体验端预约升温 产品端功能进步

国产家用缝纫机能否承接年轻人消费需求



图为顾客在缝纫手工坊内动手裁布、缝制衣物。

曾被视作“奶奶辈”标配的缝纫机,正逐步走进年轻人的日常生活。记者浏览某电商平台北京地区团购页面看到,缝纫体验课单次价格普遍在90元至200元之间,周末常显示预约满额;在社交平台小红书上,“缝纫日常”话题页面显示浏览量超18.1亿次、讨论量达658万条,消费者显露出添置家用缝纫机、把课堂爱好带回家的意愿;在广州、南京等城市,缝纫已与AI、美妆、架子鼓等并列进入本地夜校课程。

“体验经济带来的‘体验—兴趣—购买’链条,正在为国内家用缝纫机市场打开一个过去没有的入口。”中国缝制机械协会副理事长刘敏对记者表示。

□ 本报记者 **王薛淄** 文/摄

体验端升温
年轻人重新坐到缝纫机前

11月4日上午,记者推开位于北京市崇文门的杰依迪布艺DIY手工坊的门,看到约四十平方米的空间里,十台家用缝纫机摆在中间,一侧是叠得整整齐齐的布料,一侧是裁剪台,两台工业缝纫机和两台刺绣机靠在角落。“今天虽然是工作日,但下午仍有两名顾客预约了。”店主江莉宁一边整理布料一边告诉记者,“周末是高峰,全天约接待十人,经常约满。”

江莉宁向记者介绍了手工坊的课程:顾客可以先在废布上练习直线、折线和弧线,再在老师的指导下尝试做发圈、立体小卡包等。“初学者往往在第一次课程中就能独立完成发圈、布袋等简单作品,这种即时反馈让不少人愿意继续学下去。”江莉宁表示。

“平时工作节奏快,缝纫反而让我慢下来。”上过缝纫体验课的学员杨洋对记者说,“选线、裁布,踩下踏板的那一刻,注意力全集中在针脚上,世界缩小成台面上那几十厘米见方的空间。”

记者了解到,类似场景正在多个城市出现。8月,上海市民艺术夜校秋季班开启报名,一个“缝纫机布艺初级班”名额6秒内被抢空;南京、成都的缝纫门店周末时常满座,需提前三四天预约。中国信息通信研究院数据显示,截至2025年11月底,中国体验经济市场规模已达18.4万亿元,同比增长22.6%,缝纫体验正是这一高增长赛道中的一个活跃分支。

这股消费端的热度,也带动国内家用缝纫机市场升温。“我国家用缝纫机长期‘墙内开花墙外香’,大量出口日本以及非洲、欧美市场,内销份额很小。近两年,年轻人涌向缝纫体验课,缝纫自习室在多个城市满座,家用缝纫机在社交平台的话题热度持续攀升,国内消费端正在出现结构性启动的迹象。”刘敏表示,“过去内销份额小,很大程度上是因为缝纫在普通消费者的生活中没有应用场景。如今,年轻人把缝纫当作解压、创作和社交的方式之一,有了场景,需求就有了落地的土壤。”

产品端进步
国产家用缝纫机沿四个方向推进

变化首先反映在产品端。记者注意到,近两年来,国产家用缝纫机正沿着四个方向推进:自动化程度提高、网络互动性增强、审美设计更贴近年轻消费者、适用材料范围扩大。

“自动化这条线最明显,自动穿线、自动剪线从‘卖点’变成了中高端机型的‘标配’,有企业已研发出具有智能双线检测系统的产品,这属于自动化向‘自感知’延伸。网络互动性方面,App连接、花样导入、触控交互已经在缝绣一体机上落地,不再停留在概念阶段。审美设计方面,国产品牌的反应甚至比国际品牌更快——外观、界面、内容生态都在向年轻消费者的使用习惯靠拢。适用材料范围扩大,则体现在吃厚能力和多面料适配能力上,从薄纱到牛仔、皮革的切换不再需要用户手动反复调试。”刘敏表示。

此外,记者发现,在近期行业展会上,多家企业展示的缝绣一体机型把“缝纫+刺绣”作为核心卖点。对此,刘敏表示,缝绣一体对应的是真实的需求分层:入门用户需要的是“能缝、好缝”,进阶用户想要的是“缝之外还能创作”。刺绣功能把家用缝纫机从“工具”向“创作终端”推进了一步,对于已经不满足于做基础款的年轻人而言,该产品的吸引力是明显的。但其成为主流的前提是价格和操作门槛同步下降。目前缝绣一体机的主力价位仍然偏高,触控屏、绣花臂、花样生态这些配置对纯新手来说不是刚需。“更准确的判断是,缝绣一体会成为中高端家用缝纫机市场的发展方向,但在入门级产品市场,自动穿线、自动剪线、吃厚能力仍然是更基础的竞争维度。”刘敏表示。

转化短板
体验渠道与“最初十分钟”还需打通

“但也要清醒地看到,体验课上的人流要转化成稳定的家用缝纫机保有量,中间还有很长的路。”刘敏指出,体验课带来的是大量“零基础”新用户,他们对自动穿线、自动剪线、智能提示高度敏感,但对复杂参数和花样编辑未必有耐心。

刘敏告诉记者,协会每年策划十余场次缝艺推广活动,从校园体验到社区活动,从直播教学到文化展示,一直在做同一件事:让缝纫从“会的人才会”变成“想学的人够得着”。在推动缝艺普及过程中,大家有一个很深的体会:用户流失往往发生在最初十分钟,穿不上线、梭芯绕不对、张力调不好,人就走了。“家用缝纫机的第一用户很多时候就是第一次摸缝纫机的人。如果智能功能需要先学一套操作逻辑才能使用,那它并没有降低门槛,只是转移了门槛。”在刘敏看来,自动穿线、自动剪线之所以重要,不是因为这些功能“高级”,而是因为其把最初十分钟内产生的挫败感消解了。

一个值得注意的细节是,江莉宁店里使用的十台家用缝纫机均为同一品牌。她解释,一个工作室使用同一系列产品,方便讲解,对顾客也更友好,“无论使用哪台机器,顾客都知道按这个键抬针脚、扭这个按钮调速度”,不少顾客体验后会回家购买同款产品。

但这也恰好显示了国产机器在“体验—购买”链条上的现实短板:产品在进步,但体验渠道的布局并不完备。兄弟等国外品牌已配套线上教学视频和线下缝纫教室,顾客可以先到教室试用,再决定是否购买,也可以在线上购机后到线下缝纫教室学习课程。线下体验被视为“深度种草”的关键一环。江莉宁认为,如果国产家用缝纫机能用同一系列产品开展类似的体验,将有助于市场推广。

刘敏也直言,仍有相当一部分国产家用缝纫机停留在“功能堆叠”层面,追求线迹数量、针速等参数,却没有回答“新手第一次用会不会挫败”“做娃衣、做宠物装、做道具时哪一步最麻烦”这些具体问题。企业研发产品,不在于能否做出某个功能,而在于是否愿意改变产品定义的起点:不再盯着“竞品有什么”,而是回到“用户卡在哪”。这个切换,头部国产品牌已经开始了,全行业完成还需要时间。



图为缝纫手工坊里展示的各式布艺手作。



图为2025年中国国际缝制设备展览会上,国产品牌展出的智能缝绣一体的家用缝纫机。

消费深一度

从“食糖”到“识糖”

□ 晨 亮

前不久,食品配料表里的白砂糖和果葡糖浆之争,在网络上引发热议。看似是对两种糖的讨论,其实折射出一个值得关注的变化:随着健康意识增强,消费者正在重新认识糖,也在重新审视自己的食糖方式。而在食糖行业内,对于消费者正确认识食糖更为迫切。2026/27全国食糖产销大会上,中国轻工业联合会党委书记刘江毅强调,食糖消费增长乏力,供需结构性矛盾突出是新制糖期糖业发展面临的新形势、新挑战之一。中国糖业协会理事长闫卫民在会上更明确提出,要持续推进科学认识食糖工作、讲好食糖文化、拓展消费空间。对整个产业来说,无论是一次对食糖的舆论事件,还是业内的发声,都反映出消费者对食糖的认识正在发生变化,为观察当前食糖消费市场提供了一个新的窗口。

根据权威媒体的科普,需要正确认识的是,白砂糖和果葡糖浆都是食品工业中常见的糖类原料,二者在组成和生产工艺上有所不同,但不能简单地以一种健康、另一种不健康来区分。白砂糖的主要成分是蔗糖,进入人体后分解为葡萄糖和果糖;果葡糖浆则是葡萄糖和果糖的混合物。在摄入总添加糖量相同的情况下,目前没有充分证据证明二者存在天然的健康差异之分。无论哪一种,过量摄入都可能增加代谢负担。企业选择果葡糖浆,更多是基于原料成本、生产工艺和产品特性等方面的考虑。

因此,网络热梗“把白砂糖还给我们”并不意味着消费者重新追求高糖饮食,而是表达了对食品配方透明度和知情权的重视。尤其值得注意的是,“无蔗糖”不等于“无糖”,“不添加白砂糖”也不意味着产品没有其他糖类。消费者真正关心的,不只是产品使用了哪一种糖,更是产品究竟含有多少糖、配方为什么发生变化,以及自己能否获得真实、完整的产品信息。

这场讨论也反映出当前食糖消费面临的一种新现象:一方面,公众健康意识不断增强,对添加糖摄入更加谨慎,甚至出现一定程度的“谈糖色变”;另一方面,人们又希望食品保留应有的口感和品质,不愿意在不知情的情况下接受配方改变。健康意识提升值得肯定,但如果把所有糖类一概视为有害,或者寄希望于通过更换一种糖就能解决健康问题,同样容易陷入认知误区。科学控糖的关键是控制游离糖和添加糖的摄入总量,而不是简单地寻找一种所谓更健康的糖。

从这个意义上说,消费者需要正确认识食糖,产业也需要主动帮助消费者认识食糖。

闫卫民说,要持续推进科学认识食糖工作、讲好食糖文化、拓展消费空间。这一表述值得关注。它不仅是对当前食糖产业发展的工作部署,也回应了消费市场正在发生的变化。当消费者对糖的认识更加复杂、食品企业的原料选择更加多元时,行业需要做的,不是简单地为某一种糖做辩护,而是以科学、客观的态度向社会讲清楚糖的基本知识、营养特点和合理消费方式。

事实上,食糖不仅是家庭日常生活中的调味品,也是食品工业的重要基础原料,广泛应用于饮料、烘焙、乳制品、糖果等多个领域。糖在食品中的作用也不仅仅是提供甜味,还涉及产品风味、质地、色泽和加工工艺。随着消费需求变化,食品企业对原料的选择更加注重成本、品质、功能和生产适配性,白砂糖与果葡糖浆等原料之间的竞争也随之发生。对于糖业而言,这既是市场挑战,也是推动产品创新和产业升级的契机。

尤其是在健康消费逐渐成为趋势的今天,拓展消费空间并不意味着鼓励消费者多吃糖,而是要在科学膳食和合理摄入的前提下,研究市场需求,丰富产品应用,提升食糖的品质和使用价值。制糖企业应当更加主动地了解饮料、烘焙、乳制品等下游行业的需求,加强与食品企业的技术交流和产品研发合作,提升产品质量、供应稳定性和应用服务能力。同时,行业协会也需要加强科学科普,讲好食糖从农业种植到食品加工的产业故事,让社会更加全面地认识食糖的经济价值、产业价值和文化价值。

这种消费端的变化,对于当前中国糖业尤为重要。闫卫民在食糖产销大会上介绍,食糖产量连续3个制糖期实现恢复性增长,有效促进了农民增收,夯实了产业基础。他表示,2026/27年制糖期,食糖生产既要抓好田间管理、维护良好生产秩序,也要防范化解企业经营风险。这说明生产能力增强,并不意味着市场需求会自动扩大。据报道,近期白糖价格跌破部分糖厂成本线,贸易商采购和囤货意愿不足,也从一个侧面反映出市场供需和经营预期面临压力。产量恢复与消费拓展之间如何形成良性互动,已经成为行业需要面对的现实课题。

食糖产业的发展,既需要生产端稳定供应,也需要消费端持续拓展市场。防范化解企业经营风险、科学认识食糖、讲好食糖文化、拓展消费空间,实际上成为了产业健康发展的重要着力点。只有让消费者科学认识糖,让食品企业更加透明、合理地使用糖,让产业链上下游建立更加稳定的合作关系,才能更好地把生产优势转化为市场优势。

从“把白砂糖还给我们”的网络热点,到行业提出科学认识食糖、拓展消费空间,二者看似来自不同角度,却指向同一个问题:食糖消费需要建立在科学认知和市场信任的基础之上。消费者不必“谈糖色变”,企业也不能利用健康概念模糊产品信息。对于糖业来说,真正值得努力的,不是让消费者吃更多的糖,而是让社会更加科学地认识糖,让优质食糖在食品工业和日常消费中发挥应有的价值。

当食糖消费从单纯关注甜味和价格,转向更加关注健康、品质、透明度和实际需求,中国糖业也需要完成从重视产量增长到重视消费价值的转变。这或许正是当前食糖产业拓展消费空间、实现健康可持续发展的重要方向。

地方动态

吉林临江:聚力攻坚提质 绘就文明城市新画卷

本报讯(记者 **王春宝** □ **李承儒**)2026年以来,吉林省临江市立足全域美丽建设总体布局,多措并举、精准发力,全面推进市容整治、环境提质、绿化提升、设施升级、市场治理、风尚培育等一系列攻坚行动,以精细化、网格化、常态化治理赋能城市迭代升级,全域打造环境更美、秩序更优、生态更绿、人文更暖的幸福临江样板。

用心打造城市“面子”与“里子”。临江市推进市容环卫精细化治理,持续擦亮城市洁净底色。整治占道经营、违规棚体、破损牌匾,规范停车秩序。管控餐饮油烟,严控建筑垃圾运输,打造更加干净有序的城市环境,市容面貌持续向好。

从休闲场地到花草绿地,城市正悄悄焕新。临江市扎实推进城市更新,补齐民生配套短板。江心岛公园、体育场、北山公园重建投用。实施排水防涝、管网升级,开展道路、照明等设施修缮。持续加大绿化养护与生态提升力度,全年新增及优化绿化面积超2万平方米,打造口袋公园、沿江绿道与共享绿地,持续提升城市服务能级与宜居品质。

守好城市每一条路,护航群众平安出行。临江市常态化屯警路面,落实高峰守路口、平峰巡干线、重点点位全天候值守,优化智能信号配时、设置护学岗、密集点位联勤值守。创新交通违法闭环处置模式,劝导、处罚、拖移多措并举,严查违停、占用消防通道、酒驾醉驾、超限超载等违法行为。

看好百姓“菜篮子”,守住烟火里的安心。临江市聚焦农贸市场环境乱象,规范各类摊位摆放,实现货品分类陈列、整洁有序。持续加大市场排查整治力度,严厉清查“三无”、过期、假冒伪劣商品,实现问题商品动态清零,全年累计检查市场259家次、出动工作人员518人次,全面提升市场规范化、精细化、标准化管理水平。

常态化开展“小手拉大手”“文明交通劝导”等文明实践活动。临江市搭建线上线下立体化宣传矩阵,投放文明主题公益广告,宣传覆盖群众3万余人次。依托户外广告、宣传栏、微信公众号、短视频等普及文明规范,坚持教育引导与监督警示并举,提升市民文明素养,涵养崇德向善、文明有礼的社会风尚。

日复一日的精细打磨,让临江市的街巷更干净、环境更优美、设施更完善、出行更顺畅……看得见的环境蝶变,摸得着的民生幸福,感受得到的文明新风,让这座山水之城既有绿水青山的颜值,更有文明向善的温度。未来,这片热土将持续以治理为基、以文明为翼,续写城市提质、民生向好、全域大美的崭新篇章。

市场监管

福建三明全面助力药企自检提质增效

本报讯(记者 **庄文森 李福琳** □ **林士卿**)为进一步夯实药品质量安全底线,助力本地医药企业完善产品自检体系、提升市场公信力,近期,福建省三明市市场监督管理局检验检测中心药检所工作人员加班加点承接辖区药企产品专项检验任务,以严谨专业的技术服务,为企业产品质量安全保驾护航。

药品检验项目多、流程长,微生物检验是药品质量把控的关键环节,其中霉菌菌种培养、筛查、观察周期长、精度要求高、容错率极低,对检验环境、操作流程和时间把控有着严格标准。三明市某药企为全面自查产品质量、规范生产流程、增强产品市场公信力,主动送检相关批次产品,开展全方位质量自检。

为保障检验数据精准有效,不延误企业整改优化进度,三明市市场监督管理局检验检测中心药检所检验人员主动担当、加班攻坚。霉菌菌种培养周期长达一周,需要检验人员每日定时跟进观察、记录生长状态、比对实验数据,全程保持无菌规范操作,不能出现任何中断与疏漏。为确保实验连续性、完整性,检验人员坚守无菌实验室,紧盯菌种培育全过程,按时完成取样、接种、培养、观察、数据分析等一系列精密工序。

灯火通明的实验室里,仪器低鸣、步履匆匆,所有检验人员始终秉持严谨细致、精益求精的工作态度,严格依照国家药品检验标准规范操作,严控每一道检验流程、核实每一组实验数据,全力保障检验结果科学、真实、可靠。

近年来,三明市市场监督管理局检验检测中心持续深化助企服务理念,主动对接本地医药企业发展需求,常态化提供精准检验、技术指导、质量帮扶等服务,助力企业完善自检体系、补齐质量短板、提升产品公信力与市场竞争力。

此次连续性的工作,不仅高效完成了药企专项检验任务,帮助企业精准掌握产品质量状况、完善内控标准,更充分展现了检验检测队伍恪尽职守、无私奉献的职业担当。下一步,三明市市场监督管理局检验检测中心将持续发挥技术支撑职能,常态化开展助企提质服务,以专业检测力量筑牢辖区药品安全防线,助力三明市生物医药产业高质量健康发展。

公告栏

拍卖公告
受委托,本公司将公开拍卖下列物品:浙J63Q1K别克牌(SGM6521ATA)商务轿车壹辆,注册日期为2012年12月6日,检验有效期至2026年12月,无违章记录,公里表读数304173m。起拍价30780元,保证金10000元。拍卖时间、地点:2026年11月18日9:00,中拍平台(网址:https://paimai.caa123.org.cn/)。展示时间、地点:2026年11月16日-17日。标的停放于浙江省台州市三门县人民检察院内。有意竞买者请于2026年11月17日下午4时前下载注册中拍平台APP网上报名,并及时缴纳保证金,联系我们后台授权。联系电话:13506762333。保证金的缴纳账户名: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11月10日
租赁权拍卖公告
本公司将于2026年11月20日9:00-10:00时在中拍平台拍卖位于椒江区葭沚街道学院路以西、后许村支路以南后许综合楼租赁权,该大楼地上五层、地下一层,地上建筑面积约22180㎡,地下建筑面积约7691㎡,地上停车位约25个,地下停车位约181个。本次拍卖租赁范围除该大楼第五层南端由后许村村部办公留用外,其余整体租赁,租期12年(不含6个月装修期),起拍价:23元/㎡/月,保证金:200万元。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11月10日
拍卖公告
受委托,我公司将于2026年12月1日上午10时在开始在江西省公共资源交易网(网址:https://www.jxsggzy.cn/)举行拍卖会。拍卖标的:48辆公务车辆拍卖,拍卖保证金3000元/辆。(详见标的清单)。标的展示时间、地点:自公告之日起至拍卖日前,在樟树市公车服务中心停车场展示。竞买人在拍卖前务必自行到场查验车况、核对速章、查验证件,了解车辆全部瑕疵;报名前应认真审阅拍卖文件,未到场看样的,视为认可标的全部现状。未看样或未审阅拍卖文件者风险自负。标的采取增价拍卖、网络竞价的方式,按价高者得的原则确定买受人。标的详情见拍卖资料或致电咨询,有意竞买者须在拍卖会前一天17时前办理报名手续并缴纳保证金后才具有竞买资格。咨询电话:0795-3175555、13627954113。勘察电话:18507956862杨(需提前预约)。
宜春市宏海拍卖有限公司
2026年11月10日
福建省沛晨拍卖有限公司拍卖公告
受委托,我司定于2026年11月17日15:30在仙游县大济镇人民政府开标室拍卖:溪口村绿化苗木资产(详见标的清单),保证金人民币5万元。有意竞买人须在2026年11月16日17时30分前将保证金缴入我司指定账户。参与竞买应当办理的手续见拍卖会资料。标的展示时间、地点:即日起至2026年11月16日,在标的所在地。电话:13205941673。
2026年11月10日
拍卖公告
受委托,我公司定于2026年11月17日10时,在河北省廊坊市大厂回族自治县公共资源交易中心第二开标室公开拍卖:北辰市场、荣华市场部分闲置资产一批(以现场实物为准)。展示、报名时间:2026年11月13日、11月16日(9:00-12:00,14:00-17:00)。展示地点:标的所在地。报名地址:河北省廊坊市广阳区第六大街3-1-306。注明:有意竞买者,请交付竞买保证金10000元,按要求办理竞买手续取得竞拍资格。竞买保证金进账截止时间2026年11月16日17时(以银行到账时间为准)。以上标的情况以相关部门解释、相关文件记载为准。咨询电话:天正拍卖19131663131。
河北天正拍卖有限公司
遗失声明
河南洋妍商贸有限公司遗失公章,编码:4102210042592,声明作废。
遗失声明
天津中安防护用品有限公司(统一社会信用代码:911202244MABLKGJE79)遗失公章一枚,声明作废。
遗失声明
合州市黄岩智智塑料厂(个体工商户)遗失公章,编码:331003101938O5,声明作废。
遗失声明
吉林省正达汽车服务有限公司遗失财务专用章:2207212794555、发票专用章:2207212794560、法人章(关丽丽):2207213510864,声明作废。
遗失声明
杭锦旗锡尼昌隆钢材经销部(统一社会信用代码:92150625MA13KL137K)遗失法人章(王利军)一枚,声明作废。
遗失声明
内蒙古神行者能源科技有限公司遗失公章,印章编码:15020310056284,声明作废。
遗失声明
天津昱奕科技有限公司(统一社会信用代码:91120222MA075YW740)遗失公章一枚,声明作废。
遗失声明
天津市武清区爱佳达地毯厂(统一社会信用代码:91120222MA07383K40)遗失公章一枚,声明作废。
遗失声明
澜沧维康足疗店,统一社会信用代码:92530828MA6LUT2Y0D,不慎遗失公章(编码:5327002046514)壹枚,登报作废。
遗失声明
开封市祥符区半坡店乡八府村股份经济合作社(统一社会信用代码:N2410212MF2945686R)遗失农村集体经济组织登记证正、副本,声明作废。
遗失声明
四子王旗佳茂农业有限公司(统一社会信用代码:91150929MA0Q09D16X)遗失2026年之前刻制的公章、财务章、法人章(侯水涛)各一枚,声明作废。
遗失声明
内蒙古鼎铉商贸有限责任公司(统一社会信用代码:91150821MA0NHGAF01)遗失公章、财务章、法人章(贾慧欢)各一枚,声明作废。
遗失声明
濮阳市铭正物资有限公司遗失公章,编码:4109020131987,声明作废。
遗失声明
开封市祥符区半坡店乡大邢庄村股份经济合作社(统一社会信用代码:N2410212MF2945459L)遗失农村集体经济组织登记证正、副本,声明作废。
遗失声明
开封市祥符区半坡店乡高庄村股份经济合作社(统一社会信用代码:N2410212MF2946232Q)遗失农村集体经济组织登记证正、副本,声明作废。
遗失声明
包头市宜安堂大药房有限责任公司(统一社会信用代码:91150203MA7YQ60F18)遗失公章:15020310015179,声明作废。
遗失声明
包头市优通贸易有限公司(统一社会信用代码:91150204MA0PTRTL8G)遗失公章:1502040106026,声明作废。
遗失声明
山西盛天泉环保科技有限公司(统一社会信用代码:91140100060748918 4)遗失公章:1401015149156、财务章:1401015149157,声明作废。
遗失声明
开封市祥符区半坡店乡老庄村股份经济合作社(统一社会信用代码:N2410212MF2945563Q)遗失农村集体经济组织登记证正、副本,声明作废。
遗失声明
吴川鸿茂建筑劳务有限公司(统一社会信用代码:91440883MA56AXR402)遗失公章,印章编码:4408834039872,声明作废。
遗失声明
哈尔滨市松北区添钰互联网直播工作室(个体工商户),统一社会信用代码:92230109MAK90FJW5G,遗失营业执照正、副本、公章、财务章、法人章(卢添钰),声明作废。
作废声明
嘉龙聚变(北京)技术有限公司(统一社会信用代码:91110108MAEX38PQ2E)作废公章、合同专用章、财务专用章各一枚,特此声明。
遗失声明
河南省许昌市襄城县山头店镇石湾社区集体经济组织遗失公章,编码:4110250322578,声明作废。
遗失声明
甘肃宏洋建设工程有限公司(统一社会信用代码:91620102MADMQ6E59M)遗失在中国建设银行股份有限公司兰州新港城支行预留公章、财务章、合同章各一枚,声明作废。
遗失声明
云南祥丰汽车服务有限公司(统一社会信用代码:91530111MACKM1309R)遗失财务章:5301003046801、发票章:5301003046802、合同章:5301003046803、公章:5301003046804、法人章(郑宇芳),声明作废。
遗失声明
北京博通广成信息服务部(统一社会信用代码:92110106MA038YL69C)遗失营业执照正、副本、公章,声明作废。
遗失声明
文水县南安镇西社村国亮养殖场(统一社会信用代码:92141121MA7XBARJ4A)遗失公章,编码:1411213028076,声明作废。
遗失声明
红太阳企业管理(天津)有限公司(统一社会信用代码:91120224MACP54WR47)遗失财务专用章一枚,声明作废。
遗失声明
建瓯市星耀信息技术有限公司(统一社会信用代码:91350783MADFM8QK5R)遗失铜公章,编码:3507831001898 7,声明作废。
遗失声明
天津市鑫盛泰合商贸有限公司(统一社会信用代码:91120103MA074249XF)遗失公章一枚,声明作废。
遗失声明
北京翰宇博雅国际文化传播有限公司(统一社会信用代码:91110108MA035LNF3Y)遗失营业执照正、副本、公章、合同专用章、财务专用章、发票专用章、法人章(徐英)各一枚,声明作废。
登报电话:13080793002