



市妇儿工委公布“携程亲子园事件”调查情况

做好善后工作 注销读者服务部

青年报首席记者 范彦萍

本报讯 “携程亲子园事件”发生后，市委、市政府主要领导高度重视，第一时间作出批示，要求迅速进行认真公正的调查，依纪依法严肃追责，并切实采取有效措施，坚决防止伤害儿童事件的发生。上海市妇女儿童工作委员会昨天公布了对“携程亲子园事件”的调查情况，认定这是一起严重伤害儿童的恶劣事件，社会影响极坏。上海市妇联对下属单位监管不力，负有监督失察、管理不力的责任。市妇联负责人表示，“携程亲子园事件”后果十分严重，教训十分深刻，市妇联向受害儿童、家长和社会诚挚道歉。

事件发生后，上海市卫生计生委和市妇联指定上海市儿科医院组织专家团队，为相关儿童提供必要的医学检查和心理疏导服务。

市妇儿工委组织相关部门以及专家、审计人员、律师等成立联合调查组。经初步调查，涉事单位上海《现代家庭》杂志社读者服务部(以下简称读者服务部)是现代家庭杂志社的下属企业，现代家庭杂志社是上海市妇联直属单位，经费系自收自支。据审计，目前未发现上述单位向上海市妇联上缴任何钱款。

据调查，2016年1月，长宁区妇联在开展“进家门工程”服务活动中，了解到入驻长宁区的携程计算

机技术(上海)有限公司(以下简称携程方)年轻员工多、托幼需求大，企业有意开办针对员工的托幼服务点，遂推荐包括读者服务部在内的三家单位。携程方经过比选，选择了读者服务部承接携程亲子园，后者以“为了孩子学苑”的名称运营。2016年2月18日双方签订合作协议并开园运营。2月25日，携程亲子园因涉嫌对外招生，被长宁区教育局通知停办。后亲子园成为企业内部托幼服务项目。

因保育人员短缺，2016年3月30日，读者服务部与上海锦霞教育信息咨询有限公司(以下简称锦霞公司)签订运营服务购买协议，由锦霞公司选派亲子园园长及有关工作人员。锦霞公司时任法人为张葆葆。2017年，锦霞公司法人变更，但张葆葆仍为锦霞公司股东及携程亲子园项目的实际负责人，负责亲子园项目的管理、团队搭建及日常运营。

据了解，携程亲子园会计账目由读者服务部全权核算。经调查，2016年2月至2017年10月，项目共计收入托费350.95万，对应成本费用共计319.3万元。至2017年10月底，未结算余额为31.72万元。2017年预算应付的水电及物业管理费为44.14万元。

调查指出，现代家庭杂志社领导班子对承接运营携程亲子园项目决策严重错误，对下属单位读者服务部



事发亲子园早已关门整顿。

青年报记者 张瑞麒 摄

的日常管理和监管严重缺失，经市妇联党组研究决定，撤销纪大庆现代家庭杂志社支部书记、社长、总编辑职务，专业技术岗位等级降低一级；撤销其他相关责任人员职务并进行诫勉谈话，按相关规定、程序办理。市妇联派工作组进驻现代家庭杂志社，责令现代家庭杂志社和读者服务部

依法承担法律责任，积极做好善后工作，事件处理完毕后依照有关法律规定注销读者服务部。

市妇儿工委表示，“携程亲子园事件”社会影响十分恶劣，对锦霞公司等涉事企业及有关责任人要依法查处。市妇联在承担责任、妥善处置事件的同时，也要深刻反思，积极整改。

高增长、高客单、高品质
这家企业在双十一卖出了新零售的新高度

这个“双十一”，通过线上线下一体化的新零售营销模式，红星美凯龙引爆了消费者对高品质家居设计尖货的需求：金额超过10万元的订单就有3613单，而最大订单价格更是高达247万。同时，红星美凯龙商户总销售额再次创下增速纪录，整体同比增长65.64%！“高销售额，高客单价，高品质产品”三大特点，让红星美凯龙成为本次双十一完美的新零售新高度新样板。

以下数字证明了
这个双十一的火爆

商户总销售额达24.39亿元
整体同比增长65.64%

活动期间，会员平均客总价
高达2.8万，这一数据笑傲
整个11·11！

十万级以上订单共计
3613单！

百万级以上订单共计19单！

最大订单金额超过247
万！已经没有形容词可以
描述消费者对高品质家居
产品的热爱了！

这些疯狂数字背后的意义，
更值得我们认真解读。

高品质设计尖货
引领高客单价消费

来到第九年的双十一，已经不再是线上电商们的狂欢，也不仅仅是价格竞争、低价促销。

本次十一大促，红星美凯龙延续“鲁班设计尖货节”带给行业和消费者全新理念，以全球首创的“尖货零售”模式，以行业首个设计尖货甄选标准“鲁班指数”在全球甄选设计尖货，为消费者提供更健康的材质、更好的工艺、更人性化设计和科技功能、更有文化内涵和艺术气质的家居尖货产品。

本次双十一期间，红星美凯龙销售凸显出“高客单价”这一特点，无论是对比过去，或者对比其他平台都高出不少，这一现象说明当下中国消费者尤其是新中产，在产品的“价格”和“品质”之间，选择了后者。

依托庞大的品牌和设计师资源，全国200多家商场布局，只有红星美凯龙能够做到甄选全球设计尖货，引导消费价值观和文化理念升级，成为家居行业新零售的佼佼者。

一站式家居购物领跑新零售

在本次双十一的另一大亮点，就是链接线上线下完美融合，为全渠道共同服务，为用户



星美凯龙APP。

真正的大牌设计尖货，13道严格程序筛选的家装公司，全球1700位大咖设计师，还有专业高端的装修管家和在线导购无缝响应，真正让家装新零售落到了实地。

双十一前期间，消费者通过线上抢代金券，获得超强折扣，并按照APP推荐到最近的红星美凯龙门店，抢购超过20000款家居设计尖货。

红星美凯龙全国各地商场针对本地特色推出各自独特的线上营销活动，千店千面百花齐放：

华南区域则通过“最受顾客喜爱品牌评选”、“热力爆款投票最低降至1元”等多维度方式线上引流，预热H5引流UV超11万人。

据了解，此次大促中，红星

美凯龙22家APP试点商场商户销售总计实收5.9亿元，线上精准引流，线下体验消费，无论是商户销售额还是商业模式，均领跑家居行业新零售。

无论是高商户销售额及高客单价还是集齐全球设计尖货的高品质产品阵容亦或以尖货零售引领消费升级的趋势潮流在本次11·11中红星美凯龙都堪称全面领先的新零售航母！

24.39亿元，是消费者对美好生活追求给出的第一份定金，也让我们看到红星美凯龙在发展道路上更多的可能性。

未来以“尖货零售”为代表的家居新零售到底怎么玩？看红星美凯龙为你呈现！

联系我们 qnbyw@163.com