政策加持显活力、本土实践有特色

多维发力助推怀旧文旅高质量发展

□ 本报记者 **王紫茜**

在文旅消费持续升级的当下，以时代记忆与情感共鸣为核心的怀旧文旅，成为拉动市场增长的新亮点。从国家政策支持推广怀旧游产品，到各地依托本土文化打造特色体验场景，怀旧文旅正展现出不俗的市场活力。与此同时，行业同质化、浅层化、过度商业化等问题也逐步显现。业内人士表示，相关方可通过深挖文化内核、创新场景体验、平衡商业与人文关系，推动怀旧文旅实现高质量发展。

政策引导育新机 市场升温兴文旅

怀旧消费，本质上是一种以情感为纽带、以记忆为载体的文化消费形态，游客通过对过往时代元素、生活场景、文化符号的体验与消费，获得情感慰藉、身份认同与精神满足。当这种消费需求与文旅产业深度融合，便催生了怀旧文旅。它以特定时代的历史文化、社会风貌、生活记忆为核心内容，通过场景复原、实物展陈、互动体验、业态植入等方式，为游客打造跨越时空的沉浸式文旅体验。

近些年，政策层面的引导与支持，为怀旧文旅的发展注入强劲动力。2025年1月，国务院办公厅印发《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》，明确提出“推广怀旧游等旅游产品”。各地紧随其后，纷纷出台政策推动历史文化资源活化利用，鼓励挖掘地域文化与时代记忆，打造特色怀旧文旅IP。从传统村落保护到历史建筑修缮，从老街区更新到老工业遗产改造，政策的持续发力为怀旧文旅项目落地提供了坚实保障。

市场数据则直观印证了怀旧文旅的火热态势。相关数据显示，2025年中国复古经济市场规模达3552.5亿元，同比增长11.7%，其中文旅板块贡献占比持续提升。2025年国内以怀旧为核心的沉浸式景区接待游客量同比增幅均超20%，开封万岁山武侠城、重庆超级80街等项目迅速走红。此外，在北京、南京等城市，怀旧主题文旅场所也成为游客必打卡的“网红地标”。

各地深挖本土记忆 怀旧文旅各具风韵

同样是怀旧文旅，不同地域、不同载体的项目却呈现出截然不同的特色与气质，它们深耕本地文化底蕴，积极探索特色发展路径，让怀旧体验更具深度与质感。

4月11日，记者走进北京市档案馆看到，在一层《档案见证北京》展厅旁，设有一处怀旧展区，内部陈列着黑白电视机、拨盘电话、搪瓷盆、旧木箱、钟表等老物件。工作人员告诉记者：“这些都是馆内老师自发带来的藏品，不仅还原了过去的生活场景，也凭借满满的年代感吸引了众多游客前来参观打卡，不少人还在抖音、小红书等平台分享拍摄的视频与照片。”

正当记者拍摄这些老物件时，一位年长的女士驻足说道：“你们这个年纪很少见到这些了，这都是我们当年实实在在用过的东西。”她表示，看到这些旧时生活用品，就像翻开了家里的旧相册，每一件展品都能勾起小时候的回忆。记者在游览中体会到，北京市档案馆的怀旧氛围，植根于历史所承载的城市记忆，厚重而真实，让人在观展中能够感受到老北京的岁月肌理与人文底蕴。

位于王府井百货大楼地下二层的和平菓局，还原了半个世纪前老北京的街景与胡同风貌。2400平方米的空间里，绿皮火车站、劝业场、大戏院、粮油店、副食店等场景一应俱全，蜂窝煤、二八自行车、搪瓷缸、信报箱等老物件点缀其间。不同于档案馆的厚重，和平菓局的怀旧更贴近日常、更具温情。游客可以在全息剧院感受胡同变迁，也可以在绿皮火车旁拍照打卡，沉浸式体验老北京市井生活。

“带父母来这里，他们看到副食店、粮店就很激动，说真是基本还原了当时的场景；孩子也觉得新奇，能体验我们小时候的生活。”游客张女士说，这里是可以走进、可以参与的“生活场景”，是三代人都能找到共鸣的怀旧空间。

南京博物院民国馆则通过还原民国市井风貌，打造了别具一格的体验。记者在馆内看到，吉祥银楼的鎏金招牌在灯光下熠熠生辉，复刻了民国时期南京老字号银楼的气派，隆善坊、韶华咖啡馆、正青春百货等商号错落排布，让人仿佛穿越至民国街头。

深挖情感逻辑、破解发展难题 推动怀旧文旅提质升级

怀旧文旅持续升温，在带来发展机遇的同时，也引发业界对其背后发展逻辑的深入思考：为何这种文旅模式，能吸引游客？

新消费领域专家高承远认为，“怀旧文旅的吸引力植根于三重心理机制。首先是情感代偿，快节奏社会下，人们渴望通过‘旧时光’获得确定性安全感，老街、旧厂房、复古场景成为情绪避风港。其次是身份认同建构，‘Z世代’通过消费父母辈的符号完成代际对话，而中年人则在怀旧中确认自我生命轨迹。最后是稀缺性体验，在数字化洪流中，搪瓷杯、磁带、供销社等实体化‘旧物美学’，提供了可触摸的文化质感。”

然而，在快速发展的过程中，怀旧文旅也暴露出诸多问题。研究员武泽伟指出：“当前大量项目简单复制老旧街景与物件，缺乏对特定时期社会风貌的深度挖掘，易引发游客审美疲劳；部分项目重商业变现、轻文化内核，将怀旧符号过度商品化，体验流于表面；同时，真实性与舞台化之间的矛盾突出，人为搭建的场景往往缺少生活质感与细节温度，难以形成持久的情感联结；此外，还存在品质标准不统一、运营模式不可持续、部分项目后期投入不足等问题。”

为进一步推动怀旧文旅的高质量发展，数字化领域专家、中国城市发展研究院投资部副主任袁帅在接受记者采访时表示：“未来可从文化内核、场景打造、运营模式等多维度发力，构建兼具情感温度与文化深度的文旅生态。一是深耕文化内核，深入挖掘本地历史文化、时代记忆与人文故事，提炼整合特色文化元素，避免简单符号堆砌；二是优化场景营造，运用声光电、实景演绎、互动体验等方式，让游客从‘旁观者’变为‘参与者’，提升趣味性与代入感；三是平衡商业与文化之间的关系，合理布局契合怀旧氛围的业态，严控过度商业化冲击；四是坚持差异化发展，打造专属IP，延伸产品与活动，提升可持续发展能力，让怀旧文旅成为连接过去、当下与未来的文化桥梁，实现经济效益与文化效益双赢。”

声音

不止于文旅打卡 多元业态激活怀旧情感与消费新动能

近年来，国家出台政策支持怀旧游发展，这为怀旧经济的兴起提供了清晰指引，也推动着各类怀旧消费场景不断涌现。笔者关注的怀旧文旅，聚焦于档案馆的老物件陈列、网红打卡点的年代场景、博物馆的复古展区，这是如今深化“文旅+百业”融合、活化历史文化资源、丰富人们精神文化生活的积极尝试。但这些场景化的怀旧呈现，只是怀旧经济的一个重要分支。除此之外，怀旧零食铺、线上线下旧物淘购等业态也纷纷兴起，怀旧经济正以多元形态渗透日常生活，既承载着人们的情感寄托，也成为拉动消费、传承文化的新动能。

怀旧经济是以人们怀旧情感为核心驱动力，以承载集体记忆的老物件、场景、技艺等为载体，兼具情感价值与商业价值的经济形态，其发展既契合国家支持怀旧游、培育文旅消费新增长点的政策导向，也顺应了人们对多样化精神文化需求的追求。艾媒咨询数据显示，预计2030年，中国复古经济市场规模有望达到5878.5亿元。这一数据背后，是不同年龄段群体对怀旧消费的旺盛需求。其中，档案馆通过陈列老物件，唤醒人们对城市发展与时代变迁的共同记忆；网红打卡点复刻老街区风貌，满足年轻人的社交与体验需求；博物馆通过还原特定年代的生活场景，让人们直观感受历史肌理。而放眼整个怀旧经济版图，这些文旅场景仅是寥寥缩影，充满市井烟火气的怀旧零食铺、怀旧淘货等业态，同样构成了怀旧经济不可或缺的重要内容。

在重庆磁器口，不到20平方米的“怀旧零食铺”里，老式麦乳精、臭干子辣条、大大卷、无花果丝等上百种零食整齐摆放，价格从几元到几十元不等，店主陈欣原本只是想以小店寄托童年回忆，如今却开出3家分店，大大卷、无花果丝、麦丽素等单品日均销量可达上百包。这种小而精的消费场景，以低成本、强共鸣的特点，让怀旧从“远观”的体验变成了“近享”的日常消费。

怀旧淘物则让老物件焕发新生。线上二手交易平台上，CCD相机、旧唱片等老物件交易活跃。小红书上“今天玩CCD了吗”话题阅读量超10亿，“黑胶唱片”阅读量超5.7亿。重庆董家溪跳蚤市场里，老式搪瓷杯、小人书、卡带录音机等应有尽有，经营旧物多年的张师傅介绍，近三年年轻人逐渐成为消费主力，他也顺势调整货源，新增胶片相机、老式游戏机等受年轻人青睐的品类，营业额比三年前翻了两倍多。这些老物件的流通，不仅实现了商业价值的再生，更让一代人的集体记忆得以传递。

事实上，无论何种形态，核心都是情感价值的变现，背后折射出人们对慢节奏生活的向往、对集体记忆的眷恋，以及对文化认同的追求。在快节奏的现代生活中，年轻人承受着较大的生活与工作压力，怀旧消费成为他们缓解焦虑、安放情绪的重要方式；而中老年人则通过怀旧消费，重温青春岁月，获得情感慰藉。从更宏观的层面来看，怀旧经济的兴起，也是文化传承的一种生动体现，老物件、老场景、老技艺中承载的历史文化，通过消费场景的再现，得以代代相传、生生不息。

怀旧经济不止于文旅打卡，它藏在街头巷尾的烟火气里，藏在老物件的温度中，藏在每个人的回忆里。它既是一种消费现象，也是一种文化现象，更是拉动消费、传承文化的新路径。唯有守住情感初心，坚持创新赋能，才能让怀旧经济摆脱短期热度，实现长远发展，让旧时光的温暖，持续滋养当下的生活。

（**王紫茜**）

文旅热点

新业态新场景迭现——

文旅体商融合活力涌动

春光正好，各地文旅体商活动精彩不断：“苏超”“东北超”等城市和地区足球联赛纷纷官宣赛程，将以“体育+”品牌赛事激活城市和地区发展新活力；音乐节、演唱会抢占“五一档”，期待奏响假日经济新乐章……当“为一场赛事赴一座城”“为一场演出解锁一座城”渐成消费新常态，文旅体商融合发展潜力正加速释放。

今年《政府工作报告》提出，“丰富文旅体商等融合业态”，成为各地促发展、扩消费、惠民生的实际抓手。专家表示，在探索融合发展的过程中，如何更好推动产业升级、弘扬中华文化、满足人民美好生活需要，成为共同的新课题。

满足新需求

走进北京超极合生汇商圈，消费者便进入到“处处皆舞台、时时可体验”的沉浸式文化氛围。在戏剧餐厅“江湖饭局”，“店小二”的一声吆喝，让观众瞬间置身江湖客栈，品尝美食的同时还能享受沉浸式戏剧体验。

随着经济社会发展和生活水平提高，人们对美好生活的向往不再止步于物质层面“拥有什么”，更加在意精神层面的“感受如何”，消费行为选择更强调情绪价值。北京体育大学副教授冯珺表示，消费者愈加追求即时满足感，青睐仪式感和审美表达，渴望有联结和共鸣的社交，消费需求从单一维度向复合体验转变，各类消费空间也从基础承载向多元赋能转变，日益成为以消费者体验为中心的新型场域。

如今，人们走进商场不再只为购物，可能是奔赴一场演出；参加马拉松比赛不只是挑战自我，也为打卡比赛城市的美景美食……体验经济时代已然到来。清华大学文化创意发展研究院副院长张铮表示，文旅体商融合发展可以改变一些既有场景“观光化”“盆景化”现状，丰富消费者体验。丰富文旅体商融合业态是对满足人民美好生活新需求的热切回应。

创造新价值

在满足人们美好生活需求的同时，文旅体商深度融合也是驱动产业升级、拓宽增长赛道、激发消费新增量的发力方向。文旅体商交融可放大各自行业关联度高、涉及面广、带动性强的特点，发挥乘数效应，进一步延伸产业链、创造新价值，同时有效促进就业和增收。

北京联合大学中国旅游经济与政策研究中心主任曾博伟表示，文旅体商融合可创造新的消费业态和消费场景，从供给侧丰富消费者选择；而旅游与其他产业融合，除了满足本地消费者需求，还能吸引外地游客，扩大消费群体。

去年火爆出圈的“苏超”，以植根于群众体育的地方足球赛事为支点，实现“1元门票带动7.3元周边消费”的杠杆效应，比赛日期间全省主场城市A级旅游景区接待游客2511.71万人次，证明了文旅体商融合的巨大潜力。前不久结束的F1中国大奖赛，诠释了何为“赛事即经济”，现场观赛人群中境外观众占比约16%，外地观众占比约64%，一张入场券让消费链条从赛场延伸到了酒店、餐饮、交通、景区，成为探索城市的“邀请券”。

文旅体商深度融合还是推动城市更新、重构活力版图的重要力量。在北京城市副中心，北京艺术中心、城市图书馆、大运河博物馆推出各类展览、演出等文化活动，受到市民游客喜爱。文化机构融入城市发展，并通过与商圈、文旅体项目联动，成为激活区域消费的枢纽。

激发新活力

丰富文旅体商融合业态，作为进一步激发内需潜能、培育经济新增长点的重要举措，正在各地加速实践。文旅体商融合并非简单业态叠加，需要政府与市场协同发力，立足本地实际，坚持主客共享共创，走出差异化、可持续的高质量发展之路。

曾博伟表示，融合发展的关键是从百姓需求出发，挖掘整合城市各种资源要素。“现在游客很少会像过去那样单纯为了逛景点而来，人们更愿走进本地人的生活，体验在地文化，所以融合发展要坚持主客共享的理念。”

国家发展改革委社会发展研究所研究室主任李璐表示，进一步创造文旅体商融合发展新场景，激活服务消费新可能，要在管理维度上有所突破，各部门要深化融合发展的思想认识、管理权限和服务功能等，确保资源能流通、服务能融合。

“要深入挖掘地方历史文化、产业特色和人文资源，打造特色品牌活动。”冯珺表示，应避免简单模仿或复制已有成功模式，鼓励各地结合城市规模、经济实力和群众基础，探索文旅体商融合的新业态、新场景，防止同质化竞争和资源浪费。在这个过程中，需要政府和市场协同发力，政府将更多精力和资源投入基础设施建设和公共服务保障，将赛事运营、商业开发等交由市场经营主体承担，激发市场创新创造活力。

（**经济日报**）

马拉松赛事成就城市文化名片

本报记者 **卢 岳** □ **王鑫坤**

浙江湖州马拉松、北京“通北”马拉松、海尔青岛马拉松……近日，马拉松赛事纷纷启动，大众关注度极高的人形机器人半程马拉松于4月19日在北京亦庄开跑。

企查查数据显示，自2021年以来，体育赛事相关企业年注册量均保持在10万家以上，其中2023年至2025年连续三年突破15万家，2025年注册量达17.07万家，同比增长7.9%。另据《2025中国马拉松赛事蓝皮书》显示，近三年来，马拉松赛事总体供给规模持续扩大，场均参赛规模也稳步提升。

随着全民健身战略、文旅融合战略与生态文明建设的协同推进，大型体育赛事已成为推动区域文旅产业转型升级、实现生态价值转化的重要抓手。而马拉松因其群众参与度广和综合影响力大的特点，正跳脱出单纯的竞技赛事，逐步成为能够串联起城市历史层积、生态肌理与人文记忆的文化新名片。

生态跑“打卡”最美景观 服务筑牢赛道“安全屏障”

“密云生态马拉松已经完赛，大家起初报名都是奔着看‘海’去的。”拥有多次马拉松赛事经验的跑者季帅兴奋地表示。据悉，密云生态马拉松作为国内首个以“生态”为核心定位的世界田联标牌赛事，赛事起点设在密云区青少年宫，向北沿密关路出发，跑者将顺着“全国最美百条骑行线路”一路看“海”完成赛事。

近年来，以“生态”“最美”“自然”为核心看点的马拉松赛事层出不穷，诸如前段时间开跑的贵州万峰林马拉松的喀斯特峰林、重庆铜梁马拉松的山水融合景观、湖北远安马拉松的田园风光，都在争夺中国“最美赛道”的头衔。如今，马拉松似乎正开启“美颜模式”，以生态环境优势打造马拉松赛事形象的“第一窗口”。“这也无可厚非，在城市里面憋久了，远离喧嚣的自然景观的确更吸引人，跑起来也会更加放松。”季帅告诉记者。

记者看到，为了让跑者更加安全、舒适地享受运动，今年的马拉松赛事也在服务保障方面下足了功夫。“来得舒心、跑得放心”成为许多跑者的直观感受。

“今年参与的几项赛事，主办方对于参赛者的审核更加严格了，尤其是针对身体健康方面，如存在安全隐患会第一时间与参赛者协商沟通。”季帅补充道，开赛前分发的跑者“支援袋”中不仅包含手套、冰袖等跑步装备，还会提供暖宝宝、能量胶、消肿止痛酊等实用品。

记者了解到，为保障赛事平稳开展，多数赛事组织方积极统筹了医疗应急保障与志愿服务工作，为参赛者保驾护航。如在吉安青原山半程马拉松中，医疗应急保障准备了10辆救护车、12个医疗急救站及25名移动救治人员，赛道沿线的各个医疗站点也均配齐专业急救设备与物资，以便处理各类突发状况。

马拉松成为消费“超级杠杆” “人在景中跑”感受文化风貌

“马拉松凭借低门槛、高参与、强传播的特性，能最大化地展现城市景观与文化，直接拉动‘吃住行游购娱’全链条消费。”商品战略高级顾问潘俊表示。

记者了解到，马拉松所带来的经济效益显著，包括直接消费如报名费、装备购买、训练支出等，以及间接消费如交通、住宿、餐饮、旅游等服务业，一场大型马拉松赛事可为举办城市带来数千万元甚至上亿元的消费效益。例如，2026年武汉马拉松综合效益超10亿元；无锡马拉松则带动周边产业效益超5亿元，其中住宿贡献3亿元、餐饮1.4亿元。“一人参赛、全家消费”正成为马拉松赛事经济的真实写照。

另一方面，马拉松对于城市文化的独特展现也进一步拉动了相关产业的消费增量。马拉松比赛通过将城市文化元素深度融入赛事整体设计的各个环节，让跑者在比赛过程中成为文化的体验者与传播者。

在赛事的视觉设计方面，武汉马拉松将湖北省博物馆馆藏文物明金锭的元素融入参赛奖牌，用小篆雕刻赛事名称，以体现荆楚文化的深厚底蕴；密云马拉松则将参赛服与“拥抱生态密云”的宣传口号相呼应，采用活泼奔放的字体展现赛事名称，并将树叶、水波、鱼等生态元素环绕在其四周，将密云特色和马拉松完美结合。而在赛道设计方面，不同城市也通过不同的设计理念让特色文化焕发光彩。如盐城马拉松赛道便串联起大铜马、新四军纪念馆、串场河风光带、中华海棠园等城市地标与生态景观，能够让跑者在比赛中用脚步丈量盐城的红色文化历史底蕴；贵阳马拉松则以“五精”即精品咖啡、精酿啤酒、精彩文创、精美餐饮、精致旅居，串联起了一整套的贵阳文化叙事，打造“爽爽贵阳”城市魅力标签。

赛事规范为“粗放生长”踩刹车 规范化、细分化定义发展方向

记者看到，马拉松赛事的持续火爆在于其几乎不受地域、气候的限制，能快速落地于不同规模的城市，将城市的自然风貌、人文底蕴一次性展现在参赛者与观众面前。同时，马拉松的参与门槛更低，从专业运动员到普通爱好者都能找到适合自己的项目，这种全民参与的属性让赛事自带广泛的传播基础。“跑者以脚步丈量街巷，在呼吸与汗水的交织中完成与城市的对话——这种具身性体验比任何宣传手册都更具文化穿透力。”梁华新指出。

此前《关于进一步规范马拉松赛事相关工作的通知》和《群众性短距离路跑赛事活动组织办法(试行)》出台，前者为办马拉松比赛划定了“红线”，后者则聚焦短距离跑，优化了群众赛事规则短板。

中国城市发展研究院投资部副主任袁帅指出，这正是中国马拉松摆脱粗放生长、走向规范化的明确信号，“此前国内马拉松赛事曾出现过盲目扩张、赛事服务不到位、安全保障缺失等问题，导致一些负面事件发生。此次通知的出台，从赛事审批、赛事组织、安全保障等多个环节提出明确要求，能有效遏制赛事乱象，推动马拉松行业从‘数量增长’向‘质量提升’转型，让赛事发展回归体育运动本身的初心。”

体育行业从业者张荔也表示，《群众性短距离路跑赛事活动组织办法(试行)》的出台，标志着未来短距离跑与马拉松的剥离，实质是行业分层治理的理性选择。由于欢乐跑、健康跑等大众参与型活动覆盖人群更广、组织门槛更低，赛道细分化意味着未来赛事定位从“大而全”转向“专而精”：专业选手追求竞技成绩，大众跑者注重参与体验，不同需求对应不同产品。

如今，马拉松正在成为塑造城市生态优势、传播城市文化的重要名片，向着规范化、细分化、多元化的发展方向走深走实。

公告栏

公告

李丹丹（公民身份号码：331003198302200052X）：本委受理徐豪杰诉你有关二倍工资等劳动争议一案(浙台椒江劳人仲案(2026)335号)因无法通过其他方式向你送达仲裁文书，现依法向你公告送达应诉通知书、组庭通知书、申请书副本、举证通知书、证据材料及开庭通知书等法律文书，自本公告发布之日起经过30日即视为送达。提出答辩状和举证的期限为公告送达期满后10日内，并定于2026年7月21日(下午)14点50分在本委仲裁庭开庭审理此案(仲裁庭地址：椒江区青年路232号台州市椒江区劳动人事争议仲裁庭。请准时参加庭审，否则本委将依法缺席裁决。

台州市椒江区劳动人事争议仲裁委员会
2026年4月29日

公告

张乙茗（公民身份号码：410223198811022560）：本委受理徐豪杰诉你有关二倍工资等劳动争议一案(浙台椒江劳人仲案(2026)335号)因无法通过其他方式向你送达仲裁文书，现依法向你公告送达应诉通知书、组庭通知书、申请书副本、举证通知书、证据材料及开庭通知书等法律文书，自本公告发布之日起经过30日即视为送达。提出答辩状和举证的期限为公告送达期满后10日内，并定于2026年7月21日(下午)14点50分在本委仲裁庭开庭审理此案(仲裁庭地址：椒江区青年路232号台州市椒江区劳动人事争议仲裁庭。请准时参加庭审，否则本委将依法缺席裁决。

台州市椒江区劳动人事争议仲裁委员会
2026年4月29日

关于程金鑫继承程朋军不动产的公告

程金鑫申请继承程朋军的不动产权，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)程朋军于2013年9月7日因疾病死亡。二，被继承人(遗赠人)的不动产共一户，坐落于城关街道蓬莱社区双鑫小区22幢01单元01层01013号，建筑面积65.46平方米。(如回迁安置选房单所示)。三，被继承人(遗赠人)的不动产权由程金鑫继承(受遗赠)。四，除继承人程金鑫外，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：0421-5051825。)

北票市不动产登记中心
2026年4月27日

关于吴颜芝继承程朋军不动产的公告

吴颜芝申请继承程朋军的不动产权，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)程朋军于2013年9月7日因疾病死亡。二，被继承人(遗赠人)的不动产共一户，坐落于城关街道蓬莱社区金石.欧韵蓝湾C04幢02单元04层02043号，建筑面积71.46平方米。(如回迁安置选房单所示)。三，被继承人(遗赠人)的不动产权由吴颜芝继承(受遗赠)。四，除继承人吴颜芝外，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：0421-5051825。)

北票市不动产登记中心
2026年4月27日

关于广淑云继承杨玉伟不动产的公告

广淑云申请继承杨玉伟的不动产权，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)杨玉伟于2022年9月14日因疾病死亡。二，被继承人(遗赠人)的不动产共一户，坐落于和平街29C幢09单元05层09052号，建筑面积64.72平方米。房屋所有权证号：北票市房权证北票市字第1117388号(如回迁安置选房单所示)。三，被继承人(遗赠人)的不动产权由广淑云继承(受遗赠)。四，除继承人广淑云外，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：0421-5051825。)

北票市不动产登记中心
2026年4月27日

关于王静静、姜博继承姜保华不动产的公告

王静静、姜博申请继承姜保华的不动产权，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)姜保华于2023年1月5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24幢02单元13层02133号，建筑面积89.63平方米。不动产权证书号：辽2022北票市不动产权第0013572号(如回迁安置选房单所示)。三，被继承人(遗赠人)的不动产权由王静静、姜博继承(受遗赠)。四，除继承人王静静、姜博外，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：0421-5051825。)

北票市不动产登记中心
2026年4月28日

关于刘海英继承刘兆成、付振莲不动产的公告

刘海英申请继承刘兆成、付振莲的不动产权，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)刘兆成于2017年11月9日因疾病死亡。被继承人(遗赠人)付振莲于2026年4月1日因疾病死亡。二，被继承人(遗赠人)的不动产共一户；坐落于南山街三段银河小区D07幢06单元01层06012号，建筑面积60.46平方米。房屋所有权证号：北票房权证北票市字第10012810,10012811(如回迁安置选房单所示)。三，被继承人(遗赠人)的不动产权由刘海英继承(受遗赠)。四，被继承人的父母均先于他去世，除继承人刘海英外，其他继承人自愿放弃继承权。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：0421-5051825。)

北票市不动产登记中心
2026年4月28日

关于贺翠莲继承王焕民、张华不动产的公告

贺翠莲申请继承王焕民、张华的不动产权，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)王焕民于2018年7月5日因疾病死亡。被继承人(遗赠人)张华于1997年12月10日因疾病死亡。二，被继承人(遗赠人)的不动产共一户；坐落于城关街道蓬莱社区金石.欧韵蓝湾C13#.幢02单元07层02072号，建筑面积65.60平方米。(如回迁安置选房单所示)。三，被继承人(遗赠人)的不动产权由贺翠莲继承(受遗赠)。四，被继承人的男方母亲健在，女方的父亲健在，除继承人贺翠莲外，其他继承人自愿放弃继承权。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：0421-5051825。)

北票市不动产登记中心
2026年4月28日

公告

(遗嘱继承)

兹有李颖、李春、李辉、李莉向我处申办遗嘱继承公证用以继承李景贤(男，1929年6月5日出生，于2018年11月11日死亡)和杨世芬(女，1936年6月6日出生，于2025年10月9日死亡)的遗产，现我处特公告如下：如你是李景贤、杨世芬的遗产继承人，或你持有李景贤、杨世芬的遗嘱(遗赠)或遗赠扶养协议，对上述遗嘱继承有异议的，请自公告之日起至2026年6月1日止，携有关材料向我处申报。逾期无人提出异议或者异议不成立的，我处将依法为李颖、李春、李辉、李莉办理遗嘱继承公证。联系地址：内蒙古乌兰浩特市君御华庭小区一期23-1-3楼兴安公证处。联系电话：0482-8215412。

内蒙古自治区乌兰浩特市兴安公证处
2026年4月29日