色节能门窗的市场需求将持续增长，行业领军企业的创新举措也将带动更多企业加入到绿色节能门窗的研发和生产中来，推动整个门窗行业向绿色、低碳方向发展。相关部门也应加大对绿色节能门窗产业的支持力度，出台相关政策和标准，引导企业规范生产，提高产品质量。同时，行业也要加强宣传和引导，提高消费者对绿色节能门窗的认知度和接受度，促进绿色节能门窗市场的健康发展。

在低碳时代的大背景下，门窗绿色设计的新潮流正在兴起，而行业领军企业的创新实践，为门窗行业的发展树立了榜样，绿色节能门窗将成为家居市场的主流产品，为消费者带来更加好的低碳生活。

二〇二五北京市居家适老化改造设计创新大赛圆满落幕 获奖名单揭晓

近日，在北京市发展和改革委员会、北京市民政局、北京市住房和城乡建设委员会、北京经济技术开发区管理委员会等单位指导下，由中国老龄产业协会主办，北京建材行业联合会、北京家具行业协会、北京室内装饰协会联合承办，人民健康提供支持的“2025北京市居家适老化改造设计创新大赛”，正式落下帷幕，28件作品分获3个赛道优异成绩。

本届大赛聚焦居家环境中的真实痛点，鼓励居家适老化改造设计融合人工智能、数智化技术与人性化设计理念，自2025年8月底启动以来，吸引了来自全国各地的设计机构、康养机构、企业及高校的广泛关注和踊跃参与。截至2025年11月底，大赛共收到全国各地的有效参赛作品114件，其中约60%来自实务界，40%来自高校和研究单位。参赛作品涵盖社区住宅、老旧楼房、独居老人居所、农村自建房等多种生活中的真实、典型场景。

为确保比赛的专业性与公正性，大赛特邀清华大学建筑学院、华南理工大学建筑学院、同济大学建筑与城市规划学院、北京建筑大学、西安建筑科技大学等高校专家，以及中国老年学和老年医学学会标准化委员会、中国建筑材料流通协会适老康养宜居专委会等行业专家组成评审团，历经初筛、初评和复评两轮评议，最终推选出一批兼具创新性、代表性和可借鉴性的作品。

“2025北京市居家适老化改造设计创新大赛”现已收官，而居家适老化改造产业的发展正当时。未来，在政府的引领下，相信将有更多设计师、企业、高校，用有温度的设计构筑老年人有品质的晚年生活，共同迈向“老有颐养、老有安居”的美好未来。（**人民网**）

上新研究所联手小米破解家居焕新的“情绪密码”

当“情绪价值”成为消费市场的高频词，家——这个私密场所，也正从功能容器转变为重要的情绪投资品。人们不再只为“缺什么”而购买，更在为“治愈什么”“成为什么”而买单。年末焕新需求爆发之际，抖音生活服务“上新研究所”重磅推出了“小家开新提案”，敏锐地绕开传统家居营销“重功能、硬推销”的路径，转而锚这一时期用户普遍的“辞旧迎新”心理，将“焕新家”这一高门槛目标，拆解为一个个具体、可轻松实现的“小提案”。

这场实践的核心，在于用“场景提案”替代“品类货架”，用“情绪共鸣”启动“消费动机”。“上新研究所”通过“家电/家生活”品类的演绎，构建起了“冬日宅家幸福感”拉满的内容场景，让高决策、低频次的大家电，得以自然融入用户对理想生活的想象中，从而高效链接起曾经难以精准触达的潜在客群。这不仅是营销方式的转变，更预示着以“场景与情绪”为中心的新家居消费链路正在形成。

提案+植入：
把“开新灵感”种进生活场景

长久以来，“焕新家”三个字背后，承载了一连串的联想：冗长的规划、短暂的工期、弥散的粉尘，以及那份对审美与预算双重不确定的隐隐担忧。它像一份无形的年终家务清单，令人心生向往，却又常常望而却步。

作为抖音生活服务精细化运营的平台级营销IP，上新研究所以品类上新营销解决方案为核心，聚焦时令消费趋势，通过资源整合与标准化玩法，系统性解决品牌新品曝光难、转化断层等痛点。“小家开新提案”旨在为大家提供一种更轻量化、更易启动的焕新思路：家的更新不必始于宏大计划，而可以源于一个具体的场景需求。当焕新愿望被解构为对一处角落的关切、对一件好物的期待，改变的路径便从一项艰巨工程，转变为对生活的掌控感与新鲜感。

基于这一理念，“小家开新提案”聚焦“家电/家生活”核心品类，为用户提供一系列快捷、仪式感、易实现的“开新”方案。在产品价值的传递上，也脱离了参数的单向宣告，转而进入可感知的生活情境。首席合作品牌小米作为品类代表，品牌价值被进行了全新的演绎：小米中央空调Pro 双风轮系列“1分钟速冷热”的硬核性能，被诠释为“推门入户，暖意随即包裹周身”的即刻抚慰；“双风轮洁净送风”的技术逻辑，则关联着“气息在室内温和流转，安享每一口清新呼吸”的静谧守护。产品优势不再悬浮于纸面，而是融入了我们对理想居家生活的具体想象，技术的意义，最终落脚于具体而微的生活体验。

破圈+共振：
让“开新话题”成为社交货币

当“开新灵感”通过场景化内容成功植入用户心智后，如何让其突破圈层、真正走进千家万户的讨论中？这不仅需要话题的点燃，更需要系统性地构建一条让共鸣持续发酵、让信任层层递进的传播路径。

本次活动的传播起点，始于#一代人有一代人的三大件这一简单却能引发广泛共鸣的热点话题。它巧妙地避开了直接的产品推介，转而探讨一个关于“美好生活”的深层社会命题。它激活了不同代际用户的集体记忆与表达欲，促使人们自发分享、比较与定义属于自己时代的“幸福标配”。从过往的“自行车、手表、缝纫机”，自然延伸至当下定义品质生活的“冰箱、洗衣机、空调”，实现了经典话题的当代诠释与破圈传播。数据显示，该话题最终登陆抖音种草榜TOP31，最高在看人数超过157.5万，为活动赢得了宝贵的“注意力资产”。

在话题引发广泛关注的基础上，活动联动了多位深耕居家生活领域的优质内容创作者。邀请达人化身“生活提案官”，围绕“冬日宅家幸福感”、“治愈系日常”等主题进行深度创作。他们通过Vlog、沉浸式体验等方式，将小米中央空调等产品自然融入具体生活场景中，以其真实的生活状态和专业的叙事能力，将产品的“静音”，“快速调温”，“空气洁净”等特性，转化为可感知的舒适体验，为高意向垂类用户提供了可信的消费参考与决策依据，高效完成了从流量到潜在客群的沉淀。

传播链路的最终闭环，由海量用户的主动共创完成。热点话题与达人内容营造的强大氛围，激发用户从“观看者”转变为“分享者”和“推荐者”。在话题页与评论区，用户自发分享自家电器使用心得，横向比较产品体验，甚至创作衍生内容，形成了一个充满活力的“民间测评库”与“灵感交流站”。这种基于真实体验的UGC内容，构成了稳固的社会化口碑资产，不仅使活动影响力不断扩散，更在用户与用户之间、在决策的关键时刻，完成了必不可缺的信任构建，让“开新”从一种外部倡导，内化为用户自主的生活选择与社交表达。

心动+行动：
打通从“灵感”到“线索”的最后一公里

当社交话题与场景内容成功激发了用户的焕新意愿后，如何将这份广泛存在的“兴趣”导向品牌，并转化为切实可跟进、可衡量的商业机会，成为检验活动实效的关键环节。

针对中央空调品类受众垂直、传统曝光难以精准触达的核心痛点，“上新研究所”发挥了其特有的场景化内容筛选能力与圈层人群号召力。通过策划“小家开新提案”专属活动会场，并整合运用平台内多项核心曝光资源，系统性地将前期由热点话题和达人内容所聚集的、对家装焕新抱有浓厚兴趣的高意向用户，引导至小米品牌的官方直播间与产品落地页面。这一过程基于内容建立的初步认知与情感共鸣，完成了从广泛兴趣到品牌聚焦的“精准灌溉”，为后续转化奠定了高质量的客群基础。

在承接平台所引导的精准流量方面，小米通过系列“心动”玩法，有效缩短了用户的决策路径。在品牌直播间内，专业讲解并非孤立介绍产品参数，而是紧密围绕“冬日暖家”“洁净空气”等已建立共鸣的场景，深入解读小米中央空调Pro双风轮系列“1分钟速冷热”“双风轮洁净送风”等功能如何具体实现这些生活价值。同时，品牌匹配了具有吸引力的专属焕新权益与限时优惠，刺激用户在兴趣峰值时采取行动，最终将用户被激发的兴趣，有效转化为品牌可追踪的销售线索，实现品效合一。

对于合作品牌小米而言，此次活动直接回应了中央空调品类在线上营销中面临的“目标客群分散、难以精准触达”的核心挑战。通过将小米中央空调Pro 双风轮系列的产品性能融入具体生活场景，品牌成功与焕新的潜在消费者建立了有效沟通。这不仅是单次销售线索的获取，更是在用户心智中，将产品从一台高性能设备，锚定为提升现代居家生活品质的关键组成部分，强化了其高端、舒适、与生活紧密相关的品牌形象。

“小家开新提案”项目虽已收官，但它所倡导的“生活常新”理念正在持续生长。每一个关于家的美好想象，都值得被认真对待并找到实现的路径。

家居美学新标杆

COLMO新象“钛铂银”重塑智能人居新范式

融合美学与智能，打造高品质生活空间，正成为现代家居设计的新潮流。在此背景下，高端AI科技家电品牌COLMO推出首套全银色新象套系，以独创“钛铂银”设计美学打破色彩边界，融合米兰设计基因与前沿AI科技，践行“优雅致用”理念，套系覆盖空气、用水、厨房、洗护及全屋智能全品类，为菁英阶层打造兼具颜值与智能的全屋解决方案，重新定义高端套系标杆。

钛铂银焕新色彩，创新工艺筑实用优雅

当下，消费者对家居环境的追求已超越基础功能，“美与实用的共生”成为核心诉求。COLMO新象套系的“钛铂银”设计，正是对这一需求的精准回应。

“钛铂银”的灵感源自意大利科莫湖的清晨波光，COLMO设计团队独创纳米银浆工艺还原“流动金属”的温润质感，搭配0.3微米级蚀刻工艺打造亲肤面板，既让面板在不同光线下呈现柔和光影，又具备不易沾染污渍的特点，实现金属流光质感与玻璃细腻肤感的融合。细节处，经典的黑银撞色灵感源自钢琴键，独创的能量柱动态显示图标，让信息直观易操控，呼应现代人优雅从容的生活需求。

纯平全嵌融空间，极简线条造无迹美学

家居设计一体化的精髓，在于让家电隐于空间肌理，而非成为突兀的存在。COLMO新象套系，将纯平全嵌设计贯穿全系，让家电与家居环境实现无缝融合，演绎“无迹美学”的空间哲学。

整套产品摒弃凸起旋钮与明装把手，以简约线条勾勒机身，与橱柜纯平契合，如定制家具般融入家居。既最大化释放空间，让家居区域更显整洁开阔，更破解传统嵌入式家电痛点，无卫生死角减少积尘、减轻清洁负担，无凸起部件杜绝孩童磕碰。从冰箱“纯平无缝”的利落、洗碗机“踢脚不受限”的灵活，到洗护一体机、蒸烤箱的嵌入式融合，均在保障核心功能的同时，让家电成为空间延伸而非独立器物，让“人”与“生活”的互动成为空间主线。

全屋智能联动，AI让优雅成为日常本能

当前，随着智能家居设备渗透率持续提升，用户对智能交互的期待已从“单品智能”转向“跨品类联动”。COLMO精准把握这一趋势，新象套系以全屋智能为底座，构建起覆盖空气、用水、膳食、洗护、声光电等多维场景的AI主动服务体系。

系统支持全场景语音交互，实现跨空间、跨设备无缝联动：在厨房中对蒸烤箱说“打开客厅空调”，即可远程控温；在卧室通过空调可语音操控阳台洗衣机，彻底解放双手。设备间亦能智能协同：灶具点火，烟机自动升降并随风力调节；净水机与洗碗机联动，根据水质自动投放洗碗盐；自研AI管家可持续学习用户习惯，主动提供健康提醒与生活建议。无需复杂操作，家电便懂用户需求，让“优雅”从视觉美学延伸至使用体验，成为深入日常的本能仪式。

阿勒泰首发：
以自然为本，重塑智能人居美学

新象套系国内首发亮相阿勒泰“新象·钛铂银毯大秀”，以“银的进化史”串联自然与产品美学，并传递核心主张：产品应回归“自然”本质，专注服务用户，而非让用户被动适应产品。吴彦祖作为COLMO的忠实用户，此前选择在ZUHAUS配置全屋COLMO图灵套系，这次更回归建筑设计师老本行，为新象套系定制「COLMO新象·钛铂银空间」——其山体建构源自勃朗峰及其“攀登”的精神，银色材质衬托钛铂银质感，更植入智能场景，尽显极简功能主义审美。

通过此次阿勒泰大秀，COLMO进一步强化了其产品心智。作为自带AI科技基因的高端品牌，COLMO将AI智能视为标配而非行业常见的“高配”，实现家电IOT化互联，打造出更集成、更深度的全屋智能生态。它并非简单的设备联动，而是通过新象套系构建起无缝衔接的数字生活场景，将家电从传统“工具”升级为与现代生活深度绑定的“高科技伙伴”，带来的不止于常规的智能体验，更是一场全新AI高端生活方式的革新，让理性美学与智慧科技真正融入生活肌理。（**路 文**）

公告栏

催告通知书

青白江区谢德军货运部，经营者：谢德军，统一社会信用号码：92510113MACQUHEP67。因你（单位）川ABP920车辆于2025年05月21日03时59分在福里树非现场存在载运可分载物品行驶公路的超限运输行为。本机关已向你送达《重庆市璧山区交通运输委员会行政处罚决定书》（璧120交执罚〔2025〕0447）。因你（单位）至今未依法履行法定义务，本机关依法向你催告，限你于收到本催告书之日起10日内自动履行上述处罚决定书确定的义务。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催告通知书》（2025120047）。自本公告发出之日起经过三十日即视为送达。你（单位）逾期仍不履行的，本机关将依法申请人民法院强制执行，你（单位）可向本机关进行陈述或申辩，本机关将依法核实。（如有疑问请联系：023-81676011）

重庆市璧山区交通运输委员会

催告通知书

彭元林，身份证号码：5102321978****441X。因你（单位）渝AAP9082车辆于2025年05月23日11时57分在璧泉街道G244线与虎峰大道红绿灯路段处存在未取得巡游出租汽车经营许可，擅自从事巡游出租汽车经营活动的行为。本机关已向你送达《重庆市璧山区交通运输委员会行政处罚决定书》（璧120交执罚〔2025〕0450）。因你（单位）至今未依法履行法定义务，本机关依法向你催告，限你于收到本催告书之日起10日内自动履行上述处罚决定书确定的义务。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催告通知书》（2025120045O）。自本公告发出之日起经过三十日即视为送达。你（单位）逾期仍不履行的，本机关将依法申请人民法院强制执行。你（单位）可向本机关进行陈述或申辩，本机关将依法核实。（如有疑问请联系：023-81676011）

重庆市璧山区交通运输委员会

河南省杞县人民法院公告

楚健党、黄备战：本院受理原告中国农业银行股份有限公司杞县支行诉你们金融借款合同纠纷一案，现依法向你公告送达起诉状副本、应诉通知书、诉讼权利义务告知书及开庭传票。本公告发出之日起经过30日，即视为送达。提出答辩和举证期限为公告期满后的15日内，并定于举证期满后第三日上午10时（遇节假日顺延）在本院二号审判庭公开开庭进行审理。逾期将依法裁判。特此公告。

2026年1月14日

河南省杞县人民法院公告

朱松林：本院受理原告朱红涛诉你民间借贷纠纷一案，现依法向你公告送达起诉状副本、应诉通知书、诉讼权利义务告知书及开庭传票。本公告发出之日起经过30日，即视为送达。提出答辩和举证期限为公告期满后的15日内，并定于举证期满后第三日上午10时（遇节假日顺延）在本院二号审判庭公开开庭进行审理。逾期将依法裁判。特此公告。

2026年1月14日

声明

刘军丰，性别：男，身份证号：220181198410266014。原系九台区第三人民医院外科工作人员，已于2013年7月公告离职，现我院已经停业，无法再承担医保缴费，你的医保已从三院系统中减员，即后期医保缴费由刘军丰自行缴纳。特此登报声明！

长春市九台区第三人民医院
2026年1月15日

注销公告

北京市密云区不老屯镇爱心救助协会，统一社会信用代码：51110118MJ0385683U，经董事会决议，拟向登记机关申请注销清算，清算组负责人：柳凯，清算组成员：马玉侠，丁永正、张伟、李懿航，请有关债权人自见报之日起45日内向我单位清算组申报债权，办理登记手续，特此公告。

遗失声明

澜沧景迈龙潭茶叶经营部（统一信用代码：92530828MA6L61UQ6G）不慎遗失公章（编码：5327002090727）法人私章（编码：5327002090728）各壹枚，登报作废。

遗失声明

伊通满族自治县仁爱养老服务有限公司（统一社会信用代码：91220323MA0Y5RMJ45）遗失公章：22032310966 80，声明作废。

遗失声明

台州市臻禾全屋定制有限公司遗失公章，编码：3310021019429 7、财务章，编码：3310021019430 0、合同章，编码：3310021019429 8、发票章，编码：3310021019429 9、法人章（包从董），编码：3310021019430 1，声明作废。

遗失声明

郑州市汝强贸易有限公司法定名称章（编码4101841892010）、财务专用章（编码4101841892011）、发票专用章（91410184MAE0Q84U73）、合同专用章（编码4101841892013）法定代表人名章（李毛毛印4101841892014）不慎遗失，声明作废。

遗失声明

漳平市赫本女装店（统一社会信用代码：92350881MA33BRQT1A）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明

天津市西青区王兰庄温州商贸城商会（统一社会信用代码：51120111MJ0671831X）遗失营业执照正、副本，声明作废。

遗失声明

天津市西青区王兰庄温州商贸城商会遗失中国工商银行天津国信体院北支行开户许可证，账号：0302011609300160256，核准号：J1100086541901，声明作废。

遗失声明

梨树县天一网络科技有限公司遗失公章，编码：2203222029387，声明作废。

遗失声明

遵义金诺装饰工程有限公司（统一社会信用代码91520303584141068 2）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明

汝州市天邦物业服务部（统一社会信用代码：91410482MA3Y97DN22）遗失营业执照正、副本，声明作废。

遗失声明

黑龙江千行建筑劳务有限公司（统一社会信用代码：91230110MABXFY618W）遗失公章：2301100119705、财务专用章：2301100119706、发票专用章：2301100119707，声明作废。

遗失声明

新三心教育科技香河有限公司三河燕郊分公司（统一社会信用代码：91131082MAEW2EEH9F）遗失公章、财务专用章、法人章（杨定强）各一枚，声明作废。

遗失声明

松桃孟溪康一馨大药房遗失法人章（吴容芳印），编码：5206288801754，声明作废。

遗失声明

北京市高丽营永兴粮油店（统一社会信用代码：92110113MA00QN2557 工商注册号：110113600197427）遗失营业执照正、副本声明作废。

遗失声明

天津津利科技有限公司（统一社会信用代码：91120225MA05W4GA0Y）遗失公章、财务专用章、发票专用章各一枚，声明作废。

声明

鑫煜电力（仙桃）有限公司（统一社会信用代码：91429004MACT4J3G9Y）法人变更为谢力进，作废原法人章（张钰）编码：4290043010168 7，特此声明。

遗失声明

鹰潭余江区方本建材有限公司遗失公章：3606220137669、财务专用章：3606220137670、法人章（吴雄河）：3606220137672，声明作废。

遗失声明

蓝色粮仓海洋工程设备（深圳）有限责任公司（统一社会信用代码：91440300MA5H6W6F2W）遗失公章、财务专用章、发票专用章、法人章（周挺）各一枚，声明作废。

遗失声明

湖南信立建筑装饰工程有限公司（统一社会信用代码：91431224MABWI7YE10）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明

合米新能源（天津）有限公司（统一社会信用代码：91120101MACUDCQ137）遗失公章、财务专用章、发票专用章、法人章（杨洪艳）各一枚，声明作废。

遗失声明

固始县国特生态农业发展有限公司（统一社会信用代码：91411525MA9NK15LXQ）遗失营业执照正、副本、财务章、合同章，声明作废。

遗失声明

福州通易物流有限公司，遗失一枚公章，公章编码：3501041010137 8，声明作废。

遗失声明

太原市德怜网络科技有限公司（统一社会信用代码：91140108MAE5ADCDX1）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明

怀化市弛阳商贸有限公司（统一社会信用代码：91431202MAET8EQ30R）遗失公章，编码：4312021006360 6，声明作废。

遗失声明

吉林省土国混凝土制作有限公司将公章（编码：2201814594532）丢失，声明作废。

遗失声明

六盘水市水城区比德镇中心学校遗失公章，编码：5202215012339，声明作废。

遗失声明

甘泉堡经济技术开发区那是一家文艺创作工作室遗失公章：6501040410188、财务专用章：6501040410189、发票专用章：6501040410190、合同专用章：6501040410192、其他章：6501040410193、法人章（盛尊朋印）：6501040502511，声明作废。

遗失声明

湖州华嘉特种养殖有限公司（统一社会信用代码：91330500797622121K）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明

龙游星店信息科技有限公司遗失公章：3308251079263、财务专用章：3308251079266、法人章（吕芳）：3308251079267，声明作废。

遗失声明

灯塔市晰喆百货商贸有限公司遗失公章：2110220010285 14、财务章：2110220010285 15、法人章：2110220010285 18，声明作废。