

网络消费

网购体验 柴米油盐

□丁宁

网络购物与“柴米油盐”,好像是完全不沾边的两件事情。但实际上,随着市场竞争的逐步加剧,各大电商均已陆续涉足该领域。如此一来,消费者不用逛超市,“柴米油盐”便可足不出户、送货上门啦。

京东商城:重米轻油,满39元包邮

作为国内最早涉足B2C平台的电商,京东商城在“柴米油盐”方面可谓“重米轻油”,大米的种类很多,而且价格便宜,跟超市差不多。食用油的种类则很少,并且价格偏贵。售价不到3元每斤的大米品类就更多了。而相对来说,食用油在京东商城的品类就不太丰富了,以超市最常见的5L包装食用油为例,50元以内的只有福临门和金龙鱼两个品牌。另外需要注意的是,京东商城所销售的大豆油,普遍都没有明确标注原材料是不是转基因大豆。而只是在“规格参数”当中,才有不太明显的说明。所以消费者在购买时,还是要特别留意才行。

另外需要特别说明的是,京东商城的自营商品需要满39元才能免运费,订单金额小于39元则加收5元运费。而如果是白天工作很忙的消费者,还可以选择免费的“定时达”和“夜间配”服务。这样一来,便可在晚上下班之后,享受送货上门的“柴米油盐”了。

苏宁易购:供货不稳定,无门槛包邮

苏宁易购作为新晋的B2C电商平台,在品类上已经与京东商城不相上下。但比较让人不太满意的,则是苏宁易购的供货非常不稳定,并且经常出现缺货断货的现象。以5kg包装的大米为例,本文截稿之日的前一周,笔者还在苏宁易购上购买了几袋大米,并且售价都不超过30元。而时间仅仅过了一周,到了本文截稿之日,当时所选购的几个品牌却“清一色”的出现了断货。最便宜的有货5kg大米,上周还是29.9元,本周则是34.9元。而与此相仿的是,苏宁易购在食用油方面的供货也表现的极不稳定。本文截稿之日,60元以内的5L食用油均已断货,不免让人心生郁闷。

至于比较让人欣慰的,则是苏宁易购所提供的无门槛包邮服务。也就是说,哪怕你只是在苏宁易购上购买了价值一两元钱的商品,苏宁易购仍然可以免费给你送货上门。这对于很多不熟悉网上购物,又想以小钱一试身手的网络新手来说,无疑是一种巨大的吸引。

易迅商城:米少油贵,满29元包邮

与其他电商不同,易迅商城只是刚刚涉足“柴米油盐”。所以无论从品类还是售价来看,目前都还只能以“米少油贵”来形容。以5kg包装的大米为例,30元以内的便只有金龙鱼一个品牌的两款产品,并且在本文截稿之日还都是缺货状态。食用油也是相近的情况,并且价格普遍偏贵。最便宜的5升食用油,都要卖到69.8元,并且也是缺货状态。

相对来说,易迅商城在重大促销季的供货表现还是相当不错的。并且订单满29元包邮的服务,也非常给力。因为5kg特价大米在易迅商城通常只卖29.9元,所以刚好包邮。如果是易迅快速覆盖的地区,还可提供订单满19元包邮的服务。对于消费者来说,购物的自由度则会进一步提高。

国美在线:做做样子,满39元包邮

同样是由实体店连锁店转向B2C平台的国美在线,在品类上虽然能够与苏宁易购相抗衡,但在价格上还有很大的差距需要追赶。在此仍以5kg包装的大米为例,售价30元以内的根本没有。售价40元以内的,也仅有秋然这个不知名品牌,而且还是第三方进驻商家在销售。食用油方面,也同样如此。最便宜的5L食用油,售价72元,并且仍是第三方进驻商家在销售。

唯一比较不错的,就是免运费的门槛并不高。包括北京市、上海市、天津市、重庆市、陕西省、浙江省、四川省等“一区”,订单39元即可免运费。包括甘肃省、海南省、贵州省等“二区”,订单也仅需满99元即可免运费。

1号店:价格很便宜,运费很吓人

相对于其他电商来说,1号店的大米很便宜。以5kg包装的大米为例,30元以内的就有金龙鱼、晶珍、臻惠等多个品牌。食用油方面也是如此便宜,50元以内甚至能买到金龙鱼、海狮等多个品牌,生产原材料也标注的很清楚,是不是转基因大豆一看便知。

不过需要注意的是,1号店的价格虽然便宜,但运费却贵得吓人。以本文截稿之日所获得的信息为例,上海、北京、广东、江苏等省市,必须“满99元包邮”,全国其他区域则需要“满199元包邮”,并且超重商品还得加收运费。

e流行 移动互联改变世界系列之二

谁在移动互联世界里颤抖彷徨

□本报记者 李阳丹

随着智能移动终端的普及,移动互联日益成为人们生活的一部分,越来越多的行业也在移动互联网的冲击下面临改变,甚至一些过去具有垄断地位,或是一度辉煌的行业,在移动互联网的冲击下也开始思考变革的方向。

传统媒体:找死还是等死

“不转型是等死,主动转型恐怕是找死。”传统媒体已经不再清醒地意识到互联网的冲击,然而是否转型新媒体却成了不少传统媒体的两难抉择。进入到移动互联时代,各种自媒体的兴起更让传统媒体无所适从。

传统媒体赖以生存的“生命线”——广告领域已经在发生了巨大的变化,企业的广告开支大头已经偏向互联网,而更多的广告主追求精准投放,与自媒体的合作成为其不二之选。显然,新媒体对传统媒体冲击的核心,是越来越多的广告形式抢占了传统媒体的市场份额。不仅如此,从内容上看,过去强调“内容为王”的准则在移动互联的“快餐”时代已经有些脱节,传播最广的往往都是那些“短平快”式的新闻,甚至各类“鸡汤”和没什么营养的段子、笑话。

如果说互联网时代的门户网站作为新闻分发平台,对新闻阅读者还有一定的门槛,那么在移动互联时代,越来越便宜的智能手机和各种便捷的移动终端,则直接将传统媒体“拍在沙滩上”。在微信、微博掀起一阵一阵狂澜后,纸质媒体的优势明显已经被淹没殆尽,智能手机浏览新闻已经成为主流,就连传统PC端的互联网媒体份额也面临被智能终端强势瓜分的命运。

近两年,纸媒被收购或关闭的消息层出不穷。今年8月,美国《华盛顿邮报》宣布被亚马逊创始人杰夫·贝索斯将以2.5亿美元现金收购。《华盛顿邮报》是美国最负盛名的报纸之一,但近年陷入经营困境。或许因为收购方的IT业巨头身份,这次收购让一众传统媒体惊出一身冷汗。

“等死不如找死。”传统媒体不乏决心转型者。上海报业集团对旗下报业进行整合,《新闻晚报》从明年起休



CFP图片

刊,而《东方早报》拟变身互联网媒体,已经启动大规模新媒体招聘。

事实上,由于传统媒体拥有独立的采编权,有着对信息的提取和加工权利,传统媒体在新闻内容提供上的地位并没有改变,在内容方面,最大的变化是内容分发渠道。目前来看,原有的门户巨头都在移动端推出了自己的新闻产品,一些新兴的新闻阅读App也不断出现抢占移动端的屏幕,而传统媒体,若不能开发出自己的具有特色的移动端内容分发产品,最终或只能向内容提供商转变,当然,这也是一条出路。

医疗:互联网是“杠杆” 医生品牌做“支点”

互联网行业的很多从业者都把医疗和教育看作互联网尚未攻克的“最后两个堡垒”。由于体制的约束,不论教育还是医疗,变革都很难一蹴而就。一直以来,医疗行业传统的线下经营模式长期存在看病难、通道拥挤等难题,除了行业机制不健全的问题,更多

的原因在于很难有一种新型的模式能够为医疗行业开辟更宽泛的就医通道,实现对患者的分流。不过,在医疗领域,一些先行者已经在探索撬动整个体系的方法。

日前,在百度德尔塔塔俱乐部举办的第三期精品沙龙上,10余名医学界顶级专家、学者以及互联网专业人士就互联网时代的医患关系,以及互联网如何影响医疗体系展开了深度讨论。“整个医疗系统分四个机构,医疗机构、商业保险、患者资源、医生品牌。整个公立医院都是医院说了算。”作为中国医生自由执业的先锋者,已经跳出公立医院组建了自己的医疗团队的张强医生认为,通过互联网建立个人品牌对他有深远的意义,“如果没有互联网,我今天还是在体制内”。

病患依从的问题一直是医疗从业人士关注的话题,现实中,许多患者是

冲着医院去就医,对于医生并没有太多了解。在传统医疗体系中,医生的个人品牌被弱化,他们的名字不会比一个主任、主治医师、专家、教授等头衔更有用。事实上,医生多点执业政策实行后效果并不明显,医生品牌低于医院品牌是一个重要的原因。

张强始终认为,社会资本办医院的环境会越来越开放,将来不会缺医院,缺的是医生,而且是专业的医生团队,他们能够在任何地方提供高质量的医疗服务,不仅强调技术也注重服务品质。只有当医生或医生团队的品牌高于医院品牌,再加上商业保险的介入,患者才有可能自愿为更好的医疗服务支付更高的费用,也才会有更多的医疗机构来提供高质量的医疗服务,现有的医疗体制也才可能得到改善。

除了医生品牌的树立外,移动互联网已经在电子病历、无线医疗、远程诊疗等领域改变着传统的医疗行业,与移动互联网的联姻,为医疗行业的未来发展开拓了广阔的市场前景,并

创业工坊

“掌上医院”欲求解看病难

□本报实习记者 张玉洁

蜿蜒的长队和拥挤的诊疗室是各大三甲医院每天都能发生的场景。医生和患者都在这场漫长的鏖战中疲惫不堪。医生则在承受了繁重工作的同时,难以享受到工作的成就感。不少医生表示,大多数患者需要的只是简单的咨询服务,但现有的诊疗流程使得患者花费大量的时间挂号、辗转于各个楼层之间,使就诊过程体验大大降低,也浪费了宝贵的优质医疗资源。

经过两年多的推广,一款可以在手机端实现挂号、问诊的移动App已经被全国各地十几家医院先后“认领”,其中有8家排名位列全国前50。这说明医生尉建锋和他的团队开发的这款移动App应用已经获得了顶级医院的认可。

尉建锋认为,除了就医流程繁琐,在目前医疗行业的现状下,很多疾病可以通过早期预防和治疗得到很好治疗,但大多数老百姓并不清楚,有些到了晚

期症状明显的时候才过来就诊。“掌上医院”系列手机App由此诞生。

以最近在长海医院上线的“掌上长海”为例,只要在模拟人体上点击不适器官部位,系统就会自动给出多个症状选择,从而做出疾病的初步自检。

该App还开通了专家预约和普通号分时段预约,患者可以直接预约一周内的门诊号。手机挂号功能支持普通号当天挂号,当天结算,通过客户端内建设银行网银一键支付,就可凭挂号支付的短信直接到对应科室就诊,无需再到医院窗口排队取号。叫号查询还可以和医院信息中心同步对接,通过手机就能了解当前门诊叫号顺序,可以自由安排等候时间。

此外,“掌上长海”还推出手机取报告单功能,即使在家也能及时查取报告单,可以免去患者来回跑医院的麻烦,尤其方便那些外地患者。同时,化验单解读、药物库等与医疗密切相关的信息和小工具也能方便老百姓看病就诊。

在一些医院的App版本中,还推出了“专家在线”功能,大大简化就医流程。患者可以直接与医生交流,进行病证管理。“这项功能将有助于那些需要长期监控的疾病治疗,比如肺结核。”尉建锋说。

不过,在尉建锋看来,“掌上医院”还面临着一些突出问题。

“目前软件推广、教育成本较高。”尉建锋对记者表示。他认为,主要有两方面原因。首先很多现有目标客户并不是移动互联网用户。来三甲医院看病的人群以中老年患者居多。但他们并不是智能终端的主要使用者,接受新事物比较慢,观念上对使用移动医疗产品心存疑虑。而经常使用移动终端的年轻群体却有很多人并不愿意去人满为患的三甲医院排队长队看病。目标客户和实际客户间存在着一定的背离,这使得软件推广成本高,普及率还有待进一步提高。

其次是数据安全问题。目前无论是监管机构还是相关部门,在移动端的医疗数据信息安全方面都没有任何相应法规。“现在的政策并没有界定怎么做



是合法的。”尉建锋表示。“一方面,政策没有规定医疗数据从医院内部系统传递到手机端是否合法,如果什么时候告诉你这个数据不能出来了,可能现在所有的东西都淘汰了;另一方面,政策上面如何保障这些医疗数据的安全保存也是一个大问题。”

尽管软件和软件推广还处于发展期,但尉建锋认为随着公立医院服务意识的提高和医生建立口碑效应的需求上升,这类软件有着空间巨大。

在盈利模式方面,手机app用户并不需要花钱,研发团队会向合作的医院收取一定开发费。目前公司主要靠政府人才项目资金和团队投入来支持。

尉建锋对记者表示,尽管不乏风投机构伸出橄榄枝,但掌上医院系列app的首要目标并不是盈利。他的团队开发这款app更多的是希望发挥其公益属性,希望做好健康普及和宣传教育,使老百姓去医院看病之前,能先通过手机问诊大致找到方向,提高医院全流程管理水平,使得寻医问诊更加高效便捷。

投资趋势

圈地大幕拉开 各界资本瞄准租车市场

□本报记者 傅嘉

近日,国内连锁汽车租赁服务商一嗨租车于近日收到来自携程的超1亿美元战略投资,携程成为一嗨第二大战略合作伙伴。

一嗨租车成立于2006年,主要为个人和企业用户提供短租、长租,以及个性化定制等综合租车服务,目前已经成为连锁租车企业。公司拥有超过1万3千辆车辆,其在国内的服务网点达到500多个,覆盖了全国70多座城市,业务范围覆盖全国。据悉,一嗨租车在过去的几年里陆续得到启明创投、Ignition、Jafco、汉理资本、鼎晖创投、集富亚洲、高盛以及企业号控股集团的多轮投资。

一嗨租车创始人兼总裁章瑞平,今后一嗨租车与携程会有很多的合作机会,为国内的旅游及商务出行者们提供更好的出行体验。

在过去的几年内,中国的旅游业步入飞速发展的阶段。据PhoCusWright的市场调研,中国在2012年以962亿美元超过日本成为亚洲最大的旅行市场。与此同时,伴随着需求的激增,国内租车市场的整体规模也相应地高速扩张,而这个增长的趋势预计会因大批年轻旅行者尤其是自驾游爱好者的涌现而持续下去。

携程的人局仅仅是目前风险资金对租车行业追捧的一个缩影。内地的租车行业发展时间其实并不短,资料显示,上世纪80年代末,北京亚运会前的外国来华人员就有租车需要。1989年中国内地第一家汽车租赁公司福斯特汽车租赁公司成立。但直到近年本土的租车企业才开始逐步发展。

2005年至今,中国汽车租赁市场经历了一轮高速增长期,五年来的复合增长率高达30%。但在同时,有数据显示,2010年,我国租车业前10名的企业所占的市

整体提高了行业的医疗水平。

中介:天下尽是“免费”的挑战

凡存在信息不对称的领域,就一定有中介生存的空间。只是,随着互联网的普及,中介的生存空间已经一再被压缩。而在移动互联网时代,O2O(线上到线下)模式在服务行业内的普及,以及LBS(基于位置的服务)的兴起,再次让中介这一特殊的群体面临巨大的挑战。

传统的中介多以提供信息服务为手段,向服务的适用方甚至买卖双方收费。例如租房,在房屋供小于求的情况下,房屋租赁中介一般会向求租方收取一个月的房租作为中介费,实际上也就是“信息费”。家政中介则向家政雇主支付给家政人员的雇佣费用中抽取提成,有的还向雇主收取一次性的“介绍费”。而贷款中介则多向银行和借款方同时收取费用。

近两年来,众多基于移动互联网的新兴中介大量涌现,且一出手便是拿免费做噱头。一众家政App借助LBS将家政人员精确定位在用户身边,免费向用户提供寻找家政的服务,还通过家政保险等方式,降低使用家政服务的道德风险。91金融超市等新兴互联网金融企业,则明确以“消灭”金融中介为目标,为借款人和银行、小贷公司等做匹配,并对用户完全免费。

至于前几年蓬勃发展的房产中介,有业内人士预期,随着LBS的普及,只提供信息服务的租房中介将被挤出市场,而具有真正居住意义的购房中介可能还有一定的生存空间。不难想象,不久的将来会出现一个免费的房屋中介网站,出租方将自己的房源信息登记在网站上,该网站基于LBS,向求租者推送附近的房源信息,让求租者便捷地看房、选房、租房。这对于现有的房屋中介模式将是巨大的冲击。

“免费”似乎已经成为互联网精神的一个重要标志,熟悉互联网的人也早已习惯于各种免费服务,这对于传统中介向用户收费的特征无疑是足以致命的要素。