参与感:体育营销的关键

■ 郎君

作为新兴市场营销手段中的重要组成部分,体育营销近年来得到了快速的发展。体育营销本身是依靠体育赛事或者体育活动开展的营销方法,利用体育赛事或者体育活动的影响力,来达到较好的营销目的。从体育营销的实际应用来看,参与感是体育营销实施中能否取得成功的关键,只有为消费者带来较好的参与感,使得消费者能在体育营销活动中参与其中,才能够在体育营销开展中取得较好的效果。

一、体育营销的魅力

近年来,体育营销在我国得到了快速的发展。体育营销活动的开展,不但为推动体育事业发展起到了重要的作用,也显著地提升了企业的营销效果。借助于体育赛事或者体育活动,能够在产品和品牌宣传推广方面取得较好的效果。从体育营销活动的本质内涵来说,体育营销活动开展的基础是体育赛事以及体育活动的影响力。随着当前体育事业的快速发展,体育赛事和体育活动的群众基础也更加庞大,这是体育营销开展的重要基础。体育营销的魅力,从这一角度来说,也正是在于通过体育营销活动的开展,以体育赛事和体育活动为平台,进行相应的产品品牌宣传,从而达到提升企业品牌知名度,推广销售产品的目的。很多企业正是通过体育营销活动的开展,取得了较好的营销效果,才有效地促进了企业发展。因而可以看出,体育营销是企业市场营销体系中非常重要的一个部分,也是当前市场营销发展的一个重要趋势。

体育营销的开展,离不开环境的支撑。如果体育事业环境基础不佳,没有形成广泛的受众群体,那么体育营销活动也就失去了开展的基础,其投资收益风险也较大。我国之所以近年来体育营销发展较为迅速,关键原因便在于体育市场环境的快速发展,尤其是在2008 年北京奥运会成功举办以后,全民体育健身时代已然来临,形成了较好的体育事业环境基础,这也是体育营销活动开展的前提。在这一过程中,无论是体育赛事,还是体育活动,群众基础事实上也就是体育营销活动开展的市场基础。庞大的体育群众,能够有效地转化为企业市场营销活动中的消费者。

二、何谓体育营销中的"参与感"

在体育营销中,所谓参与感,也就是指消费者在体育营销活动参与中的自身感受,这种参与感会受到体育营销活动内容和形式的影响。应当看到,消费者的参与感,对于开展体育营销活动的效果有着重要的影响。从市场营销的内涵角度来说,营销活动事实上也就是企业满足消费者需求的产品服务销售过程,积极主动的营销活动,则是对于消费者潜在需求的一种挖掘。对于体育营销活动而言,消费者的参与感,也就是消费者在参与体育营销活动中的体验,这种体验会直接影响到消费者的购买决策,从而影响到体育营销活动的开展效果。事实上,消费者的参与感是一种主观的感受,不同的消费者在参与体育营销活动中的感受也会有较大的差异。之所以要给消费者带来更好的参与感,也是通过这种方式来促使消费者能够对于企业产品和品牌形成较好的认知印象,从而也便于刺激消费者的购买欲望。

由此可以看出,体育营销活动中参与感,也是营销活动开展的一个核心。通过采取适宜的措施,提升消费者的参与感,能够有效地促进消费者在体育营销活动中参与其中。

事实上,这种通过体育营销活动所带来的参与感,也能够较好地提升企业品牌和产品的宣传效果,能够给消费者带来潜移默化的影响。这一过程中,通过体育营销活动的开展,不但能够达到宣传企业产品和品牌的目的,也能够较好地刺激消费者购买欲望,提高体育营销效果。整体而言,在体育营销开展中,提升消费者参与感,是取得较好营销效果的关键,也对于企业的品牌产品影响力提升有着重要的影响作用。

三、体育营销如何给消费者带来"参与感"

1.体育营销与体验营销的完美结合

在开展体育营销时,为了给消费者带来更好的参与感,应当将体育营销与体验营销较好的结合在一起。体育营销是一种内容式的营销活动,依托的是体育赛事和体育活动的影响力,而并不是具体的营销方法;体验营销则是一种具体的营销方式和方法。通过体育营销与体验营销的完美结合,能够在提升消费者参与感方面起到重要的作用。体育营销和体验营销的结合,事实上也是从体验营销的角度来进行切入,所谓体验营销,也就是通过给消费者带来较好的体验来刺激消费者的购买欲望。通过体验营销和体育营销的结合,可以在体育营销活动的开展中给消费者带来更好的体验,从而提升消费者的参与感。整体而言,体育营销与体验营销的结合,也是从这一角度出发,以提高消费者参与感和体验为核心目的,借助于适当的营销手段和方法,达到宣传推广企业产品和品牌的营销效果。

另一方面,从近年来体育营销的开展情况来看,体验营销和体育营销的结合也成为了一个重要的趋势。之所以会出现这一现象,本质上而言,还是由于体育营销和体验营销之间有着较强的契合点。无论是体育营销,还是体验营销,都十分注重提升消费者的参与感,或者说重视营销活动的开展过程。在营销活动开展过程中,通过采用各种各样的手段方法,积极主动地挖掘消费者潜在需求,从产品宣传推广到企业的发展,都能够较好地促进企业发展,为企业带来更好的市场营销效果。同时,还能够通过提升消费者的参与感和体验,使得消费者对于企业产品和品牌产生更好的印象认知,从而提高企业的品牌价值。

2.以消费者兴趣为驱动引导其参与进来

消费者在参与体育营销活动中,其主要的驱动在于兴趣,也就是消费者对于体育赛事或者体育活动的兴趣,因而体育营销活动的开展,也应当注重对于消费者兴趣的把握。以消费者的兴趣为核心驱动,引导消费者积极参与到营销活动中,通过营销活动的开展,使得企业营销和体育之间产生较好的契合,实现消费者兴趣的转化。这种兴趣转化,也就是引导消费者将对体育赛事或者体育活动的兴趣转化到对于企业产品的兴趣中来,要实现这一点,就需要在体育营销活动中体现出产品的特性和同体育的关联性,这也是体育营销活动开展的一个重要基础。长期以来,很多体育企业并不重视对于消费者兴趣的引导,或者说不重视消费者在参与体育营销中的核心驱动,导致没有取得较好的市场营销效果。

因而可以看出,企业在这一方面应当树立起科学的认识,正确认识到消费者兴趣驱动对于提升消费者参与感的重要作用,或者说正确认识到消费者兴趣对于其购买决策的影响。要实现这种兴趣引导和转化,也需要企业在体育营销方案方面进行较好的优化,从宣传推广文案,到体育营销活动的具体开展形式,都应当同消费者的兴趣点之间有着较好的契合。通过这种契合关联性,引导消费者对于体育营销产品产生较强的认同感,从而促使消费者能够有效地将自身兴趣进行转化。同时,在这一过程中,企业也应当从多个角度入手,积极采取相应的措施,挖掘消费者深层次的兴趣驱动,有的放矢地调整体育营销策略。这对于提升营销效果也有着重要的作用。

3.采用丰富多样的体育营销活动

采用丰富多样的体育营销活动,也对于提升消费者参与感有着重要的作用。对于不同的消费者来说,在参与体育营销活动中,其参与感的感受和获得本身是有着较大差异的,特别是在需求方面,不同的心理需求会对体育营销产品的宣传有着不同的感受。因而要提升消费者的参与感,给消费者带来更好的体育营销体验,也应当采用丰富多样的体育营销活动形式,针对不同类型的消费者,推出相应的体育营销活动,形成丰富的体育营销活动体系,从而提升体育营销效果。

丰富多样的体育营销活动,也离不开相应体育营销人才的支撑。企业应当积极引进高素质的营销人才,特别是在体育营销活动开展中,丰富多样的体育营销活动,需要大量的相应的营销人才,也需要市场营销人员具有着较强的创新意识,能够在体育营销活动开展中积极进行营销的创新。

另一方面,丰富多样的体育营销活动,也能够较好地提升对于消费者的吸引力,提高消费者的参与兴趣,促使消费者能够更加积极主动的参与其中,这也十分有利于提升体育营销的宣传效果。丰富体育营销活动,也应当紧密结合当前的市场营销发展趋势,例如在当前的市场营销发展中,越来越多的体育营销活动同网络营销进行了紧密的结合。因而企业就可以借助于互联网,积极开展网络营销活动,通过网络营销的一些内容和方法来丰富体育营销活动,从而提升体育营销活动的吸引力。这样一来,通过采用丰富多样的体育营销活动,促使消费者更好地接受体育营销,从而达到较好的体育营销效果。

整体而言,在近年来的体育营销发展中,提高消费者的参与感,给消费者带来更好的参与体验,已经成为提升体育营销效果的关键。越来越多的企业在体育营销活动开展中也认识到了这一点。对于企业而言,应当实现体育营销与体验营销的较好结合,以消费者兴趣为驱动来开展相应的体育营销活动,并且丰富体育营销活动的内容和形式。通过积极采取这些措施,能够有效地提升体育营销效果,也有利于促进企业的产品和品牌宣传推广。

(作者单位:西南大学体育学院)

AR 增强现实跨界轮胎营销 兰凯展示出奇招

你的门店销售还在苦口婆心地劝说客户买轮胎吗?你的营销人员还在展会上口干舌燥地向客商解释轮胎卖点吗?还在为不同国家和地区的经销商花费高昂资费邮寄纸质样册?还在为每一次新产品的推出日以继夜地制作全新的宣传物料?现在,这些问题都已迎刃而解,轮胎营销中最关键的一环,产品的宣传方式将发生巨变。因为,AR 增强现实来了,上海兰凯为所有的轮胎企业打开了轮胎营销的新空间。

在传统的销售过程中,销售人员向消费者介绍产品的方式往往是灌输式的。当一大波卖点娓娓道来的时候,消费者的耐心也就慢慢地消逝了。而利用 AR 增强现实技术,产品的介绍则成为了一个学习的过程。任何感兴趣的问题,通过饶有趣味的人机互动,便可以轻松找到答案,不仅提高了宣传效果,也在无形中激发了顾客的购买欲望。

利用 AR 增强现实技术,将轮胎的品牌理念、工厂规模、技术优势、产品差异化等信息植入到多媒体展示系统中,通过互动的形式传递给客户,让他们在展厅里、在门店中,足不出户就能感受到每种轮胎在不同使用环境下的真实体验,对每一款轮胎的性能及优势做到了如指掌,那种身临其境的感受足以让客户将传统的宣传单页和视频广告抛到九霄云外。利用 AR 增强现实的展示形式,不仅完全避免了以往说教式销售手段给客户带来的不快,而且让客户在饶有兴致的体验中获取了大量的产品信息和品牌资讯,为后期的购买行为奠定了坚实的基础。

利用 AR 增强现实技术,提升产品的宣传和展示效果;利用 AR 增强现实技术,将消费者拉回你的轮胎店;利用 AR 增强现实技术,可以让买轮胎变得更有趣,让卖轮胎变得更简单。 (慧聪)

集成灶企业营销之路 适合自己的才是最好的

相比于传统厨电行业来说,集成灶起步较晚,但是集成灶前景被广大业内人士看好。集成灶自兴起以来便与传统厨电的竞争异常激烈,集成灶行业在激烈的竞争中仍一直蓬勃发展,欣欣向荣。而在集成灶行业发展繁荣的背后,离不开良好的营销策略。

关于营销首先需要明白的是,销售并不是营销。销售是根据市场需求把商品卖给消费者,而营销是集成灶企业根据自己的产品特点引导消费者消费,甚至是在没有需求的情况下制造需求。销售注重短期目标,而营销则是对短、中、长期战略目标的系统规划。

在消费水平不断提高的社会背景下,消费者不再以低价格作为购买商品的唯一标准,同样在集成灶市场也是如此。消费者对产品质性能的严苛要求,对产品外观的个性化需求都是不断促使集成灶企业加大科研投入力度最直接的动力。

在当前的集成灶市场,终端营销是企业和商家较为头疼的问题之一。如何在市场竞争中抢占市场地位,取得市场销量,那么品牌形象至关重要。据一项消费者调查研究表明,超过 50%以上的消费者在购买商品时第一考虑因素是产品品牌。可见,品牌在消费者心目中的地位。同样的,如何使品牌在消费者心中扎根,争取到消费者好感。

在知名品牌的集成灶企业身上我们不难发现,他们更注重产品的终端形象,譬如店面布置,导购员的专业水准、精神面貌,以此不断树立健康积极的终端形象,吸引更多的消费者眼球;另外,他们会在品牌定位和品牌战略上不断提升,制定适合企业发展的道路;值得一提的是,为在激烈的竞争中凸显出品牌特点,企业也会在营销策略上下功夫。

集成灶企业只有找到适合自己的营销策略,才能蓬勃发展。任何营销策略都不可照搬照抄,适合自己的才是最好的。 (中橱)

酿酒业转型需要这样的推动力

——泰山恒信携手大明国际为酿酒行业服务纪实

茅台、郎酒、泸州老窖、汾酒、洋河、红星、金六福、古井贡、口子窖、劲酒、王朝、古越龙山……

他们都有一个共同的特征你知道是什么吗?

"都是著名的酒品牌。"这个答案其实也跟没答一样。下面,就让我们就来揭晓另一个答案,这跟一个这些品牌都共同选择的酿酒设备厂家有关。

白手起家立恒信 酒香十年一路歌

2007 年初,在泰安市一处租赁来的 1000 多平米的旧车间里,陈书来和几位创业伙伴踏上了白手起家的创业征程,建立山东泰山恒信有限公司。当时的条件可谓"一穷二白",在车间内一侧几间数十平米的板房里,陈书来为企业定下了"恒久品质、信誉九州"为核心价值观。克服了创业初期的各种风险与危机,进行精准的市场定位,制定切实的发展战略,通过努力拼搏,短短数年时间,泰山恒信就迅速成长为国内知名的薄壁不锈钢容器制造商,销售收入保持连年稳定增长,在中国白酒行业及调味品行业被公认为"黑马"企业。

创业之初,公司团队瞄准不被同行关注的白酒行业,并在之后赶上了白酒行业发展的黄金时期。经过卓有成效的推广、宣传,泰山恒信有限公司把薄壁不锈钢容器应用理念扩展到整个白酒行业,并逐步被茅台、四川郎酒、泸州老窖、江苏洋河等名优酒厂接受。在行业内,恒信推行容器的新工艺技术的设计和制作,相比传统设计、制作费用节约了材料成本达数十亿元,为白酒行业扩张、扩建更新了设备,节约了成本。

泰山恒信有限公司以实力和信誉赢得市场,坚持以质量创品牌,树立了优质高效的泰山恒信品牌形象,也接到越来越多的订单。据悉,泰山恒信每年平均要进行上百个项目的施工,遍及全国 25 个省份,最多时几十个工地同时施工。

科技先导发展快 与用户共创供应

作为拥有数项发明专利和实用新型专利技术的公司,泰山恒信有限公司始终以技术研发为先导,以科技创新为企业发展的原动力,创新引领行业发展潮流。紧盯市场需求,泰山恒信有限公司先后在酿造行业攻克了多项关键技术,解决了十余项制约行业发展的技术瓶颈和技术难题。

泰山恒信有限公司自主研发新产品、新工艺达 40 余项,累计承担省、市政府课题 20 余项,创新成果丰硕。作为中国白酒十佳配套单位、中国酒业金牌供应商、山东省一企一技术创新企业,泰山恒信有限公司通过了国家级高新技术企业认定,拥有山东省企业技术中心、泰安市酿酒设备工程技术研究中心、泰安市酿造装备产业技术研究院。

通过智能化、自动化的酿造技术,明显提高了用户的生产效率,降低了用户的生产成本,有效促进了下游客户更快地应对市场变化,通过高效利用先进设备和技术等资源,大大增强了其市场综合竞争力。

历经 10 余年发展,泰山恒信有限公司为贵州茅台等近 400 家白酒企业,70 余家葡萄酒行业企业,黄酒及调味品企业,众多果汁企业提供了技术服务及配套设备。2012 年,泰山恒信有限公司先后在洋河集团和双沟的全国招标中一举中得 9 个标段,中标额达 2.25 亿元,创下泰山恒信有限公司成立以来中得的最大标段。2017 年,截至 3 月 15 日,泰山恒信有限公司与青稞酒业、会稽山酒业、恒顺集团、老恒河等 11 家优质客户签订订单近 6000 万元,创单月历史纪录新高。

与大明联手 供应链合作增效益

泰山恒信有限公司董事长、总经理陈书来表示:"公司成立 10 年来,大明国际控股有限公司一直是我们的忠实合作伙伴。"据了解,在与大明国际控股有限公司合作的过程中,双方互惠互利、共同成长,业务量不断扩大,近几年中,泰山恒信每年与大明控股有限公司都签订 100 多个订单,占全年采购量的 1/3。仅 2016 年天津太钢大明就向恒信提供不锈钢产品近 3000 吨。

大明控股有限公司从客户的需求出发,依托齐全的钢种资源、先进的加工设备、成熟的"一站式"服务模式,受到了泰山恒信有限公司的青睐。在 2017 年初,泰山恒信有限公司向大明国际颁发了"金牌战略合作伙伴"的证书,以表示对大明高精度产品和及时、周到服务的认可。

在促进下游酿酒企业提质增效、转型升级的同时,泰山恒信有限公司还将目光投向了上游的供应方。由于产品使用需要寻找到可靠的供应商,对于恒信产品的品质和工程项目,都会起到十分重要的影响。

(王华星 杨木军)

便民服务 代理机构:四川博纳文化传播广告有限公司 QQ:2581962219 收费标准:55元/行/天(13字1行) 广告热线 028-69959066 地址:红星路二段 70 号四川报业集团 3 楼 310A 律师提示:本刊仅为供需双方提供信息平台,所有信息均为刊登者自行提供。客户交易前请查验相关手续和证照。本刊不对所刊登信息及结果承担法律责任。

●成都信艺商贸有限公司公章(编号5101009447776)遗失作废

注销公告

成都华升缘投资管理有限公司(注册号 510105000180453)经股东会决议,决定注销公司,请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内到成都市青羊区金沙遗址路 7 号向我公司清算组申报债权债务。特此公告

●成都市武侯区渝蓉东东餐厅地税税务登记证正本(税号 513525196911160 21)遗失,声明作废

遗失公告

巴中市巴州区农业生产资料公司中兴三农资经营部(注册号:511902000015788)营业执照副本遗失作废。

●成都海川道餐饮投资管理有限公司国税税务登记证正副本(税号:510107060052 11X)遗失,声明作废

●成都腾升达商贸有限公司(税务登记证号:5101067436084 71)的发票领购簿遗失,声明作废

注销公告

成都爱和悦家家居用品有限公司经股东决定解散本公司,请债权债务人自公告之日起 45 日内向公司清算组申报债权债务事宜

●成华区香群商贸部(注册号 510108600998262)不慎遗失营业执照正副本,声明作废。

●四川豪都建筑劳务有限公司开户许可证(核准号:J6510074 071002,开户银行:工商银行成都青龙支行,账号:4402210009 100252143)遗失作废。

●四川森欧瑞贸易有限公司国、地税税务登记证正本(税号:510683345703406)遗失作废

●周永春(身份证号:513021196 20424259X)地税税务登记证正副本遗失作废

注销公告

成都市飞瑞图文设计有限公司(统一社会信用代码 91510108 592058045X)经股东会决议决定注销,请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告

●四川省时尚轨迹医疗科技有限公司(税号:5101070500702 42)发票领购簿遗失作废

●武汉雷通雷电防护工程有限公司成都分公司李吉林负责人章编号(51010699750 85)财务专用章编号(5181069975083)公章编号(5101069975082)发票专用章编号(5101069975084)均遗失作废

●成都红星心屋装饰工程设计有限公司营业执照正本(统一社会信用代码:91510107394487 05XT)遗失作废。

●四川禾正制药有限责任公司的四川增值税普通发票 1 份(已开具)发票代码 5100151350 发票号码 01355262 遗失作废。

●四川友爱残疾人艺术团通用手工发票(千元版)25 份发票代码 251011252021 发票起止号 02870576-02870600;百元版 25 份发票代码 251011253020 发票起止号 03683476-03683500 遗失作废

●成都宏态酒店用品有限公司开具给西充金领莲花大酒店有限公司的四川增值税专用发票 3 份发票代码 5100163130 发票起止号 02577599-02577601 发票联和抵扣联遗失。

●天府新区成都片区白沙梓航装饰服务部在成都银行股份有限公司华阳支行开户许可证,核准号 J6510074415301,账号 1001300000279853 遗失作废,特此声明。

●成都微至餐饮管理有限公司(统一社会信用代码 91510100 3505886178)营业执照副本遗失,声明作废。

●四川道尚商贸有限公司(纳税人编码 510107057478101)《发票统一领购簿》遗失,声明作废

●王晓琳:身份证号 513002198 703237904,建筑工程专业,安全员证书编号:1110000402038 证书遗失,声明作废。

清算公告

经 2017 年 3 月 28 日股东会决议,四川中成科技有限公司决定解散。清算组由何茂军、张兴良等人组成。请债权人自本公告之日起 45 日内,前往成都市武侯区桐梓林东路 1 号向我公司清算组申报债权。

特此公告。

联系人:何茂军 13308064466

2017 年 4 月 14 日

●成都兴达领域建筑装饰有限公司开具给成都市信息化建设发展有限公司四川增值税专用发票 1 份发票代码 5100162160 发票号码 00044990 发票联抵扣联遗失

●四川牧蝶装饰工程设计有限公司发票专用章(编号:5101085120061)遗失作废。

●成都绎美宣生物科技有限公司(统一社会信用代码 91510100669885761 1H)营业执照副本遗失作废。

遗失公告

四川省工商局 2012 年 5 月 18 日颁发的注册号为 5100000002 41169 的四川省丰瑞葛根农业科技有限公司营业执照正本、副本(1 本)不慎遗失,声明作废。

特此公告

2017 年 4 月 14 日

●四川省丰瑞葛根农业科技有限公司税务登记证(税号:5190 00595083932)、公章(编号:5101008754978)、法人晏保清私章(编号:5101008754980)、发票专用章(编号:5101008780 912)遗失作废。

●成都鼎瑞益禾农业科技有限公司营业执照正副本(注册号:510107000616121)、组织机构代码证正副本(代码:06008922-X)、税务登记证正副本(税号:5101070600 8922X)、公章(编号:5101008 905369)、法人罗清海私章(编号:5101009181996)遗失作废。

●成都云方软件开发有限公司营业执照副本(统一社会信用代码 9151010066532368 05)遗失,声明作废

●成都文西文化传播有限公司营业执照正副本(注册号:510107000843814)、组织机构代码证正副本(代码:32746465-9)、税务登记证正副本(税号:5101073274646 59)、公章(编号:5101009462728)、法人杨强私章(编号:5101009462730)、财务专用章(编号:5101009462729)遗失作废。

●成都君义建筑劳务有限公司营业执照副本,统一社会信用代码 91510100MA62NDJX1B (2-2)遗失声明作废。

注销公告

四川朋汇名车广场有限公司经股东会决定解散本公司,请债权债务人自公告之日起 45 日内向公司清算组申报债权债务事宜。

●四川长河建设工程有限公司公章(编号:5101008773478)遗失,声明作废。

●成都中安视智能系统科技有限公司营业执照副本(统一社会信用代码:915101077712283 370)遗失作废。

●锦江区无早咖啡馆遗失增值税普通发票(卷票)6 份,发票代码:151011535001,发票号码:191682 04,19168205,19168206,19168248,19168398,19168399,声明作废。

●四川鑫成奥电梯配套设施工程有限公司营业执照副本(统一社会信用代码:915101003216 09060H)遗失作废。

●许衡油脂加工厂遗失税务登记证正副本,证号:5107230714 44338,声明作废

注销公告

成都云中雀科技发展有限公司(注册号 5101082004826)经股东会决定注销,请债权债务人于本公告见报之日起 45 日内到公司办理债权债务,特此公告。

●四川君腾建筑劳务工程有限公司(统一社会信用代码:9151 0000066789 18XK)建筑业统一发票(自开),发票代码:251901 421001,发票号码:10059381、10059382,遗失作废。

●成都飞力特电子科技有限公司(统一社会信用代码 9151010 08095722101C)营业执照副本遗失作废。

●四川建联工程管理咨询有限公司成都分公司税务登记证正副本(税号:510107062445822)遗失,声明作废

●成都博创启辰科技有限公司在民生银行成都西体路支行的开户许可证(账号:151022164)遗失,声明作废。

遗失公告

四川省工商局 2014 年 10 月 16 日颁发的注册号为 5100000002 20181 的四川四和圆园林景观工程有限公司营业执照副本(1 本)不慎遗失,声明作废。

特此公告。

2017 年 4 月 14 日

●四川温柔之光科技有限公司在民生银行成都西体路支行的开户许可证(账号:151239247)遗失,声明作废。

注销公告

成都飞瑞斯信息技术有限公司(统一社会信用代码 91510108 MA61UB58XU)经股东会决议决定注销,请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。

●成都市世纪环球投资有限公司在工商银行一品天下分理处的开户许可证(核准号 J6510046823401,账号 4402243409100 010304)遗失作废。

注销公告

成都壹特基商务服务有限公司(统一社会信用代码:91510107 MA61RWDX6L)经股东会决议决定注销,请相关债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。

●成都富力轩商贸有限公司财务专用章(编号:51010093802 70)遗失作废。

●田学英二代身份证 51102719 8011043522 遗失,特此声明

减资公告

四川贝泰教育科技发展有限公司(统一社会信用代码 91510104MA61W387X0)经股东会决议决定减少注册资本,由原(人民币)伍仟万元减少到(人民币)壹仟万元。请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司申报债权债务。特此公告。2017 年 4 月 14 日

注销公告

成都铭润贸易有限公司(统一社会信用代码:9151010769092 6715L)经股东会决议决定注销,请相关债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。

注销公告

成都诚易文化传播有限公司(统一社会信用代码 91510106 MA61TTK03A)经股东会决议决定注销,请公司相关债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。

●成都富力轩商贸有限公司财务专用章(编号:51010093802 70)遗失作废。

●田学英二代身份证 51102719 8011043522 遗失,特此声明