成立2个月单月GMV破百万

圆上咖啡如何通过“产品+营销”实现行业突围

■ 任子勋

国内咖啡赛道正在变得越来越拥挤。在过去的一年，获得融资的咖啡品牌数量不下10家，其中诸如西舍咖啡、M Stand等更是融资金额突破亿元。

但另一方面，国内咖啡行业本身还处在高速发展的阶段。易观数据显示，2020年咖啡整体市场零售规模约820亿元，到2025年预计将达到2190亿元，复合增长率超20%。光是在上海，咖啡馆数量就超过6913了家。咖啡本身还在慢慢地从一线城市向下沉。

极其内卷但又极其诱人，或能很贴切地形容当下咖啡行业所呈现的样貌。想要从中突围，除了产品本身创新和好喝以外，也需要品牌在渠道和营销各个方面寻求突破。作为一个新锐国货咖啡品牌，圆上咖啡成立2个月的时间就实现了单月GMV破百万。在这一成绩背后可以看到“产品+营销”组合打法发挥了关键作用。

产品升级与创新

在圆上咖啡创始人Lori看来，虽然咖啡行业不断“内卷”，但整个市场对咖啡的需求依然庞大且火热。随着市场受教育程度的提高，咖啡大品类在逐步细分化，出现了挂耳咖啡，速溶咖啡，即饮咖啡和咖啡液等赛道。与之相伴随的是消费者对咖啡风味变得越来越挑剔。

在产品层面，圆上咖啡选择从冻干咖啡品类切入，进行产品优化升级。

在原料上，圆上咖啡甄选来自海拔4000英尺以上的精品高原阿拉比卡咖啡豆，并经由3位国际认证的Q-grader咖啡师进行评分和把控。在产品制造方面，圆上咖啡通过独创的极萃冷炼技术，严格控制10~18°C的低温段萃取，零下50°C冻结冰滴8小时，24小时的真空干燥冻干，在最大程度保留咖啡风味物质的基础上，做到冷热即溶。

并且，圆上咖啡跳出外界对咖啡产品的刻板印象，对产品本身作了进一步延展。圆上咖啡注意到，越来越多的年轻人尤其是女性消费群体对功能性愈发看重。为此，圆上咖啡推出了“燃”咖啡产品来聚焦女性消费者在身材管理上的需求。实现这一功效目的的核心在于多添加了绿原酸这一成分。咖啡豆中原本就含有绿原酸成分，在这一基础上，圆上咖啡额外多添加了180mg的绿原酸来达到控糖和燃脂的效果，同时保证产品的口感和风味不受到影响。

在供应链层面，目前圆上咖啡有自有的供应链和研发团队，保证在功能性、咖啡风味还原等方面的核心研发能力。

目前圆上咖啡一共有7款sku，其中两款主打功能型，其他主打五大精品风味型。未来预计会随着季度推出新的产品。咖啡种类上将不仅围绕冻干咖啡品类，也会做新产品的研发，背后的逻辑是根据整个消费市场去洞察消费者，推出更多创新的产品。

内卷行业，营销如何做

“优质的产品是立足的核心，在营销层面，我们选择了一条跟其他品牌不太一样的营销路径。”Lori表示。这反映在产品外包装的视觉展现层面和线下终端渠道层面两个方向。

咖啡作为舶来品，一直以来很难摆脱“外国人喜欢喝的饮品”这一刻板印象。这为咖啡产品的本土化带来一定的难度。圆上咖啡的目标是做出有中国民族自信的一个咖啡品牌，而实现这一目标的尝试之一便是将中国传统元素“五行”的概念与咖啡融合。在外包装上，五种颜色的小罐分别代表“金木水火土”五种咖啡风味的产品。以此来把产品中的匠心精神和中国传统文化，通过更年轻的表达方式传递给更多消费者。

除此之外更重要的是，圆上咖啡广泛地与全国各地的精品咖啡店合作。Lori指出，现在中国咖啡整体市场的渗透率并不高，除了一二线城市以外，更下沉的市场和人群还处在空白。圆上咖啡在打法上更加聚焦咖啡重度的垂直用户，利用线下的活动给用户深度体验。该活动累计合作的咖啡馆数量达到数百家，触达7个咖啡高消费城市，使圆上咖啡作为一个新品牌，也能够在非常短的时间里实现高效触达精准人群。

在2021年，圆上咖啡推出了一个叫做“梦游ING”的活动，其核心思路是通过邀请用户打卡精品咖啡店与圆上咖啡产品进行联名的特调咖啡饮品的玩法，在用户手持“圆上咖啡驾照”去各个咖啡店尝试并获得收集乐趣时，不仅为线下的咖啡店带来了新的流量，同时也让圆上咖啡的产品得到了很好的推广。

“我觉得最好的产品教育一定是真正的触达。”所以2022年，除了圆上咖啡将开设自己的线下咖啡店之外，依旧会去全国各地参加一些展会的活动，让当地的消费者真实体验到我们的产品。并且继续会跟全国各地的精品咖啡馆进行联动，触达更多的咖啡人群。只要体验到了我们产品，就可以给到我们一个反馈，也让圆上咖啡的品牌形象可以深入到不管是一二线还是下沉城市的消费者心目中。

2021年饮品行业营销里，今麦郎出圈的创意公式是什么？

在创意至上的新消费时代里，什么样的品牌营销才能够出圈？

伴随着社交媒体和电商崛起，在如何通过营销快速赢得声量和获取流量这件事上，各大品牌也在展开新的尝试。但是，新消费浪潮中的年轻人们，到底更容易被什么样的营销动作吸引？除了个性化的口味喜好，他们还会为什么买单？

今麦郎在2021年的营销动作中玩出了很多新花样：比如具有创造力和想像力的包装设计；出圈的跨界联名活动和产品……这些趋势构成了品牌营销出圈的创意公式。

“颜控”的社会里，颜值即正义

尼尔森关于中国消费市场的调查发现，64%的消费者会根据包装决定是否尝试新品。新包装刺激的消费，所产生的投资回报率是广告投入的50倍。

在社交媒体时代，品牌的包装设计前所未有的重要，包装设计环节成为和产品配料、配方一样的产品核心：一方面，有创意、有颜值的包装设计，是消费者产生购买动机的主要理由之一；另一方面，高颜值的产品包装设计也能激发年轻人拍照分享的社交举动。当消费者在社交网络中主动分享、种草，产品营销就已经在所处的赛道中保持了领先优势，甚至引起潮流。

今麦郎凉白开作为熟水品类开创者，在包装设计上也同样成为了同类产品中的经典。凉白开的方正瓶型、素白底色和简黑中字，将简约的、生活化的熟水特点体现在了包装上，同时简约化的风格也是目前年轻群体心目中“高级”的代名词。

极具特色和时尚感的凉白开包装，在一定程度上影响了在其之后出现的熟水产品，频繁被模仿，简白底色似乎已经成为同类产品默认的包装美学。

2021年7月，在原本包装的基础上，今麦郎又特别推出了凉白开特色文化瓶“想开瓶”。这个系列延续了白色主体的瓶身，通过创意文字作为符号设计，模拟活字印刷的拼字模式，提供给消费者多样化的国潮文字趣味组合玩法。消费者可以通过文化瓶组合出符合自己心情、人设的个性金句。加上品牌IP人物凉大白，整体简约又时尚，再度以“颜值”引发了一场符号包装的流行趋势。

拒绝单一化，无联名不创意

联名、互动已经成为一种流行的营销手段，这种能创造出“1+1>2”营销效果的方式无疑是品牌方们热衷选择的方式。但如何要联名不流于形式，还需要一些创意。

10月20日，今麦郎饮品官方微博和瑞幸咖啡官方微博，一起官宣推出“今麦郎凉白开×瑞幸SOE耶加雪菲”限量版的“对味派兑”联名礼盒。与联名礼盒同步上线的，还有一支《对味》说唱歌曲。

除却产品本身，对于年轻消费者来说，“懂自己”“爱尝鲜”促使他们愿意为兴趣爱好买单、为有共鸣的优质内容买单。《对味》引爆年轻人的情感共鸣，提高了今麦郎凉白开和瑞幸SOE耶加雪菲的圈层文化和潮流属性，无疑最大程度地提高了他们对于联名礼盒的兴趣与关注。

歌曲《对味》一经上线就获得超25万人次的点播，今麦郎同瑞幸的联名礼盒也销售火爆。此次联名营销，正是一个精准击中年轻消费群体的案例。

当下的跨界营销的力度和跨度越来越大，不断刷新着人们的认知，无形中制造了一种反差感，拓宽了用户对于品牌的认知，对年轻、个性化的消费群体来说，正这是既有趣又有效的创意方式。

打造出圈营销，不破不立

营销，就是经营消费者的心理：拿捏住用户的新意，预设消费者的兴趣取向，是整个营销的关键。而对于品牌来说，这个过程，要不断推翻想法，从消费用户最新的兴趣点、生活需求、市场趋向进行营销动作的设计。

2021年，今麦郎无疑是业内最具营销创新精神的品牌之一。“2021科睿国际创新节·营销创新类金奖”“2021年中国国际广告节·2021年度内容营销金奖”“2021国民消费大会·先锋营销案例奖项”“全球新电商博览会2021年度最受欢迎产品奖”等业内权威大奖，是对今麦郎在营销上勇于突破、勇于创新最直接的肯定。

而总结今麦郎的营销创意公式，则是“不破不立”。突破原有的经营概念，从市场、消费者偏好的“社交”“颜值”“联名交互”出发，设计完成营销事例，成就了今麦郎的“出圈”范例。

今麦郎的营销动作，也提供了很好的范本与思考。对于品牌来说，与市场中主流消费群体进行沟通，以前沿流行趋势为依据进行营销创新，既可以促进品牌形成年轻化的品牌调性，也能够通过话题破圈，为品牌带来新的价值。 （中国青年网）

跨界电竞营销，如何实现“品效合一”？

电竞产业发展迅速，越来越多的人开始关注该领域，电竞圈的用户基数也在持续扩大，许多高校陆续开设了电竞相关专业，这也让电竞进一步成为了Z世代消费的重要组成部分。

用户需求，是品牌产品迭代的追逐点，除了产品本身的创新之外，品牌商们也会不断推陈出新，发起新的营销活动吸引消费者参与。

2021年，可以说是电竞之年，电竞与美食、彩妆、时尚、汽车、音乐等多个领域在跨界形式上接连创新；影视综艺和游戏等品类也不再独立发展，而是纷纷跨界联动打造营销热点，形成新的营销模式。

品牌之间达成跨界合作，可以将不同圈层的消费群体聚集再放大，交换消费者资源，扩大在不同群体中的影响力，用联合营销打造新时代的消费趋势，是如今的风向标。

在Z世代的成长环境中，社会经济水平不断上涨，主流文化和亚文化高速发展，并借助互联网工具快速传播，当下，电子竞技营销成为各品牌们争抢的新战场。

在营销上，多数品牌会选择在游戏视频中插入广告，但这种简单的策略，在新一代消费群体里不一定见效，而要打造一次完美的跨界营销计划，则需要先了解再制定。

1、找到合适的电竞受众。

不同的游戏面对不同的消费群体，暴雪公司CEO鲍比·科蒂克曾说，电竞观众中可能包括了平常最难触及的，但同时也是广告最精准面向的那部分人群。

可以想见，电竞游戏有着巨大的市场潜力，而如何让受众转化为自己的消费者，把握目标用户的心理显得格外重要。

通过“钉钉本钉，在线求饶”这个视频，可以发现Z世代更喜欢接地气，“整活”的营销方式，而对一板一眼的广告宣传兴趣缺缺。

对于品牌来说，想要吸引女性用户群体，选择王者荣耀作为合作项目最佳，更适合美妆等品牌合作；吸引男性用户群体，选择《英雄联盟》则为最佳，男性玩家占比达到67%。

2、选择正确的渠道。

投放广告的渠道平台十分重要，品牌需要了解目标用户平时的聚集地在哪里。

疫情以来，电竞行业虽然在线下发展受阻，但线上市场在直播、短视频平台的助力下增长迅速，不少直播平台的电竞用户非常活跃，62.5%的电竞直播用户年龄在24岁以下，平日里都有看直播的习惯。

因此，汇智互娱在为品牌赋能，举办品牌专属IP电竞赛事时，经常通过线上平台进行直播，如葫芦侠王者荣耀娱乐赛，赛事直播在虎牙平台开启，直播曝光量达到420万+。

第三方平台的重要性就在于能够连接游戏、用户和品牌，让三方不再是割裂的个体；对于赛事来说，直播也迅速打开了相关游戏的知名度。

3、选择最佳的联动方式。

打造有趣且符合用户需求的体验，才能吸引用户主动参与，而寻找电竞选手代言则是有效的方法之一。

电竞选手代言可以帮助品牌公司提升电竞赛事和广告的渗透率，同时拥有大批粉丝的他们也会为产品带来一定消费人群，借助品牌对选手的支持让粉丝感受到品牌与粉丝并肩而行，加深情感链接。

与电竞游戏跨界合作，推出联名系列产品也是品牌经常使用的联动方式，无论是在游戏中投放含有品牌元素的虚拟道具，还是推出含有游戏元素的品牌产品，都能达到营销效果。

电竞赛事，仍是最好的赞助对象。《英雄联盟》《王者荣耀》《和平精英》等热门电竞游戏深受电竞用户群体喜爱，有着年轻人和流量的加持；而汇智互娱则以电竞为品牌赋能，在为品牌带来新用户，让其他圈层的用户对产品产生认知的同时，也为电竞产业的商业化提供了更广阔的想象空间。

2022年，汇智互娱依旧持续为品牌赋能。 （佚名）

便民服务 收费标准：55元/行/天（13字1行）广告热线028-66079393 QQ:769036015 微信:13308082189
独家代理机构：成都锦宏天下文化传媒有限公司 地址：红星路二段159号成都传媒·红星国际2号楼1702室
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。

●太平人寿钱敏执业证:02000351000080002011004100遗失。
●兹有古天财遗失由成都崇州万达广场商业管理有限公司开具的【装修押金:5000.00元；以上票据打款时间:2021年08月27日】声明作废，由以上票据产生的一切纠纷与贵司无关。
●自贡易尔得商务信息咨询服务有限公司不慎遗失公章（编码:5103029001864)特此申请作废

遗失声明

金牛区东拓德克士餐厅店的食品经营许可证副本（编号：JY25101060024655），不慎遗失，声明作废。
●成都宜客行汽车有限公司川A K50G7网约车车证遗失作废。

减资公告

四川信元联行房地产营销策划有限公司（统一社会信用代码:91510108394238264K)决定将公司注册资本金由50万元减至10万元，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。特此公告

终止办学公告

成都市龙泉驿区雅途教育培训学校，统一社会信用代码52510112086658740，办学许可证教民151011270000738，自2022年1月24日起终止办学，特此公告
●温江焦鸭子冒菜店遗失营业执照副本，统一社会信用代码：92510115MA67E9WF1C，发证日期:2018年11月30日，声明作废。
●温江焦鸭子冒菜店遗失食品经营许可证副本，许可证编号:JY25101150064696，声明作废
●四川建宏房地产开发有限公司开具给周勤辉购山水福都北区1966号车位定金收据编号:JH0000172，金额:5000元遗失作废
●双流县华阳完美空间鞋店持有的营业执照(副本)注册号:510122600508483遗失作废。
●双流县华阳鞋缘皮鞋店持有的营业执照(正副本)注册号:510122600454358遗失作废。

减资公告

四川盟界建筑工程有限公司统一社会信用代码91511500MA658TEJXA，经股东会决议决定减少注册资本，由人民币8800万元减少至人民币10万元，请本公司相关债权人在此公告登报之日起45日内向公司申报债权债务，或提供相应的担保请求。联系人：张杰，联系电话:13990959094，通信地址:四川省宜宾市临港经开区新楼路51号邦泰国际社区20栋3层C04号。
特此公告

●宜宾市翠屏区文鹏建材经营部公章编号5115020061399遗失作废
●宜宾市烨枫商贸有限责任公司营业执照副本注册号51150000006407组织机构代码证副本代码67141433-5遗失作废

减资公告

四川东龙建建筑工程有限公司统一社会信用代码91510185MA69W7G01B经股东会决议决定将注册资本由人民币5000万元减少至1万元。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。

减资公告

四川山海创新物流有限公司统一社会信用代码91510132MA69WKHC1B经股东决定将注册资本由人民币1000万元减少至100万元。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。
●四川天行者汽车租赁有限公司（统一社会信用代码:91510100357977973R）营业执照正副本遗失作废。
●金牛区亚美家清洁服务部,营业执照正副本(注册号:510106601670967)遗失作废。
●减资公告:经中成蓝天发展集团有限公司（统一社会信用代码:91510000MA626XQJ3T）股东会决议决定注册资本由人民币30000万元减少至9191.13万元。请各债权人自公告之日起45日内向本公司提出清偿债务或者提供债务担保的请求，逾期按相关规定处理。
●成都市聚鑫源机电安装工程有限公司,财务专用章(编号51010751342 89),法人章罗静雯(编号5101075134290)均遗失作废。
●杨洪(510107025345)道路经营许可证遗失。
●川A4359U网络预约出租汽车运输证遗失
●武侯区小黑烤肉饭店营业执照（统一社会信用代码:92510107MA6C6PJ6XJ，经营者：徐波)副本不慎遗失,声明作废
●黑熊烤肉饭个体工商户营业执照（统一社会信用代码:91000100526513802 8，经营者：徐波)副本遗失,声明作废

减资公告

四川华环电子技术有限公司（统一社会信用代码:91510000667431087U）经股东会议决定,注册资本由6000万元减少到2020万元，请相关债权债务人于公告见报之日起45日内向公司办理相关手续,特此公告。
●成都博信广告有限公司营业执照（注册号:510100181157 0)正副本原件遗失作废
●成都雅裟文化传媒有限公司营业执照（注册号:51010720 21447)正副本遗失作废
●资阳市雁江区捷迅经纪服务部公章（编号:512002004053 4)不慎遗失,声明作废
●简阳市天成骄幼儿园有限公司市场主体名称预先登记告知书（简阳）登记内名预登字[2021]169号遗失,声明作废
●四川绿诚泓冠环保科技有限公司基本存款账户信息(基本存款账户编码:J65101440185 01，账户号码:125317976897，开户银行:中国银行股份有限公司成都开发西区支行)不慎遗失,声明作废
●四川汉指影宫休闲娱乐有限公司营业执照(统一社会信用代码:91510125MA6D04R F59)正副本遗失,声明作废
●成都鸿鑫盛商贸有限公司营业执照（统一社会信用代码:91510107057478830 4）副本不慎遗失,声明作废
●成都祺良钰电子产品店营业执照（统一社会信用代码:91510108MA7E7GGL8N）正副本不慎遗失,声明作废

注销公告

成都贤峰达商贸有限公司(统一社会信用代码:91510106MA68LRMF6T)经股东会决议决定注销本公司,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。
●彭州市天彭镇国盛建筑机械设备租赁站营业执照(统一社会信用代码:92510182MA6BGWTFXU)正副本遗失,声明作废

注销公告

成都欧翔机电设备有限公司(注册号:5101052011050)经股东会议决定注销本公司,请公司相关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。
●成都阳河力达商贸有限公司营业执照(统一社会信用代码:91510108580019153 8)正副本、食品经营许可证（许可证编号:JY15101080013548）正副本、开户许可证(核准号J6510086641001，账号:4402009609100060631，开户银行:中国工商银行股份有限公司成都双建路支行)遗失,声明作废
●天府新区成都片区籍田万秀花卷烟店营业执照(统一社会信用代码:92510100MA6B45JY2E)正副本遗失,声明作废
●更正公告:于2018年7月19日在《文摘周报》上刊登的注销公告内容为:成都市庄森贸易有限公司，更正为:成都市庄森商贸有限公司,特此公告。
●成都高上丰商贸有限公司营业执照（注册号:51010700090 8639)正副本遗失,声明作废

分立公告

经川开实业集团有限公司(统一社会信用代码:91510100202 37318XW)股东会决议:本公司派生分立为成都三威科技有限公司(申请号:5101101212022012400010)，分立前川开实业集团有限公司注册资本10360万元,分立后成都三威科技有限公司注册资本2000万元，分立前公司的债务由分立后的公司承担连带责任,请债权人自公告之日起45日内向本公司提出清偿债务的请求,逾期不提出的视其为没有提出要求。
川开实业集团有限公司
2022年1月25日

减资公告

成都汇智达科技有限公司(统一社会信用代码:91510107321536068E）经股东会议决定,注册资本由1000万元减少到500万元,请相关债权债务人于公告见报之日起45日内前往公司办理相关手续,特此公告。
●高新区小狐狸食品店公章(编号:5101008704714)、发票专用章(编号:5101008736816)、法人章沈锐(编号:5101009177314)遗失,声明作废
●龙泉驿区大面街办秦秦圆真真饮品店食品经营许可证副本许可证编号:JY25101120131628遗失作废
●宜宾市翠屏区启达机械设备租赁部公章,编号:5115020089529,遗失作废。
●李玲所持成都华成教育文化发展有限公司上林郡2-2-6-2购房首付款收据原件(票号0007814,金额151883元)遗失作废

成都刘杨和商贸有限公司(统一社会信用代码:91510108069765220 8)经公司股东会决议,注册资本由3000万元人民币减少到500万元人民币,请公司相关债权债务人于本公告见报之日起45日内前往本公司办理相关手续,特此公告。

公告

成都市同创传美商贸有限责任公司(简称持有人)持有商标澳蓝纽宝澳蓝纽宝(KOALA'sWarm)第45966322号、第45966466号、第45970662号、第45978359号、第45990188号、第46115580号、第46119390号、第46122911号、第46128433号、第46130590号,商标于2021年11月22日转让给上海颂德贸易有限公司(简称受让人)。从转让给受让人时间开始,持有人此前开具的授权协议全部终止授权,授权协议全部作废。前授权协议公司如有商标授权需求的与受让人进行协商,一切以受让人确认为准。
特此通知。

注销公告

成都市锦江区爱尔莎培训学校登记证书(川成.锦江民证字第010201号)经上级主管单位同意申请注销,请债权债务人自本公告见报之日起45日内向培训学校清算组申报债权债务。
●成都市锦江区爱尔莎培训学校公章(编号:5101045013015)不慎遗失,声明作废
●天府新区成都片区太平浩均建辅材料经营部公章(编号:5101100088074)遗失作废

●简阳市前进草莓种植专业合作社税务登记证(纳税人识别号:512081567646427)正副本不慎遗失,声明作废
●简阳市青龙校园发展有限责任公司营业执照(注册号:512081000044747)正副本、公章(编号:5139020000845)不慎遗失,声明作废
●四川了凡创航科技有限公司,遗失公章(编号:5101095628810)现声明作废。
●本人方浩不慎遗失成都龙泉驿区大面街道龙城大道816号11栋2单元1901号房屋产权办理费收款收据1张(票号YLFJF1540,金额2444.07元)特此声明

民办非企业注销

遂宁市安居区新时代社会工作服务中心（统一社会信用代码:52510904MJQ182955H)根据《民办非企业单位登记管理暂行条例》规定,已经遂宁市安居区民政局核准注销登记,特此公告。
遂宁市安居区新时代社会工作服务中心
2022年1月24日
●本人胡显和不慎遗失成都龙泉驿区大面街道龙城大道816号—1—786号的车位全款收据1张（票号:YLFJF1721金额87442元)特此声明。
●声明:四川盛游互动网络科技有限公司公章(编号:5101100178632)遗失作废
●四川佳驰汽车服务有限公司营业执照（统一社会信用代码91510122MA61RCH239）正、副本均遗失作废

●四川市德顺建筑工程有限公司公章(编码:5139020012564)遗失作废
●四川省雪山红叶农业科技有限公司大邑分公司营业执照正副本(注册号:510129000029230)遗失作废
●遗失声明:马边慧源养殖专业合作社,遗失公章(编码5111335016318)遗失作废
●遗失声明：个体户徐华兴,遗失发票专用章(编码5105229000684)遗失作废
●四川省新东方国际旅行社有限责任公司什邡市通站东路服务网点合同遗失GN0313512、GN0313513、GN0313514、GN0313515、GN0313516、GN0313518、GN0313520、GN1607700264 91CJ16070000231、CJ16070000233、CJ16070000234、CJ16070000235、CJ16070000236、CJ16070000237、CJ16070000238、CJ16070000239、CJ16070000240,声明作废。

减资公告

经成都永鑫虹皓建筑工程有限公司（统一社会信用代码:91510108MA65MB651K）股东决定:成都永鑫虹皓建筑工程有限公司注册资本由人民币200万元减少至20万元。请各债权人自公告之日起45日内向本公司提出清偿债务或者提供债务担保的请求,逾期不提出的视其为没有提出要求。
成都永鑫虹皓建筑工程有限公司
2022年1月25日
●龚星睿出生证（编号:U510026237，父亲:龚学辉,母亲:邓秀君)遗失,声明作废。