

## 连亏三年，达美乐冲刺中国披萨第一股能有希望吗？

最近一段时间，在中国市场上，披萨逐渐从一个外来的舶来品成为了大家所熟悉的一种食物，不过你最熟悉的披萨品牌是哪个是必胜客还是达美乐呢？就在前不久，达美乐中国正式宣布冲刺港股上市，已经连续亏损三年的达美乐中国冲刺上市真的能有戏吗？在中国做披萨真的是一个好生意吗？

### 一、达美乐冲刺中国披萨第一股？

据界面新闻的报道，据港交所披露，达美乐比萨在中国内地、中国香港和中国澳门的独家总特许经营商——达势股份有限公司（为了便于理解以下简称达势股份为达美乐）已正式递交招股说明书，拟主板挂牌上市，美银担任独家保荐人。

1960年在美国成立的达美乐是一个全球性披萨品牌，其在经营早期便针对外送市场建设自有配送系统，主打披萨外卖服务。按2020年全球零售销售额计算，达美乐是全球最大的比萨公司，截至2022年1月2日在全球90多个市场拥有超过1.8万家门店。1997年，达美乐进入中国，在北京开设了第一家门店。

虽然早早进入中国市场，但达美乐的门店数量并不算多。截至招股书最后实际可行日期，达势股份在中国内地的10个城市拥有485家直营门店，其中57%的门店位于北京、上海。而必胜客到2021年底的中国门店数量为2452家。

据时代财经的报道，早在1997年，达美乐便进入中国，在北京开设第一家门店，但扩张速度缓慢。直到2010年12月，达势股份收购了Pizzavest China Ltd（达美乐比萨当时于北京、天津、上海、江苏省及浙江省的总特许经营商），达美乐在国内进军的步伐才明显加快。

连亏三年，达美乐冲刺中国披萨第一股能有希望吗？

达美乐在招股书中表示，其目标是成为中国第一的比萨公司。截至2021年年底，达美乐约57%的门店位于北京和上海。而在北上两地稳脚跟后，自2020年起，达美乐在华南地区，尤其是深圳和广州市场全力进攻。

招股书显示，在疫情最严重的2020年，达美乐在深圳及广州分别有44家和21家门店，较2019年增长83%和200%，2021年扩张速度有所放缓，为2020年的45%和95%。

达美乐的利润却并不太理想，据其招股书，2019年、2020年及2021年，达美乐分别

录得营收8.37亿元、11亿元及16亿元，2020年及2021年同比增速分别为32%、45.9%；2019年、2020年及2021年，达美乐净亏损分别为1.82亿元、2.74亿元及4.71亿元，三年累计净亏损达9.27亿元。

二、连亏三年的达美乐冲刺港股有戏吗？

说实在，看到达美乐要冲刺港股上市，让人最大的感觉是见怪不怪了，毕竟这些年各种餐饮企业上市已经成为了市场的大势所趋，从百胜中国到海底捞、九毛九、呷哺呷哺，所以当前达美乐的上市也不让人意外，属于意料之中的事情，但是达美乐冲刺中国披萨第一股真的有戏吗？

首先，披萨市场在中国的确是一个具有较强发展潜力的市场。其实要客观的说，中国已经有了披萨的上市公司，这就是百胜中国，不过百胜是餐饮集团旗下的必胜客也不是最大的连锁品牌，所以百胜中国不能算真正意义上的披萨第一股，这也是达美乐冲刺披萨第一股的原因所在。不过，当前伴随着中国经济的发展，中国人的饮食口味也日益国际化、多元化，披萨这种舶来品也逐渐被大家的所接受，成为中国人比较喜欢的一种食品，所以在这样的情况下，披萨的发展潜力逐渐被激发出来，根据弗若斯特沙利文的报告，2020年中国比萨市场规模为305亿元，预期在2025年前将增长一倍至623亿元，复合年增长率为15.4%。

与其他东亚市场相比，中国比萨市场仍服务不足——2020年，在中国每百万人仅有9.8家比萨门店，而日本和韩国分别为28.4家和28.9家。在这样的发展背景下，达美乐的披萨玩法无疑在市场上具有较强的市场优势，如果能够做好披萨的话，这个潜在六百多亿的大市场足够支撑起来不少不错的上市公司，达美乐其目标也无疑就在这个地方。

其次，达美乐要冲刺上市有自身的优势吗？从目前来看，达美乐的市场优势还是比较明显的，作为一家外国来的披萨公司，达美乐的优势其实主要集中在几个方面：

一是拥有足够有吸引力的市场品牌优势。虽然达美乐在中国相对而言还是一个比较新的品牌，但是达美乐的历史可是非常悠久，早在上个世纪的六十年代达美乐就已经出现了，并在80年代就开始了国际化，在这样的情况下，作为一个国际连锁巨头，达美乐从市场优势到品牌优势都是足够的，相



比于其他自己白手起家的披萨企业来说，达美乐从本身的品牌来说是具备和百胜中国叫板的实力的。

二是达美乐的模式契合当前中国的市场需要。达美乐当年成功的关键就是其30分钟的披萨外卖服务优势，达美乐在成立之初就提出了达美乐“30分钟必达”的口号，达美乐研究发现30分钟是人们对外卖心理承受的极限，因此他想出了“30分钟保证送到比萨，否则可拒绝付款”，而对于中国市场来说，这些年伴随着中国市场的发展，中国人对于外卖的需求量大幅度增加，而达美乐无疑就正好拥有这方面的优势，借助自身的优势，达美乐可以在短时间内迅速实现市场的布局，这就是达美乐本身模式对于中国的特殊优势。

三是达美乐的互联网特性帮助其更容易被市场接受。一直以来，达美乐都对外宣传自己是一家IT公司，只是恰巧做了披萨而已，在业务拓展上达美乐向来强调黑科技，达美乐研究外卖配送路线，组建自配送团队，又通过无人机、机器人送餐，这些都让达美乐充满了科技属性，这对于明显熟悉互联网的消费者来说，无疑是非常友好的。

第三，达美乐的问题到底又在哪儿呢？说完了达美乐的优势我们也没办法回避达美乐的问题，达美乐的问题主要集中在：

一是达美乐的亏损问题始终是避不过

去的。对于一家餐饮公司来说，无论你怎么说自己的科技属性，归根到底你还是一家餐饮公司，科技公司可以说自己是用亏损换未来，还能够说的过去，一家餐饮公司持续亏损，这无疑是难以对资本市场交代的，当前的资本市场已经越来越不相信故事，达美乐的亏损将会成为他最大的达摩克利斯之剑。

二是达美乐的市场拓展其实也存在问题。达美乐的市场过度集中在北京上海，虽然北京上海这种大城市比较容易接受披萨，但是别忘了达美乐进入中国已经25年了，25年其市场拓展依然仅限于较少的城市，这无疑让资本市场对其发展能力存疑，这点是达美乐必须要向资本市场说明白的事情。

三是达美乐的市场其实没有太多的门槛。当前中国的披萨市场已经进入了全面竞争化的大环境之中，对于达美乐来说，披萨这个业务几乎没有门槛也没有护城河，别的企业可以轻易进入，而消费者的忠诚度也是乏善可陈，在这样的情况下，达美乐的市场面对的问题可并不小。

连亏三年，达美乐冲刺中国披萨第一股能有希望吗？

因此，达美乐冲刺中国披萨第一股还是有希望的，不过难点是达美乐如何给资本市场一个满意的故事，这可能才是达美乐必须要回答的问题。

## 巴菲特为何要出手购买惠普股票？



除了大力投资苹果公司之外，巴菲特的伯克希尔哈撒韦对其他的科技公司并不太感兴趣，也很少出手购买科技股。不过，这种惯用做法也发生了一些改变。近日，伯克希尔哈撒韦公司披露，已购买了近1.21亿股惠普公司股票。这是巴菲特最近一系列大型投资中的最新一起。伯克希尔哈撒韦在向美国证券交易委员会（SEC）提交的文件中披露了这笔投资，按惠普日前34.91美元的收盘价计算，这些股份价值约42亿美元。消息爆出之后，惠普股价当日盘后大涨近10%。

为何巴菲特如今出手如此频繁呢？投资惠普的意图又是什么呢？这恐怕也是很多投资者关注的焦点。我们关注，有几方面的因素或许是伯克希尔哈撒韦频频出手以及投资惠普的原因所在。

其一是长期的持币观望对于巴菲特来说也不是一个长久之计，如果说此前没有合适的投资标的的话，随着疫情的不断扩散以及对经济的影响逐级被市场默认之后，在共存的一种状态下，投资不可能一成不变。伯克希尔哈撒韦也需要挖掘到新兴题材，而经过了市场的不断洗礼之后，也渐渐显现了大

浪淘沙之后的市场机会。曾经，巴菲特坐拥1000多亿美元现金，却多次感叹在市场上找不到合适的投资机会。如今的出手说明机会来了。

其二是能源还是巴菲特情有独钟的投资标的。从2月底以来，巴菲特连续三周增持西方石油公司股份，持股累计达到1.364亿股，价值超过70亿美元，占西方石油在外流通股票的14.6%。俄乌冲突，致使能源在全球出现了大幅飙升，对于巴菲特的投资来说，无疑是潜在的利好。

其三是收购保险公司，在这种突发事件不断增加的时代，保险公司也面临着更多的发展机会。伯克希尔哈撒韦以116亿美元收购保险公司Alleghany，这是巴菲特六年来最大的一笔收购。也说明其对金融类公司的看好还是不变的，此前巴菲特是非常喜欢购买银行股的。

其四是购买惠普股票是看好科技股的未来吗？其实不然。惠普公司在PC、服务等方面早已经今非昔比，虽然还位居全球的前列，但落后于联想。而且传统的PC业务已经不再是惠普的主营，更多的已经转型到服务市场。伯克希尔分4次买入惠普的普通股，买入价格从34.88美元到36.43美元之间，买入金额从25万股到440万股不等，4天购入约1100万股，动用买入金额约3.2亿美元。连同初始持有惠普普通股1.09亿股，伯克希尔持有惠普1.2亿股。巴菲特选择惠

普，其实更多的是从财务投资的角度做出的决断。从近5年业绩来看，惠普表现相当稳健，2021财年营收634亿美元，增速12%，净利65亿美元，增128%。

更主要的是，惠普是一家相当注重股东回报的公司，而巴菲特的投资理念之一，就是非常看好这种对股东的投资回报，也就是说有“送股”和分红的机会。巴菲特投资的苹果公司就是这样的公司，巴菲特从苹果公司手上已经获得了不少这样的分红和送股红利。资产也增加了不少，此前巴菲特一直喜欢投资银行股，也是因为银行喜欢分红和送股。如今，惠普也是这样的公司，以近期38美元价格和过往12个月的时间跨度来计算，惠普的股息率达2.6%，回购收益率达19.3%，综合股东收益率高达21.9%。惠普股票回购和股息两因素结合起来考察，在标普500成分股中高居榜首。这或许才是巴菲特出手惠普的原因所在。

从去年10月计算的2021财年内，惠普共计回购了62亿美元的股票，较此前一年31亿美元增长100%。疫情的影响也让PC市场出现了一次较大幅度的涨幅，这被认为是PC的一次回暖。居家办公带来更多的PC需求和迭代，近两年，惠普股份上涨了2倍多。综上所述，巴菲特的伯克希尔哈撒韦出手惠普，更多的是一种价值投资的延续，并不是对科技股本身发展的一种希冀。这一点和投资苹果公司是有所不同的。