疫情加快乳品企业

活市场消费,是摆在全行业面前的重要课

题。日前,创新营销思路,保障市场供

应——中国乳业营销创新经验交流会以线

上会议的形式召开, 对后疫情时期乳品营

中国乳制品工业协会原理事长、国际

乳品联合会中国国家委员会名誉主席宋昆

冈表示,新冠肺炎疫情为乳品行业带来了

两大变化:一是国人进一步加深了对乳与

乳制品营养健康作用的认识,增加了消费

二是"火"了线上销售。他指出,企业要立即

阿里巴巴天猫事业群大食品行业运营

总监士仓介绍,要通过消费者数字化运营

打造新消费趋势。贝因美股份有限公司总

经理包秀飞也表示, 公司要启动数字化建

设,驱动全域营销,顺应新零售发展的起

势,积极拥抱网红经济,发力社群营销、构

建数字化策略。同时,企业也应抓住包括如

限公司营销中心总经理李秀坤介绍, 光明

乳业"宅经济"下已经从最初只是按时送货

上门的简单营销模式,发展成跨业多点多

销方式进行了探讨。

浙江淳安县鸠坑乡 开直播助茶农增收

近日,浙江淳安县鸠坑乡党委副书记、统 战分管领导方新民带领统战助农工作人员 在该乡青苗村的茶园里,一边帮农户采茶 叶,一边开直播介绍鸠坑茶。

在乡政府帮忙把我们的产品放到线上销售, 还指导我们去直播卖货,茶叶的销售路子一 下子就拓宽了。"鸠坑乡茶叶大户老严笑着

"淳安县鸠坑乡生态环境优越,是浙江省 首个以有机茶为主题的特色小镇。鸠坑全乡 地域面积 104 平方公里,共有茶园面积近万 亩,预计春茶产量为300吨左右。鸠坑茶历史 悠久,早在唐朝已列为贡品,称"睦州贡鸠坑 茶"。1959年,"鸠坑大叶种"被列为全国十大

今年受疫情影响,外地的茶商少了,茶叶 销售便成为茶农和茶叶专业户面临的难题。 为切实解决茶农和茶叶专业户销售茶叶的 难题,鸠坑乡党委政府当机立断,广聚统战 人士力量,成立由党外知识分子组成的统战 助农工作组,并以鸠坑乡茶产业协会名义开 设"淘宝店铺"和两个"先锋助农直播间",开 展直播业务培训,指导茶农、茶叶专业户直 播卖茶叶,开网店。另一方面,在茶叶采摘前, 茶叶质量,同时又在淘宝端成立"鸠坑茶农 的联合店铺",由乡里统战助农工作人员组 团直播帮助茶农销售茶叶。仅两天时间,淘 宝平台销售额就达到 1.5 万余元。

在直播浪潮的带动下,全乡目前已有 128人开始自己当主播销售茶叶。截至目前, 全乡通过直播销售茶叶50公斤,销售收入3 (徐真理 余文彩)

扶贫企业复产 好日子有奔头

送孩子上学后,离上班还有一段时间,新 疆柯坪县的努尔古丽收拾好院落,带上口罩, 匆忙骑上电动车前往村边扶贫企业上班。由 于受到疫情影响,扶贫企业湖北兴科服饰停 产,这让像努尔古丽一样在该企业上班的当 地百姓一度在家待业。

湖北兴科服饰是西北油田引进的对口扶 贫企业,主要生产油田劳动保护用品,带动当 地百姓就业。随着复工复产,努尔古丽她们迎 来上班后的第一生产高峰,15000多套工装 要加班赶制。"复产后,我们的收入有保障,好 日子更有奔头了。"4月1日,在车间工作的 努尔古丽这样说道。

为企业自采,完成了兴科劳保服在易派客上 架。除了自身劳保采购外,西北油田充分发掘 市场潜力,将关联单位他们所需的劳动保护 用品集中到阿克苏兴科服饰有限公司进行采

一季度, 西北油田物资供应管理中心采 购劳动保护用品7大类23000多套,总金额 超过330万元。"通过挖潜市场、扩大物资品 种、我们在扶贫企业采购额逐年提升,目前年 均超过了11000万多元,解决当地百姓就业 从最初的40多人到现在160人,年增长率在 50%左右。"西北油田物管中心主任邢静告诉



全面返岗复工

4月份以来,由于国内省际交通管 制陆续解禁, 中石化西北油田疆外倒班 人员返岗、工程复工工作全面展开。截至 4月14日,西北油田采油一厂返岗人员 超700人次,6项重点工程全面开工;大 修、小修油气井合计15口,储备增油上 产方案 29 项,整体运行平稳有序。其间, 对所有施工人员进行疫情防控体检、理 论及实操技能进行考试,覆盖率达

图为 4 月 10 日, 西北采油一厂 AT-8H 井补孔改层措施增油施工中。 范明 摄影报道

用"心"擦亮协管品牌

——探秘山能淄矿唐口煤业"心立方"安全协管品牌建设

安全协管工作是煤矿企业安全生产"第 二道防线",如何才能使安全协管工作,润物 无声达到预期效果? 如何结合企业高质量 发展和安全工作实际,与时俱进,更有实效 性、针对性地开展安全协管帮教工作,是诸

为此,山能淄矿唐口煤业公司创新实施 "心立方"安全协管品牌,更系统、更科学地 应用安全协管帮教,真正让帮教操作规范、 运行流畅、效果明显。

"心立方"安全协管品牌建设已有一年 多时间,为揭开这层神秘"面纱",笔者做了

人员的'三违'记录时,我们发现有许多员工 在帮教结束后时间不长,再次出现'三违'现 象,这说明帮教的方式还不够深入,还有待 改进。"该公司女工委、安全协管会主任白富

协管会结合安全协管组织的特点进行研究 象。 分析,制定了一套适合公司的"心立方"真情 帮教模式。他们在巩固以前的工作方式、方 法上,不断地探索适合当前公司生产实际的 亲情帮教新形式、新措施。

式。他们要求各工区将每月"三违"人员名 单,自主上报至安全协管会,安全协管会则 有4名安全协管员进行了KYT安全体感日 组织在岗安全协管员,从心理因素、家庭关 常使用讲解培训 系、经济损失等方面集中对这些出现"三违

他一直没有认识到此次违章给家庭带来的 灵多角度、立体式的冲击渗透影响。"白富丽 量表》、《焦虑自评量表》等专业量表,搭配沙 位、立体式去关爱员工、叮嘱员工、感化员

员和家属分别进行了真情帮教服务,而朱士 作,进行过"五关"教育。但到了家庭教育这 吸减压、沙箱庭疗法、击打发泄等方式对受 子声泪俱下地深情叮嘱时,感动得留下了眼 不通。一连几天,他闷闷不乐,躲在宿舍不肯 控。"白富丽说。 泪。"在家修养期间,没少和妻子吵架,忽略 外出。 了她的感受, 真为自己的行为感到后悔,希 望自己的违章经历能够为其他违章人员敲 解情况后,将这一现象告知了白富丽,随后



安全协管帮教记录中,笔者发现接受真情帮 孩子上学,妻子无法抽身,夫妻两人还因为 原有单一的说教模式。基于此,该公司安全 教的 51 名员工,至今未再次出现"三违"现 陈连心"违章"不能上班,收入受影响争吵了

用好"心理疗法"

邀请不同违章人员集中帮教,是该公司 节,做了各方面的准备工作。他们先后组织 了5名安全协管员,参加了全国心理保健师 培训,分别取得了中高级心理保健师资格、

点的安全协管工作真情帮教,在实施过程中 的贤内助。"陈连心妻子说。 该公司准备工区员工朱士华,因在井下 秉承真心态度,灵活运用心理咨询、感官体

挂靠综掘一区的安全协管员商艳玲丁

值得一提的是,在该公司2019、2020年 理疏导。经过了解,得知陈连心家中有3个 生日会场。鲜花、蛋糕、生日贺卡——摆上桌

2020 年 4 月 20 日 星期一 编辑: 王兰 美编: 吉学莉

进行心理安慰,又联系2名协管员到陈连心 笔者了解到,该公司安全协管会根据 家中帮忙照看孩子,陈连心妻子这才答应到

夫工作压力大,所做的一切都是为了这个 "'心立方'是指以'心'为着力点和落脚 家。我们应该相互理解,今后一定要当好他 分切,装在食盒内,让员工们自行带回宿舍

验等有效方法、工具,对被帮教对象进行心 据受帮教对象自我认知情况选择《抑郁自评 盘演练、绘画、咨询、催眠等测量方式,初步 工,从而增强员工安全意识。"白富丽说。

一关,陈连心妻子却拒绝前来,工作一直做 帮教者进行情绪疏导、心理减压、自我调

"亲爱的爸爸,您下井工作时一定要注

5日,在该公司副井口候罐室,大屏幕播放 了这样一段微视频,短短几句话浓缩了家人 的关爱。看到这一视频的准备工区员工翟纯 "下井前能够看到自己家人真情地叮

意安全,我和妈妈在家等你平安归来。"4月

嘱,让我既惊喜又感动。我下井后一定要按 章作业,平平安安回家。"翟纯琪说。

定期在井口大屏幕播放亲情叮嘱视频, 是"心立方"协管品牌送爱心活动的一个缩 影。他们鼓励员工家属录制亲情微视频,在 副井口播放,时刻叮嘱他们注意安全。同时, 为筑牢安全生产"第二道防线",他们紧密围 绕一线安全生产,坚持爱心活动不断线。

"疫情期间,我们无法组织集体协管活

学习室,一首《生日快乐歌》瞬时唱响,幸福 洋溢在众人脸上

"考虑如此周到,虽然没能回家和家人 团聚,但同样感受到了家的温暖。"通防工区

动 120 场次, 为一线职工送去元宵 600 斤 粽子2400个、送出月饼1500个,平安果 800 余斤, 缝补工作服 378 件。

数据后台,实现了集团业务财务一体化管

IBM 中国区全球企业咨询服务部流通

与全球领先的体育品牌安踏进行合作,将

IBM Services 在鞋服行业服务经验与安踏

的独特需求相结合,成功帮助安踏实施行业

(孙增辉 弋永杰)

安踏携 IBM 与 SAP 重塑数字化平台



● 安踏集团执行董事、专业运动品牌群 CEO、SAP 项目总指挥吴永华

的新一代 SAP 数字化平台全面上线,实现 开始合作,开启新一代 SAP 平台的规划与 从品牌销售、生产管理、供应链、物流到集团 打造,进行端到端业务流程的梳理与设计。 财务的一体化管理,这也是全球鞋服行业率 借助 IBM 在鞋服行业丰富的咨询与实施经 的价值零售。

的集团级管理平台。

企业转型,持续为消费者创造价值。随着安 时代下,消费者的信息获取程度已经今非昔 革下海量信息与复杂业务规则的处理,灵活 踏集团的高速发展,新品牌、新业务模式不 比。要想赢得并获得客户忠诚度,最佳的途 实现基于波段的销售、采购、生产、入库、发 架构策略,推广到安踏集团所在的其他国家 断涌现,亟需升级到一个能融合多品牌,产、 径是在市场上树立起最值得信赖、品质最优 货等功能,满足终端零售需求。 供、销、财务价值链贯通、持续支持零售转型的品牌。安踏一直致力于用技术手段推动管

近日,哈啰出行宣布启动"顶尖技术人

哈啰此次基于"顶尖技术人才计划"启

才计划",面向公司及行业发展的未来,邀请

各类尖端技术人才的加盟,同时对即将入职

的 300 名技术类岗位的应届毕业生进行特

SAP S/4HANA 平台,将发挥神经中枢和业 不同渠道、不同客户和供应商、财务科目和 务引擎的作用,通过数据驱动业务高效运 利润中心等各种数据标准,在流程贯通的 行,通过数据洞察推动安踏价值零售及业务 基础上推动了零售端、供应端、工厂端、财 转型,在瞬息万变的市场中提高竞争力。" 务端信息的数据连通与整合,形成企业级

流程贯通,助力业务高效运转 理。新平台为安踏集团财务管控和财务

安踏新一代 SAP S/4HANA 平台实现 数据分析提供了基础,可帮助安踏快速月 了订、供、产、销业务链条的贯通,通过品牌 结关账,出具不同主体下经营分析报告 销售、供应链与鞋、服生产信息整合,使产销 比如基于门店利润中心所展现的全链路 之间对交期的协同更高效、更智能化。新平 损益分析,品牌和管理主体可以进一步层 台通过自动运算销售交期、供应链交期以及 层汇总、展现经营全貌,为高速增长的企 在线反馈机制,快速协助供应链下单,帮助 业保驾护航。 安踏系统效率提升了80%以上,进一步释 放了安踏内在动力与潜力,助力业务高速增 事业部总经理龙如军表示:"我们很荣幸能 目前,由 IBM 为安踏集团设计与部署 为此,安踏与 IBM、SAP 于 2019 年 4 月 长。

安踏新一代平台通过对不同品牌、渠道领先的集订、产、供、销、财务于一体的数字 先全面部署 SAP S/4HANA 平台的标杆项 验,三方成立联合项目组,基于最新一代 的融合,推动终端零售业务能快速接入 SAP 化管理平台。新平台的打造将进一步支持安 目。通过深入的流程变革和全面的数据贯 SAP S/4HANA 平台,在行业解决方案的基 S/4HANA 平台,完成商品、供应链和销售业 踏集团多品牌、全渠道、全球化的发展理念, 通,安踏集团将打造支撑多渠道、多品牌、国 础上进一步融入安踏的最佳实践,经过为期 务。另外,新平台从设计之初考虑商品企划、 也为安踏下一步的数字化转型打下坚实的 际化发展的数字化管理体系,加快其数字化 9个月全面体系化实施,于2020年1月成 订货、供应链的波段变革,以便能更精准支 基础。IBM Services在零售行业的数字化能 转型进程,并有力推进安踏以消费者为核心 功完成安踏集团品牌端、零售端、工厂端的 持终端零售。比如安踏儿童从原来按照4个 力,将持续帮助安踏及整个行业提升数字化 SAP 平台上线,帮助安踏集团重构了基于多 时间波段供货,到现在按照不同品类、不同 水平。"

数据洞察,开启智能化决策

安踏集团作为体育用品行业中国领先、 品牌,多业态、多业务模式下的业务协同与 区域、不同年龄段等各种因素科学制定8~ 随着新一代平台的成功上线,安踏已经 国际一流的企业,一直坚持以消费者为核心 财务管理一体化的新一代数字化引擎。 12个波段。这种变革对企业运营精细化程 逐步感受到新平台对业务的有力支撑。未 安踏集团副总裁毕明伟表示:"数字化 度提出了极高的要求。新平台能支持波段变 来,安踏集团借助新的数字化平台,以中国 业务平台为模板,制定面向全球业务和系统

哈啰出行启动春招 培养面向未来发展的顶尖技术人才

能、云计算等岗位。这一人才结构升级计划 的产生是基于哈啰出行业务发展的迫切需 到今年超过3亿用户规模的互联网出行平 术人才规模不断增加,主要集中在算法、大 速发展的核心生产力。在两轮出行领域,哈

台。"从两轮到2+4(两轮+四轮),从单一的出数据、人工智能等专业领域,其中大部分来 啰出行已形成一整套行业领先、应用于海量 各个用车入口集中于首页功能页展示,并新 越式发展,都需要相应人才结构的升级,拓 年,还将有300名应届毕业生即将入职哈 脑,实现哈啰出行全业务生态的智能决策。 增了查路线、乘车码、哈啰生活等综合服务 展人才宽度,以适应公司业务快速发展的需 啰,他们中80%也将从事技术性岗位,集中

理的核心变革, 在本次项目中, 我们联合

动的春招,囊括了物联网、大数据、人工智 基础,向综合性生活服务平台的正式探索。 上,对各类技术人才极度渴求。

单车、助力车等高频刚需业务及3亿用户的 哈啰当前各项业务都在稳健发展的快车道 我们在探索前行,我们必须亲自培养面向公 前做好技术和人才布局。

为了加快建设支持公司快速发展的技

司、面向行业未来发展的尖端技术人才。"杨

和地区,支持海外市场拓展与业务运营,加

快集团全球化发展。

术能力,2019年,哈啰出行同时在上海和杭 州设立技术研发"双中心",不断加大对技术 的投入。截至2019年底,哈啰出行累计申请 专利量 475 项,其中发明专利 170 多项,实 用3年多的时间,哈啰出行完成了从0 从去年底至今,哈啰出行引进的高阶技 用新型专利130多个。技术成为推动哈啰快 今年4月,哈啰出行App完成改版,将 行服务平台到综合生活服务平台。每一次跨 自阿里、携程等头部互联网公司。同时,2020 互联共享出行设备的智慧系统——哈啰大

哈啰出行表示将持续加大在人工智能、 功能。这背后是哈啰出行基于目前的共享 要。"哈啰出行联合创始人、CEO杨磊表示, 于算法、大数据等领域。"这个行业是新的, 大数据等技术领域的投入,面向未来发展提

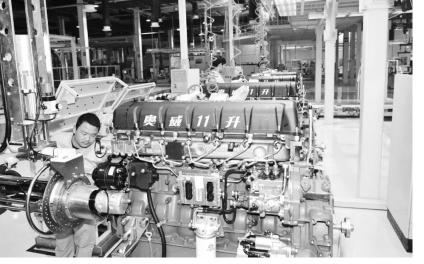
一汽解放发动机事业部海外销量逆势上扬

奥威在南非、俄罗斯等国家和地区,成为市 场宠儿。今年1月1日至3月23日,一汽解 放发动机事业部出口5400多台发动机,同

-汽解放发动机事业部立志成为"中国 第一、世界一流"的绿色、高效、智能动力总 成提供者, 在巩固发展国内市场的同时, 努 力推动品牌国际化进程。当前,其发动机配 套整车出口至40多个国家,产品远销拉美

在抗疫的非常时期,一汽解放发动机事 业部没有停止向海外进军的步伐。那些海 外员工不能外出跑市场,就居家办公,每天 通过视频、电话、邮件等形式联系客户、拓展 市场,每周两次在线 WeLink 视频会议,围 绕重点市场服务保障等开展工作。

在此基础上,一汽解放发动机事业部营 品推介的要领、故障处理的流程,模拟演练 求,该事业部对奥威发动机的耐久性和经济 事处、海外代理、营销网络等联系沟通,调配 提升中国发动机品牌和中国商用车品牌的 真实营销场景,有效提升了营销服务能力。 性进行优化。该事业部不断完善与整车、发 供货资源,及时做好市场备货,全力满足了 国际影响力。



连云港企业网上发力促销售

"当前,企业销售量恢复到同期的65% 压力不小。为了积极对冲压力,港城企业主 费需求提供了保障。

场,在菲律宾一举收获150台批量订单。

户的需求作为企业追求。今年春节期间,越 完善国外服务体系,有效提升了服务满意 化需求的同时能满足特定市场的个性化需 南市场 4DW93-95E4 发动机的需求猛增, 度。服务成为其销量提升的有力武器。

一汽解放发动机事业部还"借船出海" 与解放商用车海外营销部协同作战,在中东 地区、巴基斯坦等市场进行动力升级,选用 更大马力、更大排量产品满足市场,在这些 地区纵向发展的同时,实现了横向扩张。

精"芯"服务 撬动市场

精"芯"服务是信誉卡。解放发动机事业 部紧跟解放海外网络建设步伐,对服务信息 化进行系统建设,实现了和整车厂及海外服 务代理商的服务网络共享。

根据 2020 年海外新品多的情况,解放 发动机事业部除了对新品建立跟踪档案以 外,还按照奥威发动机客户、非道路大客户 等不同客户分类建立档案,推进全生命周期 跟踪服务。同时还采取远程视频技术支持、 多人在线服务培训、在线答疑和视频诊断等 电机的配套, 抢占菲律宾 4DW 发电机组市 手段, 解决了服务人员难以到场等问题,对 客户负责,让客户满意。该事业部还依托国

> 粉在内的母婴营养品行业嫁接数字化战略 的机会,形成一个真正的产业互联,保证婴 配粉市场供应。 疫情期间,很多乳企利用大数据、互联 网创新了营销模式,利用社区团购及跨界 营销取得了很好的效果。光明乳业股份有

> > 展产品跨界联合促销,将牛奶与蔬菜、米 面、油等形成食品包,为消费者带去方便 并借势将"肉菜奶"组合营销方式逐步转 变为常态营销。

此次疫情, 使乳企对全渠道有了更深 的体验,这不仅是将销售从线下转移到线 上,而且还有背后的服务、沟通和信任章

业总监牛瑛认为,基于疫情后消费市场会 迅速恢复的历史启示, 厂商和零售商应尽 快开启三季度及四季度产销计划调整,以 把握疫情后的市场机遇。企业借力电商以 及 020 平台,加深对小型渠道特别是社区 店的覆盖渗透,多元化销售渠道,抓住销售 增长机会,维持品牌竞争力。同时,企业还 应关注具有更强刚需/健康属性,且增长较 好的低温鲜奶、纯牛奶类产品,准备好迎接 疫情过后的全新机遇和挑战。

制品市场营销创新充满活力,市场潜力巨 大。无接触配送、网上购物, 社区跨界团 特殊之举,但也会成为中国未来消费的趋 势,成为改变人们的生活方式、推动经济

非遗老字号组团京东"尝鲜"直播

号品牌也纷纷试水网络直播,并受到消费者 的追捧。数据显示,4月1日至6日,京东平 台上,"京城非遗"直播活动共吸引了数万人 次围观,获得70多万次点赞,其中百年传承 扇品牌"王星记"店铺成交额环比增长14 倍,多家非遗店铺成交额环比增长达

的品牌"玮瑜文化"以及王星记等非遗老字 径。"北京非物质文化遗产保护中心主任姜 倍。



货。目前,企业30多个线上店铺和全国70 据整合,统一合并形成拉单系统、客服系统, 段与客户保持密切联系,紧盯重点项目,保

家线下店铺纷纷通过直播吆喝买卖。并通过 实现企业跨平台订单、客服共享服务。并依 证正在跟进项目不断线。截至目前,疫情期

受到新冠肺炎疫情影响,港城经济增长 用,经过整合,为快速恢复产能,满足在线消 务,为完成全年经济目标提振了信心、奠定

靠天马独有的入库条形码、大数据系统应 间,该事业部已经落实近5000万元生产任

升在直播的两小时内, 详细展现了内联升 千层底布鞋的制作技艺之妙,并借此机会 播界面留言"涨姿势"。王星记掌门人孙亚 舰店,选购心仪产品、一键下单。 据悉,此次"京城非遗"直播活动由京东 号品牌也参与了直播,为消费者打造了线上 青则亲目出镜,从土星记以一日午中华制网 非遗频道联合北京文旅非遗处举办,受到了 逛百年老字号店铺的"云逛街"模式。"不同 老字号的历史展开,引出中国传统制扇工艺 遇,既是老字号转型升级的一次创新探索, 北京市文化旅游局的大力支持。除内联升、 于其他品牌的直播带货,老字号的直播将更 的文化渊源和工艺秘籍,让消费者一睹饱含 也是非遗传承保护工作的必然选择。京东非 东来顺、瑞蚨祥、景泰蓝、全聚德等13家北 多地体现其历史文化属性,使老字号品牌背 精湛技艺和文化内涵的非遗产品,感受非遗 遗频道负责人表示,京东非遗直播项目将作 京非遗老字号品牌外,宋代建盏开窑工艺传 后的传统文化更好地融入人们的现代生活 匠人锲而不舍、匠心独运的艺术追求,3 小 为常设项目阶段性推进,助力京东非遗商家 承的非遗品牌"溯芳斋"、传承宫廷黄釉工艺 当中,为非遗的'活态'传承探索一条新路 时收获3万多点赞,成交额环比增长了14 的成长和非遗文化的传承。

此次直播活动让老字号的历史故事、特价、折扣优惠等方式参与了北京市文化旅 文化属性、经典技艺等传统文化得到更多游局主办的为期三个月的惠民消费活动。溯 年轻人的关注。首个"尝鲜"的老字号内联 芳斋央视推广品牌吴继旺执手对杯等爆品 婚鞋, 收获 1.66 万次点赞, 不少网民在直 直播频道等快速直达各老字号品牌官方旗

发展的动力, 我国乳品市场的潜力必将被 大大激发, 成为促进乳制品行业发展的新

1更 EE 月長 多子 機械: 55元/行/天 13字1行) 广告機 028-66079393 QQ: 769036015 中原提示: ネ刊収入供需求 7提供 028-66079393 QQ: 769036015 中原提示: ネ刊収入供需求 7提供 028-66079393 QQ: 769036015 中原提示: ネ刊収入供需求 028-66079393 QQ: 769036015 中原提示: ネ刊収入供需求 028-66079393 QQ: 769036015 受委托,我公司于 2020年 4月 30日上午 10时对金州 之地区报废集装箱一批分地区进行公开拍卖,请竞买人携带 效证件到本公司报名,拍卖保证金各地区为 10000 元。拍卖成 世界广场)地下二楼世界广场路演中心会议厅依法公开拍卖下述标的: □果上述标的中1号标的产生流拍.则按下表拆分拍卖。 成都官芹秀荣农业有限公司 福山广泛圣丰置业有限公司。 | 1-1-1606室李鑫开具的两张 | 限公司、成都众景绿源废旧物 | 清算公告 | 保公司、成都众景绿源废旧物 | 经股东会决议、四川陈林园林 | 请债权债务人自本公告见报 | 5回收有限公司、成都羽尾宏 | 经化工程有限公司来定解散。清 | 2日起45日内向投资中心(有 清债权债务人于本公告见报 本公告见报之日起45日内前 之日起45日内前往公司办理相 公司办理相关手续,特此公告。 行北京紫竹院支行:帐号:9126 0154 8000 02363;项目联系人: 邝先生 13795304849 10 限公司(统一社会信用代码:91 5101003274500708) 经股东会 51010030274500708) 经股东会 51010030274500708) 经股东会 51010030046A9BMM65) 经公司 5101003046A9BMM65) 经公司 5101003046A9BMM65) 经公司 5101003046A9BMM65) 经公司 510100304630BMM65) 经公司 510100304630BMM65) 经公司 510100304630BMM65) 经公司 510100304630BMM65) 经公司 510100304630BMM65) 经公司 510100304630BMM65) 经股东会决 510100304630BMM65) 经公司 510100304630BMM65) 经股东会决 510100304630BMM65) 经公司 51010030463BMM65) 经公司 51010030463BMM65) 经公司 51010030463BMM65) 经公司 51010030463BMM65) 经公司 5101003048BMM65) 经股本 51010 84MA61W8H116)经股东会决 注销本公司,请公司相关债权 股东会决定,注册资本由 100债务人自本公告见报之日起 45万元人民币减少到 20万元人民日内向我公司清算组申报债权 币,请债权债务人于本公告见 报之日起 45 日内前往公司办理 成都雪峰礼仪服务有限公司(统) 销公司,公司成立清算组, 相关主线 姓此公生 — 社会信用伊瓜 015101077444 债权债务人于本公告见报之 ●四川超强电信发展有限公司 汽车销售有限公司、成都漫字 成熟版臭根治技术寻合作医院 债务,特此公告 ●成都强大无盛商贸有限公司 成都德润通商贸有限责任公司 (统一社会信用代码 91510100MA61U7ET80)营业打(统一社会信用代码 915101050 昭正副太海华作座 510108MA6AXIKKX0)经 99232265W)股东会决议决定法 ,请债权债务人干本公告 正副本遗传作废。 注销公告:成都启罡商贸有限 力资源服务有限公司、成都