

互动百科下架“企业百科”产品

北京商报讯(记者 姜红)被央视“3·15”晚会曝光收钱造假词条后,互动百科近日下架了“企业百科”等产品,此前这是互动百科的营收项目之一,企业可通过“企业百科”中的“企业词条”等服务,以缴费换来“第三方认证”的权威企业信息。

据互动百科公开信息披露,主营业务分为两大部分,第一部分是“互动百科”的广告及营销业务。另一部分是在线教育平台“人教e学”。其中,广告收入中占比一半左右的就是“定制产品”。此外,还有“词王”和“词条”两类,共占比30%左右。“词王”是公司其中一类百科广告营销方案,主要通过让客户在相关的核心词条进行冠名,完成对其目标群体的精准营销。

央视“3·15”晚会曝光的主要是“词条认领”中暗含的付费购买词条的服务,价格从1980-4800元不等。而企业百科中的“企业词条”正是价格最高的服务。具体操作上,企业可以通过缴费,得到一个“第三方认证”的权威企业信息,同时,该词条保证“企业词条内容是正面信息”。根据互动百科的企业百科官网介绍,企业只需提供营业执照副本、公司简介、联系方式等内容,并缴纳相应费用,便可通过第三方权威机构的认证。

而在央视“3·15”晚会曝光之后,互动百科方面宣布排查网站词条内容,整改词条内容审核流程,下线不符合百科标准的词条和不合格客户广告,而“企业百科”则成为下架整改的第一步。

联想无意进军新能源汽车

北京商报讯(记者 陈维)智能化发展让不同领域间的界线逐渐模糊,不过在跨界的方向上,不同企业则有不同的看法。3月18日,联想集团董事长兼首席执行官杨元庆表示,对于所有终端产品的智能化,联想怎么保持领导地位是一个威胁,联想在努力适应未来,但是不会进军新能源汽车领域。

智能手机和传统PC的发展呈现出完全相反的两个方向,一方面智能手机市场持续增长,另一方面是PC行业不断下滑。来自市场研究公司Gartner和IDC的数据显示,2016年全球PC市场出货量下滑,并且过去9个季度都是负增长。PC和智能手机恰恰是联想目前最核心的两大业务,却与整个市场发展趋势相反,PC市场份额不断增加,而智能手机市场份额下滑。

对于PC业务是否会因为智能手机不断发展而被取代的疑问,杨元庆则表示,并不担心PC被手机取代,“还有很多生产力的工作需要大屏幕,PC还有着2000亿美元的大市场,但PC会被革新,会有可触摸屏等新形式的产品出现。”杨元庆说。

杨元庆直言,智能终端从过去有限的品种,扩展到空调、冰箱、电饭煲和汽车等等,所有东西都智能化,智能终端越来越分散,而联想不可能冰箱、洗衣机都做,联想在未来怎么保持领导地位是一个威胁,联想在努力适应未来万物智能、人工智能的时代。但与格力电器董事长董明珠十分中意新能源汽车不同,杨元庆表示,未来不会进入特斯拉的领域做新能源汽车,至于具体原因则并未透露。

互联网医疗企业试水医保支付

北京商报讯(记者 孙麒麟 郭秀娟)互联网医院不能接入医保痛点或将有所突破。好大夫在线银川互联网医院3月19日宣布,即日起,银川市民在好大夫在线银川智慧互联网医院看病,不仅可以用医保个人账户支付,而且纳入门诊统筹,按比例进行报销。

互联网医院在2016年迎来爆发期,截至2016年11月,全国互联网医院数量已经扩充到36家。不过,无法接入医保一直是互联网医院痛点。银川市近日发布《银川市互联网医院医疗保险个人账户及门诊统筹管理办法(试行)》规定,参保人员不仅可以用医保个人账户直接支付网上看病费用,同时,凡符合基本医疗保险“三项目录”范围的网上诊费,也能医保报销。

好大夫在线创始人王航介绍,好大夫在线是第一家落地银川的互联网医院,经过3个月的运营,好大夫互联网医院已经完成92万人次的线上诊疗,在线累计总服务患者数达到3127万人次。

同日,银川市政府举办新一批互联网医院集中签约仪式。丁香园、北大医信、春雨医生、医联、景联科技、七乐康、巨人网络、大象医生、涛医宝等15家互联网医疗企业与银川市政府签约,获得互联网医院资质,进驻银川智慧互联网医院基地。至此,加上之前入驻的好大夫在线、微医,银川市的互联网医院已达到17家。

春雨医生联合创始人曾柏毅表示,在银川布局互联网医院,将成为重要的线上服务整合平台,医疗大数据服务平台和智慧医疗实践平台。丁香园创始人李天则表示,建立互联网医院可以利用丁香园的行业经验,调动医生资源,使在线诊疗成为网上看病人口,通过互联网医院整合线上、线下的全流程医疗服务形成闭环。

贵人鸟更名“全能体育”

北京商报讯(记者 孙麒麟 林杉)3月19日晚间,贵人鸟发布公告称,拟将公司名称变更为全能体育股份有限公司。此外,贵人鸟还发布了关于获得政府补贴的公告,获得2016年度奖励扶持资金2115万元。

据悉,自2014年起贵人鸟就确立了多种体育产业形态协调发展的体育产业化集团发展战略。贵人鸟表示,此前单一品牌运营的贵人鸟名称已经不再符合该公司目前的发展状况,为更好地适应未来战略定位和业务发展的需要,公司正式将注册名称变更为全能体育股份有限公司。

目前,贵人鸟的主营业务收入仍主要来源于体育鞋服产品的销售。截至2016年9月30日,贵人鸟实现主营业务收入13.78亿元,实现净利润1.78亿元。2015年通过收购西班牙足球经济公司,贵人鸟实现了向体育经济业务的延伸和过渡。2016年贵人鸟通过收购湖北杰之行体育产业发展股份有限公司以及名鞋库网络科技有限公司后,逐步实现了由单一品牌运营扩展至多品牌体育产品的销售,相关的体育赛事运营、体育经济、体育培训仍处于发展阶段。

近年来,鞋服市场持续低迷,为谋取新的利润增长点寻求转型,本土体育品牌贵人鸟希望通过收购、合作等一系列方式不断跨界布局。除了上述业务外,贵人鸟还买下健身房威尔士并参与设立保险公司,通过布局体育产业得以转型的贵人鸟,试图抓住新的利润增长点谋求转型。但跨领域投资存在一定风险,贵人鸟此前并没有这方面的经验。

奥克斯口腔“复活”延期

北京奥克斯口腔关店风波持续至今,计划中的新老医疗团队“无缝对接”并未实现。时隔一个月,北京商报记者近日再度探访发现,北京奥克斯口腔仍然大门紧闭。“留守”的北京奥克斯口腔负责人朱伟峰解释称,接盘方工商变更手续尚未完成导致新医疗团队无法及时进入,但他拒绝透露接盘方的具体信息。

社会办医利好政策不断出台、消费者口腔健康需求与日俱增,这些产业曙光在不断吸引更多资本投入布局。不过,进入门槛高、前期投入大、回收周期长,“奥克斯之殇”恰恰折射了医疗健康产业想要短期内盈利并不现实。

患者左右为难

股权腾挪背后,北京奥克斯口腔新老医疗团队“无缝对接”的愿望并未实现。按照朱伟峰此前的说法,原有医疗团队解散后,新医疗团队在2月16日以后会逐渐进入北京奥克斯口腔。

但时隔一个月,承诺并未实现,北京商报记者探访发现,整个北京奥克斯口腔空荡无人,大门紧闭,门上贴着“有事外出,请联系朱先生”的通知。

朱伟峰表示,接盘方股权未全部接收,工商变更手续还未完成导致新医疗团队无法进入,目前不确定具体进入时间。针对是否有接盘方以及接盘方的具体信息,北京商报记者向朱伟峰打探,但并未得到回复。不过,北京商报记者以患者身份询问时,朱伟峰则表示5月中旬新团队将进入。

北京商报记者3月19日拨打奥克斯集团官网电话,电话一直处于无人接听状态。

计划落空,新医疗团队进入时间悬而未决,消费者维权仍在继续。在北京奥克斯口腔维权患者自发成立的“奥克斯维权群”中,部分患者表示已经接到该医院的退款,另有部分患者表示,因退回的费用无法维持后续治疗不接受退款并决定走法律程序维权。

Special focus

心急在华业绩 苹果增设两研发中心

3月19日消息,苹果公司近日宣布,继北京和深圳之后,将在上海和苏州设立研发中心,这四大研发中心基本覆盖了苹果产品关键的供应链基地。在苹果中国市场业绩连续几个季度下滑的情况下,苹果不得不加大在华的投资和研发,但如果不能改变创新乏力的情况,苹果很难抵挡住国内手机厂商对市场份额的蚕食。

马不停蹄

苹果方面未公布上海和苏州研发中心的具体选址,不过,在上海和苏州的研发中心成立后,苹果在中国的研发中心将达到4家。苹果承诺,在中国研发中心投入超过35亿元人民币。

根据苹果官方介绍,在中国设立研发中心,主要是为了培养苹果供应链中的技术专家和来自包括北京大学、清华大学和上海交通大学等高等院校的毕业生人才。作为苹果在中国持续发展和投资的一部分,该公司已经与学校开展一系列合作项目,包括实习计划,以帮助发展下一代创业者。

同时,苹果官方称,研发中心的工程和运营团队将专注于和更多本土技术合作伙伴合作,为中国和世界各地的客户开发先进的技术和服务。“通过在中国扩张研发中心的计划,我们期待与更多当地合作伙伴和学术机构共同协作。”苹果硬件工程高级副总裁Dan Riccio表示,“中国拥有出色的人才和积极的创业精神,我们很荣幸和这里的开发者和供应商一起合作,让我们的业务在这个市场蓬勃发展。”

在此之前,苹果已经分别在北京和深圳设立了两个研发中心。2016年8月,苹果CEO库克访问中国期间曾表示,苹果打算在中国设立亚太地区第一家独立营运的研发中心;在同年10月中旬举行的深圳“双创周”上,库克进一步宣布,苹果将在深圳建立研发中心。

根据苹果公开资料显示,该公司已在中国提供了480万个工作职位,其中包括180万名iOS开发者和与其他iOS生态系统相关的职位;苹果在大中华区营运22个办公室及46家零售店,直接雇员超过1.2万名。

各有用途

据了解,苹果在中国的四大研发中心,基本覆盖了苹果产品关键的供应链基地,不只是手机,还有iPad、Mac、桌面机,iPad、电视盒子等。深圳、上海(松江、南汇)、苏州(含昆山)都有苹果代工厂,比如深圳的富士康,就是苹果手机代工中心;上海和硕(南汇)代工部分手机与部分iPad;松江广达主要代工部分iPad,iPod、Mac和iWatch;苏州昆山纬创代工部分iPhone。

去年10月,北京中关村园区管理委员会披露,苹果研发(北京)公司在中关村朝阳园成立。据业内分析,苹果北京研发中心可能起到负责苹果产品的



北京奥克斯口腔已经停运一个多月

患者不接受退款协议的主要原因是质疑北京奥克斯口腔退款金额及计算方式不合理。多位患者表示,退还的费用与主治医师给出的费用不一致。“医生给出的退款方式中包含后期维护费用,医院不承认属后期维护的费用不予退回,而且北京奥克斯口腔退回的费用不能支撑我们去其他医院进行治疗。”

据北京商报记者了解,拜博口腔、佳美口腔等机构一般不会接收口腔治疗中途患者。即便接收这类中途患者,也面临较高的治疗费用和治疗风险。

以“已经打桩戴了临时牙”的种植牙治疗为例,如果更换到拜博口腔继续治疗,需要从头做起,检查、拍片、咬牙印做牙冠等一样不少,加上后期维护,整体费用约为15万元左右。“这个费用与北京奥克斯口腔医生给出的费用一致,但医院不同意这种退款算法,只愿意退几万元。”一位患者表示。

由于未能在退款金额上与北京奥克斯口腔达成一致,多位患者选择以法律途径维权。

跨界受挫用锅

调查显示,全国每年看牙人次为2.5亿人次,人均客单价在300-400元,服务市场规模在700-1000亿元。其中,一线城市的市场规模每年增加18%-20%,二线城市的市场规模每年增加13%-15%。据此测算,未来五年,中国看牙人次将增加到5亿人次,服务市场规模将超过2000亿元。

千亿元口腔医疗市场规模,迎来众多资本入局。2014年,联想控股斥资10亿元投资拜博口腔医疗集团,以口腔医疗为突破口,进军医疗健康领域。截至2015年底,联想控股持有拜博口腔54.9%的股权。

诱人的市场策略引来奥克斯集团的关注。2016年2月,北京奥克斯口腔医院在北京高调开业,该医院是奥克斯集团进入口腔医疗市场投建的首家专科医院,目标是在五年内打造成国内一流的口腔连锁机构。

但一年之后,北京奥克斯口腔未能实现奥克斯集团在口腔医疗领域大有作为的愿景,奥克斯集团首家口腔专科医

小程序“长按二维码识别”闹乌龙

北京商报讯(记者 张绪旺)作为微信今年重点推介的项目,小程序每一步可能性都在牵动开发者的心思。近两天,有开发者爆料,微信新版本将支持“长按二维码识别”,但这一愿望很可能只是一次乌龙事件。

多个小程序开发者接连爆料:小程序开始支持“长按二维码识”别进入了,但需要将微信版本升级到6.5.6。据爆料称,测试版本只能是安卓手机用户,苹果手机的用户暂时无法体验到。但北京商报记者3月19日获取微信安卓6.5.6版本体验后发现,传闻的这一功能并未实现,小程序二维码仍然只能通过扫码进入。

“长按二维码识别”是微信基于含二维码图片的一项重要功能,可以让用户方便地进入某个微信公众号,在微信此前的订阅号、服务号等业务中一直予以支持。但今年初上线的微信小程序一直没有开放这一入口,也没有开放朋友圈分享等路径。这让不少有志于小程序创业的开发者为大为不满,小程序也遭遇发布以来前所未有的冷遇。

艾媒咨询的报告显示:微信小程序发布一个月后,虽然应用开发者关注度明显提升至94.9%,但是选择继续开发小程序的应用开发者仅占到9.2%,更有35.2%应用开发者对小程序感到失望、意在放弃,35.2%开发者表示短期不考虑。

但包括腾讯CEO马化腾在内的腾讯高管多次强调,小程序并不是外界一开始理解的“风口”或“巨大的流量入口”,这一产品真正的意图在扶持线下实体,让更多合作伙伴把解决方案铺出去。

按照微信之父张小龙的构想,小程序即搜即用,即用即走,不需要用户与企业形成关注和推送机制,进而减少骚扰,更加适合商家、餐馆、加油站等线下交易场景。

腾讯方面相关人士近日也表示,外界对“长按二维码识别”可以进入小程序的说法,并不属实。

有分析人士认为,这一乌龙事件实际上是与小程序的初衷相悖,一旦开放这种模式,很快会形成大量的朋友圈骚扰式营销,也不符合小程序主攻线下的意图。

不过,近日也有消息指出,小程序已经在开发者后台增加了“附近门店”功能,这多半意味着不久的将来,用户界面的小程序将开放“附近”之类基于地理位置的服务,筛选出基于线下场景的小程序。

今年两会期间,马化腾在媒体见面会上强调,小程序不是想取代开发者的App,而是对于重度用户,腾讯反而希望用户在用小程序一段过程当中,应该有一个合理的场景途径,引导用户去下载App。

“用户想怎么用我们都支持他,而不是去控制流量。”马化腾将之描述为“场景和计算的代码、动态的代码”,面向未来,扶持实体、合作伙伴以解决方案的模式重度参与,这种应用的计算环境,不是过去PC上的软件,也不是浏览器上的一个网站,也不是现在手机上的App。

或许是感受到外界对小程序的“吐槽”,微信每年的重点项目“微信公开课”今年第一讲就将聚焦小程序专场,“小程序上线后,官方将携新能力首次亮相”,而涉及到微信支付和小程序协同的场景拓展层面,微信给出了“点餐、商城、外卖、排队”等标杆式分享。