

■来源:Apple官方网站

新品起售价涨千元,旧款也比过去贵了

新老iPad全线大涨价

10月19日,#iPad全线大涨价#的话题登上热搜。前一晚,苹果正式发布iPad10和iPad Pro两款新品,起售价分别上调1100元和600元。与此同时,苹果对现售iPad也全线涨价。2021年9月发布的iPad 9涨价100元,iPad mini 6涨价200元;今年3月发布的iPad Air 5起售价涨400元。这与此前苹果新品发布后,旧款降价形成明显对比。不少网友戏称感受到了涨价的"惊",却没多少升级的"喜"。

此次提价究竟是受供需、汇率影响还是基于成本考虑?苹果官方尚未给出解释。不少网友认为,苹果全新推出的iPad系列并没有多少新意,两款产品同跌破发行价的iPhone14一样,"更像是库克为了清库存而推出的产品"。

■新快报记者 陈学东

新款iPad大幅上调起售价

10月18日晚,苹果通过官网发布了新款iPad Pro和第十代iPad。其中,iPad Pro搭载了苹果自研的M2芯片,支持全新的Apple Pencil悬停体验,第十代iPad采用全面屏设计,屏幕增大至10.9英寸,两款新产品都将于10月26日在国内开始发售。

相比上一代,新的iPad Pro和第十代iPad没有特别重大的更新,这或许是苹果没有单独举办发布会的原因,而是选择在网上直接挂出了新产品消息。

引发大家关注的是,此次的新款iPad均大幅上调起售价。

iPad Pro颜色依旧是银色和深空灰,11英寸和12.9英寸两种屏幕尺寸,容量也与上一代保持一致。11英寸起售价涨了600元,6799元起;12.9英寸起售价格涨了800元,9299元起。相比之下,第十代iPad涨幅更为夸张,容量依旧是64GB和256GB,但起售价直接跳涨1100元,3599元起售。

按理说,数码产品新品面世后,通常厂商会对老款产品进行降价促销,然而苹果不走寻常路。在苹果官网上,2021年9月发布的iPad 9起售价涨100元,iPad mini 6起售价涨200元。今年3月发布的iPad Air 5起售价涨400元。

要做一回"等等族"

iPad全线大涨价,这是出乎大众意料的事件。但有业内人士表示,新品iPad的涨价其实早有预兆,在九月发布的iPhone 14系列,其各个版本的定价均有所上涨,仅此一点可见一斑。更何况,在供应链、经济环境的影响下,苹果作为国际企业自然也受到了冲击,新品上调价格在所难免。然而,对于旧款产品,乃至去年发布的产品再度涨价,确实令人匪夷所思,苹果此举显然是在消耗用户的好感度,这对于产品销量或多或少会带来负面效果。

有网友评价,第十代iPad是"换壳又换芯",新款iPad Pro则是"换芯不换壳"。但在不少用户眼中,此次iPad升级不仅无诚意,更是因为新老款齐涨价,反而凸显新款性价比明显不足。从消费者的反应来看,除了iPad 10的新配色有一定吸引力外,大家纷纷表示要做一回"等等族"。值得注意的是,在一位博主发起的"你会买新款iPad?"的投票中,有79%的消费者选择了不会购买。

iPad产品线一直是苹果非常重要的产品线。截至6月份结束第三财季,苹果来自于iPad的净营收为72.24亿美元,较去年同期略有下降,但同样好于市场预期的69亿美元。苹果CEO库克称,iPad收入下滑是受到供应限制和强制美元的拖累。此番iPad全线大涨价对苹果会带来怎样的影响,值得观察。

达美乐中国再次冲刺港股IPO

外送订单占七成,三年半亏损逾10亿

近日,拥有达美乐比萨中国特许经营权的达势股份在港交所更新了上市申请资料,拟在香港主板挂牌上市,美银证券为其独家保荐人。这是继3月首次向港交所递表申请状态转为"失效"后,达美乐中国再次向港股IPO发起冲刺。

■新快报记者 陆妍思

外送订单占比逾七成

1960年,达美乐比萨在美国诞生。早在1997年,达美乐便在北京开出其中国首家门店。但作为达美乐比萨在中国的独家总特许经营商,达势股份于2010年才创立。彼时,达势股份将Pizzavest China Ltd.收购,前者正是达美乐比萨于北京、天津、上海、江苏省及浙江省的总特许经营商。2017年6月,达势股份又与达美乐比萨的附属公司Domino's International续签总特许经营协议,进一步扩大其特许经营辐射的区域。直到目前,达美乐中国直营门店扩展至12个城市547家,达势股份成为了达美乐在中国的代表,也因此被称作"达美乐中国"。

根据招股书,2019年至2022年上半年,达美乐中国实现营收8.37亿元、11.04亿元、16.11亿元、9.09亿元。美国达美乐靠"急速外卖+供应链"的模式迅速崛起,达美乐中国也一样。"外送30分钟必达,超时送免费比萨券",白字红底的标语醒目地打在达美乐比萨的官方订餐首页上。招股书显示,在2019年至2022年上半年,达美乐中国在外送订单上的营收分别为5.86亿元、8.22亿元、11.80亿元和6.50亿元,分别占同期总营收的70.0%、74.5%、73.2%和71.5%。

骑手薪酬开支占大头

不过,达美乐中国营收看起来稳定增长,但却持续亏损,2019年至2022年上半年,其净亏损额分别为1.82亿元、2.74亿元、4.71亿元、9547.5万元。也就是说,三年半的时间,达美乐中国的净亏损合计超过10亿元。

从披露的数据来看,员工薪酬开支是达美乐中国占比最高的一项支出,同期该项支出达到了3.36亿元、4.69亿元、7.03亿元、3.37亿元,分别占总营收40.1%、42.5%、43.7%、37.1%。

记者发现,外卖骑手占其员工薪酬开支大头,以2021年为例,公司正式员工总数为2991人,但兼职员工数高达9271人,而同期公司的骑手人数为5375人,几乎是全职员工的两倍。

此外,达势股份每年需向达美乐母公司缴纳包含总特许经营费、门店特许经营费、特许权使用费在内的费用。2019年至2022年上半年,达势股份向达美乐支付的相关授权费用分别为3950万元、5070万元、1.15亿元、2920万元。

"之所以公司层面仍没能实现盈利,主要是由于达美乐中国将扩大门店网络优先于直接基本盈利能力的战略决策。"达美乐中国在招股书中解释,亏损主要由于门店扩张,按其计划,2022年、2023年将各开120家、180家新店。

募资主要用于扩张门店

达美乐中国的信心源于不断增长的市场需求。根据弗若斯特沙利文报告,中国比萨市场庞大、快速增长且处于早期发展阶段,2021年其市场规模为364亿元,预计到2026年将增至689亿元,复合年增长率为13.6%。其中,比萨外卖部分预计比整个比萨市场增长更快,同期按照19.9%的复合年增长率增长,将占据整个中国比萨市场的64.3%。

"我们的目标是成为中国首屈一指的比萨公司。"达美乐中国在招股书中表示。从目前的国内市场份额来看,达美乐中国仍远远落后于必胜客和尊宝,仅排名中国第三,截至2022年6月底,必胜客餐厅数量达到2711家,尊宝比萨门店数量超过2000家。对此次上市募资,达美乐中国也表示,主要用于扩张门店网络和扩大中央厨房的容量;提高技术能力从而提高经营效率、服务能力和顾客体验以及用于一般企业用途。

多家航空公司复航并增加国际航线

亚洲航线占比超七成

新快报讯 记者张晓菡报道 10月18日,吉祥航空宣布,将恢复与新开多个国际航点的航班服务。新快报记者梳理发现,近一个月以来,7大A股上市航司中,除华夏航空外,其他航司均已宣布恢复并增班多条国际航线,复航航线涵盖亚洲欧美等多个地区。

此次国际航班大规模复航将从10月下旬开始陆续执行。具体来看,南方航空、东方航空、春秋航空、吉祥航空复航以亚洲航线为主,涵盖东京、首尔、大阪、胡志明、曼谷、金边、雅加达、马尼拉等地;中国国际航空则以北美地区为主,洛杉矶、多伦多、温哥华航线占比过半;海南航空则以欧洲地区为主,涵盖莫斯科、布鲁塞尔、柏林、曼彻斯特、罗马等地区。

据新快报记者不完全统计,上述航司复航国际地区中,日韩地区占比达到了航线总数的37.25%;其次为东南亚地区,占比31.37%,如若算上中东地区,则亚洲占比已超七成。

10月15日,除国航与华夏航空外,7大A股上市航司中的南方航空、东方航空、海南航空(海航控股)、春秋航空、吉祥航空均披露了9月份经营数据。具体来看,虽然目前总体供需仍徘徊低位,但国际地区业务呈上升趋势,上述航司9月旅客周转量分别同比上升33.77%、25.06%、99.10%、30.35%和87.65%。

对此,新快报记者采访了某航司票务从业人员小林(化名),对方表示,"随着国际航线增加,目前航班不再紧张,各个航司均在降价提高上座率,三方平台和官网都有票,不再存在去年一票难求的情况。我们现在卖的票基本上是出国务工的团体票,目前是淡季,随着逐渐放开,我对未来经营情况保持乐观。"

此前,因受疫情影响,2022年上半年7大A股上市航司合计营收1035.18亿元,合计净亏损665.82亿元,上年同期合计净亏损为174.39亿元。

从二级市场上来看,7大A股航司表现不尽相同。截至10月19日收盘,吉祥航空、华夏航空股价分别报14.68元/股与11.25元/股,小幅微涨0.98%和0.54%,总市值分别为325.02亿与114.03亿。而其他5家则均呈下降趋势。其中国航领跌,股价报10.11元/股,下降3.25%,总市值1468亿元。