



LLMQuant Financial Report

Quarterly Financial Analysis

Fiscal Year 2025 - First Quarter

February 2024

CONFIDENTIAL - FOR INTERNAL USE ONLY

Table of Contents

Placeholder for table of contents

0

Executive Summary

Apple Inc. has delivered exceptional financial results for the first quarter of fiscal year 2025, achieving record revenue of \$124.3 billion USD, representing a 4% year-over-year growth. The company has demonstrated strong performance across all geographic segments, with record-breaking revenue in the Americas, Europe, Japan, and Asia Pacific regions. Emerging markets have shown particularly impressive growth, especially in Latin America, the Middle East, and South Asia.

Financial Highlights

- Record quarterly revenue of \$124.3 billion USD, up 4% year-over-year
- iPhone revenue: \$69.1 billion USD, reaching all-time highs in multiple markets
- Mac revenue: \$9.0 billion USD, up 16% year-over-year
- iPad revenue: \$8.1 billion USD, up 15% year-over-year
- Services revenue: \$26.3 billion USD, an all-time high with 14% year-over-year growth
- Gross margin: 46.9%
- Net income: \$36.3 billion USD
- Over \$30 billion USD returned to shareholders

AppleCompany2025Fiscal YearFirst Quarter财报研究报告

面向投资者的财务分析与市场解读

摘要

AppleCompany在2025Fiscal YearFirst Quarter交出了史上最亮眼的季度业绩：营收达到1243亿USD，Year-over-Year Growth4%，创下All-Time High；净利润增长至约363亿USD，同比约+7%；每股收益（EPS）2.40USD，Year-over-Year Growth10%。虽然中国市场和iPhone销售面临压力，但在Mac、iPad和服务等业务的强劲表现带动下，Company整体收入再创新高，显示出卓越的盈利能力与经营韧性。管理层强调，Company所有产品和地区的活跃设备安装基数均再创新高，为后续Services

财务指标	2025Fiscal YearQ1	2024Fiscal YearQ1	同比
总营收	\\$1243 亿	\\$1196 亿	+4%
净利润	\\$363 亿	\\$339 亿	+7%
Gross Margin	46.9%	45.9%	+1.0 pp
iPhone收入	\\$691 亿	\\$697 亿	-1%
Mac收入	\\$89 亿	\\$78 亿	+15%
iPad收入	\\$81 亿	\\$70 亿	+15%
可穿戴、Home及Accessories	\\$117 亿	\\$120 亿	-2%
服务收入	\\$263 亿	\\$231 亿	+14%
营业利润	\\$428 亿	\\$404 亿	+6%
每股收益 (EPS)	\\$2.40	\\$2.18	+10%
资本支出	\\$29.4 亿	\\$23.9 亿	+23%

数据来源：AppleCompany财报。

财务分析

1. 收入增长（地区与产品）

- 本季度Apple营收Year-over-Year Growth4%，主要由Americas、Europe和Japan市场的上扬所带动；Europe营收约338.6亿USD，同比大增11%；Japan营收89亿USD，同比提升16%；Americas市场亦增长4%。
- 大中华区营收为185.1亿USD，同比下滑11%，是主要地区中下滑幅度最大的市场。
- 从产品类别看：
 - iPhone收入 略降1%至691亿USD，仍占总营收Over一半。
 - Mac 和 iPad 分别增长约16%和15%，主要依靠新产品周期的强劲需求。
 - 可穿戴、Home及Accessories 略降2%，反映Apple Watch和AirPods的增速放缓。
 - Services Business 继续以14%的增幅攀升至263亿USD的季度营收新高，占总营收比约21%。

2. Gross Margin变化及驱动因素

- 本季度综合Gross Margin达46.9%（同比+1个百分点），毛利额达约582.8亿USD，超去年同期约548.6亿USD。
- Services Business 贡献度提高（服务Gross Margin约为70%），同时 Mac 和 iPad 销售增长加剧规模效应，带动整体Gross Margin提升。

- Apple的自研芯片（Apple Silicon）进一步降低了单位成本，并通过对冲操作和定价策略对冲了约2个百分点的汇率不利影响。

3. 运营利润及净利润

- 运营利润约428亿USD（同比+6%），净利润约363亿USD（同比+7%），净利率达29.2%，高于上年同期的28.4%。
- 研发及销售管理费用增速（+7%左右）低于营收增长，体现出较好的费用管控水平。
- 每股收益（EPS）达2.40USD，同比+10%，部分受益于股份回购所带来的股本稀释。

4. 现金流及资本回报

- 经营活动现金流为299.4亿USD；自由现金流约270亿USD。
- 本季度资本支出为29.4亿USD，高于去年同期的约24亿USD，主要用于生产设施、数据中心及零售扩张。
- Company通过股票回购（\236.1亿）与股息派发（\38亿）Returned to Shareholders逾\300亿，账上仍持有Over\1413亿的现金与有价证券。

市场与行业对比

1. 全球智能手机市场

- 2024年，智能手机市场经历两年下滑后出现复苏，Q4全球出货量同比+2.4%。
- Apple与三星依旧保持前两大智能手机厂商地位；Apple全球市占率约23.2%，但iPhone出货量同比略降。
- 华为、小米等厂商在全球加速追赶，竞争格局正不断演化。

2. PC和平板电脑市场

- 全球PC市场在2024年Q4同比微增1.8%。
- Mac 依托M系列芯片与新品组合，实现收入同比+16%，大幅领先行业平均。
- 平板方面，iPad 在新品推陈出新下收入同比+15%，同样跑赢大盘。

3. Wearables 市场

- 长期看，健康监测与AR/VR等新功能或带来下一轮需求增长，Apple的技术和生态优势依然突出。

中国市场分析

1. 营收与 iPhone 销售

- 大中华区营收为185亿USD，同比-11%。
- 本地机构调研显示，Apple在中国市场的 iPhone 销售出现了18%左右的下滑，市场排名被华为超越。

2. 本地竞争态势

- 华为凭借供应链恢复及 Mate 系列高端机型的强势表现，重新赢得高端市场份额；vivo、OPPO、小米也在各价位段快速跟进。
- Apple 在中国的“高端机霸主”地位受到挑战，iPhone 在中国的市场占有率被多家国产品牌分流。

3. 政策环境与经济影响

- 中美经贸及科技博弈令Apple在华供应链和市场准入面临潜在不确定性。
- 经济复苏乏力及居民谨慎消费，也使高端手机升级需求放缓。部分政府与企业用户对于 iPhone 的使用可能受到限制。

Future Outlook与投资建议

1. 财务业绩预期

- Company管理层预计下一季度收入增长在2%-5%之间，扣除汇率影响后实际增速或更高。
- 随着 iPhone 渠道库存调整与新的 AI 功能推广，销量前景将有所改善；Mac、iPad 增速将保持稳健；服务收入有望维持两位数增长。

2. 增长动力与潜力

- 主要风险：高端机市场激烈竞争、中国市场本地化政策和竞争压力、汇率波动、供应链中断或地缘政治风险等。

- 从中长期看，Apple仍是科技行业最具护城河与创新能力的Company之一；稳健的财务结构和强大的生态效应将支撑其业绩持续增长。

- 建议投资者对Apple保持中长期持有信心，在市场波动或回调时酌情增持；同时应密切关注Company在华策略、新Product Performance及监管动向。

执行摘要

苹果公司在2025财年第一季度取得了卓越的财务业绩，实现了1243亿美元的创纪录收入，同比增长4%。

公司在所有地区都表现强劲，在美洲、欧洲、日本和亚太地区的收入均创下历史新高。新兴市场表现尤为突出，特别是在拉丁美洲、中东和南亚地区。

财务亮点

- 季度收入创纪录，达1243亿美元，同比增长4%
- iPhone收入：691亿美元，在多个市场创下历史新高
- Mac收入：90亿美元，同比增长16%
- iPad收入：81亿美元，同比增长15%
- 服务业务收入：263亿美元，创历史新高，同比增长14%
- 毛利率：46.9%
- 净收入：363亿美元
- 向股东返还超过300亿美元

苹果公司2025财年第一季度财报研究报告

面向投资者的财务分析与市场解读

摘要

苹果公司在2025财年第一季度交出了史上最亮眼的季度业绩：营收达到1243亿美元，同比增长4%，创下历史新高；净利润增长至约363亿美元，同比约+7%；每股收益（EPS）2.40美元，同比增长10%。虽然中国市场和iPhone销售面临压力，但在Mac、iPad和服务等业务的强劲表现带动下，公司整体收入再创新高，显示出卓越的盈利能力与经营韧性。管理层强调，公司所有产品和地区的活跃设备安装基数均再创新高，为后续服务业务的增长奠定坚实基础。

关键财务数据表

LLMQuant Financial Report February 2024

总营收	\\$1243 亿	\\$1196 亿	+4%
净利润	\\$363 亿	\\$339 亿	+7%
毛利率	46.9%	45.9%	+1.0 pp
iPhone收入	\\$691 亿	\\$697 亿	-1%
Mac收入	\\$89 亿	\\$78 亿	+15%
iPad收入	\\$81 亿	\\$70 亿	+15%
可穿戴、家居及配件	\\$117 亿	\\$120 亿	-2%
服务收入	\\$263 亿	\\$231 亿	+14%
营业利润	\\$428 亿	\\$404 亿	+6%
每股收益 (EPS)	\\$2.40	\\$2.18	+10%
资本支出	\\$29.4 亿	\\$23.9 亿	+23%

数据来源：苹果公司财报。

财务分析

1. 收入增长（地区与产品）

- 本季度苹果营收同比增长4%，主要由美洲、欧洲和日本市场的上扬所带动；欧洲营收约338.6亿美元，同比大增11%；日本营收89亿美元，同比提升16%；美洲市场亦增长4%。
- 大中华区营收为185.1亿美元，同比下滑11%，是主要地区中下滑幅度最大的市场。
- 从产品类别看：
 - iPhone收入 略降1%至691亿美元，仍占总营收超过一半。
 - Mac 和 iPad 分别增长约16%和15%，主要依靠新产品周期的强劲需求。
 - 可穿戴、家居及配件 略降2%，反映Apple Watch和AirPods的增速放缓。
 - 服务业务 继续以14%的增幅攀升至263亿美元的季度营收新高，占总营收比约21%。

2. 毛利率变化及驱动因素

- 本季度综合毛利率达46.9%（同比+1个百分点），毛利额达约582.8亿美元，超去年同期约548.6亿美元。
- 服务业务 贡献度提高（服务毛利率约为70%），同时 Mac 和 iPad 销售增长加剧规模效应，带动整体毛利率提升。
- 苹果的自研芯片（Apple Silicon）进一步降低了单位成本，并通过对冲操作和定价策略对冲了约2个百分点的汇率不利影响。

3. 运营利润及净利润

- 运营利润约428亿美元（同比+6%），净利润约363亿美元（同比+7%），净利率达29.2%，高于上年同期的28.4%。

- 研发及销售管理费用增速（+7%左右）低于营收增长，体现出较好的费用管控水平。
- 每股收益（EPS）达2.40美元，同比增长10%，部分受益于股份回购所带来的股本稀释。

4. 现金流及资本回报

- 经营活动现金流为299.4亿美元；自由现金流约270亿美元。
- 本季度资本支出为29.4亿美元，高于去年同期的约24亿美元，主要用于生产设施、数据中心及零售扩张。
- 公司通过股票回购（\236.1亿）与股息派发（\38亿）向股东返还逾\300亿，账上仍持有超过\1413亿的现金与有价证券。

市场与行业对比

1. 全球智能手机市场

- 2024年，智能手机市场经历两年下滑后出现复苏，Q4全球出货量同比+2.4%。
- 苹果与三星依旧保持前两大智能手机厂商地位；苹果全球市占率约23.2%，但 iPhone 出货量同比略降。
- 华为、小米等厂商在全球加速追赶，竞争格局正不断演化。

2. PC和平板电脑市场

- 全球PC市场在2024年Q4同比微增1.8%。
- Mac 依托M系列芯片与新品组合，实现收入同比+16%，大幅领先行业平均。
- 平板方面，iPad 在新品推陈出新下收入同比+15%，同样跑赢大盘。

3. 可穿戴设备市场

- 可穿戴设备整体增速趋缓，且厂商竞争激烈。苹果在高端市场仍有品牌与生态优势，但华为、小米等凭借多档价位和产品差异化在全球迅速扩张。
- 长期看，健康监测与AR/VR等新功能或带来下一轮需求增长，苹果的技术和生态优势依然突出。

中国市场分析

1. 营收与 iPhone 销售

• 大中华区营收为185亿美元, LLMQuant Financial Report

February 2024

• 本地机构调研显示, 苹果在中国市场的 iPhone 销售出现了18%左右的下滑, 市场排名被华为超越。

2. 本地竞争态势

• 华为凭借供应链恢复及 Mate 系列高端机型的强势表现, 重新赢得高端市场份额; vivo、OPPO、小米也在各价位段快速跟进。

• 苹果在中国的“高端机霸主”地位受到挑战, iPhone 在中国的市场占有率被多家国产品牌分流。

3. 政策环境与经济影响

• 中美经贸及科技博弈令苹果在华供应链和市场准入面临潜在不确定性。

• 经济复苏乏力及居民谨慎消费, 也使高端手机升级需求放缓。部分政府与企业用户对于 iPhone 的使用可能受到限制。

未来展望与投资建议

1. 财务业绩预期

• 公司管理层预计下一季度收入增长在2%-5%之间, 扣除汇率影响后实际增速或更高。

• 随着 iPhone 渠道库存调整与新的 AI 功能推广, 销量前景将有所改善; Mac、iPad 增速将保持稳健; 服务收入有望维持两位数增长。

2. 增长动力与潜力

3. 风险因素与投资建议

• 主要风险: 高端机市场激烈竞争、中国市场本地化政策和竞争压力、汇率波动、供应链中断或地缘政治风险等。

• 从中长期看, 苹果仍是科技行业最具护城河与创新能力的公司之一; 稳健的财务结构和强大的生态效应将支撑其业绩持续增长。

• 建议投资者对苹果保持中长期持有信心, 在市场波动或回调时酌情增持; 同时应密切关注公司在华策略、新产品表现及监管动向。

