消费舆情热点2026年9月、10月报

热点事件之一：

闲鱼回应“涉黄”指控 称成立专项小组

【事件概况】

近日，河北经视《今日调查》发布暗访报道，曝光闲鱼平台疑似存在涉黄引流产业链，不法商家以模特上门约拍、上门健身教学等名义上架商品，利用“处宝可约”这类暗语，诱导用户跳转至其他社交平台开展交易。报道提及相关黑产甚至涉及未成年人，最小年龄仅14岁。

9月21日，话题冲上热搜第一，闲鱼第一时间发布声明，表示成立专项小组，建立“前置识别—即时处置—警企联动”防控机制；披露2026年年初至今，平台已冻结相关风险账号98358个，警企协同打掉色情团伙15个；呼吁各大平台联合打击跨平台黑灰产。

9月23日闲鱼公布自查结果，称平台公开展示页面没有淫秽信息，报道中的涉未成年人聊天截图经核实来自其他平台，并非闲鱼站内，平台已就此事件向公安机关报案。同时，承认闲鱼被黑产当作引流入口，自身负有治理责任，将持续升级风控能力。

事件曝光后相关话题迅速登顶热搜，全网相关内容传播量突破10亿次，舆情在9月21日至23日达到热度峰值，网友争论焦点集中于平台是否应当为站外引流承担责任。媒体报道和网友评论主要围绕“闲鱼、涉黄、引流、跨平台”等关键词展开。

【媒体视角】

视角一：光明网等媒体指出本次事件并非闲鱼第一次被曝出同类问题，属于反复出现的治理难题。平台虽然公布大量封号数据，但不能回避主体责任，尤其涉及未成年人属于触碰法律红线，不能仅仅依靠事后处置，需要补齐常态化风控短板，不能单纯寄希望于行业联合整治而放松自身审核力度。

视角二：有媒体评论提出黑灰产已经演化出跨平台导流的新型犯罪模式，治理的关键点不在于交易最终发生在哪一个平台，而在于斩断完整引流链条，对此类严重侵害未成年人的犯罪行为重拳打击。

【网民观点】

@橙子橙子：一次性封掉近十万个账号，恰恰说明平台上这类违规问题体量很大。封号只是补救手段，希望平台优化算法，提高伪装暗语识别能力，做到源头拦截。

@闲时饮：跨平台黑产治理难度确实客观存在，但是不能只呼吁其他平台联合，自身的站内风控首先就要做到位。

@一枕山河：平时家里孩子也会刷二手平台，平台一定要加大巡查力度，不能给不法分子留下可乘之机。

【事件延伸】

二手交易平台承担着海量用户闲置物品流转的便民功能，一旦沦为黑灰产的引流跳板，不仅扰乱平台生态，更触碰未成年人保护的底线。本次舆情风波带来的反思值得所有互联网平台重视。

从事件本身来看，黑产团伙已经摸索出成熟的规避监管套路：以普通商品作为伪装，将沟通与交易环节转移到站外，借助跨平台跳转规避单一平台的关键词审核。暗语话术快速迭代，如同“日抛”一般持续变换，客观上增加平台识别难度，这也是各大互联网平台共同面对的治理难题。但治理难度，不等于免责理由。平台不能简单将责任归于交易发生在站外，黑产借助平台流量完成引流的第一步，平台就负有第一道把关义务。平台披露的封号、警企联动成果值得肯定，但是大量账号反复被封，违规引流依然屡现，说明当前治理更多偏向事后处置，前置识别能力仍有待补强。

未成年人网络保护是不可逾越的红线，公众焦虑的本质，正是担心平台风控漏洞给不法分子留下可乘之机。平台不能只以处置账号数量作为成绩单，更应当站在普通用户，尤其是青少年上网安全角度，优化算法识别模型，针对“引导用户添加外部联系方式”这类行为建立专项识别机制，畅通举报通道，对可疑账号快速核查处置。

同时，正如闲鱼呼吁，跨平台黑产治理无法依靠单一平台单打独斗，平台之间应当建立协同联动机制，共享黑产账号特征线索，形成治理合力。网络平台既要追求商业发展，更要履行社会责任，把用户安全放在首位，不断补齐风控短板，才能避免类似舆情反复上演，守护健康有序的网络空间。

（坤 源）

热点事件之二：

央视起底关不掉的弹窗广告

【事件概况】

9月28日，央视《法治在线》等栏目播出调查报道，起底手机弹窗广告乱象。报道列举多个典型案例：深圳张女士报警之后，按照接警员指引上传火灾现场视频，浏览器弹窗广告反复弹出，多次误触跳转，耽误约一分钟上传时间；安徽黄山一名老人打开相机拍摄鱼灯表演，半分钟之内弹窗跳转近20次，根本无法拍照；还有弹窗伪装成来电界面，甚至覆盖通话页面，对用户形成“数字围猎”。

调查揭示，一些应用中广告关闭按钮刻意做得很小、位置隐蔽，甚至设置虚假关闭按键，摇一摇跳转灵敏度超标，已经形成广告主、广告平台、开发者共同参与的流量变现产业链。相关话题迅速登上热搜，引发全网对于弹窗广告治理、适老化手机使用的广泛讨论。

该事件在网上引发热议，报道播出之后相关话题快速扩散，“央视起底关不掉的弹窗广告”登上热搜榜单，短视频平台大量二次剪辑内容广泛传播，舆情热度峰值集中在9月28日至30日，随后热度缓慢回落。媒体报道和网友评论主要围绕“央视、手机弹窗、广告、老年人”等关键词展开。

【媒体视角】

视角一：有媒体指出，工信部规范早已明确适老模式禁止广告弹窗，弹窗广告对于老年人、视力障碍群体伤害尤为突出。弹窗广告设置重重关闭陷阱，本身就违反“一键关闭”法定要求，平台应当优先保障老年群体正常使用手机，不能单纯追逐流量收益。

视角二：中华网等媒体报道梳理弹窗广告商业模式，拆解流量分成机制，指出违法弹窗广告屡禁不止根源在于利益驱动。弹窗不只是App厂商的问题，手机系统权限管理、快应用管控同样存在漏洞，治理不能只整改单个App，需要从系统层面进行约束。

视角三：央广网等媒体评论分析弹窗广告治理的困境，部分弹窗依托较高系统权限，常规App检测难以覆盖，单纯依靠用户手动关闭治标不治本。建议监管部门增加常态化技术巡检，提高违规处罚力度，提升违法成本。

【网民观点】

@人萌脾气怪：家里长辈手机经常莫名其妙跳出广告，老人根本分不清哪个是关闭键，一不小心就下载一堆软件，希望手机出厂就能做好弹窗管控。

@花诺：很多弹窗是快应用唤起的，普通用户很难找到对应的关闭入口，普通消费者根本搞不懂这么复杂的设置。

@文文好静：不仅是老年人，年轻人有时候扫码进站、紧急查信息的时候突然弹出广告，手忙脚乱极易误触，严重干扰正常使用。

@无敌可爱橘：最担心紧急场景被弹窗耽误，遇到突发情况，如果被广告遮挡页面，后果不堪设想，安全优先级理应高于广告收益。

【事件延伸】

弹窗广告被形象地称为手机里的“数字牛皮癣”，本次央视曝光的一系列案例，让公众看到弹窗广告早已不只是烦人的困扰，甚至可能在紧急场景之下干扰信息操作，潜藏不容忽视的安全风险。

从调查案例可见，不少广告设计者刻意设置各类陷阱：缩小关闭按钮尺寸、设置虚假关闭标识、调高摇一摇触发灵敏度，借助快应用权限实现悬浮霸屏。这套设计思路，本质就是刻意诱导用户误触，最大化广告点击收益。而老年人操作能力较弱，更容易陷入弹窗陷阱，成为重点受害群体，这也直接触碰适老化网络服务的底线。

《中华人民共和国广告法》《互联网广告管理办法》早已明确弹窗广告必须设置显著关闭标志，保障一键关闭。相关规范也对适老模式禁用弹窗广告作出规定。弹窗乱象反复出现，背后是部分厂商流量优先的经营思路，叠加当前部分违规行为违法成本偏低，难以形成足够震慑。此外，很多治理停留在用户端，要求用户自行摸索复杂的系统设置才能关闭权限，把治理成本转嫁到消费者身上。

整治弹窗广告，不能只停留在曝光批评。一方面监管部门需要持续开展常态化技术巡检，针对快应用、系统层级弹窗这类常规检测容易遗漏的领域加大排查，落实处罚，提高违规代价。另一方面手机厂商、应用开发者要落实主体责任，在产品设计阶段就把用户使用体验，尤其是老年群体使用安全放在前面，不能将流量变现凌驾于用户基本使用权益之上。

互联网商业盈利无可厚非，但盈利不能以牺牲用户正常使用手机的权利作为代价。只有多方协同发力，堵住技术漏洞，把“一键关闭”的法律要求真正落到实处，才能还给用户干净、安全的手机使用环境。

（坤 源）

热点事件之三：

超长蛋挞从走红到退潮

【事件概况】

8月，河南一连锁烘焙品牌的加盟店，自主上架了“加长版蛋挞”，把蛋挞拉长到60厘米并定价十几元。店员随手拍了短视频，意外走红，上线当天团购订单突破200多单。

随后，全国不少烘焙门店上架该产品。9月20日，鲍师傅正式上线约60厘米超长蛋挞，定价18.9元。凭借极具视觉冲击力的外形，该产品迅速在抖音、小红书等社交平台传播，成为打卡类网红食品，门店出现排队抢购现象，上线仅仅8天销量就突破70万份，部分门店代购价格甚至被炒高。

热度快速攀升的同时，大量消费者晒出实物照片，吐槽蛋挞内部大面积为酥皮结构，蛋液极少、口感干硬，直呼是“智商税”。相关话题迅速登上热搜。9月28日至29日，鲍师傅客服回应，已经收集消费者反馈，可对蛋液过少的产品办理退款，后续将对产品进行复盘优化。

但仅仅十几天后，画风就变了。10月9日，“超长蛋挞陆续下架”登上热搜，有消息称，国庆假期后多地烘焙门店开始停售该产品。还有商家表示，门店已更换为普通蛋挞，“超长蛋挞这阵风已经过了”。

超长蛋挞持续引发网络平台的热议，抖音平台同类超长蛋挞全品类销量可观，话题曝光量突破10亿次，GMV突破2亿元。大量用户发布实测对比视频，口碑两极分化明显。媒体报道和网友评论主要围绕“超长蛋挞、鲍师傅、网红、下架”等关键词展开。

【媒体视角】

视角一：光明网等媒体报道指出超长蛋挞虽然具备社交打卡的情绪价值，但消费者购买之后发现馅料严重不足，品牌需要平衡营销热度与产品品质，网红产品不能仅仅依靠猎奇造型吸引消费者，口感才是食品行业长久立足的根本。

视角二：有财经类媒体发布文章剖析超长蛋挞快速走红又迅速降温背后的供应链逻辑：预制半成品供应链降低新品上架门槛，大量商家快速跟风入局，极易引发同质化竞争与价格战；同时产品形态本身存在物理局限，想要维持60厘米长条不坍塌，挞皮必须加厚，蛋液很难均匀填充，产品缺陷在研发阶段就已经埋下。

视角三：澎湃新闻评论指出，高颜值可以吸引消费者完成第一次打卡消费，但无法支撑复购。超长蛋挞属于一次性尝鲜产品，大分量、高热量的特点，也很难转化为日常消费，当全网新鲜感褪去，流量红利快速消失，产品自然走向退潮。

【网民观点】

@心静自然 liang 女士：排队一小时买到超长蛋挞，拍照很好看，咬开之后大部分都是干酥皮，蛋液薄薄一层，不会复购。

@离群的麋鹿：这种产品本质就是社交打卡道具，商家很清楚大家买回来第一件事是拍照，而不是认真品尝。

@凤栖旧笺：分量太大，一次性根本吃不完，酥皮易掉落，食用体验很差，性价比不高。

@你好旧时光：蛋挞的核心就应该是嫩滑蛋液，只在外形上面做文章，忽略本身口味，就算营销做得再好也走不远。

【事件延伸】

超长蛋挞从排队抢购到快速下架，短短两个多月完整上演网红食品“速红速朽”的典型剧本，值得烘焙行业反思流量与产品之间的取舍。

短视频时代，猎奇造型天然自带传播属性，超长蛋挞依靠极具辨识度的外观，快速成为社交平台的传播素材，短时间撬动巨大销量。但这款产品的矛盾点在于产品设计优先适配镜头传播，却在食用体验上做出妥协。为维持长条形态不发生断裂，挞皮被迫加厚，蛋液难以均匀分布，这种结构性短板，并不是门店操作失误，而是产品设计阶段就存在的先天矛盾。

当下很多连锁烘焙品牌依托成熟预制供应链，可以快速拿到半成品，短时间完成新品上架，抓住短期流量红利。供应链提速降低上新门槛，却也容易催生重营销、轻打磨的浮躁思路：优先追求话题热度，而没有充分验证口感，忽略消费者吃完之后的真实体验。网红爆款可以依靠营销带来一次性打卡订单，但商业长久经营依靠的是复购。一旦大量消费者发现实物与宣传预期落差较大，口碑就会快速反转，流量也会快速反噬品牌。

当然，社交属性本身并不是原罪，消费者愿意为新奇体验买单无可厚非。但品牌应当守住底线，宣传展示应当贴近实物，避免过度美化带来货不对板的观感。对于商家而言，流量只是放大器，产品品质才是根基，可以借助短视频打造话题爆款，但不能把全部赌注押在营销噱头之上。

这一次超长蛋挞快速退潮也给行业带来启示：网红热度来得快去得更快，只有平衡好社交属性与产品本身品质，兼顾消费者食用体验，网红新品才有可能跳出昙花一现的宿命，转化为能够长期经营的产品线。

（坤 源）

声音

消费热潮下 更应看见劳动者的价值

10月12日，霸王茶姬推出全品类买一送一活动，全国订单激增，官方小程序一度出现访问故障，多家门店面临较大接单压力。“霸王茶姬店员忙到崩溃”等话题随之引发讨论。不少网友表示心疼一线员工，呼吁企业给予相应补偿。当天晚间，霸王茶姬宣布将向全国门店发放总计1350万元专项奖励，感谢参与活动保障的一线员工。

围绕这场促销活动，公众的讨论从优惠力度、消费体验延伸至一线员工的工作状态。事实上，类似关注此前已有显现。9月以来，互联网上有关企业休假安排、消费者是否应优先支持重视员工权益企业的讨论陆续出现。

这种关注背后是朴素的身份共情。许多消费者本身也是劳动者，对加班、休息时间不足以及工作与生活难以平衡等问题有切身感受。正因如此，当他们看到一线员工在订单激增时忙碌应对，更容易联想到自身的工作处境。

消费者的选择未必能立即改变企业，却能传递一种市场信号。过去，企业如何管理员工往往被视为内部经营事务，消费者更多关注最终的产品与服务。如今，部分消费者开始把企业用工情况纳入品牌评价，这意味着企业的经营表现不仅体现在商品质量、价格和服务上，也体现在对劳动者的责任上。

对企业而言，这一变化值得重视。合理安排人员和工时、保障员工休息，是企业经营管理需要考虑的问题。消费热度固然重要，但缺乏相应的人员保障，订单增长带来的压力就可能集中落到一线员工身上。提升经营效率，不应只关注订单处理速度，也应考虑劳动者能否在合理的工作安排下完成服务。

对普通消费者来说，关注员工权益不意味着每次消费都要变成一场用工调查。如果能够通过可靠信息了解到，某家企业依法保障员工休息、规范缴纳社会保险，并提供较好的劳动条件，那么在产品和价格相近的情况下，优先支持这样的企业，是消费者自主的选择。消费者不必承担核查企业用工情况的全部责任，但可以在力所能及的范围内，让消费偏好成为一种市场反馈。

同时，消费选择也需要理性看待。不能仅凭一份休假公告、一次员工奖励或网络上的单方面说法，就认定一家企业善待员工或忽视员工权益。企业公开的福利安排是否落实，劳动保障是否到位，都需要具体事实支撑。否则，员工权益很容易被简化为新的营销标签：宣传受到关注，实际执行却无人核实，最终消耗的仍是消费者的信任。

更重要的是，保障劳动者合法权益不能只依靠消费者的共情。消费者的关注可以向企业传递市场期待，却不能替代企业依法用工的责任，也不能替代劳动保障监管。休息休假、社会保险等合法权益，是企业应当履行的责任，而不是争取消费者认可的额外福利。推动劳动权益得到保障，既需要企业完善日常管理，也需要相关制度落实和监督发挥作用。

一杯奶茶从下单到制作完成，可能只需要几分钟。消费者在享受便捷服务的同时开始关注服务背后的劳动安排，说明消费评价正在呈现更加多元的维度。对企业来说，促销能带来一时的消费热度，能否在日常经营中兼顾服务效率与员工权益，才是更值得重视的长期课题。只有将员工权益保障落实到日常经营中，才能在满足消费者需求的同时，推动企业实现更加稳健、可持续的发展。

（山 风）

公告栏

拍卖通知
哈尔滨佳得拍卖服务有限公司定于2026年11月5日10时起至2026年11月6日10时止在中拍平台(网址 https://paimai.caa123.org.cn)上进行公开竞价出售。拍卖标的众泰牌T600小型客车一辆。咨询电话：13674666466。

拍卖公告
受委托，定于2026年11月3日10时开始在章贡区长征大道12号举行一批废旧设备拍卖会，具体见标的清单。整体起拍价：3680元，竞买保证金2000元。标的即日起至2026年11月2日，在标的所在地展示标的。详情见《拍卖资料》。咨询、报名电话：张先生13970782188。

江西佳友拍卖有限公司
拍租公告
受委托，定于2026年11月5日10时开始在沙石镇沙石村委会会议室举行拍租会，对赣州市沙石镇峰景小区商铺12号、16号、17号、22号、25号、49号、56号等七个标的商铺租赁权进行拍租。标的即日起至2026年11月4日，在标的所在地展示标的。详情见《拍卖资料》。咨询、报名电话：张先生13970782188。

江西佳友拍卖有限公司
车辆拍卖公告
受委托，我公司定于2026年11月3日上午9时30分在中拍平台(https://paimai.caa123.org.cn)以网络同步拍卖方式举行拍卖会，现公告如下：一、拍卖标的、起拍价及保证金：1、皖NGW797，吉普指南者，车架号LWVEAFM9XHB031366，发动机号00108056，参考价：15528元。保证金：5000元。2、皖N3E031，奇瑞瑞虎，车架号LVTDB24BFC074868，发动机号TAFL03985，参考价：7289元。保证金：2000元。3、皖NVK039，大众迈腾，车架号LFV3A23C7C3040647，发动机号130611，参考价：12270元。保证金：5000元。4、皖NGW769，大众帕萨特，车架号LSVCC2A41BN304233，发动机号878398，参考价：14362元。保证金：5000元。二、咨询电话：0564-6760001(邵权)。

安徽皖融项目管理有限公司
2026年10月27日
拍卖公告
受委托，我司定于2026年11月3日10时，通过中拍平台以竞价方式对一件文玩艺术品进行公开拍卖。展示时间2026年11月1日至2026年11月2日。展示地点：标的物所在地(统一组织)。咨询地址：天津市河西区郁江道88号增1号　咨询电话：022-88363288。特别提示：办理竞拍登记截止日期为2026年11月2日16时，竞买保证金于竞拍登记截止日期前交到指定账户。

天津市华资拍卖有限公司
2026年10月27日
智玺拍卖2026年3号天天拍拍卖公告
受委托人之委托，于2026年11月4日10:00至2026年11月30日，每日在重庆市大渡口区春晖路街道松青路812号负1-5，举行2026年3号天天拍拍卖会，拍卖标的为一批日用，家居等消费品。竞买人须为具有完全民事行为能力的公民、法人或非法人组织。咨询电话：4001117856。

拍卖人：重庆智玺拍卖有限公司
2026年10月26日
政信云九九2026年5号公益慈善拍卖公告
受智玺稳美术馆(重庆)有限公司之委托，于2026年11月3日10:00至2026年11月8日在政信云九九(www.zhengxinyun99.com)/微信小程序、公众号“政信云九九”举行公益慈善拍卖会，拍卖标的为100张智玺稳美术馆门票，拍卖所得款项用于公益慈善事业。竞买人须为具有完全民事行为能力的公民、法人或非法人组织。咨询电话：4001117856。

承办人/拍卖人：重庆智玺拍卖有限公司
2026年10月26日
好铺多多(上海)商业管理有限公司
拍卖公告
2026年11月4日10时拍卖上海市浦东新区方竹路566弄40号1102室。拍卖前两日10:00-16:00原址预展。地址：上海市浦东新区康安路388弄T2-519室。电话：13917500002。联系人：吕红敏。提前一日18时前缴保证金并提交证件。

宁波恒阳拍卖有限公司拍卖公告
受委托，本公司近期拍卖会如下：一、2026年11月4日上午9:00-10:00(延时除外)在中拍平台对慈溪市宗汉街道江东村金轮北路66号房屋租赁权进行公开拍卖；二、2026年11月11日上午9:00-10:00(延时除外)在中拍平台对余姚市阳明街道丰山路296号五间房屋租赁权进行公开拍卖。展示时间、地点：即日起至拍卖会前一天于现场展示，自行看样。竞买人须按规定时间缴纳拍卖保证金，并完成报名手续。其他详见拍卖文件。联系电话：13705842159杨女士联系地址：余姚市阳光国际大厦A座2107室。

2026年10月27日
河北有荣拍卖有限公司：有荣拍卖(2026年11月3日至2026年12月31日)拍卖公告
本公司受委托对废旧物资类(废钢铁、废钢筋、废旧钢模板、废管道、废钢筋棚、废设备、工程车辆、报废汽车、废电缆、废电机等)，机动车、船舶、房产、土地所有权和无形资产等面向社会公开拍卖，现将有关事项公告如下：一、拍卖时间：2026年11月3日至2026年12月31日期间，每周一至周日6:00——22:00进行网络拍卖会。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：标的所在地预展，具体联系拍卖企业。五、报名时间及地点：开拍前半小时截止，报名地点中拍平台。六、报名资质要求：一般纳税人资质或小规模企业或中华人民共和国合法公民，具体按每场拍卖会的竞买须知要求，必须在中拍平台注册并通过实名认证的合法机构或个人。七、竞买保证金：竞买人缴纳竞买保证金须联系拍卖公司或详见每场拍卖会的竞买须知，按每场拍卖会的要求缴纳竞买保证金，对公账户详询拍卖企业。八、公司地址：河北省石家庄市高新区裕华东路358号天山银河广场D区商办楼01单元0214号房。

公告
宜春市文岩科技发展有限责任公司债权申报时间截止至2026年12月7日，并定于2026年12月8日16时在宜春市袁州区人民法院第十七审判庭召开第一次债权人会议。该公司营业执照、公章等均已遗失，现由明传库。

宜春市文岩科技发展有限责任公司管理人
黎律师 13006266484
解除劳动合同通知书
马超，身份证号：412902197307150831。你已于2026年09月10日离开场区，未办理休假手续，至今未再返场继续提供劳动，已构成旷工。我公司先后向你户籍地址、预留通讯地址邮寄《限期返岗通知书》，邮件均遭拒收退回，无法直接送达。现根据《中华人民共和国劳动合同法》相关规定，以登报公告方式送达：限你自本公告刊登之日起30日内，到我公司办理离职手续。逾期未办理，视为你自动放弃相关权利，双方劳动关系自公告期满之日起解除，由此产生的一切法律责任由你本人承担。特此公告。

河南天康宏展长台关畜牧开发有限公司
2026年10月27日
寻人启事
刘洋(女)，失联多年未有联系，请见报后速与您父亲刘云祥(身份证号：120104195505122515)联系，联系电话：15620789125。

简易注销公告
北京顺义中建教育培训学校，统一社会信用代码52110113094569627I；北京市顺义区麦思顿培训学校，统一社会信用代码52110113MJ0330025K；北京市顺义区天竺新新家园蒸码幼儿园，统一社会信用代码52110113MJ032969XG；北京市顺义区金诚立信培训学校，统一社会信用代码52110113MJ0329155M；北京市顺义区数圣财会培训学校，统一社会信用代码52110113306566568Q；北京市顺义区新大方职业学校，统一社会信用代码52110113589083565 6；北京市牛栏山一中实验学校，统一社会信用代码52110113675052423 8；北京市顺义区伊顿幼儿园，统一社会信用代码52110113795956267 1；北京市顺义区启智文化艺术中心，统一社会信用代码52110113752155371E；北京市顺义区东方太阳城文体培训学校，统一社会信用代码52110113781702514 0；北京市顺义区爱嘉励儿童双语培训学校，统一社会信用代码52110113775453466 4；北京市顺义区优帮培训学校，统一社会信用代码52110113760110110 4；北京市顺义区飞天汽车驾驶学校，统一社会信用代码52110113752150976U；北京市顺义区科华培训学校，统一社会信用代码52110113600071486 1；北京市顺义区朝阳英语培训学校，统一社会信用代码52110113748100247G；北京市顺义区九日外国语培训学校，统一社会信用代码52110113780201111XC；北京市顺义区芳草外国语学校，统一社会信用代码52110113085483784 9；北京市顺义区嘉德蒙台梭利幼儿园，统一社会信用代码52110113678754770 8；北京市五环汽车摩托车驾驶员培训学校，统一社会信用代码52110113787755369T；北京市顺义区酬勤文化培训中心，统一社会信用代码52110113781700914 8；北京时星宇汽车驾驶学校，统一社会信用代码52110113400940886B；北京市顺义区津桥培训中心，统一社会信用代码52110113739351044 3；北京市顺义区现代电脑培训学校，统一社会信用代码52110113600070723W；北京市顺义区益民明德幼儿园，统一社会信用代码52110113MJ03301725；北京市顺义区恒善博远儿童关爱中心，统一社会信用代码52110113MJ0329016Y；北京市顺义区大方职业技能培训学校，统一社会信用代码52110113787755377M；北京市顺义区国医堂小儿推拿职业技能培训学校，统一社会信用代码52110113MJ03294971。以上社会组织经业务主管单位审核同意，已向顺义区民政局提交注销申请，完成简易注销。特此公告。

召回公告
准产品质量检测有限公司抽检发现，26年8月25日销售发往安徽淮南市寿县“全启星”品牌煤气阀160个，产品存在共性质量问题。检测显示调压静特性、耐冲击性、连接接头机械强度等不合格情况。公司立即启动产品缺陷专项排查小组，对同批次原材料、生产工艺、装配流程、成品检测记录进行全面溯源核查，由于人工复检环节漏检，导致不合格产品流入成品库。特主动召回。

临沂欧象阀门有限公司
2026年10月27日

登报电话：13080793002