“低GI”不等于低热量

低GI食品市场亟待“立规矩”

图为在北京市丰台区首航超市消费者在对比各种饼干。

□ 本报记者 **闫 利** 文/摄

近两年来，低GI（血糖生成指数）食品正加速从专业控糖人群的小众标签跃升为全民健康消费的新风口。数据显示，2024年国内低GI食品市场规模已达1762亿元，年增速超10%。2025年，某线上平台低GI商品相关销售额两年内增长近60倍，商超、生鲜电商纷纷开设低GI食品专区。然而，当消费者真正想买一款靠谱的低GI食品时，却往往陷入困惑。

打开电商平台，各类标榜“低GI”“低升糖”的饼干、面包、零食令人眼花缭乱，有的产品印了“低GI”三个字，有的写成“慢升糖”，有的宣称“糖友加餐”“健身首选”，还有的打出“关爱中老年人、孕妇健康”等话术。证明方式更是千差万别，除部分产品展示认证证书外，一些产品连最基本的数据都没有，需要询问客服产品的GI值是多少。线上低GI标识“五花八门”，线下超市同样如此。记者走访北京多家商超发现，贴着“低GI”标签的产品同样挤满货架，消费者常常拿起又放下，满脸疑问，“这些‘低GI’到底谁说了算?”低GI食品市场的标识乱象，已成为制约行业健康发展的突出痛点。

消费者线上线下“看不懂、信不过”

在北京丰台区首航超市，一位老年人拿起一款标注“低GI”的饼干端详许久。“这个包装上印了‘低GI’，那个上也有，但两个产品标都不一样，这也不知道该怎么看，配料表里也有糖和油，脂肪含量也不低，除了多点奇亚籽，和普通饼干的区别太难分了，而且比普通饼干贵了快一倍，到底值不值得买?”

记者在超市随机采访了多位消费者。30多岁的上班族李先生表示，他平时在电商平台购买零食时经常看到“低GI”“低升糖”等说法，“有的详情页放了一个圆形图标，不知道是什么机构认证的，问客服也说不清楚。”另一位为父母挑选食品的袁女士直言，“老人有糖尿病，我想买点放心的，但现在网上和店里这么多标‘低GI’的，我根本分不清哪个是真哪个是假。”

记者在电商平台搜索低GI食品，很多产品在页面上标注着明显的“低GI”标签，部分商家在产品详情页面展示出认证文件，但大多字样模糊。在没有展示认证文件的店铺内，记者进一步询问是否有相关认证文件时，部分客服坦言“没有”，检测报告都是齐全的，但是鉴于公司的私密性，非特殊情况不提供。

今年全民营养周之际发布的《低GI食品与健康白皮书》系统梳理低GI食品的科学定位与标准法规。专家指出，当前低GI食品产业面临“三重乱象”。一是标准之乱。目前国内低GI食品认证属于自愿性认证，国家尚未制定统一标准，各机构可自行设计标识。二是检测之乱。低GI检测成本长期居高不下，检测费用各机构差距巨大。三是消费传播之乱。真正理解低GI概念的消费者认知度不高，部分人将其简单等同于“降糖食品”或“低热量食品”。

在多重因素叠加下，消费者对低GI食品产生看不懂、信不过的心理也很正常。中国农业大学食品科学与营养工程学院教授范志红接受记者采访时表示，对于个人来说，看GI值选食品不一定靠谱。GI是衡量含碳水化合物食物对餐后血糖影响程度的指标，经专业检测，GI值≤55的食品即为低GI食品。然而，食品的GI值受多种因素影响，且低GI并不等于低热量。如果食品中脂肪或蛋白质比例较高，总热量仍可能很高。因此，消费者不能仅凭低GI标签就放松警惕，而应学会查看完整的营养成分表。此外，部分食品品类天然就属于低GI，无需特意进行认证。例如，奶粉、牛奶、酸奶等奶制品，其营养成分构成决定了它们本身就不可能是高GI食品。如今许多奶粉以“低GI食品认证”为卖点提价，这种标注并无实际意义。

国标立规矩让消费者“买得明白”

在低GI赛道高速增长的背后，是消费者健康意识的深刻转变。《2025新健康消费生活趋势报告》显示，低GI食品消费增速达29.9%。《2025新中产健康生活调研》也指出，63.2%的消费者已将低GI饮食纳入日常健康管理行为。但在低GI食品市场快速发展的同时，一场信任危机也亟待解决。

2026年博鳌健康食品科学大会上，国家食品安全风险评估中心总顾问陈君石直言，“市场上宣称低GI的食品看似琳琅满目，实则良莠不齐。”他指出，“产品真实性是核心问题。”

3月18日，中国疾病预防控制中心营养与健康所发布了《食物血糖生成指数测定与标示规范》推荐性国家标准的征求意见稿，旨在建立统一的GI测定方法，明确低GI食品的标示规范，引导健康膳食选择。

记者注意到，征求意见稿除在测定方法上和质量管控上进行严格规定外，在标示规范上，明确划定GI三级分类，低GI为0<GI≤55、中GI为55<GI≤70、高GI为GI>70，统一了行业评判尺度。适用标识GI的食品类别为粮谷类制品、豆类制品、水果及其制品、蔬菜及其制品、坚果和籽类、乳及乳制品、饮料及其他等八类预包装食品。值得一提的是，征求意见稿增加了营养素含量限制要求，确保低GI食品的健康属性。产品若想标示“低GI”，除实测GI值达标外，还需同步满足所属品类的脂肪、饱和脂肪、钠、膳食纤维等营养素限值，从源头上杜绝“低GI却高脂高钠”的不健康产品。

业内专家表示，部分企业利用低GI概念过度营销，破坏了行业健康生态。营养健康食品的标准体系建设，是规范市场、引领产业发展的重要抓手，尽管目前有不少相关团体标准但约束力有限。低GI食品在胃肠道中葡萄糖释放吸收较慢，不易引起血糖快速波动，这一技术路径对于庞大的糖尿病潜在人群意义重大。目前我国成人糖尿病患者约1.48亿人，糖尿病前期人群更为庞大。低GI食品的规范发展直接关系到数亿人的日常饮食安全。标准是行业走向规范的关键一步，还需从检测方法、认证认可、市场监管等全链条发力。对于消费者而言，国标一旦落地，线上线下产品的标识将统一规范，引导消费者正确选择。

珍珠产业向『海』图强

『链』上海南自贸港 产业加速国际化

图为海南自贸港珍珠珠宝产业对接活动现场。 **受访者供图**

本报讯（记者 **唐 瑞**）世界珍珠看中国，中国珍珠看诸暨。5月20日—24日，第六届山下湖珍珠大会在“中国珍珠之都”浙江诸暨举办。大会期间，海南自贸港珍珠珠宝产业对接活动同步举行，来自全国珍珠珠宝行业的百余位企业代表围绕加工贸易、产业协同、政策落地等展开交流。

长期以来，中国珍珠产业形成了“前端养殖加工在内地、终端消费贸易在沿海”的格局。诸暨山下湖凭借完整的养殖、加工、设计、电商和交易体系，已成为全球重要的淡水珍珠集散地。据悉，其淡水珍珠产量占全球70%以上，交易量更是占据了全国交易量的八成。但在行业快速发展的同时，原料进口成本上升、国际贸易便利化不足、高端加工能力外流等问题，也成为行业进一步升级的现实挑战。

而海南自贸港政策，则为这一传统产业打开了新的想象空间。

近年来，海南正加快布局珍珠珠宝精深加工产业。活动现场，海南省工业和信息化厅、三亚市有关部门重点推介了海南自贸港政策优势及产业承接能力。三亚市投资促进局介绍，当前三亚正依托崖州湾科技城等重点园区，打造珠宝首饰精深加工产业集聚平台，为企业提供从注册落地、政策申报到运营服务的全流程支持。

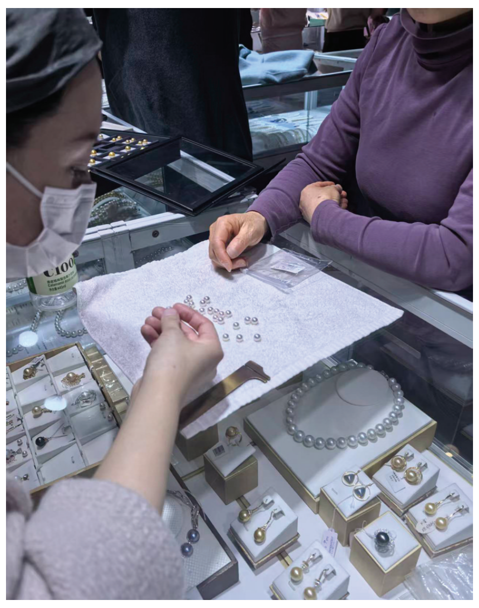
此次对接活动中，“加工增值内销免关税”政策成为行业关注重点。作为海南自贸港核心税收政策之一，该政策与珍珠珠宝产业具有较高适配度。业内人士分析，珍珠珠宝行业天然具有高附加值、强加工属性，尤其海水珍珠、宝石等进口原材料占比较高，若加工环节放在海南，可有效降低企业综合税负。

与此同时，“零关税”“双15%”所得税等政策叠加，也使海南在珠宝加工、跨境贸易、保税展示等方面形成独特优势。过去，国内不少珠宝企业更多将海南视为旅游消费市场；如今，随着封关运作，海南正试图向产业链中上游延伸，吸引加工制造和供应链服务环节集聚。

这种变化，已经开始体现在企业布局中。

海润珍珠产业园是首批享受加工增值税政策的产业园区。据悉，园区建设方——海南海润珍珠股份有限公司进口580万元珍珠原料后，节省税费超120万元。公司在三亚崖州湾科技城建设的黄金珠宝产业园，目前已落地珠宝国检三亚实验室等项目，可为企业提供进口原料“零关税”贸易、保税设计加工、免关税内销等服务。对于珍珠行业而言，这意味着产业逻辑正在发生变化。过去，企业更关注单纯生产制造；如今，从原料进口、设计研发、检测认证，到直播销售、跨境贸易，整个产业链条正加速向综合服务能力竞争转变。

业内认为，随着海南自贸港封关运作推进，其与山下湖等传统产业集群之间的联动将进一步加强。一端连接全球原料与国际贸易，一端连接国内成熟加工与销售市场，珍珠珠宝产业链正借助自贸港政策，加速向更高附加值环节延伸。中国珠宝玉石首饰行业协会会长叶志斌表示，海南自贸港加工增值政策为珍珠行业提供了前所未有的成本优势和发展空间。协会将持续推动会员企业关注海南、落地海南，助力海南打造全球珍珠珠宝加工新枢纽。



图为消费者在某店铺选购珍珠饰品。
王雅舒 摄

特色会展

上海国际乐器展发起“乐见未来新物种”年度甄选活动

将呈现智能座舱、人工智能创作等前沿创新，推动“音乐+”产业升级

本报讯（记者 **王薛淄**）2026年中国（上海）国际乐器展览会（以下简称“Music China”）将于10月28日至31日在上海举办。记者从主办方中国乐器协会了解到，本届展会将正式发起“Into the Music Tech Groove——‘乐见未来新物种’年度甄选”活动，面向全球寻找在技术、体验、场景和生态上具有引领意义的创新产品与解决方案。

中国乐器协会秘书长高萍介绍，这一全新设立的年度甄选，将与已有品牌活动“全球业界新品首发”形成平行互补关系。前者深耕前沿技术、跨界融合、未来潜力和早期创新形态，后者则专注于成熟落地、市场验证和量产新品，两大活动各有侧重、互不重叠，共同覆盖从早期概念到市场转化全周期的创新成果，为行业搭建更完整、更多元的创新展示矩阵。

本次年度甄选面向音乐科技全产业链开放，征集范围突破了传统乐器的边界，涵盖智能音乐硬件、音乐消费电子、音乐软件与插件、AI创作工具、智能座舱声学方案、沉浸式空间音频系统以及文旅艺术交互方案等多个领域。主办方表示，当智能乐器、AI编曲、车载声场和沉浸式音乐空间等创新不断涌现，人们感知生活、连接情感和享受音乐的方式正在被重新定义，产业也由此迎来变革性与可持续性的增长机遇。

在行业赋能层面，高萍表示，Music China将围绕内容升级、价值导向、产业赋能三大方向，以“音乐+”战略推动跨界融合，并重点强化国际化战略布局，在深耕欧美市场的同时，积极拓展“一带一路”沿线市场。为帮助中小微企业更好参与全球竞争，展会将联合支付宝国际业务，为参展企业提供跨境贸易一站式解决方案。

对于入选“乐见未来新物种”年度甄选的创新项目，Music China将提供一套涵盖荣誉认可、现场推介与长期产业对接的组合式赋能措施，获奖方可获授权在全球市场宣传中使用奖项名称和标识。在展会现场的颁奖典礼上，获奖方将获得奖杯、证书并接受媒体报道。同时，获奖者还可在现场新品专区舞台进行5分钟的路演推介，直面国际技术开发者、场景应用方、渠道商和投资人。相关产品有机会在年度甄选展示区免费展出，并通过Music China官网、官方公众号等渠道获得多重曝光。此外，获奖者还将获得与评审专家、头部企业深度交流的机会，其建议将有机会纳入后续产业赋能与技术共建计划，优秀项目有机会获得科技、消费、家居和汽车类垂直媒体的专题采访。其中，被列为“加速新声”的获奖者，还可优先参与行业对接会，与投资机构和产业伙伴开展深度交流。

主办方表示，Music China始终从展商真实需求出发，致力于打造更专业、更高效、更具价值的国际化平台。未来，展会将依据产业发展趋势和国家文化政策导向，持续推动更深层次的跨界合作，进一步提升品牌影响力与产业引领作用，在互利共赢的基础上，不断呈现新内容、新形态、新场景和新赛道。

行业观察

八大趋势透视全球烘焙“超级枢纽”的聚变与未来

5月23日，第28届中国国际焙烤展览会（Bakery China 2026）在上海虹桥国家会展中心落幕。为期四天的展会以“创新无界·首发聚变·链接未来”为主题，以33万平方米的全球最大焙烤展览规模，汇聚了来自70多个国家和地区的2200余家品牌企业，吸引超144个国家和地区的近40万人次专业观众到场观摩交流。

在“十五五”规划开局之年，Bakery China 2026不仅是全球焙烤及糖制品行业新品与创新的集中首发阵地，更以“全域+全球”的超强链接力，成为构建全球产业生态共建的“超级枢纽”。站在产业变革的新起点上，本届展会深度诠释了八大核心趋势，为全球焙烤产业的发展解锁了新的增长路径。

趋势一：全球新品“首发聚变”，打造全方位创新引擎

作为全球焙烤行业年度“首发首秀”平台，本届展会深度践行“首发经济”理念。展会期间，来自原料、设备、包装、成品、数字化等全产业链的上千款年度新品首次面向全球发布。展会延续“中国国际焙烤展创新产品奖”评选，并首次面向全渠道终端发布创新产品与趋势报告。同期推出的“2026‘益海嘉里’中国烘焙新品发布周”通过大师演示、品牌发布会等形式全景呈现创新成果。现场还发布了《2026中国烘焙新品发布周创新产品手册》《2026中国商超烘焙市场洞察白皮书》《2026烘焙市场产品创新蓝皮书》三大报告，为行业提供系统决策参考。

趋势二：国产供应链“品牌力+产品力”双重爆发，站上产业“C位”

本届展会上，国产供应链企业迎来高光时刻。原料端，安琪酵母、中粮、南顺等本土品牌与国际巨头同台竞技；设备端，复雅、海特等企业凭借AI视觉品控、数字孪生生产线等前沿技术，展现比肩全球的硬核实力。同期举办的地标食材烘焙应用论坛，聚焦荔浦芋头、平阴玫瑰等地理标志产品与烘焙工艺的创新融合，挖掘本土风味全球化表达，为国产供应链开辟差异化竞争新空间。

趋势三：“引进来”与“走出去”双向奔赴，国际化水平再创新高

本届展会国际化水平达历史新高。国际企业与品牌占比超过20%，德国、意大利、日本等国家展团及“一带一路”烘焙主题专区集体亮相；海外买家数量较上届增长超60%，国家数达144个。现场特设国际商贸对接会、商超决策人选品会、主流电商对接会，实现配对超1.5万场次。同时，展会全新开设焙烤行业出海论坛。主办方宣布将于8月27—29日在印尼雅加达举办首届东盟国际焙烤展览会（Bakery ASEAN），标志着中国焙烤行业从“产品出海”迈向“品牌出海”新阶段。

趋势四：健康烘焙从“概念”走向“刚需”，药食同源成亮点

消费者对健康的追求推动行业加速向“减糖减油”“清洁标签”“药食同源”转型。本届展会上，天然代糖、全麦粉、药食同源食材成为创新主流，艾草、山药、茯苓等养生食材融入面包糕点。展会特设健康烘焙主题论坛，聚焦低GI、药食同源、酸面团等主题，以“全球趋势+数据驱动+科学决策”体系，将模糊的“健康概念”解码为清晰的“产业实践”。

趋势五：商超烘焙崛起，“大赛+论坛+白皮书”深度赋能新蓝海

商超烘焙以体系化力量集中发力。首届“南侨杯”中国商超烘焙大赛汇聚21家主流商超及17家供应链企业同台竞技。同期举办第3届Bakery China商超烘焙发展论坛，围绕清洁标签、短保供应链等议题展开研讨。展会发布的《2026中国商超烘焙市场洞察白皮书》系统描绘了商超烘焙的发展图景。在新零售品牌推动下，商超烘焙依托“中央工厂+门店”供应链优势，从零售“亮点”走向行业“底气”。

趋势六：主理人精品烘焙受追捧，个性化品牌迎来新机遇

伴随消费需求迭代，个性化、精品化烘焙主理人模式成为本届展会热门议题。南顺等企业推出覆盖主理人门店的全渠道场景化解决方案，助力独立品牌从“匠心手作”走向“品牌化经营”。展会同期举办第二届“爱真杯”烘焙主理人创业大赛启动会及第3届Bakery China烘焙主理人创业论坛，为怀揣梦想的烘焙主理人提供展示舞台与资源赋能，助力烘焙创业力量的蓬勃发展。

趋势七：全域场景同频，线上线下融合催生新增量

数字赋能贯穿展会全程。Bakery China官方推出图片直播、视频直播等多渠道传播矩阵，相关内容多次冲上社交平台热搜榜首。众多参展企业打造视频IP，实现展台与线上同频共振，线上种草与线下转化高效联动。直播已从展会的“可选附加项”转型为品牌链接消费者的“核心引擎”，全域数字化营销正在催生全新的产业增量空间。

趋势八：技术引领，以大赛与Demo激活人才与智造双引擎

技术驱动是焙烤产业高质量发展的根本动力。展会期间，第二十六届全国焙烤职业技能竞赛等十余场专业赛事轮番上演。首次设立的“中国巧克力产业展览会”及“百乐嘉利宝”巧克力产业沙龙，汇聚全球150多家可可与巧克力头部企业，呈现全链条技术突破。同期举办的工业烘焙与智能制造论坛、烘焙AI应用论坛，为行业数字化转型提供切实思路。展台上，原料、设备等展区诸多展位的Demo演示成为全场焦点。通过上百位世界冠军、技术专家的现场演示展示配方与制作工艺，全景呈现前沿技术，为行业描绘了“未来工厂”蓝图。

展望未来：从本土升级到全球联动，开启全新征程

站在“十五五”规划开局之年的关键节点上，中国焙烤食品糖制品工业协会理事长张九魁指出：“当前行业创新已从单点突破走向系统重构，每一次首发都在点燃产业升级的链式反应。”展望未来，Bakery China将持续赋能行业高质量发展，从本土升级到全球联动。随着首届东盟国际焙烤展览会（Bakery ASEAN）今年8月在印尼雅加达扬帆起航，Bakery China的全球影响力将从上海向世界辐射，携手全球焙烤人共同开启高质量发展的新篇章。 **（史晓菲）**

公告栏

房屋产权无产权限制、无纠纷情况声明

房屋所有权人：侯英辉就办理坐落于：：3-03，幢号：5，房号：1，结构：混合，房屋总层数；2，所在层数：1-2，建筑面积：202.20平方米，用途：住宅，房权证东字第020244号；，因上述房屋档案未移交到东丰县不动产登记中心，上述权利人承诺以上房屋信息准确，没有抵押和法院查封，没有其他任何纠纷，如不实其愿承担法律后果责任。公示15个工作日无人提出异议或异议不成立，将进行换证登记。联系人：王军。电话：0437-6217011。

东丰县不动产登记中心
2026年5月25日

关于江苏晚柠影视传媒有限公司证照、印章作废的声明

2025年5月23日，经据马鞍山市品居装饰工程有限公司申请，盱眙县人民法院以（2025）苏0830破19号民事裁定书，依法裁定受理江苏晚柠影视传媒有限公司（以下简称“晚柠公司”）破产清算，并于2026年5月10日指定定淮安市洪泽明丰企业破产清算事务所有限公司为晚柠公司管理人。管理人接受指定后，因晚柠公司法定代表人、股东、高级管理人员、财务人员及其相关人员示履行移交财产、印章、证照、账簿、文书等资的法定义务，导致管理人未能接管到晚柠公司的任何有效的证照、印章等任何资料（包括但不限于营业执照正副本、组织机构代码证、税务及社保登记证、公章、合同专用章、财务专用章、发票专用章、法定代表人印章等）。为维护晚柠公司及债权人的合法权益，现声明如下：自2025年5月23日起，晚柠公司的全部证照、印章作废；且自该日之后因使用作废证照、印章产生的一切行为与晚柠公司及管理人无关，晚柠公司及管理人不承担任何责任。任何单位、个人违法使用晚柠公司印章、证照的行为均属无效行为，并应承担相应的法律责任。特此声明。

江苏晚柠影视传媒有限公司破产管理人
2026年5月19日

公告

2025年5月23日，经据马鞍山市品居装饰工程有限公司申请，盱眙县人民法院以（2025）苏0830破19号民事裁定书，依法裁定受理江苏晚柠影视传媒有限公司（以下简称“晚柠公司”）破产清算，并于2026年5月10日指定定淮安市洪泽明丰企业破产清算事务所有限公司为晚柠公司破产管理人。晚柠公司债权人应在2026年6月16日前申报债权（联系人：朱荣越；联系电话：15950398868），书面说明债权数额、有无财产担保及是否属于连带债权，并提供相关证据材料。晚柠公司第一次债权人会议定于2026年6月16日下午14:30在盱眙县人民法院巡回审判庭召开。晚柠公司债务人或财产持有人应当向清算组清偿债务或交付财产。特此公告。

江苏晚柠影视传媒有限公司破产管理人
2026年5月22日

注销公告

柳林县两河生态游乐有限公司，统一社会信用代码：91141125MA7XHBC5X3，经股东决定解散公司，并拟向市场监管局登记机关申请注销登记，并成立清算组，清算组组长：强爱芳，清算组成员：强爱芳、强爱琴。请债权人自本公告见报之日起45日内向本公司申报债权，特此公告。

遗失声明：汝州市王寨乡十字路村股份经济合作社变更为汝州市王寨乡十字路村集体经济组织，原公章(编码4104821077296)、财务专用章(编码:4104821077297)、合同专用章(编码:4104821077298)不慎丢失，声明作废。

遗失声明：丰城建泰建筑工程有限公司遗失公章:3609810597655、法人章（鄢建兵印）:3609810597658，声明作废。

遗失声明：云南达惹措农业科技有限公司（统一社会信用代码:91533401MAD4R67R3F）遗失公章、财务章、法人章(冯明)各一枚，声明作废。

遗失声明：宜汇(福建省泉州市)电子商务有限责任公司不慎遗失公章一枚，印章编码：35058310057062，现声明作废。

遗失声明：乌鲁木齐佳棋有约棋牌有限公司遗失公章：6501060182410、财务专用章：6501060182411、发票专用章：6501060182413、合同专用章：6501060182412、法人章（王克军印）：6501060182414，声明作废。

遗失声明：固始县泳顺科技塑料生产有限责任公司（统一社会信用代码91411525MA9FW1AWX1）遗失公章、财务章各一枚，声明作废。

遗失声明：固始县美佳室窗帘店（统一社会信用代码:92411525MA43669X3L）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明：新绛县幸福亮亮二手车有限公司（统一社会信用代码:91140825MA0MA9P3XJ）遗失公章、财务章各一枚，声明作废。

遗失声明：忻州市忻府区树宝果蔬经销部（统一社会信用代码:92140902MA0H92W005）遗失公章、法人章(周树一)各一枚，声明作废。

遗失声明：宜城市华杰家庭农场遗失公章，编码:42068410008773，声明作废。

遗失声明：信阳市青青草装饰工程有限公司遗失公章，编码:4115030079222，声明作废。

遗失声明：天津市北辰区仁辉劳务服务经营部（个体工商户），统一社会信用代码:92120113MA82EC3956，遗失财务专用章一枚，声明作废。

遗失声明：包头市蒙裕商贸有限公司（统一社会信用代码:91150223MA0PQQBU8C）遗失2023年3月2日签发的营业执照正本，声明作废。

遗失声明：准格尔旗墨金商贸有限责任公司（统一社会信用代码:91150622MAK54P6KX4）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明：香河若森科技有限公司（统一社会信用代码:92131024MAD8CB492K）遗失公章一枚，声明作废。

作废声明：北京文悦桐盛商贸中心（统一社会信用代码：92110115MA00PYHG5N）作废法定名称章一枚，特此声明。

遗失声明：华坪县中心镇河东村十四组农村集体经济合作社（统一社会信用代码:N1530723MF7129549T）遗失公章：5307002013199、财务章：5307002013200，声明作废。

遗失声明：高县文江镇胜利电器商行遗失公章，编号:5115255001502，声明作废。

遗失声明：福建嘉胜钢圈集团有限公司(统一社会信用代码:913506275653676 6XE)不慎遗失公章一枚，公章编码:3506270003076，现声明作废。

遗失声明：海南知游体育有限责任公司(统一社会信用代码:91460105MADPHGAK7W)遗失公章:4602000449801、发票专用章各一枚，声明作废。

遗失声明：北京瑞雪飘飘建设有限公司(统一社会信用代码:91110111MAD8LJMC2G)遗失财务专用章一枚，声明作废。

遗失声明：延寿县磊鑫维修队(统一社会信用代码:92230129MA1BTR3N8L)开户银行:中国建设银行延寿县支行，账户号码：23050186805100000977，核准号:J2610050079801，遗失公章一枚，声明作废。

作废声明：北京艺启美商贸有限公司（企业信用代码91110108MACTXA3M1A）作废法定名称章一枚，特此说明。

遗失声明：杞县金马禽业养殖专业合作社遗失中国邮政储蓄银行股份有限公司杞县银河路支行开户许可证，账号：941009010106908900，核准号：J4921001340801，声明作废。

遗失声明：上高县万欣种植专业合作社(统一社会信用代码:93360923071833069B)，遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明：宁波市鄞州区华高房地产经纪有限公司遗失公章，编码:33021210083981，声明作废。

遗失声明：宁波市梵鲸装饰装修工程有限公司遗失公章，编码:33021210085708，声明作废。

作废声明：北京声香科技有限公司（统一社会信用代码:91110400MA7H0T7N7D）作废公章一枚，特此声明。

遗失声明：北京宁心文化艺术有限公司(统一社会信用代码:91110105693284818C)遗失营业执照正、副本，声明作废。

遗失声明：喀什艾通韵殴商贸有限公司遗失公章：6531010104746、财务专用章：6531010104747、法人章（熊学军印）：6531010194435，声明作废。

遗失声明：长葛市博洋建筑工程有限公司遗失财务专用章，编码：4110827038867、法人章(贾帅)：4110827038869，声明作废。

遗失声明：胶州市运捷安物流部(个体工商户)遗失公章，编号：3702810781549，声明作废。

遗失声明：中铁国安(海南)控股集团有限公司（统一社会信用代码:91460000MA5TR0PL05)遗失公章、财务章、合同章、发票章、法人章(毛利田)各一枚，声明作废。

遗失声明：麦盖提县白精华面粉厂遗失公章，编码:6531270013856，声明作废。

遗失声明：北京明强建筑工程有限公司(统一社会信用代码:91110229MA0195NU28)遗失营业执照正、副本，声明作废。

作废声明：北京明强建筑工程有限公司(统一社会信用代码:91110229MA0195NU28)作废公章、合同专用章、财务专用章、发票专用章各一枚，特此声明。

遗失声明：吴川市三泰药店遗失《第二类医疗器械经营备案凭证》，备案号:粤湛食药监械经营备20210567号，声明作废。

遗失声明：泽普县常鑫物业服务有限责任公司遗失公章：6531240001505，法人章（董娜印），现声明作废。

遗失声明：天津市西青区发色完家美发店(个体工商户)统一社会信用代码:92120111MA82KQ1267，遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明：天津来津文化科技有限公司(统一社会信用代码:91120116MA7FFPXDX9)遗失财务专用章一枚，声明作废。

遗失声明：天津鲲鹏灾害救援服务中心遗失中国银行股份有限公司天津市分行开户许可证，账号:280480398643，核准号:J1100057290302，声明作废。

遗失声明：天津市河西区三全伟业暖通设备安装经营部（统一社会信用代码:92120103MA06R9WG9G）遗失法人章（王伟）一枚，声明作废。

遗失声明：慈溪市龙山龙毅纺织品厂(个体工商户)遗失公章，编码:33028210323700，声明作废。

遗失声明：农安县高家店镇王猛家庭农场遗失财务专用章，编码:2201221111447，声明作废。

遗失声明：怀仁铭志高中学校遗失公章，编码：1406243019073，声明作废。

遗失声明：中移铁通有限公司天津分公司（统一社会信用代码:91120102MA0724590U）遗失津南营业厅印章一枚，声明作废。

遗失声明：天津市武清区来钱建材经营部（个体工商户）统一社会信用代码:92120222MA82AWBT2N，遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明：长沙市社会组织总会(统一社会信用代码:51430100058026094G)遗失公章一枚，编码:43010510184093，声明作废。

遗失声明：甘谷县新兴镇侯家沟村股份经济合作社遗失山国农业银行股份有限公司甘谷新兴支行开户许可证，账号:27064501040004756，核准号:J8253000763801，声明作废。

遗失声明：丁禹茗2026年5月23日在大连丢失遗失第二代身份证（身份证号：220104197810263114），特此声明。

遗失声明：青岛洁康酒店服务有限公司遗失公章：3702131235272、财务章：3702131235273、发票章：3702131235274、法人章(彭文娟印)：3702131390998，声明作废。

遗失声明：文山越能鑫光伏科技有限公司遗失公章，编码：5326002066924，声明作废。

遗失声明：哈尔滨市动力区吉昌日用品商店（统一社会信用代码:92230110MA1APKX84N）遗失营业执照正、副本，特此声明。