智能穿戴设备瞄准多元消费需求迭代升级

——2026世界人工智能大会观察

图为观众正在体验智能穿戴产品。

□ 本报记者 解 磊 文/摄

脑电信号在屏幕实时跳动,轻薄戒指捕捉细微情绪波动,多款定位迥异的AI眼镜轮番展示实景感知、跨语言沟通、无感记录与运动智能剪辑……2026世界人工智能大会(以下简称"WAIC")现场,一大批智能穿戴创新产品集中亮相。

数据显示,2025年中国智能穿戴设备市场规模突破3000亿元,全球可穿戴技术市场规模约1031亿美元。智能手表、手环早已成为大众日常标配。长期以来,智能穿戴大多扮演"数据记录仪"角色,聚焦采集步数、心率、睡眠时长等标准化体征数据。随着人工智能技术加速落地,行业发展逻辑迎来深刻转变:穿戴设备不再局限于被动收集信息,开始转向主动感知人的实时状态、适配个体差异化需求,具备感知、理解、主动陪伴能力的新一代穿戴产品成为赛道创新主线。

感知向内 健康穿戴探索身心消费新需求

传统智能穿戴健康方案普遍存在局限。主流模式大致分为两类:一类依靠智能手环、手表记录睡眠、心率等结果数据;另一类借助白噪音、舒缓音乐搭建外部睡眠环境。二者都难以捕捉人体内在实时神经活动,无法根据使用者动态变化的身心状态提供个性化响应。本届WAIC展台上,不少品牌向内探寻,瞄准睡眠、情绪这类难以量化的隐性健康需求,开辟穿戴全新细分赛道。

在西岸国际会展中心,LumiMind展台专门设置了产品体验区,观众可佩戴LumiSleepD1,通过App查看实时脑电波形变化。当体验者眨眼、调整姿势或产生不同状态变化时,屏幕中的脑电曲线会同步变化,让原本难以被感知的神经信号变得更加直观。"过去很多设备关注的是睡眠结果,而LumiSleep关注佩戴者进入睡眠过程中的脑状态变化。我们希望通过实时脑电感知和动态反馈,让技术更贴近每个人不同的状态,而不是提供一个固定方案。我们的理念并不是'强迫'或'修正'大脑,而是通过持续感知与温和反馈,顺应人体自身节律,陪伴大脑逐步从清醒状态过渡至休息状态。"LumiMind市场总监王昊告诉记者。

王昊表示,LumiSleepD1采用非侵入式干性电极采集脑电信号,并结合设备端算法,对脑电信号进行实时分析与反馈。系统围绕"脑电监测—状态识别—声学生成—动态调整"的闭环流程,根据用户当前状态生成个性化声学引导,而非采用固定播放模式。"我们展出的不仅是一款设备,更是一种从科研成果到日常生活的转化方式,让复杂的脑科学技术以更加自然的方式进入普通消费者的生活。"王昊说。

过去十年,智能穿戴设备持续追踪各类身体指标,却很难感知压力起伏、情绪波动等心理层面变化。在本届WAIC上,情绪健康管理同样迎来创新突破窗口。上海酷潮科技股份有限公司推出的全球首款AI情绪健康智能戒指就补齐了这一市场短板。该公司相关负责人表示,智能穿戴的下一阶段不能止步于身体指标采集,还要延伸至情绪感知、分析、干预与长效陪伴。这款戒指依托AI大模型,融合自研情绪识别算法、情绪评估模型与干预智能引擎,打破传统穿戴单一体征监测的瓶颈,将抽象的情绪转化为清晰易懂的数字化反馈,推动健康穿戴从基础数据记录迈向精细化情绪管理。

从脑电追踪入睡过程到实时捕捉情绪变化,健康智能穿戴产品正在打破传统设备"只输出数据、缺少个性化反馈"的局限。业内人士指出,伴随大众健康消费需求由躯体监测向身心协同管理延伸,单纯的指标记录已经难以满足消费者期待,依托端侧感知算法实现动态识别、温和干预与长效陪伴,成为健康穿戴开辟增量市场的重要突破口,也为整个智能穿戴行业提供创新思路。

场景向外 智能眼镜赛道分化寻找突围路径

智能眼镜是当前智能穿戴领域竞争最为激烈的赛道,行业逐步形成两大发展方向:一类是兼顾多种能力的全功能"AI+AR"眼镜,另一类是聚焦垂直场景的无屏AI眼镜,依托摄像头实现视觉与语音交互。脱离同质化功能堆砌、锚定真实场景需求、兼顾佩戴舒适度,成为各家厂商突围的共同选择。

在商务沟通场景中,科大讯飞交出成熟落地方案。记者在现场了解到,讯飞AI眼镜整机重量约40克,支持122种语言及各类口音,覆盖旁听同传、面对面翻译、线上同传、通话翻译等全场景翻译需求。科大讯飞上海零售经理王伟告诉记者,该款眼镜依托视觉智能技术,让跨语言交流回归自然面对面沟通,规避传统翻译工具造成的对话中断、体验割裂问题。除了语言翻译功能,GlassClaw AI助理进一步推动产品从"翻译工具"升级为"办公助手",打通功能调用、生态服务与多模态理解能力。在嘈杂会议环境中,眼镜可借助唇动识别降噪锁定发言声源,实时输出译文;AI助理同步抓取讨论关键信息、核心争议点,会后一键生成结构化会议纪要,完成从实时听懂信息到内容落地的全流程闭环。

赛道之中,也有企业跳出翻译、拍照等热门功能,探索全新价值路径。"用眼镜'生搬硬套'解决手机上没有碰到任何痛点的问题,这一点都不AI。"杭州李未可科技有限公司创始人兼CEO茹忆在采访中表达了对行业发展的思考。在他看来,AI眼镜的核心定位是人工智能的感知器官,充当AI的"眼睛和耳朵",实时采集现实场景信息,辅助用户梳理信息、沉淀可随时调取的结构化记忆。

佩戴体验被越来越多企业视作产品落地的先决条件。新锐品牌Moonix发布的首款AI眼镜仅14.9克,主打"主动式AI无感记录"。心眸科技(杭州)有限公司总裁郭于晨直言:"佩戴性是前面的'1',功能是后面的'0'。没有'1',再多的功能还是'0'。"据悉,该产品没有盲目叠加翻译、提词器等低频功能,专注"无感记录+AI生成"核心场景,打造基于个人数据的主动式AI助手。

面向户外运动垂直赛道,BleeqUp走出了差异化路线。BleeqUp Ranger运动眼镜核心竞争力在于运动专属AI能力:能够自动识别骑行过弯、高光瞬间,运动结束自动剪辑生成视频。BleeqUp品牌公关负责人王一喧告诉记者,该款产品持续迭代升级,陆续上线AI运镜、画面重绘等功能,未来还将新增健康管理模型。这种"硬件交付只是起点,软件持续增值"模式,构建起传统硬件难以实现的用户黏性。该品牌同时推出完整智能运动解决方案,将高清影像、音频交互、专业防护融为一体,AI算法深度适配户外场景,设备可感知骑行、跑步环境与人体状态,主动推送避险、运动节奏调整建议,致力于打造以人为核心的AI运动健康智慧中枢。

记者手记

智能穿戴的终极答案是"读懂人"

□ 本报记者 解 磊

所有技术创新最终都会回归于人。纵观2026世界人工智能大会智能穿戴展区,产业迭代趋势清晰凸显。过去行业比拼传感器数量、硬件参数;如今厂商更加注重读懂数据、理解使用者实时状态,提供个性化、非强制性的陪伴式反馈。行业转向以消费需求为核心、以智能感知为支撑的精细化高质量发展新阶段。

长期以来,国内智能穿戴设备无法解读用户身心状态,更无法提供个性化动态服务。功能单一、体验薄弱的短板,既难以适配大众多元的健康消费需求,也成为制约行业消费升级的主要瓶颈。

AI技术的深度落地,为产业带来颠覆性价值突破。行业创新重心从硬件迭代转向用户需求深耕,推动产品从标准化数据监测,升级为精细化的身心感知与智能陪伴。依托实时感知、动态适配、主动反馈的全新能力,智能穿戴摆脱固化模式,契合身心健康消费升级大势,实现了从"记录数据"到"读懂用户"的本质蜕变。

当前赛道发展日趋理性成熟,轻量化佩戴、场景化落地、智能化服务成为行业共识。佩戴舒适是产品立足的基础底线,垂直场景是差异化突围的核心,AI赋能则是产业长效增长的关键增量。消费升级背景下,用户不再追捧硬件参数,更看重产品的场景实用性与长效服务价值。

本轮产业变革的核心是AI驱动的价值重构。行业彻底跳出"硬件至上"思维,确立"以人为本"的发展逻辑,完成了从被动数据采集到主动感知适配、从单一硬件工具到全场景智能陪伴的全面升级。

本次大会充分印证,深耕细分消费场景、优化智能服务、打磨使用体验,方能突破行业增长瓶颈,持续释放消费潜力,推动产业迈入高质量发展新周期。依靠AI实现主动感知与人机共生,新一代智能穿戴时代正加速到来。

江苏省苏州市人工智能发展办公室成立

本报讯(记者 汪宏胜)日前,记者从江苏省苏州市发展和改革委员会获悉,为进一步统筹苏州市人工智能产业发展布局,健全"人工智能+"全链条推进机制,为苏州市人工智能产业高质量发展注入强劲动能,苏州市人工智能发展办公室正式设立。

据介绍,新成立的苏州市人工智能发展办公室将进一步强化统筹力度、整合优质资源、锻造专业队伍,系统推进战略谋划、政策供给、生态构建与场景开放等顶层设计,抓好试点项目建设、产业生态营造、Token(词元)经济发展以及人工智能OPC(一人公司)体系建设等重点任务,奋力为全国人工智能与实体经济融合发展提供"苏州实践"。

苏州市发展和改革委员会相关负责人表示,下一步,苏州市人工智能发展办公室将凝聚各方合力,强化使命担当,锚定高质量发展主线,拓宽创新发展视野,抓实产业融合创新举措,全面促进人工智能科技创新、产业发展、场景应用,更好赋能千行百业,加快建设"人工智能+"城市、OPC创业首选城市,打造具有国际竞争力的"智能制造之城"。

(上接A1版)

在数字体验空间,记者注意到,这里的布置跳出了"文字+文物"的陈列模式,以沉浸式数字交互搭建起古今对话的桥梁。一个整面动态光影时间轴格外吸睛,讲解员吕晓云引导记者滑动屏幕中红蓝双色线条上的进度条,苏轼、苏辙一生的游历轨迹、诗文创作、人生际遇便同步呈现。"界面上还能对照同期全球的历史事件,可以让观众了解三苏文化的时代价值。"吕晓云说。

展馆里随处可见趣味设计。在"传末门·盛世万香图"互动装置前,记者录入面部肖像,即可生成专属古风造型AI分身,下一秒便化身画中人踏入北宋街市,偶遇数字"欧阳修"作诗词对答,答对便可扫码解锁举荐信,体验穿越千年得到文坛前辈赏识的快感;展厅内还设有"三苏虚拟朋友圈""东坡美食地图"等互动项目,另有"妙笔丹青"互动区供游客指尖临摹,扫码保存作品还能生成性格解析,引得游客们纷纷上前排队试写。同行的记者感叹:"这里多元新颖的交互体验让人意犹未尽,有机会我一定要再来一次。"

多方联动吸引八方来客

数字化展馆打造的创新体验,让走进园区的游客得以近距离了解三苏文化。张尧表示,这套数字化的展陈形式收获了不少游客的喜爱,但眼下宣传触达范围有限,要想把三苏文化推广出去,还需要搭建更多宣传渠道,吸引各地游客到访。

美食是大众感知文化最直接的载体,也是文化破圈最接地气的切口。今年端午节期间,第二届东坡美食文化季在大香山文博园举办,本地特色餐饮企业齐聚园区,集中复刻各类东坡风味美食,搭配休闲露营、宋韵展演活动,打造轻松治愈的文旅场景。活动期间,景区推出"票根有礼""惠享折扣"等5种优惠,以"票根经济"引流聚客,以一碗东坡美食为媒介,让游客在东坡风味里体悟苏轼的生活情趣和三苏文化的烟火内涵。

为了跳出本地圈层,平顶山市选择抱团发展,打通跨城客源渠道。今年4月起,平顶山市加入洛阳、济源、运城四城文旅联盟,推出全年不限次跨城联票,将三苏园、大香山文博园两大核心点位纳入联票体系。一张联票打通四座中原城市文旅资源,客源互通、优势共享,让外地游客更好了解三苏文化,持续开拓省外市场。

同时,大香山文博园持续创新引流,以热点活动、赛事IP制造全网热度,把线上流量转化为线下入园客流。据了解,2025年"五一"假期,大香山文博园千架无人机灯光秀创下单日4万人次的客流高峰;依托"跟着赛事去旅游"政策,大香山文博园借助白龟湖自行车赛等大型赛事,吸纳70%的外地选手入园打卡,以赛事流量带动文旅增量。

完善文旅业态 培育留得住的长效活力

依托三苏文化、陶瓷文化两大核心资源,平顶山市打磨出"三苏文化之旅"和"陶瓷文化之旅"两条研学线路,学生们不再是被动背诵诗词,而是实地观古迹、亲手做陶艺。据张尧介绍,仅今年上半年,大香山文博园就接待中小学生研学超5000人次,让节假日的短期热度变成全年不断的常态化文旅活力。

与此同时,园区配套多元的消费业态,开设汉服妆造、禅茶体验、香山素斋等休闲项目,自主研发特色文创产品,在大香山文博园一楼的"礼豫鹰城"文创商店内,由三苏文化、本地生态元素转化而来的文创产品琳琅满目,三苏祈福、方言主题冰箱贴等小件文创产品亲民有趣,成为游客必带的伴手礼。大香山文博园文创产品区工作人员樊一琳指着一处显眼的展柜向记者介绍:"因为冬天会有大批红嘴鸥从西伯利亚迁徙到我们这里的白龟湖,所以我们打造了本土'红嘴鸥一家五口'的IP文创,名字取自河南方言的趣味谐音,其中女儿'凯妮'造型的钥匙扣销量最高。"

三苏园的石碑与大香山文博园的屏幕之间,跨越千年的文脉正在找到新的打开方式。文化的生命力不在圈层里,在人们看得见、摸得着、带得走的体验里。

产业·一家之言

『小样经济』告别『主角光环』

□ 何夕

近日,笔者来到位于北京荟聚中心的一家美妆集合门店,发现一个微妙却不容忽视的变化:最显眼的入口堆头不再是那些大牌美妆小样(即化妆品试用装),而是一排排标注着醒目折扣的正装产品——某一线粉底液5折、热门卸妆产品套装特价。与此同时,香水区的陈列变得格外有层次感:最下方是试用小样装、便携入门装,中间层是标准正装,最上方是展示性质的特殊收藏装。陈列区产品容量规格丰富,几乎构成了完整的消费进阶指南。

那个曾经靠小样打破消费门槛、让年轻人实现"大牌自由"的商业模式,正在被颠覆。当低价美妆从过去清库存的小样,变成专门拿来引流的产品,"小样经济"的底层逻辑已经变了。

回顾"小样经济"的崛起,本质是一门"非标品引流"的生意。过去,大牌美妆小样主要来自品牌赠品、套装拆解、专柜配额等渠道,货源不稳定、价格不透明,但利润可观。美妆集合店用小样吸引客流、制造"低成本体验大牌"的惊喜感,再通过搭售正装、自有品牌和联名产品实现盈利。彼时,小样是美妆集合店里当之无愧的主角,甚至催生了"小样比正装划算"的消费心智。

但现在,美妆集合店内显眼位置摆放的商品变为正装特卖,小样退居到更深处,或者被重新包装成香水区的"入门钩子":1.5毫升的试用小样降低消费者尝试门槛;10毫升便携装捕捉消费者通勤、旅行等增量场景;标准正装锁定忠诚用户;特殊收藏装则满足悦己和礼赠需求,消费者对其价格的容忍度更高。小样不再仅仅是美妆品牌去库存的渠道,而是被整合进一套完整的消费者生命周期管理体系中:用低价小样引流,用多规格正装分层变现。

美妆集合店正在从"小样清仓店"悄悄转向"以正装特卖为饵、以小样矩阵为体验链路的复合型折扣店"。不得不承认,这是一种务实。但务实的代价是,店铺精心营造的"仓储美学"与"无压力游逛"氛围正在被急迫的促销感侵蚀。货架越满、特价签越刺眼,当初那个让"I人"(性格内敛的人)可以安静地、不带任何负担地触摸一瓶香水的空间,就越像线上直播间的线下镜像。消费者进去前以为自己是探索者,结账时才反应过来,或许自己的购物过程只是一条被价格和货品动线反复测算过的流量。

在笔者看来,"小样经济"的演变恰好是新消费退潮后零售焦虑的一个切片。当引流成为最高目标,当体验最终要向坪效低头,那些曾经承诺要"让逛店本身有意义"的"新物种",也许正站在一个十字路口——是继续用特卖制造热闹,还是用更坚定的选品与空间叙事重建信任。答案不在货架上那一排排降价标签里,而在消费者的下一次转身之间。

(上接A1版)

从一家企业到一条产业链 把技术经验带到更多茶园和车间

"好的抹茶如果用感官来衡量,会有海苔香气,色泽鲜绿匀净,粉质细腻轻盈,滋味回甘不苦涩。如果按国家标准来评估,一级抹茶茶氨酸含量不低于1%,二级不低于0.5%,铜仁贵茶抹茶产品的茶氨酸含量则普遍达到1.5%。"兰方强介绍,公司自成立以来一直坚持欧盟标准生产。

"一些客户说,铜仁贵茶的抹茶品质已经不亚于日本抹茶。"这句评价让兰方强印象很深。

抹茶品质不断提升,但铜仁贵茶党支部深知,一个产业的发展不能只靠一家企业。"抹茶产业链条长,涉及茶园种植、初加工、精深加工、市场销售等多个环节。只有抱团发展,走规模化经营、合作化发展道路,才能迎来更大的发展机遇。"兰方强说。

为此,铜仁贵茶党支部创新推行"龙头企业+联盟企业+农户"的发展模式。"简单来说,就是茶农负责把茶种好,联盟企业做好碾茶初加工,铜仁贵茶负责抹茶精深加工和市场销售。"兰方强介绍,在管理模式上,公司推行统一种植管护技术、统一农资管理采购、统一生产加工技术、统一欧盟质量要求、统一包装市场销售的"五统一"管理模式。

"为了将铜仁贵茶的质量标准和技术要求落实到生产一线,我们专门安排了片区技术负责人,他们都是党员同志。"兰方强告诉记者,这些技术负责人常年奔走在茶园与车间之间,指导茶农调整种植模式,帮助企业优化加工流程,不断解决生产中的难点、痛点。

在推广高标准种植初期,并非所有茶农都能理解。

"我们推行欧盟标准,但有茶农觉得不用化学农药会影响产量。"兰方强回忆,面对疑虑,党员通过示范带动、现场指导和算经济账,让大家看到高品质茶叶所带来的收益。

江口县的一名茶农便是一个典型例子。过去,他长期在外务工,家中有老人和两个孩子需要照顾。随着当地抹茶产业发展,他返乡将100亩茶园改造为抹茶基地。如今,这片茶园一年纯收益近30万元。"他既增加了收入,还能留在家乡照顾家人。"兰方强说。

这样的变化,正在贵州越来越多的茶园发生。

当前,铜仁贵茶已在贵州省26个县(市、区)建成15万亩欧盟标准抹茶专属茶园,辐射带动82家联盟企业、21万名茶农、1.15万户脱贫户增收致富。"这是我们最引以为豪的事。"兰方强笑着说。

从贵州抹茶到中国名片 推动中国抹茶从幕后走向台前

如今,抹茶正不断融入新的消费场景。

在新茶饮品牌门店内,三倍厚抹、云顶抹茶龙井、抹茶水牛乳等产品受到年轻消费者青睐;在盒马、沃尔玛等商超,贵州抹茶奶油卷、抹茶泡芙等产品也逐渐走进更多家庭。

但说起抹茶,很多消费者首先想到的或许还是日本抹茶。实际上,抹茶起源于中国魏晋时期,后传入日本,并在当地不断发展,形成了独具特色的日本茶道。

很长一段时间里,在全球市场,日本抹茶都有着较高的品牌认知度。但据中国茶叶流通协会预计,2026年我国抹茶产量将突破1.8万吨,占全球总产量近七成。中国已经成为全球最大的抹茶生产国。对于中国抹茶产业而言,面临的挑战已经不只是"能不能生产",更是"如何让消费者认识中国抹茶、记住中国品牌"。

"我们正在打造自主品牌'贵贵抹茶'。"兰方强说。

2024年,铜仁贵茶成立贵州贵贵抹茶食品有限公司,从只深耕B端(面向企业用户或商家的产品与服务)向同时发力C端(面向个人消费者的产品与服务)市场转变。在这一过程中,党员再次成为企业创新发展的重要力量。"企业战略级新品研发一直由党员牵头推进。"兰方强表示,目前他们正在加快推进抹茶浓缩液的研发。

由于抹茶是经茶叶物理研磨而成,在瓶装饮料等液态产品中容易出现氧化、沉淀等问题,长期制约其在即饮饮品领域的规模化应用。针对这一痛点,铜仁贵茶党支部组织技术力量持续攻关,研发的抹茶浓缩液已完成小试和中试,相关生产工厂计划于今年启动建设。

与此同时,"贵贵抹茶"也在大力推进品牌建设。2025年7月,"贵贵抹茶"正式推出"吾茶白"系列抹茶食品新品。贵州贵贵抹茶食品有限公司总经理汤昀鹏介绍,品牌聚焦健康化、年轻化消费趋势,研发了抹茶曲奇、抹茶巧克力等58款系列产品,并在包装上标注"中国抹茶之都贵州铜仁",将产地品牌与文化自信传递给消费者。与此同时,铜仁贵茶积极探索海外市场,通过跨境电商平台推动"贵贵抹茶"走向全球。

"被授予'全国先进基层党组织'称号,对企业来说是一种认可和鼓励,这说明我们带动地方产业发展、助力乡村振兴的实践得到了肯定,也更加坚定了我们未来的发展方向。"兰方强介绍,铜仁贵茶已制定了新的五年规划,从基地建设、生产加工、创新研发和品牌建设等方面持续发力,到2030年力争实现抹茶销售1万吨的目标。

"我们希望未来大家讲到抹茶,就想到中国抹茶,想到贵州抹茶。"兰方强说。

从一片鲜叶到一捧抹茶,从一家企业到一条产业链,从中国贵州到国际市场,这个扎根茶山的党支部正用实干诠释"轻工担当",让中国抹茶的故事传向更远的地方。

公告栏

废旧物资拍卖公告

本公司将于2026年8月5日9时在中拍平台拍卖一批变压器、开关柜、废旧蓄电池等废旧物资:1、兖金高速废旧设备一批(五台废变压器及开关柜等),起拍价:82496元;2、诸永高速台州段废旧设备一批(三台废变压器及开关柜等),起拍价:43030元;3、废旧蓄电池,起拍价:1元/AH。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7月27日

机动车拍卖公告

本公司将于2026年8月5日9时在中拍平台拍卖十二辆旧机动车,包含小型汽车、轻型货车、专项作业车以及大型客车等,竞买保证金:5000元/辆,加价幅度:100元或100元的倍数。具体车辆信息、起拍价等详情关注"中拍平台"或"众诚拍卖"微信公众号,详询:13967633787(微信同号)。

浙江众诚拍卖有限公司
2026年7月27日

慈善拍卖公告

受委托,我公司定于2026年8月3日上午10点在本公司拍卖厅公开举行慈善拍卖会。拍卖标的:书画(详见拍品目录)。展示时间及地点:自公告之日起至拍卖前,标的所在地。有意竞买者可联系我公司查看标的,并在拍卖前办理竞买登记手续。咨询电话:张经理15811402411。公司地址:北京市朝阳区东三环北路甲19号嘉盛中心-2307。

北京中财广角拍卖有限公司
2026年7月27日

福建省莆田市万泽拍卖有限公司拍卖公告

我司定于2026年8月11日10时在莆田市城厢区老桥街道荔城中大道1526号(莆田数字城市电子交易服务平台)开标竞拍卖:1、涵江区涵东街道涵园路118号一幢1~6层综合楼同步产,建筑面积为1193.28㎡,土地面积为684㎡。2、城厢区荔梅路西段3幢102号房屋3年租赁权,建筑面积50.22㎡。3、城厢区荔梅路西段3幢103号房屋3年租赁权,建筑面积50.22㎡。4、城厢区荔梅路西段3幢104号房屋3年租赁权,建筑面积52.22㎡。竞买人资格及其他竞买事项详见本场拍卖会《竞买须知》套样时间及地点:8月3日至4日,标的所在地。报名时间:即日起至8月11日10时止,电话:17759585927。

2026年7月27日

拍卖公告

受委托,我公司将于2026年8月4日10时开始在中拍平台(网址:https://paimai.caa123.org.cn)采用网上竞价方式公开拍卖下列标的。一、本次拍卖标的为工程建设弃渣。该标的预估储量约为5万立方。起拍价17.56元/立方。竞买保证金5万元/家。二、拍卖方式:采用网络竞价增价拍卖方式。三、标的展示时间、地点:2026年7月28日至2026年8月3日,展示地点:铜陵县境内。四、报名时间:自公告之日起至2026年8月4日9时止。五、获取竞买权限:意向竞买人须登录中拍平台完成网上注册、实名认证、选定本次拍卖标的进行报名并缴纳竞买保证金,方可取得竞买资格。六、标的明细及相关要求请来电咨询。公司地址:江西省宜春市袁山中路206号四楼。咨询电话:13907955031。特此公告。

宜春国泰拍卖有限公司
2026年7月27日

拍租公告

受委托,本公司对下列房屋进行公开拍租,现公告如下:一、拍租时间、地点:2026年8月5日9:00,中拍平台(网址:https://paimai.caa123.org.cn/)。二、拍租标的:位于三门县海游街道怀北路85-93号文二苑6号楼临规商铺6间,建筑面积约286㎡。起拍价7万元/年,拍租保证金10万元。租期10年,一次性缴清。水电、排污、地面硬化、消防设施等由申标人(单位)自行配置改造。三、拍租标的展示时间、地点:展示时间、地点:自公告之日起在标的所在地,自行参展。四、报名时间及条件:有意竞拍者请于2026年8月4日下午4时前下载并注册中拍平台APP网上报名,成功报名后请及时缴纳保证金,并联系我们后台授权。联系电话:13506762333。五、保证金的缴纳方式。账户名:台州市金锤拍卖行有限公司。开户行:浙江三门银座村镇银行心湖支行。账号:630007341900015。

台州市金锤拍卖行有限公司
2026年7月27日

公告

洞口县凯欧网络生活服务有限公司于2026年8月11日在湖南省邵阳市洞口县洞口镇城北新村佳远大厦百开股东会决议,股东会内容:决议解散洞口县凯欧网络生活服务有限公司,并于今日成立清算组,清算组人员为:清算组负责人甘禹轩,成员:曾彪和林世恒;基于公司现有股东中,付辰和于峰经公司通过电话、短信等方式多次通知,均无法取得联系,现依法予以公告。上述两名股东自本公告登报发布之日起15日内仍未与公司取得联系的,视为自动放弃本次会议的出席权及表决权,会议将依法由出席的股东按公司章程规定进行表决。特此公告。联系人:甘禹轩电话:13973550231。

声明

"Sudi Li和Ming Li已经正式向法庭提交了离婚申请。经过法院的审理,离婚申请已受理。"

股东会议通知

嘉兴市网冠贸易有限公司股东董泉、陈晓伟、白国辉、张峰。本公司将于2026年9月13日9时在本公司会议室召开股东会决议,内容为:(1)变更公司法人、高级管理人员及登记联络员。(2)制定公司新章程。

债权转让公告

江苏首准信息科技有限公司已将其享有的(2023)苏0804民初7178号民事判决书项下、对何双洋的金额债权(对应执行案号:(2024)苏0804执1813号),通过阿里拍卖平台公开拍卖程序依法转让给刘晓峰。自本公告发布之日起,何双洋应就上述生效法律文书确定的全部付款义务,直接向刘晓峰履行。特此公告。

江苏首准信息科技有限公司
2026年7月23日

寻人启事

李二虎,户籍地:陕西省榆林市靖边县王渠则镇大黄口村牛圈峁小组40176号,汉族,出生于1984年3月24日,身份证号:612725198403242416,于2024年12月14日离开家后至今未归,长期失联。有知其下落者,请联系张玉娥,电话:13948673577。

注销公告

哈尔滨市阿城区双滑协会,统一社会信用代码:51230112MJY836749F,经研究决议,拟向社会团体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、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:杭玉科,联系电话:18686826001,特此公告。

遗失声明

吉林车来电新能源设备有限公司(统一社会信用代码91220200MAENR67K5X)不慎将公章遗失,现声明作废。

遗失声明

杞县王西威五金电料批发门市部遗失公章,编码:4102210033665,声明作废。

遗失声明

鄂尔多斯市义民劳务服务有限责任公司(统一社会信用代码:91150625MA7KQR3292)遗失营业执照正、副本,声明作废。

遗失声明

汝州市王寨乡尚寨村股份经济合作社公章(4104821077224)、财务专用章(4104821077225)、合同专用章(4104821077226)不慎丢失,声明作废。

遗失声明

河南省郑州市惠济区古荥镇纪公庙村村民委员会(统一社会信用代码:9441010ME2057503W)遗失工会委员会章,声明作废。

遗失声明

山西省吕梁市柳林县柳林镇王家山村小王家山股份经济合作社遗失柳林县农村信用合作联社青龙信用社开户许可证,账号:1100005881402012,核准号:J1737000154602,声明作废。

遗失声明

山西省吕梁市柳林县柳林镇双兴村葛家山股份经济合作社遗失中国农业银行股份有限公司柳林贺昌支行开户许可证,账号:04633101040011596,核准号:J1737000831301,声明作废。

遗失声明

山西省吕梁市柳林县柳林镇双兴村葛家山股份经济合作社(统一社会信用代码:N1141125MF40778430)遗失农村集体经济组织登记正证、副本,声明作废。

遗失声明

华坪县荣将镇红椿箐村六组农村集体经济合作社(统一社会信用代码:N1530723MF6747505X)遗失公章:5307002013415、财务章:5307002013416,声明作废。

遗失声明

茂名市土地开发储备中心遗失中国建设银行股份有限公司茂名滨海支行开户许可证,账号:44001690041059999966,核准号:Z5920000165501,声明作废。

遗失声明

围场满族蒙古族自治县农业农村局(统一社会信用代码:11130828000977196C)遗失中国共产主义青年团围场满族蒙古族自治县农业农村局委员会章,编码:1308280048295,中共围场满族蒙古族自治县乡村振兴局党组章,编码:1308281004300,声明作废。

遗失声明

泊头市铭宇五金机电有限公司(统一社会信用代码:91130981MACE2ENQX5)遗失公章:1309811076357,声明作废。

遗失声明

驻马店市未来教育信息科技有限公司(统一社会信用代码91411700MA9G0WY527)、财务专用章(编码:4128030119872),不慎丢失,现登报声明作废。

遗失声明

江西闽桑商贸有限公司遗失公章,编码:3606015057481,声明作废。

遗失声明

张凤玉(已故)陈宝柱,身份证号:120110195312081232遗失军粮城新市镇(二期)还迁楼房安置协议,还迁顺序号:501011,所还迁的楼房号为枫悦园7号楼903室,声明所遗失协议作废。

遗失声明

荷泽泓辰化工有限公司遗失公章:3717280330086、财务章:3717280330087、发票章:3717280330088、法人章(崔壮壮印):3717280330089,声明作废。

遗失声明

张书涵个人遗失交款票据,交款日期:2024年2月19日,金额:180000元,票据号:2300126,收款单位:山东万茂置业有限公司,交款人:张书涵,特此声明。

遗失声明

天津天狮生命源有限公司(Tianjin Tiens Life-Resources Co.,Ltd),统一社会信用代码:91120222773610740C,遗失中英文公章一枚,声明作废。

遗失声明

河南永飞装饰装修有限公司(统一社会信用代码:91411025MA9KFBH874)遗失公章,编码:4110250029882,声明作废。

遗失声明

鸿坤(天津)信息咨询服务有限公司(统一社会信用代码:91120104MADG7WER08)遗失公章一枚,声明作废。

遗失声明

天津市津南区兴瑞达建材销售经营部(统一社会信用代码:92120112MA07AM3E1X)遗失公章一枚,声明作废。

登报电话:13080793002