

全球反垄断“众矢之的” 欧盟认定亚马逊违反反垄断法

欧盟10日对电商巨头亚马逊“双管齐下”，认定亚马逊违反欧盟反垄断法，利用卖家数据为其自营业务牟利，同时将深入调查亚马逊是否在平台偏袒自营业务或使用亚马逊物流业务的卖家。

欧盟认定亚马逊违反反垄断法

综合中新社、北京环球网报道，牵头调查的欧盟委员会当日发布公告，通报已向亚马逊发出“异议声明”，即欧盟反垄断调查初步结论。去年7月，欧盟委员会正式对亚马逊发起反垄断调查。

公告显示，欧盟将调查亚马逊直指亚马逊被诟病多时的自营业务“跟卖”问题。欧盟委员会的调查发现，亚马逊数据处理系统可以集纳汇总大量卖家数据，如订单数量、卖家收入、卖家报价的点击量等，通过分析这些数据，亚马逊自营业务可以“跟卖”平台最畅销的商品，或者比照卖家数据优化商品定价。

由此欧盟委员会认定，亚马逊利用卖家数据规避了正常的市场竞争风险，巩固了在法德等国“最大网络销售平台”的地位，但此举违反欧盟反垄断法，扭曲了欧盟网络零售市场的竞争。

欧盟竞争事务专员维斯塔格10日在记者会上表示，欧盟已通知亚马逊公司这一消息，并将继续调查。“我们必须确保具有市场影响力的双重角色平台，例如亚马逊这样的公司不会扭曲竞争”，同时保证“第三方卖家活动的的数据不被用来给亚马逊带来利益”，维斯塔格表示。

亚马逊随即表示拒绝欧盟的指控。亚马逊称，将继续与欧盟委员会合作，以使可以准确了解公司的相关流程。欧盟可能明年才会就此事作出裁定。

维斯塔格被称为世界最强硬的反垄断主管官员，她已推动欧盟对谷歌、脸书等其他美国科技公司的巨额罚款。在她的授权下，欧盟在三起独立的反垄断案件中，对谷歌罚款逾80亿欧元，而苹果被勒令向爱尔兰政府补缴



130亿欧元的税款，但这两家公司都已提起上诉。

另一方面，欧盟委员会在公告中宣布将依据欧盟反垄断法，对亚马逊“黄金购物车”（Buy Box）和付费会员制进行深入调查。在亚马逊平台，这两者攸关卖家销量，一旦卖家赢得“黄金购物车”，消费者就可将卖家商品直接加入购物车，而付费会员多为“优质客户”，其购买力明显高于普通用户。

然而公告表示，欧盟委员会怀疑亚马逊利用“黄金购物车”和付费会员制偏袒自营业务或使用亚马逊物流业务的卖家，包括发放“黄金购物车”是否人为向这两大群体倾斜、这两大群体是否更有可能接触付费会员等。

按照欧盟反垄断调查程序，10日向亚马逊发出“异议声明”后，亚马逊可在一定期限内以书面形式答复欧盟，也可申请召开听证会阐述对调查的看法，其后

欧盟将公布最终结论。

近年欧盟不时对商企巨头发起调查，亚马逊概莫例外。2014年，欧盟对亚马逊与卢森堡政府达成的税收协定展开调查，最终裁定亚马逊需向卢森堡政府补缴2.5亿欧元税款，对此亚马逊和卢森堡政府都表示不满，双双向欧盟法院上诉。

欧盟刚刚宣布对40亿美元的美国商品加征关税。德国《明镜》周刊称，欧盟正在改变贸易谈判策略，以攻为守拉回美国谈判桌。

亚马逊表示拒绝欧盟的指控。亚马逊称，将继续与欧盟委员会合作，以使可以准确了解公司的相关流程。

亚马逊公司表示：“亚马逊在全球零售市场的份额不到1%，而我们经营的每个国家都有更大的零售商。”

亚马逊成全球反垄断“众矢之的”

另据新浪科技报道，对亚马

逊发起反垄断指控的并不止欧盟一家，总统特朗普早已将亚马逊公司作为攻击目标，且美国政府的更迭可能并不会缓解这些针对亚马逊的反垄断攻击。可以说，亚马逊公司逐渐意识到，自身的安全空间正在不断缩小。

尽管新冠疫情导致许多实体店被迫关门，亚马逊公司的销售额随之猛增，但这家全世界最大的在线零售商正在成为全球监管机构的主要打击对象。从布鲁塞尔到柏林再到华盛顿，各国政府针对这家电子商务巨头的商业行为展开了一系列调查和监管举措，来自欧盟的声明只是其中最新的一次指控。

加拿大竞争监管机构也正在对亚马逊公司展开调查，判断该公司是否会影响到消费者选择自家产品而非竞争对手提供的产品。

在德国，亚马逊也成为反垄断调查的目标。德国政府正在调查今年早些时候亚马逊在疯狂囤

货期间的厕纸销售情况，在厕纸价格突然飙升之后，亚马逊曾威胁要驱逐那些不遵守其定价政策的商家。

今年3月，意大利也曾就口罩和洗手液价格飙升的问题对亚马逊和其他公司进行了调查。而印度则正在调查亚马逊公司与一些手机品牌的独家协议，以及可能给予某些卖家的优惠待遇。

拜登当选可能意味着反垄断审查将继续进行

近年来，亚马逊公司在美国面临着来自特朗普越来越多的审查，其中就包括在Twitter上对亚马逊公司及其创始人贝索斯的各种攻击。8月份，据知情人士透露，纽约州和加利福尼亚州的司法部长也在与联邦贸易委员会（Federal Trade Commission）展开合作，针对亚马逊公司的在线市场进行调查。

拜登当选总统可能意味着反垄断审查将继续进行，而且有预测称，拜登可能会带来比前总统奥巴马执政时期更为强劲的执法力度。民主党领导的众议院反垄断小组委员会在10月份发布的一份报告中发现，亚马逊公司对其市场上第三方卖家权力的滥用，部分原因在于其利用了对平台卖家数据的访问权力。这份报告建议，科技巨头不应该与其平台上运营的公司展开竞争。

如果委员会的提案被通过且最终成为法律，亚马逊运营的全球最大在线市场和数字销售能力可能会受到限制。

本周二来自欧盟声明也只是亚马逊在布鲁塞尔面临更多令人头疼的问题的开始。

亚马逊公司可能会受到欧盟最新规定的打击，该规定最早将于今年年底公布。根据新规，大型平台可能会被禁止将其网站上收集的数据用于自己的商业服务，除非它们同意与活跃在同一领域的商业用户共享数据。

同比降48%!

Lyft 第三季度营收5亿美元

净亏损同比收窄

网约车公司Lyft11日公布了该公司的2020财年第三季度财报。受疫情影响，其业务仍较上年同期大幅下滑。

报告显示，在截至9月30日的这一财季，Lyft的净亏损为4.997亿美元，每股亏损为1.46美元，相比之下2019财年第三季度Lyft的净亏损为4.635亿美元，每股亏损为1.57美元。Lyft第三季度净亏损率为92.0%，相比之下去年同期的净亏损率为48.5%。

不计入某些一次性项目（不按照美国通用会计准则），Lyft第三季度调整后净亏损为2.804亿美元，相比之下去年同期的调整后净亏损为1.216亿美元；调整后每股亏损为0.89美元，相比之下去年同期的调整后每股亏损为0.41美元，这一业绩好于分析师预期。据雅虎财经频道提供的数据显示，22名分析师此前平均预期Lyft第三季度每股亏损将达0.91美元。

Lyft第三季度总成本与支出为9.53亿美元，相比之下去年同期为14.46亿美元。其中，营收成本为2.62亿美元，相比之下去年

同期为5.81亿美元；运营与支持支出为1.23亿美元，相比之下去年同期为1.50亿美元；研发支出为2.32亿美元，相比之下去年同期为2.88亿美元；销售与营销支出为7850万美元，相比之下去年同期为1.64亿美元；总务和行政支出为2.58亿美元，相比之下去年同期为2.64亿美元。

Lyft第三季度运营亏损为4.534亿美元，相比之下去年同期的运营亏损为4.909亿美元。Lyft第三季度“贡献”（Contribution）为2.488亿美元，与去年同期的4.792亿美元相比下降48%；“贡献率”为49.8%，与去年同期相比基本持平，与上一季度相比则上升了整整15个百分点。

Lyft第三季度调整后EBITDA（即未计入利息、税项、折旧及摊销的净利润）为-2.397亿美元，相比之下去年同期为-1.281亿美元。Lyft第三季度调整后EBITDA利润率为-48.0%，相比之下去年同期为-13.4%。

Lyft第三季度活跃乘客总数为1251.3万人，与去年同期的2231.4万人相比下降44%，但与上一季度的868.8万人相比增长44%。

Lyft第三季度每活跃乘客平均收入为39.94美元，与去年同期的42.82美元相比下降7%，与上一季度的39.06美元相比增长2%。

据“中新经纬客户端”报道，公开信息显示，Lyft前身是名为Zimride的拼车服务，2013年正式更名为Lyft，目前主要在北美300多个美国城市和9个加拿大城市开展业务。

苹果双11上新 自研芯片“M1”亮相



推出的Mac均采用苹果开创性的M1芯片，它是我们多年来一直在酝酿的一场大胆变革，无论对Mac还是对苹果，这都是历史性的一天。”

据介绍，M1芯片采用5纳米制程，将CPU、GPU、缓存集成在一起，其中包含160亿个晶体管，其数量为Apple所有

芯片之最。同时，M1的功耗仅为同级芯片的1/3，电池续航时间最长可达18小时，是目前苹果电脑里最持久的。

M1的发布意味着，在iPhone手机、iPad平板电脑之后，苹果Mac系列电脑也开启了自研处理器的时代。随着苹果进一步打通移动生态，未来不同设备间App相互兼容，苹果也许将吸引更多开发者，繁荣电脑端应用生态。

受到新冠疫情的带动，今年Mac销售增长强劲。根据苹果今年第四季度财报，除iPhone外的产品均实现了超预期的收入。其中，Mac电脑季度营收90亿美元，同比大增89%，创历史新高；年度收入为286亿美元，同样达到高点。

公司CEO库克（Tim Cook）在发布会上称：“3款全新