

贝索斯与亚马逊的27年



亚马逊：车库卖书到商业帝国

7月5日，是亚马逊CEO贝索斯正式卸任的日子，一个全球互联网线上零售的传奇时代或许即将过去。

回溯贝索斯的上一次离职，还是1994年，这也是美国第一次互联网泡沫出现的时期。2300%！一组数据显示，网络的使用量在以每年这样飞快的速度增长。

贝索斯正是被这组数据打动，他当机立断，辞去了对冲基金公司DESCO副总裁的职位，钻进了西雅图的一个车库，拿出所有积蓄创办了亚马逊公司。

当时的亚马逊，只是一个小众二手书卖家平台，谁也没有想到，它在不久的将来，重塑了全球零售市场。商场不再受欢迎，人们只要点一下鼠标，便可以在家中收到各种商品。

亚马逊上线后的一个月内，这家公司已经可以向美国全50州及另外45个国家配送商品。而在亚马逊成立后的五年间，他们的顾客

注册账户从18万激增至1700万，销售额从51万美元增长到超过16亿美元。

公司实力与日俱增的同时，运气也带来了不少加成。1997年亚马逊上市时，遇到了大牌投资者们对网站的第一波投资热，从而筹集到了5400万美元。

但即便有了资本的青睐，亚马逊依然仅仅涉及低利润率的零售业务。华尔街为此认为，这家公司永远不会成为一家超级赚钱的大型企业。

现在，没有人会持有这样的看法了，因为云计算业务成为了亚马逊的印钞机。贝索斯比所有人都早地预测到了云计算的潜力，早在2006年，亚马逊就已经推出了云计算方面的Web服务AWS。这比微软的Azure早了四年，比谷歌云早了七年。

此后的许多年里，AWS成为了亚马逊的利润引擎。2020年，尽管AWS的收入仅占该公司总收入的12%，但AWS却为该公司贡献了60%的年度营业利润。

其实，亚马逊一开始并不叫Amazon，而

是叫Cadabra。贝索斯为了让公司名字排在前面，选中了“Amazon”。贝索斯的理由是，亚马逊河是世界上最大的河流，孕育了最多物种，这也代表了他想要平台包罗万物的愿望。

正如其名一样，在经历了27年的发展后，亚马逊如愿成为了互联网领域的一条“大河”。从云计算到广告业务再到流媒体，这个公司几乎无所不包。2018年9月，亚马逊的市值突破了1万亿美元，而现在，这个数字已经达到1.77万亿美元。

贝索斯：四面楚歌的世界首富

贝索斯为亚马逊倾注的心血，也成就了自己，1999年《时代》杂志将他评为“年度人物”，使他成为获得这项殊荣的最年轻的人之一，并称他为“电子商务之王”。

如今在市值超过万亿美元的美国四大互联网巨头FAAG中，贝索斯是担任CEO职位最长的创始人。

公司一路飙升的市值，自然也带动着贝

索斯身价水涨船高，使他登上世界首富的位置。最新福布斯全球富豪排行榜实时数据显示，贝索斯身价为1914亿美元，排名第一。

“贝索斯是一个实干主义和理想主义的结合体。”中国人民大学副教授王鹏说道。王鹏认为，贝索斯从目前岗位卸任后，他酝酿的是新一轮的，在可预期的未来能够实现的事业。可能包括人工智能和实体行业的融合，以及生物医药领域的探索。

但回顾贝索斯这一路，却多少有一些“高处不胜寒”。如果说在投资者眼中，贝索斯是有远见、敢想敢做的CEO，那么在亚马逊的员工眼里，贝索斯的形象可能就没有那么高大了。

在2014年的德国柏林第三届国际工会联盟上，贝索斯被“光荣”推选为全球最差老板，这是来自161个国家的超1500名工会代表的选择。一位亚马逊员工曾表示：“如果你表现不好，贝索斯会把你撕得粉碎。如果你表现不错，他会把你干到趴下为止。”

除了自家员工的抱怨，在社会上贝索斯也不得民心。在民众看来，“赚得多缴税多”天经地义，但据美国新闻网站ProPublica报道，贝索斯在2007年和2011年都没有缴纳任何联邦个人所得税。

也许现实世界多少有些配不上贝索斯的未来梦，卸任后的贝索斯决定投身一直着迷的太空。7月20日，他计划乘坐旗下蓝色起源公司(Blue Origin)制造的第一架载人飞机进入太空。

然而令人唏嘘的是，一份不允许他返回地球的请愿书已经收集了将近15万个签名。

反垄断：新舵手如何航行

事实上，随着亚马逊的业务步入成熟增长轨道，过去两年，贝索斯已经不再像此前那样投入巨大精力在公司的日常运营上。

不管是贝索斯宣布卸任还是要上天，对亚马逊的股价或者市值几乎没有影响。市场的不以为意，或许证明了投资者对亚马逊的

信心，证明了他们对贝索斯在过去27年中创造的这个庞大企业机器的信心。

如今，人们普遍相信，亚马逊已经为开发新产品、管理讨论意见的方式和制定重大决策建立了一套流畅的程序。金融科技专家马超分析道，从谷歌、苹果等巨头来看，掌门人的更替并没有对公司经营造成多大影响。

不过，亚马逊的新任掌门人安迪·贾西(Andy Jassy)依然至关重要。贝索斯与贾西之间的交接，标志着亚马逊公司在成立27周年之际迎来了首次领导层过渡。

作为贝索斯20多年的追随者，贾西的最著名成就当属构建了亚马逊庞大的AWS云计算业务。贾西在AWS方面的威信绝不弱于贝索斯，可以说贾西才是亚马逊的灵魂。”马超如是说。

但对贾西来说，未来保住亚马逊的地位，并不是一个轻松的任务。对于新任CEO以及未来如何发展，北京商报记者联系了亚马逊方面，但截至发稿尚未收到回复。

在深度科技研究院院长张孝荣看来，现在的亚马逊是一个巨无霸，可以选择的发展方向很多。作为全球顶尖的互联网综合服务提供商，未来发展方向有可再生能源、零碳经济，这也是贝索斯一再强调的领域。

张孝荣进一步指出，云计算固然是亚马逊现在的重要方向，但是相比而言，反垄断调查更是需要亚马逊努力去解决的问题。

欲戴王冠，必承其重。贾西上任以后，面临的第一个也是最重要的问题，便是来自监管机构越来越多的审查。所以他需要代替贝索斯到国会山，解决公司的“反垄断”难题。

去年10月，在对包括亚马逊在内的科技巨头的竞争行为进行了为期16个月的调查后，美国众议院司法机构反垄断小组委员会得出结论：亚马逊、苹果、Facebook和谷歌形成垄断。

与此同时，美国国会也在考虑针对反垄断进行立法，而这一立法的针对对象之一，正是亚马逊这个庞大的商业帝国。

北京商报记者 陶凤 赵天舒/文 CFP/图

快递证照尚未到手 哪吒速运冒险挺进商业赛道

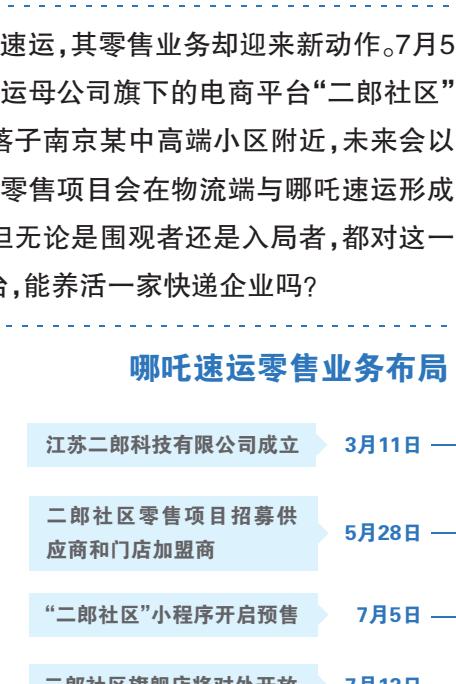
还未申请下快递经营许可证的哪吒速运，其零售业务却迎来新动作。7月5日，北京商报记者独家调查发现，哪吒速运母公司旗下的电商平台“二郎社区”小程序已开启预售，而线下门店目前已落子南京某中高端小区附近，未来会以加盟方式扩展业务。不仅如此，二郎社区零售项目会在物流端与哪吒速运形成联动。然而，尽管官方做足了宣传吆喝，但无论是围观者还是入局者，都对这一新项目疑虑重重：一个零起步的电商平台，能养活一家快递企业吗？

启动线上业务

严格来说，二郎社区零售业务是由哪吒速运“一母同胞”的江苏二郎科技有限公司进行运营（以下简称“二郎科技”）。据天眼查信息，二郎科技成立于2021年3月，为哪吒速运母公司——江苏国信华夏信息产业集团有限公司（以下简称“江苏国信华夏”）全资控股。据了解，二郎社区零售业务主要分为电商平台“二郎社区”小程序和线下门店两大板块。

从平台业务维度来看，7月5日，“品牌城”频道已上线品类包括蔬菜水果、酒水乳饮、日化用品等，而盆栽花卉、水产海鲜还未有商品上架。以水果为例，平台以3斤以上的整装水果、礼盒为主。不过，若是将部分标品价格与其他电商平台相比较，二郎社区的价格略贵。如15瓶270ml的星巴克星选咖啡拿铁咖啡，二郎社区价格为148元，而天猫超市价格为143元；雀巢活性印花三明治冰丝席三件套在淘宝上的售卖价格在99-109元，而二郎社区价格为129元。

值得一提的是，北京商报记者观察发现，用户能在二郎社区平台上依据定位接入距离较近的门店，而这些门店目前主要为哪吒速运的部分网点。这也意味着江苏国信华夏将依托电商平台为哪吒速运的货源引流。一位接近哪吒速运的业内人士向记者透露，二郎



二郎社区旗舰店已入驻南京市中高端小区复地宴南都底商。

社区将会和哪吒速运联动，由后者进行发货，在7月中旬左右，部分区域如河南的加盟商将参与派送。当下哪吒速运招商进程有所暂停，正在等待快递经营许可证批下来。

据了解，目前二郎社区电商平台的收货地区较为有限，仅覆盖包括安徽、河南、湖北、上海、浙江等7个省市，预售商品将于7月18日正式发货。

不只销售商品，二郎社区还开通了社区服务、冷鲜库预约、包裹暂存等。就社区服务来说，涵盖了家政、跑腿、物业管理等入口，目前还未呈现产品细节。

试图对垒群雄

除了线上业务，二郎社区线下门店也在同步推进。一位接近二郎社区的知情人士透

露，目前二郎社区旗舰店为公司直营门店，已入驻南京南站附近的复地宴南都小区底商，正在招募店长和店员，店员大致招聘4-5人，门店与苏宁小店类似，在百余平方米，可实现自提或配送到家功能，因此公司也在招聘配送员。据哪吒速运微信公众号介绍，二郎社区旗舰店预计将在7月12日对外营业。

不过，要想在中高端小区突围，二郎社区旗舰店面临的竞争压力并不低。多位复地宴南都的第三方地产推销商向北京商报记者提及，复地宴南都底商的入驻率接近饱和，社区商业已经成熟，几乎覆盖了居民消费各业态。竞争较为激烈，有两三家做海鲜便利店和火锅食材的底商已经搬离了。”一位推销商表示。

从百度地图提供的信息来看，复地宴南

都小区附近的生鲜零售品牌众多，不仅有世纪华联生活超市、百果园、芙蓉兴盛便利店、谊品生鲜门店环绕，麦德龙距离小区步行仅需7分钟。除此之外，该小区十分靠近复地活力广场等商业群，餐饮、家居等零售消费较为便利。

那么，二郎社区的竞争优势在何处？未来计划在全国开设多少门店？江苏国信华夏相关负责人对此向北京商报记者回应称，二郎社区的运营主要以公众号逐步对外宣传，开业后会公布相关内容。另一位知晓二郎社区的知情人士则透露称，二郎社区的线下门店布局以加盟模式向全国推广，在北京区域，加盟费用在10万-20万元左右，由于目前平台供应商资源有限，因此要求加盟商自身有一定资源，在物流方面，哪吒速运主要承担门店的配送工作。

能否撑起野心

以加盟模式分担经营成本等压力，成为企业快速铺开新项目屡试不爽的动作。在深圳鲸鲜云仓超市有限公司CEO李波涛眼中，无论是加盟还是直营，事实上都是重资产经营。门店除了逃不开租金等成本压力，还需应对社区商业的竞争。

无论做快递物流，还是涉水零售业务，新人哪吒速运一入局便难掩野心。问题是，在部分从业人士眼中，物流端或是零售端似乎一切都悬而未决，不甚明朗。和社区团购平台抑或是各大电商平台相比，二郎社区这个零起步的平台能聚集多少流量，为哪吒速运带来多少货量，未来哪吒速运是否会接入其他电商，都成为业内质疑和关注的焦点。烧钱换流量这场赌注能下多大，能维持多久，既牵扯哪吒速运起步运营的稳定性，更关乎那些投注新快递品牌的加盟商的信心。

不仅如此，从4月14日-5月26日，哪吒速运在国家邮政局提交了共3次快递经营许可证申请，办理状态均显示不予受理，一时间业内讨论纷纷。北京商记者在国家邮政局官网搜索发现，目前哪吒速运仍未获得快递经营许可。近日，哪吒速运通过官方微信公众号表示，中国国信信息总公司目前正与国家邮政局积极沟通全国快递运营许可证事项，此外，哪吒速运也与江苏省邮政管理局保持密切联动，积极满足系统报备、分拨中心设备等各项要求。

快递专家赵小敏分析认为，哪吒速运依靠集团撬动的资源力度和投入力度仍存在变数，因此得放长时间线，观察其商业模式运作和市场反馈，以及其与集团企业客户资源如何合作来切入市场。

北京商报记者 赵述评 何倩

图片来源：哪吒速运