编辑 汤艺甜 美编 张彬 责校 池红云 电话:64101949 bbtzbs@163.com

美欧齐动手 FAAG腹背受敌

一场科技巨头的全球反垄断风暴正在酝酿,美国科技巨头首当其冲。面向欧盟,英法数字税只是开始,欧盟整体的《数字市场法案》和《数字服务法案》已经箭在弦上。更重要的是,这些科技巨头的“后院”也已经起火,美国国内的反垄断调查和诉讼一波接着一波。狂奔20多年之后,“Don`t Be Evil”不再是互联网巨头的信条,监管后知后觉,科技企业的反垄断也终于引起了足够的重视。

达摩克利斯之剑

在审查美国科技巨头这条路上,欧盟从来不遗余力《数字服务法案》即将面世,与之相伴的还有《数字市场法案》,一直悬在科技巨头头上的达摩克利斯之剑可能很快就要落下。综合多家媒体的报道,欧盟委员会计划将于当地时间15日公布一系列具有开创性的新规则,加大对数字市场和服务的管理,并更好地应对美国科技企业在欧洲的不正当竞争以及避税等问题。

新法案将矛头对准“看门人”公司。根据彭博社看到的一份草案,“看门人”公司由欧盟委员会根据用户数量、总营收以及它们对单一市场的重大影响等标准来界定。如果这些公司不遵守欧盟公布的数据使用新规,那么这些科技巨头或将面临高达年收入10%的罚款。英国广播公司(BBC)称,预计上述两部新法将关注竞争,并让平台对托管的内容负责。法案的关键部分预计将涉及谷歌和脸书等大公司的主导地位问题。

审查美国科技巨头可能是欧盟的“心头病”。早在今年2月《数字服务法案》的立法工作便已启动,欧盟委员会计划用新的《数字服务法案》取代20年前通过的、目前已不再适用于当今时代的欧盟2000年《电子商务指令》。今年6-9月,该法案征集意见,此后欧盟委员会确定将在今年12月15日正式对外公布。

而据欧盟多家媒体报道称《数字服务法案》直接指向美国几大科技巨头目前存在的突出问题,比如内容审核问题、不正当竞争行为等。根据该法案,如果科技巨头的市场主导地位被认为威胁到客户和较小竞争对手的利益,它们将可能被强制要求分拆或出售部分欧洲业务。如今,两项法案的确立也意味着欧盟正在制定“数字宪法”。

赛意企业研究所研究部主任、武汉大学客座研究员唐大杰认为,欧盟对以美国为主的这些科技巨头的态度其实历来如此,包括不停地进行调查、反垄断、加征数字税等,其背后的原因就是在数字经济大潮里面,欧盟严重落后,很多钱被美国互联网巨头赚走,主张针对互联网大佬征收数字税的呼声也特别高,目前已经形成共识。

围剿科技巨头

对科技巨头来说,危险不只来源于欧盟。不久前,美国联邦贸易委员会(FTC)和来自48个州及地区的总检察长便联合提交了两份针对Facebook的独立反垄断诉讼。诉讼内容显示,FTC希望联邦法院发布一项永久禁令,要求Facebook剥离包括Instagram和WhatsApp在内的资产,禁止Facebook向软件开发者施加反竞争条件,且Facebook未来的收并购案都必须寻求事先通知和批准。

Facebook不过只是科技巨头面临反垄断调查的一个缩影。今年10月,美国司法部就曾起诉谷歌,称其涉嫌利用市场支配力打压竞争对手,也成了20多年来美国针对科技巨头的最大反垄断诉讼。据了解,FTC从2019年开始便已对亚马逊、苹果、谷歌、Facebook进行反垄断调查。

今年7月,一场关于FAAG(Facebook、苹果、亚马逊、谷歌)的“鸿门宴”更是将美国对科技巨头的“敌意”推上了高潮。这场以反垄断为主题的听证会长达5个小时,各家巨头的CEO也使出浑身解数,尽管回应的重点各不相同,但无外乎都在强调一个问题,即他们所处的市场竞争激烈,他们的创新产品和服务给消费者提供了便利。

尽管这可能是巨头们自证清白的话术,但其中也确实有一定的道理。调戏电商创始人冯华魁称,对科技巨头来说,他们的强大是伴随着扩张进程的,一旦停止扩张可能就会很被动,这也是竞争导致的互联网巨头成长的必然结果,因此现实的情况导致他们不得不这样做。另外,企业背后的资本也需要更多回报,督促他们扩张。

至于最近这段时间,美国对科技巨头的紧追或许就是另一个问题了。唐大杰称,在这次大选中,Facebook、推特等引起了很多人的不满,导致在美国科技巨头也被推到了风口浪尖。事实上,本来共和党是更多偏向于企业的,这也是共和党的政策基础,但此次大选中互联网巨头对共和党并不友好,就导致原来偏向企业的共和党也呈现出了对企业不友好的态度,这是一个重要的转变。

腹背受敌,对于美国科技巨头而言,情况变得越发不妙,而这种情况还有蔓延的态势。除了欧盟整体层面之外,法国已经率先开征数字税,随后,英国、意大利、西班牙、奥地利等欧洲国家都提出了类似的数字税方案。不久前,加拿大财政部还宣布计划从2022年开始对谷歌、Facebook等提供数字服务的公司征税。加拿大政府预计,这项税收在未来五年内帮助其增加34亿加元的收入。

全球反垄断潮起

这场关于科技巨头的围剿正在全球展开。数据显示,自2017年至2020年8月10日,FAAG在全球范围内共遭遇了17个国家和地区的反垄断调查及纠纷,共达84起。其中,谷歌被卷入27起纠纷,亚马逊和苹果均为22起,Facebook共有13起。而围剿的对象也不只是FAAG。近日,中国国家市场监管总局依据《反垄断法》对阿里巴巴投资、阅文集团、丰巢网络3家企业未依法申报违法实施集中案作出行政处罚,引发社会广泛关注。

这可能会是全球互联网企业发展历史上浓墨重彩的一笔,一如22年前。1998年5月,美国联邦司法部和20个州的总检察长,对当时全球最有权势的科技巨头微软公司发起了反垄断诉讼。据了解,这场旷日持久的诉讼横跨了克林顿与小布什两届美国政府。虽然微软避免了像T&T一样被拆分,但仍旧元气大伤。

22年后,那些在1998年刚刚成立或者刚刚崭露头角的互联网企业站到了舞台的中央,也站到了风暴中央。在评价今年7月的科技巨头世纪听证会时,微软创始人比尔·盖茨就曾提到,比起以前,现在的监管对这些CEO们友好多了。一个颇为讽刺的细节是,2018年,给自己打了十多年“Don`t Be Evil”标签的谷歌却在最新发布的行为准则中将这一口号完全删除,据了解,这一准则始于2000年,即微软面临诉讼的两年后。

在冯华魁看来,美国、欧盟和中国都出现了针对巨头的反垄断做法,也证明是互联网发展到一定的成熟阶段之后出现了一种反潮流,在互联网20年的发展之后,大家也能发现垄断带来的危害也很多,曾经的监管措施对新经济来说没有用。互联网是提高效率的方法,但效率的作用让巨头越来越强大,对竞争对手的排挤也越来越多,对法律治理、社会公平也带来挑战。

更重要的是,在经济下行压力之下,反垄断也有着非同寻常的意义。互联网分析师杨世界称,目前全球都在反垄断,尤其是针对互联网企业。整体上来看,首先是因为经济下行背景会影响中小企业创新,全球政府机构肯定会依据本国资源流通采取相应的反垄断措施,促进本土企业形成有效竞争力。欧盟制裁美国的互联网企业也是为了保护本土企业的竞争力。

“第二也是为了保障本土企业在资源方面生产力的流通。此外,如果经济下行压力大的话,外企干预本土经济也会造成本土政府机构不能最大程度地实行控制,这也是欧盟施压美国科技巨头的一个很重要的原因。”杨世界称。

北京商报记者 杨月涵

聚焦 Focus

14年缘尽?阿迪达斯欲甩锐步

在豪掷38亿美元购下锐步14年后,阿迪达斯还是没能实现强强联合的美好愿望。仅占总营收7%的现状,让锐步在阿迪达斯的版图里显得有些鸡肋,食之无味弃之可惜。在外界四起的流言里,阿迪达斯似乎还在犹豫,到底要不要忍痛出售,毕竟在当下这个零售业寒冬里,到了竞争对手阵营里的锐步,仍然有可能会成为日后刺向自己的利刃。

事实证明,阿迪达斯打算出售锐步的想法不是空穴来风。当地时间12月14日,阿迪达斯在官网发布声明,称正在为其子公司锐步(Reebok,鞋类品牌)评估替代选项,可能包括出售这块业务。不过,阿迪达斯也表示,潜在的选项也包括保留锐步。

根据安排,阿迪达斯将会在2021年3月10日公布公司新战略时决定锐步的命运。无疑,这是阿迪达斯是对近期外界猜测的回应。

最近,越来越多的小道消息与此有关。早在10月下旬,就有传闻称第一批被曝有意收购锐步的团体包括Vans母公司威富集团。上个月《金融时报》报道称,私募股权集团Permira和Triton有意接盘。日前,据彭博社报道,阿迪达斯正在研究出售锐步,估值大概在15亿-25亿欧元之间。

对于传闻的真实性等相关问题,阿迪达斯相关负责人告诉北京商报记者,到目前为止公司还没有作出任何决定,由于也可能决定继续拥有锐步,因此公司不打算对潜在买家或锐步业务的潜在售价进行推测。

虽然到明年3月一切才会揭晓,但在此之前,锐步之于阿迪达斯的意义,外界早有定论。

“收购锐步是公司发展历程当中最昂贵的错误之一。”阿迪达斯CEO卡斯珀·罗斯特曾一语中的。

二者正式“结缘”是在2006年,阿迪达斯以38亿美元价格收购了总部位于美国波士顿的锐步。阿迪达斯的想象很美好,希望通过强强联合与美国最大竞争对手耐克争夺市场。

彼时,比阿迪达斯还要“年长”53岁的锐步,在几经沉浮之后,产品销售和利润收入从榜首滑落,位居阿迪达斯和耐克之下,成为世界排名第三的运动鞋品牌。而在收购前一年,耐克的市场占有率为36.6%,阿迪达斯的市场占有率为22.2%。

不过,后来的发展却并未如阿迪达斯所愿。模糊的定位加上略过时的设计,让锐步的发展不尽如人意,转型没有太大起色,亏损也一直如影随形。直至2018年,锐步才终于扭亏为盈。

这与2016年上任的卡斯珀·罗斯特德不无关系。彼时,他定下目标要在2020年恢复锐步的盈利,并表示对待阿迪达斯和锐步会一视同仁。之后锐步启用了新的LOGO,定位在健身行列,终于在2019年初重新获得利润,业绩也开始缓慢增长。

根据上述负责人给的数据,锐步在2019年恢复了收入增长,主要受北美地区在2019年实现两位数增长的推动。以欧元计算,2019年锐步的收入增长了4%,达到17.48亿欧元。

即便出现了增长,但在阿迪达斯的整体版图里,锐步17.48亿欧元的营收,仅占阿迪达斯当年236亿欧元总营收的7%。

到了今年,疫情的突袭让事情再次出现了转变。11月10日,阿迪达斯发布的前三季度业绩显示,净销售额同比下降了18%,营业利润同比大幅下滑了78%至5.26亿欧元。

对于利润暴跌的原因,阿迪达斯表示是受疫情影响,公司支出增加所导致的,其中主要包括大中华区的产品回收、采购订单取消、库存增加和坏账准备金的增加,以及与零售门店和锐步相关的损失。其中,前三季度锐步品牌营收下降了20%。

具体到三季度财报,虽然当期阿迪达斯整体的收入出现了回升,但仍同比下降7%,其中阿迪达斯品牌销售额同比下降2%,而锐步品牌销售额同比下降了7%。

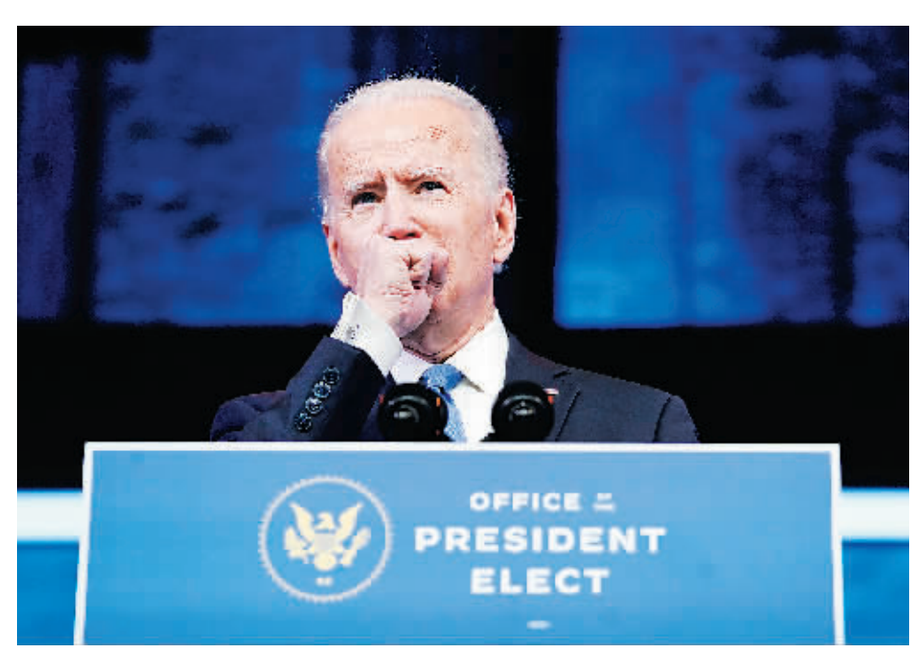
另外,从品牌自身的价值来看,锐步也大不如前。2019年,阿迪达斯将锐步的账面价值较2018年减记近一半至8.42亿欧元,相较于收购时的价格更是相去甚远。

虽然“甩包袱”可能会让阿迪达斯更轻松,但值得一提的是,在潜在的收购对象里,威富集团刚刚拿下了“万物皆可Supreme”的潮流品牌Supreme,这意味着如果锐步被拿下,对于阿迪达斯的威胁也不容小觑。

北京商报记者 陶凤 汤艺甜

·图片新闻·

美国选举人投票正式选举拜登为总统



当地时间2020年12月14日,美国特拉华州威尔明顿,美国当选总统拜登就选举人团投票发表讲话。CFP/图

美国各地选举人14日进行投票,正式选举民主党人约瑟夫·拜登为下一任美国总统。

美国50个州和首都华盛顿哥伦比亚特区当天分别举行选举人会议,投票选举下任总统。最终统计显示,拜登赢得306张选举人票,寻求连任的现任总统唐纳德·特朗普获得其余232张。选举人团同时选举拜登的竞选搭档卡玛拉·哈里斯为下一任美国副总统。

美国总统选举实行“选举人团”间接选举制度。选举人团由538名选举人组成,获得半数以上即至少270张选举人票的候选人方能获胜。各州的选举人通常按照“赢者通吃”原则,将选举人票投给在该州普选中得票率最高的候选人。

拜登14日晚在特拉华州威尔明顿市发表讲话,称新一届政府面临的紧迫任务包括控制新冠疫情、推动新冠疫苗接种、为美国人提供更多经济救助以及重建美国经济。

2020年美国大选于11月3日举行。统计显示,拜登和特朗普分别赢得8100多万和7400多万张普选票。但是,特朗普宣称此次选举存在大规模舞弊行为,迄今未承认自己败选。截至14日深夜,特朗普本人及其竞选团队均未就选举人投票结果表态。

据新华社