

工信部调查WiFi万能钥匙“蹭网”

北京商报讯(记者 魏蔚)针对近日媒体对移动应用程序“WiFi万能钥匙”和“WiFi钥匙”具有免费向用户提供使用他人WiFi网络的功能,涉嫌入侵他人WiFi网络和窃取用户个人信息的报道,4月3日,工信部发布通报,要求对已发现涉及以上问题的移动应用进行调查。

工信部通报称,工信部网络安全管理局对此高度重视,立即组织网络安全专业机构对上述两款移动应用程序进行技术分析,发现两款移动应用程序具有共享用户所登录WiFi网络密码等功能的功能。目前,工信部网络安全管理局已要求上海、福建通信管理局开展调查工作,将在核查的基础上,依据《网络安全法》等法律法规进行处理。

针对“蹭网”类移动应用程序可能存在的风险,工信部提醒:WiFi网络提供者应谨慎共享自己的WiFi网络,并定期更换WiFi网络密码;WiFi网络使用者应增强安全上网意识,谨慎使用WiFi“蹭网”类移动应用程序。

实际上,针对外界质疑,WiFi万能钥匙早先已经做出回应,该公司表示,WiFi万能钥匙的运行原理是热点共享,不是破解,是通过WiFi热点资源共享的方式,让用户便捷连接,安全上网。

“一直重视对密码的保护,对密码采用128位非对称加密,从不明文显示密码”,WiFi万能钥匙强调,出现问题的是山寨软件,并非公司所有。“WiFi万能钥匙获取的用户信息均符合国家法律法规允许的范围,还须经过用户同意,并且所获取数据仅限于提升用户体验。”

360回国首份财报硬件成增长点

北京商报讯(记者 魏蔚)4月3日,不久前回到国内上市的360发布A股首份财报,在互联网广告、增值服务(游戏等)等常规业务之外,智能硬件成为新的增长点,2017年贡献收入接近11亿元。

360的2017年财报显示,实现营业收入122.38亿元,比上年同期增长23.56%;归属于母公司股东净利润33.72亿元,比上年同期增长80.15%。

根据重组上市相关协议,360承诺2017-2020年,扣非归母净利润分别不低于22亿元、29亿元、38亿元和41.5亿元。即便按照2017年扣除非经常性损益的净利润27.5亿元,360在2017年的首期利润承诺也超出了5.5亿元。较早之前,360回归后市场给予的3000亿元市值遭到不少质疑,单看财报的第一次亮相,360交出了一份超越预期的答卷。

具体来讲,2017年360主要收入构成为互联网广告及服务、互联网增值服务、智能硬件业务,收入分别为91.15亿元、16.98亿元、10.99亿元。其中,智能硬件业务增长势头更加迅猛,毛利率比上年增加10.89个百分点。

截至2017年末,360 PC安全产品的市场占有率为95.66%,平均月活跃用户数达5.15亿,移动安全产品的平均月活跃用户数达3.5亿。据悉,下一步360将进一步提升在安全方面的自主创新能力和研发能力;在人工智能、操作系统、云服务平台建立面向未来的研发平台;对可穿戴产品、智能家居产品以及车联网进行研发,建立智能搜索、信息流及商业化服务平台;结合现有的游戏业务、视频业务,进一步开展动漫等新业务;并积极扩展国际化业务,建立国际化研发中心。

大搜车全资并购车易拍

北京商报讯(记者 蓝朝晖)在传出大搜车或并购车易拍两个月之后,4月3日,记者从大搜车处得到确认,目前汽车新零售和新金融平台大搜车完成了对二手车交易平台车易拍100%并购。大搜车创始人兼CEO姚军红表示,此次并购完成后,车易拍将承担集团体系内寻找二手车车源、打通二手车业务链条的任务,双方业务在整合后将相对独立运转。不过,双方并未公布交易的价格。

大搜车是一家汽车新零售和新金融平台。大搜车的汽车经销商经营管理及交易服务SaaS产品——“大风车”、“车牛”、“车行168”等服务于二手车车商、新车厂商以及4S店,系统月活账户33万,覆盖超过11万家汽车经销商,覆盖率超过中国汽车经销商总量的60%,2016年实现系统在线零售交易额约600亿元。

2017年前后大搜车被蚂蚁金服、阿里巴巴等巨头看中,一年内融资超6亿美元。去年底,大搜车E轮融资获得了由阿里巴巴领投、华平跟投的3.35亿美元。在外界看来,大搜车从新车交易切入二手车交易就是临门一脚的事情。大搜车并购车易拍之后,就拿到了参与二手车交易大战的重要筹码。

成立于2006年的车易拍是二手车市场最早一批入局者,是第一家拥有二手车检测标准化的服务机构。2010年,二手车在线交易平台上线,截至目前,车易拍的交易网络已覆盖全国614个城市,服务车商超6.5万,累计检测、交易二手车超过300万辆。同时,车易拍拥有近200万实车检测的漆膜数据,覆盖中国市场95%车型并拥有超过200万真实交易车辆的价格数据。

按照业务划分,车易拍除了在更大的平台上继续深耕B2B交易外,车易拍将与大搜车协同,强力推进C2B市场,为车商提供更丰富、更充裕的车源。同时,车易拍也将融入大搜车携手战略股东阿里巴巴及汽车厂商共建的汽车新零售生态圈,成为线上线下无缝衔接、纵深结合、丰富立体的生态圈的重要板块。

美团搅局 摩拜面临站队难题

ofo全面倒向阿里之后,摩拜的走向更加引人关注。4月3日,摩拜作价37亿美元出售给美团的传闻不胫而走。同时又有多个消息源给出其他答案:美团只是投资摩拜,股权占比较大;滴滴联合软银以45亿美元估值投资摩拜。传言尚未获得美团、摩拜的准确回应,但滴滴、美团、摩拜、ofo出行混战的事实摆上了台面,由于美团的搅局,摩拜的选择难题才真正开始。

无奈站队

距离上一笔6亿美元融资过去近10个月,摩拜依然没有新资金入账,期间还不断曝出资金紧张的传闻。一个月前,摩拜的最大竞争对手ofo完成8.66亿美元融资,进一步反衬了摩拜对资金的渴望。

4月3日,市面连续曝出三个摩拜资本层面的传闻,涉及美团、滴滴和软银。最重磅的并购消息称,美团与摩拜已于近日达成收购协议,后者以37亿美元的总价出售给美团,包括27亿美元的实际作价、12亿美元现金及15亿美元股权)和10亿美元的债务,双方最快将于本周内宣布消息。

美团和摩拜的另一个绯闻版本则是:在腾讯董事会主席兼CEO马化腾的牵线下,美团和摩拜谈妥了投资事宜,美团将拿到大部分股权。

对于这两种方案,美团和摩拜均“不予置评”。这并非美团和摩拜首次传出绯闻。今年2月,摩拜E轮融资10亿美元融资消息传出,领投方就是美团,但至今未能确认。唯一能够坐实的是,2016年10月,美团点评CEO王兴曾以个人名义参与摩拜C轮融资。

业内人士指出,美团打车正式进入网约车领域后,对出行市场志在必得,美团有足够的理由以公司名义进一步增持摩拜。

“滴滴与软银、美团都给了摩拜offer,但是摩拜还没有最终决定,摩拜将召开股东会讨论此事。”摩拜一位投资人向媒体透露了第三个版本,滴滴和软银一方开出的条件是,以45亿美元估值投资摩拜,计划持股20%。美团则是以现金加股票的形式投资摩拜,估值还未确定,但不是外界传闻的37亿美元。

虽然滴滴对投资摩拜予以否认,但是业界普遍认为这是最可信的一个版本。面对多种选择,摩拜看似掌握着主动权,但也不得不面临选择阵营的难题。有确切消息显示,摩拜4月3日晚召开股东会商讨投资事宜,离最后答案揭晓不会太远。

模式难解

“滴滴和美团,现阶段核心业务分别在网约车和外卖两大不同领域,这两大领域对于摩拜来说,关联性有强弱之分。”智察大数据分析师刘大伟直言:对于滴滴来说,摩拜和它的关联性较强,都是出行服务,摩拜很容易被直接并入滴滴的系统中,未来摩拜可能会沦为附属品。相反,摩拜和美团的关联性较低,如果摩拜靠拢美团能够拥有更大的自主发展空间,甚至不排除主导目前美团网约车业务的可能,发展成为第二个滴滴。”

另一位不愿具名的业内人士认为:目前摩拜需要考虑的还有资金支持力度,对比滴滴和美团的融资历史,滴滴掌握的现金储备更具优势,这是“断粮”已久的摩拜不得不考虑的因素”。

不过,作为滴滴和美团的共同股东,腾讯如果愿意牵线搭桥,资金并非太大问题。

消息人士援引摩拜内部财报称,截至当前,摩拜的用户押金超过60亿元,供应商欠款约10亿元,合计负债总额超过10亿美元。另外,摩拜每月营运支出4亿元,单月营收却只有1亿元左右,仍处于巨大亏损的经营状态。不过,摩拜方面对这份数据予以否认。

S 重点关注
Special focus

加注妙手医生 腾讯圈地互联网医疗

北京商报讯(记者 郭秀娟 姚倩)4月3日,记者从妙手医生相关负责人处获悉,该平台近日完成由腾讯领投,鲲鹏资本、红杉资本、启明创投联合追加投资的近5亿元C轮融资。此次并非腾讯首次投资妙手医生,2015年8月,妙手医生完成由腾讯、红杉资本联合投资的数千万元A轮融资。

一位不愿具名的分析人士表示,腾讯近两年在移动医疗领域动作较多,此次再次领投妙手医生应该是想形成一个依托于互联网平台的医疗体系大生态。

根据妙手医生方面的说法,此次融资资金将用于支持业务快速扩展。针对此次获得融资的具体情况以及未来业务发展的具体方向等问题,北京商报记者联系妙手医生相关负责人,该负责人表示目前不接受采访。

妙手医生是广东恒金堂医药连锁有限公司(以下简称“广东恒金堂”)旗下网站。广东恒金堂所属行业为医药电商,主要经营药品、保健品等产品,已获得国家食药监总局颁发的《互联网药品交易服务资格证书》以及《互联网信息服务资格证书》,希望打造“医-患-药”的



究竟选择美团还是滴滴,其实只是资本解决方案。对于摩拜来说,核心问题还在于商业模式的破局。刘大伟坦言,对于共享单车而言,想要仅靠运营实现盈利非常不切实际。以摩拜为例,接近1000万辆单车的制造成本,已经是非常大的负担,需要贷款支付利息。其次,在运营方面,共享单车走出校园之后,运营方式就发生了质变,需要投入大量的人力去进行日常的维护,包括早晚高峰地铁站周边的自行车托运,破损自行车的维修等,这些费用远超过共享单车运营收入。加上政府对于用户押金监管收缩,制约了共享单车企业通过用户押金产生利润。这种情况下,如果摩拜不改变经营逻辑,所需要的资金将是个无底洞。现在考虑出售,说明摩拜未能找到更好的商业模式来应对不断烧钱的问题,那剩下的就是抱大腿、寻找更有实力的玩家来解决”。

腾讯得利

一位ofo投资人曾认为,共享单车行业的理想状态是滴滴和ofo整合,最佳状态是滴滴与ofo、摩拜三方合并。继续打仗就是浪费资源和时间。

有消息称,ofo此前通过质押单车的方式所获阿里(蚂蚁金服)借款,可以通过债转股的方式进行转换,这一策略已经获得了ofo重要股东滴滴的认可。这意味着阿里在ofo的话语权再次加强。

不过站在腾讯的立场上,摩拜的选择或许差别不大,无论是滴滴、美团还是摩拜,都是腾讯系企业,两家争论总比三家混战强。

从腾讯前期的投资频率以及马化腾的态度来看,腾讯对摩拜一直偏爱有加。公开信息显示,腾讯曾领投摩拜C轮、D轮和E轮融资。在上一次融资时,马化腾直言:腾讯非常认同和赞赏摩拜的愿景,并看好和支持摩拜的未来发展。腾讯将继续开放包括微信在内的核心资源,为摩拜持续提供成长动能,助力摩拜的创新和义务扩张”。

有观点认为:“如果摩拜接受滴滴的橄榄枝,作为ofo最大的机构股东,滴滴有足够的动力推动摩拜与ofo的合并,这是腾讯乐见其成的交易。如果摩拜选择美团,加快美团出行野心的实现,帮助提高美团估值,对于未上市的美团以及美团大股东腾讯也是桩划算的生意。不管怎样,都是腾讯的胜利”。

对于“腾讯胜利论”,刘大伟却不认同,在他看来,摩拜是腾讯投资下的企业,站在腾讯立场来看,摩拜不管是选择滴滴还是美团都无所谓,但这不叫胜利。只有说摩拜在与ofo的竞争中取得最终的胜利,那才叫“腾讯的胜利”。如果是因为选择滴滴或者美团,最终却在与ofo的竞争中失败,那其实就是腾讯在共享单车领域布局的失败,从现在的情况看,对手留给摩拜犹豫的时间并不多。

阿里系猛扑

在腾讯系军团斡旋之际,阿里没有放慢节奏,。2017年3月蚂蚁金服领投永安行、战略投资ofo;7月阿里投资ofo;10月永安行低配跟哈罗单车合并,蚂蚁金服投资并成为哈罗单车第一大股东;加上近期对ofo的增持,阿里已经手握两支共享单车战队。

不久前,哈罗单车高调开启全国范围信用免押金。预计到今年底,哈罗单车免押金模式可辐射1.6亿用户,免除用户押金总额超过300亿元。

共享单车双雄之一的ofo也告别了“钱荒”,在3月获得来自阿里巴巴领投,瀚峰集团、天合资本、蚂蚁金服与君理资本的8.66亿美元E2-1轮融资,此前阿里更是向ofo提供了11.7亿元的抵押借款。

在解决资金问题之后,ofo两次公布免押金成绩,这在之前极为罕见。根据ofo提供的信息,ofo在一年内累计免押金近3000万人,为用户提供10亿次免押骑行,节省的押金超过40亿元。ofo提出信用骑行可降低信任成本,提升企业自身运营效率。根据ofo“奇点”大数据系统采集的报修订单量数据,ofo在武汉和长沙开放信用免押金后,以上两座城市的报修订单量分别下降13%和18%。

“免押的背后需要强有力的资金支持,相比之下,摩拜在免押金方面则保守得多,并未披露过相关用户、城市和数据等细节。”一位业内人士如是说:“可以说阿里系的ofo和哈罗单车正在通过免押金模式联合向摩拜施压。”

与网约车相似,但却不尽相同。腾讯与阿里对于共享单车都势在必得,线下支付场景和信用体系建设,是阿里和腾讯共同的战略诉求,滴滴和美团也有自己的主营业务傍身,相比之下,摩拜无论怎么选择,不确定性都太大。

北京商报记者 魏蔚/文 宋媛媛/制图

疗,打造“离处方最近距离”的服务。

医疗服务领域成为包括BAT在内的众多企业投资的热门领域,但投资侧重点略有不同:腾讯的布局主要是医疗就诊环节,阿里则主要针对医药电商。

据灵核网市场研究院预计,2017年我国互联网+医疗市场规模将达到290亿元,2017-2021年年均复合增长率约为35.87%,2021年互联网+医疗市场规模将达到989亿元。

自2014年以来,腾讯共投资了丁香园、好大夫在线、微医(挂号网)、医联、企鹅医生等多家互联网医疗企业,累计金额超过5亿美元,并且还医药流通上市公司九州通以及医药连锁企业海王星辰开展合作,在医院端、健康管理端以及医药流通实现全领域覆盖。

上述不愿具名分析人士认为,从目前腾讯投资的动作来看,腾讯应该是希望形成一个依托于互联网平台的医疗体系大生态:“好大夫在线此前主要业务为线上问诊,微医集团主要是优化医院诊疗流程,而妙手医生主要是承接诊后处方,这样可以在一定程度上完善医疗生态体系布局。”

闭环服务体系。

截至目前,广东恒金堂已与国内2000多家药品生产厂商建立了战略合作关系。广东恒金堂旗下妙手医生App问世于2015年,是一款移动健康领域的医患类工具,搭建患者与医生间的在线沟通服务平台,并为患者提供药品到家服务。

北京商报记者了解到,与春雨医生、好大夫在线等互联网医疗企业不同,妙手医生主要承接医院处方流,从而形成医生、患者、药的诊后闭环服务。复诊患者可以通过妙手医生互联网医院与医生进行沟通,医生对患者进行调药等管理服务,医生开出的药品可以通过妙手医生线下药店进行配送。据了解,妙手医生已经建立起覆盖北京、上海、广州在内的32个城市的线下实体店。

妙手医生创始人兼CEO何涛表示,妙手医生的快速发展,主要得益于国家所倡导的医药分家政策,以及妙手医生的平台运营策略,为参与的多方医疗机构、患者、厂家带来价值。2018年,妙手医生将与更多医疗机构和制药企业开展深度合作。通过技术革新,发展大数据医