

又遭集体诉讼 苹果“四面楚歌”



不满抽成制度

这一起诉是由英国东英吉利大学竞争政策中心教授、经合组织(OECD)前经济学家肖恩·恩尼斯(Sean Ennis)代表1566名应用开发者向英国竞争上诉法庭提交的。他由律师事务所Geradin Partners提供咨询。

报道称,苹果向开发者收取15%—30%应用内付费佣金不合理。恩尼斯在诉讼中表示:“苹果对应用开发者的收费过高,只因为其在iPhone和iPad上分发应用方面的

垄断地位。这些收费本身就是不公平的,不仅损害了应用开发者的利益,也损害了消费者利益。”

值得一提的是,苹果税看似是苹果向应用开发商收取的佣金,但在部分实际情况中,开发商因苹果税而加重的负担却在一定程度上转嫁到了消费者的身上。比如,消费者在用苹果手机订阅某App会员服务时,价格要高于安卓或者电脑端;而消费者在充值虚拟货币时,花费同样的价钱在苹果手机中充值的数量要少于安卓或者电脑端。

这些程序开发商还认为,正是因为开发

商被剥夺了本可用于推动应用创新的研发资金,英国消费者也在错失良机。

目前,苹果尚未对英国开发者的诉讼作出回应。不过苹果此前曾表示,App Store上85%的开发者不需要支付任何佣金,而且它通过App Store帮助欧洲开发者接触到了全球175个国家的市场和客户。

“诱人”的苹果税

多年以来,苹果一直严格控制着向消费者销售iPhone应用的唯一途径——苹果应用

商店。每一个App更新上线之前,苹果公司都会对其进行检查,并可以下架整个应用程序。同时苹果还可以从iPhone应用程序的所有数字销售额中抽取高达30%的分成。

深度科技研究院院长张孝荣对北京商报记者表示,由于占有垄断地位,App Store设定30%的收益抽成,这被视为“苹果税”,也是让很多开发者难以接受的条件。更重要的是,这项收费并不是单基于软件售价的收费,而是开发商在软件内的所有收费——不管是游戏道具还是订阅服务,都需要向苹果缴纳其收益的15%—30%。

“苹果税”也是苹果最赚钱的生意之一。截至2022财年,苹果公司服务业务毛利率71.7%,接近产品业务毛利率的两倍,比公司总体毛利率高出六成多。仅这一细分市场就超过了多家知名公司,甚至超过耐克和麦当劳收入的总和。

与之对应的是,去年上半年全球来自谷歌应用市场的支出约为213亿美元,同比下降7.4%,且来自谷歌应用市场的这一支出规模仅仅相当于苹果App Store的一半。

通过应用商店疯狂掘金的苹果,应用数量却远不及谷歌。据Finbold数据显示,截至去年第三季度末,谷歌Google Play、苹果App Store以及亚马逊Appstore的应用数量分别为355.31万个、164.28万个、48.33万个。以此计算,苹果应用商店的应用数量与谷歌Google Play存在不小的差距。

事实上,向应用开发商收取佣金并不是苹果的独创,市面上不少应用商店的运营方都会向应用开发商收取佣金。但正如Meta“一把手”扎克伯格在2022年11月末举行的纽约时报DealBook峰会上提到的那样,安卓端除了谷歌商店外,还同时允许其他应用商店的存在,但苹果却是唯一一个可以控制iOS端应用设备的公司。

“苹果的佣金与大多数竞争对手收取的佣金处于同一水平或更低,没有占据市场份额的主导地位。”在反垄断听证会上,苹果CEO库克曾这样为苹果税辩护。根据库克的说法,App Store诞生十余年来,苹果没有抬

高佣金或增加单笔费用,甚至通过改革订阅使得消费成本降低。

在多地被起诉

近年来,有不少大佬和公司曾就苹果税的问题与苹果公司公开叫板,这其中就包括特斯拉CEO马斯克以及扎克伯格,而热门游戏《堡垒之夜》的开发商Epic Games,更是因苹果税与苹果闹得不可开交,甚至对簿公堂。

据不完全统计,因苹果App Store涉嫌垄断,苹果公司至少在6个国家被起诉、调查、举报、立法禁止等。此外,欧盟也于2020年6月对苹果公司开展反垄断调查。起诉方既包括开发者、政府及监管机构,也有用户群体。涉及苹果App Store的指控主要包括佣金抽成过高和不允许第三方支付两项内容。

张孝荣认为,苹果公司在美国所占市场份额巨大,客观上形成的垄断已无法遏止。滥用已形成的垄断地位,侵犯消费者权益或者进行不正当竞争,这是反垄断法要调节的目标。目前,苹果已逐渐放宽第三方支付限制,并在2020年宣布将小型开发者抽佣比例降低至15%。

而对于如何定义垄断,互联网分析师杨世界告诉北京商报记者,如果需要判定垄断,需要在整个市场中进行考量。不过,一些国家已经开始向科技巨头征收数字税,表明政府已经关注到了潜在的垄断的可能,正在逐步表示出政府的态度。

比如,欧盟在最新发布的《数字市场法》中规定第三方应用商店与App Store可以在iPhone或iPad上共存。规定生效后,iOS 17将支持用户通过自有途径安装未经苹果审核的应用。此外,微软也将入驻苹果系统,将在2024年上线自己的应用商店。

除了导致App Store和其他苹果服务发生重大变化外,欧洲立法还推动苹果在其所有设备上采用USB-C接口,这一调整将于2023年实现。

北京商报记者 方彬楠 赵天舒

Focus

一年超5000亿美元 全球太空经济升温

美国太空行业组织——太空基金会发布报告称,全球太空经济在2022年增长了8%,达到5460亿美元,预计未来五年将再增长41%。太空基金会的报告纳入51个政府的支出,以及11个航天工业子行业公司的商业收入。当前,在全球范围内,利用太空高远位置优势,提供通信、导航、遥感等信息服务,仍是太空经济的主要业态。

报告显示,2022年,全球航天行业公司的收入增长至4276亿美元,高于前一年的3962亿美元;其中1/3来自基础设施和对太空活动的支持,例如用于卫星通信的地面站,其余的则来自天基产品,即卫星;最大的单一业务是出售定位、导航和授时(PNT)卫星数据,占有商业收入的39%。

另据欧洲咨询公司发布的《太空经济报告2022》显示,2022年全球太空经济总额达4640亿美元,较上一年度增长8%。太空资本是一家专门投资太空技术的风险投资公司。

去年的收入增长是在风险资本行业出现周期性波动的情况下实现的,由于主要央行加息导致利率上升,许多初创行业获得融资的渠道变得稀缺。

太空资本的报告显示,去年流入太空企业的私人投资大幅放缓至200亿美元,远远低于2021年创纪录的474亿美元。太空资本是一家专门投资太空技术的风险投资公司。

太空基金会研究与数码编程总监莱斯里·康恩表示:“商业太空飞行是整个

太空经济中至关重要的增长领域。在五年内,一定会看到太空和太空资产的正加速和扩张。”

在商业收入增长的同时,去年太空发射的次数也在激增。太空基金会表示,全球2022年共尝试了186次太空发射,高于前一年的145次,商业发射占81次,其中有50次是由埃隆·马斯克麾下 SpaceX公司进行的。

与此同时,各国政府去年在太空项目上的支出增长了8%,达到1190亿美元,低于2021年22%的增幅。

太空基金会预计,随着各国致力于探索月球,并优先考虑具有军事应用的大型卫星星座,今年公共部门在太空方面的支出将加快。

美国国家航空航天局(NASA)正在推进阿尔忒弥斯计划,其目标是重返月球并建立长期科研基地,最终登陆火星。

太空基金会的数据显示,美国占太空领域总支出的近60%,中国排在第二位,占14%,欧洲航天局排名第三,占5%。这三者长期以来都是太空领域最大的参与者,不过与过去相比,更多的国家在整体太空支出方面作出了贡献。

康恩表示:“不仅一直在太空发展的政府增加了支出,而且越来越多的国家加入并成为了太空的一部分。”他指出,目前约92个国家拥有卫星在轨道运行。

与此同时,中国也在加快培育发展太空经济新业态。长期以来,航天技术在我国的自然灾害监测、通信服务、导航等“公共”“公益”服务中发挥着重要作用。当前,我国火箭发射、卫星制造、遥感、通

信、导航等技术已趋于成熟,并开始向大众应用扩张,太空经济融资越来越热。

天眼查数据显示,截至目前,我国现存太空经济相关企业有49.2万余家,其中,近三年(2020—2022年)新增注册相关企业分别为6.5万余家、8万余家以及8.6万余家。

提到太空商业化,“太空旅游”让人浮想联翩。现如今,太空旅游已然不是新鲜事。2021年9月,4名游客乘坐SpaceX的“龙飞船”体验了人类首次商业太空旅行。蓝色起源、维珍银河也不甘落后,两家公司累计完成十余次载人太空旅行,超70人亲眼感受到太空的魅力。

据了解,按照轨道高度来划分,主要有轨道太空旅游和亚轨道太空旅游两种。

中国科技新闻学会太空文化传播青少年工作委员会委员王君毅介绍,太空旅游首先有望带火商业航天员训练服务,进入太空的游客需要专业的训练以帮助他们判断自己是否适合太空旅游以及早日适应太空环境。其次,亚轨道太空旅游的实现需要空天飞机、商业性载人飞船或太空气球的支持,相关航天器制造将对制造业有强有力的带动作用。

此外,轨道太空旅游目前主要通过国际空间站实现,随着太空旅游的普及,将催生出生更加怡人舒适的商业空间站建设需求。

“我国空间站建造刚刚完成,从技术角度上已具备开展商业太空旅游的条件,未来可期。”王君毅说。

北京商报综合报道

日本最大二手车经销商被曝骗保



22日,日本新潟市二手车经销商“Big Motor”商店。视觉中国/图

据共同社7月25日消息,日本二手车销售巨头BIGMOTOR称,公司创始人、社长兼重宏行26日将为公司违规申请车险保险赔付金现象频发问题引咎辞职。专务董事和泉伸二(54岁)将接任社长。兼重在骗保问题曝光后首次召开记者会道歉,称给客户与保险公司造成了严重困扰和担忧,深表歉意。

该公司公布的内部调查显示,截至7月16日至少发现1275起骗保事件。这是对2022年11月起8427份理赔申请进行调查的结果,相当于其中15.1%。手法包括用螺丝刀刮擦车身、强行挤压保险杠等,从而虚报维修费用。

日本国土交通省计划26日对BIGMOTOR开展问询调查。由于涉嫌违反《道路运送车辆法》,日国交省将确认实际情况。此外日本金融厅也对该公司的保险代理业务实际状况展开了调查。

《日本时报》19日报道称,过去5年里,该公司员工通过故意损坏客户车辆的方式骗取巨

额保险金。负责调查这起骗保事件的律师和第三方调查小组发布了一份调查报告,382名接受调查的公司员工中,30%的人承认自己存在维修不力的行为,60%的人表示,公司主管会要求他们损坏客户车辆以获得更多的保险赔付。

报告称,有员工会把高尔夫球装进袜子里使劲敲击车体,还有人用螺丝刀划伤车体、故意损坏车头灯罩、更换不必要的配件等,这样做可以让原本出了事故的汽车保险金更高。报告认为,该公司上下都缺乏合规意识,公司业绩目标设置不合理,这些做法是“可能构成故意损坏他人财物的违法犯罪行为”。

据日本《朝日新闻》报道,该公司高管要求旗下门店每辆汽车的维修费用要达到14万日元(约合7200元人民币)。如果没有达到业绩目标,一些门店经理就会被无故降职。

北京商报综合报道