

“十五五”开好局起好步

『劳有厚得』『弱有众扶』

辽宁沈阳持续加大民生保障力度

本报讯(记者 孟祥山)近日,在“开局起步‘十五五’奋力推动新时代辽宁全面振兴取得新突破”系列主题新闻发布会上,中共沈阳市委副书记、沈阳市人民政府市长吕志成表示,“十五五”时期,辽宁省沈阳市将持续加大民生保障力度,不断增强民生福祉。

劳有厚得,让饭碗更稳、收入更高。沈阳市将坚持就业优先,深化舒心就业工程,五年提供就业岗位不少于125万个次、城镇新增就业人数60万人以上。把增加居民收入放在更加突出的位置,实施城乡居民增收计划,到2030年,居民人均可支配收入达到6万元以上。

幼有善育,让生育更安心、托育更普惠。沈阳市将健全生育支持政策体系,落实生育补贴、育儿假等制度,持续减轻家庭生育、养育、教育负担。把普惠托育作为重点,积极打造“安心托育”服务品牌,婴幼儿普惠托位占比达到50%以上。

老有颐养,让养老更有品质、晚年更幸福。沈阳市将深入实施品质养老工程,构建居家社区机构相协调、医养康养相结合的养老服务体系,到2030年,养老机构护理型床位占比达到73%,星级养老机构达到85%。大力发展银发经济,培育康养产业,促进养老服务与健康、养生、旅游等融合发展。

学有优教,让教育更优质、资源更均衡。沈阳市将持续打造幸福教育品牌,推进基础教育扩优提质,新建、改扩建中小学21所,义务教育优质资源覆盖率保持100%,普通高中省级优质学位占比提升至80%以上。

病有良医,让看病更方便、就医更舒心。沈阳市深化健康沈阳建设,强化公共卫生服务能力,加快建设东北区域医疗中心城市。推动优质医疗资源扩容提质、下沉服务,居民15分钟可达最近的医疗服务点,基层医疗卫生服务更加便利可及。到2030年,人均预期寿命达到82.31岁。

住有宜居,让住房有保障、居住更舒适。沈阳市将把城市更新作为重要民生工程,持续推进老旧小区改造,完善城市绿化、交通、文体便民配套,提升城市精细化、智慧化管理水平。实施老旧小区宜居改造,增强服务功能,提升物业服务,2030年实现改造后小区管理率100%。健全住房保障体系,加快构建房地产发展新模式,建设更多安全舒适绿色智慧的“好房子”。

弱有众扶,让底线更牢固、帮扶有温度。沈阳市将完善低保、特困供养、临时救助等政策,做到应保尽保、应救尽救。加大对困境儿童、残疾人、孤寡老人等特殊群体关爱力度,让困难群众切实感受到党和政府的温暖。

“总之,我们将坚持以人民为中心,把更多资金资源投入民生领域,解决好群众急难愁盼的身边事、贴心事、具体事,努力把工作做到群众心坎上,让全市人民共享振兴发展成果。”吕志成说。

对话地方 发展新篇

山东淄博:织密消费维权网络 擦亮城市诚信名片

本报记者 李希平 李晶媛

消费安全关乎民生福祉,放心消费彰显城市温度。近日,在山东淄博万象汇商圈和八大局便民市场,一个个标准化的消费维权服务站格外醒目。这里实现了“一店一码”全覆盖,投诉通道畅通无阻,现场调解服务随叫随到。从网红商圈到便民市集,从线下驻点调解到线上联动处置,淄博市不断创新消费维权模式,通过建阵地、优机制、强服务、树品牌,以全方位、全链条、全要素的维权服务守护群众消费安全,让“放心消费”成为这座城市最亮眼的名片。

作为淄博的核心商业地标,淄博万象汇汇聚了海量客流,是当地消费维权工作的前沿阵地。据了解,该购物中心日均客流量达3至4万人,节假日峰值可达8至10万人。庞大的人流对消费服务与权益保障提出了更高要求。2021年,在市区市场监管局与消保委的指导下,万象汇正式设立了消费维权服务站,政企携手构建一站式维权体系。场内200余家商铺全面推行7天无理由退换货,除餐饮、黄金等品类外,基本实现了全覆盖。

“我们推行‘一店一码’服务,这已经是迭代后的第三代版本。”万象汇客户关系部经理潘河介绍,顾客扫码即可查看商户信息、店长联系方式及投诉渠道。商场还搭建了多层次的处置流程:消费纠纷优先在店铺内部化解;协商无果的,可前往商场会员中心或维权服务台现场处理;遇到复杂问题,则通过政企联动工作群,对接市场监管、消保委快速处置,严格落实当日受理、当日办结、24小时响应的机制。同时,商场开通了多元投诉渠道,并设置了VIP调解室,以安抚消费者情绪,避免矛盾升级。据统计,商场全年各类投诉总计约五六百件,纠纷化解率接近100%,高效的维权服务赢得了广大消费者的认可。

商圈维权彰显了诚信之风,而八大局便民市场则以暖心服务守护游客的消费体验。这条600米的市集汇聚了437家商户,业态丰富,节假日单日客流量超过20万人次。针对客流高峰,当地设立了消费维权服务站,并组建了由监管人员、网格员、商户及大学生志愿者构成的服务队。千余名返乡学子主动值守,成为市场里一抹温情的亮色。

八大局便民市场在出入口设置了公平秤,严守计量公平。结合景区特点,当地推出了一小时快调机制,要求工作人员15分钟内到场,力争一小时化解纠纷,实现投诉就地处置。要求

商户统一公示投诉热线与“一店一码”,并按业态建立微信群进行管理,使监管巡查与节前提醒常态化。今年“五一”期间,市场客流超过90万人次,仅受理投诉110余件,维权成效显著。

针对市场中的特色业态,监管部门联合市场、消保委开展了精细化的管理服务。对于炒锅饼、紫米饼、淄博小饼等网红特产,市场监管人员统一规范了定价,杜绝了恶性低价竞争和偷工减料等问题,既保障了商户的合理利润,也维护了商品品质。消保委定期信息公示,发布典型案例,引导商户增强消费第一责任人意识。同时,市场推行了商户积分考评制度,每季度进行评比,投诉量和服务质量直接影响积分排名,通过奖惩机制倒逼商户诚信经营。

“群众有诉求,我们就要俯身服务。”山东省优秀消费维权调解工作室阳光工作室的负责人杨光说。这间以“阳光”为名的调解工作室,寓意着为消费者带来阳光般舒心的消费体验。近年来,凭借贴心、高效的调解服务,阳光工作室成为淄博基层消费纠纷化解的标杆品牌。阳光工作室扎根一线,坚持换位思考和柔性调解,将大量矛盾化解在现场,化解在萌芽阶段。

“群众有诉求,我们就要俯身服务。”山东省优秀消费维权调解工作室阳光工作室的负责人杨光说。这间以“阳光”为名的调解工作室,寓意着为消费者带来阳光般舒心的消费体验。近年来,凭借贴心、高效的调解服务,阳光工作室成为淄博基层消费纠纷化解的标杆品牌。阳光工作室扎根一线,坚持换位思考和柔性调解,将大量矛盾化解在现场,化解在萌芽阶段。

“群众有诉求,我们就要俯身服务。”山东省优秀消费维权调解工作室阳光工作室的负责人杨光说。这间以“阳光”为名的调解工作室,寓意着为消费者带来阳光般舒心的消费体验。近年来,凭借贴心、高效的调解服务,阳光工作室成为淄博基层消费纠纷化解的标杆品牌。阳光工作室扎根一线,坚持换位思考和柔性调解,将大量矛盾化解在现场,化解在萌芽阶段。

呈现从“知道”到“做到”的进化,喝奶达标率持续提升,规律喝奶习惯正从少数人的选择变成多数人的日常。整体来看,报告揭示了银龄人群、情绪悦己、小镇家庭的乳制品消费趋势。

银龄人群将喝奶视为长期、稳定的健康管理手段,超七成首选纯牛奶,用“睡前一杯奶”重塑健康仪式感。然而,银龄人群购奶决策近半数依赖亲友推荐,专业科普渠道影响力亟待提升。中国乳制品工业协会原理事长宋

昆冈强调,坚持每日饮奶对老年人维持肌肉量与骨骼健康至关重要,并呼吁全社会树立全生命周期奶理念,天天一杯奶,健康一生。

另一方面,随着“情绪悦己”消费的崛起,乳制品也从单纯的功能补给,向“健康+情绪”双引擎驱动延伸。超八成公众常态化购买奶茶与含乳咖啡,近六成消费者从中获得治愈感与解压感,乳制品正以更轻松、更社交、更情绪化的方式渗透进大众生活。

昆冈强调,坚持每日饮奶对老年人维持肌肉量与骨骼健康至关重要,并呼吁全社会树立全生命周期奶理念,天天一杯奶,健康一生。

昆冈强调,坚持每日饮奶对老年人维持肌肉量与骨骼健康至关重要,并呼吁全社会树立全生命周期奶理念,天天一杯奶,健康一生。

昆冈强调,坚持每日饮奶对老年人维持肌肉量与骨骼健康至关重要,并呼吁全社会树立全生命周期奶理念,天天一杯奶,健康一生。

昆冈强调,坚持每日饮奶对老年人维持肌肉量与骨骼健康至关重要,并呼吁全社会树立全生命周期奶理念,天天一杯奶,健康一生。

昆冈强调,坚持每日饮奶对老年人维持肌肉量与骨骼健康至关重要,并呼吁全社会树立全生命周期奶理念,天天一杯奶,健康一生。

昆冈强调,坚持每日饮奶对老年人维持肌肉量与骨骼健康至关重要,并呼吁全社会树立全生命周期奶理念,天天一杯奶,健康一生。

昆冈强调,坚持每日饮奶对老年人维持肌肉量与骨骼健康至关重要,并呼吁全社会树立全生命周期奶理念,天天一杯奶,健康一生。

昆冈强调,坚持每日饮奶对老年人维持肌肉量与骨骼健康至关重要,并呼吁全社会树立全生命周期奶理念,天天一杯奶,健康一生。

昆冈强调,坚持每日饮奶对老年人维持肌肉量与骨骼健康至关重要,并呼吁全社会树立全生命周期奶理念,天天一杯奶,健康一生。

2026中国奶商指数发布得分为66.9分

乳制品从功能补给向“健康+情绪”驱动延伸

近日,《2026中国奶商指数报告》(以下简称“报告”)发布。报告显示,2026年中国奶商指数得分为66.9分,公众喝奶行为指标显著回升,国民饮奶正从“认知驱动”迈向“行动落地”新阶段。

今年中国奶商指数调查范围覆盖全国59个城市,并首次将范围拓展至下沉城市及县域地区,共回收有效样本3203个。

数据显示,2026年中国奶商指数

数据显示,2026年中国奶商指数

数据显示,2026年中国奶商指数

数据显示,2026年中国奶商指数

数据显示,2026年中国奶商指数

数据显示,2026年中国奶商指数

数据显示,2026年中国奶商指数

数据显示,2026年中国奶商指数

数据显示,2026年中国奶商指数

数据显示,2026年中国奶商指数

数据显示,2026年中国奶商指数

聚焦地方

山西省全方位普及安全生产知识

全监管重点,山西省应急管理厅、省能源局、国家矿山安全监察局山西局工作人员在活动现场解读安全生产法律法规、矿山重大事故隐患判定标准,指导煤炭企业开展常态化隐患排查、闭环整改,解答企业在安全管理、预案编制、现场管控等方面的疑难问题。消防救援人员结合典型火灾事故案例,普及家庭防火、电动自行车规范停放充电、初期火情处置、火场逃生自救等实用知识。燃气、市场监管部门通过合格产品与劣质产品实物对比,直观讲解燃气器具、特种设备隐患识

别方法与安全操作规范。公安交管、住建、自然资源、水利等部门立足行业职责,围绕道路交通安全、自建房隐患排查、地质灾害防范、防汛避险等内容开展科普宣讲,面对面答疑解惑,手把手传授隐患排查技巧,让安全知识入脑入心。

应急装备展示区集中展示了多种高精尖应急救援装备,直观呈现全省应急救援现代化、智能化建设成果。消防救援队伍、专业应急科技企业依次展出巡检救援无人机、消防灭火机器人、雷达生命探测仪、液压破拆工具组、水域救援装

备、智能灭火装置等专业设备。技术人员现场演示装备操作流程,讲解适用场景与性能优势,结合矿山、建筑、城市消防等实战场景介绍装备应用要点,让现场观众近距离感受科技赋能应急救援的强大力量,进一步加深公众对现代化应急保障体系的认知。

互动体验区主打沉浸式、趣味化宣教,打破传统宣讲壁垒,让安全知识学习“活起来”。现场设置交通安全及建筑安全知识有奖竞赛、灭火器实操演练、心肺复苏模拟教学、模拟火场逃生等实操项目,同步推出“非遗+安全”特色手工宣教活动,将安全常识融入趣味游戏与手工创作之中。

(高捷)

单丝不成线,独木不成林。为打破“各自为战”的培训壁垒,齐齐哈尔市着力构建“1+16+N”三级协同联动体系,即市级1期示范培训、16个县(市)区专题培训、市直相关部门若干期专题讲座,形成横向到边、纵向到底的培训网络。在纵向联动上,县(市)区紧扣区域产业禀赋,自主举办专题培训4期,覆盖1636人,让AI学习扎根基层实践;在横向协同上,市直相关部门聚焦智慧警务、AI参政议政、智慧农业等专业领域,精准开设讲座69期,培训5240人,让AI应用深嵌业务链条。市级示范引领靶向发力,县(市)区因地制宜抓落地、部门精准切入强专业,三级联动层层递进,推动AI学习从“短期集训”深化为“全年赋能”,形成“1+1+1>3”的强大合力。

从零食企业单一品类的增长红利见顶,低价竞争进入微利乃至无利区间,即亟须寻找新的发展路径——“向外拓界”与“向内深耕”成为当下破局的核心方向。

“向外拓界”,是从“卖商品”到“占场景”的流量逻辑重构。零食品牌集体布局社区生鲜,绝非“不务正业”的跨界尝试,而是直面增长瓶颈的必然选择。

传统包装零食属于低频可选消费品类,天然受季节、节点影响,客流与盈利波动较大;反观生鲜、短保食品及日用品,是社区高频刚需品类,自带稳定客流属性。“生鲜引流、零食变现”模式的核心逻辑是依托高频刚需带动低频消费,以社区场景替代商圈流量,依靠全品类经营分摊单店成本。这不仅品类的简单叠加,更是针对“零食店”定位的彻底升级——从单一的休闲食品售卖点,转型为社区生活服务入口。

如果说零食企业跨界布局是寻找增量的“加法”,那么“向内深耕”——深耕上游技术、打磨供应链就是提升企业综合竞争力的“乘法”。过去谈及夏季,零食行业多以“淡季”视之,被动等待旺季到来。如今,企业通过原料直采、工艺迭代、物流协同,主动打造适配夏季的产品矩阵,将传统的淡季转化为新的增长窗口。这背后是行业竞争重心从前端渠道内卷,向后端产业链能力延伸的深刻转变。从以充氮锁鲜技术改造传统鱼制品,到通过魔芋改性工艺升级口感,再到通过产地直采缩短原料链路,技术与供应链正成为零食企业最核心的护城河。

“向外拓界”与“向内深耕”并非两条孤立的路径,而是产业变革的一体两面,正形成双向赋能的正向循环。下游社区综合店对鲜食、短保、生鲜的旺盛需求,倒逼上游供应链打破全国统仓、长周期周转的旧模式,向区域化、高周转、冷链化的新体系转型;而上游锁鲜工艺、产地直采、冷链物流能力的成熟,又为下游业态创新提供了坚实的支撑。零食行业的转型,早已不是单环节的局部调整,而是从原料端到消费端的全链条重塑。

从“渠道为王”到“生产为王”,从“靠天吃饭”到“主动创造”,从零食单品类到社区生态,零食行业的这场变革,正是国内消费升级的一个缩影。“向外拓界”打开增长天花板,“向内深耕”筑牢竞争护城河,二者相辅相成,推动行业真正迈向高质量发展。(证券日报)

声音

零食行业变革需做好『加法』和『乘法』

当零食企业单一品类的增长红利见顶,低价竞争进入微利乃至无利区间,即亟须寻找新的发展路径——“向外拓界”与“向内深耕”成为当下破局的核心方向。

“向外拓界”,是从“卖商品”到“占场景”的流量逻辑重构。零食品牌集体布局社区生鲜,绝非“不务正业”的跨界尝试,而是直面增长瓶颈的必然选择。

传统包装零食属于低频可选消费品类,天然受季节、节点影响,客流与盈利波动较大;反观生鲜、短保食品及日用品,是社区高频刚需品类,自带稳定客流属性。“生鲜引流、零食变现”模式的核心逻辑是依托高频刚需带动低频消费,以社区场景替代商圈流量,依靠全品类经营分摊单店成本。这不仅品类的简单叠加,更是针对“零食店”定位的彻底升级——从单一的休闲食品售卖点,转型为社区生活服务入口。

如果说零食企业跨界布局是寻找增量的“加法”,那么“向内深耕”——深耕上游技术、打磨供应链就是提升企业综合竞争力的“乘法”。过去谈及夏季,零食行业多以“淡季”视之,被动等待旺季到来。如今,企业通过原料直采、工艺迭代、物流协同,主动打造适配夏季的产品矩阵,将传统的淡季转化为新的增长窗口。这背后是行业竞争重心从前端渠道内卷,向后端产业链能力延伸的深刻转变。从以充氮锁鲜技术改造传统鱼制品,到通过魔芋改性工艺升级口感,再到通过产地直采缩短原料链路,技术与供应链正成为零食企业最核心的护城河。

“向外拓界”与“向内深耕”并非两条孤立的路径,而是产业变革的一体两面,正形成双向赋能的正向循环。下游社区综合店对鲜食、短保、生鲜的旺盛需求,倒逼上游供应链打破全国统仓、长周期周转的旧模式,向区域化、高周转、冷链化的新体系转型;而上游锁鲜工艺、产地直采、冷链物流能力的成熟,又为下游业态创新提供了坚实的支撑。零食行业的转型,早已不是单环节的局部调整,而是从原料端到消费端的全链条重塑。

从“渠道为王”到“生产为王”,从“靠天吃饭”到“主动创造”,从零食单品类到社区生态,零食行业的这场变革,正是国内消费升级的一个缩影。“向外拓界”打开增长天花板,“向内深耕”筑牢竞争护城河,二者相辅相成,推动行业真正迈向高质量发展。(证券日报)

从零食企业单一品类的增长红利见顶,低价竞争进入微利乃至无利区间,即亟须寻找新的发展路径——“向外拓界”与“向内深耕”成为当下破局的核心方向。

“向外拓界”,是从“卖商品”到“占场景”的流量逻辑重构。零食品牌集体布局社区生鲜,绝非“不务正业”的跨界尝试,而是直面增长瓶颈的必然选择。

传统包装零食属于低频可选消费品类,天然受季节、节点影响,客流与盈利波动较大;反观生鲜、短保食品及日用品,是社区高频刚需品类,自带稳定客流属性。“生鲜引流、零食变现”模式的核心逻辑是依托高频刚需带动低频消费,以社区场景替代商圈流量,依靠全品类经营分摊单店成本。这不仅品类的简单叠加,更是针对“零食店”定位的彻底升级——从单一的休闲食品售卖点,转型为社区生活服务入口。

如果说零食企业跨界布局是寻找增量的“加法”,那么“向内深耕”——深耕上游技术、打磨供应链就是提升企业综合竞争力的“乘法”。过去谈及夏季,零食行业多以“淡季”视之,被动等待旺季到来。如今,企业通过原料直采、工艺迭代、物流协同,主动打造适配夏季的产品矩阵,将传统的淡季转化为新的增长窗口。这背后是行业竞争重心从前端渠道内卷,向后端产业链能力延伸的深刻转变。从以充氮锁鲜技术改造传统鱼制品,到通过魔芋改性工艺升级口感,再到通过产地直采缩短原料链路,技术与供应链正成为零食企业最核心的护城河。

“向外拓界”与“向内深耕”并非两条孤立的路径,而是产业变革的一体两面,正形成双向赋能的正向循环。下游社区综合店对鲜食、短保、生鲜的旺盛需求,倒逼上游供应链打破全国统仓、长周期周转的旧模式,向区域化、高周转、冷链化的新体系转型;而上游锁鲜工艺、产地直采、冷链物流能力的成熟,又为下游业态创新提供了坚实的支撑。零食行业的转型,早已不是单环节的局部调整,而是从原料端到消费端的全链条重塑。

从“渠道为王”到“生产为王”,从“靠天吃饭”到“主动创造”,从零食单品类到社区生态,零食行业的这场变革,正是国内消费升级的一个缩影。“向外拓界”打开增长天花板,“向内深耕”筑牢竞争护城河,二者相辅相成,推动行业真正迈向高质量发展。(证券日报)

从零食企业单一品类的增长红利见顶,低价竞争进入微利乃至无利区间,即亟须寻找新的发展路径——“向外拓界”与“向内深耕”成为当下破局的核心方向。

“向外拓界”,是从“卖商品”到“占场景”的流量逻辑重构。零食品牌集体布局社区生鲜,绝非“不务正业”的跨界尝试,而是直面增长瓶颈的必然选择。

公告栏

关于王桂香继承徐万林不动产的公告
王桂香申请继承徐万林的不动产,向北京市不动产登记中心申请办理不动产登记,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)徐万林于2025年6月5日因病病故。二、被继承人(遗赠人)的不动产共一处,坐落于和平街20幢04单元06层04061号,建筑面积71.90平方米。房屋所有权证号:北京市房权证北票字第1116493号(如回迁安置选房单所单)。三、被继承人(遗赠人)的不动产由王桂香继承(受遗赠)。四、除继承人王桂香外,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,出现任何法律争议,由所有继承人承担。经初步审查,我机构依法上述申请予以登记,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天内将异议材料送达我机构。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:50518252。

北京市不动产登记中心
2026年6月25日
公示

南昌市公安局西湖分局
南昌市公安局西湖分局民警王桂香被诈骗案(电信诈骗)资金返还内容;南昌市公安局西湖分局依法立案侦查。发现一涉案账号,按比例算得应返还受害人资金如下:户名:韦永发,账号:621700124003028185;韦永发还款24683元。户名:何孝权,账号:6231150105703087;应还款金额40391元。户名:黄建伟,账号:621332750000005753;应还款金额150000元。户名:邹卫刚,账号:6214832779968627;应还款金额99999元。户名:梅海霞,账号:623452071100131842;应还款金额68179元。详情咨询0791-86787110。

南昌市公安局西湖分局
芜湖市鸠江区劳动人事争议仲裁院公告

安瑞特之行信息科技有限公司:本院受理申请人吴国杰与你公司工伤待遇纠纷案(皖芜劳人仲案[2026]86号),于2026年3月5日下午16:00开庭审理。因你单位注册地无人且拒不到本院领取仲裁裁决书,现依法向你单位公告送达仲裁裁决书,自本公告发布之日起30日内向本院(安徽省芜湖市鸠江区大工山东路56号鸠江区劳动仲裁院)领取,逾期不领取即视为送达。联系电话:0553-5968156。

芜湖市鸠江区劳动人事争议仲裁院
2026年6月29日

福州先行机柜制造有限公司:本案受理申请人郑之全与被申请人福州先行机柜制造有限公司关于经济补偿金纠纷一案(闽劳人仲案字[2026]第826号),因其其他方式无法向你送达仲裁文书,现依法向你公告送达仲裁申请书副本,参加仲裁通知书及开庭通知书。限你自公告发出之日起三十日内来本委领取上述仲裁文书,逾期视为送达。提交答辩书和举证的时间为公告期后的十个工作日内。本案定于2026年8月20日在本委开庭审理,逾期将依法缺席裁决。本案地址:福建省福州市鼓楼区古田路128号劳动大厦5楼,联系电话:0591-83357166。

福州市劳动人事争议仲裁委员会
注销公告

都龙瑶族自治县岳溪镇小精灵幼儿园(统一社会信用代码:52451228MJN80509X)经研究决议,拟向民办非企业单位登记机关申请注销登记,现已成立资产清算小组。请各相关债权人、债务人自本公告见报之日起45日内向本清算组申报债权债务,逾期视为放弃,特此公告。

注销公告

海口市嘉丰老年养老服务中心,统一社会信用代码:524520581MJY29613XL,经研究决议,拟向民办非企业单位登记机关申请注销登记,现已成立资产清算小组。请各相关债权人、债务人自本公告见报之日起45日内向本清算组申报债权债务,逾期视为放弃,联系人:姜伟,联系电话:15584609899,特此公告。

注销公告

海口市勾蓝幼儿园学校有限公司,教民122058160000839号,地址:海口市蓝天路第11幢(1-3)号房(11#附楼101房),校长:李俊,联系电话:9133051011286-QDQ44)成立公章、合同专用章各一枚,声明作废。

注销公告

湖州越越越试文化传播有限公司(统一社会信用代码:91330501MA7D86-2QJQ44)成立公章、合同专用章各一枚,声明作废。

注销公告

深圳龙岗区森歌保健康器材店(个体工商户),统一社会信用代码:92440300MA5H0PNR7U,成立公章一枚,声明作废。

注销公告

陆川县普诚企业管理咨询有限公司,统一社会信用代码:4509221006341,声明作废。

注销公告

天津市北辰区特易易响台球俱乐部(统一社会信用代码:91120100MA7G-28804),成立公章一枚,声明作废。

注销公告

天津市亿通达轮胎销售有限公司(统一社会信用代码:9112010MACC8EHOX1)成立公章、财务专用章、法人章(鲍庆发)各一枚,声明作废。

注销公告

永兴县便江街道永康路社区工会联合会(统一社会信用代码:9112010MA7G-28804)成立公章、财务专用章、法人章(刘志刚)各一枚,声明作废。

注销公告

山西德泰科技有限公司(统一社会信用代码:91140820MACCEGCB95C)成立公章、印章编号:1408023104368,声明作废。

举报电话:13080793002

图片新闻

浙江安吉余村导视牌焕新

与国内多数景区导视仅标注景点名称不同,浙江安吉余村跳出传统思路,以场景化思维打造全域导览。记者日前在余村走访发现,导视牌配有全域游览环线图、余村后巷细分业态图,下方点位清单清晰标注各节点对应的研学、文创、生态、共享空间等特色体验场景,同步标注步行距离,方便游客规划主题游览路线。

当数字技术多落地大城市,县城乡村落地场景有限。余村以低成本线下导视,前置展现文旅体验场景,精准贴合游客需求,为县城乡村精细化文旅服务打造了可复制的样板。

(忽艳)



余村景区导视牌