责编 关子辰 美编 李烝 责校 杨志强 电话:64101949 bbtzbs@163.com

广告“失灵” 谷歌跌出万亿俱乐部

万亿市值的宝座还没坐热,谷歌就被踢出了这个俱乐部。最新一季度的业绩一发布,不仅没能成为谷歌市值继续高歌猛进的助力,反而因为不及预期的数据被拉低了4%的股价。与其说是始料未及,不如说是趋势使然,广告一直是谷歌的“现金牛”,但伴随着投放格局的多元化,谷歌面临的压力越来越大,云计算成为其下一个重点发展对象。不过,目前看来,在亚马逊和微软的威胁之下,谷歌离“2023年成为老大或老二”的小目标似乎还有点远。

股价大跌4.39%

谷歌的最新表现不尽如人意。当地时间2月3日美股盘后,谷歌母公司Alphabet公布了2019年四季度财报。财报显示,虽然四季度每股收益(EPS)高于市场预期,但营业收入和营业利润均不够理想,营收不及此前分析师的预期,而营业利润已经是最近10个季度中第九个季度逊于市场。

具体来看,在截至2019年12月31日的四季度中,Alphabet营收为460.8亿美元,较上年同期的392.76亿美元增长17%,按固定汇率计算增长19%,但不及市场分析师平均预计的469.4亿美元,营收增长则是2015年来新低。其中,谷歌四季度实现的营收为458.12亿美元,较上年同期的389.98亿美元增长17%。

除此之外,Alphabet的营业利润为92.66亿美元,较上年同期的82.21亿美元增长13%,市场预期为97.9亿美元;净利润为106.71亿美元,较上年同期的89.48亿美元增长19%;每股收益倒是达到了市场的要求,为15.35美元,高于上年同期的12.77美元,超出分析师此前预期的12.53美元。

分业务来看,广告仍旧是谷歌的收入支柱。谷歌的四季度网站营收(即谷歌自己的网站所产生的营收)为319.02亿美元,高于上年同期的269.25亿美元。网络会员营收(即谷歌合作伙伴网站通过AdSense计划所产生的营收)为60.32亿美元,高于上年同期的55.93亿美元。谷歌的四季度广告营收(即网站营收与网络营收之和)为379.34亿美元,较上年同期的325.18亿美元增长17%,增速低于上年同期的20%。

从这份财报来看,谷歌的整体表现并不算好,尤其是营业收入和利润均不及预期,以及广告收入增速的进一步放缓。由于这一原因,谷歌的股价立即应声大跌。盘后,其股价下跌了4.39%,报1417.5美元,总市值跌破万亿美元,至9776亿美元。市场的这一反应与1月截然相反,彼时谷歌迎来了自己的高光时刻,以10012亿美元的市值成为继苹果、亚马逊、微软之后第四家市值突破1万亿美元的美国科技巨头。

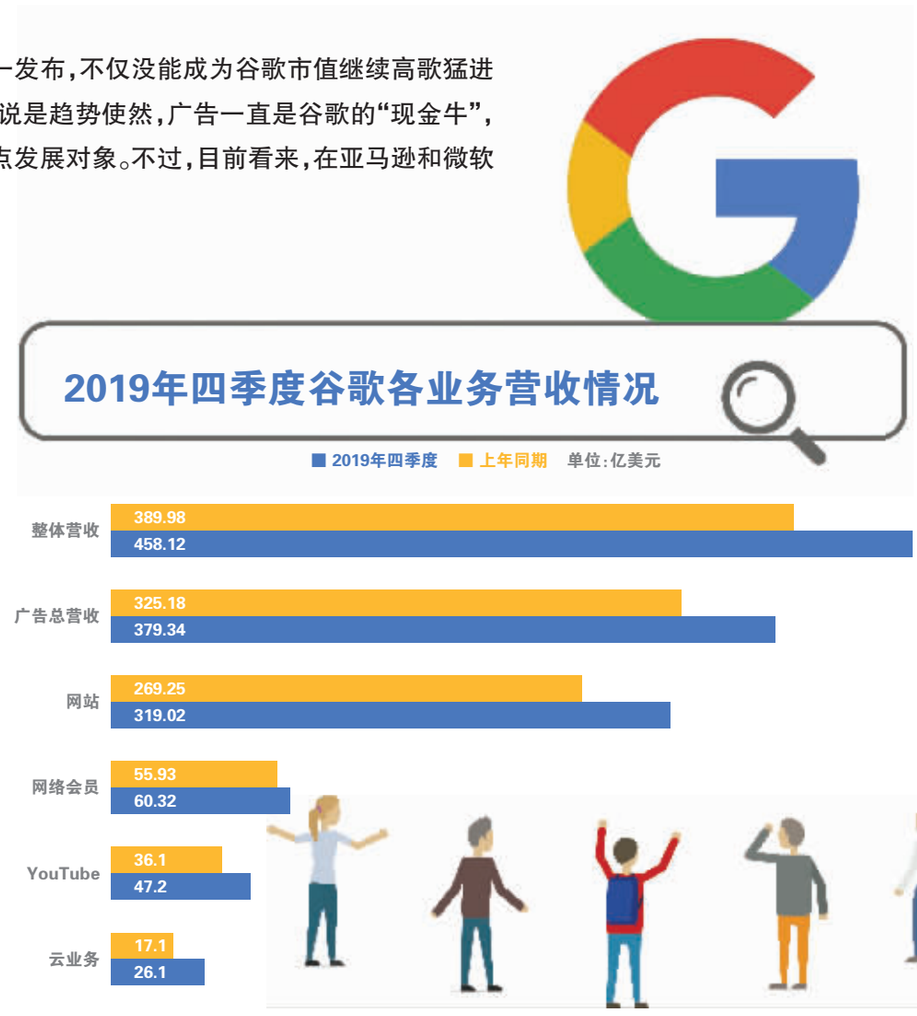
如今股价大跌的这一幕似曾相识。2019年一季度,谷歌发布了疲软的广告销售数据,导致股价随后创出自2010年4月以来的最大单日跌幅7.5%,市值蒸发超过670亿美元。之后,Alphabet发布了不及预期的2019年三季度财报后,股价又在第二个交易日下跌了4%。对于业绩不及预期的具体因素,北京商报记者联系了谷歌媒体联络中心,但截至记者发稿还未收到具体回复。

YouTube露真容

当然,这份财报也并非毫无亮点,谷歌各项具体业务的数据终于露出了庐山真面目。长期以来,分析师和投资者一直呼吁Alphabet披露更多业务方面的细节。在此次财报中,谷歌首次披露了旗下YouTube、云计算等业务的具体营收数据。

具体来看,YouTube 2019年的总营收达到151.49亿美元,较上年的111.55亿美元增长36%,几乎是2017年的两倍;YouTube四季度营收达到47.2亿美元,较上年同期的36.1亿美元增长31%。不过YouTube的营收并不包括类似于YouTube TV等订阅服务在内的非广告营收,这部分营收被计入到谷歌的其他营收当中。从业务收入贡献占比来看,Youtube在2019年全年贡献Alphabet旗下谷歌业务总收入的13.4%。

云计算方面的发展也十分迅猛,距离年收入百亿美元已近在咫尺。财报显示,谷歌云业务在2019年的总营收达到89.2亿美元,较上年同期的58.4亿美元增长了53%,较2017年增长了一倍以上;其四季度营收为26.1亿美元,较上年同期的17.1亿美元增长53%。



这或许是谷歌现任CEO桑达尔·皮查伊新官上任三把火其中之一。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,皮查伊将接任Alphabet CEO一职,谷歌自此完全进入了由皮查伊领导的新时代。因此,此次单独披露YouTube和云计算业务的营收,意味着谷歌在提高财务透明度方面迈出了一大步。

不过,也有分析认为,谷歌之所以选择在这份财报中开始单独公布Youtube和云业务的收入,是为了转移外界对其广告收入增长不及预期的注意力,试图借此提醒外界,自身旗下除了广告以外,仍有其他快速增长的新兴业务。

不过,在被问及首次披露YouTube业绩的正式原因时,Alphabet的发言人表示,除了在新闻稿和电话会议中发表的评论外,没有额外可分享的信息。皮查伊和首席财务官露丝·波拉特在电话会议上都表示,此举是为了洞察业务。波拉特在声明中表示:“为了进一步洞察我们的业务和未来的机遇,我们现在以更细腻的方式披露我们的营收情况,包括搜索、YouTube广告和云计算服务等”。

小目标和新挑战

转移注意力也好,表决心也罢,谷歌的改变的确势在必行。从广告增速的持续放缓可见,谷歌需要为自己寻找下一个“现金牛”了。互联网分析师杨世界坦言,谷歌整体营收还算可以,但增长幅度尤其是四季度达不到分析师的预期,主要有几个原因。第一是市场竞争太激烈,包括Facebook、亚马逊都在抢夺广告市场资源。其次,从全球广告投放市场来看,投放格局变得越来越多元化,不再单纯依赖于以搜索起家的谷歌这种网络广告公司。此外,谷歌现在可能的确达到一个预期的转折点。

杨世界进一步分析称,除了依赖YouTube、搜索以及旗下的各种产品植入的广告形式之外,谷歌目前最大的亮点在于云计算服务营收份额的增长。亚马逊的财报就显示,云计算是其最大的利润来源,所以,从未来的营收方式来看,未来谷歌会逐渐从依赖广告收入过渡到云计算服务收入。

谷歌的确有这样的想法,早就定下了2023年成为全球云计算市场第一名或第二名的“小目标”。但从目前的情况来看,谷歌距离这一目标似乎还有点远。亚马逊的AWS依然是全球云计算市场的领头羊,其2018年营收规模达到了254亿美元,占有31.7%的市场份额;微软Azure为市场第二,2018年营收规模达到135亿美元,市场份额达到16.8%;之后才是市场份额为8.5%的谷歌。

好在谷歌一直马不停蹄加速投资。年初就有消息称,谷歌将要以2500亿美元收购Salesforce,并进一步并扩张旗下云业务。露丝·波拉特也在财报后的电话会议中坦言,公司认为目前的市场竞争情况与以往有很大不同,正在积极地投资,而且营销团队也在不断扩大,将在三年内扩大3倍。公司还做了产品规划,拓展全球市场和基础硬件建设。

但谷歌的竞争对手们同样开足了马力。在最新的2020财年二季度财报中,微软“智慧云业务”(Azure、服务器产品和企业云)创造了119亿美元的营收,同比上涨了27%,其中,Azure大增了62%。2019年,亚马逊云服务(AWS)陆续推出约77项新的产品、功能和服务,在最新一季度财报中,2019年四季度的营收为99.54亿美元,同比增长了34%,超过了分析师预期的98.1亿美元。

北京商报记者 陶凤 汤艺甜

聚焦 Focus

油价暴跌入熊 OPEC酝酿减产“救市”

油市也没能逃过这一轮黑天鹅——又一轮大跌之后,原油不可避免地踏入了熊市。供过于求的格局本就让原油价格低迷不振,突发的疫情却进一步加剧了全球能源需求的担忧。如今,沙特已经坐不住了,市场上频频传出石油输出国组织(OPEC)酝酿减产的消息,只是油价依旧“跌跌不休”,减产这一招是否能够奏效,可能还要另说。

当地时间周一,WTI原油期货下跌2.8%,收于50.11美元/桶,盘中一度触及每桶49.91美元的低点,较1月8日盘中高点65.65美元/桶下跌了23.7%,这意味着WTI原油已经步入熊市区域。与WTI类似,布伦特原油价格周一也暴跌了近4%,收于每桶54.45美元,较1月高点下跌了24%,同样进入熊市。

“近年来,石油市场遭受了许多供应冲击,但自2008年金融危机以来,从未出现过严重的需求冲击。”在周一给客户的一份报告中,加拿大皇家银行的Michael Tran如此说道,而他还补充了一个关键的信息,即疫情搅乱了原油市场。路透社也曾援引分析师消息称,中国新型冠状病毒感染的肺炎疫情可能导致今年一季度原油需求减少25万桶/日,对于已供过于求的原油市场再度造成冲击。

也是在这样的背景之下《金融时报》4日的报道提到,OPEC及其盟国正准备在原油价格进入熊市后紧急削减石油产量,因为他们担心,除非采取行动遏制跌势,否则油价会继续下跌《华尔街日报》也提到,为了应对新型冠状病毒相关的需求担忧,沙特正在敦促OPEC及其盟友在短期内大幅削减原油产量,但这一消息未能为油价提供支撑。

据了解,OPEC+将在2月4日和5日举行技术委员会会议,协调更广泛的减产。他们正在考虑进一步削减每日50万桶的石油产量《华尔街日报》则报道称,沙特可能推动暂时削减100万桶/日的产量以稳定石油市场。去年12月,OPEC+再次达成了深化减产的协议,决定延长减产至2020年一季度,并且在120万桶/天的基础上再次增加50万桶/天的减产额度。

作为与OPEC合作的最大非OPEC产油国,俄罗斯也在1月31日表示,愿意将OPEC+会议提前到2月,据了解,他们正在考虑在2月14日-15日举行部长级会议,而在原计划里,这一会议定于3月举行。需要指出的是,此前,因为利益冲突,OPEC+联盟一度已生嫌隙,但在本周一的一份声明中,俄罗斯总统普京和沙特阿拉伯国王萨勒曼证实,双方准备继续以OPEC+形式合作,以确保全球石油市场的稳定。

即便OPEC+已有减产的影子,但现实的情况是,油价并没有因此得到反弹。厦门大学中国能源经济研究中心主任林伯强认为,外界对OPEC+是否能减产是有疑问的,目前他们本身生产的就已经很少了,如果再减产的话内部可能会有一些问题。此外,也要等到他们真正减产的时候,看他们是否能够使用一些比较严格的方法来对冲中国短期需求的下降,如果可以的话才是有用的。

事实上,在这之前,全球原油供需本就处于失衡状态。以美国为代表的很多非OPEC产油国大幅增加产量的状况让原油始终处于供过于求的局面。数据显示,截至1月24日当周,美国EIA原油库存较此前一周大增了354.8万桶,而在此前的市场预期中,这一数字为50万桶。消息公布后,国际原油期货价格迅速下行。

此外,经济增长疲弱,贸易摩擦问题也导致人们对经济前途比较悲观,从而影响油价。上个月,国际货币基金组织(IMF)发布了更新版《世界经济展望报告》,继去年10月将2020年全球经济增长预期下调至3.4%之后,IMF再次将增长预期下调0.1个百分点至3.3%,同时将2021年的增长预期下调0.2个百分点至3.4%。

以往是增长点的中国需求也已经开始下降,疫情的爆发更让原油需求蒙上阴影。“对于石油市场而言,这确实是一个黑天鹅事件。”纽约Again Capital LLC的合伙人John Kilduff说,“在疫情爆发之前,人们对今年的需求前景充满了希望,但这种希望已被打破。OPEC必须作出反应。如果没有进一步的减产,只会有更多的价格损失。”

林伯强称,中国是全球第二大石油消费国,但却是全球第一大原油进口国,疫情时间一拖,对中国需求影响就大了,因此会直接影响油价,而周边国家也会因此遭受连带影响,比如其他国家的飞机不飞往中国,整体上就对需求产生了影响,供给不变,需求出现比较大的缺口,油价就要下跌了。但林伯强也提到,从长期来看,应该不是大问题,疫情总是要过去的,中国肯定要保经济增长,政府会出台一些措施,油价可能很快就会上去。 **北京商报记者 杨月涵**

特斯拉股价飙升 马斯克“翻身”

土别三日,当刮目相看,用来形容特斯拉乃至马斯克,再贴切不过了。当地时间周一收盘时,特斯拉股价大涨19.89%至780美元,创下2013年以来的最大单日涨幅,盘中最高达到786.14美元,至此,特斯拉市值达到1405.91亿美元,距离特斯拉第二个目标——1500亿美元只有一步之遥。而自今年以来,特斯拉股价更是上涨了86%,马斯克的财富也因此增加了135亿美元,增幅在彭博亿万富翁指数中位列第一。

一路飙升的股价是有迹可循的。为特斯拉股价助力的最新一个消息来自于松下,当天,松下发布的财报显示,在多年的生产问题和延误之后,其与特斯拉合资的美国电池业务首次实现季度盈利。按照松下的说法,由于特斯拉电池业务的改善和成本削减,松下2019年10-12月当季营业利润增长3%,至1004亿日元,约合9.15亿美元,超出分析师预期49%。

要知道,在这之前,由于猛砸16亿美元与特斯拉合建电池工厂,却未能产生稳定的回报,松下与特斯拉的关系一度变得紧张。去年4月,马斯克还曾表示,电池生产已经成为制约特斯拉Model 3轿车产量的因素。而松下也正转向与丰田汽车寻求电池合作,日前丰田汽车宣布将与松下成立合资公司,用于生产电动车使用的动力电池。

值得注意的是,就在松下发布财报的同一天,中国智造再下一城,宁德时代发布公告称,拟与特斯拉签订协议,为后者供应动力电池产品。事实上,早在特斯拉上海超级工厂动工期间,宁德时代牵手特斯拉的消息就已传出,如今,特斯拉国产Medel 3已经交付,再联系合作宁德时代的消息,特斯拉的目的不言而喻——上海工厂加速国产化。

事情正朝着马斯克希望的方向走去。上周,特斯拉还发布了2019年四季度财报,财报显示,特斯拉四季度营收73.8亿美元,净利润为1.05亿美元。车辆交付量创纪录,达到11.21万辆。方舟投资管理公司创始人凯瑟琳·伍德甚至表示,目前特斯拉股价仍被严重低估,预计2024年特斯拉股价将达到7000美元,较当前股价上涨约10倍。

这样的情景与2019年初时候的特斯拉形成了鲜明的对比。那时候特斯拉股价一度腰斩达到了190美元,而在这之前,股价大跌,私有化压力让马斯克甚至泪洒采访现场,但那个时候,迎接他的依旧是特斯拉股价的大跌,空头用行动告诉马斯克,华尔街不相信眼泪。

但现在,一个更奇怪的现象出现了。上个月,即便特斯拉股价在短期内翻了一番,但特斯拉却从苹果手中再次拿回了“华尔街被做空最多的股票”这一头衔。金融分析公司S3 Partners收集的数据显示,彼时借来用于做空的特斯拉股票规模已达145亿美元,特斯拉成为被做空最多的股票。但一个可以对比的数据是,鉴于苹果市值是特斯拉的14倍,因此苹果股票中只有1%被做空,而特斯拉股票中却有20%被做空。

未来尚不好说,但眼下的特斯拉确实打出了一场漂亮的翻身仗。S3 Partners的数据显示,自年初以来,做空特斯拉股票的投资者已累计损失逾80亿美元,其中仅周一股价飙升就令做空者损失近25亿美元。按照S3 Partners的说法,特斯拉的做空者比其他任何一只美国股票都要多,其空头净额比率超18%。 **北京商报综合报道**