

亞馬遜警告：成本急漲利潤或歸零

面對勞動力短缺、工資上漲、供應鏈瓶頸及運費增加等問題，電商巨頭亞馬遜（美：AMZN）警告第四季的聖誕購物旺季，成本可能增加40億美元，令經營利潤可能歸零。在樂觀的情況下，經營利潤亦只有30億美元，與去年同期的69億美元相比，至少按年大減超過五成。在剛結束的第三季，亞馬遜利潤下跌約50%至32億美元，收入則按年增長15%至1108億美元，是6年來最緩慢的收入增長。無論收入及利潤均遜於分析師預期，亞馬遜股價早段跌3.8%。由於亞馬遜和蘋果（美：AAPL）（詳見B2版）季績不及預期，以科技股為主的納指昨早段由高位回落。蘋果早段股價下滑，市值跌至2.43萬億美元，被微軟（美：MSFT）的2.46萬億美元市值超越，令後者成為全球市值最高的企業。

CEO：面對人手短缺運輸成本漲

不過AWS雲端服務仍是亞馬遜的亮點。由於商界愈來愈依賴雲計算及儲存設施來運行網站及應用程式，AWS的業務增長加快。AWS上季收入達161億美元，按年增長近39%，高於次季的37%按年升幅。AWS上季收入相當於亞馬

遜整體收入的15%。AWS的營業利潤上季按年增長38%至48.8億美元，幾乎獨力撐起集團整體營業利潤。AWS上季的營業利潤率為30.3%，較次季的28.3%有所擴大。根據市場研究機構Gartner的數據，AWS去年的雲基礎設施市場份額約為41%，在行業居首。

今年7月由AWS部門主管晉升為亞馬遜行政總裁的賈西（Andy Jassy）表示，亞馬遜正面臨運輸成本上升、人手短缺等問題。這些勞動力挑戰，加上生產力下降及成本上漲，使亞馬遜上季經營成本額外增加20億美元，預計在年底旺季的額外支出將增至40億美元。

中國同店銷售跌 星巴克早段挫逾7%

此外，星巴克（Starbucks）（美：SBUX）在截至10月3日的第四財季，於第二大市場中國業績倒退。由於8月中疫情反覆，星巴克上季在中國市場的同店銷售額下降7%，令星巴克股價早段跌逾7%。不過星巴克上季在美國的同店銷售額增長22%，較疫情爆發前亦增長11%。星巴克上季利潤為17.6億美元，按年增長3.49倍。上季銷售總額為81.5億美元，按年增31%，遜分析師預期。（綜合報道）