仁怀的行动力、同心力与引领力

■ 郭媛

近日，贵州省仁怀市召开坚守品质诚信经营推动白酒产业高质量发展动员部署会议,543家白酒生产、销售和包材、物流等企业相关负责人参加。

会议明确要以刮骨疗毒的勇气和壮士断腕的决心,坚决打赢酱香白酒品质保卫战、诚信捍卫战和市场秩序治理攻坚战，奋力谱写酱酒产业高质量发展新篇章。 同时提出,今年7月至12月,仁怀市将开展为期半年的专项治理行动,旨在构建覆盖“生产、流通、销售” 全链条的严密监管体系，全力打击治理“年份酒”虚标、以次充好、虚假宣传、假冒侵权等问题。

此前,央视财经发布《“年份酒”岂能凭空造》,直指酒精勾兑、虚标年份、价格欺诈等行业顽疾,损害消费者利益,也侵蚀了仁怀作为酱酒核心产区的根基。

报道一出,仁怀迅速行动。仁怀市政府第一时间作出安排部署，市场监管局连夜赶赴现场指导核查,酒协发布《行业自律倡议书》,开启了一场贯彻“政府、协会、企业”的全面治理行动。这不仅释放了仁怀强化行业治理,推动产业升级的强烈信号，也体现了仁怀高质量发展过程中的行动力、同心力和引领力。

仁怀的行动力

面对乱象,仁怀迅速亮剑,折射出守护产区的紧迫感。

报道播出后的12小时内,省市县三级联动机制全面启动,贵州省、遵义市及仁怀市三级党委政府第一时间作出安排部署，市场监管执法人员连夜赶赴涉事企业现场指导核查处置工作。

不到24小时，仁怀市市场监督管理局便发布《关于核查处置央视曝光白酒生产销售相关问题的通报》,初步锁定12家涉事主体,对涉事企业基酒抽检46样次、成品酒抽检66样次,并将“依据检验结果依法处置”。

随后,遵义市委常委会召开会议,强调要全面开展涉酒生产销售违法行为专项整治,维护遵义白酒产业良好发展环境。

仁怀市酒业协会发布《仁怀产区酱香白酒行业自律倡议书》,向全市酒企发出坚守传统工艺、诚信守法经营、强化社会责任、共建长效机制、重塑产区形象的系统倡议,并提出建立“黑名单”机制、通过区块链溯源提升防伪能力等具体举措。

仁怀市相关部门就市场乱象层层推进整治工作,接连而来的密集行动,凸显的不仅是仁怀,更是整个贵州白酒产业正视问题、刮骨疗伤的高度共识与危机意识。

这种迅速响应的行动力在仁怀身上并非首次展现，这是在其长期的产业治理过程中逐步建立并深植的,从此前仁怀对基酒、年份酒、散酒的规范治理中可清晰窥见。

仁怀的同心力

仁怀对年份酒乱象的治理，不是单方面的监管或自觉,而是构建起了政府、企业、社会共同参与的多元共治格局。

动员大会上，仁怀市四套班子主要领导悉数出席,如此高规格的政企联动,在行业并不多见。超500家参会企业代表覆盖酱酒生产、销售、包材、物流全链条。会上印发《仁怀市坚守品质诚信经营推动白酒产业高质量发展工作方案》,根据《方案》,仁怀市将聚焦生产包装、市场秩序、物流运输、包材市场、行业自律等重点领域，突出严防严管严控严查严惩,以“零容忍”态度打击治理行业突出问题,全力维护仁怀酱酒核心产区声誉，切实保障消费者合法权益，推动白酒产业持续健康高质量发展。

一系列举措,勾勒出“政府主导、企业主体、社会协同、公众参与”的共治蓝图。

政府铁腕监管——聚焦全产业链条,突出“严防严管严控严查严惩”,打击行业乱象,跨部门执法与司法衔接,织密监管网络,让违法者无所遁形。

企业主体责任——企业严守法律红线、健全质控体系,建立质量溯源系统。物流企业被纳入承诺体系，防止假冒伪劣产品借道电商、经销商流入市场。

行业协会监督——仁怀市酒业协会完善行业自律公约,建立“黑名单”制度建立,对违规者公开谴责,推动产区标准升级。

这种让“责任环环相扣、监督多元参与”的机制,通过全链条的“零容忍”打造了常态治理机制，使诚信经营从口号变为可落地的系统性工程。

在仁怀，这样的同心力不仅体现在危机应对时，更体现在高质量发展的整个过程中。

如近年来,仁怀“抱团”发展便是如此,老牌名企、新兴势力、规模以上企业以及中小特色酒企共同以产区之名出击市场，“产区品牌+企业品牌”双轮驱动,打破以往企业单兵作战的局限,以集体品牌提升产区竞争力,全面展现了仁怀酱酒的多样魅力与产业活力。

仁怀的引领力

作为中国酱香白酒的核心产区，仁怀一直以来是白酒产区建设发展的样板式存在。每一次动作,都牵动着千亿产业的神经。

在此次关乎酱酒品质、诚信与市场秩序的攻坚战中,仁怀以最坚定的决心、最严格的监管、最自觉的诚信、最广泛的参与,奋力谱写酱酒产业高质量发展新篇章，为行业刮骨疗毒树立了新标杆。

仁怀深知，消费者的信任是产业赖以生存的根基,因此酱酒产业治理行动,并非一朝一夕、一城一池,而是产区政府、协会、企业共同捍卫产业生命线的共同战役，每个人都责无旁贷。

长期以来,基酒、年份酒、散酒因无标准规定,处于市场模糊地带,成为市场的重点关注对象。因此,仁怀持续推动产业“瘦身”“强体”,此次对“虚假年份酒”的重拳出击,也是仁怀对白酒产业治理升级的重要一环。

早在2020年,仁怀市便划拨专项资金治理规范当地酱酒生产。对外加强对酱香基酒外销外流的规范管理，对内严查严防酱酒生产过程中添加食用酒精,让“串酒”等破坏产区秩序、损害产区价值的行为无所遁形。

2021年，仁怀开始实施白酒产业综合治理三年行动，密集出台大量规范性文件和标准,先后发布《仁怀市散装酱香白酒标识标注规范(试行)》《仁怀产区大曲酱香型白酒年份酒》团体标准、《关于规范酒类市场生产经营行为的通告》等文件,管控品质、控制市场乱象。

在产业治理过程中，仁怀不仅重视短期内的专项整治,更着眼于构建长效机制,坚持走制度化、规范化、标准化的发展道路。目前,仁怀已基本完成对基酒、年份酒、散酒管理办法的制定。

一直以来,仁怀勇于自我革新,通过一次次实际行动,充分展现了其守护酱酒品质、捍卫消费者权益、推动产业可持续健康发展的坚定决心。因此,本次对“虚假年份酒”的严厉打击,不仅直指部分行业乱象,更可能为仁怀带来新一轮产业升级的宝贵契机。

果酒市场方兴未艾 “新杨梅酒”重磅上市

■ 罗玉婷

数据显示,2023年全国果酒销售额已攀升至150亿—180亿元区间,2024年更预计突破200亿—240亿元，规模直追传统葡萄酒市场。在细分品类竞相绽放的风口中,源于浙江的杨梅酒，依托深厚的产业根基与文化底蕴,正加速崛起。

消费多元与政策加持 小而美赛道的突围机遇

杨梅酒如今正以清爽独特的风味体验和日益年轻化、时尚化的包装设计,精准契合年轻一代对低度、健康、悦己型酒精饮品的追求，在社交聚会、休闲独酌等场景中热度飙升。尤其在以江浙沪为核心的消费区域,其认知度与接受度快速提升。

这股消费热潮的背后，是浙江杨梅产业的雄厚支撑。据统计,2024年浙江省杨梅种植面积达130万亩,年产量70万吨,产值高达60亿元。然而,当前杨梅酒市场尚未诞生具有统治地位的超级品牌。这片充满潜力的“蓝海”，呼唤着兼具品质实力与品牌引领力的破局者。作为国家级农产品加工企业出口示范企业、浙江省级骨干农业龙头企业,扬百利配备德国引进的全自动生产线，全年加工能力可达10万吨,以稳定产能保障杨梅酒市场扩容的可能性。

以匠心酿造定义新标准 新杨梅酒重塑品类价值

杨梅是中国特有的水果。浙江仙居的杨梅尤为著名，其古杨梅群复合种养系统已被联合国粮农组织认定为全球重要农业文化遗产,也是全国农产品地理标志产品。可以说,杨梅酒是深深根植于中国文化遗产中的重要果酒品类。

传统的杨梅酒制法，大多依赖高度酒或米酒浸泡杨梅,本质上仅为物理萃取,成分单一，口感常表现为浓烈酒味与寡淡果味的生硬叠加,缺乏层次感。而扬百利推出的“新杨梅酒”则是杨梅酒酿造方法的彻底革新,回归酿造本质。

基于原产地优势，新杨梅酒仅选取7分熟杨梅,采摘后在24小时内进行酿造,最大程度保留了天然有机酸与花青素等活性成分,达到风味与营养的平衡。使用天然酵母低温发酵保障风味纯净，法国夏朗德壶式蒸馏工艺二次蒸馏只取珍贵“酒心”,按比例融合杨梅汁送入橡木桶中，进行长达200余天的微氧慢酿,赋予其圆润的口感与迷人的香气。

新杨梅酒的酒精度为12%vol，扬百利经过多次试验后发现,在这个酒精度能完美平衡杨梅的奔放果香与发酵带来的复杂层次(特殊酯化反应转化有机酸生成的花香、蜜饯气息)。

他山之石 经销体系赋能市场开拓

根据中研普华研究院撰写的《2025-2030年中国青梅酒市场投资策略及前景预测研究报告》显示,中国青梅酒2023年市场规模进一步增长至23.77亿元。

杨梅酒与已成气候的青梅酒有着惊人的相似性:同样源自悠久的民间自酿传统,同样经历从家庭作坊到品牌化、工业化生产的升级,也同样切中当代年轻人微醺、悦己的饮酒需求。

多年来，扬百利凭借卓越的产品品质与强大的研发实力,携手百事可乐、蒙牛、光明以及吉祥航空等众多国际知名品牌，构建起富有成效的B端合作网络,为合作伙伴提供定制化的果汁原料供应、创新配方研发以及联名款果汁产品打造等服务。多年的深耕,为新杨梅酒的市场运营打下坚实基础。

扬百利深谙渠道共赢之道，为合作伙伴提供深度分销经销支持体系，包括专职地推团队、线上品牌推广、线下行销拉动、完善的售后服务等各个环节，让经销商能够轻装上阵。扬百利还为有兴趣加入的经销商提供市场启动资金补贴、专业销售人员培训课程、定制化的市场推广方案等。这套组合拳将最大化降低经销门槛与运营风险，确保合作伙伴能快速打开市场,实现可持续的盈利增长。

强化C端置顶战略 窖龄西凤酒逆势再创好成绩

■ 邓贤辉

以“高质量与高端化”双引擎战略布局为行动指南，以西凤酒三千年传承的名酒基因赋予的品质保障与品牌底蕴构建竞争壁垒与破局风帆,近年来窖龄西凤酒承压向上,在自我革新中走出了一条逆势增长的价值升级之路。

今年上半年来,在“以提升窖龄西凤酒品牌价值为核心”的营销方针下,窖龄西凤酒持续强化产品动销、渠道优化与服务能力,并通过一系列聚焦C端的高效战术保持了稳健增长之势，并有序推动着市场营收与品牌价值的双重提升。

特别是今年5月以来，窖龄西凤酒凭借着“畅享清凉露营 品味窖龄凤香”活动的循序落地，不仅通过与核心消费圈层的高效互动,实现了品牌粘性的提升,更在炎炎夏日点燃了新一轮的市场热度与消费激情。

畅享清凉露营,品味窖龄凤香 窖龄西凤酒开启新一轮C端攻势

在当下，携手终端合作伙伴与核心消费群体进行精准高效的品牌互动，建立更为紧密的情感链接，已成为白酒品牌需要共同面对的核心命题。作为风香白酒品牌阵营中的重要矩阵力量,窖龄西凤酒深谙此道,并在传播造势与市场拓展等维度保持着与核心消费群体的紧密联系，在市场端上演了一系列精彩好戏。

今年5月,伴随着“畅享清凉露营 品味窖龄凤香” 的主题营销方案及市场攻坚策略顺利通过审议，窖龄西凤酒也顺势在消费市场开展了 “喝窖龄西凤酒，送露营装备8件套”的惊喜福利活动。

而借助 “畅享清凉露营 品味窖龄凤香” 这一市场战术的循序落地与高效执行，窖龄西凤酒不仅以全新的消费体验，加速了品牌对消费群体的认识培育，也在不断拉近终端合作伙伴与消费群体的距离的同时增强了渠道信心,进而为品牌在市场端的持续突破,增添了坚实的消费基础与前行力量。

在刚刚召开的2025年第一季度工作总结暨第二季度工作规划会议上，窖龄西凤酒表示将积极探索消费场景融合,通过 “场景化体验 + 数据化追踪”,把品鉴会、宴席巧妙融入“畅享清凉露营 品味窖龄凤香”活动,缩短消费场景与终端门店的距离，为市场拓展注入新活力。

有终端合作伙伴表示，窖龄西凤酒开展的“畅享清凉露营 品味窖龄凤香”活动具有极强的互动性与趣味性，吸引了众多消费者参与也调动了合作伙伴的积极性。截至目前，活动也在市场端取得了良好的反响，并助推有关产品实现了口碑与动销的同比提升。

在C端置顶的行业大势之下，窖龄西凤酒加大对消费市场的培育与投入,推动“畅享清凉露营 品味窖龄凤香”活动在市场端深度推进,在创新营销方面展开积极探索,开展圈层精准营销活动，实现与新兴消费群体的触碰与对接，不断适应市场的变化和消费者购买习惯的转变，也将进一步拓展市场覆盖的广度与深度，完成更加精准与更为广泛的市场布局。

同时,“畅享清凉露营 品味窖龄凤香”活动也正是对陕西窖龄品牌管理有限公司董事长田纯光“加大力度抓好消费市场培育,以实干精神积极开拓市场,在终端动销、场景营造和消费者互动等环节深耕细作,在产品拉动、渠道建设和客户服务等环节精益求精” 战略部署的深刻践行。

多维协同助力加速奔跑 读懂窖龄西凤酒逆势增长之道

窖龄西凤酒在2025年第一季度工作总结暨第二季度工作规划会议上透露，自开年来公司全国多战区强势开局,实现开门红。其中，头部区域业绩呈爆发式增长，增速达35%;产品线动销率大幅提升40%,终端市场版图持续扩张,覆盖率同比增长28%,尽显强劲增长势头。

而对于窖龄西凤酒来说，能够在严峻的挑战中再度实现稳健的市场突破与品牌增长,不仅得益于其在C端的强力拓展,也离不开西凤品牌的持续赋能，以及终端伙伴和企业市场团队的奋力拼搏。

此前，陕西西凤酒股份有限公司总经理张周虎、陕西西凤酒股份有限公司副总经理周艳花、陕西西凤酒品牌运营有限公司总经理韩建科等领导班子还共同走进了窖龄西凤酒，并就深化合作与品牌发展进行了详细讨论与部署。

西凤酒方面表示，窖龄西凤酒是西凤品牌向外拓展的优秀典范，成功实现了全国部分重点市场的突破性增长。特别是近四年来,窖龄西凤酒保持了67%的复合增长率，展现出强劲的市场爆发力与广阔增长潜力。未来,希望窖龄西凤酒锚定“聚焦产品品质升级、聚焦核心客户、聚焦重点区域深耕以及夯实市场发展根基”的核心方向,铸牢品牌在主流消费市场的竞争壁垒,持续释放增长动能。

来自于西凤品牌的战略支持，为窖龄西凤酒提供了强有力的发展信心与正向能量，而终端伙伴与市场团队携手并进的决心与汗水,则为窖龄西凤酒的市场拓展与品牌布局提供了来自市场一线的真实助力。

一方面，今年以来窖龄西凤酒分层推进优商、补商、扶商、强商,加强落地精细管理与过程管理,并重点部署与践行客户赋能工程,深化终端市场精耕。其中,通过组织开展核心客户旅游活动，窖龄西凤酒还极大调动了终端盟友的市场积极性，激发着合作伙伴的实干精神与奋斗精神。

另一方面，今年上半年窖龄西凤酒还不断对内强化管理提升。特别是在加强落地精细管理与过程管理等维度，窖龄西凤酒不仅通过强化组织架构与运营能力，推动团队作战能力的提升，同时也通过整合经销商与团队的力量,在更加坚固的市场统一战线上,集聚起更强大的发展助力。

如今,站在行业调整的新阶段,窖龄西凤酒又该如何继续保持稳健增长？窖龄西凤酒在2025年第一季度工作总结暨第二季度工作规划会议上作出了部署,即“以三大核心引擎驱动增长”。

一是聚焦渠道深耕，借鉴核心区域成功经验,集中优势资源实现样板复制;二是聚焦创新营销,升级品鉴会模式,以“小而精”的圈层营销提升营销精准度,并上线“动销监测系统”,以数字化为市场决策提供支持;三是聚焦服务升级与团队赋能，挖掘客户需求并启动“决策提效计划”,进而优化服务质量、提升决策效率。

面向未来,继续以“高质量与高端化”的“双高”战略为指引,窖龄西凤酒以精细化运营构建市场基础，以精细化管理优化资源配置,以精确化执行保障战略落地,还将推动品牌市场竞争力的持续强化,并赋能一线市场,给予消费者、合作盟友强有力的正向反馈,进而实现更高效、更可持续的发展目标。

声明·公告 收费标准:55元/行/天(13字1行) 广告热线 13308082189 QQ:769036015 微信:13308082189
川渝独家代理机构:成都锦宏天下文化传媒有限公司
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。

●赵怡佳于25年不慎泄漏个人身份证信息3709022005031 9****，被冒充身份做的任何事情,均与本人无关,特此声明。
●肖真真遗失身份证，身份证号码440506198806260746,特此声明。
●成都市易旺运输有限公司车牌川ACS602道路运输证(编号:510110001471号)遗失作废。
●龙泉驿区富来顺餐饮店（个体工商户）食品经营许可证正副本许可证(编号:JY25101120222978)遗失作废。
●四川中邦达建设工程有限公司法定名称章(编号:51010401 79724)遗失作废,特此声明。
●郑金钗遗失身份证，身份证号码3522241980062054 2X,特此声明。
●遗失成都银石商业经营管理有限公司开具的装修履约金收据(编号:1084322 金额:1000),声明作废。
●李峰遗失身份证，身份证号3424011978121654 18,特此声明。
●杜亚林遗失身份证,身份证号码36048119821104002 8,特此声明。
●邓礼民遗失身份证,身份证号32012119720121213 5,特此声明。
●龚子涵遗失身份证,身份证号码421022199901160019,特此声明。
●陈石梅遗失身份证,身份证号码532526200701153222,特此声明。
●本人张雪身份证泄露2102822001****2327防止被盗用,特此声明。
●谭靖杰遗失身份证,身份证号码430224200804240017,特此声明。
●刘博遗失身份证,身份证号码340621198405123615,特此声明。
●王中霞遗失霍邱徽盐珺临府开具的车位号493收据(编号:霍邱0990,金额:10000),此证遗失,声明作废。
●成都玖陆伍电子商务有限公司遗失公章一枚,编码:5101150142168,声明作废。
●成都涟沐企业管理咨询有限公司遗失公章一枚，编码:5101150199140,证明作废。
●成都天鑫洋供应链管理有限公司工会委员会遗失银行开户许可证,开户行:中国农业银行股份有限公司成都东大街支行,账号:22801101040014927,核准号:J6510104514401,声明作废。
●覃思庭遗失身份证,身份证号码450881206070756249,特此声明。
●遗失声明：安仲华于2025年07月15日不慎遗失身份证件,证号:37110219970313 1351,现声明作废。
●滕园凤于2025年7月14日遗失身份证,身份证号码320382199204090420,特此声明。
●本人李梓源遗失身份证,身份证号码530103200002230 315,特此声明。
●李小诗遗失身份证,身份证号码612501198503210022,特此声明。
●邢雅身份证于2025年7月15日丢失,身份证号:130123199012217224，自遗失当日2025年7月15日起以此身份证作为身份证明贷款等违法行为,引起一切法律责任均与本人无关,特此声明。
●内江天力药业连锁有限公司一百零二店遗失银行开户许可证,核准号:J6630002159901,账号:2307483109100006567,开户行：内江天力药业连锁有限公司一百零二店,声明作废。
●成都尚居玛雅房地产经纪有限公司法人章,编码:5101820028056,遗失作废。
●成都川海宴餐饮管理有限公司食品经营许可证正副本（许可证编号:JY25101070233450）遗失作废。
●四川克雄建筑安装工程有限公司王克雄法人章编号51150200 50474遗失作废。
●武侯区隅中咖啡店（个体工商户）食品经营许可证副本(许可证编号:JY25101070268100)遗失作废。
●四川宜宾侠科养殖有限公司公章编号:5115020128516遗失作废。
●资中县信益食品有限责任公司财务专用章编号51102550350 55发票专用章编号511025503 5056周海龙法人章编号51102 55035057遗失作废。
●四川顺彬再生资源利用有限公司，刘玉彬法人章（编号5101096216807)遗失作废。
●彭州市海豚湾度假村，食品经营许可证正本（许可证编号JY25101820073252)遗失作废。

减资公告

成都三高电子有限公司(统一社会信用代码:91510107397 6337536)经股东会议决定,注册资本由500万元减少到10万元,请相关债权债务人自本公告见报之日起45日内前往公司办理相关手续,特此公告。

●成都市成华区佳阳艺术培训学校有限公司（统一社会信用代码:91510108MA6B3N98X2)位于成都市成华区府华二路68号4栋2层附203-208号,拟停止办学并办理注销登记,学校组建了张娟、陈福丽、杜红辉、王国胜、郭威的清算组,张娟为清算组负责人，清算起止日为2025年7月17日-2026年1月16日,请学校相关债权债务人在本公告见报6个月内到本校清算组申报债权处理有关事务，逾期未办按相关法规处理,联系人:张娟,联系电话:13688191937,特此公告。
●成都亿家伟商贸有限公司李伯芹法人章(编号:5101120090756)遗失,声明作废。
●宜宾临港开发区蹄餐小吃店法定名称章(印章编号:5115020121891)遗失,声明作废。
●四川都御餐饮管理有限公司食品经营许可证(许可证编号:JY25101150193491）正副本不慎遗失,声明作废。
●四川兴兴荣生贸易有限公司公章（编号510682505957 8)、财务专用章(编号510682505957 9)、发票专用章(编号510682505958 0)、葛蓉法人章(编号510682505958 1)遗失作废。
●四川美纳广告有限公司庞博法人章(编号:5109980017358)不慎遗失,声明作废。
●平昌县土坯镇农业综合服务中心公章(编号5119230020060)于2025年6月15日遗失作废。
●岳池县小羊山种植专业合作社公章(编号:5116219000478)不慎遗失,声明作废。

减资公告

四川揽淮建筑工程有限公司(统一社会信用代码:91511902MAACKTEM3E)经股东会议决定,注册资本由1000万元减少到10万元,请相关债权债务人自本公告见报之日起45日内前往公司办理相关手续,特此公告。
●都江堰市金德编织袋厂高勇法人章(编号:5132275021124)不慎遗失,声明作废。
●四川微细文化传媒有限公司公章(编号:5101060521430)不慎遗失,声明作废。
●成都市成华区硌旦绾服装经营部营业执照(统一社会信用代码:91510108MA6BL4NC8G)正副本,公章(编号:5101085659375),财务专用章(编号:5101085659376),发票专用章(编号:5101085659377),康培力法人章(编号:5101085659378)遗失作废。
●余志强车牌号：川AEL152,道路运输经营许可证副本(川交运管许可成字510112901587号),遗失作废。
●锦江区溪沟甜饮品店食品经营许可证(许可证编号:JY25101040244860)正本遗失作废。
●锦江区鑫蓉府金足印象足浴店食品经营许可证(许可证编号:JY35101040282463)副本遗失,声明作废。
●江油市航远建培商贸有限公司法定名称(编号:51078150 88660)遗失,声明作废。
●朱剑峰于2025年7月12日不慎遗失身份证(证号:420111 197703087638)，现本人已申领新证,不承担被人冒用而引发的一切法律责任,特此声明。
●宜宾风神网络信息科技有限公司法定名称章（印章编号:5115040024363)遗失作废。
●成都天承轩杰贸易有限责任公司张文怡法人章(编号:51 01040404346)遗失作废。
●峨眉山市钰泉水业有限公司法定名称章(编码:5111819 00812)遗失。
●资中县睿月建材经营部不慎将公章（编号:5110255031494)遗失,特此声明作废。
●成都河申发信息技术咨询有限公司公章(编码:510109632 6265)、何庆强法人章(编码:5101096740781)于2025年7月4日遗失,声明作废。

减资公告

四川安连电力工程有限公司(统一社会信用代码:91510100 MA62QT1U29)经公司股东会决议,注册资本由壹亿元人民币减少到壹拾万元人民币,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。
●遗失声明:巴中成东建筑工程有限公司遗失公章（编码:5119030031948),声明作废。
●四川峨眉山鑫源温泉开发有限责任公司法定名称章(编码:5111815001313)遗失。
●陶佳敏遗失成都双流富豪实业有限责任公司开具三里花城12-3-805号房款收据(编号0029029金额707073元)声明作废。
●四川新生命干细胞科技股份有限公司遗失《脐带血造血干细胞储存协议书》1份，协议书编号为Z202500573，此份协议的一切权力及义务均与本公司无关,特此声明。
●吉派流体控制设备（成都)有限公司公章(编码5101315053142)财务专用章(编码5101315053143)熊力法人章（编码5101315053146)均遗失作废。
●成华区吉友会市场营销策划服务工作室公章(编码:5101085630042)遗失,声明作废。
●成都隆承泰建筑工程有限公司营业执照(统一社会信用代码:91510100MA6BK0Y467)正副本,公章(编号:5101100172993)遗失,声明作废。
●李瑶2025年7月14日不慎遗失身份证件,证号513124200 30119****,现声明作废。
●四川善亭建筑工程有限公司朱开成法人章编码:5103025062824遗失,声明作废。
●四川文乐建设工程有限公司卫晓婷法人章编码:51079500 20186遗失,声明作废。