“遛娃神器”既要颜值也要性能

儿童推车消费迈向轻量化、智能化、情绪化

儿童推车是婴童用品中使用频率较高的出行必备物品。记者采访了解到,伴随开春后遛娃频次增加,儿童推车的销量有所上升。通常,春天的销量较冬天高出一倍不止。

业内人士指出,如今儿童推车消费正呈现轻量化、智能化、情绪化的发展趋势,产品追求轻便易用、智能安全监护与“颜值”带来的情绪价值。未来,政策指引将进一步推动儿童推车产品升级与头部企业份额提升。

□ 本报记者 **舒晓婷** 文/摄

图为消费者在挑选儿童推车。

季节性因素提振儿童推车消费

春天如约而至。在商场、公园、景区等场所,可见诸多用推车推着孩子遛弯儿的家长。在北京丰台首开福茂购物中心,徐女士带着18个月大的宝宝咨询商场儿童乐园游玩项目。她告诉记者,儿童推车是孩子代步的必备用品,孩子玩累了不想走路可以坐到推车里,家长推推车比抱孩子要省力很多。

亲子出游需求增加提振儿童推车消费。在北京朝阳合生汇商场,于女士在母婴品牌丽家宝贝门店挑选推车。她告诉记者,此前家里购入的推车主打稳重,伴随孩子年龄渐长,加之春日风光正好,想选一款方便外出时携带使用不费力的推车。

记者走访市场发现,销售员主要根据孩子的年龄阶段推荐不同类型的推车。对于消费者而言,选择推车的首要考虑因素是安全性——质量过关,防止侧翻。其次,会考虑舒适度和功能性,具体包括:护脊坐垫、全地形避震、轻便折叠不占地、高景观视野好、可携带上飞机、遮阳篷、底部置物篮容量等。

由于功能差异以及品牌溢价,目前市面上售卖的儿童推车价格主要在1000元至4500元。值得注意的是,包括Dear Mom、Kinderkraft、Takebebe、迈可适、好孩子等在内的多个品牌都推出了超轻碳纤维婴儿车,主打都市轻便出行。据了解,超轻碳纤维相较传统铝材更加抗压、有韧度,用于制作推车车架使得整个车身自重更轻的同时也更加耐用。

此外,包括baby care、虎贝尔、爱贝丽等在内的母婴品牌生产的推车体现智能化元素,具体包括智能刹车、智能灯组、GPS实时定位自动生成“遛娃日志”等功能。

除了轻量化与智能化,情绪价值日益成为年轻一代消费者选择推车的考量因素。在北京朝阳国贸商城,高端母婴产品集合店TinyTravelers的销售员告诉记者,店里售卖的近10款推车中,Bugaboo Butterfly轻便型婴儿车和Stokke推出的YOYO全能型轻便车都比较受欢迎,很多顾客被推车的时尚感设计吸引,选购“始于颜值忠于性能”。

图为家长用推车带孩子来商场体验游乐项目。

婴童用品细分市场表现分化

近年来,婴童用品细分市场表现有所差异。中国玩具和婴童用品协会今年3月发布的《2026年中国玩具和婴童用品行业发展白皮书》显示,婴童用品中,2025年,儿童安全座椅国内市场零售总额为60.2亿元,实现10.1%的双位数增长;儿童推车国内市场零售总额163.7亿元,比上年下降3.6%;奶瓶国内市场零售总额为72.5亿元,比上年减少1.5%。

对此,广东省互联网协会副会长、艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅向记者分析,婴童用品行业呈现“刚需基础品进入调整期、功能升级品持续高增”的分化格局。儿童推车零售总额下滑是新生儿基数减少、市场存量饱和、换新周期延长共同作用的结果,是行业向轻量化、高端化转型过程中的结构性调整。

值得买消费产业研究院执行院长赵一鹤表示,儿童安全座椅是“政策+认知”驱动的刚性增量市场。自2021年6月以来,伴随儿童安全座椅的使用纳入全国性立法,立法保障与安全意识的共振推动儿童安全座椅成为有孩子家庭的“标配”,增长强劲。儿童推车和奶瓶市场则进入存量博弈的“升级换购”阶段。消费者可能不轻易购买第二个,但愿意为显著提升体验的“升级款”花更多钱。这类产品零售总额小幅下降,意味着需要情绪价值来激发换新需求。

“未来,儿童推车市场的增长点不在于更便宜的基础款,而在于能同时解决功能痛点和提供高情绪价值的产品。例如,能融入各种生活场景(露营、逛展)、设计出圈、激发分享欲等。”赵一鹤强调。

政策引导将进一步推动产品升级

包括儿童推车在内的婴童用品消费活力的释放与行业的高质量发展,离不开政策的指引。

去年9月,工业和信息化部等三部门联合印发《轻工业稳增长工作方案(2025—2026年)》,提出2025至2026年,轻工业在稳增长、促消费、惠民生中的作用更加凸显。重点行业规模稳中有升,企业经营效益基本稳定。智能家居、老年和婴童用品、体育休闲时尚产品等新增长点快速发展,引领消费能力不断提升。

去年11月,工业和信息化部等六部门联合印发《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施方案》,提出丰富婴童产品供给。推动婴童产品精细化、品质化、智能化发展,大力推广喂养护理类、出行装备类、户外运动类、教育玩耍类产品。

张毅表示,国家将婴童用品列为千亿级消费热点并出台培育政策,将从标准规范、供给升级、消费激励等层面长期利好行业规范化、集中化发展。

赵一鹤则认为,安全性、舒适性、便携性仍是儿童推车品类的基石,但包括设计美学、社交属性(是否被同圈层认可)、品牌故事在内的情绪价值因素对消费的影响占比快速上升。以“95后”为主的“Z世代”,消费理念从“购买商品”转向“购买体验”,他们很可能因为一个博主分享的“带娃骑行大片”中推车的高颜值,或社群中“推车回头率超高”的评价而瞬间下单。他们购买的不仅是推车,更是“向往的亲子生活方式”。

延伸阅读

中国人民大学人口与健康学院教授宋健:从无到有建设生育支持政策体系 直面少子化难题

少子化是指生育率长期低于更替水平所导致的出生数量减少、少儿人口比例下降的趋势。全世界低生育率国家在不同程度上均面临少子化难题。中国自1992年进入低生育率社会,2022年出现生育主导型负增长。在这期间,由于人口惯性导致的人口正增长使中国的总人口数从不到12亿人攀升到超过14亿人,人们普遍对少子化缺乏意识,思维惯性多停留在人口过快增长带来的经济社会压力方面。随着出生人口数快速下降,长期低生育率和少子化可能引发的经济社会后果,近些年开始引起社会各界的广泛关注。

缓解少子化的根本之策在于提升生育率,而生育率低迷受到多重因素影响,经济压力大、孩子没人看成为制约生育意愿和生育水平提升的两个主要因素。2021年,《中共中央 国务院关于优化生育政策促进人口长期均衡发展的决定》明确“实施三孩生育政策及配套支持措施”。随后,一系列政策文件陆续发布,涵盖经济支持、时间支持、服务支持和文化支持四类主要内容的生育支持政策体系,在“十四五”时期完成顶层设计并推动贯彻落实。

发放育儿补贴是降低生育、养育、教育成本,缓解家庭经济压力的最直接手段。其他低生育率国家的经验表明,这一措施对提振生育水平具有重要影响。在探索和总结国际国内实践经验的基础上,2025年7月28日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《育儿补贴制度实施方案》,“从2025年1月1日起,对符合法律法规规定生育的3周岁以下婴幼儿发放补贴,至其年满3周岁。”“育儿补贴按年发放,现阶段国家基础标准为每孩每年3600元。”育儿补贴是新中国成立以来首次大范围的民生保障现金补贴,相较于自2021年以来探索推进的经济补贴类地方实践,呈现出保障级别高(确立为一项国家制度)、覆盖范围广(涵盖全国所有省份)、普惠力度大(不分城乡和孩次)的特点。2025年,全国各级财政共安排约1000亿元用于发放育儿补贴,惠及3000多万名婴幼儿。

婴幼儿照料问题是阻碍很多家庭生育特别是再生育的瓶颈因素。在很长一段时期,我国社会化托育服务不足,孩子进入幼儿园之前的照护服务主要依赖家庭成员,一般是祖父母帮忙照看,或者由母亲全职看护,在一定程度上对老年人的身心健康及母亲的职业发展造成不利影响。自2016年全面两孩政策实施以来,家庭对社会化托育服务的需求与日俱增。党中央、国务院高度重视3岁以下婴幼儿托育服务发展。2019年5月,国务院办公厅印发《关于促进3岁以下婴幼儿照护服务发展的指导意见》,要求到2025年,多元化、多样化、覆盖城乡的婴幼儿照护服务体系基本形成,人民群众的婴幼儿照护服务需求得到进一步满足。2019年10月,国家卫生健康委印发《托育机构设置标准(试行)》和《托育机构管理规范(试行)》,对托育机构的设置及其管理进行规范。2025年12月22日,托育服务法草案首次提请十四届全国人大常委会第十九次会议审议,明确构建主体多元、安全优质、价格合理、方便可及的托育公共服务体系。“十四五”时期,我国托育服务体系建设在扩容、普惠和提质方面取得长足进步。2025年,全国每千人口托位数达到4.73个,超额完成“十四五”规划目标。

中国的生育支持政策体系如果说在“十四五”时期是完成从无到有的突破,在“十五五”时期就期待着从有到优的进一步推进。育儿补贴制度的持续实施将惠及更多的家庭,新生婴儿自带“工资”不仅降低家庭生育的直接成本,也因为有国家制度可凭依而缓解育龄人群的育儿焦虑。普惠托育服务体系将加快建设,普惠托育服务多元化提供、多种模式运营,提高3岁以下婴幼儿入托率成为新的目标任务。相较于每千人口托位数的原有指标,入托率更加强调托位的合理使用和需求的及时满足,有助于带动托育服务高质量发展。

(人民论坛)

消费提示

婴儿车怎么选?安全是核心底线

婴童用品行业的规范化发展以及新生儿护理理念的不断升级,推动高端婴儿车在安全设计、功能适配与材质环保等领域持续迭代,成为新手爸妈育儿过程中不可或缺的核心装备。

市面上婴儿车品类繁杂、功能各异,缺乏行业专业知识和实操经验的新手爸妈,在选购时往往面临诸多困惑。该如何精准挑选出最适配自身需求的车型呢?

中华医学会围产医学分会与中国玩具和婴童用品协会联合发布的《2025新生儿育儿装备医学指南》显示,新生儿脊柱强度仅为成人的25%,囟门闭合时间通常为12—18个月,对震动(安全阈值≤1.5g)、紫外线(需阻隔≥95%)、化学刺激(甲醛≤0.01mg/m³,等价于≤10μg/m³)极为敏感。

基于新生儿的这一生理特点,婴儿车必须同时满足“近平躺防呛奶”“低震动护脑”“低化学排放”三大核心医学标准。

因此,新手爸妈选购婴儿车,需先明确自身核心需求——是侧重轻便携带,还是注重高端质感;是预算有限追求高性价比,还是注重长期使用价值;是主要在城市平坦路面使用,还是需要适配多地形场景。

在此基础上,结合新生儿的生理特点,新手爸妈在选购婴儿车时,需重点关注三大核心指标,才能精准筛选出合适的车型。

1.安全指标:新生儿防护的核心底线

安全是购买婴儿车的首要考量指标,核心围绕三点:一是平躺系统,需遵循国家卫健委《新生儿睡眠体位医学规范》(WS 328—2023),采用170°—178°近平躺及头部微抬15°的科学角度,搭配专属护脊结构,保护宝宝脊柱健康、降低呛奶风险;二是避震性能,参照EN 1888系列安全标准,震动加速度需控制在1.5g安全阈值内,避免损伤宝宝脑部;三是化学与防晒安全,面料需环保无刺激,甲醛排放达标,防晒需达到UPF50+、UVA阻隔率≥99%。

2.场景适配:贴合家庭出行需求

不同家庭的出行场景差异较大,需针对性选择:单人带娃、短途出行或小户型家庭,优先选择轻便易收车、可登机的车型;遛娃、多场景户外出行,可选择高景观、全地形避震的车型;胖宝宝家庭,重点关注加宽座舱设计;注重颜值的年轻父母,可选择设计简约、质感出众的车型。

3.长远价值:耐用性与售后保障

婴儿车的使用周期、耐用性与售后保障,直接影响长期使用体验。优先选择材质坚固、耐久性强的车型,同时关注质保期限、零件保修服务及售后网点覆盖,避免出现“使用周期短、售后无保障”的问题。此外,保值率也是考量其长远价值的重要因素。

(综 合)

地方观察

浙江慈溪婴童用品产业跑出“加速度”

作为全国婴童用品的重要产地,浙江宁波慈溪市汇聚了2000多家婴童类产品相关企业,形成了婴儿车、儿童玩具等完整产业链。税收数据显示,2026年1月至2月,慈溪市童车、儿童玩具等婴童用品制造行业实现销售收入2.25亿元,同比增长18.74%。

“以前带孩子出门,婴儿车快赶上半个行李箱重;现在这款车单手就能折叠拎起。”慈溪市福贝贝儿童有限公司财务负责人戴女士提起净重仅5.5公斤的新品介绍说,“我们加大了在智能化改造方面的投入,引入智能检测装备26台,实现数控化率达25%,在确保产品安全的前提下,不断提升工艺轻量化水平。”

福贝贝的智能化改造不仅仅停留在生产线上,企业内部合规管理的数字化、智能化也有了新进展。企业通过将生产、销售、开票等环节数据打通,实现财税一体化管理,从原材料采购到成品销售,全链条可追溯,既保障了产品质量,也确保了税务申报的真实性和规范性。

在汽车儿童安全座椅领域,宁波美博儿儿童用品有限公司的表现也尤为亮眼。美博儿1—2月开票销售收入达900多万元,国内销售占比从70%提升至90%。

“这两年内销占比快速提升,上下游客户对我们的财税规范要求越来越高。我们自己也意识到,要想做大做强,合规是绕不开的一课。”企业财务负责人张女士坦言。

慈溪市税务局在走访中发现,美博儿虽然产品竞争力强、市场口碑好,但内部财务管理制度相对薄弱。针对企业的需求,税务部门当即组织专家团队主动服务,帮助企业从采购端、生产端到销售端,逐环节梳理财务流程。

“虽然过程费时费力,但规范后心里踏实多了,上下游客户对我们的信任度明显提升。”张女士说,企业目前已建立起一套适合自身发展阶段的内控制度,通过设立独立核算账户,规范发票档案管理,加强合同涉税条款前置确认,建立销售发票数据定期校验机制等方式,进一步筑牢风险防范堤坝。

慈溪市税务局相关负责人表示,税务部门将持续优化税收营商环境,以合规引导为核心,通过税收大数据精准画像、风险提示定期推送等举措,帮助企业筑牢内控根基,护航更多“慈溪制造”行稳致远。

(央广网)

河北曲周:童车产业“骑”入直播赛道

直播间内,主播生动讲解童车产品亮点;田间地头,特色农产品通过镜头走向全国……自2025年以来,河北邯郸曲周县河南疃镇立足本地童车(童玩)特色产业全产业链优势,以“一品一播”为重要抓手,锚定电商助农、产业兴镇目标,推动电商直播与传统特色产业深度融合,通过学先进、破难题、建平台、育人才等务实举措,蹚出了一条特色产业提质、镇域经济提速、群众增收提效的乡村振兴新路径。

针对电商直播经验不足、运营模式不成熟等短板,河南疃镇主动“走出去”,在杭州市参加乡镇党委书记“走出去”培训班期间,实地考察抖音集团(华东中心)、临安“江南舅舅”直播基地等行业标杆,深入研习“农产品+直播”成熟运营模式,汲取先进发展理念。学习归来后,该镇迅速行动、主动对接,牵头推动与“江南舅舅”团队达成合作,围绕童车(童玩)推广、特色农产品销售、直播专业运营等领域细化合作方案,借助头部团队流量优势,持续扩大本地产品知名度和市场影响力,为“一品一播”工作有序推进注入强劲动力。

该镇始终把企业需求、群众期盼放在首位,组织召开全镇企业家代表座谈会,广泛征求企业在推进“一品一播”及自身发展中的意见建议,全面梳理出直播运营能力不足、专业人才匮乏、流量获取困难等共性堵点痛点。针对这些问题,该镇坚持分类施策、精准帮扶,组织专人逐一对接企业、研判实情,为每家企业量身定制帮扶措施,切实破解企业电商直播发展瓶颈,进一步理清工作思路,助力本土企业借助直播渠道拓宽市场、提质增效,让“一品一播”真正成为企业发展的“助推器”。

面对“一品一播”推进中的难点,河南疃镇主动担当、攻坚突破,持续完善电商直播产业发展支撑体系。一方面,牵头成立曲周县自媒体协会河南疃分会,通过曲周县自媒体协会派驻专业人员,为本地企业和主播开展直播话术、场景搭建、流量运营等系统化培训,同时对接县域网红资源,创新推行“本土主播+企业负责人”联合直播模式,快速提升本土直播团队实操能力;另一方面,盘活原小海豚公司1.4万平方米闲置厂区,高标准打造镇级直播基地,建成200个标准化直播间、900平方米产品展示区及专业电商培训中心,目前已有20名主播入驻,线上交易订单稳步增长,为“一品一播”开展提供了坚实平台保障,让传统特色产业在电商赋能下焕发新活力。

该镇始终将人才培育作为“一品一播”工作的重中之重,聚焦童车(童玩)主导产业,整合全镇34个行政村供应链资源,结合各村产业发展实际,大力推进“一村一播”建设,推动电商直播向村级延伸、向一线扎根。依托镇级直播基地和自媒体协会平台,常态化组织企业家、镇村干部开展直播专题培训,累计协助企业举办直播带货活动30余场,有效提升本土从业人员专业能力,带动镇域特色产品销售额持续增长。如今,该镇已初步形成“人才促直播、直播带产业、产业兴乡村”的良性发展循环,为乡村振兴持续注入人才活力和产业动力。(邯郸网络广播电视台)

公告栏

拍卖公告

受委托,我公司将于2026年04月22日09:00在中拍平台(https://paimai.caa123.org.cn/)举行拍卖会,现将有关事项公告如下:一、拍卖标的:一辆大众汽车牌小型轿车,原苏KL9955(不含原车牌)。二、展示时间及地点:2026年04月21日16:30前至标的所在地。三、报名及竞拍注意事项:1、竞买人须在拍卖会开始前凭竞拍保证金缴纳凭证联系我司办理报名登记手续并在中拍平台完成注册。①报名登记需提交的资料:个人:身份证原件及复印件;企业:营业执照复印件,法人身份证复印件,授权委托书原件、委托代理人身份证原件及复印件(以上复印件均需加盖企业印章)。②报名地点:宝应县苏中南路凯润金城7号楼北门市110#。2、竞拍保证金:意向竞买人需在2026年04月21日17:00前向我司指定账户缴纳竞拍保证金,竞拍保证金为壹万元整,报名费为肆佰元整(账户名:江苏润扬拍卖有限公司,开户行:工商银行宝应支行,账号:1108200119100053901),逾期不办理(以银行到账时间为准)。3、竞拍注意事项详见《拍卖规则和特别约定》。联系电话:15050738799,0514-88555678。

江苏润扬拍卖有限公司
2026年04月14日

公告

福州左海建工集团有限责任公司:本委受理申请人王发安与被申请人福州左海建工集团有限责任公司因确认劳动关系争议一案,已经审理终结。因其他方式无法向你送达仲裁文书,现依法向你公告送达榕劳人仲案字(2026)第25号裁决书。限你自公告发出之日起三十日内来本委领取裁决书,逾期则视为送达。裁决事项为:一、确认申请人与被申请人于2025年2月9日至2025年4月23日期间存在劳动关系。二、驳回申请人的其他仲裁请求。本裁决为非终局裁决,对本裁决不服的,可以自本裁决书送达之日起十五日内向人民法院提起诉讼,逾期本裁决书发生法律效力。本委地址:福建省福州市鼓楼区古田路128号劳动大厦5楼,联系电话:0591-83305718。

福州市劳动人事争议仲裁委员会

公告

福州市仓山区安堤薇美容皮肤科诊所有限公司:本委受理江玉丹、邱颖、陈蒲颖、彭档新、陈华英与你单位因劳动争议一案,现依法向你单位公告送达仲裁申请书副本及开庭通知,自公告之日起经过30日即视为送达。你单位应在公告送达期满十日内向本委提交答辩书和有关证据,不按时提交答辩书或不提交答辩书,不影响仲裁程序的进行。本委将于答辩期满后的次日上午9时在本委仲裁庭公开开庭审理本案。仲裁委地址:仓山区下渡街道江边洲路1号美墩苑3号楼一层,电话:83803272。

福州市仓山区劳动人事争议仲裁委员会

公告

华南山河机械工程有限公司:本庭受理韩晓岐诉华南山河机械工程有限公司劳动争议一案,已于2026年1月14日作出裁决(裁决书号:东劳人仲院厚街庭案字[2026]654号《仲裁裁决书》)。因无法联系你,根据《劳动人事争议仲裁办案规则》第二十条的规定,请你自公告发布之日起30日内到本庭(地址:东莞市厚街镇体育路20号5号楼101室,联系电话:0769-85962366)领取裁决书,逾期不领取即视为送达。本案仲裁庭组成人员:仲裁员王成就,书记员陈晓晴。特此公告。

东莞市劳动人事争议仲裁院厚街仲裁庭

公示

南昌市公安局西湖分局现公示王杨被诈骗案(电信诈骗案)资金返还内容:南昌市公安局西湖分局依法立案侦查。发现3个涉案账户,按比例计算得出应返还受害人资金如下:户名:韩英,账户:6214831892479608,应返还金额94720元,户名:遵义锦之旅国际旅行社有限责任公司,账户:543201880002129 52,应返还金额527508元,户名:诸葛梅,账户:6217001270029782341,应返还金额3974元。详情咨询0791-86787110。

南昌市公安局西湖分局

声明

现有无主车辆一台,车牌号黑MN6567,长期停放于黑龙江省黑河市孙吴县松谷林园负一层院内,经多方查找,至今无人认领,无人驶离,已严重影响场地正常使用及通行秩序。现公告如下:请该车辆所有人或管理人自本公告刊登之日起30日内,持有效身份证明、车辆权属证明等相关材料,前往黑龙江省黑河市孙吴县松谷林园;联系电话:18745619888,办理认领及驶离手续。逾期未认领,未驶离的,视为无主遗弃车辆,我方将依法依规进行处置,由此产生的一切法律责任、经济损失及后果均由车辆所有人自行承担。同时,自车辆违规停放之日起,按每日人民币50元标准收取场地占用费,车辆所有人须在驶离前一并结清。特此公告。

公告单位:孙吴县探达建筑劳务有限公司
2026年4月13日

声明

本人梁智龙,身份证号450403198806091513,是佛山市红英石贸易有限公司的小股东,该公司在2024年12月开始已经没有实际经营,目前本人无法与股东以及法定代表人联系,该公司自2024年12月开始的任何经营,本人均不知情,也不同意,由此产生的任何问题均与本人无关。特此公告。

注销公告

江西遇见人力资源管理有限公司(统一社会信用代码:91360781MA393XML9C)拟向瑞金市行政审批局申请劳务派遣经营许可证及人力资源服务许可证注销登记,现已成立清算组,请相关债权、债务人自本公告发布之日起45日内向本清算组申报债权,逾期视为放弃债权。在公司存续期间,所涉派遣员工的社保或劳动合同如有问题,可与本公司联系处理。特此公告。

江西遇见人力资源管理有限公司

遗失声明:高碑店市西娘庄土地专业合作社(统一社会信用代码:93130684MACDL6CC6D)遗失备案公章一枚,声明作废。

遗失声明:延安汇集工贸有限公司(统一社会信用代码:916160600MA6YE2JCXU)遗失公章:6106020128565,声明作废。

遗失声明:赵海英遗失肃南裕固族自治县白银蒙古族乡党群服务中心(新时代文明文明实践所、退役军人服务站)法人证,法人证号:126222202792561475,声明作废。

遗失声明:吴川市海滨塔斯汀餐饮店(统一社会信用代码:92440883MAA4BQX18Q)遗失公章,印章编码:4408834049054,声明作废。

遗失声明:永康市佳雄电子商务商行遗失财务专用章(编码:330722012482 9)一枚,声明作废。

遗失声明:永康市豪邦科技有限公司遗失公章(编码:330784100801 11)一枚,声明作废。

遗失声明:天津市滨海新区小海马酒水馆(个体工商户)统一社会信用代码:92120116MA82JD3CX5,遗失公章一枚,声明作废。

遗失声明:玉林百利新能源有限公司遗失财务章:4509221040670、发票章:4509221040671,声明作废。

遗失声明:海南未来商贸有限公司(统一社会信用代码:91460000MADC0KKU9N)遗失会计专用章一枚,声明作废。

遗失声明:山西鑫锦尚贸易有限公司侯马经营部(统一社会信用代码:91141081MA0H7NT59A)遗失公章一枚,声明作废。

遗失声明:清徐县兴发贸易有限公司(统一社会信用代码:91140121796383 1143)遗失公章一枚,声明作废。

遗失声明:天水荣伟清洁服务有限公司遗失公章,公章编码:6205030002733,声明作废。

遗失声明:湖北省贤集农业科技有限公司(统一社会信用代码:91420100MADT3L4Q9M)遗失公章(编码:4201191054279 4);财务专用章(编码:4201191054279 3);合同专用章(编码:4201191054279 8);法人章(编码:4201191054280 0)各一枚,声明作废。

遗失声明:嘉陵区大通镇赵氏预制构件厂(统一社会信用代码:92511304MA62BQE778)遗失公章,编号:5113045030019,声明作废。

声明:天津易邦东金股权投资基金合伙企业(有限合伙)于2026年4月8日在《消费日报》上刊登的遗失公章,由于原公章已找到,之前的遗失声明作废,特此声明。

遗失声明:保靖县鸿海门窗有限公司遗失公章,编码:4331251100 11512,声明作废。

遗失声明:三门县孔鹏门经营部遗失公章,编码:3310220139921,声明作废。

遗失声明:青岛三朴家政服务有限公司公章:3702810622834、财务专用章:3702810622835、法定代表人章:3702810622837,不慎丢失,声明原章作废!

遗失声明:永州市立鸿节能科技有限公司遗失法人章(黄晓林),印章编码:4311031002866 0,声明作废。

遗失声明:汝州市怡豪实业有限公司遗失公章:4104820047265、财务专用章:4104820047266、发票章:4104821108606、法人章(杨宝),声明作废。

遗失声明:汝州市纸坊镇姚楼村股份经济合作社变更为汝州市纸坊镇姚楼村集体经济组织,遗失原公章:4104820081061、财务章:4104820081062、合同章:4104820081063,声明作废。

遗失声明:慈溪市掌起盛昌工具厂遗失公章,编码:3302821002067 9,声明作废。

作废声明:哈尔滨市香坊区德滨日杂建材商店(统一社会信用代码:92230110MA1APH7Q88)作废营业执照正、副本,特此声明。

遗失声明:侯马神奇宇宙游乐有限公司(统一社会信用代码:91141081MACJAU1255)遗失公章一枚,声明作废。

遗失声明:河南讯科建筑工程有限公司遗失公章:4105260024897、财务章:4105260024898、发票章:4105260024899、合同章:4105260024900、法人章(董俊玲):4105260024901,声明作废。

遗失声明:天津鼎盛嘉食糖贸易有限公司(统一社会信用代码:91120110MA05LRM428)遗失公章、财务专用章、发票专用章、法人章(张风明)各一枚,声明作废。

遗失声明:慈溪市江瀚绣厂(普通合伙)遗失公章,编码:3302820214574,声明作废。

遗失声明:松桃苗族自治县永安乡木盆村股份经济合作社遗失公章,编码:5206281064496,声明作废。

遗失声明:松桃苗族自治县永安乡落星村股份经济合作社遗失公章,编码:5206281064466,声明作废。

遗失声明:松桃苗族自治县永安乡地茶村股份经济合作社遗失公章,编码:5206281064468,声明作废。

遗失声明:包头市昆都仑区摩凡服装店(统一社会信用代码:92150203MA13TQ9T5N)遗失公章一枚,声明作废。

遗失声明:绍兴乐财商贸有限公司遗失公章,编码:3306831006 1660,声明作废。

遗失声明:天津自贸试验区贴心关怀内衣店(统一社会信用代码:92120116MA82 4J8594)遗失公章一枚,声明作废。

遗失声明:北京肥濮宠物用品店(统一社会信用代码92110105MA016L9643)遗失营业执照和公章,声明作废。

遗失声明:上海洪誉实业有限公司(统一社会信用代码:91310113MAE75E573G)遗失法人章(陆月洪)一枚,声明作废。

遗失声明:昭通恩豪运输有限公司(统一社会信用代码:91530626MA6PJDK82D)遗失公章:5306002005806,声明作废。

遗失声明:农安县农安镇教育招待所遗失公章,编码:2201226476776,财务专用章,编码:2201220016016,(梁春波)法人章,编码:2201226636674,声明作废。

遗失声明:晋中市榆次区万物回收经营部(统一社会信用代码:92140702MA7XH9E496)遗失财务章一枚,声明作废。