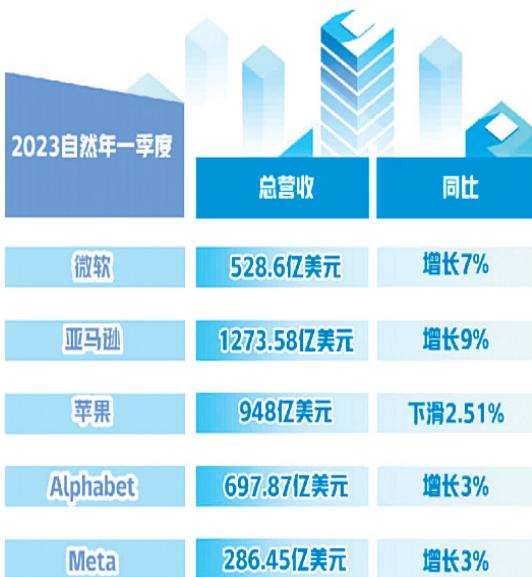




# 美国大型科技公司业绩参差不齐



美国大型科技公司的业绩表现,是美国经济乃至全球经济的重要风向标。截至目前,美国传统五大科技公司苹果、微软、谷歌母公司Alphabet、亚马逊和Meta(元)都发布了2023自然年一季度财报。财报信息表明,全球经济仍然面临高度不确定性,同时,人工智能正成为各大公司竞逐未来的主要领域。

从具体业绩来看,表现较好的微软,期内总营收为528.6亿美元,同比增长7%,净利润为183亿美元,同比增长9%;亚马逊期内总营收为1273.58亿美元,同比增长9%,净利润为31.72亿美元,上年同期净亏损38.44亿美元。

相比之下,其他三家公司表现略显逊色。苹果期内总营收为948亿美元,同比下滑2.51%,净利润为241亿美元,同比下滑3.4%;Alphabet期

内总营收为697.87亿美元,同比增长3%,净利润为150.51亿美元,同比下降8%;Meta期内总营收为286.45亿美元,同比增长3%,净利润为57.09亿美元,同比下降24%。

2022年四季度,五大科技公司业绩曾集体受挫,出现明显下滑。从当时的外部环境看,美国通货膨胀持续,利率不断调高,融资成本高企,经济衰退风险加剧,宏观经济不确定性给消费者和企业造成巨大压力。从内部经营情况看,一些公司在新冠疫情期间大量扩充人员,导致沉重的运营成本负担,用户在疫情期间对线上产品的依赖则在逐步减弱。资本市场对各公司的发展前景一度十分悲观。

如今,美联储加息进程逐步见顶,融资环境出现边际改善,各大公司此前纷纷启动大规模裁员,降低运营成本,有效改善了经营利润。最坏

的情况似乎已经过去,几家公司的股价也在财报发布后出现普遍上涨。

但是这并不意味着公司业绩和外部经济环境正在全面向好。从数据上看,公司业绩增长情况普遍难言出色,股价上涨更多是因为此前的市场预期过于糟糕。并且一些信息仍然表明,美国经济乃至全球经济面临高度的不确定性,几大科技公司对经济前景的看法并不乐观。

尽管宏观经济前景不明,几大科技公司在未来的投资方向上却形成了高度共识。过去数月,人工智能无疑是全球资本市场最大的投资主线。几大科技公司如何在人工智能领域进行布局,也成为投资者最关心的问题之一。面对外界的期待,各公司也在财报中和发布会上表达了大举投资人工智能的决心。

(据《经济日报》)

## 抢头等舱抢铂金包 欧美有钱人正在撑起消费半边天

从航空到汽车、手表以及优质房地产……欧美有钱人正进行更多奢侈消费。

“今年是有史以来第一次,公司所有团队都告诉我,我们需要发展头等舱。”汉莎航空首席执行官斯波尔在最近的财报电话会议上说。

与此同时,爱马仕报告称,今年前三个月的销售额猛增了23%。由于需求强烈,该公司正在新开设一系列工匠工厂,以增加铂金包等的生产。

抢房大战也正在重演。美国加利福尼亚州程欣地地产国际总监程欣迪告诉记者,一套标价460万美元(约合3186万元人民币)的房源,在她预约好带客户看房的当天,卖家先一步和别人签约了。

有钱人的强劲消费模式打破了今年的一种普遍预期,即经济衰退给富人造成的损失可能大于一般家庭。穆迪分析公司首席经济学家赞迪说:“他们(富人)是经济能够渡过这一关,而不陷入衰退的乐观情绪中的关键部分。”

根据美国政府和穆迪的数据,2022年第四季度,收入最高的10%的美国人支出占所有消费者支出的45.5%,高于第三季度的44.0%。在今年头三个月,该群体的支出增长了3.8%;而收入排在底部80%的人的支出只增长了1.3%。

### 头等舱乘客强劲恢复

据国际航空运输协会(IATA)称,头等舱和商务舱的出行复苏比总客流量更快。其中,欧洲和北美报告了强劲的高端乘客数量恢复率。根据有数据可查的最近一个月,2月份,与2019年相比,欧洲的高端乘客恢复率为93.1%,与2022年2月的56.3%相比有了明显的增长。在北美,这一数字达到107.7%,超过了疫情前的水平。

“虽然目前还不清楚消费者的偏好和商务旅行模式是否受到疫情的持久影响,但总体趋势仍然表明,高端航空旅行的发展轨迹是积极的。”IATA在4月报告中写道。

欧洲的汉莎航空本月表示,今年高级客舱显示出“最强烈的旅行需求”,且以休闲为出行目的的旅客几乎完全弥补了商旅出行的缓慢复苏。

法航荷航集团首席执行官史密斯也称,该集团将加大投资,尤其是针对飞往巴黎的航班,以跟上高端休闲旅客的需求。

### 奢侈品收入飙升

奢侈品行业的繁荣几乎集中在法国五大奢侈品家族手上,分别是拥有75个知名奢侈品牌的路威酩轩集团(LVMH)、化妆品巨头欧莱雅、爱马仕国际公司、古驰品牌所有者开云集团(Kering)以及拥有香奈儿公司的韦特海默(Wertheimer)。

而它们都从最近的奢侈品消费热潮中受益。据美媒报道,上述法国公司创始人和继承人的财富积累越来越多,仅在今年就猛增了930亿美元(约合6450亿元人民币),这也说明法国在奢侈品和美容行业的全球主导地位越发强势。

今年一季度,LVMH和欧莱雅都报告了强劲的收入增长。受业绩推动,LVMH成为第一家超过5000亿美元市值的欧洲公司。根据彭博亿万富翁指数,LVMH董事长伯纳德·阿尔诺也以2070亿美元的身家成为了新的世界首富。欧莱雅家族现任掌门人的财富也上升到925亿美元,自今年年初以来飙升了210亿美元。

在美国,几家最大的航空公司在财报会上称,乘客渴望预订高级舱位的机票。美国航空公司表示,与2019年相比,今年第一季度高级座位的收入增长了20%,占总收入比例也更高。美国联合航空公司也表示,目前其大部分增长都向高端舱位倾斜。

达美航空总裁豪恩斯坦也观测到同样的趋势,并预测这股热潮将持续下去。“一旦你开始乘坐这些客舱,你往往不会再回去(经济舱)了。”他说。

为了满足高级舱位旅客的需求,航空公司也在花大钱提升服务享受水准。

阿提哈德航空公司(Etihad)本月宣布对其高端产品进行重大投资,推出了新的商务舱套房。汉莎航空则开始对其长途客舱进行25亿欧元的大修,包括安装新的头等舱座位等。美国航空公司和达美航空则承诺,在今年夏天前,在其所有飞机上安装高级座椅。今年早些时候,澳大利亚航空公司(Qantas)宣布对其休息室投资1亿美元。

爱马仕称,由于进入其商店的“非常活跃的客流”,再加上“一个非常好的中国新年的推动”,该公司第一季度销售额提升至34亿欧元。为了满足需求,上个月,爱马仕在法国诺曼底开设了一家新工厂,雇用140名皮革工人制作25厘米的Kelly包,并计划在四年内将其劳动力规模扩大一倍。爱马仕还在法国东北部的索尔蒙纳和中部的里永建造新工厂,预计明年开业,将皮具产量提高7%。

研究奢侈品行业的罗兰贝格副合伙人严威对记者表示,全球奢侈品最重要的两个市场是美国和中国。“美国近一两年的奢侈品市场非常火爆,很多品牌在开新店就是个很明显的趋势。在中国,过去几年中,一些此前在海外发生的消费在向国内转移,同时品牌方门店也在向一些二线城市下沉,这些都是趋好的方向。”他称。

市场研究公司Circana首席行业顾问科恩说:“每个公司都在努力想办法获得增长。目前,这意味着要吸引高收入的购物者。”

### 富人消费不减反增

今年初,“富人衰退”在美国财经界的讨论声量逐渐增加,它用于描述相比普通人,富人在经济衰退中受到了更严重的打击。但至少到目前为止,从数据上看这种情况还没有发生。

通常情况下,股市大幅下滑会导致支出下降,这种动态被称为负财富效应。从理论上讲,财富每减少1美元,支出平均下降2.5美分。但穆迪数据显示,在2022年的最后三个月里,收入最高的10%的人的收入储蓄比例从上一季度的9.3%下降到6.8%,这意味着富人的支出正在增加,而不是减少。

赞迪解释称,这部分是因为富人仍然有很多额外的储蓄。他们在疫情期间通过缩减旅行、下馆子和其他经济活动积累了大量储蓄,这笔钱补充了他们已经很大份额的现金储备。“他们(富人)2022年花掉了5820亿美元的额外现金,但截至1月初仍有6890亿美元,这么充盈的财富足以抵消市场回落的影响。”赞迪说。

与此同时,富人也有许多消费需求在疫情中被压抑了。奢侈品研究所首席执行官佩德拉扎说,虽然可能会出现温和的经济衰退,但很可能“经济不会像铅球一样下沉,因为有钱的人和大富豪们会继续消费”。

为了吸引更多富裕的消费者,即使是一些主流品牌也在扩大高端产品线。例如,沃尔玛已经在某些商店的美容货架上推出90美元(约合630元人民币)的面霜。亨氏公司则发布了一个名为亨氏57的调味品系列,包括黑松露蜂蜜口味等,价格也升级到约7美元。

相比之下,为了应对通货膨胀,美国中低收入家庭仍非常依赖信用卡。根据美国信用网站WalletHub的数据,美国消费者去年新增信用卡债务达到创纪录的1803亿美元。赞迪说,这可能会迫使普通美国人今年更加谨慎地消费。

(据《第一财经日报》)