

亚马逊如何跌掉1万亿?

整个2022年,亚马逊在坏消息中穿行。2021年7月,亚马逊市值达到1.88万亿美元的高点。然而一年半过去,亚马逊没有向上突破2万亿,而是向下坠落,一路掉出了“万亿美元俱乐部”。

到今年11月,亚马逊成为全球首个市值缩水超过1万亿美元的上市公司。截至12月18日,亚马逊市值仅为8939亿美元。

从业绩来看,亚马逊的疲态在去年市值高峰时就已经显露。

2021年第三季度,亚马逊净利润同比腰斩;第四季度营收增长9.4%,是公司2017年以来首次个位数增长。2022年第一季度,亚马逊创下2001年互联网泡沫破灭后的最低营收增速,还出现2015年以来第一次季度亏损。第三季度,亚马逊营收增长重回两位数,但净利润同比下滑9%;财报发布之后,亚马逊市值跌破万亿。

亚马逊在美国电商市场的统治力也在动摇。今年“黑五”,亚马逊线上搜索量败给了传统零售巨头沃尔玛、塔吉特、科尔士,排名仅第四。据InsiderIntelligence估计,亚马逊今年在美国电商市场的份额将首次出现下滑,从2021年的38%降至37.8%。

另一边,亚马逊云服务AWS近4年来保持着25%以上的营收增速,但季度增速从2021年第四季度的40%降至今年第三季度的27%。

亚马逊的小败局,最终在裁员上集中展现出来。

虽然亚马逊没有透露裁员人数,但《纽约时报》11月中旬称亚马逊将裁员1万人。IT杂志《ComputerWorld》则称,亚马逊计划在未来几个月裁员2万人。目前,亚马逊并没有公开否认媒体报道的裁员规模。若此事成真,不仅将成为亚马逊公司史上最大规模的裁员,也将是目前硅谷的最大规模裁员。

亚马逊的设备和Alexa(智能语音助手)团队是受到裁员波及的部门之一。从2007年推出电子书Kindle以来,亚马逊一直贱卖硬件以发展软件服务,但如今这条路似乎已经失败。

“今天依然是第一天!”从2009年到2020年,亚马逊创始人贝索斯把这句话挂在嘴边,并写在每一封股东信的结尾。今天的亚马逊格外需要这句话,CEO安迪·贾西(Andy Jassy)也的确在这么做:做年度运营计划审查,削减成本,砍掉公司不盈利的业务。

然而,经过近几年的极速扩张(亚马逊员工数量在2019年至2021年间增加了80万),瘦身必然经历一个漫长又痛苦的过程。看起来,亚马逊的下坠和CEO交棒的时间几乎一致,但实际上,亚马逊过去几年辉

煌本就暗藏隐忧。

2020年新冠疫情暴发,亚马逊电商业务迎来红利。2020年第二季度,亚马逊净销售额同比增长40%;股价4个月翻倍,市值高达1.5万亿美元。贝索斯在8月成为全球首位净资产超过2000亿美元的富豪,2020年全年财富增长769亿美元。

极速增长的背后是极速扩张。疫情开始前的2019年,亚马逊的全职与兼职员工人数总计79.8万人;2020年底激增至129.8万人,一年增长62.7%。

纵观亚马逊的历史,员工数量年增速超过60%的只有三年,但只有最近一次的主推力是外部“红利”。

2011年,亚马逊员工年增长66.77%。也是在那年,亚马逊Kindle电子书销量超过了实体书,电子书销量是前一年的3倍。另一次极速扩张是2017年,亚马逊员工数量从25万人增加到56.6万人,但彼年亚马逊有数起收购交易,其中全食超市(Whole Foods Market)的收购就让亚马逊增加8.7万名员工。

此外,亚马逊在2020年之后疯狂扩建仓库,曾宣布两年内将物流网络扩大一倍。随之而来的是成本上升。自2009年到2021年,亚马逊的运输和履约成本增长近40倍。2021年亚马逊的运输成本高达767亿美元,履约成本为751亿美元。

疫情红利逐渐消失之际,昔日的扩张成为了不堪负担的累赘。

亚马逊已经认识到这个问题。今年第一季度的财报电话会议上,亚马逊CFO布莱恩·奥沙夫斯基(Brian Olsavsky)表示,在疫情高峰期间,公司“尽全力应对快速上涨的商品运量”,而现在“我们有机会来调整仓储能力,以应对之后更加正常的物流需求”。他还提到,随着大量雇员回到工作岗位,亚马逊的物流系统从人手不足转为过剩,这反而导致了仓库的拥挤和处理能力的下滑。

除了自身臃肿,亚马逊还面临着外部的挑战。

一方面,沃尔玛、Costco等传统商超转向线上线下混合零售,大力发展电商,对亚马逊构成了直接的威胁。另一方面,以Shein、Temu为代表的新兴平台,和以Shopify为代表的独立站模式,以及以TikTok和YouTube为代表的社媒电商,也都在抢夺亚马逊的卖家与用户。

在美国,中国电商平台SHEIN在2021年5月的下载量首次超越亚马逊,其后也几乎稳居美国购物类App的下载量首位。在东南亚市场,2021年Shopee订单增长116%,Lazada用户增长超过80%,发展的速度足以引起亚马逊的担忧。

二
在内部效率下滑、外部竞争加剧的情况下,亚马逊正值与新老玩家争夺商家和用户的关键时刻,却选择了涨价。

亚马逊近一年多多次上调了FBA配送费用、旺季仓储费、通胀附加费等多项费用。今年黑五前夕,亚马逊还发布了有关销售佣金和物流的涨价通知。此外,根据Marketplace Pulse的研究,如今在亚马逊上做广告的平均成本为每点击1.2美元,比年初的0.93美元上涨30%,同比上涨了50%。

在亚马逊,不做广告的商家难有客流,广告费上涨意味着亚马逊将压力转嫁给了商家。去年5月,亚马逊再度开启针对跨境商家的大规模封号,涉及上千家企业,5万多个账号,行业损失超过千亿元。不少商家开始从亚马逊“出逃”,至少不再将亚马逊作为唯一的“篮子”。

亚马逊的其他业务也难言轻松。

亚马逊是云服务中“吃螃蟹的人”,早在2006年就推出了云服务业务,其负责人正是如今接棒贝索斯坐上CEO位置的贾西。在先发优势下,亚马逊的AWS增长稳健,在云服务领域是绝对王者。

但亚马逊AWS并非高枕无忧。市场仍有巨大潜力,全球IT支出中仅有不到10%属于云计算,这为竞争者提供了机会。

此外,尽管目前AWS的地位尚未被撼动,但竞争者的增长速度很快。2022年第三季度亚马逊AWS年增长27%,但微软Azure季度同比增长35%,谷歌云则实现了48%的增长。

加之宏观经济影响,IT企业收缩IT支出,今年三季度全球云服务支出放缓至历史最低增速,这也为AWS的继续增长提出了挑战。

三
在电子商务业务疲软,AWS云业务承压之际,亚马逊需要瘦身,也需要创新。但在今年,亚马逊曾寄予厚望的硬件业务正在受到威胁。

从2007年推出第一款硬件设备Kindle以来,亚马逊一直在做一个“延迟满足”的梦。简单来说就是贱卖硬件,并期待消费者后续在软件上进行付费,软硬兼施。

Alexa部门成立8年,搭载Alexa智能语音系统的第一代Echo智能音箱推出2年就卖出超500万台,Alexa的团队规模也迅速增加到超过1万人。这是贝索斯大力推广的业务,亚马逊多年来对该业务投入颇多,其市场表现也一度亮眼。

但这条路似乎还是没有走通。在2022年年底规模空前的大裁员中,Alexa出人意料又情理之中地成为目标。原因在于,Alexa长期贱卖,但用户量反而被苹果、谷歌

的语音助手服务超越。

据ABI Reasearch,亚马逊每售出一台Alexa就会损失数美元。智能音箱Echo Dot售价50美元,成本估算31美元,但实际上动辄促销,以29美元的价格售卖。另据Business Insider,Alexa团队仅今年的亏损就接近100亿美元。今年第一季度,亚马逊包括Echo智能音箱、Alexa和流媒体服务的全球数字部门运营亏损超过30亿美元。

类似的情形似曾相识。今年6月,亚马逊Kindle宣布将于2023年正式退出中国,停止在中国的电子书店的运营。同样是高开低走,Kindle曾将中国视为第二大市场,但在国产电子书的挤压下,Kindle难以以每月12元的会员费打动消费者。硬件铺开了,软件却不能吸引消费者持续付费,硬件的贱卖变成了一种“延迟失望”。

不论是今年Kindle决定退出中国,还是下手裁员Alexa部门,都在对外释放明确的信号:当延迟满足变成了延迟失望,软硬兼施的路需要被重新审视。

2022年,对亚马逊来说无疑是经历了一场败局。而在败局之中,倒也能看出贝索斯接任者贾西的杀伐决断,“瘦身”将是亚马逊很长一段时间的主旋律。

艰难瘦身的同时,亚马逊也在“服软”。

仅就电商业务而言,一方面,亚马逊在今年11月宣布在美国推出“账户状况保障计划”,发给商家的通知中称:“只要我们的团队能在72小时内联系上您,而您也能积极协同我们解决账户问题,那么您的销售账户就不会被停用。”

另一方面,心高气傲的亚马逊,终于开始向社交购物学习了。亚马逊正在内测名为Inspire的功能,这是一个类似TikTok的图片和视频信息流,会根据用户选择的兴趣类型展示定制内容,内容由其他用户、品牌和达人分享,用户可在刷新信息流的同时直接下单购买商品。

除此之外,在欧洲经历了三年的反垄断调查,亚马逊也在本月被传出与反垄断机构达成和解。该反垄断调查针对的是亚马逊利用用户数据打压竞争对手,而亚马逊现在同意在购物车内提高竞品的曝光度。另承诺对不太在意配送速度的用户提供优惠选项。“我确实认为亚马逊总有一天会破产。”2018年,在美国西雅图一场全员大会上,有员工提问“亚马逊的未来前途如何”,贝索斯如是说道。

在贝索斯看来,大公司一般只能存在30多年,但无法存在100多年,而亚马逊的种种努力是在推迟破产之日的到来。

成立于1994年的亚马逊,距离而立之年还有不到两年的时间。

4-082

爱心老人活动中心

Agape Health Management, Inc

www.agapehealthva.com

- 照顾日常生活需求
- 每天专车接送至日间活动中心
- 提供营养丰富的中式早餐、点心、午餐
- 设备完善、健康安全、活动内容丰富多彩
- 提供日间、居家双重护理
- 提供日常翻译、预约看病等服务
- 为身体功能障碍者提供康复物理治疗及专业护理
- 拥有爱心专属药房

联系电话:

571-409-3345 (海伦)

571-599-2570 (丽莎)

703-354-2323 (传真)

703-354-6767 转 112

(办公室李小姐)

诚心 爱心 尽心
孝心 心型服务 细心
精心 热心 耐心

急聘RN, PCA: 男女护工多名(有PCA证书优先)、全职/兼职护士(RN)

6349 Lincolnia Road, Alexandria, VA 22312

维州最完善的活动中心

3850 Dulles South Ct, Chantilly, VA 20151