每经记者：文巧    每经编辑：兰素英

在《硅谷钢铁侠：埃隆·马斯克的冒险人生》一书中，马斯克被描述为风格独具的梦想家、创业家与工业家，也是眼光独到、一再开创新商业模式的企业家。

从PayPal，到特斯拉、Space X、太阳城，马斯克的创业历程中遭遇了无数棘手的事件，但他的每一次突破都令世界惊艳。

不可否认的是，马斯克是一个成功的商人。然而，现在摆在这位成功商人面前的挑战是艰巨的——特斯拉减产、来自竞争对手的争夺、暴跌的股价、棘手的推特难题等。

马斯克的2022年，可谓是“混乱而糟心”的一年。据《福布斯》统计，马斯克的个人财富在2022年蒸发超过1150亿美元。

财富之外，马斯克还有更忧心的事情。一直以来被认为是电动汽车领域技术领导者的特斯拉正面临着一系列难题，许多业内分析师和投资者正在质疑它能否继续主导电动汽车市场。

而对推特的高调收购更是让马斯克在特斯拉的地位蒙上了一层阴影。在过去一年中，马斯克抛售了近400亿美元的特斯拉股票，加上收购推特重挫特斯拉投资者信心，2022年初至当地时间12月27日收盘，特斯拉股价已累计下挫超70%，势将创下史上最差年度表现。

视觉中国图

当地时间2022年12月21日，埃隆·马斯克在推特发文宣布，如果发现有人“愚蠢到接受这份工作”，他将辞去推特首席执行官职务

日均财富蒸发逾3亿美元

据CNBC当地时间2022年12月27日报道，《福布斯》统计数据显示，截至北京时间2022年12月28日18点左右，马斯克的财富约为1390亿美元（约合人民币9695亿元）。这意味着他的财富在2022年蒸发超过1150亿美元（约合人民币8020亿元），日均蒸发逾3亿美元（约合人民币21亿元）。

自从2021年9月超越亚马逊创始人贝索斯成为世界首富之后，马斯克便长期占据福布斯富豪榜榜首的位置。2022年12月13日，《福布斯》富豪榜实时数据显示，马斯克丢掉世界首富宝座，被法国奢侈品大亨伯纳德·阿尔诺（Bernard Arnault）超越。

马斯克主要的财富来源是特斯拉股票。由于其领先的技术优势，这家电动汽车制造商的股价自2019年以来便涨势如虹，曾一度飙升1000%以上，这使得马斯克的个人财富在2021年11月达到3400多亿美元的峰值，也是史上首位财富突破3000亿美元的富豪。

但“成也萧何，败也萧何”。特斯拉股价近期暴跌，也使得马斯克几乎成为2022年最大的输家。

根据FactSet的数据，马斯克目前拥有特斯拉14.11%的流通股。另外，马斯克目前还拥有SpaceX超过40%的股份。

当前的特斯拉正面临着一场危机。

当地时间2022年12月27日，美国韦德布什证券公司的分析师丹·艾福斯（Dan Ives）在研究报告中表示，对于特斯拉的发展来说，马斯克本人的领导能力构成了更严重的潜在风险。

艾福斯表示，现在特斯拉公司正降价打折，由于面临全球性的经济衰退，特斯拉在全球各地的库存正在增长，但是作为特斯拉的领导人来说，马斯克似乎却在“驾驶座上睡着了”。

分析人士担心，自马斯克接手推特之后，特斯拉品牌正在受到损害。根据研究公司Morning Consult的数据，特斯拉的净好感度已经从2022年初的31个百分点暴跌至11月的10个百分点。

最近几个月，特斯拉的股票遭到投资人抛售，价格一路下跌，当地时间2022年12月27日，股票抛售趋势继续恶化，当天股价暴跌超11%，股价收于109.1美元。

当地时间2022年12月27日，特斯拉（TSLA，股价109.1美元，市值3445亿美元）股价重挫11.4%，创2020年8月以来新低，市值一夜蒸发444亿美元（约3100亿元），并跌出美国上市公司市值前十，较年初的1.06万亿美元市值缩水超过7100亿美元（约4.95万亿元人民币）。

据《福布斯》报道，特斯拉股票可能创造有记录以来最糟糕的年度跌幅。此外，特斯拉已经超过社交媒体巨头Meta，成为2022年度表现最差劲的科技股，跌幅是美国科技股为主的纳斯达克指数跌幅（34.61%）的两倍。

特斯拉面临“内忧外患”

实际上，投资人的撤退也与马斯克本人对特斯拉股票的抛售不无关系。

由于特斯拉2022年内股价连续大跌，马斯克因收购推特所质押的特斯拉股票早已跌破平仓线，迫使他大量抛售特斯拉的股票。根据12月中旬提交的监管文件，马斯克最近又出售了约2200万股特斯拉股票，价值约36亿美元。在最近的这次出售之后，马斯克12月22日表示，他在未来两年内不会再出售特斯拉股票。

此外，据外媒分析报道，随着利率的上升和全球可能出现的经济衰退，市场对特斯拉汽车的需求正在放缓。就在几个月前，买家还得等上几个月才能买到一辆新特斯拉，但如今在几天内就可以买到，分析师认为这是需求疲软的迹象之一。

特斯拉需求放缓的另一个迹象是，特斯拉本月将其最受欢迎的汽车的折扣翻了一番。2022年12月22日，特斯拉网站发布广告称，年底前交付的所有Model 3和Model Y车辆均可获得7500美元的优惠，是本月早些时候为相同车辆提供的3750美元优惠的两倍。

而值得注意的是，在特斯拉打折的同时，其他汽车制造商却已经连续第三个假期未推出折扣。行业分析师表示，随着市场对其全电动汽车的需求降温，特斯拉正在与库存作斗争。

汽车购物网站Edmunds的汽车零售分析师Ivan Drury表示，“其他汽车制造商基本上在不采取任何优惠措施的情况下仍然销售一空——并且是在按照厂商建议零售价收费。而特斯拉在2022年早些时候提价后突然如此迅速地打折——这表示该公司并不是很有信心。”

打折对特斯拉来说是罕见的举措，在过去几年中，该公司以供应链中断和通货膨胀为由进行了一系列提价。但2022年，随着Rivian等初创公司以及福特、通用汽车和现代等传统汽车制造商的入局，特斯拉正面临着越来越激烈的竞争。

牺牲特斯拉股价收购到手的推特也让马斯克操心不已。

2022年10月底，马斯克正式完成推特的收购，长达半年的推特收购案终于画上了句号，但另一场“闹剧”似乎才刚刚开始。

入主推特后，马斯克大刀阔斧地进行裁员，先是挤走原CEO和CFO，后又解雇了7500名推特员工中的将近一半，推特的裁员规模达到75%。

在商业服务方面，马斯克推出了新版推特付费认证服务，但由于推特并未核实用户身份，这引发了大量冒充政客、名人和品牌企业的账户。美国制药巨头礼来公司的仿冒账户还发布了一条“胰岛素免费”的帖子，导致该公司市值蒸发百亿。

马斯克的接手也恶化了推特与广告商的关系。据悉，推特排名前100的广告商已经流失了一半，其中包括大众、通用、可口可乐、嘉士伯、戴尔、香奈儿、福特、雀巢等。推特此前公布的财报数据显示，广告收入占推特总营收的90%。自2020年以来，这些广告商为推特带来了近20亿美元的收入。广告商的流失，势必让推特的盈利困难进一步加剧。

接手推特后形象受冲击

对于推特来说，当前的风波不会很快平息，而用户的流失还没有真正开始。

根据市场研究公司Insider Intelligence的数据，在马斯克接手后，推特在未来两年内可能会失去超过3000万用户。数据显示，推特将在2023年流失约4%的用户，次年将流失5%。这意味着超过3200万用户将离开该平台。Insider Intelligence认为，由于越来越多的技术问题、仇恨言论的增加以及仇恨或垃圾邮件内容的激增，用户将放弃该平台。

当地时间2022年12月21日，在推特Spaces活动上，马斯克称，推特有望在2023年实现约30亿美元的收入，其资产负债表上有约10亿美元现金。然而根据市场此前预测，在马斯克私有化推特之前，推特在2022财年的收入有望实现约52亿美元。也就是说，推特的收入在2023年将下降大约20亿美元。

接手推特以来，马斯克的形象屡受冲击。

2022年12月18日，他在推特上进行了一项民意调查，询问网民是否希望他辞去公司高管一职，大约58%的受访者表示同意。当地时间12月20日，马斯克确认，一旦找到合适的替代者，他就会辞职，因为他说任何人都会“愚蠢”地接受这份工作。

随后，推特接下来的CEO人选成为了许多媒体讨论的焦点。PayPal前执行官David Sacks、Facebook前COO Sheryl Sandberg、 Facebook 前 CTO Mike Schroepfer等人均在候选人名单中。

据外媒报道，更有可能的候选人是自接管以来一直帮助马斯克运营推特的人，包括 The Boring Company 的 CEO Steve Davis、企业家和投资者Jason Calacanis、合伙人Andreessen Horowitz、Snap前团队负责人Sriram Krishnan等。

不过，马斯克也表示，将在卸任后继续管理公司的“软件和服务器团队”，暗示他将继续密切参与社交网站的日常运营和产品开发。外媒Vanity Fair分析认为，即便马斯克真的辞去CEO一职，他几乎肯定将继续实际掌控这家公司，推特的下一任CEO或许只是他的“傀儡”。

对马斯克来说，他对推特的雄心显然远不止于订阅服务，其真正的目的或许是想打造一个万能应用平台。据路透社报道，在接管推特之前，马斯克提出了一个构想——打造一款超级应用程序。他将这款应用程序形容为“瑞士军刀”，为用户提供一整套服务，例如消息传递、社交网络、点对点支付和电子商务等。

此外，自宣布收购推特以来，马斯克还多次表达了学习微信的想法。在2022年6月与推特员工的问答环节中，马斯克就指出，在亚洲以外，没有像微信这样的超级应用程序。“在中国，你基本上靠微信生活。”他这样说道，并表示他看到了创建这样一个应用程序的机会。

不过，想要再造“微信”并非容易的事。有报道分析认为，一方面，海外市场在各赛道已有诸多成熟应用、用户习惯也基本固化，推特想要切入其他领域一时间还很难做到。另一方面，推特本身并不具备即时通信的私密性，在本质上来说更像是内容平台，而非社交平台，所以这也就注定了很难像微信那样依靠用户的“关系网络”，从单纯的即时通讯工具转型为涵盖诸多功能的社交平台。