

腾讯视频优酷喜马拉雅等音视频网站 被约谈后取消自动续费

尚存价格歧视、退费难等问题

本报日前曾报道的“腾讯搜狐B站喜马拉雅蜻蜓等音视频平台被约谈整改存在自动扣费、虚假宣传、同片不同价等九大问题”一事，有了积极结果。根据浙江省消费者权益保护委员会（以下简称“浙消保委”）官网的最新消息，截止到4月17日，爱奇艺、腾讯视频等11家视频、音频网站已先后向浙消保委发来整改回复函，就4月8日约谈会中提到的相关问题进行相应整改。

■新快报记者 郑志辉



■VCG/图

针对广告特权描述不清问题，11家视音频网站表示已全面修改宣传页面，不再使用“免广告”“跳广告”“去广告”等绝对性描述宣传用语；类似开屏广告等窗口，会在显著方式提醒消费者可手动跳过；同时进一步界定会员广告权益，明确告知消费者所享有的广告特权范围。

就自动续费扣款未提醒问题，11家视音频网站表示购买连续包月、包季、包年的消费者，将在扣费前通过发送站内消息、手机短信、微信等形式，主动提醒用户即将扣费。其中，pp视频表示将进一步优化站内消息提示并设置醒目标识；蜻蜓FM表示向消费者发出多渠道多频次的扣费信息，分别是提前3天通过站内消息的

方式告知消费者，提前1-2天通过手机短信的方式告知消费者；哔哩哔哩表示将通过站内信，短信提前告知消费者即将扣费，同时对负责短信下发的供应商进行重点检查，防止出现短信推送不及时、到达率低等问题。

关于默认勾选自动续费问题，多家视音频网站表示将取消默认自动续费功能；同时主动告知消费者详细退订流程，消费者可根据不同支付渠道按照相对应的规则立即退订。其中安卓系统的消费者可在相关页面通过退订入口随时取消；爱奇艺、喜马拉雅、蜻蜓FM、优酷ios系统的消费者可采取快链跳转的形式取消自动续费；腾讯视频会员可在微信公众号随时关闭自动续费。

除了以上已反馈解决的问题外，浙消保委在8日的约谈会中，还指出了这些主流音视频网站存在着“信息收集授权形同虚设”，“对安卓、iOS不同系统同片不同价、涉嫌价格歧视”，“个别App内广告导向资质不明‘微商’”等消费者反应强烈的问题。对于这些问题，浙消保委引述企业的反馈指，“部分条款是由于手机操作系统不同造成的价格差异、退费难等问题”。

11家视频、音频网站表示，今后将进一步优化服务流程，确保及时响应和解决消费者的反馈。而浙消保委将针对企业整改的问题，组织消费维权义工进行体验调查，监督整改落实情况；涉及第三方渠道收费等问题，仍将进行进一步调查。

2020全民阅读报告： 经典名著仍是最受青睐图书类目

新快报讯 记者郑志辉报道 亚马逊中国在4月20日“世界读书日”发起的“2020全民阅读大调查”以及由此发布的“2020全民阅读报告”显示，过去一年大众阅读氛围浓厚，许多读者通过阅读开阔眼界、陶冶情操，并借助阅读的力量，在实现自我理想的道路上不断前行。

从阅读量看，近五成读者的年度阅读总量达10本以上，年阅读量超过3本的读者占比达94%。阅读时长方面，46%的读者每天都会利用30分钟至1小时进行阅读，逾三成读者的日均阅读时长超过1个小时。在每天忙碌于工作、学习的同时，近四成读者会安排固定的阅读时间为充电，选择晚间至睡前时段阅读的读者占比达到74%，而卧室则成为他们主要的阅读场景。

面对种类繁多、内容丰富的图书

选品，总体上看，经典名著仍是最受读者青睐的图书类别，而中外文学、社科人文、历史传记等类目同样受到众多读者的喜爱。从年龄段来看，不同代际的读者对阅读内容也呈现出各自的偏好及特点。50后、60后读者选择经典名著、历史传记的占比更高，70后、80后读者偏爱社科人文、经济管理等类别的书目，而90后、00后读者则对中外文学、特别是科幻及网络文学表现出更加浓厚的兴趣。

调查显示，过去一年有46%的读者选择同时阅读纸质书和电子书，而29%的读者将电子书作为自己的主要阅读介质，占比较上年增长了6%。与此同时，电子书还对读者的阅读行为发挥着积极作用，七成以上的读者认为数字阅读帮助自己提升了阅读总量，其中四成读者反馈增幅明显。

此外，这个春天突如其来的疫情

改变了人们正常的生活节奏与轨迹。Kindle中国的最新阅读数据显示，在此期间，一大批与疫情和传染病相关的作品受到了读者的广泛关注，例如《血疫：埃博拉的故事》《鼠疫》《霍乱时期的爱情》等经典书目。

附：2020年第一季度亚马逊中国Kindle付费电子书畅销榜前十

1. 你当像鸟飞往你的山
2. 乌合之众：大众心理研究
3. 血疫：埃博拉的故事
4. 鼠疫
5. 早起的奇迹：那些能够在早晨8:00前改变人生的秘密
6. 人间失格
7. 三体全集
8. 霍乱时期的爱情
9. 明朝那些事儿（套装全7册）
10. 82岁的金智英

安吉尔发布业内 首个完整水家装标准

新快报讯 水家装因主张在装修时，就预留出来合适的空间位置和水线路，来安装相应的水处理设备而成为近年来家装流行新趋势，但水家装到底该怎么“装”，此前并没有一套可参考的行业标准。

4月20日，安吉尔正式推出已获得CTEAS五星级认证的水家装标准，该标准包含设计、材料、工艺、产品、服务五大体系，且每个体系也都有一套系统化标准，其不仅能一站式解决家庭净水需求，还将净水与家装系统地联结起来，开辟装修新品类。

安吉尔集团负责人表示，水家装是聚合建筑设计、装修、材料制造等多个行业和协会的载体，无论对行业还是用户来说，都意义非凡。未来随着5G、AI、物联网等普及和应用，用户对家庭水质的管理也将变得更加透明和显性，水家装标准是趋优品质生活的象征，它的出现乃是必然。

中国室内装饰协会副会长姜峰认为，安吉尔水家装标准不仅是对传统净水理念的升级，也有助于整个家庭安全饮用水行业的发展往更加体系化、标准化方向迈进。

（郑志辉）

阿里云加码新基建 3年再投2000亿

新快报讯 近期，针对谷歌等国内外科技巨头相继关闭或收缩云计算业务，阿里云智能总裁张建锋周一对外表示：“云智能是阿里巴巴的核心战略之一，我们已经坚持投了11年，不会因为疫情而减少投入，反而要加大投入。未来三年，阿里云再投2000亿，用来搞新技术、新基建。”

据悉，达摩院XG实验室、平头哥等最新研究成果将率先应用在阿里云下一代数据中心。飞天云操作系统、含光800芯片、神龙服务器、自研云交换机、高性能低延时网络、大计算系统集群等核心自研技术，将在云数据中心大规模部署。

公开信息显示，阿里云在全球21个区域部署了上百个云数据中心，并广泛采用液冷、水冷、风能等节能技术降低能耗。目前，阿里云飞天操作系统管理的服务器规模在百万台，3年再投2000亿，意味着阿里云的数据中心和服务器规模再翻3倍，冲刺全球最大的云基础设施。

（郑志辉）