

如何推动"她力量"任天性全开?在今年的3.8节,天猫用一整套体育明星营销的新打法,给出了自己的答案。

携手奥运明星 天猫 3.8 节打造体育明星营销新玩法

刚刚过去的 3.8 节,从公众声音到品牌 声音,都展示出了令人欣喜的改变,如今,有 随着越来越多敢于表达真实想法的女性进 入公众视野并受到关注,在生活中展示自己 的天性愈发成为女性的情感诉求。

而为了推动"她力量"的进一步崛起,在 3.8 节到来之际,天猫向全网女性发出"天性 全开试镜"邀请,开展了一系列活动,也给行 业提供了一套商业链条完善的参考范本。

从天猫到商家, 天猫全明星计划全方位跨界圈粉

首先,早在3月1日,由天猫代言人易烊 千玺和天猫奥运天性全开鼓励官惠若琪一 同参与号召,鼓励女性释放天性,活出自我, 引发了娱乐粉丝与体育爱好者的热力追捧, 也在 3.8 节到来之前点燃了"任天性全开就 现在"的话题。

同时,天猫全明星计划还联合女性题材 大电影《世间有她》出品了一档"天性微访 谈",邀请到电影主创郑秀文等、演员宋轶、 天猫奥运天性全开鼓励官惠若琪、脱口秀演 员、时尚主编,企业家等天性各异的女性嘉 宾,围绕职场、容貌、天性等议题,给出了如 何面对世界、与己共处与释放真我的人生建

天猫全明星计划不止于其自身平台与 渠道,还联动平台商家一起参与,将电影 IP 与站内品牌建立联系,联合共创联名产 品。通过联名货品+站内营销的模式,让商 家通过平台完成了与热门影片之间的双向

数据显示,天猫在过去一年里服务了超 过3亿女性用户,在这样的基础上,天猫全



明星计划圈粉电影 IP 背后的受众,将 IP 粉 丝通过活动转化为平台自身的粉丝及消费 者,为平台带来更多的流量和人气,并在流 量优势的基础上不断叠加内容力,打造全方 位的站内站外流量池。

奥运资源引入, 天猫打造体育明星营销新模式

近年来,随着体育明星逐渐被打上偶像 标签,日益凸显的粉丝个性、更加具有自主 权的粉丝意识,对传统的体育明星营销提出 了严峻考验。

现在,代言、投放海量广告、合作一场 酷炫的线下活动、抑或上一个微博爆点热 搜等等方式,已经显得单薄。可以说,如 今这类传统的体育明星营销方式已经无法 满足品牌方的需求, 更无法有效吸引消费

考虑到这样的现状,作为奥运顶级合作 伙伴,天猫希望在天猫全明星 IP 中引入明星 级的体育运动员,用全新的方式为体育明星 打造粉丝互动阵地,并为品牌提供一站式明 星营销解决方案。

记者注意到,天猫携手北京 2022 年冬 奥会官方合作伙伴安踏和伊利,通过天猫 奥运天性全开鼓励官惠若琪、安踏代言人 谷爱凌和徐嘉余、伊利品质推荐官蔡雪桐, 以运动员视角诠释天性,同时鼓励女性天

开启合作只是第一步,接下来,通过多

年来与品牌和流量明星打造出的一套成熟 的明星营销链路,天猫成熟的明星内容营销 IP"天猫全明星计划"给体育大年品牌体育明 星的营销提供了新的思路。

我们了解到,在活动中,天猫通过视频 内容展现体育明星赛场外的真实面,提出理 想生活倡议。然后通过一系列粉丝熟悉的 "应援"互动,转化体育明星粉丝为品牌粉丝 嗨购的明星爆款。

粉丝们通过了解明星的场外生活,进一 步的了解品牌,同时也通过体育明星的推 荐,抢购明星同款的各种货品。粉丝们只要 在天猫搜索明星的名字,就可以轻松完成跟 体育明星的互动体验。

这样一来,通过体育明星的影响力,一 方面传播了各自品牌的价值理念,另一方面 也向粉丝们传达着 38 节女性天性全开与理 想生活的号召。

可以说, 以奥运会顶级合作伙伴身份, 天猫携手安踏、伊利的品牌合作明星,东京 奥运会中国男子游泳项目的夺冠大热门徐 嘉余,时下最火的冰雪美少女谷爱凌,酷酷 的单板滑雪世界冠军蔡雪桐,给品牌体育明 星代言提供了一整套的完整打法。

与吉祥物互动, 天猫奥运资源厚积薄发

东京奥运会延期后,2021 成为了奥运之 年,同时也是引爆了全新的体育大年。阔别5 年之久的奥运盛会必然会极具眼球效应,众 多品牌也都在酝酿和开展与体育明星联合

在这样的时间节点上,天猫全明星计划 正是切准了粉丝的追星心理,以体育明星内 容满足粉丝视觉享受、情感共鸣,以倡议召 集粉丝聚集,以应援、购买等行为满足粉丝 追随体育明星一起实现理想生活的期待。

在体育明星之外,想要做好奥运盛会的 热点营销,自然也缺不了吉祥物的身影。我 们了解到, 天猫联合北京冬奥组委为北京 2022 年冬奥会吉祥物冰墩墩和北京 2022 年 冬残奥会吉祥物雪容融,在天猫全明星阵地 开诵了 IP 明星卡页,一直到北京 2022 年冬

据介绍,用户只需要在手机淘宝或者天 猫搜索"冰墩墩"或者"雪容融"就可以与奥 运吉祥物轻松互动,了解更多吉祥物的故 事,购买奥运特许商品。

这样一来,天猫不仅为年轻的奥运粉丝 们提供了一个关注奥运的平台,同时可爱的 吉祥物形象更加激发了大众收藏吉祥物同 款造型特许商品的热情。

据悉,这是奥运会的吉祥物资产首次数 字化地呈现在电商平台,也是阿里巴巴集团 通过电商能力助力奥运会数字化转型的一 项重要创新。

事实上,不同于以往各家以娱乐明星为 主的玩法,今年天猫 3.8 节,从预热到沉淀, 天猫"全明星计划"构建并展示了更为完整 的内容商业链条。

通过激活奥运会顶级合作伙伴身份,天 猫一方面借势电影与娱乐资源,另一方面也 联动奥赞品牌和体育明星,通过多领域影响 力为天猫平台的品牌商家带去流量和销量, 取得了不错的效果。

恰逢奥运之年,各大商家与平台都在苦 苦追寻事半功倍的体育营销打法,此时,这 样一场天猫"全明星计划",彰显了天猫在多 个行业的平台影响力以及探索更多可能性 的决心,并打破了存在于平台、商家、IP之间 的营销壁垒,打造出可以将多方价值共同爆 发的强力势能,给行业提供了一整套可以借 鉴和参与的参考范本。

三级协同联动 开展跨省营销

2021年3月1日,在农行吉林省分行党 委的高度重视下, 省分行大客户部副总经理 薛洋溢带领白城分行党委委员、副行长史慧 敏,大安支行副行长王伟光组成项目营销组 赴山东分行洽谈山东华能大安 500 兆瓦风电 项目。项目营销组受到山东分行的热情接待, 并干3月2日上午召开接待座谈会, 川东分 行大客户部张现春总经理、三农对公部刘继 明总经理、单元经理马飞同志及济南市中支 行党委书记、行长范连涛同志等主要领导参 加的座谈会议,会议气氛融洽,就山东华能清 能项目达成了合作营销共识。在山东分行的 强力推荐下,两省项目营销组于3月2日下 午赴山东华能清能总部举行了银企对接会, 项目企业相关负责同志参加了会议。

(王天武 伟光 胜利)

三棵树签约武大靖 加码"冬奥营销"

3月13日,三棵树正式宣布冬奥冠军武 大靖成为品牌代言人, 双方表示将携手开启 超越国际标准、创造健康美好生活的新征程。 作为中国短道速滑项目的领军人物,武大靖 在平昌冬奥会两破世界纪录, 赢得了平昌冬 奥会中国首枚金牌,创造了令世界惊叹的"中

自创办以来,三棵树始终关注人类美好 生活和家居健康,致力干让家更健康,让城市 更美丽, 让生活更美好。三棵树提出了"健 康+"企业标准,并创造了绿色建筑美学。三 棵树以超越国家绿色产品标准和欧美环保标 准的技术指标,研发生产了8000多支产品, 通过绿色建材一站式集成系统和美好生活解 决方案,以"创新+服务"双轮驱动,为用户健 康美好生活保驾护航,为建设美丽中国、"净 味中国"贡献力量。

此次合作是三棵树成为 2022 年冬奥会 官方涂料独家供应商后,首次联手冬奥冠军, 加码奥运营销, 也展示了三棵树进一步夯实 代表中国涂料品牌的市场认知的信心和决 (新华网)

从入圈到破圈 百雀羚的 38 营销攻略

三八国际妇女节期间,各大美妆品牌摩 拳擦掌,只为洞察女性消费者,与她们站在 一起。然而在这个属于女性的节日,一边是 营销泛滥,品牌很难脱颖而出,一边是女性 自主意识崛起,一不小心可能触红线,面临

美妆品牌在"38"这一流量顶峰期做女性 营销,到底如何才能深入人心?

作为大众耳熟能详的国货经典品牌,百 雀羚在 2021 年有了明确的传播任务, 围绕 着品牌的"科技新草本"战略升级,将会逐步 向大众展示"百雀羚比你想象的更强大"这 一品牌主张。从春节到38节,围绕品牌"科 技新草本"战略升级后代表作产品-羚淡纹帧颜霜的"1小时淡纹-28%"的多维 递进式传播,实现了产品营销和品牌主张输 出的"双赢"。

从春节引爆至 38 节 "入圈"多平台、多圈层

日热度的单一个"点",而是从春节开始由多 个"点",拓展成"面",形成层层递进的矩阵 式营销策略,并最终输出了明星产品——百 雀羚淡纹帧颜霜的"1小时淡纹-28%"的强

从 20-24 岁的年轻 Gen Z 追 idol 新剧 追出的"姨母笑纹",到95后春节期间熬夜 熬出的"初老纹",再到 25-32 岁的"燃烧白 领"春节加班被客户"追杀"的"超长待机 纹"、25-32岁的"掌柜"妈妈照顾一家老小的 "操心纹"等等,百雀羚洞察到春节期间的 "爆纹"高峰,引起不同年龄圈层的消费者

早在2月23日,百雀羚官方在微博上率 先发布话题,邀请网友分享自己"牛年第一 从春节开始持续到38节的营销案例,一如

道纹",并给细纹起有趣的昵称,可以参与抽 奖获得福利。截至3月2日,话题阅读量超 3172万,超1.8万人参与讨论。#百雀羚淡 纹帧颜霜#话题截至3月2日,阅读量已超 1603万,超2.1万人参与讨论。

趁热打铁,百雀羚联手六位不同圈层的 头部大 V 一同扩散 # 牛年第一道纹 #. 发布 海报、扩散话题及互动机制,引爆粉丝的持 续转发与讨论。

其中包括时尚类 KOL@ 原来是西门大 嫂的"心机纹"话题,职场类 KOL@ 程晓玥 YvonneChing 的"超长待机纹"话题等,吸引 游戏类、影视娱乐类、女性情感类、母婴类等 6大圈层"TOP级"KOL扩散,掀起了各个圈 层 KOL 的传播,并引得不少大 V 纷纷转发。

继 TOP 级 KOL 发声后,各个圈层的腰 部 KOL 开始转发扩散,为话题推波助澜,引 发更多圈层讨论。

这一热度不止在微博平台上持续引爆, 在微信平台,百雀羚与@有趣青年合作,围 绕女性爆纹的场景洞察,以"当代女子纹 百雀羚的 38 消费者洞察营销,不是抢节 鉴"为话题创作了一则创意条漫。用户可以 点击"鉴定"不同的女性在各自的生活场景 中长出的细纹和趣味解读,并给出了百雀羚 淡纹帧颜霜"1小时淡纹-28%"的解决方案。 这种深刻洞察引发的共鸣,让女子"纹鉴"引

> 此外,百雀羚还开启多平台直播#一小 时淡纹挑战#,将声量转化为销量,携手几位 大 V 开启电商直播,直观展现产品强大的淡

将场景需求融入精准圈层 打深打透产品硬实力

一直以来,百雀羚深谙营销法则,这一

既往具有创新性与突破性。 通过洞察场景化需求与精准圈层扩散

的方式,百雀羚与消费者进行"点对点"的交 流,扩大产品声量的同时,还赋予了品牌差 异化内涵,让百雀羚在"神仙打架"的 38 节 营销中,赢得了口碑和销量的双丰收。

1.节日洞察直击人心,场景化内容激发

很多时候,能打动消费者的不仅仅是产 品本身,还有在体验和互动中浸润的情感。 春节期间,爆纹是很多人的亲身经历。百雀 羚洞察到这一特定场景化的需求,在细分受 众人群的基础上, 让传播内容更有代入感, 消费者也就更容易感同身受。

2.六大圈层齐发力,交叉共振形成破圈

当前,消费者对护肤的需求区别越来越 大,满足越大量的消费者定位难度也变大, 每个特定的圈层,都有其专属的喜好和需

围绕"淡纹"这一诉求,百雀羚选择让六 大圈层齐发力, 让传播实现细分与垂直并 进。消费者在不同渠道和不同圈层都看到同 一话题形成深刻印象,话题也在圈层间交叉 传播,覆盖到更广泛的群体,最终达到破圈

3.一个概念贯穿始终,打深打透产品硬

从 UGC 话题到直播收割,百雀羚在传播 中更强调产品实力功效,区别其他抗老产品 的"淡纹长跑",使百雀羚淡纹帧颜霜"1小时 淡纹-28%"的数据化淡纹效果深植消费者内 心,有效摆脱竟品同质化,建立差异化认知。

从产品到品牌层层"破圈" 都是"比你想像的更强大"

在美妆消费新时代,基于对消费者需求 呈多元化的洞察,百雀羚在传承之上,更不 忘保持科研创新。作为拥有90年历史的国 民品牌,百雀羚从产品、人、品牌三大维度升 级,诠释"比你想像得更强大"品牌精神。

首先,在产品层面,百雀羚用科技赋能草 本,打破了"草本=温和"的固有印象。百雀羚 淡纹帧颜霜是百雀羚与全球生物科技巨头 德国默克战略合作后推出的百雀羚帧颜淡 纹修护系列中的明星单品,含有突破性高科 技成分原初因 ProVTA,产品可以实现"1小 时淡纹-28%"的可视化功效,抓准自身产品 稀缺价值,与竞品建立差异化认知,实现"产 品比你想像得更强大"。

其次,在人的层面,对于百雀羚这一长历 史品牌, 品牌摆脱与年轻女性的脱沟危机, 针对现在消费者对成分和功效的追捧,及时 推出科技新草本战略升级,并结合 38 节,从 女性社交痛点切入,植入品牌角色,实现从 功效到情感的全链条沟通,拉近与新一代消 费者距离,呼吁"女性比你想像得更强大"。

最后,在品牌层面,在今年百雀羚90周 年之际,品牌战略升级为"科技新草本",用 科技激发草本更多的护肤潜能。同时,推动 品牌年轻化,从"历史悠久"的品牌转型成为 "历久弥新"的国民品牌,维持品牌长久但动 态的活力,使百雀羚不再是"妈妈口中的护 肤品",实现"品牌比你想像得更强大"。

如今,新一代消费群体崛起,消费者的美 妆消费理念日益成熟,百雀羚深知必须研发 出真正有效的成分与产品,才能持续赢得不 同代际消费者的长久青睐。以消费者需求为 导向,百雀羚"科技新草本"的全新升级定 位,将促使品牌持续以好产品贴近消费者, 再配以好营销传达给消费者。百雀羚,比你 想像得更强大!

如何抢收金三银四? 恒大亮出"全员营销"大招

每到"金三银四",楼市都会迎来一波小 高潮。为此, 3月伊始, 各大房企纷纷放出大 招,抢收传统销售旺季。其中,恒大推出的升 级版"全员营销"最为瞩目。

在3月全员营销月期间,购买恒大全国 楼盘都可享受基础 75 折及房车宝推荐额外 97 折,并且每日每盘还会推出一套一口价特 价房。同时,只要全民经纪人推荐他人买房, 即可赚取最高2%佣金+1万元/套的奖励。

分析人士指出,此次恒大"全员营销"可 谓直击市场的诉求,既给足了购房者优惠,又 让推荐人获得丰厚奖励, 势必充分激发各参 与方的积极性,达到全员"出动"的效果,在楼 市掀起一股热销旋风。

事实上,恒大"全员营销"的策略已多次 被市场验证。去年,凭借多轮有力的促销活 动,恒大成功交出了全年销售7233亿、回款 6532 亿,有息负债短短9个月大降1578 亿 的亮眼"成绩单"。

尽管已取得了不错的成效, 但在行业新 常态下压力仍在,如何实现更稳健发展已成 为一众房企的首要命题。基于此,恒大提出全 新的年度目标:年销售要达到 7500 亿,有息 负债再降 1500 亿。

朝着这一目标,恒大自年初就开始频频 发力, 无论是1月的新年优惠, 还是2月的 "网上购房"周年让利,都成为其实现业绩领 跑的有力武器。

如今,在"金三银四"到来之际,恒大再次 升级全员营销优惠, 其效应必将在房车宝旗 下 2162 万全民经纪人会员、30635 家线下门 店的助力下得到全面释放,从而带动其销售 业绩持续攀升, 为实现全年目标增添更多筹

律师提示:本刊仅为供需双方提供信

注销公告

成都匠门餐饮有限公司(注册号:510107000854414) 经股东会议决定注销本公司,请相

东会区长足住的本公门,同代 关的债权债务人自本公告见报 之日起45日内向公司清算组申 报债权债务、特此公告。 一成都鑫达筑工建筑劳务有限 公司财务专用章(编号:5101 095864923)、发票专用章(编号:5101 095864923)、发票专用章(编号:5101095864924),潜生作废

195364925)、及票专用单(编号:510109864924)遗失作废 ●遗失声明:黎丹丹、姚启阳遗 失成都信勤置业有限公司开具 的中海锦江一号 13-3-1801 号 房的首付收据,编号:00106 978 金额 492168元,特此声明 ●武侯区哗咯馆子中餐厅,公章

(编码:5101009493566) 不慎遗失,声明作废。 ●四川宜宸达电力工程有限公

司营业执照(统一社会信用代码:91510107MA63K4N23U) 副

合并公告

●同方全球人寿保险有限公司 | ●合同、票据遗失登报声明本人 杨曦执业证:02002651000080002

富顺县科华塑料制品厂(统一社 会信用代码: 9151032266956225 93) 经 2021 年 3 月 4 日经股东 决定: 于 2021 年 3 月 4 日起将 供定:了2021年3月4日配待 本厂原股东:除科华变更为结 人:李和丽,名称变更为:顺 和兴建材加工厂,陈科华同时 将股权一并转让给李和丽。本 将股权一开转让给李和丽。本 厂变更前的一切债权债务由原 法人及原股东承担,变更后的 一切债权债务由新法人及所 股东承担,请相当关债权债务人 自本公告见报之日起 45 日内 向我厂申报办理债权债务事 宜,特此公告! 联系人:李和丽 18681362800

● 黄海林不慎遗失宜宾市第二 人民医院开具的住院发票(发票 金额:5369.15,发票编号: 2118086886).现特此声明。

牌 008078 不慎遗失,声明作废

●合同、宗協교大登饭户明华人 李建明于 2009 年 11 月 5 日在 郫县三道堰镇水乡中南海购买 西苑 5 栋 5 单元 1 楼 2 号房屋, 因保管不慎将签定的水乡中南 海房屋买卖合同及房款票号 069605,金额 272207 元;土地出 让金票号 107575,金额 26351 元 和安泰罗号 (90051) ◆新

選作度

■ 滋有郫都区安靖街道林湾村
林江新苑 1 栋 14 单元 6 号(房
主李固华)房屋票据遗失、维修
基金:1109 元,燃气票 3200 元,
目 日來 1 200 元,也表 400 元,光
纤 1 5080 元; 声明作废。

● 四川兴南特智能科技有限公司遗失则用路桥通锦房地产开
发有限公司遗址据(第 5:510109600169004) 遗

●太平人寿保险公司罗晓菲执 发有限公司收款收据 (单号: 业 证 0000351010580000201701 00006724 金额:40000.00 元)一张, 特此声明。

| **ベスムロ** | 四川时代好车汽车服务有限公司 (统一社会信用代码: 91510100MA6D02A251) 决定将 91510100MA6D02A251) 公司注册资本金由壹佰万元减 至壹万元,请债权债务人自 债务相关事宜。特此公告

码:91510116MA65UFQH14)决 定将公司注册资本金由壹佰万元减至壹万元,请债权债务人自 公告之日起 45 日内到公司办理 债权债务相关事宜。

●成都远程零担货运有限公司 营业执照正本、副本(注册号: 5101082000843)不慎遗失,声明

●四川济通工程试验检测有限 公司开给中铁二十四局集团新余工程有限公司的增值税专用发票(代码 5100194130 号码 32

26,金额 9124 元)遗失作废 ●四川众成赢文化传播有限公司 营业执照正副本统一社会信用 代码:91510122MA61TGYR8Y

正金票亏 107575,金额 20531 國火原夯性大學上。
元;配套费票号 000051,金额 特此公告。 8339 元;契税金额 8365 元全部 遗失。特此声明以上合同、票 遗失川 AB8202 道路运输许可证 书副本(统一代码(登记证号)用交运管成字 5101140 525101063586686112)遗失作废 (证号:川交运管成字 5101140 612612 随头作废 055214140 5125101063586686112)遗失作废 055214140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 5125101140 512510 ●成都市金牛区博卡拉顿泉水幼儿园遗失民办非企业单位登记证书副本(统一代码(登记证号):

5.2510106.3586886112/短大汗废。 一成华区陈小霞商贸部个人独 资企业营业执照正副本统一社 会信用代码 91510108MA63Q9 WX0R 遗失作废 一成华区墓妮儿形象设计工作室 营业执照正副本统一社会信用 代码 92510108MA6CEJL861 遗 生作账 ●宜宾彩山沸腾餐饮管理有限

减资公告 四川恒庄环保科技有限公司统一社会信用代码 91510108MA64 15022 经股东会决议决定将注册资本由人民币5000万元减少至20万元。请债权债务人自本公告见报之日起45日内到本公司申报债权债务、特此公告。

遗失作废

WWDXL) 经公司股东决定,注 册资本由 1200 万减少到 50 万, 请相关债权债务人于公告见报 之日起 45 日内的往公司办理相 关手续,特此么

关手续,特匹公吉。 **注销公告** 成都市恒鑫九州建材有限公司 统一社会信用代码:91510108M A61TAUL72)经股东会决定注销 本公司,请债权债务人自本公告 据日起 45 日内向清算组申报 债权债务。 ●四川昌会商贸有限公司,营业

执照正副本(统一社会信用代码:91510100587562749L)不慎遗失,声明作废。 ●龙泉驿区龙泉街办本零饮品 店食品经营许可证(许可证编号:JY25101120135692) 正本

号: [Y2510112013592] 止 年 不慎遗失,声明作废 ●成都川木坊商贸有限责任公司开户许可证(核准号 J6510106 225901,开户行: 工商银行成都 春熙支行、账号: 4402209009 066341520)遗失作废 拍卖公告 2021 年月月拍第三期 新文学网络拍卖会 列及チャッコロスム 预展时间:3月24日-25日 拍卖时间:3月26日-27日

公司电话:010-58761988

CF2RF0M)正副本遗失作废

CF2RF0M)正副本遗失作废
●四川流沙故事文化传媒有限
公司营业执照(统一社会信用
代 码 : 91510114MA626Q0Y13)
副本不慎遗失,声明作废
●龙泉驿区十陵镇宏阳转经营部营业执照(注册号:5101
12600222927)正副本遗失作废
●帅燕均、张利遗失锦江春天,房号 8-1-102,开票日期:2016
年3月14日(票号:1011986,维修基 989,18元、契税 17608.20元、产权登记570元、印花税 293.42元、交易手续费 44.01元总合计19501.81元),声明作废 19501.81元),声明作废 ●成华区张君家电经营部,营业 执照正副本(注册号:51010860

0398224)遗矢作废 注销公告 成都永华仪器仪表有限责任公司(统一社会信用代码,9151 010871304805U)经股东会议 决定注销本公司,请债权债权 每个公司等领和由证据处债条

向公司清算组申报债权债务。 向公司福昇組中派 **减资公告** 四川嘉源开泰建筑工程有限公司(统一社会信用代码:9151132 1MA671KYW2B) 经股东会议决定,注册资本由叁亿捌仟万元减少到贰佰万元,请相关债权债务人于公告见报之日起45

后设计院公司注册资本 2100 万 元。吸收合并完成后,监理公司依法注销,设计院公司续存。请各债权人自公告之日起45 0398224)遗失作废 求。债权申报地址:成都市金 牛区环交大智慧城二环路北一 段111号西南交通大学创新大

厦 26 楼 2602 号, 联系人: 夏彤 联系电话: 028-87600945 成都四哥交通大学设计研究院 成都西南交大工程建设咨询监 日起 45 理有限责任公司 2021年3月16日 201506817289,现声明作废

成都味之都餐饮有限公司(统一社会信用代码:91510108MA6735BP9R)经公司股东会决议将公 3BFX/完公司版系表决区符公司注册资本由 480 万元人民币减少到 3万元人民币,请公司债权债务人于本公告见报之日起 45 日内前往公司办理相关手 续,特此公告。 **注销公告**

注销公告 成都维丽装饰工程有限公司(统 一社会信用代码:91510107 574627857D) 经股东会议决定 注销本公司,请债权债务人自 本公告见报之日起45日内向公司清算组申报债权债务。 中都达海主擎地停口心(有 ●成都达源志擎投资中心(有限合伙)营业执照(统一社会信用代码:91510107MA62M9C1

9M)正副本遗失,声明作废 ●四川成创世纪实业有限公司 收款凭证(复写 3 联 0029880 遗 失,复写3联0029071-至00291

00,合计30份)遗失,特此声明 ●成都市青羊区大昌建材经营 部营业执照(注册号:510105

请相关债权债务人于本公告见报之日起 45 日内前往公司办理相关手续,特此公告

本不慎遗失,声明作废 减资公告 四川世安生命文化有限责任公司(统一社会信用代码:9151 0104394012142U) 经公司股系 央定,注册资本由5000万元, 民币减少到1000万元人民币

执照正、副本(统一社会信用 代码:91510106MA6BUXU29K)