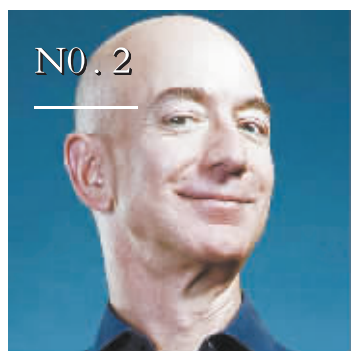


打败贝佐斯 谁将LVMH总裁推上首富宝座



NO. 1

贝尔纳·阿尔诺 | 71岁 | LVMH | 法国
净资产 1165亿美元



NO. 2

杰夫·贝佐斯 | 56岁 | 亚马逊
1156亿美元



NO. 3

比尔·盖茨 | 65岁 | 微软
1106亿美元



NO. 4

沃伦·巴菲特 | 90岁 | 伯克希尔·哈撒韦
906亿美元



NO. 5

马克·扎克伯格 | 36岁 | 脸书
882亿美元

在无数女人买买买的贡献之下,LVMH总裁兼CEO贝尔纳·阿尔诺成功挤下了亚马逊创始人贝佐斯,登顶世界首富。一面是充满了精致与艺术感的“世界奢侈品教父”,一面又是发起收购毫不手软的“穿着开司米衫的狼”,阿尔诺的身上从来都不缺少故事,连带着LV的股价也在过去一年里大涨60%。只是在群雄环伺的奢侈品战场上,放话容易,但真正做到,可能又是另一回事了。

圣罗兰、宝缇嘉、巴黎世家等品牌。

而在这之前,为了集中火力在奢侈品领域与LVMH较量,开云也已经先后抛弃了Puma、Stella McCartney和Christopher Kane等非奢侈品牌。也是在剥离的背景之下,对Moncler的收购则显得目标更加明确。

虽然比起LVMH,开云集团的2019年过得并不那么耀眼,但在市场方面,开云绝不是能够轻视的存在。数据显示,2019年,开云集团股价累计上涨近50%。而自打1999年开云从LVMH手中“抢走”古驰开始,LVMH与开云就走上了一个微妙的对立面,仿佛一举动都带有针锋相对的意味,其中最明显的便是LV与古驰的较量。

而当LVMH与开云集团明争暗斗的时候,另一奢侈品巨头历峰集团也是不能小觑的对象。毕竟在珠宝行业,历峰集团的地位已经相当稳固。历峰集团2019财年的报告显示,包括卡地亚、梵克雅宝、江诗丹顿、沛纳海和IWC万国表等知名品牌在内的珠宝和腕表销售总收入超过了100亿欧元,遥遥领先对手。咨询公司贝恩公司的数据显示,珠宝已经是奢侈品行业增长最快的业务之一,2018年全球珠宝市场规模增长了7%,达到180亿欧元,而这或许也是LVMH必须拿下蒂芙尼的重要原因之一。

但要客集团CEO、要客研究院院长周婷则对北京商报记者表示,开云实际上与LVMH并不在一个竞争层面,LVMH有酒、有媒体板块、有百货、有时尚珠宝,从品类分布和整个体量方面来看,并不是开云可以竞争的。而LVMH的问题是,其他奢侈品集团要抱团取暖对抗它,对LVMH来讲应该更注重于产业链的深度布局,以稳固自己的航母位置。

此外,周婷称,未来5-10年从运营上真正挣到钱也是LVMH的一个挑战。运营是很赚钱的存在,但LVMH有新收购的品牌,还有不同品类,所以未来十年,LVMH集团内的大小中等品牌如何平衡业绩以及导入资源,包括市场营销、资金配比、客户资源的配比都是非常细节的问题。最后,就是线上部分的发力,不排除LVMH可能会跟一些互联网公司有一些合作,比如股份方面的参股合作。

北京商报记者 杨月涵

风水轮流转

三年前,贝佐斯从微软联合创始人比尔·盖茨手中接过“世界首富”的头衔,三年后,来自全球最大奢侈品集团LVMH的阿尔诺就从贝佐斯手里抢走了首富的宝座。北京时间19日《福布斯》杂志的实时全球富豪榜显示,阿尔诺的资产达到了1165亿美元,成功登顶,相比之下,贝佐斯资产为1156亿美元。

阿尔诺或许要感谢贝佐斯。上周五美股收盘,亚马逊股价下滑了0.7%,与此相对应的是,贝佐斯身价缩水7.6亿美元。而据《福布斯》杂志的消息,同一天,LVMH集团股价上涨了0.7%,为阿尔诺增加了19亿美元的身价。值得注意的是,去年1月,贝佐斯因为那场“世纪离婚案”,而被前妻麦肯齐分走了25%的亚马逊股份,身价也因此缩水了300多亿美元,但彼时贝佐斯身价排名并未受到影响。

但在资本永不眠的商业场上,唯一不变的就是变化了。一年之后,阿尔诺“打败”贝佐斯。事实上,去年12月16日,阿尔诺身价就曾超越贝佐斯成为全球首富,虽然当时这一现状只维持了几个小时,但现在看来,一切都好

像早有预兆。

阿尔诺的身价不是凭空而来的。不久前,LVMH刚刚官宣,将以162亿美元收购全球奢侈品珠宝商蒂芙尼,一时间,LVMH及蒂芙尼股价齐涨,要知道,162亿美元的价格意味着这将成为LVMH历史上最昂贵的一笔并购交易,同时也是奢侈品行业最大规模的并购案。

LVMH集团汇集了75个知名品牌,除刚刚收购的蒂芙尼之外,LV、迪奥、纪梵希、宝格丽等都在其中。LVMH在全球拥有4590多家门店、15.6万名员工,2018年销售收入攀升了10%,销售额达到468亿欧元,而阿尔诺则通过其家族企业持有LVMH集团近一半的股权。对于股价表现及竞争情况,北京商报记者联系了LVMH,但截至发稿,未收到回复。

“狼人”阿尔诺

靠着一手锻造出来的LVMH奢侈品帝国,阿尔诺亦被外界称为“时尚教父”,温文尔雅的气质加上与生俱来的艺术细胞,阿尔诺多次被时尚杂志扣上“最佳着装男士”之类的头衔。但在商业场上,阿尔诺却完全是另一番样子。一个明显的例子是,31年前,当阿尔诺

对LVMH发起敌意收购的时候,法国商界便将其形容为“穿着开司米衫的狼”。

至于阿尔诺入主LVMH,就是另一个故事了,但在外界眼里,阿尔诺的发家史始终逃不过几个关键词,找准时机,趁虚而入;“一招毙命”……即便30年后,再也不见“1法郎收购迪奥”,趁虚而入主LVMH的事,但在并购这方面,阿尔诺还是那个“狼人”。

对待蒂芙尼也是一样。去年末,收购蒂芙尼让LVMH瞬间成为奢侈品行业的焦点,但值得注意的是,2019年正是蒂芙尼业绩下滑的尴尬期,去年上半年,蒂芙尼全球净销售额下降3%至21亿美元,可比销售额下降4%,蒂芙尼几大市场的销售数据也均出现下滑,例如在最大的美洲市场,蒂芙尼的销售额同比下降4%,同店销售额同比下降5%。

这在阿尔诺眼里,几乎就是最好的出手时机。而在这之前,蒂芙尼一度认为报价并未体现其实际价值,不愿意“贱卖”并将拒绝此次收购要约,但换来的就是LVMH再次提高报价“砸钱”,最终联姻成功。彭博资讯分析师Deborah Aitken曾在最近的一份报告中写到,此次收购将使LVMH的珠宝业务规模增加一倍以上,并将其市场份额提高到18%以

上。而LVMH上一次在珠宝领域的动作还是九年前,彼时阿尔诺决定以60亿美元的价格收购宝格丽。

买买买成了阿尔诺的主旋律,咨询公司Alacrastore的数据显示,LVMH集团从1987年至今,已经进行62笔收购,持股74家公司。在一些分析师眼里,阿尔诺没有发明奢侈品牌,但他却发明了整个奢侈品行业。

奢侈品大战

“如果我们将与微软相比较,我们的规模还是很小。这仅仅是一个开始。”4个月前,身价仅有1020亿美元的阿尔诺在接受《福布斯》杂志的采访时做出了这样的表述。对阿尔诺来说,买买买也好,瞄准中国市场也罢,可以肯定的是,现在绝不会是这家巨头的终点,但同时,另一个问题也随之而来——在奢侈品战场上,LVMH并没能做到一骑绝尘。

竞争也要从买买买说起。去年末,在LVMH收购蒂芙尼之后,LVMH的老对手开云集团便传来有意收购高端羽绒服品牌Moncler的消息,开云集团目前则拥有古驰、

Focus

谷歌入局“万亿科技股”还差谁

2020年的“FAANG”延续了前一年如日中天的态势,美股的“万亿市值俱乐部”再添一员大将——谷歌母公司Alphabet。自苹果市值攀上万亿美元的高峰之后,万亿市值似乎成为了检验科技公司发展的标准,之后亚马逊、微软相继登上。而在华尔街的眼中,对于这些掌控未来的科技公司而言,万亿美元只是开始,即使监管的手段从未止步,但同时,科技“利维坦们”的扩张也不会停下。

1.0012万亿美元

当地时间17日,谷歌迎来了自己的高光时刻。当天美股收盘时,谷歌母公司Alphabet股价涨至1451.7美元,市值达到10012亿美元。这也是Alphabet的市值首次突破1万亿美元,成为继苹果、亚马逊、微软之后第四家市值突破1万亿美元的美科技巨头。

从市值排名看,目前Alphabet排在第三位,前两名分别为1.38万亿美元的苹果及1.27万亿美元的微软,二者均在2018年就达到了这一里程碑,虽然亚马逊目前的市值已经跌回了万亿美元之下,为9311亿美元,但亚马逊也曾在2019年4月得到了这一殊荣。

过去一年,相较于苹果靠新款iPhone翻身、Facebook靠Libra饱受争议、亚马逊CEO的首富之位、Netflix在金奖和奥斯卡的提名中打出风头,在“FAANG”中,谷歌的表现似乎并没有那么亮眼,不过,不吸睛并不意味着不吸金,其于去年10月发布的最新一

季财报也暗示了市值猛涨的根源所在。

财报显示,Alphabet在2019年第三季度的总营收为404.99亿美元,高于32名华尔街分析师此前预期的403.2亿美元,较2018年同期的337.4亿美元增长了20%,两位数的增速较为稳健。所有的业务中,广告依然是谷歌的“现金牛”,第三季度的营收为339.16亿美元,高于2018年同期的289.54亿美元,增长了17%,占比为84%。对于未来,华尔街分析师预计,该公司2月3日发布的四季报中广告收入将为469亿美元,同比增长近20%。

信托基金Synovus Trust Co.的高级经理Dan Morgan曾坦言:“谷歌广告业务的确是一个现金牛,一直在以15%-20%的速度增长,如果考虑到这个业务模式已经成熟到何种程度,就会对这一增长速度感到惊叹。”

华尔街对于谷歌一片“唱多”之声。Evercore ISI将其股价目标从1350美元上调至1600美元,并预计Alphabet将继续巩固其在搜索和视频广告领域的优势地位。本周早些时候,德意志银行也将其目标价上调至

1735美元的高点,称该股“交易过于便宜”。

广告之外的故事

诞生于1998年的谷歌,如今已经有22岁了。去年12月4日,谷歌联合创始人拉里·佩奇和谢尔盖·布林双双宣布辞职,谷歌现任CEO桑达尔·皮查伊将接任Alphabet的CEO一职,这意味着谷歌自此完全进入了由皮查伊领导的新时代。市场对此充满期待,Alphabet的股价已经从2019年12月4日的1294.74美元上涨到1月17日的1451.7美元,涨幅达到12%。

对于皮查伊而言,广告故事已是老生常谈,谷歌的新故事才更重要。虽然广告仍保持着两位数的增长,但增速放缓已经是不争的事实。对比2018年前三季度,可发现谷歌无论是自有产品还是网络成员分部广告收入增速均出现了较明显的下滑,2018年前三季度单季,谷歌广告收入均保持20%以上的增速。除此之外,谷歌的付费点击量也出现了增速放缓的明显趋势,去年一季度付费点击量增长了39%,而三季度进一步下滑至18%。与此同时,谷歌在广告领域还面临亚马逊(商品搜索)及Facebook旗下产品矩阵的社交主动型广告的分流。

云业务似乎是谷歌的新马达,定下了2023年成为全球云计算市场第一名或第二名的“小目标”。不过,距离这一目标,亚马逊似乎还有很远。在目前的全球云计算市场中,亚马逊的云服务AWS占据了47%的市场份额,排名第一,微软Azure以16%的市场份额位居第二位,而谷歌则以4%的份

排名第三。

为了达到自己的“小目标”,谷歌开始频繁买买买。去年2月,谷歌宣布计划收购云服务初创公司Alooma;去年6月,谷歌以26亿美元的全现金收购数据分析公司Looker;去年7月,谷歌宣布将收购云存储服务Elasticsearch;今年1月早些时候,有消息称,谷歌可能以2500亿美元收购美国云计算公司Salesforce。

谷歌还进一步挖掘了云游戏的市场空间。去年11月,谷歌旗下的云游戏平台Stadia正式上线。但作为初入局者,谷歌Stadia的游戏体验却并不理想。在玩家们看来,Stadia平台平均50毫秒的延迟还是太高,Stadia里80%的游戏回合正常,但剩下的20%存在掉帧卡顿。此外,Stadia其实并无法达到谷歌自称的“4K+60fps”流畅运行。

FAANG的烂摊子

当然,对于科技巨头们而言,对股价最大的威胁来自于不期而至的监管。谷歌曾是各国反垄断机构的常客。自2017年以来,谷歌在欧洲就收到了近百亿美元的罚款。去年12月19日,法国竞争管理局决定对谷歌处以1.5亿欧元的罚款,以对其滥用市场支配地位行为进行处罚。

这块巨石,不止谷歌背负着。树大招风,FAANG业绩和股价一路走高的同时,过于肆无忌惮的行为早就招致了监管机构的不满。就在谷歌市值破万亿美元的同一天,美国音箱公司Sonos正在国会历数谷歌的“罪行”,起诉谷歌涉嫌侵犯其与多房间音频技

术有关的5项专利。

除了谷歌之外,苹果、亚马逊等都在这场听证会多次“中枪”。生产随身追踪器设备的Tile公司表示,苹果iOS13蓝牙和位置跟踪设备,在功能设计上与Tile公司的产品非常类似。Basecamp公司表示,谷歌会将竞争对手的广告放在其产品上面,逼迫其为了更好的可见性付费;PopSockets公司则表示,在亚马逊上出现的大量仿制品对于自身产生了不利影响。

这场听证会由罗德岛民主党众议员大卫·西西来尼领导,他最终会撰写一份报告,并在今年对国会提出相关建议。当然,西西来尼也表示会给这些科技巨头辩解的机会,并希望科技巨头能够配合他们的调查,让CEO在没有法院传票的情况下提供信息,最好是通过公开听证会进行。

不过,在华尔街眼中,这似乎不会影响科技股们继续走高。华尔街投资管理公司Stern & Co的首席投资官Christopher Rossbach就认为,尽管Alphabet面临着政界人士和监管机构的关注,但市值仍有可能再度翻番。华尔街的共识是,没什么能阻止Alphabet或“FAANG”这些科技公司股价的飙升。

“未来十年,科技股还有成长机会,”前海开源基金首席经济学家杨德龙对北京商报记者分析称:“因为现在科技公司拥有技术优势,在经济中的份额也会越来越大,正在替代传统行业,成为寡头垄断者。可能市值翻倍突破2万亿美元不好预测,但我觉得,科技股后市的还是很大的。”

北京商报记者 陶凤 汤芝甜