

·快讯·

## 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,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“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的数据表示,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 孙麒翔 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,参保人员不仅可以使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入口,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 孙麒翔 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

责编 张绪旺 美编 张彬 责校 郑棋 电话:64101880 kuaijiaogao@163.com



北京奥克斯口腔已经停运一个多月

## 跨界受挫甩锅

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

院便以年亏损5000万元,解散全部医疗团队的惨淡局面收场。

而以3月19日北京商报记者探访所见,北京奥克斯口腔的股权转让和新医疗团队进入的进展并不理想,至少并非现有管理人员所愿。

## 普遍急功近利

大批资本进入,在促进口腔医疗行业发展的同时也暴露出民营医院许多问题。以北京奥克斯口腔为例,在医院宣布医疗团队解散后陷入众多患者提出转诊和索赔的困境。

消息显示,北京奥克斯口腔一年5000万元的亏损,主要是因为高昂的医疗成本无法被较低的营收覆盖。工商信息显示,该口腔医院注册资本为4500万元。

第三方医药服务平台麦斯康莱创始人史立臣表示,医疗行业存在行业壁垒高、进入门槛高、前期资金投入大、回收周期较长等特殊性,很难在短期内获得盈利。一般民营医院需要三年时间才能盈亏平衡。

就目前口腔行业格局来看,公立口腔医院起步早、积累深厚,拥有良好的人才资源和政策支持,受消费者信任,占据大部分市场份额。与公立口腔医院不同,客流量是支撑民营医院发展起来的最关键因素,民营口腔医院面临如何获取患者信任、吸引患者前来就诊的难题。数据显示,2015年民营医院床位占比为19.4%,诊疗人次3.7亿人次,仅占医院诊疗人次总数的12%。

在史立臣看来,民营医院目前处于“野蛮生长”状态,存在较多不规范地方。医疗机构尤其是口腔种植类长期服务消费者的专科医疗机构不能因短期内没有实现盈利宣布关门,这是对消费者的不负责,如此下去将导致整个民营医疗体系品牌信誉受损,损害消费者权益。民营医院的发展需要在树立良好品牌的同时重视患者服务需求,培养吸收优质医疗人才从而获得消费者信任,形成良性循环。

北京商报记者 刘宇 郭秀娟

S 重点关注  
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开发者和其他与iOS生态系统相关的职位;苹果在大中华区运营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,就是苹果手机的代工中心;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

本土化、招揽中国高科技人才、负责苹果在华的服务器监管与维护等方面的工作,北京高校众多,人才丰富,创业氛围浓,全球科技巨头蜂拥,消费力较强。

同样在去年10月中旬的深圳“双创周”上,库克进一步宣布,苹果将在深圳建立研发中心,定位是华南地区以及覆盖华南与东南亚的采购中心,将主要安排供应链管理、运营、研发、线上与线下零售五大板块。业界认为,苹果在深圳设立研发中心,目的有两个,一是完善销售渠道。苹果目前在中国内地市场共有30余家官方零售店,其中,北京5家,上海4家,广州与深圳则各有一家。同为一线城市的广州与深圳苹果零售店过少,这不满足中国市场对苹果产品的旺盛需求,因此,苹果需要在华南地区有所布局。二是发挥深圳研发中心特有的功能。与北京研发中心相比,深圳研发中心定位为采购中心。深圳是全球电子零部件之都,同时也是苹果供应链的重要源头,选择在深圳成立采购中心,有助于苹果加强对供应链的管理。

北京、深圳和上海都已经有自己的Apple Store,据悉,苏州的Apple Store也已经在紧锣密鼓地布置当中。

## 内忧外患

对于苹果来说,中国是重要的成长市场,包括库克在内的苹果公司高管都预计,按照营收计算,中国市场未来将取代美国市场,成为该公司最大的市场。近几年,苹果在中国市场的投入成本不在少数,尤其是中国市场的业绩出现下滑之后。

据苹果公司此前公告,截至2016年12月31日的财季中苹果在大中华区的营收同比下滑12%,而此前苹果在中国的营收已经连续下滑了几个财季。苹果的iPhone手机在中国手机市场上面临的竞争日益残酷。

还有业内人士称,2017年是iPhone诞生十周年,苹果不会放弃这个标志性的纪念年份,一定会在iPhone 8上市前,在供应链、品牌营销、快速高效的渠道体系方面做足文章。

产业观察家洪仕斌认为,苹果在中国设立研发中心并不意味着苹果会扭转下滑态势,因为国产手机的崛起已经是不可抑制之势,在中国市场,华为、OPPO、vivo等品牌已经直追苹果,甚至已经超越苹果。

“苹果的定位一直都是高端,消费者也是因为苹果的高质量和创新性才选择它,既然设立研发中心,苹果更应该研究的是中国消费者的消费习惯,打造更加符合中国消费者的产品来吸引更多的用户。此外,苹果近几年的产品创新缺乏亮点,如果没有真正打动人心的产品,用户流失恐怕会更严重。”洪仕斌坦言。

北京商报记者 孙麒翔 石飞月

## 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,让很多合作伙伴把解决方案输出去。

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,很快就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深度参与,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。