

网上中国



“网售药品”试点被叫停

医药互联网模式进入考验期

本报记者 卢泽华

难过身份认同关

当记者进入天猫网站，搜索“药品”二字，并随意点开一个链接时，映入眼帘的不是平时所熟悉的“立即购买”字样，而是一个“提交需求”的按钮。无独有偶，进入1号店商城，打开某一药品的购买页面，同样也只能“提交需求”，且页面下方还有“本品为药品，请咨询药师”的提示。

据了解，自8月1日国家食品药品监管总局发出“停止第三方平台药品网上零售”的通知后，国内的第三方医药交易平台都已叫停直接交易，并将消费者需求提交给商家，由商家直接与消费者交易。

叫停第三方网售药品的直接原因是国家食药监总局互联网第三方平台药品网上零售试点工作（以下简称“试点”）已正式结束。这意味着目前所有的第三方药品网售平台将失去官方给予的身份认同，其安全性和公信力也将因此受到质疑。

然而，有业内人士表示，这次关于“网售药品”的叫停并非将医药电商“一棍子打死”。事实上，这次被叫停的仅仅是第三方医药网售平台，已经取得《互联网药品交易服务资格证书》的实体药店，可以继续通过互联网直接向消费者销售药品。因此，对于医药行业的自建电商平台来说，本次叫停的影响不大。

“医药安全”是根本

虽说“试点”结束是导致此次“网售药品”被叫停的直接因素，但其背后的“药品安全”问题恐怕才是这次叫停的根本原因。

2013年，为顺应电商时代潮流，国家食药监总局先后批准河北、上海、广东等3省市进行网上药店零售试点工作。这在当时被视为医药行业的一大利好。2014年5月，国家食药监总局又发布了《互联网食品药品经营监督管理办法（征求意见稿）》，办法称拟放开网上销售处方药。

然而，“试点”并未成功落地，《征求意见稿》也迟迟没有形成正式文件，这足以说明相关主管部门对“网售药品”的疑虑。众所周知，医药行业十分特殊，用药不当很可能对人的身体造成极大伤害，甚至危及生命。而在互联网第三方售药试点过程中，第三方平台与实体药店主体责任不清晰，对销售处方药和药品质量安全难以有效监管等问题也为这次风险增加了可能。

与此同时，我国目前缺少相关具体的监管机制来规范企业经营。第三方医药交易平台也都是综合性电商网站，难以给用户提供专业、安全的用药意见。消费者对于网售药品的认知度也有待加强。可以说，在卖方、卖方和监管部门都未对第三方“网售药品”市场拥有充分准备的情况下，叫停“网售药品”试点也是明智之举。

电商征税是法治精神的体现

近日在成都举行的G20财长和央行行长会议上，财长楼继伟提出，税收政策首先应该体现公平，其次是鼓励创新。数字经济包括电子商务都是创新，对于这些新兴行业应该收税，否则不公平。今年上半年中国电子商务零售额增长28%，实体店增长8%。但数字经济有很大社会影响力，有很大的既得利益，但真正付诸实施很难。

在我国大力推行“互联网+”的背景下，电子商务已迅速成为经济增长的新动力。据统计，2015年全国网络零售交易额为3.88万亿元，同比增长33.3%。电子商务的高速发展使得电商纳税问题逐渐显现，新兴的电子商务已然成为“征税盲区”。

笔者在与部分学者交流后，有学者认为由于监管和相应法规，一些电商平台偷漏税现象非常严重，这样不但造成国家税收流失，同时也是对依法纳税的实体经济和其他电商企业的不公平，不利于整体经济和行业健康发展。中国人民大学财税研究所研究员蔡磊则指出目前电商行业征税的需求强烈，而障碍仅仅在于征管水平和纳税意愿。

我国税法规定，发生在我国境内的任何形式的交易都应该依法被征税。电子商务作为一种新兴的交易方式，虽然与实体经营有差异，但只要其交易额达到或超过税法规定的起征点就应当与线下实体一样履行纳税义务。笔

近日，国家食品药品监管总局分别通知河北省、上海市、广东省食品药品监管局，要求结束互联网第三方平台药品网上零售试点工作。受此影响，天猫、1号店等第三方电商平台医药售卖业务被纷纷叫停。

在“互联网+”方兴未艾的今天，是否所有行业都能乘上网络时代的东风？有关部门对“网售药品”试点的叫停，又对其他传统行业的互联网升级带来哪些启示？



图为尼克什·阿罗拉。

在互联网界有这样一个人，他深谙“取舍”之道。站在人生充满未知的十字路口时，他总能独具慧眼的做出抉择。

这个人便是日本电信公司软银前总裁，尼克什·阿罗拉。1989年，阿罗拉毕业于印度瓦拉纳西技术学院，并取得电子工程学士学位。随后阿罗拉带着父亲给他的200美元，只身前往美国，并通过自身努力获得了波士顿学院的软件工程师和金融分析师证书以及美国东北大学的工商管理硕士学位，且成绩名列前茅。

毕业后，阿罗拉加入了谷歌并长期担任高管工作，他负责该互联网巨头所有营收和客户运营以及营销和合作伙伴关系。然而真正让他名声大噪的是他加入软银后的职业生涯。2014年，阿罗拉出任软银首席运营官，接着快速晋升为总裁。

自加入软银后，阿罗拉向世界各地的初创公司投资了近40亿美元，以寻找能够驱动未来增长、有突破性的科技公司。同时他也出售了很多原有业务。

回顾阿罗拉在软银的投资动作，你会发现阿罗拉其实是一位深谙“取舍”之道的投资家。

美国人之所以知道软银，主要是因为它持有斯普林特公司大部分股份，还是雅虎与阿里巴巴的早期投资方。尽管软银集团董事长兼总裁孙正义曾公开放言“投资了就不会出售。”但是软银最终还是在阿罗拉的主导下调整了投资策略，出售了公司持有的部分雅虎美国股份。那些被出售的股份曾一度价值550亿美元，但是最终卖出的价格只有可怜的20亿美元。

阿罗拉说：“风险投资市场的效率很高，尤其是在人才济济的硅谷，所以我们觉得这不是我们应该进入的一个领域。我们关闭了风投业务，将它的资源用到别处。我们还想要了解一下其他的公司情况，看一看如何能帮助他们扩大规模。”

也许现在去评价阿罗拉的投资表现还为时尚早，但是对于总是凭直觉投资的孙正义来说，阿罗拉无疑是教会他如何将投资直觉本能制度化的老师，即形成一种纪律化投资的观点，掌握好投资与出售的时机，恰到好处的投资和取舍。

今年6月，阿罗拉宣布辞职。原因很简单：当初阿罗拉辞去谷歌首席商务官职务转投日本电信公司软银时，他毫不讳言就是冲着软银最高职位去的，孙正义此前也曾多次表示阿罗拉就是自己的继任者。但孙正义前不久又表示将继续留任CEO一职5到10年，“这直接压缩了我在软银的事业上升空间”，阿罗拉坦白对外界表示。

目前，阿罗拉正享受着初为人父的悠长假期，下一站出现在哪里还是个未知数。进退自如，明哲保身。留给世界一脸错愕，而世界则有理由相信他会拥有更加光明的明天。



本文图片来源于网络

监管制度待完善

“推行药品网上零售是一把有利有弊的‘双刃剑’。”居住在北京的霍先生对记者说，“有利的是网上售卖的药品价格更便宜，选择面也更广，不会再为买不到一些短缺药品而头疼。弊端是容易买到假药，且顾客自行购买的药品还可能因为用药不慎导致恶果。”

霍先生的担忧不无道理。药品事关消费者生命健康，无论是行业主管部门还是医药从业者，对于“网售药品”都应该慎之又慎。事实上，自去年底以来，国家食品药品监督管理总局仅发放526张《互联网药品交易服务资格证》，并且一直没有解禁互联网售卖处方药。这也可以看出官方对于网上售药的谨慎态度。

不过，各界的共识是不能“因噎废食”，为规避相关风险而彻底叫停医药电商。要想使网售药品进入良性发展轨道，还是要从监管和市场机制入手，正视问题，并针对试点情况分析、总结，制定出成熟严密的监管措施，同时引导市场形成从药品销售机构资质、从业人员资质到药品质量安全的一整套成熟的机制。

从长远来看，监管从严对医药行业来说未必不是一件好事，只有这样，才能让制度为未来的医药互联网行业保驾护航，引导其进一步健康发展。

教育类移动端五花八门 小课堂上网络参差不齐

谁来帮学生把关在线教育？

本报记者 汪莹



做题神器有利弊

在“学霸君”的百度贴吧里，有赞赏的语言，也有吐槽的声音。老师水平高、答题速度快、比家教便宜、科目齐全、使用方便等方面赢得了网友点赞。但是，也有不少帖子针对涨价和教师质量等进行吐槽。

黄冈中学的高一学生孔语菲回忆，初三的一段时间里，“学霸君”帮她提高了完成作业的速度和准确率。但当面临考试时，她却因为失去了独立思考和严谨计算的能力倒在了“战场”上。后来，只得与“学霸君”说再见。

诚然，利用APP咨询学习上遇到的问题，既省去了外出补课的时间成本，也比请家教便宜，还更加个性化、更具针对性。正如一名使用“学霸君”的学生所说，“去补课自己会的和不会的都要听，浪费时间。”如果能合理利用这些APP，自然会对学习有所助益。但这种辅导模式也存在问题，比如APP可能沦为偷懒的学生花钱买答案的工具，老师水平参差不齐。

“答疑君”是一款学生付费提问、老师认领作答的APP。其管理员告诉记者，他们提倡老师给学生提供解题思路，对问题进行分析，引导学生思考以得出正确答案。而有的学生虽然付费咨询，但其实并不关心解题思路和过程，只想更快地得到正确答案。“我们规定作文只能问写作思路，但有学生会要请老师直接帮忙写作文。”

在线教育样式多

类似“学霸君”这样的做题神器还有很多。它们一般利用海量的题库为学生出题、答疑、进行辅导等，以此汇集用户，多以APP为主。同时，平台也会招募老师，为学生提供差异化的解答和辅导。当然，学生需要付费获得这些服务。

这种C2C辅导工具型的APP只是在线教育的其中一种，还有其他几种模式。一种为现在占据主流的B2B2C平台型，平台通过与机构合作，让入驻的老师向学习者提供在线和点播的网络授课资源。典型的代表有网易云课堂、传课网、YY教育、多贝以及各种公开课等。

另一种为B2C服务型，即自主制造高质量内容，通过平台服务用户。目前此类在线教育平台较少，“酷学习”便是这样一个制作有趣的系列教学微视频以服务在校学生的教学网站。此外还有网校型，即打造师生视频交流平台、网络家教平台等。它们有的是从线下发展而来，有的只做线上，如新东方、91外教、1号教室等。

如今，在线教育已经从过去的蓝海逐渐变成红海，各大巨头纷纷涌入，小型创业公司也初见雏形。8月3日发布的第38次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至今年6月，我国在线教育用户规模达1.18亿，较2015年底增加775万；其中手机在线教育用户规模为6987万，比2015年底增长1684万。面对越来越庞大的用户规模，在线教育该何去何从？

资源服务是核心

无论模式如何优化、内容如何创新，每一个在线教育平台最核心的问题都是让用户精准快速地了解自己的薄弱点和需求，降低试错成本，同时更高效率地获取优质资源和个性化服务。

如今，一些在线教育平台广泛引入各种教学资源，但由于资源质量参差不齐，用户体验差；即使资源是高质量的，也可能形成资源泛滥，给用户增加选择成本，同时因无法构成完整的学习闭环而收效甚微。

此外，目前在线教育平台除了视频、课件和直播外，很多服务都需要人工主导或辅助进行。但一方面，线上人员筛选存在更多信息不对称，难以保证师资水平；另一方面，线上的交流行为比线下更难以规范和约束，由此出现的一些投机情况可能对平台形象造成影响。

因此，某一个在线教育平台要在众多竞争者中脱颖而出，仍需要不断改善。首先应坚持内容为王，精选优质资源来吸引和服务用户仍然是王道；其次要设立更有效的筛选、监管和奖惩措施，保证师资水平和服务质量，通过互动、反馈、跟踪等形式提升用户学习效率；再次要积极探索更前沿的技术，可以预见未来在线教育一定是基于系统智能化来实现个性化学习，在这方面应持续深入和优化。更重要的是，不论是在线教育的投资方、企业方还是一线从业者，都应有教育服务于人的初心，教育不应成为逐利场。

尼克什·阿罗拉·深谙「取舍」之道的风投家

张致敏