从山野走向城市 户外产业换道生长

体育用品行业改写“生意经”

图为青少年正在参加户外运动。

当冲锋衣成为写字楼里的通勤穿搭,当非雪季的滑雪场活跃着越野跑和山地自行车等项目,当“周末去哪爬”成为众多年轻人的日常,户外运动正从一项小众爱好跃升为拉动消费、重塑区域经济的新动能。国家体育总局最新发布的《中国户外运动产业发展报告(2025—2026)》(以下简称《报告》)显示,截至“十四五”末,我国户外运动参与人数超过5亿人,户外运动相关产业总规模约3.17万亿元;2025年京东、淘宝、天猫和抖音四大电商平台户外、登山、露营等相关用品销售额达到1423.72亿元,同比增长22.22%,占四大电商平台体育用品销售额的31.68%,位居各类体育用品销售前列,户外用品已成为拉动体育消费的重要引擎。

户外不仅是“进山”,也是“出门”

过去提起户外运动,大众脑海中的画面往往是重装背包,远赴名山大川,挑战高海拔、长距离野外路线,参与者以硬核驴友、专业登山爱好者为主。但《报告》显示,城市通勤/穿搭以68%的占比成为第一大消费场景,轻徒步/健行占比60%,骑行和露营分别占55%和45%,旅行/自驾游、溯溪分别占40%和35%。可见,当前的户外运动已经跳出“进山远征”的固有认知,不断向通勤、休闲和短途出行等日常场景拓展的常态化消费特征进一步增强。

户外消费的“日常化”意味着装备的使用频率从一年数次变为一周数次,产品必须同时满足功能性与生活场景的适配。

《报告》还显示,中青年群体是户外运动主要消费者,男女参与结构总体均衡。“中青年群体有足够强的经济实力和购买力。”首都体育学院休闲与社会体育学院院长郝晓岑表示,“90后”“00后”消费者对产品和IP更有忠诚度,他们愿意为体验和幸福感买单,除了“上山、通勤、逛街,一衣多穿”这种消费需求促使户外运动品牌迅速闯入日常生活场景,品牌背后的精神追求及其引发的身份认同,更助推不少百货商场一层的主流门店成为通往“户外运动”的窗口。她强调:“这不是一阵风、一波热潮——户外运动正成为像吃饭、睡觉一样自然的生活方式。”

企业深耕细分赛道

面对蓬勃发展的户外市场,各类企业正加速战略调整,从产品创新、渠道变革到全球化布局,全方位争夺万亿级赛道。

《2025中国户外用品市场调研报告》指出,市场正从“情绪消费”驱动的非理性繁荣,向以真实需求和专业价值为核心的高质量发展阶段回归。消费者不再为“户外”标签买单,而是为真实的使用场景和体验价值付费。

需求端的结构性变化,正在倒逼供给端调整竞争逻辑。调研数据显示,欧美品牌以40%的偏好度保持高端优势,但国产品牌以38%的偏好度紧追不舍。萨洛蒙、HOKA、昂跑等仍位居市场前列,但以凯乐石、伯希和、骆驼为代表的国货品牌,凭借高性价比、本土适配、技术创新快速突围,在年轻群体与大众市场中认可度持续攀升,打破国际品牌长期主导的格局。

标准与安全成为下一道门槛

《报告》显示,户外运动市场活力得到有效释放,经营主体持续壮大。截至2026年4月,全国户外运动相关存续企业超37.5万家,其中2026年1至4月新增注册企业1.7万余家,反映出市场对行业未来发展前景持续看好。政策端也在加码,国家“十五五”规划纲要、《体育强国建设“十五五”规划》《扩大消费“十五五”规划》《国务院办公厅关于发展体育赛事激发消费活力的意见》等一系列规划与政策文件相继出台,多次对户外运动作出部署。

但规模快速扩张的另一面,是标准与安全体系的滞后风险。

中央财经大学体育经济研究中心主任王裕雄指出,户外运动产业发展的关键问题是“安全性”,但安全保障不能只依靠体育行业,需要多方主体协同,当前众多科技力量入场正是一个积极现象。在他看来,技术不仅要作用于实际场景,也要降低制度的执行成本,帮助制度落地,“当技术大规模应用之后,又会倒逼我们进一步提升标准、演进制度”,当前不少户外运动已有相关安全标准制度,急需推动技术真正投入安全保障实践。

全国体育用品标准化技术委员会副主任委员焦妮认为,面对户外产业项目多、产品多、场景多、产业链长的特点,标准化工作不能只盯着一件产品,而要从单项标准走向体系化思维。标准体系应覆盖基础通用、产品装备、场地场所、服务规范、人员能力五个维度,为基础语言、产业基础、应用拓展、消费安全和专业保障提供支撑。

国研新经济研究院创始院长朱克力表示,户外运动产业规模持续扩容,赛道机会呈现多元化特征,不再局限于传统装备制造。冰雪消费、赛事数字化安全管理等细分领域快速崛起,零售、地理信息技术企业纷纷切入赛道。伴随秋冬户外旺季到来,消费端需求释放叠加政策持续赋能,产业链多元主体将持续受益,产业价值有望进一步释放。

(综 合)

地方实践

延链补链强链 山东庆云激活体育制造产业新动能

清晨的庆云城区公园,晨练老人舒展筋骨,孩童肆意嬉闹,市民身旁随处可见印有“世纪星”标识的户外健身器材。从一款斩获中国体博会金奖的自发电X型胸推训练器,到遍布全球120多个国家和地区的体育器材产品,小小的健身器械,映照出山东省庆云县体育器材产业的发展变迁。

作为国家体育产业示范基地,庆云县立足全民健身广阔市场,以链主企业为牵引,持续延链补链强链,在产业集聚上蓄势能,在破解难题中谋突破,全力向着全国室外智能体育装备产业新高地奋力迈进。

在室外健身器材赛道上,山东世纪星文体器材有限公司是庆云产业发展的典型缩影。企业研发的X型胸推训练器兼顾全人群使用需求,圆弧扶手、镂空通风座椅搭配LED呼吸灯,还具备自发电功能,先后拿下中国体博会银奖、金奖,每一款器材上市前都要历经20万次疲劳试验和严苛检测。目前企业年销售额突破两亿元,产品出口90多个国家,室外智能健身器材细分领域全国市场占有率达20%。以世纪星为标杆,当地搭建起“龙头引领、骨干支撑、小微配套”企业梯队。领先康体同样成长为行业骨干,其伸缩看台座椅走进美加墨世界杯、名古屋亚运会等国际顶级赛场,全国高端伸缩看台市场占有率达到38%,“庆云智造”的行业影响力持续提升。

庆云县现有体育器材相关市场经营主体310家,涵盖规上、高新技术、专精特新等多类企业,产品达十大系列上千个品种,销往全国30多个省区市及全球120余个国家和地区,2026年1—9月规上体育器材企业产值4.14亿元,同比增长19.1%。

在产业高速增长的同时,庆云县体育器材产业链依然面临不少现实制约。上游金属、塑胶等原材料本地配套率不足5%,对外采购受价格、物流波动影响较大;中游部分产品同质化竞争,高端研发设计、品牌运营能力偏弱,高端芯片、传感器等核心零部件存在断链;专业招商力量不足,中小外贸企业开拓海外市场渠道有限,制约产业进一步跃升。

正视短板,方能行稳致远。庆云县锚定建设全国室外智能体育装备产业新高地目标,拿出系统性举措破解发展瓶颈。持续优化招商图谱,加快中庆智慧体育产业园二期谋划建设,招引智能软硬件研发等优质项目,推动数字技术与制造业深度融合,持续擦亮国家体育产业示范基地名片,用好展会平台,引导企业发展跨境电商、培育自主品牌,做优“体育+”融合文章。

庆云县体育发展中心主任王凡存表示,庆云县将持续锚定打造全国室外智能体育装备产业新高地目标定位,以更加务实的作风补短板、强弱项、扬优势,加快推动体育器材产业链高质量发展,为全县经济社会高质量发展和特色体育名城建设贡献更大力量。

(海报新闻)

产业创新

一张乒乓球台能有多“小”

10月14日,在河北双云体育用品有限公司(以下简称“双云体育”),记者看到一款背包大小的迷你带轮小球台,不仅单手就能拎起,还能快速安装和收纳。“迷你球台虽然小,但它的材质和标准球台是一样的,是等比例缩小后的迷你版。无论去哪儿,展开就能打。”公司董事长杨红欣向记者介绍。

“标准球台是2.74米长,只能在大的场馆里打,有的地方受场地限制,摆不开。”杨红欣说,正是这个“痛点”,让企业下定决心做这款迷你球台。

“小”不等于“简”。这款迷你球台长半米出头,宽度略大于A4纸,下面支架配有八个小脚轮,方便移动;两个半球台装有活动轴,折叠收起来就是“手提箱”,拎起来说走就走。

一张小球台,几乎把企业的“看家本事”集于一身。台面用高强密度纤维板,与标准球台同材料,两个半球台拼装的结构,源于企业的一项实用新型专利。连配套的小球拍也暗藏巧思,手柄中间凹进去、两头微微鼓起,像个葫芦,虎口正好卡住,握着更稳,这款“葫芦柄”设计也获得了实用新型专利。

一个“能拎着走”的迷你球台,藏着一个县域产业转型升级的密码。双云体育所在的河北定州,是全国重要的体育用品生产基地。40多年的发展历程中,这里的企业曾被贴上“贴牌代加工”的标签,有制造能力,缺设计能力;有订单,没有品牌。

2018年,双云体育主动求变:不再只做常规球台,将研发方向转向大众娱乐消费场景。转型初期,订单几乎断档,靠着一届届展会、一场场赛事,老客户又陆续回来了。如今,企业累计申请专利35项,并获评省级专精特新中小企业。

小球台也打开了新市场。“产品从定州出发,销往全国各地。客户有什么需求,我们都能定做,不管是颜色、尺寸、功能,都可以一单一议。”杨红欣介绍,这类异型球台一般用来家庭娱乐、桌面解压,也常被做成社交工具、商务礼品。产品从专业赛场走进日常生活,市场反而更宽了。

双云体育的故事不是孤例。定州体育用品产业始于清末,20世纪80年代迅速发展。如今,定州拥有体育用品生产制造企业超700家,产品覆盖18个大类3000多个品种,室外健身器材全国市场占有率超15%,力量器械国际市场占有率超25%,产业集群产值超百亿元,获评“国家体育产业示范基地”。

集群做大的同时,面临中小企业占比高、技术设备参差不齐、供应链分散等问题。围绕研发设计、关键设备、生产工序等环节,定州建成投用

图为河北双云体育用品有限公司生产的迷你乒乓球台。

11个代表性“共享场景”,让中小企业轻装上阵;同时构建“科技型中小企业—高新技术企业—专精特新企业—‘小巨人’企业”的梯度培育体系,全市认定省级科技型中小企业807家、专精特新中小企业156家。

一方小小球台,浓缩企业创新探索,承载匠心与巧思,正是定州体育用品产业转型突围的生动注脚。

(长城网)

『双十一』购物节上新 服务消费成亮点

从目的性购物到目的性体验 服务消费重塑实体商业新引力

“双11”购物节是观察消费市场变化的重要窗口。十月中旬以来,多家电商平台启动“双11”购物节的相关活动。记者注意到,今年各大电商平台在规则上做减法,取消跨店满减和凑单机制,扩容服务消费品类、提升购物体验成为购物节亮点。AI(人工智能)服务也首次成为“双11”购物节的全新品类。

业内人士认为,电商大促单纯靠流量战、价格战“打天下”的阶段已逐渐过去。平台要比拼的,是品质与效率的综合能力,这也是消费者的诉求之一,即实实在在的优惠与高效顺畅的体验。

国家统计局数据显示,2025年,全国居民人均服务性消费支出为13602元,占人均消费支出比重为46.1%,比2020年提高3.5个百分点。今年上半年,我国服务零售额同比增长5.3%,高于商品零售额4.2个百分点。

“打造‘品质供给、品质服务、品质消费’良性循环”被写入10月10日对外公布的《关于实施品质电商“五优”行动的通知》(以下简称《通知》)。按照《通知》,商务部等7部门将组织电商平台“品质推优”、支持各类商家“品质创优”、便利消费主体“品质择优”。《通知》明确,围绕“618”“双11”等消费节点,协同各方力量对电商平台加强指导与规范,持续打造安全放心的网络消费环境。

商务部电子商务司负责人在解读《通知》时表示,近年来,我国电商市场规模稳居全球首位,在提振消费、服务实体、驱动创新、扩大开放等方面发挥积极作用,已具备推动电商品质升级的体量空间基础。开展品质电商“五优”行动,既是促进消费提质扩量,满足人民群众品质化、个性化消费需求的内在要求,也是强化正向引领重塑良性竞争格局,推动电商平台与平台内经营者、劳动者共赢发展的具体举措。

(青 文)

近两年,大家在逛街时不难发现:购物中心里,运动场馆、演艺空间、VR体验、康养按摩、宠物体验等各类体验业态不断增多。曾经作为商场配套的服务消费,如今已经成为实体商业构筑差异化竞争力、引流留客的关键抓手。

当消费向“体验”迁移 实体商业迎来结构之变

近年来,我国消费市场正在经历深刻结构性转变,消费需求逐步从“购买实物商品”向“追求体验与服务”迁移。2025年我国人均GDP约1.4万美元,正处于消费结构升级的重要窗口期。麦肯锡2025年消费调研显示,教育、健康服务、医疗、旅游、餐饮等服务类项目,消费者净消费意向位居前列。“Z世代”作为消费主力,进一步放大了这一趋势。相关调研表明,年轻群体计划增加旅游、文娱、运动消费投入的占比较2021年显著提升。

消费意愿的变迁是业态迭代的底层逻辑,而相关政策密集加码,为服务消费场景的培育与落地提供了顶层制度保障。《加快培育服务消费新增长点工作方案》聚焦九大重点领域,包括交通、家政、网络视听、旅居、汽车后市场、入境消费等重点领域以及演出、体育赛事、体验式服务等潜力领域,并提出引导商业载体培育体验类服务消费。《扩大消费“十五五”规划》更将服务消费列为扩大消费的重点方向,划定七大重点领域,明确了“十五五”时期的中长期发展方向,为体验类消费场景培育提供政策支撑。

伴随大量商业新项目集中入市,行业同质化竞争不断加剧,传统品牌组合难以持续吸引客流。购物中心的客流逻辑,正在从“目的性购物”转向“目的性体验”,服务消费成为实体商业破局的重要载体。

仲量联行对上海30个优质零售项目的监测数据显示,服务消费类租户租赁面积占比从2022年的50.1%提升至2026年年中的52.4%,服务消费已经占据优质购物中心租赁面积的半壁江山。

细分业态增长态势更是亮眼。2026年年中,按摩养生类租赁面积较2024年末大涨161%;快餐小吃、宠物体验服务增长均达56%;运动场馆、娱乐游戏场馆、演艺空间同样实现两位数增长,分别为29%、24%和14%。

不仅业态规模扩张,单店形态也发生明显变化。运动场馆、游戏娱乐场馆的单店面积显著扩容,按摩养生、宠物服务、演艺空间门店规模稳步提升,折射出相关业态对场景空间、沉浸式体验的客观需求。

深耕细分赛道新机遇 把流量转化为消费“留量”

当前,对于实体商业而言,构建差异化竞争优势的关键,在于打造“目的性体验”。潮流运动、演艺新空间、特色餐饮三大赛道,正成为购物中心挖掘增量的突破口。与此同时,传统零售门店也在加快向场景体验模式转型。

潮流运动迎来全民热潮,Hyrox、网球、匹克球、攀岩等新兴运动快速出圈,健康消费从被动医疗转向主动健康投资。行业观察提示,单一运动品类存在2—3年的周期波动风险,商业项目不宜押注单一风口,搭建“场馆+培训+装备+赛事”的多元矩阵,抗风险能力更强。

不少商业体借力赛事经济,打造观赛空间,推出“赛事限定”产品,串联观赛、购物、餐饮动线,实现“赛事+零售+餐饮”业态联动,将赛事流量转化为消费“留量”。如上海浦东嘉里城打造“运动玩嘉2026”,打通从城市训练到山野体验完整链条,联动场内多个户外运动商户举办近30场涵盖训练、体验与分享的精彩活动,将活动流量转化为门店到店与消费机会;永源路引入英超IP,设置日间体验、夜间观赛两大板块,联动潮牌、餐酒吧推出球迷专属权益,实现赛事IP与街区消费双向赋能。

演艺新空间持续扩容,成为商业体聚客新利器。2025年全国营业性演出场次达64万场,同比增长约30%;livehouse票房突破50亿元,同比增长45%。沉浸式驻演、喜剧脱口秀、现场音乐等演艺新空间落地商场,能够吸引兴趣圈层客群,拉长消费者停留时间,激活夜间消费。

值得注意的是,不少商业体更多通过引入演艺IP主题发挥引流效应,如上海恒隆广场《悲惨世界》IP主题展、CP静安《罗密欧与朱丽叶》现场快闪演出等。商业载体探索多元合作模式,引入演艺IP主题静态展,借助戏服、道具、手稿陈列,叠加集章打卡、文创售卖,为剧场预热、为商场引流。而开展现场快闪演出,演员演出搭配粉丝互动,快速制造传播热点,实现双向引流。

餐饮业态在商场新开门店中占比虽高,但市场面临“量大质缺”的结构性矛盾,具有稀缺性、话题度的优质餐饮仍是商业体争抢的流量引擎。其中,沉浸式体验餐饮、高端会员制私享俱乐部、主厨IP餐饮具有较高挖掘价值。

依托场景化、互动式用餐模式,沉浸式体验餐饮塑造差异化体验,主要吸引外来游客、家庭客群。以上海为例,当前沉浸式体验餐饮仅有约29%布局购物中心,综合体仍有较大引入空间。对标国际大都市,会员制餐饮社交会所也有进一步发展空间。此外,在《一饭封神》等综艺节目带动下,主厨IP餐厅流量及热度高涨。节目相关餐厅在美团平台的总曝光度较播出前提升166%,交易用户增长42%。自带社交传播属性的主厨IP,能有效提升商业体的曝光度与客流吸引力。

不仅专门的体验门店,传统零售品牌同样在进行体验化改造。快时尚、运动品牌搭建实景体验场景,延长顾客停留时间,提升复访频次,带动连带销售;潮玩品牌布局IP策展空间,强化圈层文化认同,激发打卡社交传播,为门店引流;消费电子则强化实景试用,用线上无法复刻的线下体验,依托实景试用帮助消费者完成产品体验与决策。

从买商品到重体验,服务消费的崛起是我国消费升级的必然结果,也对实体商业运营提出更高要求。立足扩大内需战略,购物中心持续丰富服务体验供给,不断挖掘细分赛道潜力,将进一步释放实体商业活力,为消费市场注入源源不断的新动能。

(国际商报)

公告栏

关于麻国龙继承孟庆珍不动产的公告

麻国龙申请继承孟庆珍的不动产权,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)孟庆珍于2026年8月18日因疾病死亡。二、被继承人(遗赠人)的不动产共一户:坐落于滨山路99幢05单元01层05012号,建筑面积67.17平方米。房屋所有权证号:北票房权证北票市字第2013002771号(如回迁安置选房单所示)。三、被继承人(遗赠人)的不动产权由麻国龙继承(受遗赠)。四、除继承人麻国龙外,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10月21日

关于张素丽继承张宝振、张艳芬不动产的公告

张素丽申请继承张宝振、张艳芬的不动产权,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)张宝振于2019年12月3日因疾病死亡。被继承人(遗赠人)张艳芬于2024年8月20日因疾病死亡。二、被继承人(遗赠人)的不动产共一户:坐落于中华路一段87幢03单元02层03022号,建筑面积51.16平方米。房屋所有权证号:私房权证北字第285259号(如回迁安置选房单所示)。三、被继承人(遗赠人)的不动产权由张素丽继承(受遗赠)。四、被继承人的父母均先于他们去世,除继承人张素丽外,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21日

邯郸经济技术开发区劳动人事争议调解仲裁委员会公告

邯郸市正朔房地产开发有限公司:本委受理王顺强与你(单位)劳动争议一案,现依法向你(单位)公告送达“邯开劳仲案字[2025]153号”的开庭通知书(开庭时间为2026年12月4日上午9时30分)。请你(单位)自公告之日起30日内来本委领取开庭通知书,(本委地址:邯郸经济开发区和谐大街与金马路西南角一楼,电话:0310-5707757),逾期则视为送达。

江油市人力资源和社会保障局
劳动保障监察限期改正指令书
江人社监令[2026]61号

霍邱县鑫鹤建筑工程有限公司:2026年7月23日,邓兵、许兴年、许明金、李国法、钱福龙、麻顺东投诉你单位存在拖欠员工工资未支付的行为。经查,你单位存在拖欠员工刘兵工资12100元、许兴年工资16600元、许明金工资17200元、李国法工资12100元、钱福龙工资12100元、麻顺东工资7933元的行为。以上行为有欠条等证据证实。上述行为违反了《劳动合同法》第三十条的规定。依据《劳动合同法》第八十五条的规定,作出如下指令:限你单位在收到本指令后10日内审核并足额支付员工刘兵工资12100元、许兴年工资16600元、许明金工资17200元、李国法工资12100元、钱福龙工资12100元、麻顺东工资7933元,并将支付凭证书面报送我局。逾期不改的,我局将依照有关法律、法规和规章,作出行政处理或行政处罚决定。

江油市人力资源和社会保障局
2026年10月22日

公告

天津京驰建筑工程有限公司:你单位职工赵怀先的《初次鉴定结论书》(唐山市劳鉴2026年002966号),因通过邮寄无法送达,现依法公告送达,自本公告发布之日起满30日视为送达。如不服本鉴定结论,可自送达之日起15日内向河北省劳动能力鉴定委员会申请再次鉴定。特此公告。

唐山市劳动能力鉴定委员会
2026年10月21日

公告

黑龙江远升工程咨询有限公司因醉美龙江331边防路二期工程建设项目监理工作需要,拟租赁房屋供监理服务使用,房屋要求:建筑面积60~100平方米左右,有上下水,供暖设施,可作为办公住宿用房,具体位置要求为嘉荫县。有意者可与公司综合部联系。联系电话:0451-85991307。

债权转让通知暨债务催收通知书

债权转让方:深圳市谭英万法律咨询有限公司与债权受让方:张中亚于2026年10月21日签署《债权转让协议》转让方将其对债务人李志辉、黄卫华、李志荣、根据2019年6月23日经重庆市第二中级人民法院出具的案号为:(2018)渝02民终548号的民事判决书的款项全部债权及全部相关附属权利一并转让给受让人。现以通过登报公告送达的方式通知以上债务人。请自本通知之日起主动联系受让方并立即向其履行还本付息义务。如下列债务人因各种原因丧失民事主体资格,请相关承债主体代为履行义务或承担清算责任。特此告知!

债权受让方:张中亚
2026年10月22日

寻人启事

李晓晨(女)失联多年未有联系,请见报后速与您父亲李金山(身份证号:120103196804094217)联系,联系电话:16622191182。

寻人启事

王平(男),失联多年未有联系,请见报后速与您父亲王永华(身份证号:120104195511193213)联系,联系电话:18630976797。

寻人启事

杨广辉(男)失联多年未有联系,请见报后速与李静(身份证号:120102197504302465)联系,联系电话:15620093637。

寻人启事

张婉(女),失联多年未有联系,请见报后速与您父亲张建才(身份证号:120104196608203238)联系,联系电话:13642082280。

寻人启事

潘浩然(男),失联多年未有联系,请见报后速与您父亲潘有刚(身份证:120104196401020017)联系,联系电话:13011390833。

注销公告

北京市密云区溪翁庄镇清晨社区服务中心,统一社会信用代码:52110118MJ0389123 3)经理事会决议,拟向登记机关申请注销清算,清算组负责人张广军,清算组成员:方明友、李蒙、李芹、徐春梅,联系电话18516960290,请有关债权人自见报之日起45日内向我单位清算组申报债权,特此公告。

减资公告

吉林省丹扬信息工程有限公司,统一社会信用代码:91220105MA84MHRJDX8,经股东会决议减少注册资本,由原注册资本人民币1000万元整减至人民币50万元整,请债权人自本公告见报之日起45日内向本公司申报债权要求债务担保,特此公告。

遗失声明:杭锦旗锡尼雅琦食品配送中心(统一社会信用代码:92150625MAC52FLA04)遗失公章:1506251000782 8,声明作废。

遗失声明:田素珍(统一社会信用代码:92140702MA7YGWBEXH)遗失营业执照正、副本,声明作废。

作废声明:北京华夏笔记科技有限公司(统一社会信用代码:91110116MA02A5QB2D)作废法定名称章、合同专用章、财务专用章、发票专用章各一枚,特此声明。

遗失声明:天津泓阿建筑工程有限公司,统一社会信用代码:91120116MAC0W1612L,遗失财务专用章一枚,声明作废。

遗失声明:哈尔滨市双城区门威机械设备销售商店(个体工商户),统一社会信用代码:92231133MAKEF7XA9Q,遗失公章、财务章,法人章(李太安)各一枚,声明作废。

遗失声明:扎赉特旗东辉物业管理有限公司(统一社会信用代码:91152223MABTQ2CP1X)遗失公章、财务章,法人章(于晓旭)各一枚,声明作废。

遗失声明:北京久祥隆科技发展有限公司(统一社会信用代码/工商注册号:911101116750977016/110111010984016)不慎遗失营业执照正副本,作废公章、财务专用章、合同专用章,发票专用章、法人章各一枚,声明作废。

遗失声明:天津市和平区人力资源和社会保障局(统一社会信用代码:11120101000141014L)遗失书面审查专用章一枚,声明作废。

遗失声明:江山市嘉伟家庭农场(统一社会信用代码:92330881MA2DK343X2)2020年11月06日注册的营业执照正、副本遗失,声明作废。

遗失声明:北京利天宏业商贸中心遗失营业执照正副本,注册号:110105604822285,声明作废。

遗失声明:内蒙古蒙鼎旺商贸有限公司(统一社会信用代码:91150823MA13TCQ59W)遗失于2024年1月19号签发的营业执照正本一本、副本2本,声明作废。

遗失声明:海口思宏胜商贸有限公司(统一社会信用代码:91460000MADKGYH66R)遗失公章一枚,声明作废。

遗失声明:北京阳光名典咖啡厅(统一社会信用代码:91110105MA02YGEB7G)遗失营业执照正、副本,公章,财务专用章,法人章各一枚,声明作废。

遗失声明:赫章县陈氏义兽药经营部(个人独资),统一社会信用代码:91520527MAEDLC3X07,遗失公章一枚,声明作废。

遗失声明:天津睿诚科技发展有限公司(统一社会信用代码:91120103MABUR8978E)遗失公章一枚,声明作废。

遗失声明:驻马店市驿城区昊丰种植农民专业合作社(统一社会信用代码:93411702MA45NJCH1P)行政公章(编号:4128030006447)法人章(张红民)丢失,现声明作废!

遗失声明:广州偶朝商贸有限公司(统一社会信用代码:91440106MAEWQWQE0P)遗失营业执照正、副本,声明作废。

遗失声明:曹慧颖遗失哈尔滨好民居建设投资发展有限公司,C19车位原始收据一张,收据编号:00908553,收据金额:壹拾伍万元整,声明作废。

遗失声明:曹慧颖遗失哈尔滨好民居建设投资发展有限公司,C20车位原始收据一张,收据编号:00908553,收据金额:壹拾伍万元整,声明作废。

遗失声明:察哈尔右翼前旗盛凯建筑劳务部(统一社会信用代码:9215092 6MACLRYF38C)遗失公章一枚,声明作废。

遗失声明:德州皇家餐饮管理有限公司经济技术开发区分公司(统一社会信用代码:91371400MA3MEGH19Y)遗失公章:3714022004393、财务章、法人章(孙丽娟)各一枚,声明作废。

遗失声明:盱县脊乐健康管理服务有限责任公司(统一社会信用代码:91411422MAEQWUR8X3)遗失公章:4114220052482、财务章:4114220052483、法人章(孔月华):4114220052484,声明作废。

遗失声明:天津长瀛物业管理有限责任公司(统一社会信用代码:91120113773624253Q)遗失公章、财务专用章各一枚,声明作废。

遗失声明:闽侯县祥谦秋水食品经营部(统一社会信用代码:92350121MA2YX6WQ4Q)遗失公章一枚,现声明作废。