

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。



XIAOMI CORPORATION

小米集團

(於開曼群島註冊成立以不同投票股權控制的有限公司)

(股份代號：1810)

截至2022年6月30日止三個月及六個月之業績公告

小米集團(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然公佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至2022年6月30日止三個月及六個月的未經審核綜合業績。中期業績依據國際會計準則第34號「中期財務報告」編製，已由本公司獨立核數師羅兵咸永道會計師事務所根據國際審計及鑒證準則理事會頒佈的國際審閱準則第2410號「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」審閱。中期業績亦由本公司審核委員會(「審核委員會」)審閱。

本公告內的「我們」指本公司，倘文義另有所指，指本集團。

摘要

	未經審核				
	截至以下日期止三個月				
	2022年 6月30日	2021年 6月30日	同比變動	2022年 3月31日	環比變動
收入	70,170.9	87,789.0	-20.1%	73,351.5	-4.3%
毛利	11,768.1	15,148.1	-22.3%	12,709.7	-7.4%
經營利潤／(虧損)	1,733.2	10,725.7	-83.8%	(911.4)	不適用
除所得稅前利潤／(虧損)	1,737.0	9,678.5	-82.1%	(416.1)	不適用
期間利潤／(虧損)	1,365.4	8,263.3	-83.5%	(530.7)	不適用
非國際財務報告準則計量： 經調整利潤淨額	2,081.3	6,321.5	-67.1%	2,858.6	-27.2%

未經審核
截至以下日期止六個月
2022年 2021年
6月30日 6月30日 同比變動
(人民幣百萬元，除非另有說明)

收入	143,522.4	164,671.2	-12.8%
毛利	24,477.8	29,309.3	-16.5%
經營利潤	821.8	18,883.4	-95.6%
除所得稅前利潤	1,320.9	18,745.4	-93.0%
期間利潤	834.8	16,052.2	-94.8%
非國際財務報告準則計量： 經調整淨利潤	4,939.9	12,390.8	-60.1%

業務回顧及展望

1. 整體表現

2022年第二季度，儘管持續受到全球宏觀經濟環境的影響，我們依然積極優化運營管理，堅定不移推進集團各項既定戰略，提升長期競爭力。2022年第二季度，小米集團總收入達到人民幣702億元。我們繼續推進「手機×AIoT」核心戰略，同時積極探索智能電動汽車等創新業務的發展，2022年第二季度，經調整淨利潤為人民幣21億元，其中包含智能電動汽車等創新業務費用為人民幣611百萬元。

我們堅持「手機×AIoT」的核心戰略。2022年第二季度，小米全球智能手機出貨量為39.1百萬台，實現出貨量環比提升。根據Canalys數據，本季度小米全球智能手機出貨量排名保持第三，市佔率為13.8%，環比提升1.2個百分點。我們的全球智能手機用戶規模持續擴大，2022年6月，全球及中國大陸的MIUI月活躍用戶數再創歷史新高。其中，全球MIUI月活躍用戶數達到547.0百萬，同比增長93.1百萬；中國大陸MIUI月活躍用戶數達到140.2百萬，同比增長16.3百萬。截至2022年6月30日，我們AIoT平台已連接的IoT設備(不包括智能手機、平板及筆記本電腦)數達到526.9百萬，同比增長40.7%。擁有五件及以上連接至我們AIoT平台的設備(不包括智能手機、平板及筆記本電腦)用戶數首次突破10百萬，達10.2百萬，同比增長37.0%。

我們堅持以技術為本，以突破性自研技術打造核心競爭力。2022年第二季度，我們的研發支出達到人民幣38億元，同比增長22.8%。2022年7月，我們在新一代旗艦新機Xiaomi 12S Ultra上，首次發佈了自研澎湃G1電池管理芯片，搭配我們前期自研的澎湃P1充電芯片，有效增強手機產品續航能力，提升用戶體驗。

我們堅定執行高端化戰略。2022年5月，我們宣佈與徠卡達成長期影像戰略合作。2022年7月，我們推出雙方聯合研發影像系統的首款機型Xiaomi 12S系列⁽¹⁾，極致的手機影像體驗收穫用戶好評如潮，各機型在京東平台上好評率均超過98%⁽²⁾。2022年8月，我們推出第二代折疊屏手機Xiaomi MIX Fold 2，大幅提升了折疊屏的輕薄體驗。根據第三方數據，2022年第二季度我們的智能手機在中國大陸人民幣3,000元至4,000元價格段市佔率同比提升了3.5個百分點，達到18.2%；在人民幣4,000元至5,000元價格段的市佔率同比提升了2.0個百分點，達到15.5%。

我們中國大陸的新零售佈局在穩定發展。根據Canalys數據，2022年第二季度，我們在中國大陸智能手機出貨量排名第四，市佔率為15.7%，環比提升1.7個百分點。根據第三方數據，本季度我們在中國大陸線上渠道排名保持第一。在2022年618購物節期間，我們全渠道累計支付金額（「GMV」）突破人民幣187億元，包攬了京東、天貓等平台安卓手機銷量及銷售額第一。與此同時，我們不斷提升線下經營效率，截至2022年6月30日，小米中國大陸地區線下零售店數量已超10,600家。根據第三方數據，在中國大陸地區，本季度我們高端智能手機⁽³⁾線下渠道出貨量佔比同比增長超過5個百分點。此外，線下渠道也助力於我們IoT與生活消費產品銷售，本季度我們中國大陸線下零售店GMV中，IoT與生活消費產品的佔比同比增長超過11個百分點。

儘管受到全球宏觀經濟環境的影響，我們持續加強全球佈局，品牌實力被國際認可。2022年第二季度，我們的境外市場收入為人民幣340億元，佔總收入的48.4%。根據Canalys數據，2022年第二季度，我們在全球55個國家和地區智能手機出貨量排名前三，在全球67個國家和地區出貨量排名前五，在歐洲、拉美、東南亞、中東、非洲等區域均實現市場份額環比提升。2022年8月，小米連續第4年位列《財富》世界500強榜單，排名第266位，較去年上升72位。

2. 智能手機

2022年第二季度，全球宏觀經濟波動、新冠疫情反覆等因素對整體智能手機市場需求的影響延續，根據Canalys數據，本季度全球和中國大陸智能手機大盤出貨量同比分別下滑8.9%和10.1%，環比分別下滑7.7%和10.9%。本季度我們的智能手機業務收入為人民幣423億元，全球智能手機出貨量為39.1百萬台，環比增長1.5%。根據Canalys數據，2022年第二季度，我們全球智能手機出貨量排名保持第三，市佔率為13.8%，連續兩個季度實現市場份額環比提升。

(1) 包括Xiaomi 12S, Xiaomi 12S Pro和Xiaomi 12S Ultra

(2) 截至2022年8月4日

(3) 定價在人民幣3,000元及以上的機型

我們持續推進雙品牌戰略。Xiaomi品牌方面，2022年7月，*Xiaomi 12S*系列正式發佈，搭載了台積電4nm工藝制程的第一代驍龍8+移動平台處理器，以性能升級和更低功耗帶來卓越的用戶體驗，其中*Xiaomi 12S Ultra*配備徠卡專業光學鏡頭和索尼IMX989一英寸圖像傳感器，搭配徠卡經典與生動雙畫質，提供了極具質感的手機影像體驗。2022年8月，我們發佈了第二代折疊屏手機*Xiaomi MIX Fold 2*，使用自研微水滴形態轉軸和超薄柔性玻璃，提供了突破性的超輕薄體驗。*Xiaomi MIX Fold 2*採用Eco² OLED柔性屏幕，在功耗降低的同時大幅提升屏幕透光率，同時搭載了第一代驍龍8+移動平台處理器、徠卡專業光學鏡頭和專為折疊屏設計的MIUI Fold 13，兼具超強性能和出色的屏幕、影像及系統體驗，推出後在市場上廣泛熱銷。

Redmi品牌方面，我們將先進技術帶向大眾市場，在2022年5月推出了*Redmi Note 11T Pro*系列，搭載天璣8100處理器，其中，*Redmi Note 11T Pro+*配備120W秒充及自研澎湃P1充電芯片。2022年8月，我們推出了*Redmi K50 至尊版*，搭載了第一代驍龍8+移動平台處理器、定制1.5K直屏和一億像素光學防抖相機，並提供了120W秒充功能和5,000mAh長續航電池。

3. IoT與生活消費產品

2022年第二季度，我們的IoT與生活消費產品收入為人民幣198億元，環比增長1.7%。境內市場包括智能大家電(空調、冰箱、洗衣機)等諸多品類，實現堅實的增長。但境外市場收入受到全球通貨膨脹等宏觀經濟因素影響，滑板車、掃地機器人等非生活必需產品需求同比下滑。

2022年第二季度，我們智能電視全球出貨量同比逆勢增長，達到2.6百萬台。根據奧維雲網數據，2022年第二季度小米電視在中國大陸出貨量穩居第一，全球電視出貨量穩居前五。同時，得益於規模效應帶來的成本優勢及核心零部件價格下滑，本季度我們的智能電視毛利率同比顯著增長。在2022年618購物節期間，我們的電視產品在京東、天貓平台合計銷量第一。

本季度我們的智能大家電品類保持強勁增長，收入同比增長超過25%，創歷史新高。其中，我們的空調產品第二季度出貨量超過120萬台，同比增長超35%。截至2022年7月，我們今年空調產品出貨量已經超過2021年全年的200萬台。我們的米家新風空調 立式3匹、米家冰箱對開門610L墨羽岩等新品，獲得了良好的銷售表現。2022年8月，我們也推出了洗衣機新品米家分區洗烘一體機 15kg，為用戶提供了上下雙筒分區、健康淨化和洗烘一體等洗衣功能。我們超過10,600家的線下零售店網絡，也為大家電產品的銷售及服務提供了更廣泛的用戶觸達和更好的用戶體驗。

我們的小米平板5系列持續熱銷，今年上半年平板產品累計出貨量突破150萬台。2022年8月，我們推出了新品小米平板5 Pro 12.4，配備12.4英寸2.5K超清護眼大屏，並為辦公等使用場景提供了前置居中2,000萬像素高清攝像頭和超長續航體驗，同時MIUI Pad 13也為平板適配了多種系統功能。

我們的可穿戴產品在全球市場保持領先優勢。我們的手環新品小米手環7 Pro，採用方形大屏和輕薄外觀設計，自2022年7月推出以來在中國大陸地區出貨量已超過40萬台。根據Canalys數據，2022年第二季度我們的TWS耳機出貨量排名全球第三，中國大陸排名上升至第一。同時我們持續探索可穿戴高端品類。2022年8月，我們推出了TWS耳機新品Xiaomi Buds 4 Pro，支持Hi-Fi高保真音質、獨立空間音頻和48dB智能動態降噪功能。同時我們也推出了智能手錶新品Xiaomi Watch S1 Pro，具有精緻的外觀設計和窄邊框大屏，支持獨立雙頻衛星定位和超過100種運動模式，以及全天心率監測和血氧檢測等健康功能，並具備14天長續航和無線快充功能。

4. 互聯網服務

2022年第二季度，我們的互聯網服務收入為人民幣70億元。本季度宏觀經濟環境、新冠疫情反覆對中國大陸地區廣告主預算投放產生較大影響。儘管境外市場同樣存在宏觀不確定性，但依靠持續擴大的用戶基數、不斷深化的內容和服務生態，我們的境外互聯網服務收入保持高速增長，收入達到季度新高的人民幣17億元，同比增長52.1%，在整體互聯網服務收入中的佔比進一步提升至23.9%。

本季度，我們在全球及中國大陸的MIUI月活躍用戶數創歷史新高。2022年6月，全球MIUI月活躍用戶數為547.0百萬，中國大陸MIUI月活躍用戶數為140.2百萬。2022年第二季度，我們全球淨新增MIUI月活躍用戶數達到17.8百萬，中國大陸淨新增月活躍用戶數達到4.6百萬。

2022年第二季度，我們的廣告業務收入為人民幣45億元，同比增長0.6%。我們中國大陸地區預裝廣告收入受到廣告主預算減少、手機出貨量波動影響。但境外各類廣告收入仍保持穩健增長，本季度境外廣告收入同比增長超50%，主要得益於我們境外地區用戶規模持續增長，內容與服務生態的深化，與全球合作夥伴服務能力的升級。

本季度，我們的遊戲業務收入達到人民幣10億元，同比增長4.7%，實現逆勢增長，主要得益於我們遊戲活躍用戶增長及用戶黏性增強。

本季度，我們的電視互聯網用戶規模也保持穩健增長。2022年6月，小米智能電視⁽⁴⁾全球月活躍用戶數約為53百萬。第二季度中國大陸地區內容供給受影響，但得益於我們優化內容運營，本季度我們中國大陸電視增值服務收入同比增長近25%。

5. 境外市場

儘管宏觀經濟環境波動，我們在全球主要市場穩健運營。2022年第二季度，我們的境外市場收入達到人民幣340億元，佔總收入的48.4%。根據Canalys數據，2022年第二季度，我們在全球55個國家和地區的智能手機出貨量排名前三，在全球67個國家和地區的出貨量排名前五。

我們在境外市場持續深耕，在歐洲、拉美、東南亞、中東、非洲等區域均實現智能手機市場份額環比提升。根據Canalys數據，2022年第二季度，我們在歐洲地區智能手機出貨量市佔率為21.7%，環比提升2.1個百分點，排名第二。在西歐地區，我們的智能手機市佔率為15.8%，排名第三。其中，我們在西班牙的智能手機市佔率排名第一，在英國、法國、德國和義大利的智能手機市佔率均排名第三。根據Canalys數據，2022年第二季度，我們在中東地區的智能手機出貨量市佔率為15.8%，環比提升3.3個百分點，排名第二。同時，我們在新興市場保持穩健發展，在拉美、東南亞及非洲市場均排名第三，智能手機市場份額分別達到16.6%、16.3%、7.4%。其中，我們在拉美地區市佔率環比提升2.6個百分點。此外，本季度我們在印度地區連續第19個季度保持智能手機出貨量第一。

我們繼續深耕境外運營商市場的渠道建設。根據Canalys數據，2022年第二季度，我們在歐洲地區運營商渠道市場份額由第一季度的17.0%上升至18.0%；在拉丁美洲地區運營商渠道市場份額由第一季度的17.7%上升至19.3%。根據Canalys數據，我們在40個境外市場的運營商渠道中智能手機市場份額排名前三。

(4) 含小米盒子、小米電視棒

6. 策略更新

手機×AIoT

我們持續推進「手機×AIoT」的戰略。截至2022年6月30日，我們AIoT平台已連接的IoT設備(不包括智能手機、平板及筆記本電腦)數達到526.9百萬，同比增長40.7%；擁有五件及以上連接至我們AIoT平台的設備(不包括智能手機、平板及筆記本電腦)用戶數達到10.2百萬，同比增長37.0%。2022年6月，人工智能助理「小愛同學」月活躍用戶數達到115.0百萬，同比增長12.7%；2022年6月，米家App的月活躍用戶數同比增長25.2%，達到70.8百萬。

研發

2022年第二季度，我們的研發支出達到人民幣38億元，同比增長22.8%。小米正在構建不斷延展的科技場景，從智能手機出發，到可穿戴設備、智能家居，再到智能製造、智能電動汽車以及仿生機器人，緊密連接人和萬物，構建小米科技生態。

在創新業務方面，本季度我們智能電動汽車等創新業務費用為人民幣611百萬元。在自動駕駛領域，我們已組建超過500人的研發精英團隊，並制定了全棧自研算法的技術佈局戰略。我們在自動駕駛領域首期規劃研發相關投入為人民幣33億元，持續推動技術突破。

我們2021年成立的機器人實驗室也在持續取得突破。2022年8月，我們發佈了小米全棧自研人形仿生機器人*CyberOne*，通過機械關節模組和全身控制算法實現雙足運動姿態平衡，並通過音頻、視覺算法和模組提供了情緒感知和空間三維虛擬重建能力。

新零售

我們繼續保持中國大陸線上渠道的領先優勢。根據第三方數據，2022年第二季度我們中國大陸智能手機線上渠道出貨量市佔率為28.7%，排名穩居第一。

2022年第二季度，儘管中國大陸地區疫情反覆對我們的線下經營造成了一定程度影響，部分線下門店在疫情期間短暫閉店，但我們積極應對，優化經營管理，截至2022年6月30日，我們在中國大陸的線下零售店數量已超10,600家。我們的線下渠道市場份額也有所提升，根據第三方數據，本季度我們中國大陸智能手機線下渠道出貨量市佔率增長至8.0%。

企業社會責任

我們高度重視並積極踐行企業社會責任。2022年7月，小米入選2022福布斯中國年度最佳僱主榜單，包攬了「2022中國年度最佳僱主」、「2022中國年度最具可持續發展力僱主」和「2022中國年度最具數字責任僱主」，體現了對我們人才發展、工作環境及員工福利等方面的認可。

2022年7月，為助力北京國際科技創新中心建設，北京小米公益基金會與北京市自然科學基金委員會合作設立「北京市自然科學基金 — 小米創新聯合基金」項目，北京小米公益基金會將向北京市自然科學基金委員會捐贈人民幣5億元(每年捐贈人民幣5,000萬元，捐贈期10年)，重點支援人工智能、電子信息、智能製造等領域的基礎研究，促進科技領先人才培養。

2022年6月，小米公益平台推出「鄉村振興」項目專題，匯聚公益力量，助力鄉村振興。目前，小米公益平台上線的項目已覆蓋扶危濟困、教育助學、兒童關愛、鄉村振興等多個公益領域。此外，北京小米公益基金會也向去年7月遭受洪水侵襲的河南省，資助修繕復建了79所村鎮學校，並更新教學器材設備。2022年8月，為支援海南疫情防控工作，北京小米公益基金會向海南省紅十字會捐贈人民幣100萬元，用於支持海南省抗疫、防疫物資採購。

管理層討論及分析

2022年第二季度與2021年第二季度比較

下表載列2022年第二季度與2021年第二季度的比較數字：

	未經審核	
	截至以下日期止三個月	
	2022年 6月30日	2021年 6月30日
	(人民幣百萬元)	
收入	70,170.9	87,789.0
銷售成本	(58,402.8)	(72,640.9)
毛利	11,768.1	15,148.1
研發開支	(3,763.4)	(3,064.2)
銷售及推廣開支	(5,332.2)	(5,680.7)
行政開支	(1,315.4)	(1,150.3)
按公允價值計入損益之投資公允價值變動	513.6	4,165.4
分佔按權益法入賬之投資收益／(虧損)淨額	62.7	(26.2)
其他收入	186.2	234.6
其他(虧損)／收益淨額	(386.4)	1,099.0
經營利潤	1,733.2	10,725.7
財務收入／(成本)淨額	3.8	(1,047.2)
除所得稅前利潤	1,737.0	9,678.5
所得稅費用	(371.6)	(1,415.2)
期間利潤	1,365.4	8,263.3
非國際財務報告準則計量：經調整淨利潤	2,081.3	6,321.5

收入

2022年第二季度的收入由2021年第二季度的人民幣878億元減少20.1%至人民幣702億元。下表載列2022年第二季度及2021年第二季度按業務劃分的收入。

	未經審核			
	截至以下日期止三個月		2021年6月30日	
	2022年6月30日		2021年6月30日	
	金額	佔總收入 百分比	金額	佔總收入 百分比
	(人民幣百萬元，除非另有說明)			
智能手機	42,268.1	60.2%	59,089.0	67.3%
IoT與生活消費產品	19,811.6	28.2%	20,734.7	23.6%
互聯網服務	6,971.1	9.9%	7,033.5	8.0%
其他	1,120.1	1.7%	931.8	1.1%
總收入	<u>70,170.9</u>	<u>100.0%</u>	<u>87,789.0</u>	<u>100.0%</u>

智能手機

智能手機分部收入由2021年第二季度的人民幣591億元減少28.5%至2022年第二季度的人民幣423億元，主要是由於智能手機出貨量減少所致。智能手機出貨量由2021年第二季度的52.9百萬台減少26.2%至2022年第二季度的39.1百萬台，主要是由於全球宏觀經濟環境的影響及中國大陸新冠肺炎疫情反覆。智能手機的平均售價(「ASP」)由2021年第二季度每部人民幣1,116.7元下降3.1%至2022年第二季度每部人民幣1,081.7元，主要是由於本年度的中國大陸618電商購物節期間增強了促銷力度及高端智能手機產品發佈時間表變化所致，惟部分被美元升值導致的境外智能手機ASP增加所抵銷。

IoT與生活消費產品

IoT與生活消費產品分部收入由2021年第二季度的人民幣207億元減少4.5%至2022年第二季度的人民幣198億元，主要是由於受全球宏觀經濟環境的影響，境外市場若干IoT產品的需求減弱，惟部分被中國大陸Xiaomi平板5系列平板及智能大家電品類收入增加所抵銷。我們的智能大家電品類(包括智能空調、冰箱及洗衣機)保持強勁發展勢頭，2022年第二季度收入同比增長超過25%，主要是由於中國大陸智能空調及冰箱出貨量增加。智能電視及筆記本電腦的收入由2021年第二季度的人民幣60億元減少12.4%至2022年第二季度的人民幣53億元，主要是由於顯示面板價格下降導致智能電視平均售價下降，惟部分被出貨量增加所抵銷。

互聯網服務

互聯網服務分部收入由2021年第二季度的人民幣70億元減少0.9%至2022年第二季度的人民幣70億元，主要是由於金融科技業務收入減少，惟部分被電視增值服務及遊戲業務收入增加所抵銷。

其他

其他收入由2021年第二季度的人民幣931.8百萬元增加20.2%至2022年第二季度的人民幣1,120.1百萬元，主要是由於出售辦公樓的收入增長。

銷售成本

我們的銷售成本由2021年第二季度的人民幣726億元減少19.6%至2022年第二季度的人民幣584億元。下表載列2022年第二季度及2021年第二季度按業務劃分的銷售成本：

	未經審核			
	截至以下日期止三個月			
	2022年6月30日		2021年6月30日	
	金額	佔總收入 百分比	金額	佔總收入 百分比
	(人民幣百萬元，除非另有說明)			
智能手機	38,605.3	55.0%	52,095.5	59.3%
IoT與生活消費產品	16,983.6	24.2%	17,992.3	20.5%
互聯網服務	1,881.0	2.7%	1,819.7	2.1%
其他	932.9	1.3%	733.4	0.8%
總銷售成本	<u>58,402.8</u>	<u>83.2%</u>	<u>72,640.9</u>	<u>82.7%</u>

智能手機

智能手機分部銷售成本由2021年第二季度的人民幣521億元減少25.9%至2022年第二季度的人民幣386億元，主要是由於智能手機銷售額減少所致。

IoT與生活消費產品

IoT與生活消費產品分部銷售成本由2021年第二季度的人民幣180億元減少5.6%至2022年第二季度的人民幣170億元，主要是由於IoT與生活消費產品銷售額減少及核心零部件(如顯示面板)價格下降所致。

互聯網服務

互聯網服務分部銷售成本由2021年第二季度的人民幣18億元增加3.4%至2022年第二季度的人民幣19億元，主要是由於廣告業務及電視增值服務成本增加，惟部分被金融科技業務成本減少所抵銷。

其他

其他分部銷售成本由2021年第二季度的人民幣733.4百萬元增加27.2%至2022年第二季度的人民幣932.9百萬元，主要是由於出售辦公樓成本增加。

毛利及毛利率

基於上文所述，毛利由2021年第二季度的人民幣151億元減少22.3%至2022年第二季度的人民幣118億元。

智能手機分部毛利率由2021年第二季度的11.8%下降至2022年第二季度的8.7%，主要是由於為清理庫存增強了促銷力度(尤其是在中國大陸618電商購物節期間)，以及美元升值使銷售成本增加。

IoT與生活消費產品分部毛利率由2021年第二季度的13.2%升至2022年第二季度的14.3%，主要是由於核心零部件(如顯示面板)價格下降所致。

互聯網服務分部毛利率由2021年第二季度的74.1%下降至2022年第二季度的73.0%，主要是由於與智能手機出貨量相關的預裝業務收入減少導致廣告業務毛利率下降所致。

基於上文所述，毛利率由2021年第二季度的17.3%下降至2022年第二季度的16.8%。

研發開支

研發開支由2021年第二季度的人民幣31億元增加22.8%至2022年第二季度的人民幣38億元，主要是由於與智能電動汽車等創新業務相關的研發開支增加所致。

銷售及推廣開支

銷售及推廣開支由2021年第二季度的人民幣57億元減少6.1%至2022年第二季度的人民幣53億元，主要是由於宣傳與廣告開支減少。宣傳與廣告開支由2021年第二季度的人民幣21億元減少14.0%至2022年第二季度的人民幣18億元，主要是由於加強開支控制。

行政開支

行政開支由2021年第二季度的人民幣12億元增加14.3%至2022年第二季度的人民幣13億元，主要是由於新辦公樓開支增加，包括折舊及攤銷開支。

按公允價值計入損益之投資公允價值變動

按公允價值計入損益之投資公允價值變動由2021年第二季度收益人民幣42億元減少至2022年第二季度的收益人民幣5億元，主要是由於2022年第二季度的股權及優先股投資之公允價值收益減少。

分佔按權益法入賬之投資收益／(虧損)淨額

分佔按權益法入賬之投資收益／(虧損)淨額由2021年第二季度的淨虧損人民幣26.2百萬元變動至2022年第二季度的淨收益人民幣62.7百萬元，主要是由於2022年第二季度應佔若干被投資公司的收益所致。

其他收入

其他收入由2021年第二季度的人民幣234.6百萬元減少20.6%至2022年第二季度的人民幣186.2百萬元，主要是由於自我們參與投資的公司收取的股息收入減少。

其他(虧損)／收益淨額

其他(虧損)／收益淨額由2021年第二季度的收益淨額人民幣11億元變動至2022年第二季度的虧損淨額人民幣4億元，主要是由於2022年第二季度美元升值導致外匯虧損增加及處置收益減少。

財務收入／(成本)淨額

財務收入／(成本)淨額由2021年第二季度的成本淨額人民幣1,047.2百萬元變動至2022年第二季度的收入淨額人民幣3.8百萬元，主要是由於按攤銷成本計量的金融負債的利息開支減少。

所得稅費用

我們的所得稅費用從2021年第二季度的人民幣14億元減少73.8%至2022年第二季度的人民幣4億元，主要是由於2022年第二季度的應納稅所得額減少。

期間利潤

基於上文所述，2022年第二季度，我們錄得利潤人民幣14億元，而2021年第二季度則有利潤人民幣83億元。

經調整淨利潤

我們的經調整淨利潤由2021年第二季度的人民幣63億元減少67.1%至2022年第二季度的人民幣21億元。

2022年第二季度與2022年第一季度比較

下表載列2022年第二季度與2022年第一季度的比較數字：

	未經審核	
	截至以下日期止三個月	
	2022年 6月30日	2022年 3月31日
	(人民幣百萬元)	
收入	70,170.9	73,351.5
銷售成本	(58,402.8)	(60,641.8)
毛利	11,768.1	12,709.7
研發開支	(3,763.4)	(3,494.5)
銷售及推廣開支	(5,332.2)	(5,256.2)
行政開支	(1,315.4)	(1,244.6)
按公允價值計入損益之投資公允價值變動	513.6	(3,550.3)
分佔按權益法入賬之投資收益／(虧損)淨額	62.7	(201.3)
其他收入	186.2	164.9
其他虧損淨額	(386.4)	(39.1)
經營利潤／(虧損)	1,733.2	(911.4)
財務收入淨額	3.8	495.3
除所得稅前利潤／(虧損)	1,737.0	(416.1)
所得稅費用	(371.6)	(114.6)
期間利潤／(虧損)	1,365.4	(530.7)
非國際財務報告準則計量：經調整淨利潤	2,081.3	2,858.6

收入

2022年第二季度的收入由2022年第一季度的人民幣734億元減少4.3%至人民幣702億元。下表載列2022年第二季度及2022年第一季度按業務劃分的收入。

	未經審核			
	截至以下日期止三個月		2022年3月31日	
	2022年6月30日		2022年3月31日	
	金額	佔總收入 百分比	金額	佔總收入 百分比
	(人民幣百萬元，除非另有說明)			
智能手機	42,268.1	60.2%	45,762.7	62.4%
IoT與生活消費產品	19,811.6	28.2%	19,477.4	26.6%
互聯網服務	6,971.1	9.9%	7,112.5	9.7%
其他	1,120.1	1.7%	998.9	1.3%
總收入	<u>70,170.9</u>	<u>100.0%</u>	<u>73,351.5</u>	<u>100.0%</u>

智能手機

智能手機分部收入由2022年第一季度的人民幣458億元減少7.6%至2022年第二季度的人民幣423億元，主要是由於智能手機的ASP減少所致，惟部分被智能手機出貨量增加所抵銷。智能手機出貨量由2022年第一季度的38.5百萬台增加1.5%至2022年第二季度的39.1百萬台，主要是由於境外智能手機出貨量增加。智能手機的ASP由2022年第一季度每部人民幣1,188.5元下降9.0%至2022年第二季度每部人民幣1,081.7元，主要是由於境外市場低價智能手機出貨量百分比比較高及中國大陸618電商購物節期間增強了促銷力度所致。

IoT與生活消費產品

IoT與生活消費產品分部收入由2022年第一季度的人民幣195億元增加1.7%至2022年第二季度的人民幣198億元，主要是由於中國大陸618電商購物節期間銷售額增加(包括智能大家電品類)及發佈小米手環7導致智能手環銷售額增加，惟部分被全球宏觀經濟環境的影響下境外市場若干IoT產品的需求減弱所抵銷。智能電視及筆記本電腦的收入由2022年第一季度的人民幣62億元減少15.0%至2022年第二季度的人民幣53億元，主要是由於智能電視及筆記本電腦的出貨量減少。

互聯網服務

互聯網服務分部收入由2022年第一季度的人民幣71億元減少2.0%至2022年第二季度的人民幣70億元，主要是由於遊戲業務的季節性減少。

其他

其他收入由2022年第一季度的人民幣998.9百萬元增加12.1%至2022年第二季度的人民幣1,120.1百萬元，主要是由於物料銷售收入及部分IoT產品的安裝服務收入增加。

銷售成本

我們的銷售成本由2022年第一季度的人民幣606億元減少3.7%至2022年第二季度的人民幣584億元。下表載列2022年第二季度及2022年第一季度按業務劃分的銷售成本：

	未經審核			
	截至以下日期止三個月		2022年3月31日	
	2022年6月30日		2022年3月31日	
	金額	佔總收入 百分比	金額	佔總收入 百分比
	(人民幣百萬元，除非另有說明)			
智能手機	38,605.3	55.0%	41,240.6	56.2%
IoT與生活消費產品	16,983.6	24.2%	16,435.4	22.4%
互聯網服務	1,881.0	2.7%	2,078.4	2.8%
其他	932.9	1.3%	887.4	1.3%
總銷售成本	<u>58,402.8</u>	<u>83.2%</u>	<u>60,641.8</u>	<u>82.7%</u>

智能手機

智能手機分部銷售成本由2022年第一季度的人民幣412億元減少6.4%至2022年第二季度的人民幣386億元，主要是由於智能手機銷售額減少所致。

IoT與生活消費產品

IoT與生活消費產品分部銷售成本由2022年第一季度的人民幣164億元增加3.3%至2022年第二季度的人民幣170億元，主要是由於IoT與生活消費產品銷售額增加所致，部分被顯示面板等核心零部件價格下降所抵銷。

互聯網服務

互聯網服務分部銷售成本由2022年第一季度的人民幣21億元減少9.5%至2022年第二季度的人民幣19億元，主要是由於廣告業務成本減少所致。

其他

其他分部銷售成本由2022年第一季度的人民幣887.4百萬元增加5.1%至2022年第二季度的人民幣932.9百萬元，是由於物料銷售成本及部分IoT產品的安裝服務成本增加所致。

毛利及毛利率

基於上文所述，毛利由2022年第一季度的人民幣127億元減少7.4%至2022年第二季度的人民幣118億元。

智能手機分部毛利率由2022年第一季度的9.9%減少至2022年第二季度的8.7%，主要是由於增強促銷力度以清理庫存，特別是在2022年第二季度中國大陸618電商購物節期間。

IoT與生活消費產品分部毛利率由2022年第一季度的15.6%減少至2022年第二季度的14.3%，主要是由於2022年第二季度中國大陸618電商購物節增強了促銷力度，部分被顯示面板等核心零部件價格下降所抵銷。

互聯網服務分部毛利率由2022年第一季度的70.8%增加至2022年第二季度的73.0%，主要是由於廣告業務貢獻增加。

基於上文所述，毛利率由2022年第一季度的17.3%減少至2022年第二季度的16.8%。

研發開支

研發開支由2022年第一季度的人民幣35億元增加7.7%至2022年第二季度的人民幣38億元，主要是由於智能電動汽車等創新業務相關的研發開支增加所致。

銷售及推廣開支

銷售及推廣開支由2022年第一季度的人民幣53億元增加1.4%至2022年第二季度的人民幣53億元，主要是由於宣傳與廣告開支增加，部分被銷售及推廣人員薪酬減少所抵銷。宣傳與廣告開支由2022年第一季度的人民幣17億元增加7.2%至2022年第二季度的人民幣18億元，主要是由於618電商購物節增強了促銷力度。

行政開支

行政開支由2022年第一季度的人民幣12億元增加5.7%至2022年第二季度的人民幣13億元，主要是由於新辦公樓的費用增加，包括折舊及攤銷費用。

按公允價值計入損益之投資公允價值變動

按公允價值計入損益之投資公允價值變動由2022年第一季度的虧損人民幣36億元變為至2022年第二季度的收益人民幣5億元，主要是由於2022年第二季度的股權及優先股投資之公允價值收益上漲，且中國大陸科技行業的市場情緒有所改善。

分佔按權益法入賬之投資收益／(虧損)淨額

分佔按權益法入賬之投資收益／(虧損)淨額由2022年第一季度的淨虧損人民幣201.3百萬元變為2022年第二季度的淨收益人民幣62.7百萬元，主要是由於2022年第二季度應佔若干被投資公司的收益所致。

其他收入

其他收入由2022年第一季度的人民幣164.9百萬元增加12.9%至2022年第二季度的人民幣186.2百萬元，主要是由於自我們參與投資的公司收取的股息收入增加。

其他虧損淨額

2022年第二季度的其他淨虧損為人民幣386.4百萬元，而2022年第一季度的淨虧損為人民幣39.1百萬元，主要是由於2022年第二季度美元升值導致外匯虧損增加。

財務收入淨額

財務收入淨額由2022年第一季度的收入淨額人民幣495.3百萬元減至2022年第二季度的收入淨額人民幣3.8百萬元，主要是由於按攤銷成本計量的金融負債的利息開支增加。

所得稅費用

我們的所得稅費用從2022年第一季度的人民幣1億元增加224.1%至2022年第二季度的人民幣4億元，主要是由於2022年第二季度的經營利潤增加。

期間利潤／(虧損)

基於上文所述，2022年第二季度，我們錄得利潤人民幣14億元，而2022年第一季度錄得虧損人民幣5億元。

經調整淨利潤

我們的經調整淨利潤從2022年第一季度的人民幣29億元減少27.2%至2022年第二季度的人民幣21億元。

非國際財務報告準則計量：經調整淨利潤

為補充我們根據國際財務報告準則（「國際財務報告準則」）編製及呈列的綜合業績，我們採用非國際財務報告準則經調整淨利潤（「經調整淨利潤」）作為額外財務計量。我們將經調整淨利潤定義為期間利潤，經加回以下各項調整：(i)以股份為基礎的薪酬、(ii)投資公允價值變動淨值、(iii)收購導致的無形資產攤銷、(iv)基金投資者的金融負債價值變動及(v)非國際財務報告準則調整的所得稅影響。

經調整淨利潤並非國際財務報告準則所要求或並非按國際財務報告準則呈列。我們認為連同相應國際財務報告準則計量一併呈列非國際財務報告準則計量，可免除管理層認為對我們經營業績沒有指標作用的項目的潛在影響（例如若干非現金項目和若干投資交易的影響），為投資者及管理層提供關於財務狀況及經營業績相關財務及業務趨勢的有用信息。我們亦認為，非國際財務報告準則計量適用於評估本集團的經營表現。然而，該項非國際財務報告準則計量僅限用作分析工具，閣下不應將其與根據國際財務報告準則報告的經營業績及財務狀況分開考慮或視作替代分析。此外，該項非國際財務報告準則財務計量的定義或會與其他公司所用類似定義不同，因此未必可與其他公司採用的相若計量比較。

下表載列本集團2022年第二季度、2022年第一季度、2021年第二季度以及2022年及2021年上半年的非國際財務報告準則計量與根據國際財務報告準則編製的最接近計量之調節。

	呈報	未經審核					非國際 財務報告 準則
		以股份 為基礎的 薪酬	投資 公允價值 變動淨值 ⁽¹⁾	收購所得 無形資產 攤銷 ⁽²⁾	基金 投資者的 金融負債 價值變動 ⁽³⁾	所得稅 影響 ⁽⁴⁾	
期間利潤	1,365,377	851,074	(349,801)	36,081	83,974	94,559	2,081,264
淨利潤率	1.9%						3.0%

未經審核
截至2022年3月31日止三個月調整
基金

	呈報	以股份 為基礎的 薪酬	投資 公允價值 變動淨值 ⁽¹⁾	收購所得 無形資產 攤銷 ⁽²⁾	投資者的 金融負債 價值變動 ⁽³⁾	所得稅 影響 ⁽⁴⁾	非國際 財務報告 準則
期間利潤 淨利潤率	(530,554) -0.7%	402,287	3,833,506	36,081	(465,665)	(417,065)	2,858,590 3.9%

未經審核
截至2021年6月30日止三個月調整
基金

	呈報	以股份 為基礎的 薪酬	投資 公允價值 變動淨值 ⁽¹⁾	收購所得 無形資產 攤銷 ⁽²⁾	投資者的 金融負債 價值變動 ⁽³⁾	所得稅 影響 ⁽⁴⁾	非國際 財務報告 準則
期間利潤 淨利潤率	8,263,308 9.4%	622,808	(3,835,561)	79	1,201,012	69,857	6,321,503 7.2%

未經審核
截至2022年6月30日止六個月調整
基金

	呈報	以股份 為基礎的 薪酬	投資 公允價值 變動淨值 ⁽¹⁾	收購所得 無形資產 攤銷 ⁽²⁾	投資者的 金融負債 價值變動 ⁽³⁾	所得稅 影響 ⁽⁴⁾	非國際 財務報告 準則
期間利潤 淨利潤率	834,823 0.6%	1,253,361	3,483,705	72,162	(381,691)	(332,506)	4,939,854 3.4%

未經審核
截至2021年6月30日止六個月調整
基金

呈報	以股份 為基礎的 薪酬	投資 公允價值 變動淨值 ⁽¹⁾	收購所得 無形資產 攤銷 ⁽²⁾	投資者的 金融負債 價值變動 ⁽³⁾	所得稅 影響 ⁽⁴⁾	非國際 財務報告 準則
(人民幣千元，除非另有說明)						
期間利潤	16,052,215	1,288,485	(5,502,483)	158	412,995	139,414
淨利潤率	9.7%					12,390,784 7.5%

附註：

- (1) 主要包括股權投資及優先股投資公允價值變動，扣除期間出售的投資(包括按公允價值計入損益的金融資產與自按公允價值計入損益的金融資產轉入之按權益法計量投資)累計公允價值變動、視為出售投資公司的淨收益／(虧損)、投資減值撥備，及對聯營公司失去重大影響力的重新計量與按公允價值計入損益的金融資產轉為按權益法計量投資的重新計量。
- (2) 收購導致的無形資產攤銷。
- (3) 基金公允價值變動導致的應付基金投資者的金融負債價值變動。
- (4) 非國際財務報告準則調整的所得稅影響。

流動資金及財務資源

於2020年12月4日，本公司以每股配售股份23.70港元的價格向不少於六名承配人(本身及其最終實益擁有人為獨立第三方)完成配售Smart Mobile Holdings Limited擁有的合共1,000,000,000股配售股份，並根據一般授權以每股認購股份23.70港元的價格向Smart Mobile Holdings配發及發行1,000,000,000股認購股份(「2020年配售及認購」)。詳情請參閱本公司日期為2020年12月2日、2020年12月3日及2020年12月9日的公告。

截至2022年6月30日止六個月，除通過2020年配售及認購以及下文「債券發行」所述債券發行籌集的資金外，我們過往主要以經營所得現金以及銀行借款滿足現金需求。截至2022年6月30日及2022年3月31日，現金及現金等價物分別為人民幣282億元及人民幣347億元。

附註：

本集團在現金管理中考慮的現金資源包括但不限於現金及現金等價物、受限制現金、短期銀行存款、按公允價值計入損益之短期投資、按攤餘成本計量之短期投資、長期銀行存款以及按公允價值計入損益之長期投資中的其他投資。截至2022年6月30日，本集團現金資源總額為人民幣1,025億元。

債券發行

於2020年4月29日，本公司全資附屬公司Xiaomi Best Time International Limited發行6億美元於2030年到期的3.375%優先票據（「**2030年票據**」，由本公司無條件及不可撤回擔保）。詳情請參閱本公司於2020年4月20日及2020年4月23日發佈的公告。

於2020年12月17日，Xiaomi Best Time International Limited按每股轉換股份36.74港元（可予調整）的初始轉換價發行本金總額855百萬美元於2027年到期的零息有擔保可換股債券（「**2027年債券**」，由本公司擔保）。2027年債券於聯交所上市。詳情請參閱本公司日期為2020年12月2日、2020年12月3日、2020年12月17日及2020年12月18日的公告。

截至2022年6月30日，概無2027年債券轉換為新股份。

於2021年7月14日，Xiaomi Best Time International Limited發行8億美元於2031年到期的2.875%優先債券（「**2031年債券**」）及4億美元於2051年到期的4.100%優先綠色債券（「**綠色債券**」），均由本公司無條件及不可撤回擔保。有關2031年債券及綠色債券的詳情，請參閱本公司於2021年7月6日、2021年7月8日、2021年7月14日及2021年7月15日刊發的公告。

合併現金流量表

	未經審核	
	截至以下日期止三個月	
	2022年 6月30日	2022年 3月31日
	(人民幣百萬元)	
經營活動所得／(所用)現金淨額 ⁽¹⁾	1,649.2	(8,680.6)
投資活動(所用)／所得現金淨額	(9,942.1)	17,569.4
融資活動所得現金淨額 ⁽¹⁾	1,282.2	2,351.6
現金及現金等價物(減少)／增加淨額	(7,010.7)	11,240.4
期初現金及現金等價物	34,714.2	23,511.6
現金及現金等價物的匯率變動影響	479.6	(37.8)
期末現金及現金等價物	28,183.1	34,714.2

附註：

- (1) 除(1)主要由金融科技業務產生的應收貸款及利息以及應收貸款減值撥備變動；(2)金融保理業務相關的貿易款項變動；(3)金融科技業務產生的受限制現金變動；及(4)天星銀行業務產生的客戶存款變動外，2022年第二季度經營活動所用現金淨額為人民幣1億元，2022年第一季度的經營活動所用現金淨額為人民幣76億元。除金融科技業務借款變動外，2022年第二季度融資活動所得現金淨額為人民幣9億元，2022年第一季度的融資活動所得現金淨額為人民幣28億元。本附註資料來源於本集團管理賬目，該等賬目未經本集團核數師審核或審閱。編製管理賬目所用會計政策與編製本公告其他數據所用者一致。

經營活動所得現金淨額

經營活動所得現金淨額指經營所得現金減已付所得稅。經營所得現金主要包括除所得稅前利潤(經非現金項目及營運資金變動調整)。

2022年第二季度，經營活動所得現金淨額為人民幣16億元，指經營所得現金人民幣26億元減已付所得稅人民幣10億元。經營所得現金主要是由於除所得稅前利潤人民幣17億元所致，經以下各項調整：預付款項及其他應收款項減少人民幣36億元、貿易應收款項減少人民幣21億元，部分被貿易應付款項減少人民幣51億元所抵銷。

投資活動所用現金淨額

2022年第二季度，投資活動所用現金淨額為人民幣99億元，主要是由於短期銀行存款變動淨額人民幣47億元及長期銀行存款變動淨額人民幣34億元所致。

融資活動所得現金淨額

2022年第二季度，融資活動所得現金淨額為人民幣13億元，主要是由於借款淨變動人民幣17億元所致，部分被購回股份付款人民幣4億元所抵銷。

借款

於2022年3月31日及2022年6月30日，我們的借款總額分別為人民幣297億元及人民幣326億元。

資本開支

	未經審核	
	截至以下日期止三個月	
	2022年 6月30日	2022年 3月31日
	(人民幣百萬元)	
資本開支	1,395.9	1,321.4
長期投資的支出 ⁽¹⁾	2,930.1	3,168.2
總計	<u>4,326.0</u>	<u>4,489.6</u>

附註：

(1) 長期投資的支出指股權投資、優先股投資及其他投資。

資產負債表外承諾及安排

截至2022年6月30日，除財務擔保合約外，我們並無訂立任何重大的資產負債表外承諾及安排。

重大投資及資本資產之未來計劃

截至2022年6月30日，我們並無任何其他重大投資及資本資產計劃。

所持投資

截至2022年6月30日，我們共投資超過400家公司，總賬面價值人民幣634億元，同比增長9.6%。2022年第二季度，我們自處置投資錄得稅後淨收入人民幣3億元。截至2022年6月30日，我們投資的總價值(包括(i)權益法計算的投資中上市公司的公允價值(按照2022年6月30日股價計算)；(ii)權益法計算的投資中非上市公司的賬面價值；以及(iii)按公允價值計入損益之長期投資的賬面價值)為人民幣661億元。

截至2022年6月30日止六個月，本集團並無作出或持有任何重大投資(包括截至2022年6月30日於被投資公司佔本集團資產總額5%或以上的任何投資)。

重大收購及出售附屬公司、聯營公司及合營企業

於2022年第二季度，我們並無任何重大收購及出售附屬公司、聯營公司及合營企業。

僱員及薪酬政策

截至2022年6月30日，我們擁有32,869名全職僱員，其中30,110名位於中國大陸，主要在北京總部，其餘主要分佈在印度及印尼。截至2022年6月30日，我們的研發人員合共14,700人，在多個部門任職。

我們的成功取決於吸引、挽留及激勵合資格僱員的能力。根據我們的人力資源策略，我們向僱員提供具有競爭力的薪酬待遇。截至2022年6月30日，16,510名僱員持有以股份為基礎的獎勵。2022年第二季度，我們的薪酬開支總額(包括以股份為基礎的薪酬開支)為人民幣41億元。

外匯風險

本公司的交易以功能貨幣美元計值及結算。本集團附屬公司主要在中華人民共和國及印度等其他地區營運，面對若干貨幣敞口(主要與美元有關)引致的外匯風險。因此，從境外業務夥伴收取外幣或向境外業務夥伴支付外幣時，主要面對來自附屬公司已確認資產及負債的外匯風險。

我們會繼續監察匯率變動，必要時採取措施降低匯率變動的影響。

抵押資產

截至2022年6月30日，我們抵押受限制存款人民幣39億元，而截至2022年3月31日為人民幣35億元。我們也將若干在建工程和土地使用權抵押，以取得借款。

或有負債

截至2022年6月30日及2022年3月31日，我們並無任何重大或有負債。或有事項的進一步詳情載於財務資料附註9。

簡明財務資料

簡明合併損益表

截至2022年6月30日止三個月及六個月
(以人民幣元列示)

	附註	未經審核		未經審核	
		截至6月30日止三個月 2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元	截至6月30日止六個月 2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
收入	2	70,170,877	87,788,960	143,522,379	164,671,123
銷售成本	2, 3	(58,402,842)	(72,640,918)	(119,044,598)	(135,361,850)
毛利		11,768,035	15,148,042	24,477,781	29,309,273
研發開支	3	(3,763,374)	(3,064,176)	(7,257,913)	(6,076,167)
銷售及推廣開支	3	(5,332,208)	(5,680,659)	(10,588,392)	(9,844,134)
行政開支	3	(1,315,404)	(1,150,336)	(2,559,977)	(2,137,988)
按公允價值計入損益之 投資公允價值變動	4	513,577	4,165,419	(3,036,678)	6,228,626
分佔按權益法入賬之 投資收益／(虧損)淨額		62,672	(26,193)	(138,660)	(17,204)
其他收入		186,177	234,612	351,104	386,665
其他(虧損)／收益淨額		(386,447)	1,099,047	(425,500)	1,034,348
經營利潤		1,733,028	10,725,756	821,765	18,883,419
財務收入		379,991	322,651	645,693	597,859
財務成本		(376,180)	(1,369,865)	(146,549)	(735,856)
除所得稅前利潤		1,736,839	9,678,542	1,320,909	18,745,422
所得稅費用		(371,462)	(1,415,234)	(486,086)	(2,693,207)
期間利潤		1,365,377	8,263,308	834,823	16,052,215
下列人士應佔：					
— 本公司擁有人		1,386,400	8,268,477	798,800	16,061,366
— 非控股權益		(21,023)	(5,169)	36,023	(9,151)
		1,365,377	8,263,308	834,823	16,052,215
每股盈利 (以每股人民幣元列示)：					
基本		0.06	0.33	0.03	0.64
攤薄		0.06	0.32	0.03	0.63

簡明合併綜合收益表

截至2022年6月30日止三個月及六個月

(以人民幣元列示)

	附註	未經審核		未經審核	
		截至6月30日止三個月		截至6月30日止六個月	
		2022年	2021年	2022年	2021年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
期間利潤		1,365,377	8,263,308	834,823	16,052,215
其他綜合收益／(虧損)：					
<u>隨後可能重新分類至損益之</u>					
<u>項目</u>					
分佔按權益法入賬之投資的					
其他綜合收益／(虧損)		4,433	666	(16,663)	(54,551)
按公允價值計入其他綜合收益					
之金融資產之公允價值變動					
虧損淨額		(3,769)	(5,861)	(6,944)	(2,146)
匯兌差額		46,083	(262,223)	(16,261)	(165,059)
<u>隨後不會重新分類至損益之</u>					
<u>項目</u>					
匯兌差額		2,295,418	(842,332)	2,119,010	(483,624)
期間其他綜合收益／(虧損)					
(扣除稅項)		2,342,165	(1,109,750)	2,079,142	(705,380)
期間綜合收益總額		3,707,542	7,153,558	2,913,965	15,346,835
下列人士應佔：					
— 本公司擁有人		3,717,982	7,162,807	2,869,183	15,358,957
— 非控股權益		(10,440)	(9,249)	44,782	(12,122)
		3,707,542	7,153,558	2,913,965	15,346,835

簡明合併資產負債表
於2022年6月30日
(以人民幣元列示)

	附註	未經審核 於2022年 6月30日 人民幣千元	經審核 於2021年 12月31日 人民幣千元
資產			
非流動資產			
物業及設備		7,674,223	6,964,621
無形資產		5,109,034	5,579,159
按權益法入賬之投資		10,020,618	10,230,751
按公允價值計入損益之長期投資	4	53,424,695	50,113,702
遞延所得稅資產		2,199,688	1,661,947
長期銀行存款		18,728,439	16,195,419
按攤餘成本計量之長期投資	4	402,352	351,362
其他非流動資產		15,863,872	15,943,508
		113,422,921	107,040,469
流動資產			
存貨	6	57,798,719	52,397,946
貿易應收款項	5	15,196,628	17,985,503
應收貸款		6,063,275	5,109,034
預付款項及其他應收款項		21,730,204	19,851,884
按公允價值計入其他綜合收益之應收票據		102,603	14,033
按公允價值計入其他綜合收益之短期投資	4	501,714	710,865
按攤餘成本計量之短期投資	4	—	1,597,919
按公允價值計入損益之短期投資	4	17,605,624	29,311,848
短期銀行存款		28,607,263	31,041,129
受限制現金		3,870,437	4,319,661
現金及現金等價物		28,183,101	23,511,579
		179,659,568	185,851,401
資產總額		293,082,489	292,891,870

簡明合併資產負債表
於2022年6月30日
(以人民幣元列示)

	附註	未經審核 於2022年 6月30日 人民幣千元	經審核 於2021年 12月31日 人民幣千元
權益及負債			
本公司擁有人應佔權益			
股本		406	407
儲備		140,552,849	137,212,499
		<u>140,553,255</u>	<u>137,212,906</u>
非控股權益		<u>263,090</u>	<u>219,590</u>
權益總額		<u><u>140,816,345</u></u>	<u><u>137,432,496</u></u>
負債			
非流動負債			
借款	7	25,474,316	20,719,790
遞延所得稅負債		1,069,330	1,202,717
保修撥備		1,100,959	895,747
其他非流動負債		17,289,309	16,913,649
		<u>44,933,914</u>	<u>39,731,903</u>
流動負債			
貿易應付款項	8	69,680,442	74,643,005
其他應付款項及應計費用		17,535,129	20,224,499
客戶預付款		7,823,186	9,289,177
借款	7	7,094,778	5,527,050
所得稅負債		1,390,416	2,335,124
保修撥備		3,808,279	3,708,616
		<u>107,332,230</u>	<u>115,727,471</u>
負債總額		<u><u>152,266,144</u></u>	<u><u>155,459,374</u></u>
權益及負債總額		<u><u>293,082,489</u></u>	<u><u>292,891,870</u></u>

簡明合併現金流量表

截至2022年6月30日止六個月

(以人民幣元列示)

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2022年	2021年
	人民幣千元	人民幣千元
經營活動(所用)／所得現金淨額	(7,031,424)	8,284,324
投資活動所得／(所用)現金淨額	7,627,358	(31,987,329)
融資活動所得現金淨額	3,633,776	1,070,090
	<hr/>	<hr/>
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	4,229,710	(22,632,915)
期初現金及現金等價物	23,511,579	54,752,443
匯率變動對現金及現金等價物的影響	441,812	(238,488)
	<hr/>	<hr/>
期末現金及現金等價物	<u>28,183,101</u>	<u>31,881,040</u>

1 編製基準

簡明合併中期財務資料包括於2022年6月30日的簡明合併資產負債表、截至該日止三個月及六個月的簡明合併損益表及簡明合併綜合收益表、截至該日止六個月的簡明合併權益變動表及簡明合併現金流量表以及附註，包括主要會計政策和其他解釋資料（「**中期財務資料**」）。除另有說明外，中期財務資料以人民幣列報。

中期財務資料根據國際會計準則理事會（「**國際會計準則理事會**」）頒佈的國際會計準則（「**國際會計準則**」）第34號「**中期財務報告**」編製。

中期財務資料並無包括年度財務報表通常包括的所有附註類別。中期財務資料須與本公司2022年3月22日刊發的2021年度報告所載由本集團根據國際財務報告準則（「**國際財務報告準則**」）編製之截至2021年12月31日止年度的年度經審核財務報表（「**2021年財務報表**」）及本公司在本期間內以及本未經審核中期簡明合併財務資料獲批之日止公開發佈的所有公告一併閱讀。

編製中期財務資料所用的會計政策和計算方法與2021年財務報表所載截至2021年12月31日止年度的年度財務報表所用者一致，惟採用對本集團的業績及財務狀況並無重大影響的若干經修訂準則除外。

2 分部資料

本集團的業務活動具備單獨的財務報表，乃由主要經營決策者（「**主要經營決策者**」）定期審查及評估。主要經營決策者由制定策略決策的首席執行官擔任，負責分配資源和評估營運分部的表現。經過該評估，本集團確定擁有以下營運分部：

- 智能手機
- IoT與生活消費產品
- 互聯網服務
- 其他

主要經營決策者主要根據各營運分部的分部收入及毛利評估營運分部的表現。截至2022年及2021年6月30日止三個月及六個月，概無任何重大分部間銷售。向主要經營決策者報告的自外部客戶取得的收入計量方式與合併損益表所應用者一致。

截至2022年及2021年6月30日止三個月及六個月的分部業績如下：

	截至2022年6月30日止三個月				總計 人民幣千元
	智能手機 人民幣千元	IoT與生活 消費產品 人民幣千元	互聯網服務 人民幣千元	其他 人民幣千元	
(未經審核)					
分部收入	42,268,105	19,811,608	6,971,121	1,120,043	70,170,877
銷售成本	(38,605,297)	(16,983,584)	(1,880,970)	(932,991)	(58,402,842)
毛利	3,662,808	2,828,024	5,090,151	187,052	11,768,035
	截至2021年6月30日止三個月				總計 人民幣千元
	智能手機 人民幣千元	IoT與生活 消費產品 人民幣千元	互聯網服務 人民幣千元	其他 人民幣千元	
(未經審核)					
分部收入	59,088,963	20,734,693	7,033,487	931,817	87,788,960
銷售成本	(52,095,546)	(17,992,268)	(1,819,718)	(733,386)	(72,640,918)
毛利	6,993,417	2,742,425	5,213,769	198,431	15,148,042
	截至2022年6月30日止六個月				總計 人民幣千元
	智能手機 人民幣千元	IoT與生活 消費產品 人民幣千元	互聯網服務 人民幣千元	其他 人民幣千元	
(未經審核)					
分部收入	88,030,794	39,288,965	14,083,602	2,119,018	143,522,379
銷售成本	(79,845,895)	(33,418,963)	(3,959,321)	(1,820,419)	(119,044,598)
毛利	8,184,899	5,870,002	10,124,281	298,599	24,477,781
	截至2021年6月30日止六個月				總計 人民幣千元
	智能手機 人民幣千元	IoT與生活 消費產品 人民幣千元	互聯網服務 人民幣千元	其他 人民幣千元	
(未經審核)					
分部收入	110,579,946	38,977,960	13,604,335	1,508,882	164,671,123
銷售成本	(96,952,930)	(33,583,000)	(3,635,837)	(1,190,083)	(135,361,850)
毛利	13,627,016	5,394,960	9,968,498	318,799	29,309,273

截至2022年及2021年6月30日止三個月及六個月，有關總收入的地區資料如下：

	截至6月30日止三個月				截至6月30日止六個月			
	2022年		2021年		2022年		2021年	
	人民幣千元 (未經審核)	%	人民幣千元 (未經審核)	%	人民幣千元 (未經審核)	%	人民幣千元 (未經審核)	%
中國大陸	36,201,979	51.6	44,150,041	50.3	72,091,624	50.2	83,623,755	50.8
全球其他地區 (附註(a))	33,968,898	48.4	<u>43,638,919</u>	49.7	71,430,755	49.8	<u>81,047,368</u>	49.2
	<u>70,170,877</u>		<u>87,788,960</u>		<u>143,522,379</u>		<u>164,671,123</u>	

附註：

(a) 中國大陸境外收入主要來自印度及歐洲。

3 按性質劃分之開支

	截至6月30日止三個月		截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
已售存貨成本及許可費	52,590,669	68,385,690	107,867,373	127,548,414
存貨減值撥備	1,789,704	621,761	3,320,900	938,879
僱員福利開支	4,073,525	3,572,379	7,968,639	6,955,690
物業及設備、使用權資產及投資物業折舊	603,272	431,658	1,147,736	791,353
無形資產攤銷	344,140	296,382	678,109	594,017
宣傳及廣告開支	1,794,561	2,085,949	3,469,298	3,218,610
向遊戲開發商及視頻供應商支付的内容費	744,651	689,034	1,544,532	1,372,486
信貸虧損撥備	52,801	15,576	105,969	71,141
諮詢及專業服務費	345,702	300,132	678,054	587,687
雲服務、帶寬及服務器託管費	483,214	470,554	1,075,088	1,044,336
保修開支	1,433,712	1,325,411	2,525,423	2,397,937

4 投資

	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
流動資產		
按以下方式計量之短期投資		
— 按攤餘成本	—	1,597,919
— 按公允價值計入其他綜合收益	501,714	710,865
— 按公允價值計入損益	17,605,624	29,311,848
	18,107,338	31,620,632
非流動資產		
按攤餘成本計量之長期投資		
按公允價值計入損益之長期投資	402,352	351,362
— 普通股投資	19,826,893	22,755,228
— 優先股投資	28,071,954	25,108,840
— 其他投資	5,525,848	2,249,634
	53,827,047	50,465,064

按公允價值計入損益之投資於損益確認的款項

	截至6月30日止三個月		截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
普通股投資公允價值變動	403,629	3,538,283	(3,287,125)	4,439,088
優先股投資公允價值變動	89,787	473,173	101,597	1,422,700
其他投資公允價值變動	(144,989)	—	(136,896)	—
按公允價值計入損益之短期投資公允價值變動	165,150	153,963	285,746	366,838
	513,577	4,165,419	(3,036,678)	6,228,626

5 貿易應收款項

本集團一般給予客戶不超過180天的信用期。貿易應收款項基於發票日期的賬齡分析如下：

	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
貿易應收款項		
三個月內	13,177,558	15,740,356
三至六個月	1,328,308	1,477,059
六個月至一年	607,033	652,701
一至兩年	175,553	184,058
兩年以上	116,556	95,306
	<u>15,405,008</u>	<u>18,149,480</u>
減：信貸虧損撥備	<u>(208,380)</u>	<u>(163,977)</u>
	<u><u>15,196,628</u></u>	<u><u>17,985,503</u></u>

6 存貨

	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
原材料	17,224,530	19,314,001
製成品	32,489,903	23,934,395
在製品	4,191,944	4,627,210
備品備件	4,812,417	3,896,430
其他	1,430,868	1,957,057
	<u>60,149,662</u>	<u>53,729,093</u>
減：減值撥備	<u>(2,350,943)</u>	<u>(1,331,147)</u>
	<u><u>57,798,719</u></u>	<u><u>52,397,946</u></u>

7 借款

	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
計入非流動負債		
有抵押借款	1,244,652	1,576,761
無抵押借款	19,771,327	15,004,487
可轉換債券	4,458,337	4,138,542
	<u>25,474,316</u>	<u>20,719,790</u>
計入流動負債		
有抵押借款	590,012	507,217
無抵押借款	6,504,766	5,019,833
	<u>7,094,778</u>	<u>5,527,050</u>

8 貿易應付款項

貿易應付款項主要包括存貨應付款項。於2022年6月30日及2021年12月31日，貿易應付款項的賬面值主要以人民幣、美元及印度盧比計值。

貿易應付款項及基於發票日期的賬齡分析如下：

	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
三個月內	64,615,871	70,187,231
三至六個月	2,322,846	2,526,217
六個月至一年	1,869,476	1,343,318
一至兩年	721,973	490,484
兩年以上	150,276	95,755
	<u>69,680,442</u>	<u>74,643,005</u>

9 或有事項

本集團在日常業務過程中不時涉及各類申索、訴訟及法律程式。自2021年12月起，包括所得稅部門、稅務情報局及執法局等印度有關部門就遵守相關所得稅法規、關稅法規以及外匯法規發起對Xiaomi Technology India Private Limited (「小米印度」) 的調查及通知。

就上述調查而言，小米印度於2022年8月11日收到進一步指令，繼續限制其部分銀行存款，指控小米印度不恰當地扣除了若干成本及開支，包括購置手機的款項和支付給協力廠商及本集團旗下公司的特許權使用費。

管理層考慮專業顧問的意見後對上述與小米印度有關的事項進行評估，並認為小米印度有正當理由向印度有關部門作出回應。因此，於2022年6月30日，本集團並無就該等事項作出撥備。上述調查和指控可能需要較長時間才能解決，本集團可能收到判決或達成和解而對其經營業績或現金流量產生不利影響。現階段難以預估相關財務影響。

其他資料

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至2022年6月30日止六個月及直至本公告日期，本公司在香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）購回合共87,248,000股本公司B類股份（「所購回股份」），總代價為1,258,372,114港元。所購回股份的詳情如下：

購回月份	所購回股份數目	已付每股價格		總代價 (港元)
		最高價 (港元)	最低價 (港元)	
1月	<u>14,295,000</u>	18.64	17.70	<u>261,322,614</u>
3月	<u>35,209,000</u>	14.60	13.46	<u>498,281,463</u>
4月	<u>37,744,000</u>	13.82	12.26	<u>498,768,037</u>
總計	<u><u>87,248,000</u></u>			<u><u>1,258,372,114</u></u>

於本公告日期，已發行B類股份數目因註銷所購回股份而減少87,248,000股。註銷所購回股份後，本公司的不同投票股權（「不同投票股權」）受益人同時根據聯交所證券上市規則（「上市規則」）第8A.21條按一換一的比率將所持A類普通股（「A類股份」）轉換為B類股份，按比例減持本公司不同投票股權，而彼等所持附有本公司不同投票股權的股份比例不會增加，符合上市規則第8A.13及8A.15條的規定。

於2021年11月、2021年12月及2022年1月所購回股份其後於2022年3月11日註銷。總共6,392,324股A類股份於2022年3月11日按一換一的比率轉換為B類股份，其中5,756,989股A類股份由雷軍先生透過Smart Mobile Holdings Limited轉換，635,335股A類股份由林斌先生透過Bin Lin 2021 A Trust轉換。於2022年3月及2022年4月所購回股份其後於2022年6月10日註銷。總共13,488,051股A類股份於2022年6月10日按一換一的比率轉換為B類股份，其中12,147,469股A類股份由雷軍先生透過Smart Mobile Holdings Limited轉換，1,340,582股A類股份由林斌先生透過Bin Lin 2021 A Trust轉換。

除上文所披露者外，本公司及其任何附屬公司截至2022年6月30日止六個月及直至本公告日期並無購買、出售或贖回本公司於聯交所上市的任何證券。

遵守企業管治守則

本公司致力於維持及推行嚴格的企業管治標準。本公司企業管治的原則是推廣有效的內部監控措施，增進董事會工作的透明度及加強對所有股東的責任承擔。

除下文所披露者外，截至2022年6月30日止六個月，本公司已遵守上市規則附錄14第二部分所載企業管治守則（「**企業管治守則**」）的適用守則條文。

根據企業管治守則第C.2.1條，在聯交所上市的公司應當遵守但可以選擇偏離有關董事長與首席執行官職責區分並且由不同人士擔任的規定。本公司並無區分，現時由雷軍先生兼任董事長及首席執行官。董事會相信將董事長與首席執行官的角色由同一人承擔，會有利於確保本集團有統一領導，使本集團的整體策略規劃更有實效及效率。董事會認為目前架構無損權力與授權的制衡，更可讓本公司及時且有效決策及執行。董事會將繼續檢討，當時機會適會基於本集團的整體狀況，考慮區分本公司董事長與首席執行官的角色。

鑑於2022年1月1日生效的企業管治守則之修訂及實施適用於2022年1月1日或之後開始的財政年度的企業管治報告之額外規定，本公司將繼續定期檢討及監督其企業管治常規，確保遵守最新企業管治守則，並保持本公司高標準的企業管治常規。本公司將於截至2022年12月31日止年度的本公司企業管治報告中報告最新企業管治守則合規情況。

審核委員會

審核委員會（由一名非執行董事及兩名獨立非執行董事（即劉芹先生、陳東升博士及王舜德先生）組成）已審閱截至2022年6月30日止三個月及六個月之本集團未經審核中期業績，亦與高級管理層成員及本公司外部核數師羅兵咸永道會計師事務所討論有關本公司所採納的會計政策及常規和內部監控事宜。

重大訴訟

截至2022年6月30日，本公司並無牽涉任何重大訴訟或仲裁。據董事所知，本公司並無尚未了結或對本公司構成威脅之任何重大訴訟或索償。

中期股息

董事會決議不宣派截至2022年6月30日止六個月的中期股息。

所得款項淨額用途

1. 發行2020年配售及認購股份所得款項淨額用途

本公司自2020年配售及認購收取的所得款項淨額約為31億美元。本公司擬將估計所得款項淨額用於(a)增加營運資金以擴大業務；(b)投資以增加主要市場的市場份額；(c)投資戰略生態系統；及(d)其他一般公司用途。過往於2020年12月2日公告披露的所得款項淨額擬定用途概無變動。

2. 發行2027年債券所得款項淨額用途

本公司自2027年債券收取的所得款項淨額約為889.6百萬美元。本公司擬將估計所得款項淨額用於(a)增加營運資金以擴大業務；(b)投資以增加主要市場的市場份額；(c)投資戰略生態系統；及(d)其他一般公司用途。過往於2020年12月2日公告披露的所得款項淨額擬定用途概無變動。

3. 發行2031年債券所得款項淨額用途

本公司自2031年債券收取的所得款項淨額約為789.0百萬美元。本集團擬將該等所得款項淨額用於一般公司用途。過往於2021年7月8日公告披露的所得款項淨額擬定用途概無變動。

4. 發行綠色債券所得款項淨額用途

本公司自綠色債券收取的所得款項淨額約為392.8百萬美元。本集團擬根據本集團的綠色融資框架將該等所得款項或其等值金額用於本集團一項或多項新的或現有的合資格項目的整體或部分融資或再融資。過往於2021年7月8日公告披露的所得款項淨額擬定用途概無變動。

2022年6月30日後的事項

除本公告所披露者外，2022年6月30日後至本公告日期，並無發生任何可能影響本集團的其他重大事項。

刊發中期業績公告及中期報告

本中期業績公告已刊登於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.mi.com)。本公司的中期報告稍後亦會刊登於上述聯交所及本公司網站，並寄發予本公司股東。

承董事會命
小米集團
董事長
雷軍

香港，2022年8月19日

於本公告日期，董事會包括董事長兼執行董事雷軍先生、副董事長兼執行董事林斌先生、執行董事劉德先生；非執行董事劉芹先生；以及獨立非執行董事陳東升博士、王舜德先生及唐偉章教授。