

小蓝单车北京地区调整计费规则

北京商报讯(记者 魏蔚)3月27日,记者发现,小蓝单车从3月21日开始执行新的计费规则,起步价从1元/小时调整到1元/15分钟;时长费从0.5元/30分钟上涨至0.5元/15分钟,目前只有北京地区在执行新的计费规则。按照新规则,小蓝用户骑行超过15分钟比之前多收取0.5元。对此,滴滴方面表示,为了保障可持续运营及产品服务体验,经慎重考虑,小蓝单车决定在北京市实行新的计费规则,不过并未透露是否复制到全国。

根据滴滴App的信息,自2019年3月21日起,小蓝单车执行新计费规则:起步价调整为1元/15分钟;时长费调整为0.5元/15分钟。按目前的计费规则,用户骑行15分钟需要交费1元,超过15分钟交费1.5元。之前用户骑行小蓝单车1小时之内要交费1元,骑行1-1.5小时交费1.5元。

滴滴客服告诉北京商报记者,目前新计费规则只在北京地区实行,其他地区的计费规则与北京不同。

北京商报记者发现,各家共享单车的计费规则并不统一。其中ofo的车费为1元/小时,不满1小时的按1小时计费;摩拜采访分段计算方式;Mobike车型与Mobike Lite2.0车型每30分钟计费1元,Mobike Lite车型每30分钟计费0.5元,每日不封顶。不足30分钟按照30分钟计算,取消预约不收费。使用单车从开锁开始计费,手动开锁结束计费,再次开锁则重新计费;哈■单车按照1元/30分钟收取,不足30分钟也是收取1元,违反服务区规则,将额外收取5-50元调度费,违反信用分规则,将按照10元/30分钟计费。

北京奔驰获三大股东增资60亿元

北京商报讯(记者 刘洋 濮振宇)3月26日晚,北汽汽车股份有限公司(以下简称“北汽股份”)发布公告称,北汽股份与戴姆勒及戴姆勒大中华订立合资经营合同修订协议。根据协议,北汽股份、戴姆勒及戴姆勒大中华同意,分■按在北京奔驰目前注册资本所占比例合计增资8.928亿美元(约合60亿元人民币)。

其中,北汽股份注资4.55亿美元,戴姆勒注资3.45亿美元、戴姆勒大中华注资9200万美元。增资完成后,北京奔驰注册资本将增至32.126亿美元。北汽股份、戴姆勒、戴姆勒大中华三方股比仍为51:38.665:10.335,北京奔驰仍为北汽股份全资附属公司。

公告显示,本次增资目的,是为推进M524发动机技术改造项目、梅赛德斯-奔驰C级车(V206车型)更新换代项目,以及北汽股份北京分公司制造升级改造建设项目。

北京奔驰成立于2005年8月,是北汽股份与戴姆勒股份公司、戴姆勒大中华区投资有限公司共同投资,集研发、发动机与整车生产、销售和售后服务为一体的中德合资企业。2019年1月,北京奔驰销量超5.4万辆,占同期梅赛德斯-奔驰品牌在华总销量的七成以上。

叮当快药获6亿元新投资

北京商报讯(记者 郭秀娟 姚倩)3月27日,医药新零售企业叮当快药宣布完成6亿元的新一轮融资,本轮融资由招银国际资本、中金资本旗下中金智德平台管理的基金、国药中金、软银中国资本共同投资,华兴资本担任本次融资的独家财务顾问。据介绍,该笔融资将主要用在夯实叮当快药现有业务,同时进行创新业务的拓展。

资料显示,叮当快药是一家医药新零售企业,通过自营叮当智慧药房、自建专业药品配送团队,创立“药厂直供、网订店送、网订店取”模式,为全国大型城市提供核心区域7×24小时营业、1分钟找到医生、28分钟送药到家服务,解决消费者用药时“急”“懒”、“夜”“专”“私”五大痛点。

目前,叮当快药全国已有数百家自营门店,依托互联网电子围栏技术,已实现北京、上海、广州、深圳、成都、郑州、杭州、天津等城市的全城覆盖。叮当快药相关负责人表示,本轮融资后,叮当快药将进一步加密现有城市的叮当智慧药房网点布局,并将陆续开拓全国各中心城市,更好地服务消费者。

水滴公司完成近5亿元B轮融资

北京商报讯(记者 郭秀娟 姚倩)3月27日,旗下拥有水滴互助、水滴筹、水滴保等业务的水滴公司宣布完成B轮融资,总融资金额近5亿元,本轮融资由腾讯领投,高榕资本、IDG资本、蓝驰创投以及创新工场等跟投。

资料显示,水滴公司的核心业务有水滴筹、水滴互助、水滴保等,目前主要在微信体系内通过公众号、小程序开展业务。

其中,水滴筹是国内大病求助互联网服务平台、网络大病筹款0服务费模式的开创者,截至目前,水滴筹已成功为几十万名经济困难的大病患者提供了免费的筹款服务,累计筹款金额超过120亿元,捐款人次超过4亿次;水滴互助是国内医疗资金网络互助社群,通过组织会员互帮互助共同抵御癌症等重大风险,为用户提供医疗保障,目前有效保障会员已经超过7500万人,累计给2500多个家庭划拨赔付超过3.5亿元的互助金;水滴保是水滴公司打造的互联网健康险平台,目前已与国内超过50家知名保险公司达成合作。

价差缩小 华为紧追苹果



最贵P系列

P30和P30 Pro是华为P系列价格最高的产品,华为P30售价为799欧元,P30 Pro最高售价为999欧元,3月27日在国内开启预售。

近几年来,华为手机的价格一直在提升,尤其是高端定位的P系列和Mate系列。去年发布的华为P20手机(4+128GB)售价为649欧元;华为P20 Pro(6+128GB)售价为899欧元。相比之下,P30比P20提升了约1000元,Pro系列则提高了500多元。

P30依然主打拍照,也被很多业内人士称为拍照“最好”的手机,相机配置非常豪华。据介绍,华为P30 Pro搭载后置四摄像头,主摄像头为4000万像素,具有ƒ1.6大光圈;搭配2000万像素超广角镜头和ƒ2.2光圈;第三颗镜头是800万像素长焦镜头,光圈为ƒ3.4,支持高达10倍混合光学变焦和50倍数码变焦,主镜头和长焦镜头均支持光学防抖;第四颗镜头为ToF传感器,用于采集3D深度信息。

近年来,由于智能手机发展步入瓶颈期,缺乏创新能力,手机厂商纷纷以拍照作为卖点。华为手机的摄像头从最初的一个逐步增加到现在的4个,vivo以“逆光也清晰”作为宣传点,美图手机则以美颜效果吸引用户。在此次发布会上,华为也强调了新旗舰的拍照功能,展示的星空图引人瞩目。

重点关注

Special focus

北京商报讯(记者 魏蔚)针对“根据文字聊天精准推送广告”的质疑,微信方面3月27日表示,“并未检测用户聊天记录,但用户的点击行为可能会影响相关资讯的呈现”。在业内人士看来,质疑和回应的背后,其实是公众日渐膨胀的隐私焦虑,而2019年央视“3·15”晚会上曝光的用户隐私泄露事件只是一个导火索。

近日,有媒体测试称,用微信进行文字聊天后,微信“精选”推荐的公号文章中的广告内容与聊天内容密切相关,疑似被精确推送广告。对此,微信方面回应:正如一直以来承诺的,微信不会监测用户的聊天记录,这属于用户的个人隐私,更不会通过监测用户聊天记录来推送广告。

微信团队表示,腾讯广告通常投放的人群非常广,投放的基本逻辑是基于用户群体属性,广告主可选择他们设定的目标人群。因此很容易出现用户收到的广告“恰好”和自己的聊天内容、浏览

调价惯例

提价已经成为主流手机厂商的营销战略。在今年小米9的发布会上,小米公司董事长雷军称,这可能是小米旗舰机最后一次低于3000元了。OPPO、vivo的定价也一路走高。

产经观察家、钉科技总编丁少将指出,过去几年,以千元机为代表的中低端市场竞争过于惨烈,虽然对拉升销量有帮助,但企业的利润水平和品牌形象无法得到提升,向高端靠近,是品牌升级和提升利润水平的需要。

实际上,苹果旗舰机每年也在逐步提升价格,去年iPhone价格更是突破万元大关,但由于在中国市场销量大幅下滑,苹果不得不降价来应对。今年,苹果在京东、国美、苏宁三大电商渠道的iPhone多次降价,最高降幅达1700元。

苹果的降价措施曾在短时间内带动了iPhone的销量。天猫数据显示,自1月13日降价至1月29日,半个月,iPhone销量提升了76%。苏宁数据显示,从1月11日开始降价至1月30日,苏宁易购的iPhone销量增长了83%。

在公布2019年第一财季业绩预期时,苹果公司CEO库克就曾表示,过高的售价让用户远离了iPhone,特别是大中华区市场的用户,汇率问题放大了某些市场的差异。

华为提价,苹果降价,这意味着二者之间的定价差距越来越小。

内容相似的巧合情况。

微信团队还举例称,3-5月是与清明、“五一”等有关旅游旺季,又是日本樱花季。在这一时间,旅游类广告/日本相关广告的投放量会比较大。与用户聊天记录巧合发生的情况概率也会大大增加,从而被用户误解。微信“看一看”平台基于用户的兴趣、点击行为、平台热门等因素来推荐相关资讯信息。该平台会对用户进行画像,前述测试中的用户被打上“旅游”标签,所以被推荐了相关内容。

这不是微信团队第一次就隐私情况做出澄清。一年前,浙江吉利控股集团董事长李书福吐槽“马化腾天天在看我们的微信”,微信方面就曾声明,微信不会留存任何用户的聊天记录,不会将用户的聊天内容用作大数据分析。

微信不是唯一一家陷入隐私质疑的企业。今年“3·15”央视晚会放大了对用户隐私的关注度。

利润硬伤

从出货量来看,华为与三星、苹果之间的差距也在逐渐缩小。产业观察家洪仕斌指出,按照华为的增长速度,超越三星、苹果不需要太长时间。

根据市场调研机构IDC发布的2018年全球手机出货量报告,2018年,三星全年出货2.9亿部智能手机,市场占有率从2017年的21.7%降至20.8%,但依然稳居榜首。排在第二位的是苹果,2018年全年出货量为2.08亿部,市场占有率14.9%,较2017年整体变化不大。排在第三位的则是华为,2018年全年出货量为2.06亿部,市场占有率从2017年的10.5%增长至了14.7%。

华为消费者业务CEO余承东在本月举行的华为HiLink生态大会2019上曾表示,2019年华为手机出货量将达到2.5亿-2.6亿部,冲击世界第一的市场地位。华为战胜三星和苹果的目标不言而喻。

不过,值得注意的是,在利润方面,华为依然望尘莫及。市场调研机构Counterpoint发布的2018年二季度全球智能手机品牌利润分布情况显示,苹果依然攫取了智能手机市场的大部分利润,成功拿下了全球手机62%的利润,三星分得17%的利润,华为占据8%,OPPO、vivo分别占5%、4%,小米则占据3%。

业内人士分析,过去,国产手机厂

微信澄清难解公众隐私焦虑

在晚会上,主持人曾现场演示,使用一款名为“社保掌上通”的App查询个人社保信息,随后网络安全专家发现,用户的信息已被发送至一家大数据公司的服务器。

中消协 and 多个数据机构则通过数据披露了公众焦虑。根据中消协《App个人信息泄露情况调查报告》,受访者中曾因个人信息泄露而被骚扰或侵害的人数占比高达85.2%。“47款App隐私条款内容不达标,其中34款App没有隐私条款”,中消协近期对100款手机App进行测评后发现,手机App使用权限被滥用、隐私条款内容不达标有可能造成用户隐私泄露。

近日,全球网络安全领导者RSA Security的一项全球调查显示,企业如何利用客户数据和消费者的期望之间存在着越来越大的分歧。而消费者对大量高调数据泄露时间的强烈反应也暴露了数字化转型的一个潜在风险:失去客户信任。

“未来医院”亮相 阿里健康加速互联网医疗布局

北京商报讯(记者 郭秀娟 姚倩)3月27日,阿里健康宣布联合武汉市中心医院、支付宝共同打造的“未来医院”正式亮相。据了解,在支付宝上绑定就诊信息后,武汉市民便能在武汉市中心医院实现无卡、身份证、电子健康卡、社保卡)就医,享受全流程在线就医服务。

据阿里健康相关负责人介绍,通过支付宝提前预约挂号,患者将接到支付宝小助手“前面还有几位患者”的精确提示,并得到从院内到候诊再到窗口取药的全流程导航服务。此外,受高血压、糖尿病等慢病困扰的患者,在家就可以与医生发起远程视频复诊,并享受由专业配送人员提供的送药上门服务。

阿里巴巴集团董事局主席马云曾公开表示,阿里健康生态系统将以支付宝为核心,整个挂号、缴费、查询、取药、诊前服务都将通过一系列操作完成。在整个过程中,医院只需要复制治疗和诊断,其他的一切操作都交由支付宝完成,而且可以通过支付宝给医院和医生进行好评和中差评。

事实上,阿里健康发力在线就医服务离不开政策扶持。去年4月,国务院办公厅正式下发《关于促进“互联网+医疗健康”发展的意见》,今年3月,国家卫生健康委办公厅发布了《医院智慧服务分级评估标准体系》,核心内容是要求与鼓励医疗机构充分利用

互联网等技术手段,创新医疗服务,改善患者就医体验,提升优质医疗健康服务的可及性与便利性。

近年来,阿里健康积极探索互联网+医疗健康。2018年10月,阿里健康分别与天津市南开医院和天津医科大学代谢病医院开启“未来医院”合作模式。2019年1月,浙江省卫健委、阿里健康、支付宝以及多家医院联合宣布,全国首个集服务+监管为一体的互联网医院平台在浙江省上线,目前已有多家医院入驻该平台。

不过,在借力互联网方面,武汉市中心医院走在前列。该医院建立了面向医联体协作单位的网络医院在线医

疗服务,开展了健康管理O2O业务,开设了湖北省第一家互联网医院、构建了全家医疗健康大数据应用体系。

在与阿里健康的合作中,武汉市中心医院利用阿里在互联网方面的资源等,在真人实名认证验证、金融支付体系、医保移动支付功能、交易平台、物流配送等相关领域进行合作。

业内人士认为,阿里健康的“未来医院”可以利用科技手段,为医院提供服务软件,让医院就诊流程更加便利。由于武汉市中心医院早在线医疗服务方面构建了一系列较为完善的体系,此次双方合作优势互补,更多的则是为阿里健康的互联网医疗造势。