消费舆情热点2026年5月、6月报

热点事件之一：

央视曝光6分钱一支“脏牙刷”主要供给民宿

【事件概况】

近日，央视财经《财经调查》栏目发布暗访报道，曝光了江苏扬州江都区部分小型加工厂、隐蔽黑作坊违规生产劣质一次性牙刷乱象。调查显示，涉事作坊采购化工废料桶、废旧家电外壳、废弃拖鞋边角料、用过的旧牙刷、废弃口罩等回收废料，全程不清洗、不消杀、无质检，直接粉碎熔融加工成一次性牙刷，最低出厂价仅6分钱一支。

该类廉价劣质牙刷通过酒店用品批发市场流通，主要供货全国各地中小型民宿、低端旅馆，连锁酒店极少采购。专家提示，回收塑料多次高温加工会析出重金属、有害化学物质，牙刷直接接触口腔黏膜，有害物质易侵入人体，长期使用易引发口腔炎症、慢性健康隐患。

报道播出当晚，扬州市场监管部门连夜开展排查行动，现场查封涉案劣质牙刷、废料颗粒共计4.4吨，对涉事作坊立案调查，同步开展区域一次性洗漱用品行业专项整治行动。事件迅速全网扩散，引发大范围舆论热议。

该事件在网络上引发热议，截至6月22日，该话题网络信息量达20余万条，短视频平台和客户端成为热度最高的媒体渠道，媒体报道和网友评论主要围绕“脏牙刷、6分钱、病毒、民宿、酒店用品”等关键词展开。

【媒体视角】

视角一：央视财经《财经调查》栏目聚焦黑作坊生产全过程，完整披露废料采购、无处理加工、低价分销全链条，直观展现废旧化工原料制作牙刷的触目惊心细节，侧重事实曝光、风险科普，点明劣质牙刷健康危害，直击生产端违规乱象。

视角二：新京报等媒体跳出单一作坊问题，梳理了“废料回收——小作坊生产——批发市场分销——民宿采购”的完整利益链，剖析民宿为压缩运营成本盲目低价采购、批发市场低价倾销、作坊靠回收塑料牟利的多层诱因，指出低价竞争是乱象滋生核心诱因。

视角三：有媒体分析零散小作坊隐蔽性强、日常监管难度大、一次性小商品监管易松懈等问题，提出源头整治、市场抽检、住宿行业溯源管控、长效监管机制完善等整改对策。

【网民观点】

@飞天野猪：每次住民宿用免费牙刷刷毛很硬，刷完牙龈肿痛，看完报道终于找到原因，想想后怕不已。

@cafe：厂家毫无底线，民宿只看采购价格不顾客人健康，不能只处罚作坊，采购劣质用品的民宿也要追责。

@独家记忆：以后出门旅游住宿坚决自带牙刷牙膏，不能图省事用民宿提供的免费一次性洗漱用品了。

【事件延伸】

近日央视曝光的6分钱回收废料牙刷大量流向民宿，废旧化工桶、烂拖鞋变身入口牙具事件，给日用品生产、住宿行业与市场监管敲响多重警钟。劣质牙刷乱象，根源在于逐利漠视底线。作坊舍弃合规全新原料，用废弃废料加工压缩生产成本，依靠6分钱的超低售价抢占低端市场；众多中小民宿受经营成本压力影响，采购时一味比价，忽视产品质量与安全资质。很多经营者抱有“一次性用品只用一次无所谓”的错误认知，把成本节约凌驾于消费者健康之上。同时，一次性洗漱用品属于小众低值易耗品，零散小作坊藏身乡村民居，隐蔽性强，日常监管存在盲区，难以全面排查。

小小牙刷连着公共健康，绝不能放任劣质产品泛滥。口腔黏膜脆弱通透，回收塑料加工产生的有毒物质极易渗入体内，短期引发口腔不适，长期存在慢性健康隐患，绝非小事。整治乱象不能止于曝光后的临时查封处罚，需要全链条精准治理。在生产端要加大对作坊排查整治，严格塑料制品生产准入，严厉打击回收废料违规加工日用品行为；在流通端要强化酒店用品批发市场抽检溯源，杜绝劣质产品流通；在消费端须压实民宿、旅馆主体责任，明确采购查验义务，杜绝无资质劣质用品进店使用。

除此之外，也要引导行业理性竞争，破除一味拼低价的不良风气。同时做好消费科普，提醒公众外出住宿提高防范意识，养成自备洗漱用品习惯。监管部门更要建立常态化巡查抽检机制，避免运动式整治。守住一支牙刷的安全，就是守住出行健康底线，多方协同发力，才能彻底斩断劣质日用品黑色产业链。

（坤 源）

热点事件之二：

山姆会员店因食品安全乱象被国家市监总局约谈

【事件概况】

5月至今，全国多家山姆门店陆续曝出熟食生蛆、预制食材过期、冷链储存不当、散装食品卫生不达标等多起消费者投诉；多地消费者反馈买到发酸烘焙品、霉变肉类、过期沙拉，门店初期仅以小额礼品卡补偿，未全面下架溯源整改，导致问题反复出现。6月15日，国家市场监管总局正式约谈沃尔玛山姆中国总部，直指其品控松懈、供应链管理漏洞、售后处置敷衍三大问题。随后山姆中国总裁、首席采购官先后离任，品牌发布整改致歉公告，承诺完善供应链巡检、门店实时抽检、售后快速赔付机制。

该事件在网上引发热议，数据分析显示，截至6月22日，相关话题累计阅读量22.8亿、讨论量68.5万，其中微博和短视频平台成为热度最高的媒体渠道和平台，媒体报道和网友评论主要围绕“山姆、市场监管、约谈、整改、食品安全”等关键词展开。

【媒体视角】

视角一：多家媒体报道了山姆会员店因食品安全问题被国家市场监管总局约谈的事件。山姆方面回应称：“目前，公司已由管理层牵头成立专项整改工作组，第一时间启动全渠道、全链路专项自查整改。公司严格遵照相关法规及监管要求，全面优化食安管控和商品品控。”

视角二：有媒体评论指出，商超扩张速度不能超越供应链管控能力，山姆近年门店快速下沉，本土化供应商激增，但审核、巡检体系未同步升级，埋下食安隐患。

【网民观点】

@傍晚的清醒：花260元年费办会员是买安心，结果食品频繁出问题，高端超市徒有虚名。

@YIYU：不止山姆，多家会员商超都存在散装熟食管理漏洞，行业通病亟待整治。

@陆拾陆：约谈换人只是开端，希望后续整改效果能长期公开监督。

【事件延伸】

山姆会员店被国家市场监督管理总局约谈的舆情，折射出当下会员制商超发展的共性矛盾：规模扩张与品质管控失衡、品牌溢价与服务价值脱节。山姆凭借高端定位、精选商品积累大量中产消费者，消费者每年主动缴纳会员费，本质是用付费换取稳定的食品安全、优质购物体验，这份信任是品牌长久发展的根基，却在快速扩张中逐渐被消耗。

近些年山姆持续新增线下门店，下沉二三线城市，为压缩成本大量引入本土中小供应商，但上游资质审核、仓储冷链、门店现场抽检的管理体系没能同步完善。熟食、预制菜、散装食品流转环节多，稍有疏忽就容易出现变质、滋生微生物问题。面对消费者投诉，门店长期采用礼品卡简单补偿，缺少问题溯源、批次下架、流程复盘的完整处置，小事积累最终演变为系统性食品安全隐患，直至被监管部门约谈问责。

会员制商业模式的核心逻辑，从来不是靠会员费盈利，而是依靠过硬品质留住消费者。此次高管调整、全面整改，不是一次危机公关，而是品牌必须完成的自我纠错。

此次事件也给整个会员商超行业敲响警钟：消费升级背景下，消费者不再盲目追捧高端标签，更看重实实在在的品质。监管部门需常态化开展商超食品安全抽查，细化会员商超责任规范；商家要平衡扩张与管理，完善全链条管控；消费者也要积极维权。唯有守住食品安全底线，高端品牌才能走得长远。

（坤 源）

热点事件之三：

遇见小面起诉渝见小面商标侵权引争议

【事件概况】

近日，连锁品牌遇见小面（上市餐饮企业）以商标近似侵权为由，起诉河南南阳夫妻经营的街边小店渝见小面，要求店家赔偿七八千元。该街边小店出售的重庆小面仅8元一碗，夫妻薄利经营多年，无力承担赔偿，店主哭诉视频在网络传播引发大范围热议。网友认为，大企业利用商标权打压个体小微商户，缺乏人情味。舆情发酵后，6月13日遇见小面紧急发布声明撤销诉讼，创始人公开致歉，无偿开放“渝见”相关商标给同类小微面馆免费使用，完善商标维权边界机制。

该事件引发媒体报道及网友关注，截至6月22日，全网话题总阅读19.6亿、讨论量52.3万，其中客户端和短视频平台成为热度最高的媒体渠道和平台，媒体报道和网友评论主要围绕“遇见小面、渝见小面、起诉、商标、侵权”等关键词展开。

【媒体视角】

视角一：针对此事件，人民网发表评论称，商标维权合法，但维权要有温度，大企业不能机械套用法规“一刀切”挤压小微个体户，法理之外兼顾人情底线。

视角二：有媒体汇总网络信息，发现南阳渝见小面被遇见小面起诉商标侵权并非个例。江苏常州、广东东莞、山东广饶、重庆、成都等全国多地多家个体餐饮门店，均已经或正在被广州遇见小面餐饮股份有限公司起诉，理由仍然是商标侵权。

【网民观点】

@严肃的咸鱼：连锁大企业和街边小店不存在竞争，没必要较真起诉，缺少人情味。

@莫愁莫愁：小店取名纯属地域习惯，没有蹭品牌热度牟利，不算恶意侵权。

@ganh：希望出台细化标准，区分恶意仿冒与无意重名，保护小微实体店。

@吗喽大王：合法维权不等于强势维权，不能用资本优势为难普通谋生商户。

【事件延伸】

遇见小面起诉渝见小面事件，表面是一字之差的商标纠纷，深层折射连锁品牌与个体小店的生存博弈，也厘清了知识产权维权的边界尺度。从法律层面来讲，注册商标依法享有排他保护权，品牌开展维权本身无可厚非，但法律不是冰冷条文，维权不能脱离现实场景与情理考量。

涉事街边小店经营者是普通务工夫妻，开店取名“渝见小面”源于重庆地域简称“渝”，属于地方餐饮习惯性命名，开店多年客源都是周边街坊，经营范围狭小，从未借助连锁品牌名气引流牟利，不存在刻意仿冒、蹭品牌流量的主观意图。反观遇见小面是全国连锁上市品牌，门店遍布多城，二者客源、经营规模完全不存在竞争关系，此时执意起诉索赔，难免让公众产生大企业仗资本优势为难谋生小店的观感。

事件发酵后品牌及时撤诉、公开致歉、开放商标使用权，及时纠正了维权误区，化解舆论矛盾，但也留下深刻启示：知识产权保护既要守住法治底线，也要拿捏人情分寸。品牌方应当提前完善商标矩阵布局，预判地域命名重合风险，遇到疑似侵权优先沟通提醒，而非直接提起诉讼；司法、市场监管部门也要细化商标侵权判定细则，区分恶意傍名牌和无意巧合命名，防止诉讼权滥用。

实体经济里街边小店承载市井烟火，连锁品牌代表行业规范化发展，二者并非对立。商业发展离不开小微商户的烟火生态，大企业维权既要依法依规，也要常怀同理心，做到法理有度、人情有温度，才能实现行业良性共生。

（坤 源）

终结无序补贴 新规划定外卖竞争红线

2026年6月17日，国家市场监督管理总局正式发布《外卖平台补贴行为规范十条（征求意见稿）》（以下简称《征求意见稿》），面向全社会征求意见，意见反馈截止至7月17日。据悉，这是国内首份专门针对外卖平台补贴乱象出台的专项规范性文件。近年来，各大外卖平台轮番开启长期大额补贴竞赛，拼价格、拼补贴，以资本优势掀起低价内卷竞争，强制商家分摊补贴成本、挤压骑手合理收益、倒逼餐品降质缩水，看似让利消费者的低价活动，实则埋下了全行业的发展隐患。笔者认为，《征求意见稿》的出台，虽然在短期内或将使行业经历一段阵痛期，让部分“超低价”外卖彻底消失，但长远来看，此举直击外卖产业长期存在的恶性竞争病灶，是一次平衡消费者、餐饮商家、外卖骑手、平台四方权益的关键积极尝试，为外卖行业的健康、可持续发展划定出清晰法律边界。

据了解，此次《征求意见稿》是依据《反垄断法》《反不正当竞争法》《价格法》等多部法律制定，核心划定了四大监管框架：一是确立良性竞争总原则，严禁平台依靠长期、大额补贴排除、限制市场竞争；二是明确禁止强制摊派行为，不得借助流量、算法等逼迫商家、骑手承担补贴成本；三是规范补贴资金来源，仅允许平台使用自有利润开展促销，杜绝交叉补贴、资本无序烧钱；四是建立补贴公示监督机制，平台开展补贴活动需提前7日公开资金来源、规模、周期及市场影响自评，活动结束后留存台账备查，明确各类违规行为对应的法律责任。

监管层起草《征求意见稿》的必要性，牢牢根植于外卖行业持续恶化的“内卷式”竞争现实。具体表现为：其一，资本补贴扭曲价格信号。多家平台连年投入千亿级营销费用“烧钱换流量”，竞争重心从菜品、配送、服务转向低价“断杀”，致使市场优胜劣汰机制失效，优质中小商户被持续边缘化；其二，商家经营自主权被架空。平台将补贴与流量挂钩，商家若不参与低价活动就被大幅限流，参与则利润受到压缩，只得被动缩减食材、压缩出餐成本维持经营；其三，骑手权益连带受损。平台为承接低价爆单不断压缩配送时效，派单强度持续提升，补贴带来的订单增量并未转化为骑手收入增长，反而加剧交通安全与劳动保障风险；其四，无序补贴冲击线下实体经济。超低价线上外卖分流线下客流，扰乱餐饮行业正常定价体系，形成“低价低质—消费者体验下滑—行业整体萎缩”的恶性循环，专项规范的出台已成行业治理刚需。

而站在普通消费者的视角，《征求意见稿》一旦落地，最直观的感受，便是大额满减、一元秒杀、低价神券等促销活动的大幅减少，以往的“超低价”外卖或将一去不复返。可预见到的是，许多消费者在短期内会倍感沮丧。在过去，平台依靠自有资金的兜底补贴，消费者常能以远低于线下堂食的价格下单。新规落地后，平台无法再持续推出超低价引流活动，商品真实成本、人工成本将完整体现在定价中。

值得注意的是，上述价格上涨并非行业永久趋势，在阵痛过后，市场将回归“一分钱一分货”的定价逻辑，消费者无需再为低价承担食材缩水、后厨卫生差、配送超时等隐性成本，长期消费体验将得到实质性改善。

不同于以往的碎片化监管措施，本次的《征求意见稿》直击资本无序竞争的底层逻辑，重新分配平台、商家、骑手、消费者的权责收益，有望真正实现全产业链均衡盈利。对餐饮商家而言，文件禁止平台强制分摊补贴成本，商家拥有自主选择是否参与促销活动的权利，无需为换取流量亏本经营，利润空间得到保障，中小商户无需再被动卷入价格战，优质实体餐饮得以留存发展；对外卖骑手群体，平台不再单纯依靠低价爆单压榨配送时效，订单结构回归合理区间，派单强度、配送时长回归常态，小费、出餐效率也会同步改善，综合收入将更加稳定；对平台自身来说，监管会倒逼竞争逻辑转型，平台必须从“烧钱抢流量”转向提升配送效率、优化商家服务、完善用户体验等良性赛道，专注可持续的经营模式，摆脱对资本补贴的依赖；最后对消费者来说，市场一旦摒弃“低价低质”恶性循环，消费者支付的每一笔费用都将对应相应的菜品与服务，真正实现“物有所值”。

可以看到，除《征求意见稿》外，今年6月1日起正式施行的《网络餐饮服务经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》，也是外卖行业另一项核心监管文件，二者形成“价格竞争+食品安全”双维度监管闭环。前者管价格与公平，后者管品质与安全，两套规则同步发力，补齐了外卖行业长期存在的监管空白。

近期市场监管部门连续出台外卖专项监管政策，释放出了清晰的积极信号。第一，外卖平台经济治理进入精细化、常态化阶段，正在告别“先野蛮生长、后集中整治”模式，针对外卖平台建立起事前规范、事中监督、事后追责全链条监管体系，推动平台经济规范化、法治化发展；第二，监管导向从单纯促规模扩张转向兼顾稳就业、护民生、保实体，平衡资本、商户、劳动者、消费者多方利益，杜绝资本无序扩张挤压实体经济生存空间；第三，政策引导行业摒弃粗放式价格竞争，推动产业向品质化、服务化、差异化升级，依靠产品与服务创新获取市场份额。

需看到，我国外卖行业已彻底告别增量扩张时代，全面迈入存量竞争阶段。过去依靠烧钱低价抢夺用户的情形，如今只会加剧行业内耗。监管层出台新规，本质是倒逼行业适配存量市场发展规律，引导平台把竞争重心放在服务、品质、数字化运营等核心能力上，而非单纯比拼资本补贴力度。监管政策并非限制行业发展，而是为外卖产业清除无序竞争障碍，搭建公平稳定的发展环境。短期行业的调整阵痛不可避免，但只有摆脱资本内卷、回归经营本质，外卖行业才能持续释放消费活力，真正成为赋能餐饮实体经济、便利群众日常生活的民生服务业态。

（科 斯）

票价便宜行李费贵！
廉航“行李刺客”引质疑

“我经常坐飞机出差，这是第一次碰到20寸行李箱不让免费带的情况。”日前，广东河源消费者江先生告诉记者，前段时间，自己乘坐从广州飞往越南胡志明市的航班，在机场打印登机牌窗口被告知“行李尺寸超标”。为了把行李带上飞机，江先生只得额外支付了220元。他注意到，旅客中大概有三分之一的人被要求补交费用，“有的人带的行李比较多，尺寸和重量都超标了，超额行李费甚至比票价高”。

江先生回忆称，当初购票时，平台页面显示“无免费托运行李额”，该票价只含一件手提行李。被工作人员拦下后，他又打开购票平台仔细翻找，发现价格页并未提示手提行李的规格限制，只有点进详情页，才能在“行李规定”的下拉选项中看到具体标准：手提行李的尺寸上限是20cm×30cm×40cm，重量上限是7KG。记者了解到，该尺寸对应的行李箱规格最大为14寸。而人们公认的“登机箱”20寸行李箱的尺寸约为22cm×35cm×51cm。

“我之前也坐过这家航司的飞机，从来没有这种限制，为什么规则突然变了？”江先生说，该航司机票价格相对优惠，因此赢得不少乘客的青睐，但以这次旅途为例，如果算上220元的行李费，就没啥价格优势了。

“为带箱子花钱升舱”“忍痛把箱子丢在机场”“到登机口才被拦下，现场购买行李额比网上贵得多”“本来有免费托运额，得知手提行李超标时已经来不及”……一段时间以来，在各大社交平台上不少网友吐槽这种现象，所涉航司主要为“低成本航司（廉航）”，其机票价格通常相对低廉。记者检索发现，目前，市场上的廉航对经济舱随身行李的规定基本一致。

“围绕20寸行李箱的争议，背后是民航市场精细化运营和消费者传统出行习惯之间的碰撞。”环球旅讯数据业务负责人李瀚明对记者表示，国航、南航、东航等全服务航司目前仍普遍允许携带20寸行李箱登机；而一些廉航缩减随身行李尺寸，是为了实现机票“裸价”销售，属于正常的商业模式调整。问题在于，部分航司在部分舱位暗自收紧标准时，没有给消费者明确、直观的提示。消费者面对突如其来的付费要求，自然会产生“二次收割”的感觉，从而吐槽其为“行李刺客”。

李瀚明建议，不论是在官网还是第三方在线旅游平台销售机票，航司都应将行李额度及具体尺寸作为核心条款进行显著提示，例如，以弹窗的方式要求乘客勾选确认，而非仅用小字标注。

（工人日报）

公告栏

拍卖公告

受委托，本公司于2026年7月7日10:00时在中拍平台（网址：https://paimai.caa123.org.cn/）公开拍卖标的如下：标的一：依维柯牌普通中型客车一台，2018年注册登记。标的二：金旅牌大型普通客车一台，2024年注册登记。标的三：晶马牌中型普通客车一台，2020年注册登记。标的四：大通牌中型普通客车一台，2015年注册登记。展示地址：安徽省合肥市肥西县云谷路。有意竞买者请于即日起至2026年7月7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6月26日

拍卖公告

拍卖标的：书画、陶瓷、玉器、杂项等（详见拍品明细）。拍卖时间：2026年7月17日。展示时间：2026年7月15日--7月16日。展示地点、拍卖地点：天津市河东区十一经路河东金融大厦三层。联系方式：022-27314972。凡参加竞买者需凭相关证件交纳竞买保证金5万元并办理竞买手续。（注：每周一到周五时间段长期在同方小程序举行网络拍卖会，欢迎参与）。

天津市同方国际拍卖行有限公司
2026年6月26日

拍卖公告

黑龙江省祥挚拍卖有限责任公司接受委托，于2026年7月3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：勃利县农业机械服务站所属七台河市勃利县长安街，1号标的建筑面积220㎡，混合结构，起拍参考价年租金25104元。2号标的建筑面积48㎡，混合结构，起拍参考价年租金9982元，实际用途为商业的房屋进行对外发包租赁，承租期叁年。展示日期、地点：2026年6月26–30日在标的物所在地展示。联系人：孙女士联系方式：15246407772。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1号标的伍仟元整，2号标的叁仟元整（交款方、竞拍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）；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7月2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

受委托，内蒙古中财拍卖有限公司定于2026年7月3日10时起在中拍平台（https://paimai.caa123.org.cn/）公开举办思域牌机动车网络拍卖会，预展时间：2026年6月26日至2026年7月2日，预展地点：中拍平台线上展示，联系电话：13847385468苏先生。

拍卖公告

受委托，定于2026年07月03日上午10时，在全拍网（https://www.allauc.com/）拍卖：1、解放路商业总公司门西第一间原“晨光文具”房屋年租赁权。2、睢宁县红叶北路东侧“睢宁县脑瘫康复中心”房屋租赁权；详情备索。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07月02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。

江苏博大拍卖有限公司
2026年6月26日

拍卖公告

受委托，定于2026年07月09日上午10时，在全拍网（https://www.allauc.com/）拍卖：睢桃路北侧老库区门东侧房屋年租赁权；详情备索。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07月08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。

江苏博大拍卖有限公司
2026年6月26日

拍卖公告

接受委托，我公司定于2026年7月3日10时，在3G拍卖平台（网址：https://3g.cibroad.com）对以下标的承租权，进行公开拍卖。标的1、天津市西青区杨柳青津同公路29号三鸡场青3栋，租赁年限三年（自2026年8月1日起至2029年7月31日止），年租金125000元。标的2、天津市西青区杨柳青津同公路29号三鸡场青4栋及蛋库，租赁年限五年（自2026年7月1日起至2031年6月30日止），年租金145000元。展示时间：2026年6月29日–30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、13672119153。特别提示：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7月2日16时前，将标的1、2、竞拍保证金各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6月26日

拍卖公告

受委托，我公司对以下物资：废旧物资、搅拌站、废金属、废钢材、废钢筋头、废旧钢模板、废旧台车、废旧设备、废旧工程车辆、废电缆、废旧电机、废旧变压器、活动板房、钢筋棚、废塑料、二手车、水泥罐、办公用品、废木料、龙门吊等以及珠宝、首饰、文玩、房产、产权、土地、股权等面向社会公开拍卖：一、拍卖时间:2026年6月26日–2026年7月26日9：00、9:30、10:00、10:30、11：00、11:30、13:00、13:30、14:00、14:30、15:00、15:30、16:00、16:30、17:00、17:30、18:00、18:30、19:00、19:30、20:00、20:30；二、拍卖地点:中拍平台(https://paimai.caa123.org.cn)；三、展示时间:标的开拍前48小时；四、展示地点:标的所在地；五、报名时间:截止开拍前；六、竞买保证金:缴纳竞买保证金须联系拍卖公司或详见拍卖会竞买须知，按拍卖会的要求缴纳竞买保证金。户名:河北玖贸拍卖有限公司，账号：9550880233428700123，开户行：广发银行槐安路支行，电话:19031718332。

河北玖贸拍卖有限公司

青铜峡市鸽子山污水处理站及中水再利用项目
环境影响评价征求意见稿公示

一、查阅报告书的方式和途径：链接：https://pan.baidu.com/s/1y2beW6J1yUv60MKPkZPSuQ。提取码：dnbx。查阅方式和途径：通过邮寄或现场查阅。建设单位：青铜峡市葡萄产业投资发展有限公司，联系电话：李部长18609533350邮箱：qtxsptjcytzgs@163.com，地址：吴忠市青铜峡市树新林场。环评单位：众旺达（宁夏）技术咨询有限公司，联系电话：0955–6556055，地址：银川市金凤区金榜大厦13楼。二、征求意见的公众范围：受项目直接或间接影响的公民、法人和其他组织。三、公众意见表的网络链接：链接：https://pan.baidu.com/s/1MFk5d3NS1OdD9EubIhgRRw。提取码：jpps。四、公众提出意见的方式和途径：可通过邮寄等方式将有关的意见和建议进行反馈。五、公众提出意见的起止时间：自公示之日起10个工作日。

青铜峡市葡萄产业投资发展有限公司

宜宾仲裁委员会公告

成都远亮共创企业管理有限公司：宜宾仲裁委员会（以下简称本会）受理申请人穆林海与你公司之间的电子商务合同纠纷一案，案号为〔2025〕宜仲案字第927号，经公告送达相关仲裁资料后依法缺席开庭审理，已作出裁决，现依法向你公司公告送达〔2025〕宜仲案字第927号裁决书。自发出公告之日起，经过30日，即视为送达。本会地址：四川省宜宾市叙州区南岸街道酒都剧场11号门4楼；电话0831–3622612。

宜宾仲裁委员会
2026年6月26日

宜宾仲裁委员会公告

成都蜀啼科技有限公司：宜宾仲裁委员会（以下简称本会）受理申请人白金鹏与你公司之间的合同纠纷一案，案号为〔2026〕宜仲案字第459号，现依法向你公司公告送达应裁通知书、举证通知书、仲裁规则、仲裁员名册、送达地址确认书、三人庭仲裁员选（指）定书、独任庭仲裁员选（指）定书等仲裁文书及申请人提交的仲裁申请书（副本）和证据材料，自公告之日起30日即视为送达。公告送达后10日内提交答辩书、证据材料和仲裁员选（指）定书。本会地址：四川省宜宾市叙州区南岸街道酒都剧场11号门4楼；电话0831–3622612。

宜宾仲裁委员会
2026年6月26日

福州市台江区劳动人事争议仲裁委员会公告

福州看购网络科技有限公司：本委已立案受理申请人高魏明、叶晨欣诉你单位有关工资劳动争议案件，因其他方式无法向你送达仲裁文书，现依法向你单位公告送达本委台劳人仲案字[2026]第195号、第205号《裁决书》。限你（单位）自本公告发布之日起三十日内到本委（福州市台江区安南路18号群升商务中心五楼台江区人力资源和社会保障局法规仲裁科办公室）领取，逾期视为送达。本委地址：福建省福州市台江区安南路18号群升商务中心5层；联系电话：0591–62006820。

福州市台江区劳动人事争议仲裁委员会
2026年6月24日

福州经济技术开发区劳动人事争议仲裁委员会公告

福建五福恭汇科技有限公司：本委受理申请人张艳玲与被申请人福建五福恭汇科技有限公司因劳动报酬争议一案，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开劳人仲案字〔2026〕第178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。本委地址:马尾区罗星西路30号时代广场3楼;联系电话:0591–83682592。

福州经济技术开发区劳动人事争议仲裁委员会

邯郸市劳动人事争议调解仲裁委员会开庭公告

邯郸鹏鑫特种钢铁有限公司：本委受理武爱国与你公司劳动争议一案（邯劳人仲案2025–737号）。现向你公司送达举证通知书、申请书及开庭传票，自本公告发出之日起，经过30日即视为送达。提出答辩状的期限和举证期限均为公告期满后15日内，后定于2026年8月13日上午9时在本委仲裁庭开庭审理，逾期将依法缺席裁判。

债权转让通知公告

根据《中华人民共和国公司法》及福建宏顺融资租赁有限责任公司股东会2025年第八次会议决议，转让人福建宏顺融资租赁有限责任公司（统一社会信用代码91350105717310778X）已将对债务人福州开发区江淮物流有限公司、福建省格尔发汽车销售服务有限公司、陈锋、翁朝英、陈晓辉、张萍、陈高瞻、王月玲等享有的全部债权【该债权经福州市鼓楼区人民法院（2015）鼓民初字第2263号民事判决确认，已申请法院强制执行，执行案号为：（2016）闽0102执478号，债权金额人民币2095182.20元】，依法转让给受让人福建亿力集团有限公司（统一社会信用代码913500001581556783）。自本公告刊登之日起，债务人应向受让人履行还款义务，原债权人不再承担与该债权相关的任何责任。特此公告。

转让人：福建宏顺融资租赁有限责任公司
受让人：福建亿力集团有限公司
2026年6月26日

登报电话：13080793002