价格回归理性 结构更多元

威士忌消费场景持续“破圈”

本报记者 赵 曦 □ 王雅舒

5月21日，中国酒业协会第六届理事会第八次（扩大）会议在北京举行。会上，中国酒业协会发布的《威士忌专业委员会2025年度工作报告》（以下简称《报告》）显示，2025年，中国威士忌行业在消费升级、本土化生产和市场培育的推动下，展现出蓬勃发展的态势，中国已成为全球重要的新兴威士忌消费市场之一。

市场结构性调整
量增价稳溢价泡沫出清

市场数据印证行业强劲韧性。根据海关总署公布的2025年威士忌进口数据，2025年威士忌进口量额分别为3584.37万升、4.46亿美元（约合人民币31亿元），同比分别增长22.78%、微降1.31%。数字的背后，是威士忌品类内部结构的深刻调整。

进口量保持较快增长，但进口额小幅下降，反映出产品价格体系进一步回归理性。中国酒业协会威士忌专业委员会指出，近年来我国进口烈酒市场正逐步由此前的高速增长回归到理性发展，消费者更加关注产品性价比，高端烈酒消费逐渐趋于稳健。随着国内威士忌等本土烈酒产品不断丰富，进口烈酒市场竞争格局也在由“增量扩张”向“品质竞争”和“品牌竞争”转变。

这一趋势在线下市场得到了直接验证。记者看到，日本威士忌、阿贝威士忌等曾被热炒的产品如今普遍降价百元，阿贝10年威士忌甚至在一年的时间内从700余元跌至300元，溢价泡沫持续出清。北京多家酒行老板对记者透露，目前威士忌价格整体回落几十元至几百元。对于降价原因，位于北京国瑞城的1919酒类直供店老板彭先生提出威士忌存量过多的猜想。北京伊斯特恩酒吧老板许先生的观点与其不谋而合，“前几年威士忌价格高涨，导致很多爱好者及销售端进行大量囤货，这可能也是近两年威士忌价格下降的一个原因。”许先生表示。

追求“质价比”与“悦己”
需求主导消费新趋势

消费端的持续迭代，成为推动威士忌市场稳步增长的核心动力。经过国际品牌多年的市场深耕，以及国内近十年的快速发展，威士忌的社交价值与收藏价值逐渐凸显。

当前，大众消费已从传统的物质需求加速转化为精神需求。在理性消费观念的引导下，《报告》指出：“质价比”成为市场新锚点，即在满足部分有效消费的基础上，更加理性地消费。《报告》显示，威士忌消费市场中，兼具品牌知名度与价格优势的百元级平价调和威士忌，凭借极高的“质价比”占据销售榜单前列。淘宝等电商平台洋酒销售榜单中，百元级威士忌同样榜上有名，月均销售数千单。位于北京双井街道的一家酒吧酒保对记者表示：“目前基本每天都有纯饮单杯或直接开整瓶威士忌的客人，其中销售最好的是麦卡伦12年双桶威士忌，不仅性价比高，利口性也更好。”

与此同时，当下国内“悦己型”消费成为主流。“平时来自饮放松、享受生活的顾客更多。”An威士忌酒吧老板王先生表示，晚间一杯酒，让消费者从白天高压的工作中脱离出来，真正地感受内心、感受生活与情绪。据他介绍，消费者更愿意为情绪价值、自我犒赏等买单，而非单纯的社交应酬。正如《报告》中提到，在消费升级的带动下，消费者对于情绪价值的满足意愿强烈，享受品质生活的美好已成为重要的消费驱动力。

消费群体年轻化
全场景消费持续扩容

威士忌消费群体迭代与场景拓展同步提速，呈现年轻化主导、女性崛起、场景多元的鲜明特征。

消费群体年轻化。中国酒业协会理事长宋书玉指出，酒类市场的消费趋势向“理性化、健康化、年轻化”转变。《报告》中提到，通过对市场消费群体的划分，可以对消费群体进行画像概括，即国内威士忌消费群体呈现年轻化的趋势，“90后”“95后”“00后”成为主要消费群体。“中国年轻一代消费者对新奇、时尚的产品更感兴趣，愿意接受威士忌产品的市场营销和品牌推广。加之中外文化交流不断加深，消费者对威士忌文化认知和欣赏度不断提高，也带动了市场需求的增长。”

女性消费成为新增长极。《报告》显示，女性威士忌的消费力不容忽视，占比约为10%，且仍有增长趋势。线下走访中，多家酒吧老板对此表示认同。An威士忌酒吧老板王先生对记者表示，威士忌作为较高端酒品，30岁左右的中青年群体占据了大部分市场。然而，近年来，越来越多的年轻人开始加入到威士忌消费行列中，尤其是女性群体的增长格外明显。不仅如此，受访者普遍表示，在其自营的威士忌酒吧消费群体中女性占比达到70%，越来越多的女性加入威士忌消费市场。百瓶APP报告显示，中国威士忌消费市场中“00后”与“95后”女性消费者合计占比达73%。

消费群体的代际更迭与结构多元化特征明显。上海、成都等地涌现出“威士忌主题酒吧集群”。同时，家庭小聚、日常调酒、轻社交等场景快速普及，带动威士忌小容量便携装、家庭分享装产品销量持续攀升，实现了消费场景的全域扩容。

从溢价出清到消费群体多元化，中国威士忌市场正在经历一场价值重塑。随着2026年《烈性酒质量要求 第1部分：威士忌》国家标准的落地与本土化进程的加速，威士忌正逐步褪去“舶来品”的神秘标签，真正融入中国消费者的日常，这也成为中国威士忌在市场竞争中的突破口。

从“专业技艺”到“休闲娱乐”

智能乐器解锁社交新玩法

本报记者 赵 曦 □ 花沁昕

在露营出游、好友欢聚、户外团建等休闲社交场景中，正悄然刮起一股“音乐风潮”。不同于传统乐器主打专业性、高门槛的特质，可折叠电子琴、智能吉他、便携的电二胡等智能乐器凭借好学、轻便的优势，走出了专业音乐的小众圈子，逐渐融入普通人的娱乐和社交生活，带动大众音乐消费悄然升温。

降低学习门槛 零基础快速入门

长久以来，乐器学习一直存在门槛高、练习过程枯燥、入门周期长等痛点，对学习者的乐理基础、肢体协调性、练习时长均有较高要求，这让不少想学习乐器的人望而却步。“小时候一直想学却没机会学吉他，工作以后上过几次体验课，但零基础起步难度很大，需要耗费大量时间反复练习指法，工作的同时很难有足够的精力支撑系统练习。”28岁的上班族小何告诉记者，“有一次，同事带着他的智能吉他来公司，我试弹了一下，操作简单、好上手，当时就被‘种草’了。”

正如小何所说，智能乐器依托数字化技术，通过智能灯光指引、自动和弦伴奏、APP同步教学等功能，大幅降低了学习乐器的入门难度，实现了“零基础快速上手”。虽然智能乐器与传统专业乐器在演奏质感上存在差距，但对于大众悦己休闲、日常娱乐而言，性价比与体验感拉满。

针对民乐入门难题，电二胡也做出了技术优化。记者注意到，当前，市场上的电二胡内置多种音色调节模式，规避了传统二胡音准难把控、新手易跑调的问题，自带节拍器、伴奏同步功能，稍加指导，新手即可自主练习。业内人士介绍道：“传统二胡受空气湿度的影响很大，而且需要开音，因此保持音质、音调的稳定对使用者的专业度要求很高，而电二胡的智能辅助功能能帮新手快速建立乐感。”

数据显示，当前智能乐器市场受众持续扩容，零基础入门用户占比超六成。不同于传统乐器侧重专业考级、深耕技艺的定位，智能乐器“低门槛、高效率、沉浸式”的特点，更贴合普通人碎片化、轻量化的音乐需求，使其成为大众悦己消费的重要选择之一。

轻量便携设计 适配多元生活场景

“乐器便携对我来说很有意义。我小学时就开始学电子琴，但是后来离开家到别的城市学习、工作，很难把琴带在身边，有的时候真的很想弹一弹放松身心。”一位正在体验可折叠电子琴的消费者说道。记者注意到，她手上这款电子琴折叠后的琴身仅书本大小，整机重量在3公斤左右，收纳后可以放进背包，方便随身携带。

销售人员向记者介绍，近两年大众乐器消费理念不一样了，普通消费者并没有那么看重专业性，而更注重灵活性与场景适配度。智能乐器重量轻、易携带，还具有不用保养、调音的优势，使其成为零基础音乐爱好者的首选。

智能乐器的便携属性也大幅提升了大众音乐练习的频次与积极性。音乐爱好者陈先生表示：“以前我都是在家拉二胡或者是去表演，但我很想在户外休闲、出游的时候也带上二胡，在情绪饱满的时候来上一曲，所以我就买了一把电二胡，它不光轻便还可以切换南北方二胡的不同音色，必要时还能带着耳机练习避免扰民，想什么时候练就什么时候练。”

解锁社交新玩法 拓宽音乐圈层边界

易学、便携的核心优势，让智能乐器跳出了单一练习工具的定位，赋予了音乐更多的社交属性。

“现在朋友聚会、露营团建，很多人都会带上智能乐器，喜欢音乐的朋友可以聚在一起弹唱。”音乐爱好者淋淋告诉记者，自己和朋友以往聚会只是单纯聊天，如今带上可折叠电子琴和智能吉他，大家可以即兴合奏、弹唱。智能乐器的多元音色、伴奏模式，能适配流行、民谣、民乐等多种曲风，氛围感十足。

线上社交生态的搭建，更让智能乐器突破了时空限制，拓宽了大众音乐圈层。目前主流智能乐器大多配套专属APP，搭载作品录制、一键分享、线上合奏等社区互动功能，改变了以往练琴枯燥、缺乏反馈的困境。“以前练琴是独自反复练习，总会经历一段难熬的瓶颈期。现在，我可以录制自己的弹唱视频和全国各地的爱好者交流演奏技巧。”淋淋表示，借助智能吉他在当下互联网的讨论热度，她的弹唱视频获得了很多人的关注，她还创建了一个群聊，与各地的音乐爱好者一起讨论音乐，业余生活由此变得丰富起来。

业内从业者表示，智能乐器的革新不只是硬件设备与演奏技术的升级，更是音乐消费场景、音乐生活属性的全面延伸。在音乐科技全产业链开放发展的大趋势下，智能乐器持续弱化音乐的“专业技艺属性”，强化其“生活休闲属性”，推动音乐消费真正走进大众日常，成为新时代文体消费升级的重要风向标。

中国罐头工业协会水产罐头分会成立

我国水产罐头行业迈入专业化协同发展新阶段

本报讯（记者 闫 利）5月25日，中国罐头工业协会水产罐头分会正式在浙江杭州成立，标志着我国水产罐头行业告别分散发展格局，迈入专业化、规范化、协同化高质量发展新阶段，填补了国内水产罐头领域专业行业组织的空白。中国罐头工业协会理事长刘有千表示，分会的成立是顺应行业发展大势、满足企业共同期盼的关键举措，将为产业升级搭建核心专业平台。

我国水产罐头产业历史悠久，是中国罐头工业的重要奠基板块，自1893年广州广茂香罐头厂生产出第一罐豆豉鲮鱼罐头起，历经百余年发展，已形成覆盖原料养殖捕捞、加工生产、包装物流、内外贸销售的完整产业链，主产区集中在福建、山东、浙江、广东、辽宁等沿海省份，产业集聚效应显著。当前，行业正朝着健康化、方便化、高端化加速转型，成为水产品精深加工与现代食品消费的核心赛道。

数据显示，2025年我国水产罐头市场规模约185亿元，增速4%，虽保持稳步增长，但相较于肉类罐头超10%的年均增速，行业增长仍有较大提升空间。从市场现状来看，产业发展面临多重挑战：原料供应紧张、国际贸易认证门槛高、进项发票开具难等问题制约企业经营；消费者对水产罐头存在“高油高盐、含防腐剂”等认知偏差，近三成消费者因规格不适配造成浪费，价格敏感度与品质信任度不足也影响市场拓展；同时，行业还存在集中度偏低、标准体系滞后、创新能力不足、同质化竞争等短板。

刘有千指出，我国水产罐头产业基础扎实、发展潜力巨大，分会的成立将有效破解行业共性难题，凝聚全产业链合力。未来，分会将整合生产企业、原料供应商、装备配套企业、科研院校等多方资源，打破企业单打独斗的局面，推动行业从“生产大国”向“标准与技术强国”跨越。

水产罐头分会首任主任委员陈义方表示，分会将坚守“政府信得过、行业离不开、企业真需要”的定位，聚焦六大核心任务推动产业发展：以标准引领规范，加快制修订行业产品标准与技术规范；以技术创新驱动升级，联合科研院所攻关减盐、减脂、清洁标签、智能加工等关键技术；以质量安全守护消费，建立全流程可追溯体系，重塑消费认知；以市场拓展提升品牌，组织企业抱团开拓内外贸市场，应对国际贸易壁垒；以产业协同融合发展，推动一二三产业深度融合；以人才培训夯实根基，提升行业从业人员专业素养。

声 音

等位零食撬动数亿元生意

场景化消费中藏着休闲食品增长新赛道

□ 江 月

商场热门餐厅等位区，服务员会送上锅巴、虎牙脆等小零食；奶茶店取茶等候区，平价便携的小包装零食随处可见……据媒体报道，这些看似不起眼的小零食，已悄然撑起年销售额数亿元的生意。在万亿级国内休闲食品市场中，这一细分赛道的崛起，表面看是餐饮商家的贴心服务与营销方式，深层次则揭示了场景化消费已成为实体商家精细化运营的新趋势，更为休闲食品行业挖掘出新的增长空间。

长久以来，传统休闲食品消费遵循“人找货”逻辑，消费者出于饮食需求主动选购，消费行为具有明确的目的性。而等位零食打破了这一消费定式，跳出产品品类本身的局限，依托等候场景顺势催生消费需求，实现“从场景中产生需求”的消费模式。

餐前排队等候，是餐饮消费过程中最容易滋生负面情绪的环节。漫长等待之下，顾客极易心生焦躁，空腹状态下随着时间推移饥饿感也会上升，不仅拉低消费体验，还极易造成顾客流失。此时商家摆放的平价便携小零食，恰好精准击中等待场景下的消费痛点，成为商家破解等待痛点的低成本利器。据业内人士估算，常见餐饮店的单包等位零食采购成本不足0.1元，即便在客流量大的情况下，门店日常零食投放支出也远低于打折让利、发放优惠券等传统引流营销手段，性价比优势突出，低成本投入就能收获实实在在的服务效果。

低成本的零食投喂，带来的却是远超成本价值的经营效益。一方面，一枚简易小零食能够填补消费者空闲等待时间、舒缓其焦躁情绪，让消费者感受到被用心对待，有效提升等位容忍度，减少客源流失。另一方面，在后续点餐消费中，消费意愿可能更为积极，对菜品定价、服务细节的包容度也会大幅提升。社会心理学家罗伯特·西奥迪尼提出，互惠原则是人类社会交往的基本准则之一。其核心意思是当人们接受他人给予的“好处”后，会自然而然产生亏欠感，进而更倾向于回报对方。如同超市里的免费试吃，消费者在尝了一口后购买意愿大大增强。同样，就餐前的等位零食也正是这一原理的精准应用，即消费者免费享用了零食，往往会在后续点餐时更“慷慨”，或对菜品定价、门店服务更宽容。这一看似简单的小举动，恰恰是餐饮行业白热化竞争中商家深耕服务、精细经营的生动体现。

究其本质，等位零食的核心价值，不在于它的品牌与口味，而在于它能否在“等位”这个特定时空中，为消费者缓解焦虑、填充时间、安抚情绪。从这个角度来看，商家提供的不只是一份零食，而是消磨闲散时光的解压物和舒缓焦虑的情绪陪伴。如今，消费需求早已从单纯的吃得饱、吃得好转向注重体验，消费者愈发看重消费过程中的情感尊重与暖心服务，一枚小小的等位零食正是消费体验持续升级最直观且鲜活的现实表现。等位零食赛道能够发展壮大，关键在于精准切入了餐饮行业长期被忽略的等待场景。艾媒咨询数据显示，2025年中国休闲食品行业规模达11804亿元，其中，依托各类线下消费场景产生的场景化零食，已成为行业内增速亮眼的细分板块。

更值得关注的是，赛道蓬勃发展的同时，完整的上下游产业链也顺势成型。一批食品企业避开C端激烈的品牌营销战，专攻B端场景供应，为餐饮门店提供定制标准化、适配性强的小包装零食。它们没有广告代言，甚至没有超市货架，却依托规模化生产和稳定供应链，实现年销售额破亿元，成为深耕细分领域、低调前行的行业“隐形冠军”。这也表明，当行业纷纷扎堆热门赛道陷入“内卷”时，深耕细分场景、创新商业模式，才能找到新的增长空间。

但是，等位零食行业潜藏的发展隐忧也不容忽视。目前市面上的等位零食多为高油、高盐的膨化食品，与当下全民推崇的健康饮食消费理念背道而驰。当消费者越来越看重健康，这种低成本、粗放式的供给，恐怕难以长久维系。各大餐饮门店提供的等位零食品类高度雷同，时间久了，其边际效用将会递减，原本独特的场景服务优势可能也会逐渐消失。

消费场景不断迭代，大众需求持续升级，等位零食唯有顺势革新方能行稳致远。笔者注意到，目前部分餐厅已经开始使用冻干果蔬、烘烤杂粮等健康小食，虽然成本小幅提升，却更能契合当下消费者对轻负担、重健康的饮食需求。如今休闲食品行业的竞争早已摆脱单一的产品比拼与价格战，全面迈入场景、体验比拼的全新阶段。透过一枚小小的等位零食能够发现，若能精准捕捉不同场景下消费者的情绪需求、心理诉求，便能从细微的民生场景中挖掘出巨大商机。

（上接A1版）

然而这种“财务思维”，并不意味着一味压缩成本。

杨威向记者讲述了孔雀表业曾引发过不小争议的一件事：2015年至2016年间，孔雀表业订单供不应求，但在一次生产过程中，有几批零部件虽然尺寸完全合格，却存在细微的外观瑕疵，有些需要通过显微镜才能发现。面对市场需求与产能压力，公司最终却决定全部作报废处理。彼时，外界质疑声不断。有人认为，如此高的报废率意味着管理存在问题，甚至担心企业“这么高的报废率可能没有未来”。

杨威坦言，当时自己也曾焦虑、纠结，对这一决策并不完全理解。“一方面是成本提高，另一方面是市场需求无法满足，这样一来，我们实际上放弃了一部分销售额，也产生了损失。”她回忆说，“后来是在执行过程中慢慢理解它的意义。”如今回看，这种近乎苛刻的坚持反而成为企业高端化道路上的重要支点。“这种对极致品质的追求，恰恰炼就了孔雀表业的质量意识，培养了全体员工的质量意识”。

这正体现了杨威反复提及的一个词——战略定力。

在杨威看来，从事制造业的人都能讲出来柔性定制、品牌化发展等战略定位，但真正难的是战略定力以及在市场压力和现实利益面前，依然能够让这样的战略定力落地。

据悉，孔雀表业主要研发方向是复杂机心及高端机械钟、表。目前其机心板块拥有七大系列41个基础机心、共计300多个花色品种产品，年产能100万只。依托柔性生产能力，每年可同时落地投产5款以上全新产品、完成20项产品技术升级迭代，创新研发实力持续领跑行业。腕表板块拥有计时码表、陀飞轮手表、高档薄型自动手表等5大系列60款代表性产品，斩获90余项技术专利。钟类板块已形成机械钟、石英钟、机心三大产品类型，产品销售覆盖美国、欧洲、中东等国家和地区。计时系统板块是国内首创的时间同步计时系统，广泛应用于区域时间系统、舰船子母钟、建筑三大领域。

有人说，钟表是男人的标志，象征着力与美。作为女性管理者，在男性从业者居多的机械表制造行业，杨威也曾遭遇质疑。但她并未在意，而是选择深入生产一线，吃透技术与市场，用精准的决策、高效的执行带领团队做出成绩，用结果回应偏见。

钟表行业制造时间，而所有的耕耘，时间也会给出答案。近年来，面对行业竞争加剧、市场环境变化等挑战，杨威围绕高端定制品牌化理念，统筹推动企业产品结构优化、市场渠道扩展，同时强化内部效益管理与成本控制，保障企业稳健运行。她向记者透露，近两年，企业复合增长率在35%以上。

获得全国五一劳动奖章后，杨威并未将其视作个人荣誉。“这不仅是对我个人的鼓励，更是对孔雀表业全体员工、对整个钟表制造行业从业者的肯定。这份荣誉承载着社会对实业报国、匠心坚守的认可。”她说。

她尤其重视协同：“企业的每一份成绩都是集体奋斗的成果，我个人的收获远大于所谓的‘贡献’。”采访中，杨威多次强调团队的重要性。在她看来，自己的角色是把各部门力量凝聚在一起。“比如在企业经营升级的关键时期，我牵头统筹技术研发、生产制造、市场营销等各个环节，打通协同壁垒，全力推动产品与技术同步提档升级。在带领团队攻坚克难、实现突破的同时，我也收获了更开阔的管理视野、更深厚的行业认知与更成熟的经营思维。这些宝贵的经历是我职业生涯中最珍贵的财富。”她说。

始建于1957年的孔雀表业，在69年的发展中，一路力争上游，也曾遭遇危机，如今已累计斩获240余项奖项，成为中国陀飞轮手表制造（丹东）基地、中国计时码表制造（丹东）中心、辽宁省“瞪羚企业”、中国轻工业钟表行业十强企业、国家级专精特新“小巨人”企业。其发展史，是中国钟表行业的缩影，更是中国制造业的注脚，背后是无数匠心的托举。

谈及中国钟表行业的未来，杨威的语气里带着一种制造业从业者特有的沉静。“钟表不只是计时工具，更是有精度、有温度的精密艺术品，代表着中国精密制造业的顶尖水平。”她认为，当前行业正朝着高端化、智能化、品牌化方向发展，中国钟表的竞争力正在持续提升。她建议从业者“一是沉下心、锤炼技艺，坚守匠心与精度；二是勇于创新，把传统工艺与现代技术结合；三是心怀热爱与家国情怀”，希望更多新生力量投身于精密制造事业中，让中国钟表走向世界舞台。未来，孔雀表业也将依托百万只高端机械表机心智能研发制造平台蓄势聚能，精益求精打造中国“心”，托起中国钟表制造的无限发展空间。

公告栏

北京隆祥在线拍卖有限责任公司
拍卖竞价公告
受委托人委托本公司将于2026年6月5日9时在公司网站上对4台大众朗逸、1台途观L、11台大通及1台荣威汽车进行现状拍卖竞价，有意参与者
请电话联系本公司了解具体事宜。
标的预展时间：5月29日—6月4日
竞买人须于6月4日16时前至本公司交纳竞买保证金并办理竞买手续以获得竞买资格。
联系电话：010-83536516 孟先生
公司地址：北京市西城区平原里21号楼亚泰中心A906室

拍卖公告
接受委托，我司定于2026年6月5日10时，通过中拍平台以竞价方式对一批废旧物资进行公开拍卖（详见拍品目录）。展示时间：2026年6月3、4日。展示地点：标的物所在地（统一组织）。咨询登记地点：天津市大港开发区丰裕街33号 咨询电话：13820561100。特别提示：办理竞拍登记截止日期2026年6月4日16时，竞买保证金于截止日期前交到指定账户。

天津市腾达天下拍卖有限公司
2026年5月29日
拍卖公告
受委托，我公司定于2026年6月12日10时在网拍平台或现场公开拍卖：徐州新沂市紫荆大厦、晨曦人才公寓、华泰豪庭、百合嘉园、博雅苑、明珠花苑、嘉瑞家园、金桥国际、馨园居、天马小区东、万福家园、天泉小区、观澜府、茗苑、银河之星、馨园公园、汇锦花园等若干处商业房地产租赁使用权。以上房产分开拍租，具体以现场实物为准。有意竞买者须持有效证件至本公司办理报名登记手续，并缴纳一定数额的竞买保证金。即日起在标的所在地现场展示，详情备案。报名截止：2026年6月11日16时。联系人：陈经理。联系电话：18762270999。报名地址：徐州新沂市城关里东十巷十一号。

江苏省国信拍卖有限公司
拍卖公告
拍卖标的：一批艺术品（详见明细表）。拍卖时间：2026年6月8日—6月11日。展示时间：2026年6月1日—6月5日。（2026年开始同方国际拍卖微信小程序每周一至周四定期举行艺术品拍卖，展示时间为拍卖前2日）。拍卖地点：同方国际拍卖微信小程序。展示地点：天津市河东区十一经路金融大厦三层，有意参加竞买者需凭身份证注册并交纳相应竞买保证金方可参加竞买。联系方式：022-27314972。

天津市同方国际拍卖行有限公司
2026年5月29日
拍卖公告
受委托，我公司定于2026年6月5日10时--2026年6月6日10时在中拍平台（https://paimai.caa123.org.cn/）举行拍卖会，现公告如下：一、拍卖标的：机动车一批。二、标的展示时间：2026年6月3日—2026年6月4日。三、标的展示地址：河北省唐山市路南区微信定位停车场。公告日起在标的所在地进行展示。四、咨询电话：13520398839。

北京秦嘉国际拍卖有限公司
2026年5月27日
拍卖公告
受委托，我公司定于2026年6月8日9:30通过全拍网（https://www.allauc.com）对以下标的进行公开拍卖：1号标的：秦皇岛市奥体中心体育场西0号房屋5年期租赁权；2号标的：秦皇岛市奥体中心体育场W301号房屋3年期租赁权。展示时间：6月1日—2日。展示地点：标的所在地 咨询电话：13315670915、0335-5309009。注明：本次拍卖会采取网络竞价的方式。符合要求的竞买者，请于2026年6月5日12时前携带相关证件到我公司交付保证金并办理竞买手续，优先权人应在规定时间内按上述要求办理竞买手续，否则视为放弃优先权。以网银等转账形式交付保证金的，须全部款项入账后方可办理。以上标的情况以相关部门解释、相关文件记载为准。

河北臻诚拍卖有限公司
湖北晨曦汽车服务有限公司拍卖取消公告
我公司已于前期公开刊登公告，定于2026年5月27日至2026年5月28日止（延时除外），在京东网络资产竞价平台（网址：https://paimai.jd.com）对[2台（含增购指标车辆的一张）福瑞资产报废回车辆（未解抵押）]进行展示、公开竞价转让。因本次资产委托方相关资料尚未补齐，暂不满足开拍条件，为规范开展拍卖工作，保障各方合法权益，现决定取消本次竞价活动。原公告载明的报名、报价、竞拍等所有时间节点一并作废，后续重新组织拍卖，具体开拍时间，将以我公司后续正式公告为准。由此产生的不便，敬请谅解。特此公告。

湖北晨曦汽车服务有限公司
2026年5月29日
福建省莆田市万泽拍卖有限公司拍卖公告
受委托，我司定于2026年6月9日10:00在仙游县公园街168号二层217会议室拍卖：仙游县枫亭霞街北门福厦路旁的综合大楼第一层南起第一至第五次店面5年租赁权（分两个标的）。另定于6月9日15:00在中拍平台拍卖：一部轩式打印机1年租赁权。另定于6月9日16:00在中拍平台拍卖：一台客用红外线治疗仪1年租赁权。有意竞买人须在2026年6月8日24时前将竞买保证金缴入我司指定账户。保证金金额及参与竞买应当办理的手续详见拍卖公告资料。标的展示时间、地点：即日起至2026年6月8日，在标的所在地。联系电话：17759585927。

2026年5月29日
福建省沛晨拍卖有限公司拍卖公告
受委托，我司定于2026年6月18日11:00在莆田市政务服务中心二层柜台大厅拍卖：莆田市电子政务资源综合利用提质增效项目资产转让，起拍价：人民币2256713000.00，交易保证金：人民币2300000.00。竞买资格：凡遵守中华人民共和国法律、法规的境内企业和其它组织均可参加竞买（法律、法规另有规定限制的除外）。有意竞买人须在2026年6月17日17时30分前将竞买保证金缴入我司指定账户。参与竞买应当办理的手续及其他事项详见竞买须知。标的展示时间、地点：即日起至2026年6月17日，在标的所在地。联系电话：13205944673。

2026年5月29日
召集公告
徐州香道文化产业协会（统一社会信用代码：51320300509386890U），因长期不开展活动，拟召开会员大会审议徐州香道文化产业协会注销事宜。因协会会员无法取得联系，请徐州香道文化产业协会会员于本公告发布之日起20个工作日与本组织联系。如公告期届满，可参会会员数量未达到章程规定比例的，将由本组织向登记管理机关提出书面申请，经批准后采取替代性民主决策程序审议注销决议，清算方案、剩余财产处理等事宜。联系人：陈建。联系电话：13174158998。

徐州香道文化产业协会
2026年5月26日
公告
宜春励奋商务服务有限公司，统一社会信用代码：（91360926MAB1TH2058X）将于2026年7月15日上午9时在铜鼓县大沙山生态公益型林场工业园区56号召开股东大会讨论公司注销，请全体股东按时到场参加。逾期视为同意注销。特此公告。

宜春励奋商务服务有限公司
债权债务清算公告
农安县东海农业科技服务协会（统一社会信用代码：51220122586222160U）拟向登记机关办理注销登记，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。法定代表人：尹长海，电话：13166882999，住所：长春市农安县新龙华城三期。特此公告。

农安县东海农业科技服务协会
2026年5月29日
关于高清丽继承高中奎、李淑华不动产的公告
高清丽申请继承高中奎、李淑华的不动产权，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）高中奎于2017年10月6日因疾病死亡。被继承人（遗赠人）李淑华于2026年1月4日因疾病死亡。二、被继承人（遗赠人）的不动产共一户，坐落于城关街道北煤社区A3-20幢04单元02层04023号，建筑面积63.36平方米（如回迁安置选房单所示）。三、被继承人（遗赠人）的不动产权由高清丽继承（受遗赠）。四、被继承人的父母均先于他们去世，除继承人高清丽外，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，由所有继承人承担。经初步审查，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
2026年5月25日
关于车燕飞继承车守才、杨桂英不动产的公告
车燕飞申请继承车守才、杨桂英的不动产权，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）车守才于2018年9月4日因疾病死亡。被继承人（遗赠人）杨桂英于2023年4月28日因疾病死亡。二、被继承人（遗赠人）的不动产共一户，坐落于冠山街道新村社区B12幢03单元02层03022号，建筑面积52.03平方米（如回迁安置选房单所示）。三、被继承人（遗赠人）的不动产权由车燕飞继承（受遗赠）。四、被继承人的父母均先于他们去世，除继承人车燕飞外，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。经初步审查，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
2026年5月25日
关于王士香继承宋志华不动产的公告
王士香申请继承宋志华的不动产权，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）宋志华于2025年5月2日因疾病死亡。二、被继承人（遗赠人）的不动产共一户，坐落于冠山街道宏茹社区锦山雅品R15幢02单元14层02141号，建筑面积83.46平方米。不动产权电子证书号为：2025北票市不动产权第2025000753号（如回迁安置选房单所示）。三、被继承人（遗赠人）的不动产权由王士香继承（受遗赠）。四、除继承人王士香外，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。经初步审查，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
2026年5月25日
遗失声明：青和景明（天津）环保科技有限公司（统一社会信用代码：91120104MA078H45X5）遗失财务专用章一枚，声明作废。
遗失声明：双峰县大唐冶金机械有限公司遗失公章一枚，编码：4313000154039，声明作废。

登报电话：13080793002