

生鲜电商“美味七七”申请破产

客服热线无法打通 浦东劳动监察部门介入调查

本报讯（记者 陈杰 房浩）昨天，微信朋友圈传出一张生鲜电商美味七七关闭、申请破产清算的公告图。该公告图显示，美味七七运作出现“严重困难”，无力支付员工2016年3月份工资，与全体员工解除劳动合同关系，正在申请破产。截至发稿时为止，美味七七官方尚未有任何关于此事的公告，其客服热线无法打通。浦东新区人力资源和社会保障局相关人士表示，劳动监察部门已介入调查。

据了解，美味七七原名正大天地，2013年成立于上海。有媒体报道，美味七七最新一轮融资是2014年5月16日，亚马逊在上海宣布2000万美元入股，报道称这也是美味七七唯一一轮融资。

但记者登录美味七七官网发现，很多商品还处于正常购买状态，网站首页以及购买过程中并未提示“倒闭”或“不正常营业”信息。

昨天早些时候在网上晒出的所谓“申请破产清算公告”称，上海美味

七七网络科技有限公司目前运作出现严重困难，已没有资金全额支付包括员工2016年3月份薪资和社保在内的所有债款。公司正式作出与全体员工解除劳动关系决定，最后工作日为2016年4月7日，同时已向浦东新区劳动部门提交相关说明。

美味七七公司于2016年4月7日起成立清算委员会，负责对公司所有事务的处理，包括劳资关系，债权债务，公司资产等，同时负责所有法律事务的应诉和起诉工作。清算委

员会将依据相关法律规定自行查封公司所有资产，便于清算工作的顺利进行。若公司符合破产条件的，清算委员会将依法申请破产。清算委员会将执行法院及其他相关部门的裁定及各项要求。如有法院裁定中涉及员工薪资事宜的，公司将第一时间通知全体员工。

有媒体报道称，该公司是由于两位投资股东之间突发的矛盾，资金出现问题，暂停营业。然而，员工权益的保护和消费者账户余额的追

回将成为社会关注的焦点。

业内人士认为，2015年，生鲜电商市场进入高速发展期。如今在中国生鲜电商市场上形成了三大阵营竞相追逐市场的局面：大电商平台生鲜频道，垂直生鲜电商平台和传统超市O2O生鲜电商。但是，生鲜电商的模式还有待探索，还有空间。互联网模式的改变，让一些行业迅速成为传统行业。未来还会有一些生鲜电商垮台。生鲜电商的融资将遇到瓶颈。

高校雕塑巡回展

静物、肖像……汇集了沪上一批中青年雕塑艺术家代表作、以“创·艺无极限”为主题的“2016上海雕塑艺术同济大学特展”，昨天下午在同济大学博物馆揭幕，吸引了大批同济青年学子前来驻足观展。由此也拉开了上海雕塑艺术上海10所高校巡回展的序幕。

本报记者 孙中钦 摄影报道



推动社会治理从“政府单元”转向“社会共治”

杨浦区延吉社区公益基金会成立

本报讯（记者 邵宁）推动社会治理从“政府单元”转向“社会共治”，由12家企业、单位共同出资505万元的杨浦区延吉社区公益基金会日前成立。这也是上海首家引入桃源居规范化管理模式的公益基金会。

延吉街道位于上海市杨浦区中部，2.04平方公里的社区，常住人口有9.1万人，其中老年人口比例高达34.84%，老龄化问题突出，街道传统的为民服务机制难以满足多元化需求。最近，延吉街道在

基金会原始基金募集时，与桃源居公益事业发展基金会确定合作意向，获得捐赠人民币200万元，上海泰鸿房产、红日家园企业管理有限公司等11家社区企业也积极参与，共筹集基金505万元。

今后，延吉社区公益基金会成为财政资金以外的一个社会资金“蓄水池”，将通过协商民主的使用方式，用于支持自下而上产生的项目。基金会成立伊始，便以“重塑社区行动者”为主题，向全社会发布了

首批7大公益项目，涵盖为老服务、困难群体关爱、社区自治、社会组织扶持、环境卫生、居民健康、文体活动等方面的内容。

杨浦区民政局负责人表示，当前社区发展仍然面临着资金紧张的问题，通过社区基金会这个平台，能够吸引一批关注社区发展、富有公益心的企业奉献爱心，为社区发展提供必要的资金保障，同时在一定程度上也弥补社区发展中的一些空白点。

一项家庭沟通调查显示

父母小孩交流话题排在首位是“学习”

本报讯（首席记者 王蔚）在孩子心中，亲子间的表情究竟是啥样的？每天父母到底有多少时间陪伴孩子？昨天下午，由市文明办未成年人处、中福会少年宫等共同举办的亲子网络设计大赛启动。同时揭晓的一份由3046名三至八年级孩子及3364名家长参与的“美德童行”亲子沟通问卷调查显示，亲子间每天谈的最多的话题就是“学习、学习和学习”。

问卷首先调查的是孩子的居住情况。结果，与父母住在一起的比例为89.56%，与父亲居住在一起的比例为2.17%，与母亲居住在一起的比例为5.45%，另有2.82%的孩子是与父母分开居住的。调查发现，有97.35%的家长是愿意与孩子共同居住的，但也有2.65%的家长居然表示不愿意与自己的孩子同住。

被调查的孩子认为，周一到周五平均每天与父母交谈的时间为15分钟的占7.58%，15至29分钟的占19.96%，30至59分钟的占25.84%，1至2小时的占23.87%，超过2小时的占22.75%。而到了双休日，与父母交谈时间在1至2小时的占24.56%，超过2小时的则上升到了47.01%。有51.21%的孩子说，一般是在吃饭时与父母交谈，另

有40.61%的孩子说，父母喜欢在接送他们的路上交谈。孩子们还反映，父母与他们交流的最主要内容，排前三位的依次为：学习问题、班级情况和道德品行。

孩子们很满意和较满意现在父子关系的比例分别为52.13%和31.98%。很满意和较满意现在母子关系的比例分别为64.87%和28.17%。孩子们认为，自己说话时爸爸能很耐心专注和较耐心听完的比例分别为41.73%和35.62%；认为自己说话时妈妈能很耐心专注和较耐心听完的比例分别为46.19%和36.57%。

对家长的调查显示，亲子间交谈的最主要话题依次为：学习问题、行为习惯、班级情况、道德品行、生活技能、兴趣培养、休闲娱乐、交友问题等。认为很满意和较满意现在亲子间关系的父母比例分别为39.8%和45.78%。除了语言交流，居然还有14.6%的家长表示，平时与孩子沟通的主要方式是靠微信、短信和QQ。仅有33.68%的家长表示，自己的孩子愿意主动告诉他们在学校里发生的事情和自己的内心感受。另有近四成的家长表示，和孩子谈完后就会冒出去批评或指责的想法。

面向全国做定制 仓库效率以小时计

——实木家具创业公司北纬56进军全国的三大战略

创梦上海

创业团队成长记录



“我们新近谈了6家工厂供应商。”成都、青岛、深圳，微信朋友圈显示，北纬56CEO王异航说没空接受回访是大实话。“我跟合伙人张骥一起跑的，基本上是一早飞机落地，马上就租车开始跑。”王异航表示，这么辛苦，全是为了打全国市场。“我们的网站已经改版了，面向全国接单。接下来，还要在华北、西南开分店。”

战略一 向定款倾斜

家具分定制、定款两种，前者指

量身定做，后者是商家做好的成品。

今年元旦首次采访时，起步不久的北纬56主营定制家具。三个月过去，王异航表示，2016年，继续做定制，但定款家具要做到全部营收的60%以上。

“定制家具要设计师、安装师傅，客户临时改动装修方案了，还要售后去解决。这些问题，定款家具都不存在。”这么一条条分析过来，乍一听，似乎向定款家具倾斜主要为了省成本。“定制还是赚得更多。”王异航说，往定款倾斜，是希望“产品营收更健康”，“一般一个家庭的家具构成，定制的就大橱柜、大衣柜。”更重要的是，定制要求人员、售后配

套，定款只要客户上网下单、商家发货即可，后者更符合北纬56拓展全国市场的雄心。“我们要往全国走，你总不可能让我一个个城市、县城都去铺吧。”

战略二 最优产品线

既然要做大，那么扩充产品线、寻找更多供货厂家不可避免，而选供应厂家，工艺必然最重要。

什么是工艺？以卧室门举例。许多卧室门的设计，上、下都是“回”字形，“回”字中间凸出的“浮雕”，是将一块小木板嵌入一块大木板做成。如果贴近了看，会发现，拼嵌的部位，也就是中间“口”字沿线，木板和木板之

间，前后有一道2毫米的细缝。

王异航解释，有些大厂“什么都做”，导致“什么都不专精”，因而他与合伙人才会到处找不同类型的供应商。“各地工艺不同，各厂擅长的木材、款式也有差异。我们到处跑，找不同的厂，就是要把每一条产品线做到最好。”

战略三 高效供应链

提到家具行业，不得不提宜家，而在王异航眼中，宜家的一大优势就在于优秀的供应链管理。王异航说：“我刚创业不久，一个投资人问我，有没有想过，那么多人做实木家具，做了也有些年头了，为什么大部分人每

个月营收做到20到30万元就做不上去了？”一个朋友曾经这样提示王异航：做这行，不是前端流量有瓶颈，关键在于后端供应链整合的能力。

“所以我们花钱，建设自己的物流管理系统。华东地区，我们还有自己的货车、仓库和人。跟你透露一点，我的仓库进出货效率现在是以小时计的。但还是不够，还在继续提升。”

王异航表示，希望未来一提到实木家具，消费者就能想到北纬56。“市场占有率有绝对优势固然很厉害，但我更想要的是占据用户的心智。就像现在大家一要喝可乐，就会想到可口可乐和百事可乐那样。”

见习记者 范鹏

上海夕阳红口腔门诊部

电话：62490819 62498957

地址：万航渡路1号环球世界大厦副楼（8座）1002室

沪医广2015第08-00-0226号 医疗证有效期：2015年8月20日至2016年8月19日止