



大钲资本“抄底”蓝瓶咖啡 “9块9咖啡”之局，资本重新押注高端品牌

在中国咖啡行业经历两年价格战之后，资本正在重新下注高端品牌。

瑞幸大股东大钲资本近期已与雀巢达成交易，将收购其旗下品牌蓝瓶咖啡(Blue Bottle Coffee)全球所有线下门店资产。收购之后，大钲资本将获得蓝瓶咖啡全球线下门店的完整控制权，负责门店运营与品牌体验；雀巢则继续保留蓝瓶咖啡的快消业务，包括咖啡机、胶囊咖啡等产品线。据知情人士透露，此次交易价格低于4亿美元。

这是大钲资本出现在星巴克中国的竞标名单、被传评估收购 COSTA 咖啡、考察品牌新锐“M Stand”与“%Arabica”之后，终于落锤的交易。这也是继皮爷咖啡(Peer's Coffee)对中国咖啡市场“高度乐观”、要开100家新店之后，又一中国资本押注高端咖啡品牌的交易。

咖啡市场出现新的分化

目前，中国咖啡市场开始出现新的分化：一部分品牌继续深耕规模与效率，另一部分则试图通过高端品牌补齐价格带。而更大的变化在于，在中国咖啡行业经历两年价格战之后，资本正在重新下注高端品牌。雀巢在2017年以超4亿美元收购蓝瓶

价格战渐渐熄火

一名业内人士说，在这次收购中，大钲资本看中的是蓝瓶咖啡与瑞幸的互补性。“蓝瓶咖啡需要瑞幸的数字化能力推动扩张，而瑞幸咖啡也需要从蓝瓶咖啡学习把品牌做厚、完善全球门店网络、提高抗波动的能力。”

作为瑞幸的重要股东，大钲资本与瑞幸关系紧密。其最早参与2018年瑞幸A、B轮融资，并在2022年联合投资机构IDG和Ares SSG收购瑞幸3.83亿股股份，获得超过50%的投票权，成为瑞幸控股股东。2025年4月，大钲资本创始人黎晖出任瑞幸董事长，这也被外界视为瑞幸在资本层面进一步动作的信号。

眼下的瑞幸又面临了不少难题。虽然门店数已超3万家，规模效应明显，但咖啡茶饮混战15元价格带，瑞幸无法独善其身。此外，外卖大战也导致瑞幸利润下滑。根据最新财报，2025年第四季度，瑞幸净利润同比下降明显。

“9.9元策略”虽然帮助瑞幸打下了江山，但也在某种程度上固化了品牌价格认知。对于希望提高盈利能力的瑞幸而言，仅靠原有品牌很难向更高价格带突破。收购蓝瓶，某种程度上也为瑞幸提供了一个向精品咖啡市场延伸的入口。

不仅如此，如果按市场猜测，未来蓝瓶咖啡由瑞幸团队参与运营，大钲资本将拥有一套覆盖10元至50元价格区间的咖啡品牌组合，且在资本层面对瑞幸有所助益。

“蓝瓶咖啡创立于北美，在当地市场影响力不小。如果未来蓝瓶咖啡与瑞幸在运营层面产生协同，其品牌影响力或将提升。未来的资本运作提供更多想象空间。”一名行业资深人士表示。

“咖啡市场在发生深刻变化，价格战渐趋熄火，竞争升级，市场开始分层。”凌雁管理咨询首席咨询师、餐饮及快消行业分析师

林岳分析。

行业迈入资本整合期

在“9块9咖啡”“外卖大战”充斥的过去一年，咖啡品牌在原本定位的“15元价格带”上进一步下探价格，叠加茶饮品牌跨界做咖啡，中国的咖啡市场“卷”红了眼。

与此同时，定位中高端价位的咖啡却活出了另一个样子：单杯定价在28元，专注于手冲和单一产地豆的 Grid Coffee 在2025年品牌门店数翻倍，客单价维持在30元至50元区间；在价格战最凶的时候，定位高端市场的皮爷咖啡依然坚持单杯近40元的价格。根据最新财报数据，皮爷咖啡中国区实现了高双位数销售增长。

随着瑞幸、库迪完成对下沉市场的消费启蒙，部分存量消费者开始向更高单价的精品咖啡转移。业内人士指出，中国咖啡市场正在从单一价格带竞争，转向明显的“两极分化”：一端是9.9元的大众咖啡市场，另一端则是30元以上的精品咖啡。

“大钲资本收购蓝瓶，正是看准了这个市场拐点，想打一套‘高端精品+大众性价比’的组合拳，整个市场从价格战、拼门店规模，到开始比拼供应链掌控力、数字化运营效率以及谁能更好地满足不同消费者的细分需求。”林岳说。

林岳认为，定位高端的咖啡品牌将在2026年迎来新的增长周期。不仅如此，一名行业人士同时表示，咖啡行业逐渐进入分层阶段，资本开始通过并购补齐品牌拼图。

2025年11月，博裕资本与星巴克达成战略合作，成立合资公司并获得星巴克在中国零售业务至多60%的控股权。这已经被视为业内转向高端咖啡市场“触底反弹”的信号。

业内人士认为，这意味着中国咖啡行业度过了第一阶段的跑马圈地，迈入了资本整合期，未来不排除出现类似国际餐饮集团的多品牌咖啡平台。

王紫薇

“A+H”队伍持续扩容 硬科技企业加速全球化布局

今年以来，“A+H”上市热潮持续。Wind资讯数据显示，截至目前，同时在A股和H股上市的公司数量已攀升至182家，半导体、人工智能、新能源等领域的硬科技企业成为扩容的核心主力。

例如，3月9日，深圳市兆威机电股份有限公司(以下简称“兆威机电”)正式在香港联合交易所有限公司主板挂牌并上市交易。兆威机电本次全球发售H股总数为2674.83万股股份。其中，香港公开发售267.49万股，国际发售2407.34万股，每股发售价71.28港元计算，公司所得款项净额约为18.28亿港元。

同日，南京埃斯顿自动化股份有限公司也在港交所主板挂牌上市，其在全球共发售9678万股H股，发售价格为每股15.36港元，募资总额约14.86亿港元。

此外，2月份以来，已有多家硬科技头部企业陆续完成“A+H”布局。在半导体领域，2月9日，澜起科技股份有限公司(以下简称“澜起科技”)成功在港交所主板挂牌上市，正式成为“A+H”双平台上市公司。澜起科技不仅是DDR4“1+9”分布式缓冲内存子系统架构的发明者，也是DDR5技术的先行者，还作为全球微电子行业标准组织JEDEC的董事会成员，牵头制

定了多款芯片的国际标准。2月11日，无锡先导智能装备股份有限公司在港交所挂牌上市，实现“A+H”双平台布局。该公司全球发售1.08亿股H股，香港公开发售占8.7%，国际发售占91.3%。最终发售价为每股45.8港元，全球发售所得款净额约47.96亿港元。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅表示：“‘A+H’双平台上市为硬科技企业带来了多维度新机遇。在资本层面，该模式具备显著示范效应，为更多硬科技企业提供了可参考的资本市场路径，有助于吸引长期资本涌入，缓解企业研发与扩张的资金压力，推动行业进入资本与技术双向驱动的发展阶段。在技术层面，头部企业获得更多资本支持后，将调动行业研发投入积极性，加速核心技术突破与产业化应用。同时，双平台上市也为硬科技企业的全球化发展提供了可复制范本，助力企业借助国际资本市场力量拓展海外市场，提升中国品牌在全球市场的份额与影响力。”

盘古智库(北京)信息咨询有限公司高级研究员江瀚表示：“企业在港股上市，可构建国际化的资本桥梁，极大降低跨境并购与海外建厂的融资成本，助力公司从‘产品出海’向‘产能与资本出海’跃迁。”

曹卫新

大量资金涌入油气主题ETF

3月9日，部分油气主题ETF溢价率接近20%。从ETF资金流向看，近期大量资金涌入油气主题ETF，多只油气主题ETF规模倍增。

截至3月9日收盘，嘉实标普油气ETF上涨6.24%，富国标普油气ETF上涨3.39%。具体来看，部分油气主题ETF溢价率高企。富国标普油气ETF溢价率接近20%，嘉实标普油气ETF溢价率超过12%。

多家基金公司已提示溢价风险。3月9日，富国基金公告称，近期，富国标普油气ETF二级市场交易价格明显高于基金份额参考净值(IOPV)，出现较大幅度溢价。特此提示投资者关注二级市场交易价格溢价风险，投资者如果盲目投资，可能遭受重大损失。为保护投资者的利益，基金于3月9日开市起至当日10:30停牌，若基金3月9日的二级市场交易价格溢价幅度未有效回落，基金管理人有权采取向上海证券交易所申请盘中临时停牌、延长停牌时间等措施以向市场警示风险，具体以届时公告为准。

从近期资金流向看，大量资金正涌入油气主题ETF。3月以来，截至3月6日，据测算，国泰石油ETF净流入65.98亿元，鹏华石油ETF净流入48.47亿元，汇添富油气ETF净流入40.14亿元。景顺长城石油ETF、博时油气ETF的资金流入也均超12亿元。

“业内人士表示，买房承载着一个个家庭安居盼头，购房者最怕的就是‘出了问题没人管’。只有购房者买得安心、住得舒心、维权顺心，市场信心才能真正恢复。关于中粮悦著九章小区的后续情况，本报将持续关注。”

商报

宣传时称“精装样板”，交付后成“粗制现场” 南京一小区被指“卖家秀”“买家秀”天差地别



江苏经济报记者 金彩

近日，南京中粮悦著九章小区业主在网上反映，该小区去年底交付后，业主们发现实际情况与当初宣传的严重不符。开发商宣传的高端改善住宅，实际交付时却在公共区域减配、室内装修粗糙、施工质量堪忧等问题。对此，本报记者进行了调查采访。

实景与宣传天差地别，业主控诉小区严重减配

“购房时开发商以高端品质、精致规划为噱头，许下美好承诺。实际交付却与宣传所称天差地别，诸多细节粗制滥造，完全辜负了业主的信任与期待。”近日，多名业主在网络平台反映，南京中粮悦著九章小区交付后出现宣传与实景严重不符、施工质量堪忧等诸多问题，让他们难以接受。

据业主反映，小区公共区域和室内装修质量存在不少问题。例如，小区南侧大门左侧石材被替换为仿石材瓷砖，不仅颜色不符，而且夜晚灯光黯淡，小区名称标识与石材颜色几乎融为一体。不仅如此，门头右侧石材还明显存在缺失。业主还发现，原售楼处改造的东侧大门，内部装饰装修严重减

配；小区外部水景停用、树木干枯、场地脏乱，与销售时的精致景观完全不符。此外，基础配套交付细节也同样堪忧，例如，小区的围墙采用仿石漆涂料，围墙低矮且隐私性差；非机动车坡道为纯水泥打造，边缘锋利存在安全隐患。

如果说公共区域的减配是“面子”问题，那么室内装修的问题，就是“里子”问题。有业主表示，小区内瓷砖大面积空鼓，地漏普遍堵塞，各类室内标识细节处理极其敷衍，容易掉落。最让业主愤怒的是“材质偷换”。有业主表示，样板间里展示的卫生间是一体石材台面，实际交付时却被换成了分段式石材，且存在明显色差，部分台面还出现了开裂的情况。

高端盘首开火爆，交付后令业主大失所望

据了解，中粮悦著九章的前身是2023年大悦城控股集团以13.95亿元拍下的南站G07地块，楼面地价26223元/平方米，该地块规划总建筑面积约7.2万平方米，打造8栋8至18层多层、小高层产品，其中3栋8层低密住宅为南京南站首个第四代住宅。项目总户数456户。据悉，销售阶段，该项目以“悦著系”高端改善为核心卖点，宣传打造“臻稀低密雅奢居所”。公开信息显示，该项目2023年9月首开即火爆，8号楼72套房源吸引198组购房者报名，精装销售许可均价达45101元/平方米。

操盘该项目的大悦城控股，是中粮集团

旗下唯一的地产投资与管理平台，然而，作为央企开发商，交付的楼盘却被吐槽“偷工减料”，令购房者直呼“失望与愤怒”。

相关人士表示，近年来，“高端盘交付翻车”情况时有发生，楼市的“品质危机”，本质上是对购房者权利的漠视，也是对开发商违约行为的纵容。大悦城控股集团作为央企，本应扛起“品质标杆”的责任，购房者选择央企开发的楼盘，实质上就是为了心理上的“安全感”，而中粮悦著九章项目中各种减配行为，击碎了这份“安全感”，也伤害了市场信心。

近日，记者尝试联系小区开发商了解情况，大悦城控股集团南京有限公司办公电话提示“已关机”。记者又拨打售楼处电话，工作人员称“房子都卖完了，电话号码跟随部门转接其他项目”，随即挂断了电话。之后，记者辗转联系上小区的物业人员，其表示确实收到了业主投诉，他们正在针对业主们提出的问题进行处理：“我们主要能做的是卫生保洁方面，业主反映的其他问题，确实不归我们管。我们也只能和相关部门沟通，请他们来协调解决。”

法律明确禁止虚假宣传，律师建议购房人依法维权

近日，记者来到中粮悦著九章小区，发现确实如业主在网上所言，小区虽然已经交付，但现场却像是“半成品”。记者发现，被业主们称为“搓衣板设计”的非机动车坡道是用纯水泥浇筑，边缘锋利，没有任何防护措施。

“体感很强烈”“惊喜”……就职于某大型科技企业的算法工程师周硕，是第一批“吃龙虾”的人。说起使用龙虾(OpenClaw)的感受，她不胜赞美之词。

这只“龙虾”，非彼龙虾。它是一款智能体(AI Agent)，因其图标是一只红色龙虾而得名。

周硕列举了一个真实的工作场景：对比同一个型号产品，在多个网站的下单价格。结果，5分钟不到，正确率100%。

如今，这款龙虾正以超乎想象的速度，成为各界热议的“数字物种”。其火爆程度，连腾讯董事会主席马化腾都直言“没想到”。

“现在大家急得不得了，生怕没有养上‘龙虾’。”全国人大代表、中国工程院院士高文的一句调侃，让龙虾(OpenClaw)“游”进了更多代表委员的视野。

开源AI智能体工具OpenClaw因图标是一只红色龙虾被大家称为“龙虾”。

这只“龙虾”，究竟什么来头？北京邮电大学经济管理学院教授曾剑秋介绍，龙虾由奥地利程序员彼得·斯坦伯格开发创建，是典型的开源AI智能体。它想做的是，就是用最简单的工具，去搞定最复杂的问题。

这款智能体于今年1月底开始引发关注，迅速成为软件代码社区平台GitHub上最受欢迎的工具。

之前，我们熟悉的ChatGPT、DeepSeek，更像是大脑，会思考、生成内容。但龙虾不一样，它不仅能想，还能干。“你发一句话，它就能在后台跑流程。”周硕打了个比方，以

作为高端盘的“标配”，地下车库本应是楼盘品质的体现，但悦著九章的地下车库却被业主吐槽为“工地同构”。记者在现场发现，小区地下车库不仅灰尘遍地，许多车位上还堆放着建筑材料和建筑垃圾，部分电梯间甚至还有施工垃圾，施工用具和材料散落，现场混乱不堪，甚至走路都受到影响，完全不像已交付的样子。此外，记者还发现，地下车库、楼梯间存在渗水问题，部分墙面水渍斑斑，工程质量确实堪忧。

“业主们在网上控诉开发商，从法律角度看属于消费合同纠纷。”江苏圣典律师事务所陈伟男表示，购房人实际入住后，发现房屋情况与购房时开发商承诺的存在明显不符，认为开发商涉嫌欺诈，购房人可按照《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十五条规定向开发商主张退一赔三或向政府相关部门进行投诉，要求予以罚款。

陈伟男表示，《中华人民共和国反不正当竞争法》第九条明确禁止经营者进行虚假或引人误解的宣传。此外，《中华人民共和国广告法》第三条规定，广告应当真实、合法；第二十八条规定，以虚假、引人误解的内容欺骗、误导消费者的，构成虚假广告。同时，依据《中华人民共和国广告法》，如商家被认定为构成虚假广告，将被市场监督管理部门处罚，处罚金额最高可达200万元。

业内人士表示，买房承载着一个个家庭安居盼头，购房者最怕的就是“出了问题没人管”。

只有购房者买得安心、住得舒心、维权顺心，市场信心才能真正恢复。关于中粮悦著九章小区的后续情况，本报将持续关注。

“养龙虾”热点燃科技巨头新战事

前，AI大模型是大脑，现在，龙虾则是给大脑装上了手脚。它能直接“钻进”你每天用的飞书、企业微信里，替你干活。

在曾剑秋看来，OpenClaw之所以迅速走红，源于它的全新变革。从弱AI、通用AI、强AI三个阶段来看，当前以回答问题为主的智能体，仅处于弱AI的最初阶段。龙虾的出现，预示着行业正朝着真正的智能方向迈进。

“养龙虾”热潮，已迅速演变成科技巨头新战事。

力度最猛的当数OpenAI。该公司CEO山姆·奥特曼不仅宣布要在内部部署OpenClaw，更直接将OpenClaw创始人招至麾下。

国内科技公司动作同样神速。百度App春节前夕就已支持一键调用。阿里云、腾讯云、联通云等纷纷推出企业级方案部署。

中小企业同样受益。中关村信息消费联盟理事长项立刚透露，其团队已开始安装龙虾，以此提升市场营销、客户服务、产品研发等环节效率。在他看来，对广大中小企业而言，目的不是研发模型，而是用好AI。

甚至，地方政府也动了起来。3月7日，深圳龙岗区政府发布《支持OpenClaw+OPC发展的若干措施(征求意见稿)》，被形象地称为“龙虾十条”，计划以“零成本启动”为核心亮点，打造全球智能体创业首选地。

为什么大家如此热衷“养龙虾”？从表面上看，是抢用户入口。今年，“智能体”首次写入政府工作报告，目标直指2030年普及率超90%。谁能成为那个“人人用得上”的超级

人口，谁就掌握了下一个时代的流量分配权。

从深层次看，是争夺数据资源。国际数据公司IDC预测，中国企业活跃智能体数量将在2031年突破3.5亿规模，年复合增长率达135%以上，并将带来代币(Token)消耗年均超30倍的指数级跃升。这些被消耗的代币，就是AI时代的“数字饲料”。

更值钱的是，用户轨迹数据。如龙虾替用户订机票时，每一次点击、输入、报错、回退，都被记录下来一套完整的轨迹数据。

这种从文本数据到轨迹数据的演进，意义重大。曾剑秋指出：“文本模型还是比较简单的，而轨迹数据是有行为、有路径的，其价值完全不在同一量级。”

这些数据，正是训练AI行动能力最宝贵的资源。

“龙虾的出现也提醒我们，未来的智能体不是简单的工具迭代，而是一种全新的存在方式。它可以沟通协作、自我演进，人类必须打破现有思维方式。”曾剑秋说。

但热潮之下，风险隐患已随之而来。近期，工业和信息部网络安全威胁和漏洞信息共享平台监测发现，OpenClaw开源AI智能体部分实例在默认或不当配置情况下存在较高安全漏洞，易引发网络攻击、信息泄露等安全问题。在国外，谷歌等科技巨头已下达禁令，限制员工使用龙虾。

对此，周硕提醒，龙虾可以用，但别“裸奔”着用，可让它先从低风险开始，再按需要慢慢放权，找到便利和安全的平衡点。

钟善

2月份混合类银行理财产品发行升温

在低利率环境持续、居民财富增值需求不断提升的背景下，理财产品加速布局含权类理财产品。中国理财网数据显示，以含权比例较高的混合类理财产品为例，今年2月份发行数量显著增长，环比、同比均大幅攀升。

从供给端来看，面对市场利率持续走低的行业环境，理财产品加快推进产品策略转型，将含权产品作为优化资产配置、提升市场竞争力的核心布局方向。作为高含权产品的核心品类，混合类理财产品在2月份的发行表现尤为亮眼。

据中国理财网数据，2月份工银理财、农银理财、兴银理财、宁银理财等十余家理财产品共发行了33只混合类理财产品，环比增长120%，同比增长83.33%，产品覆盖打新、优先股、指数轮动等多元化投资策略，布局力度显著加大。

收益优势是此类产品持续热销的关键原因。普益标准监测数据显示，2月份开放式混合类产品平均业绩比较基准为3.03%，远高于固收类产品1.83%的平均业绩比较基准；封闭式混合类产品平均业绩比较基准为2.38%，也略高于封闭式固收类产品的2.35%。

多家银行客户经理介绍，随着当前权益市场逐步回暖，混合类产品的收益空间显著优于纯债产品，对投资者的吸引力持续提升。

混合类理财产品发行放量并非短期市场波动带来的短期现象，而是理财行业净值化转型深化的必然趋势。上海金融与法律研究院研究员杨海平表示，这一变化标志着理财产品底层资产配置正从“固收为主”向“多元配置”加速转变，是理财产品产品创新与业务升级的重要方向。

苏商银行特约研究员薛洪言表示，短期内来看，利率下行持续压缩纯固收产品的收益空间，而混合类产品能够有效平衡风险与收益，精准匹配居民财富增值的核心需求；长期来看，在监管鼓励行业多元化发展、净值化转型持续深化的背景下，含权产品已成为理财公司长期核心布局方向。

中信证券首席经济学家明明表示，理财产品结构向含权化、多元化转型，将有效提升整个行业的投研能力与产品创新能力，推动居民存款资金向理财产品迁移，为资本市场注入长期稳定资金。

业内专家表示，展望未来，“存款脱媒”效应将进一步显现，含权理财产品的发行规模与市场占比有望稳步提升。后续理财产品需持续优化产品设计，丰富投资策略，在收益与风险之间寻求更优平衡，推动产品向精细化、差异化方向发展，为居民财富管理提供更多元的选择。

彭妍

模从32.35亿元增至97.27亿元，鹏华石油ETF规模从20.09亿元增至68.16亿元，景顺长城石油ETF规模从7.8亿元增至33.16亿元。

由于场外大量资金涌入，多只油气主题ETF联接基金的涨幅“跟不上”场内ETF。例如，3月3日，汇添富油气ETF场内大涨9.98%，当日汇添富油气ETF联接基金净值涨幅不足3%。

为了抓紧成立，部分新发油气主题ETF的募集期显著缩短。3月7日，易方达基金公告称，易方达国证石油天然气ETF自3月5日开始募集，募集截止日从3月12日提前至3月6日。

事实上，近期油气主题ETF的走势颇为震荡。在博时基金经理王祥看来，在当前的供需与库存条件下，油价可能维持高位，油服装备、海工工程订单与景气度具备事件驱动弹性，国内相关标的有望受益。保险成本上升与港口拥堵风险将抬升全链条成本，油运龙头与船队结构优势更具弹性，集运与干散货受影响相对有限。王祥也提醒，宏观事件走向难以预测，出现反复也是常有之事，油气板块高波动下也容易出现“高位回撤——再定价”的快节奏切换，建议投资者仍以配置思路对待，避免过度交易短期情绪。

“短期内，不明朗的地缘局势和航运保险的险阻风险共同支持布伦特原油等基准价格在高位运行。”中欧基金经理任飞表示，在短期不确定性显著加剧的市场环境中，建议增加对油气资源与成本优势煤化工资产的关注。

惠山区市监钱桥分局召开企业质量安全主体责任约谈会

近日，无锡市惠山区市场监督管理局钱桥分局分批组织13家医疗器械批发企业主要负责人和66家药品零售企业负责人召开企业质量安全主体责任约谈会，通过监管与服务深度融合，推动行业从“形式合规”向“实质有效”转型，为高质量发展筑牢安全基石。

聚焦责任主体，绷紧企业思想“安全弦”。钱桥分局针对不同企业类型，分批组织开展企业质量安全主体责任约谈，实现精准警示。对于13家医疗器械批发企业，重点指出其在质量管理体系运行、仓储温湿度及冷链管理等方面存在的不足，通过剖析典型案例，直观警示违法违规经营的严重后果。对于66家药品零售企业，聚焦当前零售环节存在的突出风险因素和薄弱环节，结合监督检查、投诉举报等情况，梳理非法渠道购进药品等核心问题，要求企业负责人作为质量第一责任人，必须将责任意识贯穿经营全过程。

突出规范引领，铺设合规经营“标准轨”。为帮助企业主动适应监管新要求，钱桥分局同步部署系统的法规宣贯和自查工作，引导企业从“被动监管”转向“主动合规”。针对网络销售新业态开展专题培训，随着《医疗器械网络销售质量管理规范》正式施行，该分局迅速组织开展专题宣贯培训，详细阐释了网络销售经营者的质量管理要求，指导企业建立健全覆盖网络销售全过程的质量管理体系；督促辖区医疗器械经营企业在规定时间内完成年度自查，在线提交自查报告，开展全链条自查自纠，建立隐患排查清单，并限期整改，形成管理闭环。

深化风险治理，织密公共安全“防护网”。针对药品零售店数量多、分布广、动态性强、安全意识相对薄弱的特点，钱桥分局坚持底线思维，联合消防部门开展专项安全培训，涵盖“消防安全隐患排查、初起火灾扑救、应急疏散逃生”等实用技能，并发放图文并茂的安全自查手册。

近日，江苏句容投资集团有限公司妇联在江苏农林职业技术学院烘焙室开展烘焙活动，女职工们欢聚一堂，共度“三八”国际劳动妇女节，尽显新时代女性“温柔力量，独立光芒”风采。

林婷 赵越 摄



昆山天集物流有限公司股东失联召开股东会公告

根据公司法等相关法律法规的规定，以及昆山天集物流有限公司章程的规定，公司现经营不善，无法继续经营，决定解散公司并进行注销。公司于11个自然人及3个有限合伙企业作为股东，其中俞英占股3%，朱世杰占股1%，王鑫占股2%，方彩萍占股1%，于旭东占股1%，蔡海燕占股2%，罗鸿斌占股1%，韩勇占股1.6%，郭建雄占股4.2%，顾守勤占股15%，刘达芳占股1.6%，昆山天集报关有限公司占股1%，昆山驿捷供应链管理有限公司占股18%，上海天勇国际货物运输代理有限公司占股47.6%，办理注销手续需股东配合，但股东韩勇、郭建雄、顾守勤、刘达芳、俞英、

方彩萍、朱世杰、于旭东早已退出公司经营且失去联系，无法配合办理注销。公司拟于2026年3月31日在苏州工业园区祁村路21号C24库召开“决定解散公司并成立清算组，指定王鑫、黄亿为清算组负责人，其中王鑫为清算组负责人”的股东会，请股东韩勇、郭建雄、顾守勤、刘达芳、俞英、方彩萍、朱世杰、于旭东，自公告之日起15日内与公司取得联系，并按吋参加股东会。若限期内未与公司联系，公司将向昆山市数据局提交注销申请，特此通知。

联系人：黄亿 电话：18362958362 昆山天集物流有限公司 2026年3月11日