

苹果发布的3Q20财报给市场带来了惊喜，净营收为597亿美元，同比增长11%，净利润为112.5亿美元，同比增长12%，超出市场预期，股价也给予积极反馈。

【产品线全面开花，非iPhone收入超过一半】尽管疫情影响供应链和线下销售，但得益于价格更低的iPhone SE和主流机型iPhone11的强劲表现，iPhone收入保持强劲，同比增长2%，而MAC、iPad、可穿戴同比增长分别更是达到22%，31%和17%。

	3Q18	4Q18	1Q19	2Q19	3Q19	4Q19	1Q20	2Q
iPhone	29,470	36,755	51,982	31,051	25,986	33,362	55,967	
Mac	5,258	7,340	7,416	5,513	5,820	6,991	7,160	
iPad	4,634	3,983	6,729	4,872	5,023	4,656	5,977	
可穿戴、家居和附件	3,733	4,223	7,308	5,129	5,525	6,520	10,010	
服务	10,170	10,599	10,875	11,450	11,455	12,511	12,715	
总营收	53,265	62,900	84,310	58,015	53,809	64,040	91,819	
占比								
iPhone	55%	58%	62%	54%	48%	52%	61%	
Mac	10%	12%	9%	10%	11%	11%	8%	
iPad	9%	6%	8%	8%	9%	7%	7%	
可穿戴、家居和附件	7%	7%	9%	9%	10%	10%	11%	
服务	19%	17%	13%	20%	21%	20%	14%	
YOY								
iPhone					-12%	-9%	8%	
Mac					11%	-5%	-3%	
iPad					8%	17%	-11%	
可穿戴、家居和附件					48%	54%	37%	
服务					13%	18%	17%	

【在家办公和学习需求拉动了Mac、iPad增长，线下店面关闭则不利于可穿戴销售】本季度iPad增速同比高达31%，Mac增速高达22%，很大程度得益于疫情在家工作和学习需求推动。可穿戴设备销售收入增速则下降至17%，苹果称线下门店的销售不利于苹果表这种需要亲身体验的可穿戴设备销售。

【各个市场均保持较快的增长】欧洲、日本增速较快，中国市场同比增长2%，扣除汇率影响后，中国市场增长6%。由于华为在高端手机市场受到政治因素的打压，客观上利好苹果在高端手机领域的销售。

分市场	3Q18	4Q18	1Q19	2Q19	3Q19	4Q19	1Q20	2Q
美洲	24,542	27,517	36,940	25,596	25,056	29,322	41,367	
欧洲	12,138	15,382	20,363	13,054	11,925	14,946	23,273	
大中华	9,551	11,411	13,169	10,218	9,157	11,134	13,578	
日本	3,867	5,161	6,910	5,532	4,082	4,982	6,223	
其他亚太市场	3,167	3,429	6,928	3,615	3,589	3,656	7,378	
总营收	53,265	62,900	84,310	58,015	53,809	64,040	91,819	
占比								
美洲	46%	44%	44%	44%	47%	46%	45%	
欧洲	23%	24%	24%	23%	22%	23%	25%	
大中华	18%	18%	16%	18%	17%	17%	15%	
日本	7%	8%	8%	10%	8%	8%	7%	
其他亚太市场	6%	5%	8%	6%	7%	6%	8%	
总营收	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
YoY								
美洲					2%	7%	12%	
欧洲					-2%	-3%	14%	
大中华					-4%	-2%	3%	
日本					6%	-3%	-10%	
其他亚太市场					13%	7%	6%	
总营收					1%	2%	9%	

【服务付费订阅用户达到5.5亿人】平台订阅用户数达到5.5亿人，同比增长1.3亿，环比增长3500万人。服务营收也达到了131.6亿美元，同比增长15%。

服务营收来自苹果圈养一大批用户并通过第三方APP付费分成和自身推出的付费服务所获取的收入。这个业务虽然增长喜人，但越来越受到开发者的抱怨和吐槽，也有被反垄断的风险。

【利润率稳健】3Q20苹果毛利率、运营利润率、净利率分别为38%、22%和19%。