

元宇宙带不动Meta 增长停滞不得不“削减成本”？

本报记者 陈佳岚 广州报道

“完全脱离现实”，“没人会买账这种新体验的”。Meta（原Facebook）一员工在内部讨论板上质疑新的办公桌共享政策。

近日，据英国《独立报》报道，Meta因强迫员工将共享办公桌作为“新工作场所体验”的一部分而遭到员工抨击。

共享办公桌计划遭抗议

美国的经济衰退、通货膨胀冲击和数字广告市场的快速滑坡让众多美国科技互联网公司都经历着艰难的时刻。

《独立报》报道称，Meta告诉员工，他们将试行一种“新的工作场所体验”，让员工在到达办公室之前预订办公桌。这一举动很快遭到员工的强烈抗议，有员工指责Meta领导层“与现实完全脱节”。

而Meta这一行为也被指是为了节省办公空间和成本。Meta公司的一名员工写道：“我们能不能别再扯些没用的称之为削减成本。”“没人会买账这种新体验的。”一些员工表示，他们会理解改变政策和降低成本的决定，但将改变宣布为“新体验”是“不诚实的”，而且似乎把员工当孩子一样对待。

新的办公桌共享政策推行后，员工并不买账，还成为了Meta降本增效的一大动作？

深度科技研究院院长张孝荣在接受记者采访时认为，Meta的这一行为主要就是为了削减成本。Meta用增加员工新奇体验这种借口做包装，从一个令人敬仰的行业巨头公司变成了共享办公的初创企业将给员工带来心理伤害。

据悉，Meta今年已经采取措

《中国经营报》记者就Meta近期在共享办公上的争议以及股价持续走低、进军元宇宙的现状发送邮件联系了Meta，但截至发稿未获得回复。记者注意到，Meta新的办公桌共享政策推行背后被员工吐槽“不诚实”，还被指向Meta在“削减成本”，背后更深层次的是Meta面临增长停滞和竞争加剧带来的连锁反应。

施削减成本了。该公司5月份曾对员工表示，由于“收入增长低于预期”，公司正在推迟招聘。7月，Meta首席执行官马克·扎克伯格还告诉员工，他将“加大力度”实现绩效目标，减少员工数量，并淘汰表现不佳的员工。而美国德克萨斯州奥斯汀的许多Meta外包员工也声称被裁员。此外，该公司最近还取消了一些福利，例如在新冠肺炎疫情期间提供的额外假期。

就在9月21日，《华尔街日报》还援引知情人士的消息称，Meta计划在未来几个月内将其成本至少削减10%，比7月宣布的早先预测成本削减约2%至4%多了不少。为了实现其最新目标，Meta已经开始悄悄重组部门，大量裁员。

事实上，并非只有Meta如此，美国的经济衰退、通货膨胀冲击和数字广告市场的快速滑坡让众多美国科技互联网公司都经历着艰难的时刻，Twitter、谷歌母公司Alphabet、Snap均有招聘放缓的动作，股价均呈现不同程度的下跌，但扎克伯格所带领下的Meta尤为引人注目。

股价走低、资产缩水

对比苹果、微软、亚马逊和谷歌的总市值均超过1万亿美元，Meta当前的市值还不到它们的一半。

近期，Meta股价持续走低以及扎克伯格身价大幅缩水的情况再次成为外界关注焦点。

自从Meta全面进军元宇宙之后，Meta的股价便一路下滑，近期也一直走低，当地时间9月21日，Meta股价以每股142.12美元收盘，又创下了两年多以来的新低。相较于今年年初331.79美元的价格，跌幅已经超过57%。总市值也从最高近万亿美元大幅下滑至不足4000亿美元的市值水平，对比苹果、微软、亚马逊和谷歌的总市值均超过1万亿美元，Meta当前的市值还不到它们的一半。

除了公司股价大跌、市值持续走低之外，今年以来，扎克伯格的个人财富今年也缩水了一半，蒸发了710亿美元（约合4975亿元人民币），是彭博亿万富翁指数追踪的超级富豪中损失最多的。目前，扎克伯格的财富规模为559亿美元，在全球亿万富翁中排名第20位，是其2014年以来的最低排名。

而两年前，扎克伯格曾凭借1060亿美元的身价成为全球超级精英富豪俱乐部的成员，2021年9月，扎克伯格的财富飙涨到了1420亿美元，创造了个人历史峰值，背后的原因基于当时Facebook公司股价上涨到了382美元的高位。

然而，自2021年10月，扎克伯格对外推出了元宇宙概念，并且把公司名字更改为“Meta”后，Meta的股价开始一路下行，扎克伯格的身价也随之下滑。

与此同时，伴随而来的是Meta业绩持续缩水。据称，Meta财报不如外界预

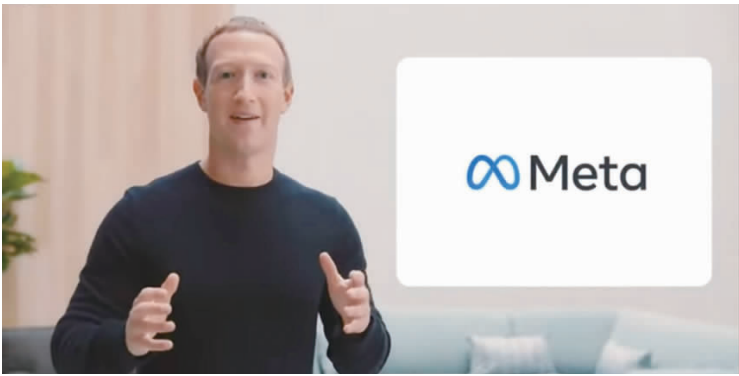
期始于今年2月份公布的2021财年第四季度与全年财报。去年财年第四季度净利润遭遇同比下滑，当时该公司公布旗下核心的社交网络应用Facebook用户没有增长，由于担心经济放缓，整个行业受到了营销支出下降的影响。财报公布后的次日，Meta股价暴跌26%，市值蒸发2300多亿美元，创下美股历史上个股最大单日缩水纪录。

到了2022年第一季度，Meta单季业绩还是增收不增利。此外，Meta第二季度财报依然没有改观，其发布的2022年第二季度财报显示，该季度营收为288.22亿美元，比上年同期的290.77亿美元下降1%，为公司史上首次营收同比下滑；净利润66.87亿美元，同比大幅下降36%，利润连续第三个季度出现下滑；每股收益2.46美元，同比下降36%。

与此同时，Meta不得不采取措施削减成本。该公司5月份曾对员工表示，由于“收入增长低于预期”，公司正在推迟招聘。7月，扎克伯格还告诉员工，他将“加大力度”实现绩效目标，减少员工数量，并淘汰表现不佳的员工。

张孝荣表示，Meta股价持续走低的原因有包括经济不景气，愿意买单的客户减少；行业不景气，广告流量见顶，发展空间缩水；Meta创新乏力，扛不住竞争对手的压力等。

与此同时，Meta持续大手笔砸向元宇宙的投资，尽管一度成为全球热议话题和行业热点，甚至被认为商业前景巨大，但至今没有见到效果。



在改名Meta并全力转型元宇宙后，扎克伯格身价缩水一半。

视觉中国/图

“不可否认，市场在短期内并不看好Meta的元宇宙业务，也是其股价持续下跌的因素之一。”中国移动通信联合会元宇宙产业委员会执行主任于佳宁向记者指出，从财报上看，Meta的Reality Labs部门在2019年、2020年、2021年亏损分别为45亿美元、66亿美元和102亿美元，而在2022年半年就已亏损了超过64亿美元。通常而言，对于任何一个新趋势而言，一般会存在一个沉默且不被人看好的“探索期”，市场对新趋势的反馈也会存在一段时间的观望期。

张孝荣则认为，元宇宙是个陷阱，从概念开始推广到现在，没有一个成功项目，只有投入而没有实际产出。Meta战略转型之路由此走进了误区。

而在传统业务方面，Meta遭遇苹果iOS操作系统隐私变化带来的更难定位广告，还输给了迅猛发展的竞争对手TikTok。根据应用分析公司Sensor Tower的数据，2022年8月，抖音及其海外版TikTok以将近6600万下载量，蝉联全球移动应用（非游戏）下载榜冠军。

美国资深互联网行业分析师

Laura Martin表示，扎克伯格一边豪赌元宇宙，另一边还要从Tik-

Tok挽回流失的社交工具用户。

此外，Meta也面临着多的政府监管压力和干预。

Meta正在与欧盟和英国的反垄断机构抗争，涉及Facebook市场、数字广告业务。

“元宇宙作为第三代互联网Web3.0，是人类未来娱乐、社交甚至工作的数字化空间，是生活方式的主要载体，是一个人人都会参与的数字新世界，会促进数字经济与实体经济实现更深层次的融合，从而助力‘百行千业’全面转型升级，为实体企业开辟全新的发展空间，让各行各业都能找到‘第二曲线’新发展空间。”在于佳宁看来，元宇宙在一定程度上有助于拯救Meta，对于Meta而言，移动互联网的红利期已进入尾声，未来十年将是元宇宙发展的黄金十年，只有尽早布局，才有机会在元宇宙中取得先发优势。但实际上目前仍然是元宇宙发展的“奠基期”，不太可能在未来一两年之内就看到非常成功的元宇宙产品。

“技术进步和基础设施的建设是元宇宙落地和普及的关键动力，只有包括5G、云计算、分布式存储、人工智能、大数据、物联网、数字孪生、虚拟现实、区块链等一系列颠覆性技术快速发展，并通过融合实现了倍增效应，元宇宙才能真正迎来拐点。”于佳宁表示。

卫星通信企业超2.5万家 竞逐万亿级大市场

本报记者 李玉洋 李正豪 上海报道

虽然卫星通信早已不是新鲜事，华为和苹果的新尝试则赋予消费者一份踏实感，让这种“捅破天”的功能攥在消费者的智能手机里。

就在华为常务董事、终端事业群CEO余承东说出“华为Mate 50系列开启大众卫星通信时代”的豪情壮语后，也有业内观点认为手机

实现从0到1的突破

当前的手机直连卫星技术，可以让手机在海洋、森林、沙漠等没有信号的地方，通过卫星将文字和位置信息向外发出。“目前手机直连卫星只是实现低速的数据通信技术，具备简单的报文通信方式，在紧急场景下使用。”IEEE会员、复旦大学信息科学与工程学院准聘副教授王岩告诉记者。

尽管功能不敌形似“大哥大”的卫星电话，但华为Mate 50和iPhone 14的划时代意义在于把救命信号交到了用户的移动手机里，更把卫星互联网推到了产业和公众面前。

“从产业链来看，随着卫星通信加入到大众化通信市场，势必会带动相关企业大发展，毕竟此前专业化的卫星通信市场的规模量级可能仅仅是大众市场的百分之一不到。”通信专家马继华表示。

郭正标指出，虽然当前卫星电话的资费因不同结算方式而有不同，但每分钟资费约2元，依然远高于移动电话和固话的资费水平；在迈向大众卫星通信时代过程中，当前的卫星通信（资费等）肯定要和国际移动通信接轨。

“和软件定义汽车的概念类似，软件定义卫星指的是，卫星上

搭载卫星通信功能，对普通用户来说作用甚小。由于目前手机直连卫星功能都不支持拨打卫星电话，未做到即时双向通信，以至于有评论称“苹果的所谓卫星通信就是SOS”。

相关卫星通信标准发起人和通信专家在接受《中国经营报》记者采访时表示，“捅破天”的卫星通信功能在消费端的使用频率可能

没微信语音那么高，但相关厂商对该功能的尝试，起到了不错的引领作用，使得卫星通信从小众专业领域走向大众消费市场。

据央视最新报道，截至目前，我国卫星通信相关企业已达2.5万余家；其中，2022年1~8月新增注册相关企业5540余家，月平均增速达39.1%。而根据Research And Markets数据，预

干，消费者追求手机“轻薄”，他们不会让自己的产品变得又厚又重。

于是，曾有一家国产手机厂商找到郭正标，寻求利用他们公司研发的屏下天线解决方案来应对卫星通信痛点。郭正标预计，如果把卫星和手机天线都做大，卫星通信（传输速度）能够达到“几兆速率，相当于以前的3G网络”。

郭正标认为，想要把手机直连卫星以及卫星互联网市场做大，问题在于以下方面：一是上游的基础设施不能满足要求，主要是指卫星数量不够；二是下游生态的全栈能力不足，包括芯片、操作系统、射频、天线等；此外，还有政策、监管方面的考量需要兼顾。

独立通信分析师付亮也认为，在低轨组成一张卫星通信网至少需要发射一万颗卫星。好消息是，有关方面都在积极行动。目前，高通、联发科已经基于国际移动通信标准组织3GPP的5G NTN（non-terrestrial network，非地面网络）技术进行研究和测试，正在达成产业共识；谷歌也宣布，下一代安卓系统也将支持手机卫星通信功能。

9月13日，我国成功将“中星1E”卫星发射升空，该卫星主要为用户提供高质量的话音、数据、广

播电视传输服务；今年7月，中国卫星导航系统管理办公室宣布，中国兵器工业集团有限公司、中国移动、中国电子与国内手机厂商，共同完成了国内第一款手机北斗短

信通信射频基带集成芯片的研发，实现了“不换卡、不换号、不增加外设”的大众手机“一号双网”设计，首次实现大众智能手机卫星通信能力，有效解决“不在服务区”的困扰。

落到最接近消费者的终端侧，继华为、苹果之后，其他国产手机厂商是否有计划把手机直连卫星功能引入到未来产品中？对此，荣耀终端有限公司CEO赵明表示：“华为Mate50系列和iPhone 14系列都搭载了卫星通话技术，但对于该技术未来的发展前景和具体的应用场景，我们还需要进一步了解。这两款手机的卫星通信服务上线之后，我们也会持续关注消费者对于这项技术的反馈。”

“我们认为目前3GPP等在协议方面，Starlink/星网等在低成本卫星技术方面，短报文芯片厂商以及华为/苹果等终端厂商在应用层面均做了有突破性的工作，实现了从0到1的突破。”王岩说。

未来3-5年可能实现

“手机直连卫星是未来趋势，而且会是低、高轨道都可以连接，这是技术发展的必然，但还需要一个不断升级换代进化的过程，现在只是开始。”马继华说。

在这轮通信技术升级中，卫星通信公司牢牢占据了C位。今年，马斯克的太空技术探索公司Space X和美国电信运营商T-Mobile签署了合作协议，宣布将推动T-Mobile手机用户能够连接到新一代Starlink上。

此外，亚马逊与Verizon、OneWeb与AT&T，诺基亚与AST SpaceMobile都分别达成了合作。这些合作的目的一些是将手机直连卫星，另一些则是将移动通信基站与卫星进行连接。

付亮认为，卫星通信火速崛起将对现有通信市场秩序提出挑战，且在这个赛道里，国家、企业等多元主体都在抢赛道。

2021年4月，中国卫星网络集团（以下简称“中国星网”）正式揭牌，由国资委牵头，定位于卫星宽带运营商，被称为“中国版星链”。同年5月，代号为“GW”的巨型星座计划曝光，计划指出中国将在7年内发射1.3万颗低轨通信卫星。

同时，吉利、银河航天等民企也在布局卫星通信。今年2月，吉利一次发射9颗卫星上天，抢在了华为和苹果之前，吉利旗下的星纪时代同时官宣最快明年将推出全球首款直连低轨卫星的消费级手机。

根据苹果与卫星通信公司Globalstar的合作协议，苹果计划在2022年底之前，向美国和

加拿大用户提供手机直接连接卫星服务。外界分析称，如果卫星通信服务的应用场景从紧急短信拓展至互联网接入，苹果可能会获得另一个经常性收入来源，毕竟美国各地还存在着不少移动蜂窝网络盲区。

付亮还指出，卫星通信这种具备天地一体的技术一定会被3GPP写入6G标准里。中国信通院去年发布的《6G总体愿景与潜在关键技术白皮书》指出，6G将实现空地地一体化的全球无缝覆盖，而星地一体融合组网技术也将成为6G网络最重要的潜在技术之一。

不过，发展卫星通信服务需要大规模投资，并且投资周期可能长达数年，Globalstar目前处于亏损中，去年的营收仅为1.24亿美元。郭正标认为，卫星通信相关企业作为后来者，应该积极拥抱、共享国际移动通信产业链，这是一条合理的发展路线。而付亮指出，这其中的管理体系、商业模式都还有待明确。

“消费者期待的真正‘大众卫星通信时代’是具备高速的无线数据通信，需要低成本商业发射卫星技术、小尺寸低成本终端芯片、小尺寸/轻量化/高性能的相控阵技术、终端天线的高增益圆极化技术等相关技术成熟时，才会真正到来。我们相信随着终端厂商的不断推动，未来3~5年内，‘大众卫星通信时代’的到来是很有可能。”王岩告诉记者。

不过，马继华也表示：“卫星直连手机通信要想达到理想状态，真正成为大众的刚需，路还跟远，至少是三五年甚至七八年后的事，产业热潮需要理性和谨慎。”