消费舆情热点2026年8月、9月报

热点事件之一

多地市场监管部门开展量贩零食计量专项整治

【事件概况】

近期，包头、运城、盐城等地市场监管部门纷纷开展零食量贩计量专项整治，对消费者反映的“缺斤短两”等违法行为重拳亮剑，涉及零食很忙、赵一鸣、好想来等企业。市场监管部门重点核查电子计价秤强制检定与铅封完整性，排查计量作弊情况，对违规门店责令整改、立案处罚，约谈品牌区域负责人，要求企业开展全门店自查、签订对外公示诚信计量承诺书。涉事两大品牌先后对外回应，表示对计量违规零容忍，将加强加盟店管控。舆论同时延伸关注加盟店管理、临期食品混放、散装食品标签不规范等行业共性隐患。

该事件引发大量媒体报道和网友热议，截至9月18日，全网信息总量约4.6万条，微博相关话题累计阅读量2.6亿，登上多个平台热搜榜单，以抖音、小红书、微博为主要发酵阵地，新闻媒体大量转载监管通报。媒体报道和网友评论主要围绕“量贩零食、缺斤短两、鬼秤、加盟店管控、强制检定”等关键词展开。

【媒体视角】

视角一：中国经济网等媒体聚焦各地监管执法现场，客观呈现多地区专项整治行动，列举各地检查门店、秤具数量，曝光部分门店秤具未检定等显性问题。

视角二：有媒体深挖行业问题根源，剖析加盟模式中的矛盾后指出，行业高速扩张，一些品牌总部靠加盟费与供货获利，将经营压力转嫁加盟商；在利润挤压之下，个别加盟商在秤具上动歪脑筋。媒体同时指出“突击检查合格不等于日常合规”，点出监管难点。

视角三：澎湃新闻侧重企业主体责任，报道市场监管部门约谈品牌负责人、签署诚信计量承诺书事件，并提出警示。品牌不能只做“甩手掌柜”，门店出问题总部同样负有管理责任，企业应把自查自纠落到实处，不能仅靠一纸承诺书应付监管。

【网民观点】

@奶茶不加冰吖：我经常去买零食，从来没想过要复称。几块钱的东西，大部分人吃亏后就算了，维权取证太难了，希望加强监管，不要只靠消费者自己发现问题。

@晚风叙旧：全是加盟店，总部疯狂开店收加盟费，管理根本跟不上。出事就说是个别店员操作失误，怎么误差永远只多不少？不能把锅全部甩给店员。

@老周爱生活：建议门店把复称秤摆在显眼位置，买完可以当场复称。另外临期食品也要明确标识，不要混在正常商品里面卖。

【事件延伸】

凭借平价优势，赵一鸣、好想来等量贩零食迅速铺开万家门店，成为大众日常消费的重要场景。然而多地曝出的缺斤短两乱象，给高速扩张的行业敲响警钟，“低价实惠”的口碑正在被个别门店的违规行为消耗。

本次暴露的问题，不只是个别商户诚信缺失，更折射出加盟模式下权责失衡的行业痛点。品牌总部快速跑马圈地，大量门店交由加盟商运营，总部收取加盟费并获得供货收益，却对终端门店秤具、日常经营的管控力度不足。部分加盟商为牟利，在计量器具上动起歪心思，而普通消费者缺少随身称重工具，离开门店后取证困难，很多侵权行为就此被掩盖。电子计价秤属于国家强制检定器具，私自改装、缺斤短两本身就是违法行为，绝非简单的“操作失误”可以搪塞。

监管部门开展专项检查、约谈品牌方、签订诚信承诺书，是及时纠偏的关键，但一纸承诺书不能替代常态化管理。一方面，市场监管部门应把突击检查变为常态化暗访抽查，加大对作弊秤具查处力度，提高商家违法成本，同时做好普法，引导消费者主动维权。另一方面，品牌总部不能只享受规模扩张红利，必须压实主体责任，完善加盟准入与考核机制，把计量合规纳入门店考核，开展定期巡检，不能做甩手掌柜。

量贩零食行业的立身之本，是供应链带来的性价比，而不是靠计量猫腻赚取不义之财。行业想要行稳致远，不能一味追求门店数量，更要守住计量公平、食品安全的底线，让消费者真正买得放心。

（坤 源）

热点事件之二

奶茶品牌“一点点”回应“上门威胁员工”事件

【事件概况】

9月16日，“一点点威胁员工”话题登上微博热搜榜第一。一位自称一点点前员工的网友发帖称，其在职期间发现门店红茶原料内混有石子、塑料绳等异物，向管理层反馈后门店仅要求挑出异物继续使用。并且该网友因门店与其未签订劳动合同、未给他缴纳社保，提起劳动仲裁维权。后续品牌工作人员前往其老家，找到他年迈的爷爷奶奶上门沟通，当事人认为该行为属于上门施压、威胁，事件迅速发酵登上微博热搜。

一点点品牌回应称，上门是因无法联系到当事人，经村干部知情后上门协调调解，携带礼品拜访老人，不存在威胁、恐吓行为；原料异物属于农产品采摘正常混入，门店食品安全已接受监管部门核查。后续劳动争议达成调解，涉事门店向该网友赔付15900元。舆论同时回溯一点点过往多次食品安全、门店管理负面事件，质疑品牌总部对加盟店管控缺位。

该事件在网上引发热议，截至9月18日，全网信息总量约5.1万条，微博话题#一点点威胁员工#累计阅读量3.2亿，短时冲上微博热搜榜TOP3；抖音、小红书等平台短视频大量转载爆料内容，评论区讨论热烈。媒体报道和网友评论主要围绕“一点点、员工、威胁、食材、劳动仲裁”等关键词展开。

【媒体视角】

视角一：新京报等媒体聚焦事件完整经过，采访当事人与品牌双方，梳理员工举报食安隐患、劳动纠纷、上门拜访老人的完整时间线，重点讨论企业用工边界，指出即便出于调解目的，直接找到举报员工老家年迈亲属，极易造成心理压迫，触碰用工维权的伦理红线。

视角二：川观新闻等媒体从劳动调解结果切入，披露15900元调解赔偿详情，结合市场监管部门对原料异物的核查结论，区分劳动纠纷与食品安全两个独立问题，客观呈现双方各自主张，不单方面站队。

视角三：有媒体深挖新茶饮加盟模式的底层矛盾，回顾一点点今年6月曝光篡改食材效期、三无茶叶等历史负面问题，提出品牌总部在扩张过程中，缺乏对门店用工、食品安全的管控，反复出现同类问题。

【网民观点】

@楠楠：员工举报食品安全问题，不去整改门店，反而跑到员工老家找其爷爷奶奶施压，这种操作真的让人难以理解。

@咖啡不加糖_77：不是第一次翻车了，之前就曝出改效期标签、过期原料继续用，每次出事都说只是个别门店，总部的管控到底在哪里？

@澄星晚风：劳动仲裁赔钱了事，但是食品安全的隐患还在。希望监管部门好好查查门店原料，不能只解决劳资纠纷。

【事件延伸】

此次一点点被曝上门接触举报员工家属一事，绝非孤立的劳资矛盾，而是品牌长期管理失序累积后的集中爆发。翻看历史舆情，今年6月该品牌就被媒体曝光门店篡改食材效期标签、使用三无茶叶，操作台卫生脏乱，品牌当时匆匆致歉，承诺全国门店排查。如今举报食安的员工遭遇老家亲属被上门沟通，暴露出品牌并未吸取教训，对一线门店的约束依旧流于表面。

作为新茶饮品牌，一点点依靠加盟模式快速铺店、抢占市场，但在规模扩张的同时，用工规范、食品安全监督体系却严重滞后。面对员工提出的原料异物问题，门店不是第一时间整改溯源，而是试图通过接触其家人的方式进行调解施压。这种将劳动纠纷延伸至员工家属的做法，已经突破企业处理纠纷的基本伦理底线，本质是打击内部吹哨人，压制员工监督。员工本是食品安全第一道防线，如果举报者反被施压，最终受害的还是广大消费者。

新茶饮行业的监管，不能停留在出事之后的调解赔付、一纸道歉。监管部门要强化对连锁茶饮品牌总部的连带责任，不能简单把责任全部推给“个别加盟店”。品牌总部必须压实主体责任，建立内部举报保护机制，严禁将纠纷牵扯到员工亲属；常态化开展门店原料、用工合规巡检，对反复违规门店加大处罚力度。

茶饮生意卖的不只是口味，更是信任。一次次食安乱象、一次次争议事件，正在透支多年积累的口碑。若品牌继续重扩张、轻管理，漠视员工权益与食品安全，最终只会被消费者用脚投票。

（坤 源）

热点事件之三

蓝芩喉糖宣传语引争议

【事件概况】

9月12日，扬子江药业官宣王一博担任蓝芩喉糖代言人，该事件迅速引发网络热议。然而网友核查产品包装与配料表后发现，蓝芩喉糖属于普通硬质糖果，配料不含黄芩、板蓝根等蓝芩口服液核心药材，但包装标注“蓝芩开创者”宣传语。大量消费者误以为该产品是OTC蓝芩口服液的糖果版本，具备润喉消炎类药效，质疑品牌涉嫌误导、虚假宣传。同时有网友提出，产品添加胖大海、金银花等草本原料，是否存在普通食品违规添加药材问题。

9月14日，品牌发布官方声明称：蓝芩为注册商标，并非指代原料；产品所用草本原料均列入国家卫健委药食同源目录，符合国家食品相关法规要求；网传处罚记录为虚假信息，已报警处理，并区分普通食品喉糖与药品蓝芩口服液两个品类。有律师指出，若无对应原料却使用相关品牌宣传，存在引人误解的宣传风险，争议持续发酵。

该事件引发大量媒体报道及网友关注，截至9月18日，全网信息总量超5万条；微博话题#蓝芩喉糖被质疑虚假宣传#累计阅读量2.7亿，登上热搜榜TOP5；抖音、小红书大量科普博主拆解包装、对比蓝芩口服液，讨论量较高。媒体报道和网友评论主要围绕“蓝芩喉糖、虚假宣传、王一博代言、食品”等关键词展开。

【媒体视角】

视角一：中国经济网等媒体聚焦品牌官方声明内容，梳理双方争议焦点，核验药食同源原料法规，客观呈现品牌方观点，同时指出网络上出现捏造处罚记录等不实次生谣言，提醒公众理性辨别信息。

视角二：有媒体从法律视角解读争议，采访执业律师。律师提出，产品配料不含蓝芩相关药材，但外包装使用“蓝芩开创者”宣传，属于《中华人民共和国广告法》中引人误解的虚假宣传认定情形，商标合法不等于宣传用语不会误导消费者。

视角三：南都视频等媒体深挖消费混淆根源，对比蓝芩口服液（OTC药品）与蓝芩喉糖（普通食品），分析药企利用原有药品IP跨界食品赛道带来的认知混淆问题，提及扬子江药业过往反垄断被处罚历史，提醒消费者警惕药企跨界食品营销套路。

【网民观点】

@小果子爱科普：蓝芩口服液是药，现在这个喉糖只是糖果。靠着药品的名气卖糖，包装名字故意混淆，普通人很容易买错，这就是利用品牌记忆误导消费者。

@药师阿凯：胖大海和金银花属于药食同源原料，添加本身没问题。问题在于名字和宣传话术，消费者看到蓝芩就默认有药效，普通食品不能暗示治疗作用。

@snoke：商标是商标，广告宣传是广告。就算商标注册成功，广告语如果造成消费者对成分、功效产生错误联想，就触碰广告法红线。

@可乐不加冰呀：明星代言食品更要谨慎，品牌靠顶流快速放大流量，但是产品宣传的合规性没跟上，最后买单的还是消费者。

【事件延伸】

此次蓝芩喉糖的舆情，本质是药企将成熟药品IP跨界用于普通食品，依靠商标与宣传话术制造认知混淆，是食品营销领域典型的擦边套路。扬子江药业旗下蓝芩口服液作为经典咽喉类OTC药品，多年积累深厚市场认知，而蓝芩喉糖仅仅是普通硬质糖果，不含蓝芩口服液核心药材，却沿用“蓝芩”名称搭配“蓝芩开创者”宣传语，利用大众对蓝芩药品的固有印象引流，极易误导消费者将糖果等同于具有缓解咽喉不适作用的药品。

品牌辩称“蓝芩”只是注册商标，原料全部符合药食同源目录，产品抽检合格。但商标合法不等于宣传合规，广告合规评判标准不仅看字面，更要看对普通消费者产生的实际认知影响。大量消费者反馈在药店被推荐，误以为是蓝芩口服液衍生产品，足以证明宣传已经产生误导效果。药企手握药品IP，更应当主动划清食品与药品的边界，而不是刻意利用信息差打擦边球。

此事件中，品牌借助明星代言快速引爆销量、扩大宣传效应的同时，却低估名称混淆带来的合规风险。这一案例也折射行业共性问题：不少药企跨界布局食品、保健品赛道，借用药品IP做产品命名，游走在广告法边缘。

从监管层面来看，应当强化对食品命名、包装宣传的审查，重点排查利用知名药品商标误导消费者的营销行为，细化普通食品宣传边界。企业需要摆正经营逻辑，食品营销必须守住底线，清晰区分食品与药品，主动提示产品属性，不能依靠消费者认知盲区牟利。流量可以短期带动销量，但靠文字游戏换来的热度，终将消耗品牌信誉。

（坤 源）

金融筑屏障 银发享安康
兴化农商银行“银发集市”志愿服务公益行

兴化农商银行：

开展志愿服务公益行活动

近日，兴化农商银行“银发集市”志愿服务公益行在陈堡镇开展，把反诈宣传、便民服务、文化体验等送到基层群众家门口。

活动现场设置金融服务、便民服务、健康服务、文化体验、农特产品展示五大功能区。志愿者开展金融咨询、养老反诈宣传，提供爱心义剪、便民磨刀、免费义诊服务；非遗剪纸、糖塑让群众感受传统民俗魅力，本土农特产品集中展示推介。当日恰逢中国人民抗日战争胜利纪念日，现场在铭记历史的同时普及安全防护知识。

晚会上，戏曲联唱、川剧变脸、斗笠秀、反诈小品《哭笑不得》等节目轮番上演。活动穿插金融及反诈知识有奖问答、幸运抽奖，寓教于乐，引导老年人提高风险防范意识，牢记不贪高息诱惑、不轻信陌生来电，遇诈骗及时拨打110 报警。

本次活动是该行“朝阳党建”志愿服务的实践。作为地方本土银行，兴化农商银行持续下沉服务，下一步将继续开展“银发集市”系列活动，把金融惠民、公益服务送到更多乡镇。

（王梓靖）

“十五五”平台经济监管重点明确

平台经济连着千行百业、千家万户。9月20日，在国务院新闻办公室举行的“开局起步‘十五五’”系列主题新闻发布会上，市场监管总局新闻发言人、副局长束为表示，“十五五”时期，将进一步加强对平台企业的数据、算法、规则、流量等监管，压实平台企业“守门人”责任，推动平台经济创新和健康发展。其中，推动电子商务法修改，推动增加比例罚、暂停相关业务等处罚类型，以及制定实施《网络交易平台规则负面清单》等重点举措已经排上日程。

从市场规模来看，商务部数据显示，“十四五”以来，我国数字消费扩容提质，数字消费整体规模超23.8万亿元，连续13年位居全球最大网络零售市场。国家统计局最新数据显示，今年1至8月份，我国网上商品和服务零售额同比增长4.6%，增速比全部社会消费商品和服务零售总额快2.1个百分点；零售业态创新发展，限额以上单位仓储会员店、无人值守商店零售额增长都在25%以上。

“面对庞大的市场规模，关键是通过公平透明、稳定可预期的规则，平衡平台、商家和消费者利益，引导竞争从拼价格、争流量转向提品质、优服务、促创新。”商务部研究院副研究员洪勇对记者表示。他认为，“十五五”时期，平台经济监管将更加注重对规则及其运行机制的系统规范，重点加强数据、算法、收费和流量分配等监管，治理强制低价、成本转嫁等“内卷式”竞争，压实平台在资质审核、商品质量和消费者权益保护方面的责任。

从具体举措安排来看，在法律制度建设层面，进一步明确各类主体责任义务成为“十五五”时期平台经济监管的重点。

市场监管总局网络交易监督管理司司长朱剑桥表示，接下来，将加快推动电子商务法的修改。一方面，在现有法律责任规定的基础上，推动增加比例罚、暂停相关业务等处罚类型，进一步压实平台在商家入驻审核、商品信息管控、消费者安全保障以及商家自主经营权保障等方面主体责任。另一方面，适应平台经济发展趋势，将新业态电子商务经营者、新就业形态劳动者和平台关联主体等纳入调整范围，推动法律从二元主体向多元主体转变。

在常态化监管层面，市场监管部门将深入推进落实平台核验登记义务专项行动，部署开展直播电商行业治理、二手电商平台规范治理等专项行动，整治一批突出问题、查办一批违法案件、曝光一批典型案例，持续规范网络市场秩序。在抓好今年2月份实施的《网络交易平台规则监督管理办法》落实基础上，监管部门还将加快制定实施《网络交易平台规则负面清单》，进一步明确平台在规则制定、执行等方面的具体导向要求，切实保障其他相关主体的合法权益。

在合规引导层面，市场监管总局将研究制定网络交易平台合规评价指南，引导平台企业提升合规管理水平、扛牢“守门人”责任；加快国家网监平台建设应用，推动监管数据资源跨层级跨部门互联互通，深化政务数据的核验服务，支持平台更好落实资质核验的主体责任，不断提高协同共治的效能；还将高标准打造一批网络市场监管与服务示范区，围绕“促发展、创环境、强监管、优服务”的创建目标，探索网络交易监管服务新模式，以点带面激发网络市场活力，促进线上线下融合发展。

对于这些举措，洪勇表示，平台已从早期的“网络交易场所”发展为连接多元场景、协调交易各环节的数字市场组织者，监管也相应从关注交易场所，延伸至平台规则、算法和流量分配等运行机制，更加契合平台经济发展的实际。

他认为，电子商务法修改将新业态经营者和新就业形态劳动者纳入调整范围，是对平台经济参与主体日益多元化的制度回应，有助于厘清各方权责、保障合法权益。合规评价指南和负面清单等工具，有助于加强事前引导，与事中监管、事后追责形成衔接，为企业提供更加清晰的合规预期，在规范经营的同时释放创新活力，促进平台、平台内经营者与劳动者共同发展。

（经济参考报）

公告栏

拍卖公告
拍卖标的：一批艺术品（详见明细表）。拍卖时间：2026年10月12日—10月15日。展示时间：2026年10月8日—10月10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9月28日

政信云九九2026年4号民品拍卖公告
受委托人之委托，于2026年10月8日10:00至2026年12月31日在政信云九九（www.zhengxinyun99.com）/微信小程序、公众号“政信云九九”举行2026年4号民品拍卖会，拍卖标的为一批日用、家居消费品等。竞买人须为具有完全民事行为能力的公民、法人或非法人组织。咨询电话：4001117856。
拍卖人：重庆岚雪拍卖有限公司
2026年9月23日

政信云九九2026年2号公益慈善拍卖公告
受智玺稳美术馆（重庆）有限公司之委托，于2026年10月13日10:00至2026年10月18日在政信云九九（www.zhengxinyun99.com）/微信小程序、公众号“政信云九九”举行公益慈善拍卖会，拍卖标的为100张智玺稳美术馆门票，拍卖所得款项用于公益慈善事业。竞买人须为具有完全民事行为能力的公民、法人或非法人组织。咨询电话：4001117856。
承办人/拍卖人：重庆智玺拍卖有限公司
2026年9月23日

政信云九九2026年3号公益慈善拍卖公告
受智玺稳美术馆（重庆）有限公司之委托，于2026年10月20日10:00至2026年10月25日在政信云九九（www.zhengxinyun99.com）/微信小程序、公众号“政信云九九”举行公益慈善拍卖会，拍卖标的为100张智玺稳美术馆门票，拍卖所得款项用于公益慈善事业。竞买人须为具有完全民事行为能力的公民、法人或非法人组织。咨询电话：4001117856。
承办人/拍卖人：重庆智玺拍卖有限公司
2026年9月23日

租赁权拍卖公告
本公司将于2026年10月11日9:00—10:00时在中拍平台拍卖位于台州湾新区体育场路277号倪李张村综合楼租赁权，该大楼地上四层（8996.41㎡），地下一层（2667.15㎡）。停车位88（其中地面18个，地下70个）。整体租赁，租期15年。起拍价：15元/㎡.月，保证金：50万元。具体关注“中拍平台”或“众诚拍卖”微信公众号。详询：13676680003、13967633787（微信同号）。
浙江众诚拍卖有限公司
2026年9月28日

拍卖公告
本公司将于2026年10月9日9:00—10:00时在中拍平台拍卖位于温岭市松门镇礁山渔港9号楼1楼渔市便民驿站经营权，经营场所面积约107㎡，经营期自2026年10月18日至2027年3月8日止，起拍价：2万元/月，竞拍保证金：10万元，加价幅度：1000元或1000元的倍数。具体关注“中拍平台”或“众诚拍卖”微信公众号。详询：13676680003、13967633787（微信同号）。
浙江众诚拍卖有限公司
2026年9月28日

拍卖公告
受委托本公司定于2026年10月9日上午10:00在中拍平台（https://paimai.caa123.org.cn）举行两场拍卖会，标的为一辆车牌号为苏H990D9的宏运牌HYD5041XDWA4D5用车。公告之日起至2026年10月8日接受咨询。详情咨询16696296616。
江苏永良拍卖有限公司
2026年9月28日

拍卖公告
我公司接受委托，于2026年10月5日上午9时在中拍平台（https://paimai.caa123.org.cn）以网络竞价形式公开拍卖标的：七台河市茄子河区水利总站拟处置2024年大泥鳅河清淤工程砂石，测量量约为27735.42m3，单价17元/m3，整体拍卖，拍卖参考价471502.14元。展示日期、地点：2026年9月28—30日在标的物所在地（北兴十八连烘干塔院内）展示，联系人：郭先生联系方式：15045251567报名登记手续：一、请在中拍平台上完成注册登记并进行实名认证（个人：身份证原件企业：营业执照、法人身份证）；二、拍卖保证金贰拾万元整（交款方、竞买方和成交后登记所有人三者名称必须一致，否则报名审核不予通过）三、参与竞买人需持有现场勘察函并前往标的物所在现场实地勘察，确认后方可报名。（领取竞买资料并签署竞买须知）拍卖保证金账号：23050169555100001900开户行：中国建设银行七台河市分行户名：黑龙江省祥挚拍卖有限责任公司登记地点：七台河市桃山区桃北街道学府路260号（市城管局旁）祥挚拍卖报名截止日期：2026年10月4日16时咨询电话：0464-8845555、15619471111。微信公众号：七台河市祥挚拍卖。
黑龙江省祥挚拍卖有限责任公司

拍卖公告
接受委托，我公司定于2026年10月10日9时，在3G拍卖平台（网址：https://3g.cibroad.com）对津海公路与静海开发区一号路交口东北侧，带建设条件出租闲置土地15亩地块，租赁年限自2026年10月15日起至2031年10月14日止，5年承租权，年租金135500元，进行公开拍卖（详见拍卖文件及租赁合同）。展示时间：2026年9月30日、10月8日（统一组织）。展示地点：标的所在地。咨询、登记地址：天津市南开区中电科创园B2402。联系电话：13512913500 。1、竞买人须提交营业执照复印件、法人身份证复印件、代理人须提交授权委托书及身份证复印件（盖章），签署拍卖相关文件，办理竞买登记。2、于2026年10月9日 时前，将竞拍保证金2万元，交到拍卖人指定账户（以到账时间为准），方可参与竞拍。
天津鸿信国际拍卖有限公司
2026年9月28日

关于向贵州柏原岩建设有限公司送达
《责令偿还通知书》的公告
贵州柏原岩建设有限公司：2021年6月12日，你单位职工冯在明（身份证号：522124********2872）发生事故。因你单位未在规定期限内按时足额支付该职工工伤保险待遇，按照《中华人民共和国社保法》第四十一条规定，本中心已依申请于2026年7月10日先行支付了该职工工伤保险待遇，共计人民币98196元（其中一次性伤残补助金57411元，一次性医疗补助金40785元）（大写：玖万捌仟壹佰玖拾陆元整），并依法取得向你单位追偿的权利。依据《中华人民共和国社保法》第四十一条、《社会保险基金先行支付暂行办法》第十三条等规定，责令你单位在收到本通知之日起10日内将上述工伤保险待遇偿还至指定的社保基金账户（账户名称：贵阳市白云区社会保险收付管理中心，银行账号：10910121050000087，开户行：贵阳银行贵阳朝晖支行）。如不服本通知，可以自收到本通知书之日起60日内向贵州省贵阳市白云区人民政府申请行政复议，也可以在6个月内向人民法院提起行政诉讼。因我中心无法直接送达，现依法进行公告，自本公告发出之日起，经过三十日，即视为送达。
贵州省贵阳市白云区社会保险收付管理中心
2026年9月28日

行政处罚告知书
荣成市豪源贸易有限公司，法定代表人：王秉资，统一社会信用号码：91371082MACYXA162F。你（单位）鲁KC5993车辆于2026年07月28日00时57分在马坊非现场存在载运可分载物品行驶公路的超限运输行为。依据相关规定，本机关拟对你（单位）作出：罚款人民币11000.0元（壹万壹仟元整）的处罚。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行政处罚告知书》（20261200733），自本公告发出之日起经过三十日即视为送达。如对该处罚意见有异议，你（单位）可以在收到本告知书之日起五个工作日内到我委进行陈述、申辩，逾期视为放弃陈诉、申辩权利。（如有疑问请联系：023-81676011）
重庆市璧山区交通运输委员会

遵义市人力资源和社会保障局公告
贵州千正建筑劳务有限公司：范自英于2026年7月20日向我局提出工伤认定申请，要求对在你单位承接习水县马临街道临丰村六组甩青树崩塌地质灾害应急治理项目施工时受伤进行工伤认定。我局通过调查，认定其受伤为工伤，工伤认定文书编号为遵工认字[2026]0800793号《认定工伤决定书》。请你单位自本公告发布之日起60日内到习水县人力资源和社会保障局领取文书，逾期不领即视为送达。联系电话：0851-22532132。特此公告。

公告
王雪刚（系娄底市娄星区鑫海娱乐会所的经营者）：我局依法立案受理的伦格依体等18人投诉娄底市娄星区鑫海娱乐会所（统一信用代码：92431302MAEQJ4DC1R，经营者：王雪刚，身份证号码：150404198910251412）未依法支付其工资合计78240元一案，因无法直接向你送达《履行行政处理催告书》（娄星人社履催字〔2026〕13号），现依法公告送达。娄底市娄星区鑫海娱乐会所经营者王雪刚或其授权委托人应当自公告之日起10日内来我局领取履行行政处理催告书，逾期未领取视为送达。
娄底市娄星区人力资源和社会保障局
2026年9月24日

关于宁强县标普热力有限公司
清算财产分配公告
各债权人：2023年9月6日，汉中市中级人民法院作出（2023）陕07清申2号民事裁定书，裁定受理张伟伟对宁强县标普热力有限公司强制清算之申请，并指定北京观韬（西安）律师事务所为宁强县标普热力有限公司清算组。2024年9月6日，汉中市中级人民法院作出（2023）陕07强清2号民事裁定书，裁定确认清算组提交的上述清算方案。清算组根据（2024）陕07民终1557号判决书对股东张伟伟、李东武、郭涛追缴履行全部出资义务。执行过程中，清算组与被执行人郭涛达成执行和解，当前郭涛已经按照其承担比例支付和解款项，股东李东武及张伟伟仅实现部分执行回款。现根据清算方案公布宁强县标普热力有限公司清算财产分配公告。清算组合计确认债权数额457550.24、本次合计分配金额160885.3。本次参与分配债权人名称（排名不分先后）及金额如下，本次普通债权清偿率30.14%。具体如下：1、姚洁2906.88元2、西安长安区同舟行电子商行8700.50元3、西安嘉佰和器具安装有限公司22581.43元4、陕西德源沃森流体科技有限公司2748.36元5、西安晨柏电子科技有限责任公司16574.55元6、陕西圣秦暖通工程安装有限公司12500.23元7、陕西君正项目管理有限公司602.71元8、浙江力聚热能装备股份有限公司50326.38元9、陕西天域之光照明标识有限公司3314.91元10、中显规划设计研究院（西安）有限公司10547.44元11、薛海英3034.71元，清算组报酬本次提取20000元，预留清算费用3000.00元，暂扣张伟伟本次应分配4047.20元。公告期七日后实施分配。
宁强县标普热力有限公司清算组
2026年9月17日

债权债务清算公告
长春市九台区九台热面协会拟办理注销登记，请相关债权人45日内持证明材料到本社团清算组申报债权，处理有关事务。逾期不办理的，按相关法规处理。联系人：张青松。联系电话：13944999789。联系地址：吉林省长春市九台区前进路456号。特此公告。
长春市九台区九台热面协会
2026年9月28日

登报电话：13080793002