交通银行股份有限公司湖北省分行与恩施农产业投资股份有限公司换视频见面会现场会合影

2026年1月13日

包头市青山区劳动人事争议仲裁院公告

内蒙古中云新能源汽车有限公司：

本院已受理申请人徐永刚申请仲裁事项一案（包青仲字第1号），现因无法向申请人送达仲裁文书，根据《中华人民共和国民事诉讼法》第九十五条之规定，向你单位公告送达申请书副本、开庭通知书、证据材料、答辩通知书、法庭调查笔录材料。本案定于**2026年2月28日上午9时**在本院开庭，请你单位自本告示之日起三内来我单位**5A-105、106**，电话**0472-3616189**联系取证，届时不参加庭审，视为放弃答辩权利。本院将依法缺席审理，你单位不应拒绝。**30**日即视为送达。特此公告。

包头市青山区劳动人事争议仲裁院

二〇二六年一月五日

上海海成经济信息咨询有限公司换股审报公告

2025年**12**月**24**日，上海市浦东新区人民法院裁定受理上海海成经济信息咨询有限公司破产清算案，案号为**（2025）沪0115**民破**282**号，并指定上海同仁律师事务所为上海海成经济信息咨询有限公司清算组，全面负责清算工作。

上海海成经济信息咨询有限公司债权人应于本公告发布之日起**45**日内，向上海同仁律师事务所（地址：上海市浦东新区浦东南路**1**号**1**幢**1**楼**1**室，邮政编码：**200120**，联系人：**18921072969**，王潜，**15021501627**）申报债权，债权人申报债权时应当书面提供债权数额、有关财产担保及是否属于连带债权的证明材料；并提出相关证据材料。未在规定期内申报债权的，可以在清算期间追加配偶补收申报，但对此前已进行的分配不予追回；对审查确定的，应按清算期间收到的费用，由补收申报人承担。未申报债权的债权人自清算结束之日起**15**日内向上海同仁律师事务所（地址：上海市浦东新区浦东南路**1**号**1**幢**1**楼**1**室，邮政编码：**200120**）若干问题的规定》第十二条（债务人为企业法人的，应当通知其法定代表人；有财务会计等负责人的，应当通知财务会计等负责人）的规定，向管理人主张债权。

上海海成经济信息咨询有限公司债务人或者财产保全措施的被申请人应当向上海海成经济信息咨询有限公司清算组通报债务或交付财产的相关事宜，出席与清算有关的会议，特此公告。

上海海成经济信息咨询有限公司清算组

2026年1月9日

济源市中重重型机械集团有限公司年加工4000吨轧辊技术改造项目环境影响评价文件拟报批

根据《环境影响评价公众参与办法》（生态环境部令第4号）的要求，现将本项目环境影响评价文件拟报批情况公告如下：

本项目环境影响报告书正本复印件存放于济源市中重重型机械集团有限公司（地址：济源市沁园路**163**号，联系人：**李经理**，邮箱：**czj23456**，电话：**18639167**）。

公众可下载公众参与稿至第三方网站（**http://www.mee.gov.cn/xxgk2018/xxgk/xxgk06/202510/W020251024368122440000.docx**）查阅。

公众可以将公众意见表发送至建设单位邮箱，或以信函、电话方式提出对项目环境影响的意见。

联系人：济源市中重重型机械集团有限公司

联系电话：**13783150117**

注册**15767**

宁陵县赵村乡晨星幼儿园

2026年1月9日

公 告

海南安劳动人事争议仲裁委员会

2026年1月13日

本报讯 近日，随着最后一根钻杆平稳起吊，中煤新集地勘公司在利辛矿业施工的地面G914钻孔顺利竣工，为后续地质资料分析、资源储量评估及矿井安全生产规划提供了坚实可靠的地质依据。

该钻孔设计孔深707m，主要目的是探明基岩界面至9煤层底板地段内煤岩层厚度、结构、岩性组织及构造发育程度等地质特征。施工过程中，面对地层复杂、施工环境恶劣及技术要求严苛等诸多挑战，地勘公司精心组织、科学部署，成立专项攻坚小组，选派经验丰富的钻探技术骨干全程驻守现场。施工人员严格遵循钻探规程，精准把控钻孔倾角、钻进速度等关键参数。同时，项目部强化安全生产管理，落实全员安全责任制，严把质量管控关口，对钻孔垂直度、岩芯采取率等指标进行全程跟踪检测，确保施工安全与工程质量双达标。

此次钻孔的顺利竣工，体现了地勘公司钻探队伍过硬的技术实力和高效的执行能力。下一步，公司将迅速开展岩芯编录、数据整理及化验分析等后续工作，充分挖掘钻探成果价值，为保障矿井安全生产提供精准的地质技术支撑。

（张蒙远）

中煤新集地勘公司地面钻探钻孔顺利竣工

柳林年份酒·15年上市：以“老年份 + 酒海香”擘画高端新版图

■ 周丽梅 李华

1月7日，柳林年份酒上市发布盛典在西安举行。柳林酒业带着独树一帜的酒海香型风韵，携柳林年份酒·15年重磅登场，向年份酒赛道注入来自黄土高原的浑厚底蕴与坚实品质。

活动现场，中国酒海研究院正式揭牌成立，随后进行的经销商颁奖典礼与千人盲品大赛，共同勾勒出柳林酒在品质锻造、市场深耕与品牌塑造上的清晰蓝图与坚定步伐。

这标志着柳林酒在“酒海香型”战略上迈入更深层的实践阶段，也映射出区域酒企在行业变革期中，凭借香型创新与属道深耕，走出一条独具特色的品质发展与市场突围之路。

柳林年份酒·15年上市 强化“酒海香”差异化表达

去年7月，柳林酒业首创“酒海香型”，并推出战略大单品“天青20”，成功切入高端白酒市场，初步建立起品类认知与品质口碑。

时隔半年，柳林酒再度加码，推出更高年份的战略产品——柳林年份酒·15年，进一步丰富高端产品矩阵，满足细分消费需求。此举不仅打破了“陕酒无高端年份酒”的行业印象，更让陕西在商务宴请、高端接待等场景中，拥有了真正代表本土品质的年份酒选择。

柳林酒深耕年份酒赛道，恪守“纯粮酿造、足年窖藏”的工艺标准，从选粮、发酵到储存、勾调，全程精益求精，最终酿出具备浓雅独风韵、真正代表陕西风土的年份佳酿。

中国酒业协会秘书长何勇指出，年份酒以清晰的时间刻度标记品质的纯粹，以厚重的文化积淀呼应消费者的精神追求，更以独特的风味表达满足人们对个性化体验的向往。只有严格遵循年份酒的酿造标准与贮存要求，才能确保每一瓶标注的年份都货真价实，让消费者喝得放心、喝得安心。柳林年份酒，正是让年份有标准可循、让品质有数据支撑、让文化有故事可传的生动实践。

面对年份酒市场长期存在的概念模糊与标注乱象，柳林酒业集团董事长付小刚强调，柳林酒始终坚持“真实年份、双重认证”的诚信准则。产品已率先通过中国酒业协会与方圆标志认证集团的严格审核，符合真实年份酒标准。依托指纹图谱、荧光光谱等技术检测，确保酒体年份与标识一致，每瓶酒均配有唯一身份认证，让消费者远离“年份虚标”之忧。

坚实产能是高端年份酒发展的重要根基。目前，柳林酒已形成万吨级产能与4.2万吨储能的产业链体系，持持续进行产能扩建，为品牌在年份酒赛道上的长远竞争提供硬核支撑。柳林酒业集团总经理魏洪表示，柳林年份酒·15年选用15年以上真实年份基酒，经酒海秘藏，具有品质剔透、开瓶即香、腹部醇厚的典型风格。2026年该产品限量生产3万瓶，进一步凸显其稀缺性与收藏价值。

在不到半年的时间里，柳林酒接连推出天青20与柳林年份酒·15年两款高端产品，不仅完成了高端产品矩阵的布局，更围绕“酒海香型”持续深化品类独创性。随着“酒海香型”在消费市场持续扎根，它不仅为陕西白酒阵营树立了鲜明的风格标识，更将在中国白酒的风味版图上，清晰锚定“酒海香型”这一独特而富有生命力的品质坐标。

中国酒海研究院揭牌 为品质与创新注入“智库引擎”

首创酒海香型，代表着一种从0到1的原创力。它不是在既有路径上优化，而是重新定义问题、重构价值链、开辟全新市场，并致力于树立该品类的行业标准。

现场，中国酒海研究院的正式揭牌，标志着柳林酒在品类创新上迈入体系化、专业化新阶段，展现出明显的前瞻视野。

中国酒业协会白酒技术创新战略发展工作委员会秘书长王旭亮表示，酒海研究院的成立具有里程碑意义，它将系统推进酒海储酒技艺的科学研究、深入挖掘中国酒海文化的深厚内涵，为夯实产业技术基础、引领香型未来发展提供系统性支撑。

在行业调整期，柳林没有收缩战线，反而以更大力度押注技术护城河，为品牌表达注入了坚实的科学底气。研究院通过汇聚顶尖专家，系统研究储酒技艺、制定风味标准，实质是将“酒海香型”这一概念，沉淀为可验证、可对话的科学体系。这不仅是品质的保障，更是品牌在高端市场进行价值沟通时最具说服力的“信任状”。

同时，中国酒海研究院的揭牌，意味着柳林酒正主动承担起“酒海香型”标准制定者与技术引领者的角色。它推动该香型向科学化、标准化纵深发展，通过建立权威的技术话语体系，巩固自身的品类话语权，从而在未来的竞争中占据价值制高点。

这一系列系统化、前瞻性的实践也获得了权威认可。会上，大国品牌论坛组委会主任、北京工业大学品牌研究院院长程合良宣布，柳林酒业入选“大国品牌优选工程”。他指出，柳林酒业立足白酒核心产区，传承古法技艺，坚持以质量为本、标准引领、守正创新，持续完善全产业链体系，夯实了企业高质量发展的根基。其在产品稳定性与品牌规范化方面的努力，正展现出民族酒企稳健、理性、可持续的品牌形象。

入选“大国品牌优选工程”

从“天青20”占位高端，到“柳林年份酒·15年”夯实年份价值，再到研究院揭牌完成科学支撑，柳林酒在半年内完成了战略布局的关键跨越。随着中国酒海研究院的持续深耕，“酒海香型”将获得更坚实的技术支撑与行业公信。以技术筑基，以标准立身，柳林酒正步入一个更稳健、更长远的发展新阶段。

针对陕西市场现状，柳林酒业已推出一系列渠道优化政策。展望2026年，柳林将如何进一步推动市场布局？

据魏洪介绍，2026年，柳林将全面布局400元、240元、150元、60元四个大众白酒消费主流价位，全面推进陕西省区市场的深度分销工作。

其中，柳林天青作为公司的中期业务发展的战略大单品，将集中资源重点推广。在经销模式上，柳林天青将不设置平台商，根据城市规模合理布局和开发团购特约经销商，并将平台商及联盟商的利差和销售政策根据经销合同全部兑付给团购特约经销商，充分调动经销商的积极性。

市场推广上，柳林酒业将协助经销商建设核心网点、餐饮终端与陈列点位，持续提升产品能见度。公司明确坚持“不向渠道压货、不做短期促销”，致力于维护经销商利润的长期稳定与市场秩序的健康发展。这一系列举措，体现出柳林酒业与渠道共生共长的合作理念，也赢得了经销体系的广泛认可。为强化消费者对酒海香型的认知，柳林酒业创新发起“千人盲品大赛”，通过沉浸式体验深化消费者对酒海香型的认可。大赛通过品鉴，让消费者直观感受酒海香型“绵甜爽净、四香合一”的差异化风格，在香型固化的市场中开辟新的风味认知蓝海。

品类创新之难，在于它不仅是技术上的突破，更是随着“酒海香型”在消费市场持续扎根，对消费者味觉记忆与体验价值的重塑。柳林酒正以系统化的品类教育、沉浸式场景互动与持续的服务创新，将“酒海香型”从一个技术概念，转化为可感知、可传播、可共鸣的体验优势，逐步在消费者心智中构筑起坚实的认知壁垒。

随着柳林年份酒·15年正式上市、中国酒海研究院揭牌成立，以及“千人盲品大赛”等一系列举措的落地，柳林酒业在“酒海香型”战略纵深推进中，已初步构建起“产品—技术—市场”三位一体的发展闭环。这标志着柳林酒在品类创新与品质表达上迈入体系化、专业化新阶段，也展现出企业立足长远、稳健布局的战略眼心。