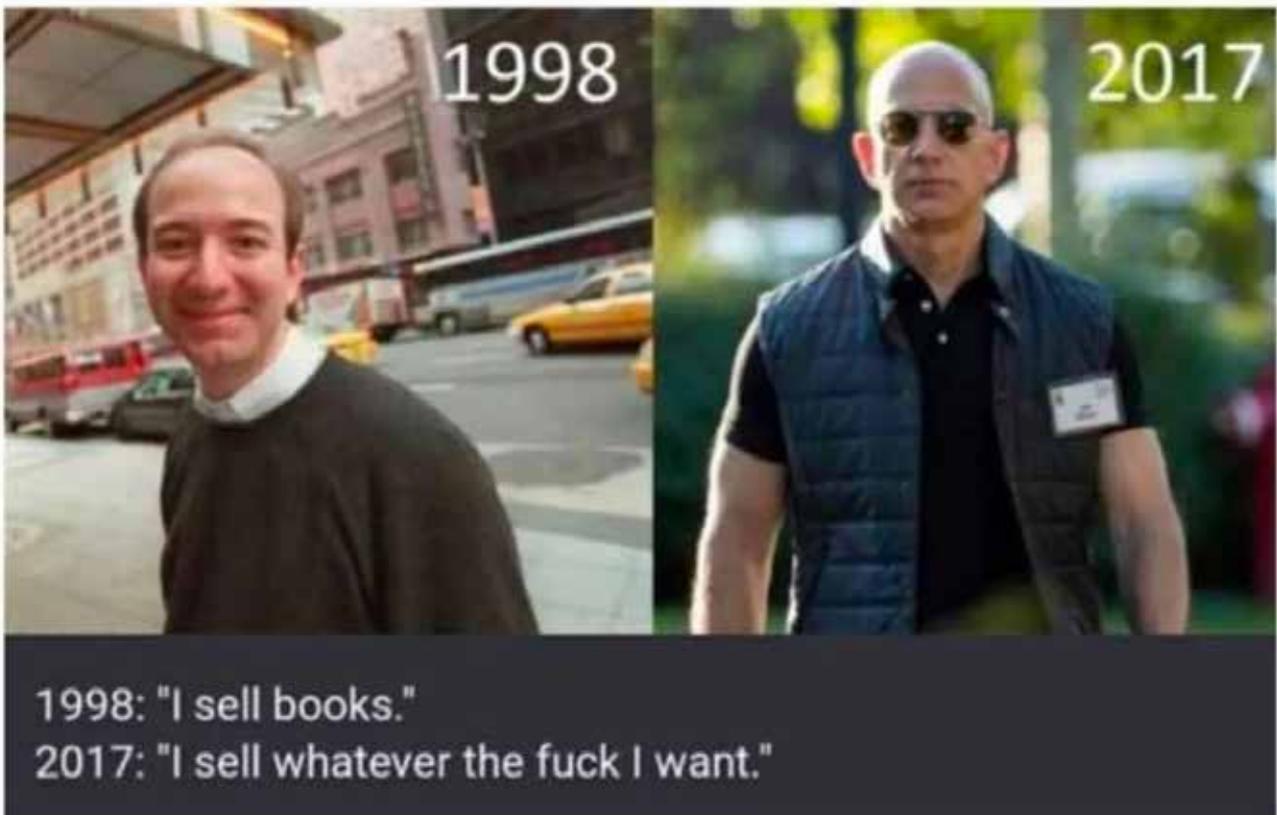


從一個華盛頓走向另一個華盛頓

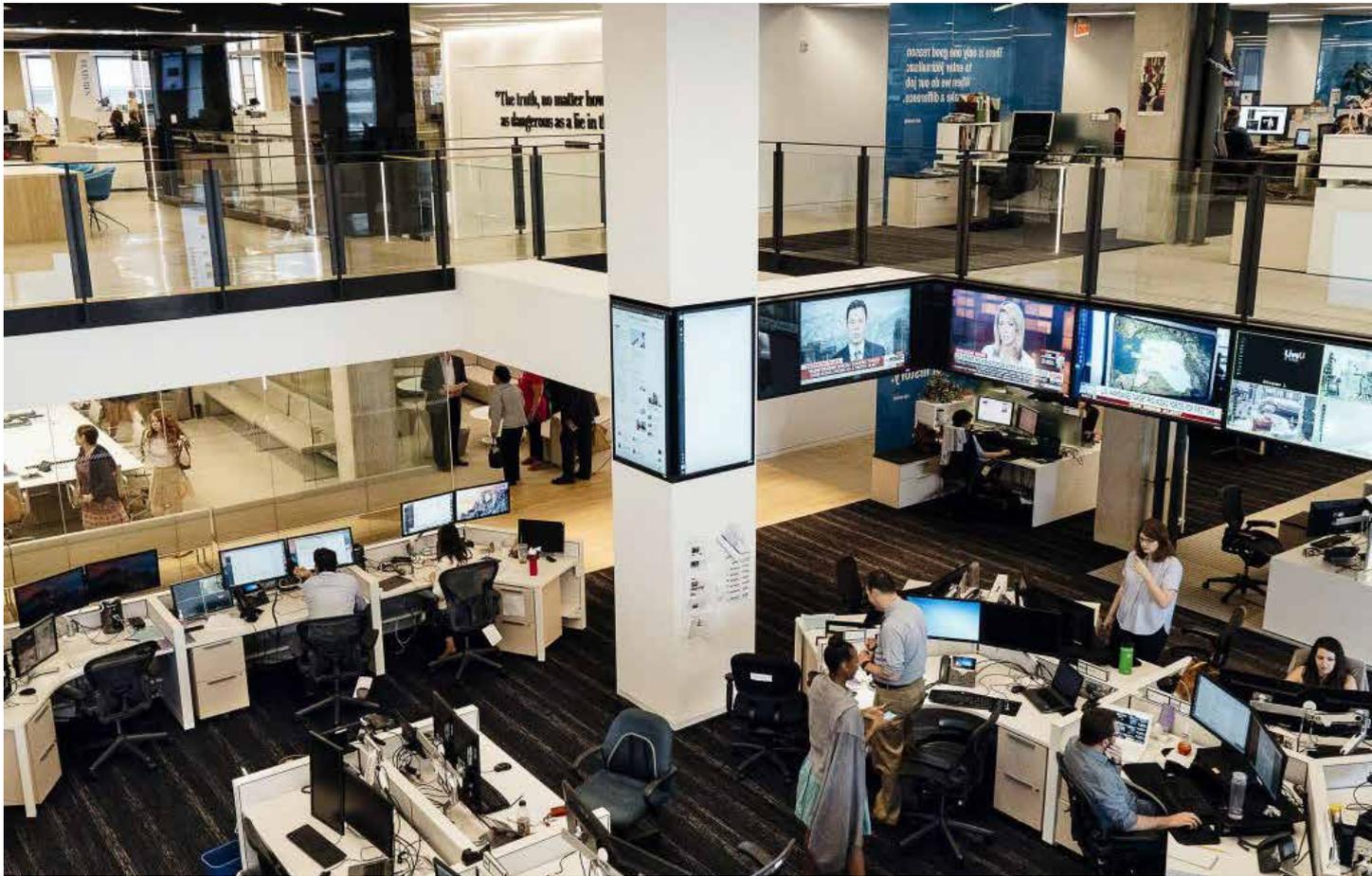
認識Bezos很久的人說，他是一個很有毅力的人，亞馬遜展示出了很多他個人的特性。從2015年年底開始，他變成了一位推特活躍用戶。他曾經貼出過一張自己穿著幸運牛仔靴的照片，以及一段自己站在一台位於德克薩斯的風力渦輪機上的影片。11月，在一個聚集了眾多商界、醫療健康與娛樂圈領袖的活動上，他在演講中談到，心目中最理想的工作，是做一個酒吧服務生，因為他喜歡和人聊天。

「我對自己調雞尾酒的手藝很自豪，」他說。如果要用一幅圖來刻畫此刻的Bezos的話，用那張他7月份在愛達荷州參加一個商務會議時的照片，再合適不過了。照片裡Bezos兩臂肌肉鼓鼓，撐起了polo衫。「硬漢Bezos」迅速地成為了網路熱圖。一條推特把他90年代文文弱弱的照片（配文：在下賣書）和17年肌肉發達的形象（配文：老子想賣啥就賣啥）放在一起，形成了鮮明的對比。

Amazon CEO Jeff Bezos has changed quite a bit



（「在下賣書」和「老子想賣啥就賣啥」）



(Bezos 的收購讓《華盛頓郵報》煥發了活力)

人們開始時常談起他的生活細節，包括他曾經風雨不改的日程。現在，大多數時候他會離開，位於華盛頓州Medina小鎮的奢華湖景房，來到西雅圖裝修一新的37層辦公樓裡，經營著亞馬遜。

每週三，他會前往肯特郊外的工業園。Blue Origin火箭就是在這裡組裝的。每兩周，他都與《華盛頓郵報》的領導層進行電話會議。每年兩次，領導層成員會去Bezos家拜訪。滿載《郵報》高層的郵件地址列表，被他命名為「煎餅組」。當這個小組的成員，第一次到他家做客的時候，Bezos按照他極其喜愛的《烹飪的樂趣》一書中的菜譜，為成員們

做了一道甜燕麥餅。

「我們完全不像是，去到了某個傭人比客人都多的億萬富翁家裡，」《郵報》的首席資訊官 Shailesh Prakash 說，「富翁本人當時正忙於，想辦法把狗從沙發上弄下來。」

近兩年前亞馬遜管理層發生的變動，使Bezos的工作變得更為人知，他讓Jeff Wilke負責消費者業務，讓Andy Jassy負責雲計算。這給他騰出了更多的時間投入到《華盛頓郵報》和Blue Origin業務中，但他仍然對亞馬遜投入良多，只不過大部分時間，都花在了那些起碼還要兩到四年，才能問世的工作中。

Bezos也開始利用輿論為公司造勢。去年9月份，他策劃了一個廣受關注的項目—為亞馬遜尋找成立第二總部的地點。亞馬遜在大會上強調了，該項目能夠帶來的潛在新增就業崗位數量—最多50,000個—並以此激勵一些城鎮（如達拉斯，波士頓等）前來招標。

這意味著Bezos將來，可能會更多地出現在華盛頓地區，而不是華盛頓州。現在Bezos每年訪問華盛頓地區約10次左右—在《華盛頓郵報》參加論壇、與工程師討論問題、和記者們一起進餐。他的家正在裝修，那是位於馬薩諸塞州大道—排大使館旁邊

的卡洛拉馬區（Kalorama），附近的兩幢連排房屋—那裡曾經是該市的紡織博物館。

Bezos計劃在房子裡舉辦沙龍式的晚宴，他的靈感來自《華盛頓郵報》的前發行人Katharine Graham，為兩黨有頭有臉的人物準備的晚宴。Bezos要求他的客人們，在每次晚宴上只圍繞一個主題進行對話，這一廣為人知的規定，是為了防止大家各自討論私人的話題。「這房子很大，」《華盛頓郵報》的執行編輯Martin Baron說。「我希望他在家裡為我們開個派對。」



（Bezos 在美國技術委員會的白宮會議上，與會者還包括川普總統和微軟首席執行官 Satya Nadella）



資深郵報作家，華盛頓社交教母Sally Quinn說，她尚未收到關於Bezos，將如何利用自己的新居的消息。但是她贊揚了，試圖把政界的大咖聚集在一起的這一想法。

「現在華盛頓確實沒有人在做類似的事情，」最近在《華盛頓郵報》一片的首映式，遇到Bezos的Quinn說，「這就像倒退到了過去」。「Jeff」，她說：「我認為，當下只有你有能力做好這件事。」3S Market：事實，在過去對這家靠網購賣書起家的亞馬遜

，一直認為怎麼會有如此神力。甚至幾年前，推出「火機（Fire phone）」也被眾所嘲笑；而幾年前在愚人節推出Dash Button，雖媒體沒饒過揶揄的撻罰，但那一刻起，真正開始認識這家公司，3S Market就開始多次轉載報導亞馬遜。

相信在美國，當亞馬遜推出Dash Button後，已讓很多科技公司及百貨零售業腳尾手冷，這是一家值得敬佩景仰的偉大企業！

amazon



(本圖來源為<https://www.guruin.com/news/2334>)