行业观察

“生鲜灯”新规征求意见即将截止，部分市场仍见红灯罩，电商热销“隐形红”

行业协会呼吁“真实还原是底线”

□ 本报记者 王薛淄 文/摄

距离《市场监管总局关于严禁使用“生鲜灯”的公告（征求意见稿）》（以下简称“征求意见稿”）意见反馈截止日期（5月7日）还有一周。相比此前规定，征集意见稿明确，销售者必须使用白色光源，禁止使用有色灯罩、有色塑料袋、有色灯具外罩等可能干扰消费者判断的设施。

中国照明电器协会秘书长王卓表示，真实还原商品颜色是商业照明的底线，行业应加强消费引导，推动按需照明，避免误导消费者。

红色灯罩仍在用 网售“生鲜灯”火爆

此次征求意见稿明确，“食用农产品销售者不得使用有色灯罩、有色塑料袋等灯具外罩、大面积有色围挡或者背景板、类似用途的其他设施等销售生鲜食用农产品，影响消费者对食用农产品的真实色泽等感官性状的认知。”“照明设施销售者不得以‘生鲜灯’（‘鲜肉灯’‘水产灯’‘水果灯’‘蔬菜灯’等）为噱头开展销售，明示或暗示照明设施会改变消费者对食用农产品的真实色泽等感官性状的认知。”

4月23日，记者走进北京市丰台区一家农贸市场看到大多数菜场灯具已更换为白色外壳灯具，但部分肉摊仍在使用红色灯罩。当记者询问灯具来源时，摊贩均称“我们的灯都是正规的。”

一位正在选购草莓的市民表示：“室内菜市场需要开灯我能理解，但在有颜色的灯光下挑农产品，更多得靠经验判断是否新鲜，挺麻烦的。”

与此同时，电商平台上的“生鲜灯”生意依然红火。记者搜索“生鲜灯”“猪肉灯”等关键词，大量商品随即弹出，封面标注“新国标”“隐形红”“合规灯”等字样。不少产品支持灯光颜色调节，从全红到全白可自行组合，甚至细分出适合卤菜、猪肉、水果、牛羊肉等不同品类的专属灯光选项。

行业呼吁“真实还原是底线”

所谓“生鲜灯”是对一类通过调整光照颜色和显色照度等指标，使生鲜食品呈现出更加新鲜质感的灯具的俗称。生鲜肉类、蔬菜、熟食和水果等通过这类灯具所谓“定制灯光”的照射，往往更容易显得色泽艳丽鲜嫩，吸引消费者购买，近年来被各类商业超市和农贸市场广泛使用，但一些产品过于夸大的照射效果影响了消费者的视觉感官，造成消费误导，给不良商家提供了不法机会。

“自2023年市场监管总局发布不得使用照明设施误导消费者感官认知以来，协会一直呼吁照明企业切实执行产品性能标准和照明设计标准，针对不同应用场景的设计要求向用户提供高显色性、适合色温和照度的产品。”中国照明电器协会秘书长王卓表示，“真实还原商品本身的颜色是商业照明的最基本要求。无论是生鲜食品、纺织服装还是家居装饰，显色不准确都会导致消费者对商品颜色产生错误认知。”

照明行业需转向场景化消费引导

2025年11月，国务院办公厅印发了《关于加快场景培育和开放推动新场景大规模应用的实施意见》，这是国家层面首次对“场景”培育与开放进行系统性部署。该文件旨在通过构建真实应用环境，推动新技术、新产品、新业态实现规模化、商业化落地，助力新质生产力发展和高质量发展。这一政策的出台，也为照明行业服务多场景需求的技术创新和新产品市场建设提供积极有力的支撑。

图为北京市丰台区某菜市场摊位上的灯具，既有白色灯罩也有红色灯罩。

王卓认为，生产和销售者应该更加关注并做好正确的消费引导。随着产品技术的发展和消费需求的变化，不同场景对照明的要求也在细分。行业正在通过不断完善标准、认证、标识等方式，让用户简单清晰地知道如何针对不同需求的场景选择合适的照明产品，避免消费误区，实现按需照明。在企业、行业、社会和政府的共同推动下，目前国内市场已经初步形成了对读写作业场景用照明产品的消费认知，未来，将进一步拓展到商业、工业、家居等更多的消费场景。

技术发展成熟和市场普及与规范的过程需要时间。“餐厅、图书馆、超市、珠宝店、冰淇淋店等，各类公共和商业场合对照明都有特殊要求。我们要做的不仅是通过行业规范提升整体的产品品质，同时也要做好消费科普和市场指引，让用户能够根据科学指标选择适用的产品。”王卓表示。

《红茶菌（康普茶）及其制品》行业标准（征求意见稿）发布

告别『随缘发酵』 康普茶将有统一『标尺』

□ 本报记者 闫 利

“酸甜爽口、气泡绵密，还能养肠胃。”近年来，一款名为康普茶（也称红茶菌、海宝、胃宝等）的发酵饮品悄然走红，从超市货架到社交平台种草清单，从购买成品到家庭自制，它正成为越来越多年轻人眼中的“健康快乐水”。然而，火爆背后也伴随着烦恼：有的产品酸得倒牙、带酒味，有的甜得像糖水，消费者纠结于活菌型还是灭菌型，自制者则因“全凭感觉”屡屡失败。近日，由中国轻工业联合会提出、全国食品工业标准化技术委员会工业发酵分技术委员会归口的《红茶菌（康普茶）及其制品》行业标准（征求意见稿）发布，开始广泛征求意见。这意味着，这一我国传统发酵饮品即将迎来统一、规范的质量“标尺”。

传统饮品遭遇“新烦恼”

康普茶起源于中国，以糖茶水为基底，经酵母菌、醋酸菌、乳酸菌等有益菌群共同发酵而成，富含有机酸、茶多酚和活菌，口感酸甜解腻。上世纪八九十年代，许多家庭用玻璃罐自行培养“红茶菌”，成为一代人的集体记忆。如今，它换上“康普茶”的新名字后再度翻红，市场规模迅速扩张。相关数据显示，2023年国内市场规模已达42.6亿元，2024年线上销售额同比增长超200%，预计2025年将突破60亿元，2030年有望达到200亿元以上，年复合增长率长期维持在25%以上，成为大健康食品领域最具增长潜力的细分赛道之一。

然而，市场的快速增长也放大了标准缺失的痛点。“大概是两三年前，我刷短视频看到康普茶在国外很受欢迎，就去买了相关饮品，发现还不错。后来喜欢上这个传统饮品，尝试了很多品牌，但不同品牌差别太大了。”在北京工作的“90后”朵朵告诉记者，有的康普茶喝起来像果醋，有的又太甜，“我自己也购买菌种做过，跟着很多博主学，但发酵过程还是完全凭感觉，从来没有成功过。”

长期从事生物发酵行业的专家接受记者采访时表示，红茶菌传统上以家庭发酵为主，随着生物技术的发展，近年来开始工业化生产，因此企业也希望有相应权威的行业标准来规范此类产品的应用市场，实现公平竞争。目前，市面上的康普茶产品大致分为三类：发酵用康普茶（含大量活性微生物，适合家庭继续培养）、原料用康普茶（工厂生产的原液，供企业作配料）和风味型康普茶（开瓶即饮的成品，最为常见）。三类产品各有特点，却长期在标准真空中“混战”，造成企业及消费者的困扰。

规范生产端 保障安全与品质

尽管该标准目前仍处于征求意见阶段，后续还可能根据审查意见调整，但其基本框架已经明确。专家表示，对于行业而言，标准的最大意义在于提供一个统一、规范的生产依据，今后企业生产红茶菌产品可以执行这一行业标准；对于消费者而言，标准通过规范生产端间接发挥作用，当消费者看到产品包装上标注执行该行业标准时，意味着它符合权威、普适的质量要求，可以更有信心地选购。

“家庭自制本身没有问题，但一定要控制好卫生条件。”针对不少消费者喜欢购买菌种、原料在家制作的现象，专家提醒，家庭环境不像工厂那样具备无菌条件，自制时容器和原料最好经过灭菌处理，要更注重清洁。市面上销售的发酵用红茶菌通常含有活菌，购买后要尽量保证发酵过程使用原有菌种，避免被杂菌污染。如果操作不当，比如容器不干净或温度不合适，可能导致杂菌生长，发酵出的产品味道不对，甚至存在安全风险。

专家同时强调，当前国内红茶菌发酵液相关产品的研发已覆盖共生菌种优化、发酵工艺升级、功能活性挖掘、风味体系创新等多个维度，众多企业已逐步将其出口至欧美、东南亚等海外市场，成为我国发酵食品领域的新兴增长赛道。该标准目前正处于征求意见阶段，预计将在进一步完善后正式发布实施。该标准的落地，将切实保障消费者的饮用安全与合法权益，并为市场监管提供依据。“国际上对康普茶的研究和标准制定比我国早，我们希望通过这个标准，不仅解决红茶菌一种产品的问题，也能逐步完善中国传统发酵产品的标准体系，对整个生物发酵技术体系的建设产生积极意义。”上述专家说。

从辅助材料到安全保障

涂料技术升级赋能新能源汽车绿色发展

本报讯（记者 **赵 曦** □ **花沁昕**）近日，工信部等五部门联合印发《工业产品绿色设计指南（2026年版）》，围绕汽车产业绿色升级作出明确部署，重点要求车身涂层、动力电池等核心环节推行有害物质减量化、优先使用低VOCs（挥发性有机化合物）原辅材料。这一政策导向正指出当前新能源汽车产业升级的核心痛点——既要保证电池安全、车身轻量化和能耗控制，又要满足绿色环保的要求。而破解这些技术难题的关键要素之一正是大众眼中仅能用于车身装饰和零部件保护的“涂料”。

近年来，新能源汽车产业的快速发展正不断推动汽车涂料从“辅助配角”转变为“功能担当”。这在电池安全保障方面尤为凸显，如果说电池是新能源汽车的“心脏”，那么涂料就是守护这颗心脏的“防护衣”，其性能直接影响电池的安全与使用寿命。目前，阿克苏诺贝尔、立邦、宣伟、艾仕得、佐敦等涂料企业已积极布局新能源电池涂料赛道。针对电动汽车底盘易受石击、磨损及腐蚀这一系列问题，阿克苏诺贝尔与蔚来汽车联合研发的专利环氧粉末涂层技术适用于所有电动车型，让电池的寿命较传统方案延长至三倍；立邦则针对动力电池的痛点，推出了一套涂装解决方案，简单来说就是给电池包的各个关键部位都涂上专用涂料，达到绝缘阻燃、防火隔热、防撞耐磨的作用，守护动力电池的安全。

阿克苏诺贝尔亚太区汽车原厂涂料及修补漆、阿克苏诺贝尔全球消费电子业务总监欣妍表示：“新能源汽车产业的爆发式增长和市场需求升级，倒逼专业涂料领域在电池绝缘、车身轻量化及个性化颜色配方等方面进行技术革新。”

在安全之外，随着车机功能的迭代升级，新能源汽车正越来越像一个“智能终端”，这也使其对涂料技术的需求日益和手机、电脑等消费电子产品接近。涂料行业在消费电子领域积累的技术经验也开始应用到新能源汽车的生产中。欣妍介绍道：“这种技术互通已经很普遍了，比如一开始用在消费电子上的在消费电子领域所积累的塑料件涂装经验薄壁塑料件涂装技术，现在已经用到了汽车轻量化内饰上，既能让复杂的内饰涂装更美观，又能提升耐用性。”此外，水性涂料、高固体分涂料、UV固化涂料等环保涂料技术，也很快会在汽车内饰生产中普及，帮助车企达到VOCs排放达标要求。

涂料企业对于降低VOCs的努力反映了行业面临着一个两难困境：传统溶剂型涂料性能成熟稳定，但VOCs排放量大，与新能源汽车绿色低碳的发展趋势相背离；而环保型新型涂料虽可有效削减污染物排放，综合性能仍亟待升级完善。在此背景下，“低VOCs排放、低温可固化、高性能达标”成为涂料行业提升核心竞争力的关键方向，多家企业从不同方向探索突破，形成了各具特色的技术方案。阿克苏诺贝尔重点研发水性涂料与低温固化技术，其新一代水性涂料性能能够达到传统溶剂型涂料所呈现的效果，同时降低VOCs排放量，其研发的低温固化技术，可在接近室温的条件下完成固化，有效帮助下游企业进一步降低生产能耗；也有像金桥德克这样的国家专精特新企业，以UV固化技术为核心，拓展出水性环保、EB固化（电子束固化）等多元技术路径，进一步降低涂装过程中的能耗。

涂料行业的绿色转型，不只是单个企业的研发升级，还需要全产业链一起发力，如今已经有越来越多的企业通过优化施工工艺、推行“以修代换”等方式减少涂料浪费。很多企业正把“循环经济”的理念贯穿到原材料选择、产品研发、生产回收的全过程。业内人士表示，涂料行业的绿色创新，离不开新型环保原材料的突破，随着环保政策深化和消费者需求升级，这类环保涂料的市场认可度将持续提升，为行业高质量发展注入新动力。

消费看点

火锅调料从“一锅红油”到“百味争流”的消费升级

本报记者 **赵 曦** □ **王雅舒**

快消品行业2026年第一季度线下零售监测数据显示，在所有列出的调味品类别中，火锅调料是唯一实现“份额提升、销售额增速超过3%、新品数量逆势微增”的品类。火锅调料缘何突出重围？关键在于使用场景的拓宽。随着“一人食”等需求的急速增长，火锅调料成为复合调料市场中占比最高的调味品类。记者看到，在市场需求与供给端创新的相互成就下，火锅调料的风味与规格正迎来全面进阶。

地域风味破圈 多元口味共同发展

曾经，火锅调料的货架上，牛油、辣椒等川渝元素占据绝对主导。如今，多种多样的风味调料纷纷登上消费者的餐桌。

记者在北京百荣商场盒马鲜生门店看到，尽管传统牛油麻辣调料仍占主流，但创新口味火锅调料在货架占比显著提升。“我不太能吃辣，以前选火锅调料只能挑鸳鸯锅，现在番茄、菌汤、酸汤的选择越来越多，能在家吃上不同口味的火锅了。”一位正在选购的消费者告诉记者。盒马数据显示，其自营品牌贵州风味红酸汤火锅调料近一年销量已破万袋，好评率达80%以上。

除了口味的多元创新，健康化、差异化的产品也成为市场新亮点。江中，这个以健胃消食片闻名的药业集团，推出一款江中健消火锅调料，凭借独特的“药食同源”概念和“边吃边消化”的趣味定位，吸引不少消费者购买。不少网友在社交平台表示“看起来好健康”“吃过，麻辣口味的最好吃，又香又有药材的独特味道”。

中研网数据显示，2029年中国火锅底料市场规模预计将突破1000亿元。在数据向好的同时，消费者对火锅调料的需求也呈现出分层趋势。数据统计，18到25岁人群追求“网红属性”“低卡低脂”，偏好番茄、菌汤等创新口味；26到40岁的千禧一代更关注“品质认证”“品牌故事”，偏好高端定制化调料；而五十岁以上的银发族则关注“健康属性”“养生功效”，偏好药膳、骨汤等传统口味。值得关注的是，以往以年轻人为消费主力的火锅调料，实现银发用户增长120%的良好数据表现，这与火锅调料针对需求的分层设计密切相关。

“一人食”场景推动产品规格改变

据悉，中国单身成年人口超2亿人。庞大的消费群体意味着庞大的消费需求，传统的大包装调料，开封后不能及时用完，储存起来也十分不便。“打开一包大规格的火锅调料，意味着接下来几天都要吃同一种口味，很容易吃腻。”一位消费者对记者分享感受。

记者走访市场发现，针对这一痛点，多个品牌推出小规格产品。在北京某超市门店内，记者看到多款固体块状分割、液体小包组合的火锅调料。例如，好人家小块牛油老火锅调料，每块仅90克，一次使用仅需要拆开一块；加点滋味港式金汤花椒鸡风味汤底同样如此，采用70克每包的独立小包装。

据澎湃新闻报道，未来，火锅赛道将会呈现以下三大发展趋势：一是情绪价值将成为品牌差异化竞争的核心；二是健康饮食需求持续升温，火锅赛道将逐渐向健康化升级；三是地域文化红利持续释放，地方特色火锅品类与品牌将迎来新机遇，有望向全国扩张。

地方动态

展会流量变订单增量

湖北借消博会加速消费产业升级

本报讯（记者 **唐 瑞**）第六届中国国际消费品博览会（以下简称“消博会”）虽已落幕，但展会带来的“溢出效应”仍在持续释放。记者从湖北省商务厅获悉，本届消博会期间，湖北交易团以“乐购湖北 共建支点”为主题集中亮相，在500平方米湖北名优消费品特色展区内通过产品展示、场景打造与产销对接协同发力，不仅实现品牌集中“出圈”，更在市场拓展与产业升级层面加速“落地”，取得阶段性成果。

从规模看，记者获悉湖北共组织54家企业参展，围绕“乐购荆楚造”“乐玩荆楚创”“乐品荆楚味”三大板块，集中展示湖北消费产业的整体实力与多元结构。湖北省商务厅负责人告诉记者，与往届相比，此次参展由单一“展示”转向“场景体验+品牌输出”，通过“湖北IP+人工智能+治愈体验”的沉浸式消费场景，强化观展互动性与品牌感知度。

这种转变在展会期间迅速转化为传播热度。以“电鹰飞车”等低空飞行器为代表的“硬核科技”产品成为现场热门打卡点。上述负责人告诉记者，相关话题在新媒体平台累计播放量超过千万次，单条视频最高播放量超60万次；岚图泰山、东风奕派、猛士等智能网联汽车集中亮相，进一步凸显湖北在新能源汽车领域的产业优势。

从产业结构看，湖北此次参展呈现出“智能制造+文化创意+特色消费”的多层次格局。既有新能源汽车、智能机器人等高端制造产品，也有“蒜鸟”系列方言玩偶、西兰卡普土家织锦、十堰绿松石、鄂州斫琴等非遗文创产品，同时覆盖楚酒、楚茶、楚菜等传统消费品，例如蔡林记、武昌鱼、鄂州鱼圆等荆楚美食。“此外，展团还整合了15家老字号、16家荆楚优品、13家非遗企业及15家地理标志用标企业资源，构建起‘本土IP赋能+特色打卡场景+深度治愈体验’的沉浸式消费体验场景，向全球客商全方位展现荆楚好物、荆楚文化、荆楚智造的深厚底蕴与独特魅力。”上述负责人表示，观众可以在三大板块间自由切换，一站式体验从高端智造到非遗文创再到地道美食的完整湖北消费体验。

在这种板块设置下，“湖北团参展成效显著，为湖北消费品产业提质升级、拓展国内外市场、服务中部地区崛起重要战略支点注入了强劲动力。”上述负责人介绍，借助消博会平台，企业市场对接取得实质进展。例如湖北景川药业有限公司与海南黄灯笼食品有限公司正式签约，签约金额达1亿元；湖北扬子江智慧渔业科技有限公司与海南惠施食品有限公司签订2000万元采购订单；十堰4家绿松石参展企业展会成交近20万元；电鹰科技自主研发的电动垂直起降飞行器更是凭借硬核实力，成功获得来自东南亚、中东等地区的意向订单……多点开花的合作格局初步形成。

在业内看来，随着展会效应向产业端、市场端延伸，区域消费竞争已不再局限于“谁展示得更好”，而是转向“谁转化得更快、谁链接得更广”。在这一维度上，本届消博会折射出湖北消费产业发展的新趋势——以新能源汽车、生物医药、食品饮料等为代表的优势产业，正加速向品质化、品牌化、高端化迈进；非遗产品、地理标志产品通过场景化表达与数字化传播，逐步融入现代消费体系，形成新的增长点。

公告栏

永宝斋（北京）拍卖有限公司
2026年五月书画线上文物拍卖会公告
永宝斋精品瓷杂专场（二百八十八）
预展时间：5月4日12时—6日20时
拍卖时间：5月6日20时—23时59分
永宝斋精品瓷杂专场（二百八十九）
预展时间：5月7日10时—9日20时
拍卖时间：5月9日20时—23时59分
永宝斋精品瓷杂专场（二百九十）
预展时间：5月11日10时—13日20时
拍卖时间：5月13日20时—23时59分
永宝斋精品瓷杂专场（二百九十一）
预展时间：5月14日10时—16日20时

挂牌公告
受委托本公司将于2026年5月18日08：00至2026年5月27日16：00通过惠招标（http://www.hbidding.com）网络平台对冀（2018）新河县不动产权第0000289号国有建设用地使用权挂牌转让，标的情况详见惠招标网上交易平台公告信息。标的自即日起在所在地预展，有意竞买者请登录惠招标（http://www.hbidding.com）网络平台获取挂牌文件并按时缴纳竞买保证金取得竞买资格。本公告详细内容已于2026年4月28日发布在惠招标网和邢台市公共资源交易网。咨询电话：13472110688。

河北卓肉拍卖有限公司
拍卖公告
受泰合资产管理有限公司委托，我公司将于2026年5月7日。上午10时在颐正大厦会议室公开拍卖以下标的：1.粮仓大众保温防腐有限公司债权，截金基准日：2025年12月31日，债权本金396.93万元，利息63.03万元。2.山东耀昌集团有限公司债权，截至基准日：2026年4月14日，债权本金11897.57万元，利息2850.27万元。展示时间及地点：即日起到本公司查阅资料。有意竞买者请于2026年5月6日下午4点前交纳竞买保证金，并持相关有效证件到我公司办理竞买手续。注：国家公务员、地方资产管理公司工作人员，参与该项资产处置工作的相关中介机构所属人员，债务人、担保人为自然人的，其本人及其直系亲属，债务企业的控股股东、实际控制人及其控股下属公司，担保企业及其控股下属公司，债务企业的其他关联企业，上述主体出资成立的法人机构或者特殊目的实体，国家金融监督管理总局认定的其他不宜受让的主体等不得参与竞买。联系电话：18853160952。

山东汇丰拍卖有限公司
2026年4月30日
辽宁农商银行抵债资产拍卖公告
我公司接受委托，于2026年5月11日9.30在辽宁省公共资源拍卖网对以下标的进行公开拍卖。一、拍卖标的：1.首山镇新风龙腾花园人民街的6套住宅，每套面积119.8~149.73平方米，起拍价23.72~32万元；2.首山镇龙翔小区胜利街的4套住宅，每套面积102.06~159.02平方米，起拍价21.8~39.97万元；3.佟二堡泓景茗城二期34号楼的2套住宅，每套面积85.58平方米，起拍价21.9万元；4.灯塔天福商业广场A座一层外37号商网，面积692.86平方米，起拍价250.61万元；5.佟二堡泓景茗城车库24套，每套面积20.31~41.81平方米，起拍价5.22~10.75万元；6.辽阳市白塔区南郊街闸、三里街北、后地路西（华御世家）仓房175套，每套面积6~39.5平方米，起拍价0.4~2.65万元。二、展示时间：2026年5月1日至9日。三、展示地址：房产所在地；四、报名时间：2026年5月4日至9日15:00止。五、报名方式：现场交纳竞买保证金，办理竞买手续，地址：辽阳市白塔区劳动街25-3号。六、咨询电话：13624939589。

辽宁万达拍卖有限公司
2026年4月30日
拍卖公告
受委托，我公司定于2026年5月9日9:30通过全拍网（https://www.allauc.com）对“秦皇岛市山海关区三清观附近原耐辅厂部分工业用房5年期租赁权”进行公开拍卖。展示时间：5月6日-7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5月8日16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，否则视为自动放弃其权利。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
江苏博大拍卖有限公司拍卖公告
受委托，定于2026年05月08日上午10时，在全拍网（https://www.allauc.com/）拍卖：1.苏E03637公牌小型轿车一辆。2.一批废旧路灯及附属设施；3.报废中型专项作业车一辆；详情备案。即日起接受咨询并展示。有意竞买者，请持合法有效证件及保证金到本公司报名，报名截止至2026年05月07日17时。咨询电话：0516-88336359、13905220228。公司地址：睢宁县广播电视台北楼二楼。

2026年4月30日
涉县平安街道办事处3处房屋租赁权
拍卖公告
受委托，我公司定于2026年05月07日14时30分在涉县公共资源交易中心开标室通过“中拍平台（https://paimai.caa123.org.cn/）”公开拍卖；涉县平安街道办事处3处房屋租赁权，租赁期限五年。展示及报名时间：2026年04月30日至2026年05月06日16时止。竞买人须在中拍平台上完成注册登记，并在规定的时间内完成竞买报名。联系电话：18631084169。

河北中晟德信拍卖有限公司
2026年04月30日
河北鑫宝冶金集团有限公司符山铁矿部分废旧设备公开拍卖公告
受委托，我公司定于2026年05月08日10时在涉县公共资源交易中心开标室通过“中拍平台（https://paimai.caa123.org.cn/）”公开拍卖；河北鑫宝冶金集团有限公司符山铁矿部分废旧设备。预展时间地点：2026年05月04日至2026年05月05日，在涉县展示。报名时间：2026年04月30日至2026年05月07日16时止。竞买人须在中拍平台上完成注册登记，并在规定的时间内完成竞买报名。联系电话：18631084169。

河北中晟德信拍卖有限公司
2026年04月30日
河北鑫宝冶金集团有限公司符山铁矿废旧车辆公开拍卖公告
受委托，我公司定于2026年05月07日16时在河北鑫宝冶金集团有限公司会议室通过“中拍平台（https://paimai.caa123.org.cn/）”公开拍卖；河北鑫宝冶金集团有限公司符山铁矿废旧车辆。预展时间地点：2026年05月04日至2026年05月05日，在涉县展示。报名时间：2026年04月30日至2026年05月06日16时止。竞买人须在中拍平台上完成注册登记，并在规定的时间内完成竞买报名。联系电话：18631084169。

河北中晟德信拍卖有限公司
2026年04月30日
拍卖公告
受委托，我公司定于2026年5月11日上午10时（延时除外）在中拍平台（https://paimai.caa123.org.cn/）公开拍卖一批闲置物资整体打包拍卖，起拍价129777.10元。拍品明细请登录中拍平台查看）。说明：1.拍卖标的均以存放现状为准，竞买人参拍前需认真查验标的实物及相关手续，拍卖成交后拍卖人及委托方不承担瑕疵担保和其它相关责任；2.竞买人报名时需持现行物资回收资质及3万元参拍保证金办理报名手续；3.拍卖成交后，委托方与买受人签订废旧资产销售合同，且买受人将3万元履约保证金汇入委托方指定账户后，参拍保证金扣除拍卖佣金后退还买受人；4.未成交者其参拍保证金在拍卖结束后三个工作日内无息退回。对违约者，扣参拍保证金扣除拍卖佣金后转为违约金不予返还并追究其违约责任。5.成交后买受人须在3日内足额缴清成交价款、拍卖佣金，中拍平台软件使用费。6.报名时间及标的展示时间：公告见报之日起至5月10日下午17时止，展示地点：标的所在地。报名电话：15847133357。看货联系电话：18947770388。

内蒙古宇皓拍卖有限责任公司
2026年4月30日
空白区域招商
滴卓思品牌业务发展需要长期招商：现招玩具、家具、餐具、蜡烛、卸妆纸、保温水瓶、榨果汁机、猪肉脯、食用玉米淀粉、服装、折叠婴儿车、旅游睡袋、洗洁精，空白区域经销商。

艾塔（广州）实业控股有限公司
胡先生：13501481537
拍卖公告
受委托，本公司定于2026年5月7日10时在中拍平台对下列标的进行公开拍卖。现就相关事项公告如下：一、拍卖标的：浙BJ9N26大众牌轿车，注册日期2013年11月8日，起拍价5346元，保证金2000元；二、标的咨询、看样：从公告发布之日起接受咨询、看样。三、报名方式：竞买人保证金须于2026年5月6日16:00前支付，并于16:30之前自行在中拍平台完成网上报名手续。四、联系电话、地址：0574-27821122、13386656568李先生浙江省宁波市鄞州区百丈东路2368号（宁波海逸大酒店5楼）未尽事宜详见拍卖会专场资料。

浙江天一拍卖有限公司
2026年4月30日
拍卖公告
受委托，本公司于2026年5月12日10:00时在中拍平台（网址：https://paimai.caa123.org.cn/）公开拍卖标的如下：奔驰牌中型普通客车一台，2012年注册登记。大马牌中型普通客车一台，2018年注册登记。依维柯牌中型普通客车一台，2019年注册登记。有意竞买者请于即日起至2026年5月12日9时缴纳竞买保证金并办理竞买登记手续，保证金以款项到指定账户为准。标的展示地址：重庆市九龙坡区华九路。标的展示时间：公告即日起在标的所在地预展。联系电话：17308359449。

重庆志成拍卖有限责任公司
2026年4月29日
拍卖公告
受委托，我司定于2026年5月8日上午10:30在中拍平台对湘HHU013东云巡洋舰[TMHY05]小型越野客车进行公开网络拍卖，标的展示日2026年5月6日-7日，标的存放于湖南省长沙市雨花区湘府东路二段199号，意向竞买人请于2026年5月8日10:30前在中拍平台办理网上报名及缴纳保证金。其他详情请咨询力15874046616吴13975828965。

湖南省拍卖行有限责任公司
拍卖公告
受委托，我公司定于2026年05月12日上午9时在“南召县公共资源国有产权交易平台（hnprec.com）”拍卖下列标的：南召县人民路374号临街门面房12间九个标的，总建筑面积204平方米，两年零八个月经营租赁权。有意竞买者请于2026年05月11日12时前进入电子交易系统，注册报名并按照页面提示缴纳竞买保证金，以网上交易系统显示到账为准。拍卖成交后，买受人需要将两年零八个月的总成交价X3.5%拍卖佣金交到我公司账户。本次拍卖的标的在同等条件下，原租赁户享有优先权。展示时间：自公告之日起。展示地点：标的物所在地。咨询电话：18303779766。

河南鑫坤拍卖有限公司
2026年04月29日
声明
截止2026年04月28日，吉安县商会大厦（产业孵化综合大楼）建筑外环境市政配套工程已竣工结算完毕，我公司已结清该项目所有工程费用，不存在任何拖欠问题。今后一切事务与纠纷包括但不限于民工上访事件、诉讼事件等均与我公司及项目部无关，一切纠纷由刘国华承担，江西富豪路桥建设有限公司吉安县分公司，特此声明。

遗失声明
沧州质谨精密机械有限公司（统一社会信用代码：91130925MA0CGK5H0H）遗失合同章一枚，声明作废。

登报电话：13080793002