世赛夺金背后:轻工技能人才的突围之路

□ 本报记者 **解 磊**

第48届世界技能大赛前不久于上海闭幕,中国代表团获得41枚金牌、11枚银牌、4枚铜牌,6个优胜奖,第五次位居金牌榜和团体总分世界第一,创造了我国参加世界技能大赛以来的历史最好成绩。而这其中,轻工技能领域大放异彩,精细木工、瓷砖贴面、油漆与装饰、工业设计技术、珠宝加工、烘焙、时装技术、数字交互媒体设计、糖艺/西点制作等9个项目的金牌均被我国选手斩获。此外,花艺、商品展示技术、家具制作、平面设计技术、制冷与空调等项目轻工小将也勇夺荣誉。

一枚枚世赛奖牌,映照的是新时代中国轻工技能人才的成长蜕变,折射的是我国轻工行业从“规模领先”向“品质领跑、创新引领”的深层跃迁。轻工技能人才在世界技能大赛的突围出彩,绝非一次偶然的个人竞技胜利,而是轻工行业长期深耕技能人才建设、重塑工匠培养逻辑、主动对接国际高标准的必然结果。在世赛这一全球技能领域的最高竞技舞台上,轻工技能人才用实力证明:传统轻工技艺兼具现代创新活力,中国工匠完全具备与世界顶尖水平同台竞技、比肩争锋的硬核实力。

当下国际技能竞争早已脱离单一的技法比拼,转向临场应变、资源统筹、跨界融合、文化赋能、原创设计的综合能力较量。不确定性成为赛事常态,无标准答案、无固定范式、无经验可循的赛题,倒逼选手跳出固化训练思维,在资源受限、时间紧迫、压力极致的场景中完成创造性创作。比赛中,中国轻工业联合会选送的花艺赛项选手张明天将传统植物编织工艺与国风美学融入现代花艺设计,以东方审美重构国际赛事作品,本质上是中国轻工技能走向“原创表达”的缩影,也是轻工人才核心竞争力升级的生动体现。

个体成长的突破,根植于行业系统性的人才培育革新。一名选手站上世界领奖台,背后是一整套成熟完备的轻工人才培养、选拔、淬炼、输出体系。不同于零散式、碎片化的集训模式,中国轻工业联合会立足产业长远发展,秉持“技强轻工”理念,构建起行业挖掘、国赛淬炼、专项集训、世赛冲刺、成果转化的全链条人才成长生态,通过常态化、层级化、专业化的竞赛体系,以赛促学破壁垒、以赛促教提质量、以赛促产融供需,让优质技能人才从基层一线脱颖而出,为青年工匠搭建对标国际规则、接轨世界标准的成长通道。从2022年世赛轻工小将李德鑫摘金到今年世赛轻工领域9个项目全面开花,轻工人才持续登顶国际赛场,印证了体系化育才的强大生命力。

产业升级,根基在人才;轻工突围,动力在匠心。轻工业是贴近民生、链接消费、承载国货品质的基础性产业,也是承载传统工艺、创新设计美学的特色产业。在新质生产力加速迭代的当下,轻工行业正经历数字化、智能化、绿色化的深刻变革,AI设计、新材料应用、轻量化智造、原创美学创新成为行业发展新赛道。产业转型倒逼人才转型,市场需求推动技能升级,新时代轻工技能人才早已告别“单一技工”定位,成长为兼具工艺功底、设计思维、数字素养、文化底蕴的复合型创新人才。千万规模的轻工技能人才队伍,数百万高技能人才中坚力量,正持续为轻工产业高质量发展筑牢人才底座。

赛事是人才的试金石,更是产业发展的风向标。即将启幕的第五届全国工业设计职业技能大赛,将主动拥抱产业变革趋势,立足全产业链设置竞赛体系,坚守原创底线、规范AI应用、聚焦实物落地,真正实现竞赛内容与产业岗位、行业需求、技术前沿深度同频。这类高水平赛事的持续举办,不仅是为了选拔顶尖技能选手,更在于重塑轻工技能培养标准、引领行业育人方向,推动赛证融通、赛教融合、赛产联动,让技能人才培养真正服务于实体经济升级、服务于新质生产力培育。

技能成才、技能报国,是新时代技能青年的鲜明底色;人才兴业、匠心强国,是轻工行业高质量发展的核心密码。世赛奖牌既是荣誉,更是轻工人才走向世界的新起点。未来,随着轻工技能人才培育体系持续完善、工匠成长生态不断优化,必将有更多青年技能人才破局成长、逐梦出海,以精湛技艺传递中国匠心、以原创设计讲述中国美学,让越来越多轻工技能新星闪耀世界舞台,为中国轻工行业走向全球价值链高端注入不竭人才动能。

释放消费潜力需聚焦场景创新

消费,一头连着经济发展,一头连着社会民生,是国民经济循环的重要环节和经济增长的重要引擎。当前,总需求不足是经济运行面临的突出矛盾。“十五五”规划纲要就“大力提振消费”作出部署,要求“打造一批带动面广、显示度高的消费新场景”。消费场景处于生产和生活、供给和需求的结合点,创造更多体现时代特征、适应群众需求、具有持续生命力的消费新场景,有助于把潜在需求转化为现实消费,把超大规模市场优势转化为发展优势,为加快建设强大国内市场、增强国内大循环内生动力和可靠性注入持久动力。

消费不是孤立的经济行为,而是社会再生产过程的重要一环。生产、分配、交换、消费相互联系、相互作用,生产创造消费对象和方式,消费为生产创造新的需求和动力。消费需求通过一定的商品、服务以及空间和交易方式表现出来,才能转化为现实的市场需求,场景正是连接供给与需求的重要载体。从这个意义上看,消费场景是商品、服务、空间、文化、技术、数据以及制度规则等要素围绕消费需求进行重新组合而形成的。创新消费场景,本质上就是要通过要素重组和业态创新降低供需匹配成本,提高供给对需求的适配性,把分散化需求转化为规模化需求,把一次性需求转化为持续性需求。

当前我国经济有效需求仍然不足,供强需弱矛盾突出,打造消费新场景是破除瓶颈的关键举措。我国拥有超大规模市场优势,居民消费正由生存型、基础型向发展型、品质型加快升级,由以商品消费为主向商品和服务消费并重转变。过去主要依靠增加商品数量满足消费需求,现在则越来越需要通过提高品质、改善服务、丰富体验创造消费增量。对此,必须用好创新消费场景这个关键抓手。一方面,消费需求的变化能够通过场景更直接地反馈到生产端,引导企业改进产品、创新服务;另一方面,新产品、新业态通过场景进入日常生活,又能够改变消费方式、消费内容和消费理念,形成新的消费需求。由此,形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。创新消费场景也是科技创新成果转化为现实生产力的重要通道。随着人工智能、大数据等技术加快融入消费领域,新技术能否实现创新性应用,能否有效发挥拉动经济增长引擎作用,很大程度上取决于能否找到应用场景、形成市场需求。

近年来,消费场景自身也在发生深刻变化。一是从单纯购买商品向获得综合体验拓展。传统消费场景一般围绕商品交易构建,消费者更多关注功能和价格。随着消费升级,商品本身只是价值实现的一部分,文化内涵、服务品质、互动参与、审美体验等越来越成为消费决策的重要因素。消费场景创新的一个重要方向就是推动产品价值、服务价值、文化价值以及体验价值深度融合,使消费者从单纯购买商品转向获得综合体验。二是从单一业态向融合业态拓展。现代消费越来越呈现出“商旅文体健”深度融合的特征。例如,一场赛事、一场演出可以带动交通、住宿、餐饮、购物、旅游等方面的消费。可见,消费增长不仅体现为单一行业内部的线性增长,而且能够呈现为由多产业、多业态相互赋能释放的乘数效应,这就需要打破行业边界,推动商业、旅游、文化、体育、健康等资源跨界整合。三是从物理空间向数字空间以及虚实融合空间拓展。数字技术突破了传统消费的时间和空间限制,线上线下融合成为重要趋势。线上平台能够提高供需匹配效率,实体场景则能提供更多体验、社交和服务价值。面向未来,创新消费场景需推动线上线下优势互补,促进实体商业数字化、数字消费可体验,让数字技术更好服务实体经济和群众生活。

进一步看,顺应发展大势创新消费场景,必须坚持系统观念,将其放到扩大内需、优化供给、改善民生的大局中谋划。

突出优质供给。场景的生命力来自内容和产品,基于优质供给。需顺应不同年龄、不同收入、不同职业消费群体的多样化需求来扩大优质商品和服务供给,围绕养老、托育、健康、家政等基本民生需求提高便利性和可及性,围绕文化、旅游、体育、休闲等发展型消费丰富高品质供给,围绕青年群体、银发群体等的细分需求开发精准化的产品和服务。支持企业加强产品创新、品牌创新和商业模式创新,以丰富多样的优质供给增强居民消费意愿。

强化科技赋能。深入推进“人工智能+消费”,使人工智能、大数据、虚拟现实等技术更好应用于商业、文旅、体育、康养等领域,培育智慧商店、智能家居、智慧养老以及数字文博、沉浸式演艺等新场景。更加重视应用场景对科技成果转化的牵引作用,为新技术、新产品提供试用验证和迭代完善的空间,使更多创新成果从实验室走向生产线、进入消费端。同时,要处理好创新与合规的关系,为新业态新模式发展营造良好环境。

探索业态融合。需充分挖掘不同地区的文化、生态、产业和商业资源,推动传统商圈改造提升,促进城市更新与消费场景创新有机结合,完善一刻钟便民生活圈,发展夜间经济、赛事经济、首发经济等。乡村地区可考虑把特色农业、乡土文化、生态资源同旅游休闲、研学体验等结合起来,把资源优势转化为消费优势和产业优势。通过多业态融合延长消费链条,提高消费频次,放大链式消费的乘数效应。

夯实消费基础。创新消费场景能够激发消费意愿,但前提是提高居民消费能力。消费归根到底是收入的函数,需多渠道增加城乡居民收入,完善社会保障,稳定就业和收入预期,让居民敢消费、愿消费。同时,要坚持惠民生和促消费、投资于物和投资于人紧密结合,持续完善交通、物流等消费基础设施,提高公共服务水平。

此外,还需以制度创新降低场景创新成本。消费新业态快速发展,往往涉及多个行业、多个部门,传统上根据单一行业运行情况形成的管理规则以及方式有时难以适应融合发展需要,需持续清理消费领域不合理限制措施,建立健全适应消费新业态新模式新场景的管理机制,健全消费领域标准、信用和权益保护体系。通过纵深推进全国统一大市场建设,破除地方保护和市场分割,让优质商品和服务在更大范围内顺畅流动。　　**（经济日报）**

入境游火热『科技游』焕新

在海外社交媒体上,“Chinamaxxing”“Becoming Chinese”等标签热度很高,China Travel正日益成为越来越多外国游客的选择。国家移民管理局的数据印证了这一点,2026年上半年入境外国人达2291.4万人次,同比增长20.4%。中国入境旅游不仅呈现快速增长的趋势,也展现了一些新特点。其中,从“观光中国”到“体验中国”的转变尤为深刻,而“中国科技游”正是这一转变中很具辨识度的新趋势。

中国入境旅游本身,具有“增长全天候”的特点。今年中秋国庆假期期间,入境航线机票预订量超111万张,同比增长约6%。其中,前往重庆的入境机票预订量同比增长约40%,前往北京、广州、深圳的入境机票预订量同比均增长约20%。这些城市,既有古老中国之美,更有科技创新之震撼。很多游客来到这些城市,不再只驻足于传统景点,更转向科技体验、工厂游等,深度、全面体验中国的历史、现在与未来。

中国入境游还呈现“空间扩散化”的特点。截至8月,中国单方面免签国家扩展至50个,240小时过境免签政策适用国家已增至57国。随着免签政策多层次持续完善,外国游客来华旅游变得越来越便捷,尤其是近程客源地游客更是可以反复来、多次来。来华便利性提高、到访频次增加,使得入境游客来华目的地选择更分散多元,不再局限在一二线城市,而是进一步深入到独具特色的三四线甚至更多其他低线城市。这一扩散趋势同样体现在“科技游”上——科技体验不再只是北上广深的“专利”,杭州、合肥、苏州等城市也凭借各自的产业特色,成为外国考察者的新目的地。

入境游增长快、空间扩散的基础上,“体验多元化”的趋势也愈发明显。如今,入境游客来华旅游正经历从“观光中国”到“体验中国”的转变,他们不仅体验名山大川、人文古迹,还更多体验中国的时尚潮品、非遗生活、前沿科技。一段时间以来,“中国购”“中国学”等热度显著增长。如今“中国科技游”兴起,“体验中国”更是从文化消费延伸到了产业现场,外国游客正从“看中国”走向“看未来”。

“中国科技游”的火热,有望对产业发展、国际合作、品牌“走出去”产生积极影响。

一方面,这能显著提升国家国际形象。如今,越来越多海外投资人、企业高管和创业者专程来华,走进工厂车间、体验AI产品,感受中国科技的硬实力,参访交流过程中,有机会达成相关合作、拉动有关投资、建立良好关系。而一些非专业人士参与“中国科技游”,则有利于其打破既往偏见。他们亲身体验了中国科技产品、近距离接触中国创新成果后,有望对中国科技、中国企业形成更全面的认知,增强其对华好感度,客观上也能为中国发展营造更好的国际环境。

另一方面,这将为中国经济发展注入动力。数据显示,2025年,我国接待入境游客15450万人次,增长17.1%,入境游客总花费1311亿美元,增长39.2%。为了让更多入境旅游的规模“流量”转化为时间“留量”、产品“销量”、经济“增量”和发展“增量”,入境旅游领域不仅在价格、服务等方面持续优化,更在业态创新、服务创新、产品创新、政策创新等方面持续发力。从“观光中国”到“体验中国”,外国游客可以沉浸式观赏旅游演艺、观看无人机表演、乘坐高铁感受顺畅网络、走进工厂体验前沿科技……今天的中国入境旅游,不仅做到了“好看好玩”,还十分前卫、充满“未来感”。这些丰富的“科技游”场景,能吸引越来越多的入境旅游消费,带动目的地经济社会发展。

面对“中国科技游”趋势,如何抓住这一新增长点?当前入境旅游的堵点、卡点,正是可进一步改造之处——

旅游配套方面,应在延续免签政策红利的同时,进一步优化相关服务软硬件的使用,提升便利化水平;旅游场景方面,可为入境游客提供更多选择,根据不同特点、不同需求的外国参观者,提供与其旅行时间、消费水平、旅行目的适配的“科技游”体验产品组合;行业企业方面,参与“科技游”的中国企业、中国品牌,应从品牌构建的角度出发,重点抓好品牌传播、服务优化、提升现场体验等,让“科技游”和“中国购”结合起来,在“人进来”的同时,更好推动“货出去”“服务出去”,以此为窗口,不断提升中国品牌的国际传播力、影响力。

（人民日报海外版）

扩大高端婚品消费　助推三亚“甜蜜经济”提质增效

产业初具规模:“甜蜜经济”构筑三亚文旅消费新支点

作为中国唯一的热带滨海城市,早在2012年,海南三亚就提出“爱TA,就带TA到三亚”的婚庆旅游宣传口号,并策划举办天涯海角国际婚庆节、GWHI全球婚礼蜜月岛屿论坛、三亚国际婚纱时尚周等一批自主品牌节庆会展活动,持续放大浪漫城市影响力,逐步打响“婚庆圣地、蜜月天堂”的城市品牌形象。近年来,赴三亚“拍婚纱照、办婚礼、度蜜月”成为国内年轻人的时尚潮流。据统计,2025年,三亚婚庆旅游总营收突破80亿元,同比增长12%;目的地婚礼1.535万场、婚纱摄影12.3万对、新婚蜜月度假15万对,异地情侣在三亚办理结婚登记2213对,“甜蜜经济”已经形成可观的产业底盘。从体量看,直接婚庆服务与消费接近100亿元,若将免税购物、酒店住宿、游艇出海及亲友团文旅消费联动计入,广义幸福产业年规模突破300亿元。

产业链条存在断点:婚品消费滞后制约产业价值提升

当前,三亚“甜蜜经济”的增长重心集中在婚拍、婚礼服务、蜜月度假等体验类环节,产业链条仍存在明显短板。钻戒、黄金、腕表等高端婚饰,婚纱礼服、婚鞋等婚嫁服饰这类实物婚品消费潜力尚未充分释放,“重服务体验、轻实物消费”成为制约产业提质增效的突出问题。用好海南自贸港政策优势,扩大高端婚品购物消费,补齐婚品供给短板,推动婚旅服务与婚品购物双向联动,是三亚“甜蜜经济”从规模扩张迈向高质量发展的必经之路。

自2023年起,连续三年在三亚举办的三亚国际婚纱时尚周已成为三亚提升高端婚品消费和服务的重要抓手。去年举办的第三届三亚国际婚纱时尚周展览总面积达12000平方米,吸引了来自意大利、英国、迪拜等15个国家和地区的60个国内外一线婚纱品牌参展,其中国际知名品牌20个,国际化品牌占比33%。活动期间,各品牌累计呈现22场高定大秀,展示约1500件新品婚纱礼服,专业采购氛围浓厚。多位明星艺人现场参与活动,凭借粉丝效应与社交媒体影响力,在活动期间形成持续的传播热点,婚纱周官方微博话题总阅读量达8.3亿,6次登上微博热搜榜,抖音、小红书、视频号等内容总播放量超过38亿,跨平台、跨圈层传播效应凸显,三亚“时尚浪漫之都”的城市形象进一步深化。婚纱周依托三亚自然资源优势禀赋,创新打造“沙滩椰林秀场”“滨海日落秀场”等独具热带海滨特色的开放式秀场模式,活动举办三年来,累计吸引包括王薇薇(VERA WANG)等国际一线婚纱品牌在内的50个婚纱品牌进行中国首发首秀。通过一系列展览展示和首发首秀活动,将婚纱融入碧海蓝天、椰风海韵的实景之中,为嘉宾和观众提供沉浸式、度假式的观秀体验,生动诠释了三亚“婚旅融合”的独特魅力。经过专业的行业采购对接,美国婚纱品牌伊娃·伦德尔(Eva Lendel)、西班牙高端婚纱品牌普洛诺维斯(PRONOVIAS)、日本婚纱品牌桂由美(Yumi Katsura)入驻三亚星级酒店,丰富星级酒店商业内容。

从产业发展实际来看,三亚高端婚品消费主要存在四方面短板。一是免税婚品场景融合不足。海棠湾免税商业体集聚大量珠宝腕表品牌,但婚品消费仍属于游客自发性、随机性购物,缺少面向备婚群体的专属婚品专区、套餐组合,婚礼、蜜月行程与免税婚品选购之间缺少流程衔接,免税购物政策优势未能充分转化为婚嫁场景消费增量。

二是婚纱礼服产业“展强店弱”。婚纱时尚周短期展会效应突出,但常态化线下门店、高定设计师工作室布局不足,大多新人仍然选择在原籍城市完成婚纱礼服选购,来三亚只消费拍摄、仪式、度蜜月服务,“只看秀不在此消费”现象较为普遍。

三是产业链联动机制松散。婚庆策划、婚纱摄影、酒店婚礼与珠宝、婚纱服饰商家多为零散合作,缺少统一的一站式婚嫁消费打包产品,各主体利益联结不够紧密,没有形成“登记—旅拍—婚礼—婚品”一站式消费链条。

四是本土婚品品牌培育薄弱。市场供给以引进外来国际品牌为主,具备三亚滨海特色的婚饰、婚嫁文创产品供给稀缺,婚品消费同质化,缺少能够彰显城市浪漫IP的原创产品,消费附加值有待进一步挖掘。

聚焦痛点破局:多措并举激活高端婚品消费新潜力

立足自贸港政策优势与三亚文旅产业发展基础,破解婚品消费短板,应当坚持问题导向,从场景打造、供给升级、链条打通、品牌培育等多维度综合施策,以高端婚品消费扩容助推“甜蜜经济”提质增效。

第一,深挖离岛免税政策红利,打造婚品专属消费场景。依托海棠湾三亚国际免税城商业集群,推动设立高端婚品体验专区,整合钻戒、黄金婚嫁首饰、对表、婚用配饰等品类,推出备婚新人专属组合套餐、蜜月婚嫁消费礼遇,把免税购物嵌入目的地婚礼、蜜月旅行的标准行程。推动免税商业与婚姻登记处、婚庆酒店开展合作,面向来三亚办理异地结婚登记、举办目的地婚礼的新人推出婚品消费礼遇,实现“领证即享购礼”。支持三亚国际免税城举办“cdf情侣购物节”,针对特定婚嫁产品推出专属优惠,或享受多倍积分,进一步促进婚品以及后续结婚纪念日消费;优化免税店婚品的定制服务,开放钻戒刻字、首饰个性化定制等服务,把免税价格优势转化为婚嫁消费体验优势,让新人在享受滨海浪漫仪式的同时,就地完成贵重婚品采购。

第二,放大婚纱时尚周平台价值,做强婚纱礼服常态化供给。把三亚国际婚纱时尚周从年度展会IP延伸为常态化产业载体,引导国际头部婚纱品牌在三亚设立常驻体验门店、高定工作室,鼓励婚纱礼服试纱、定制、租赁业务落地各大婚庆主题酒店、高端商业综合体。用好滨海秀场资源,常态化开展新品首发、设计师沙龙、婚纱主题快闪活动,打破“只有办展才有品牌”的局限。同时兼顾多层次市场需求,既要引进国际高定品牌,也要扶持国内国潮婚纱礼服品牌入驻,兼顾高端定制、轻奢租赁、大众消费不同层级,满足不同新人消费选择。

第三,构建婚旅婚品一体化闭环,完善产业协同机制。推动婚庆行业协会牵头,整合婚姻登记机构、婚拍机构、星级酒店、免税商场、婚纱礼服商户,搭建产业协同平台,开发“登记+婚拍+婚礼仪式+婚品选购”一站式婚旅消费产品。鼓励酒店、婚庆策划机构将婚品体验选购纳入婚礼服务配套,设计多元化打包产品,建立合理的利益共享机制,改变当前行业零散、短期合作的局面。积极用好数字传播渠道,围绕小红书、抖音等年轻群体聚集平台,讲好“三亚办婚礼,三亚买婚品”消费故事,通过新人真实体验、探店测评、直播推介扩大传播,把网络流量转化为实际消费。

第四,厚植本土婚尚品牌,丰富婚品文化内涵。不能只做外来品牌的展示地,还要打造属于三亚的婚品IP。依托三亚黄金珠宝产业,开发滨海主题婚嫁首饰、爱情主题文创婚品,将椰林、大海、天涯文化元素融入婚饰、伴手礼设计,培育一批本土原创婚尚品牌。依托海棠湾龙海风情小镇、天涯海角游览区等现有载体,集聚婚品展示、定制、体验、交易功能,打造集看、试、购于一体的婚尚消费集聚区。同时完善行业服务规范,健全消费纠纷快速处置机制,筑牢消费信任基础,让新人愿意消费、放心消费。

“甜蜜经济”是三亚生活性服务业高品质升级的重要内容,也是三亚建设国际旅游消费中心核心区的特色增量板块。三亚坐拥独一无二的滨海生态资源、成熟婚庆节庆IP与海南自贸港离岛免税政策多重叠加优势,破解当前“重服务体验、轻婚品消费”的产业短板,推动婚旅服务与高端婚品购物双向贯通,加快构建具有三亚特色和优势的现代化产业体系。通过做强婚品消费链条,能够进一步拓展时尚会展、高端商贸、定制服务等服务业态的发展空间,推动文旅、免税购物、时尚会展相互赋能,把婚品消费蕴藏的市场潜力转化为实实在在的产业增量,拉长“甜蜜经济”全产业链条,培育新的消费增长点。(**三亚市青年干部读书班第四期学员 游欢**)

公告栏

国网南昌市新建区供电公司生米供电所关于对连续六个月以上零电量用户予以销户终止供电的公告

尊敬的电力客户:国家发改委2024年2月颁布的第14号令《供电营业规则》第三十五条规定:“用户连续六个月不用电,且经现场确认不具备继续用电条件或存在安全用电隐患的,供电企业应当向用户进行告知,或公示一个月后予以销户。用户需再用电时,按照新装用电办理。”根据以上规定,国网南昌市新建区供电分公司生米供电所梳理汇总出17户连续六个月以上不用电且现场已无受电装置的电力用户,并在生米供电所及“消费日报”进行为期一个月的公示。(明细见附件)。请上述用户2026年11月13日前到生米供电所(江西省南昌市红谷滩区九龙大道3388号)、或通过网上国网APP/赣服通等政务平台办理销户及退费等相关手续。逾期未办理的,国网南昌市新建区供电公司生米供电所将于2026年11月13日后予以销户终止供电。后期有用电需求,可到国网南昌市新建区辖区供电营业厅、供电所或通过网上国网APP/赣服通等政务平台办理新装用电。联系电话:83702929或24小时电话83730007。

国网南昌市新建区供电公司生米供电所
2026年10月13日

附件:用户编号、用户名称、用电地址
3600648727622、南昌市国勇建筑工程有限公司、江西省南昌市新建区生米镇东城村南岸自然村;3600248161091、南昌万科西城房地产有限公司、江西省南昌市新建区生米镇生米村南昌万科西城房地产有限公司;3600142434060、江西富尔富矿业有限公司、江西省南昌市新建区生米镇朱岗村江西富尔富矿业有限公司;3600321318613、中铁五局集团有限公司南昌轨道交通1号线一期工程土建五标项目经理部、江西省南昌市新建区生米镇生米街一居委会320国道;3600187450100、南昌市博森生态农业发展有限公司、江西省南昌市新建区生米镇朱岗村南昌市博森生态农业发展有限公司;3600061620230、茶场2#(罗小斌)、江西省南昌市新建区生米镇生米村茶场2#(罗小斌);3600431465993、南昌市红谷滩新区生米镇相里村民委员会旱改水、江西省南昌市新建区生米镇相里村丁子岭路南昌市新建区生米镇相里村;3600061620865、丁联勇、江西省南昌市红谷滩区生米街道生米村为民路万达文化旅游城D区陈红生;3600295094265、朱长国、江西省南昌市新建区生米镇生米村上洲村;3600270472242、南昌市建设工程项目管理有限公司、江西省南昌市新建区生米镇生米街一居委会国体大道与西站大街交界处;3600255231437、中国建筑第八工程局有限公司、江西省南昌市新建区生米镇生米村中国建筑第八工程局有限公司;3600061620041、南昌市虚拟现实科创城建设有限公司、江西省南昌市新建区生米镇生米村工地用电;3600403565582、江西骏宇实业有限公司、江西省南昌市新建区生米镇生米村九龙湖龙兴大街;3600188095919、李任根、江西省南昌市新建区生米镇朱岗村李任根;3600637288143、江西报业玖珑文化实业有限公司、江西省南昌市新建区生米镇生米街一居委会龙兴大街以南,百丈山路以东;3600061620100、新建县良顺繁殖养猪场、江西省南昌市新建区生米镇朱岗村新建区良顺繁殖养猪场;3600061619715、邓拾林、江西省南昌市新建区生米镇朱岗村邓拾林。

关于刘淑芹继承于树廷不动产的公告

刘淑芹申请继承于树廷的不动产权,向北票市不动产登记中心申请办理不动产转移登记,并提供了申请书、被继承人死亡证明、所有继承人的身份证、户口簿、所有继承人与被继承人之间的亲属关系证明等申请材料。一、被继承人(遗赠人)于树廷于2023年3月5日因疾病死亡。被继承人(遗赠人)的不动产共一户:坐落于振兴街西段95幢02单元02层02022号,建筑面积57.96平方米。不动产权证书号:辽2019北票市不动产权第0002849号(如回迁安置选房单所示)。二、被继承人(遗赠人)的不动产权由刘淑芹继承(受遗赠)。三、除继承人刘淑芹外,其他继承人自愿放弃继承。四、经所有继承人证实,本人父母双方均无非婚生子女,无收养子女,出现任何法律责任,由所有继承人承担。经初步审定,我机构拟依上述申请予以登记,根据《不动产登记操作规范(试行)》的相关规定,现予公告。如有异议,请自本公告之日起三十天内将异议书面材料送达我机构。逾期无人提出异议或者异议不成立的,我机构将予以登记。(地址:政务服务中心B座一楼。电话:5051825。)

北票市不动产登记中心
2026年10月12日

关于张爽继承张立军、李春玉不动产的公告

张爽申请继承张立军、李春玉的不动产权,向北票市不动产登记中心申请办理不动产转移登记,并提供了申请书、被继承人死亡证明、所有继承人的身份证、户口簿、所有继承人与被继承人之间的亲属关系证明等申请材料。一、被继承人(遗赠人)张立军于2026年9月24日因疾病死亡。被继承人(遗赠人)李春玉于2022年9月17日因疾病死亡。二、被继承人(遗赠人)的不动产共一户:坐落于黄河路金河小区A03幢05单元03层05032号,建筑面积60.71平方米。房屋所有权证号:私房权证北字第7102162(如回迁安置选房单所示)。三、被继承人(遗赠人)的不动产权由张爽继承(受遗赠)。四、被继承人的父母均先于他们去世,除继承人张爽外,其他继承人自愿放弃继承权。五、经所有继承人证实,本人父母双方均无非婚生子女,无收养子女,出现任何法律责任,由所有继承人承担。经初步审定,我机构拟依上述申请予以登记,根据《不动产登记操作规范(试行)》的相关规定,现予公告。如有异议,请自本公告之日起三十天内将异议书面材料送达我机构。逾期无人提出异议或者异议不成立的,我机构将予以登记。(地址:政务服务中心B座一楼。电话:5051825。)

北票市不动产登记中心
2026年10月12日

关于林广山继承林凤田、苏风英不动产的公告

林广山申请继承林凤田、苏风英的不动产权,向北票市不动产登记中心申请办理不动产转移登记,并提供了申请书、被继承人死亡证明、所有继承人的身份证、户口簿、所有继承人与被继承人之间的亲属关系证明等申请材料。一、被继承人(遗赠人)林凤田于2016年12月3日因疾病死亡。被继承人(遗赠人)苏风英于2020年12月28日因疾病死亡。二、被继承人(遗赠人)的不动产共一户:坐落于长江街桃园新区J09幢04单元02层04021号,建筑面积56.22平方米。(如回迁安置选房单所示)。三、被继承人(遗赠人)的不动产权由林广山继承(受遗赠)。四、被继承人的父母均先于他们去世,除继承人林广山外,其他继承人自愿放弃继承权。五、经所有继承人证实,本人父母双方均无非婚生子女,无收养子女,出现任何法律责任,由所有继承人承担。经初步审定,我机构拟依上述申请予以登记,根据《不动产登记操作规范(试行)》的相关规定,现予公告。如有异议,请自本公告之日起三十天内将异议书面材料送达我机构。逾期无人提出异议或者异议不成立的,我机构将予以登记。(地址:政务服务中心B座一楼。电话:5051825。)

北票市不动产登记中心
2026年10月10日

关于李荣娟继承丁玉国不动产的公告

李荣请继承丁玉国的不动产权,向北票市不动产登记中心申请办理不动产转移登记,并提供了申请书、被继承人死亡证明、所有继承人的身份证、户口簿、所有继承人与被继承人之间的亲属关系证明等申请材料。一、被继承人(遗赠人)丁玉国于2024年3月29日因疾病死亡。二、被继承人(遗赠人)的不动产共一户:坐落于市府街95号楼04063,建筑面积73.44平方米。不动产权电子证书:辽2025北票市不动产权第20250006539号。三、被继承人(遗赠人)的不动产权由李荣娟继承(受遗赠)。四、除继承人李荣娟外,其他继承人丁翠红、丁翠艳自愿放弃继承。五、经所有继承人证实,本人父母双方均无非婚生子女,无收养子女,出现任何法律责任,由所有继承人承担。经初步审定,我机构拟依上述申请予以登记,根据《不动产登记操作规范(试行)》的相关规定,现予公告。如有异议,请自本公告之日起三十天内将异议书面材料送达我机构。逾期无人提出异议或者异议不成立的,我机构将予以登记。(地址:政务服务中心B座一楼。电话:5051825。)

北票市不动产登记中心
2026年9月30日

关于吕秀芹继承赵文忠不动产的公告

吕秀芹申请继承赵文忠的不动产权,向北票市不动产登记中心申请办理不动产转移登记,并提供了申请书、被继承人死亡证明、所有继承人的身份证、户口簿、所有继承人与被继承人之间的亲属关系证明等申请材料。一、被继承人(遗赠人)赵文忠于2026年4月5日因疾病死亡。二、被继承人(遗赠人)的不动产共一户:坐落于台吉大街271号楼02114,建筑面积68.52平方米。不动产权证号:辽2023北票市不动产权第0010111号。三、被继承人(遗赠人)的不动产权由吕秀芹继承(受遗赠)。四、除继承人吕秀芹外,其他继承人自愿放弃继承。五、经所有继承人证实,本人父母双方均无非婚生子女,无收养子女,出现任何法律责任,由所有继承人承担。经初步审定,我机构拟依上述申请予以登记,根据《不动产登记操作规范(试行)》的相关规定,现予公告。如有异议,请自本公告之日起三十天内将异议书面材料送达我机构。逾期无人提出异议或者异议不成立的,我机构将予以登记。(地址:政务服务中心B座一楼。电话:5051825。)

北票市不动产登记中心
2026年9月30日

北京中海地理信息测绘有限公司河北分公司:本委受理罗廷廷、郭瑞欢、陈新颖、张晶、孙晴、张慧慧与你单位劳动争议一案(邯山劳人仲案【2026】第484号、491号)。因通过其他方式送达未果,现根据《劳动人事争议调解仲裁办案规则》依法向你单位公告送达申请书副本、应诉通知书、开庭通知书等相关法律文书,请你单位自公告发布之日起30日内来本委领取,逾期则视为送达。本委定于2026年12月8日上午9时在本委(河北省邯郸市陵园路58号邯山区政府机关西院)开庭审理此案。请携带单位法人资料和案件相关证据准时参加庭审,否则本委将依法缺席裁决。

邯郸市邯山区劳动人事争议调解仲裁委员会

河北中农信联空间信息技术有限公司:本委受理罗廷廷、郭瑞欢、陈新颖、张晶、孙晴、张慧慧与你单位劳动争议一案(邯山劳人仲案【2026】第484号、491号)。因通过其他方式送达未果,现根据《劳动人事争议调解仲裁办案规则》依法向你单位公告送达申请书副本、应诉通知书、开庭通知书等相关法律文书,请你单位自公告发布之日起30日内来本委领取,逾期则视为送达。本委定于2026年12月8日上午9时在本委(河北省邯郸市陵园路58号邯山区政府机关西院)开庭审理此案。请携带单位法人资料和案件相关证据准时参加庭审,否则本委将依法缺席裁决。

邯郸市邯山区劳动人事争议调解仲裁委员会

注销公告

哈尔滨市平房区皇冠艺童幼儿园,统一社会信用代码:52230108MJY955975G,经理事会会议通过,拟向民办非企业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:肖飞,联系电话:13263509699,特此公告。

遗失声明:江西戏玩家传媒有限公司(统一社会信用代码:91360406MABLPNAD5D)遗失公章:3604030145544,声明作废。

遗失声明:兴义市车工坊汽车服务有限公司遗失公章:5223014165436、法人章(黄传印):5223014165439,声明作废。

遗失声明:南靖县龙山镇金溪村村民选举委员会遗失公章一枚,声明作废。

遗失声明:嵊州市甘霖镇汪东波五金加工厂遗失公章一枚,声明作废。