

# 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

本报日前曾报道过的“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



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捷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,仍将进一步调查。

## 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饮水需求,还将净饮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饮水理念的升级,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)

## 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自己充电,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年生的金智英