

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(港幣櫃台)及81810(人民幣櫃台)

截至2024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2024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				
	2024年 6月30日	2023年 6月30日	同比變動	2024年 3月31日	環比變動
收入	88,887.8	67,354.9	32.0%	75,506.8	17.7%
毛利	18,394.2	14,161.0	29.9%	16,829.7	9.3%
經營利潤	5,888.7	4,040.5	45.7%	3,683.0	59.9%
除所得稅前利潤	6,679.4	4,955.7	34.8%	5,222.4	27.9%
期間利潤	5,069.7	3,665.5	38.3%	4,173.2	21.5%
非國際財務報告準則計量 ¹ ：					
經調整淨利潤	6,175.4	5,140.3	20.1%	6,490.9	-4.9%

1 有關非國際財務報告準則計量的更多資料，請參閱「非國際財務報告準則計量：經調整淨利潤」一節。

未經審核
截至以下日期止六個月
2024年 2023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	164,394.7	126,832.0	29.6%
毛利	35,223.9	25,752.6	36.8%
經營利潤	9,571.8	9,940.7	-3.7%
除所得稅前利潤	11,901.8	10,426.4	14.2%
期間利潤	9,242.9	7,881.7	17.3%
非國際財務報告準則計量：經調整淨利潤	12,666.4	8,373.5	51.3%

業務回顧及展望

1. 整體表現

2024年第二季度，集團收入及盈利均再次實現了顯著增長。2024年第二季度，小米集團總收入為人民幣889億元，創歷史新高，同比增長32.0%。業務分部²來看，2024年第二季度，我們的「手機×AIoT」分部收入為人民幣825億元，我們「智能電動汽車等創新業務」分部收入為人民幣64億元。2024年第二季度，集團經調整淨利潤為人民幣62億元，同比增長20.1%，其中包括智能電動汽車等創新業務經調整淨虧損人民幣18億元³。

我們持續推進「人車家全生態」集團戰略。2024年第二季度，我們的全球智能手機出貨量達到42.2百萬台，同比增長28.1%。根據Canalys數據，本季度我們全球智能手機出貨量排名前三，市佔率為14.6%，是前五名中出貨量同比增速最快的品牌。我們全球智能手機出貨量也連續十六個季度排名全球前三。與此同時，我們的用戶生態持續擴大。2024年6月，我們全球月活躍用戶數⁴再創歷史新高，達到675.8百萬，同比增長11.5%。截至2024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)數增長至822.2百萬，同比增長25.6%。2024年3月28日，我們的首款汽車產品Xiaomi SU7系列正式發佈，完善了我們產品生態矩陣中重要的一環。2024年第二季度，Xiaomi SU7系列交付新車達27,307輛。

2 自2024年第二季度起，我們將業務分部更新為「手機×AIoT」及「智能電動汽車等創新業務」兩個主要的業務分部。「手機×AIoT」分部包括智能手機、IoT與生活消費產品、互聯網服務及其他相關業務。「智能電動汽車等創新業務」分部包括智能電動汽車及其他相關業務。

3 不包含本季度與智能電動汽車等創新業務相關的股票薪酬費用人民幣2億元。

4 包括智能手機和平板產品。

我們持續深化高端化戰略，不斷打磨產品力。2024年7月，我們發佈新一代*Xiaomi MIX Fold 4*，在滿配旗艦性能的基礎上實現了更輕更薄的體驗。我們同時發佈了小米首款小折疊*Xiaomi MIX Flip*，兼顧時尚科技的同時，也實現了旗艦性能。隨著我們高端化方法論的逐步迭代、高端化產品力的提升以及用戶心智的積累，我們持續收穫高端手機競爭態勢的正向改變。根據第三方數據，2024年第二季度，在中國大陸地區，我們高端智能手機出貨量⁵在整體智能手機出貨量中的佔比達到22.1%，同比提升2.0個百分點。根據第三方數據，2024年第二季度，我們在中國大陸地區人民幣3,000–4,000元價位段、4,000–5,000元價位段、5,000–6,000元價位段的智能手機市佔率均實現同比提升，其中人民幣3,000–4,000元價位段市佔率為16.8%，同比提升5.4個百分點；人民幣4,000–5,000元價位段市佔率為20.1%，同比提升3.5個百分點；人民幣5,000–6,000元價位段市佔率為8.9%，同比提升2.3個百分點。

2024年是小米新零售戰略的再拓展和生態升級年。2024年第二季度，我們在中國大陸地區的線下零售店數量持續增長。截至2024年6月30日，我們在中國大陸地區的線下零售店數量超過12,000家。根據第三方數據，2024年第二季度，我們在中國大陸地區智能手機線下渠道出貨量市佔率為10.4%，同比提升2.5個百分點。同時，在2024年618購物節期間，我們實現全渠道累計支付金額突破人民幣263億元⁶，刷新小米歷年大促記錄。

我們持續深耕全球佈局，聚焦全球市場增長機遇。2024年第二季度，我們的境外市場收入為人民幣381億元，佔總收入的42.8%。根據Canalys數據，2024年第二季度，我們在全球58個國家和地區的智能手機出貨量排名前三，在70個國家和地區的智能手機出貨量排名前五，並首次在拉美地區智能手機出貨量排名前二。隨著我們全球品牌認可度以及全球運營能力的提升，我們境外AIoT業務也在穩步增長。根據Canalys數據，2024年第二季度，我們的平板產品在全球出貨量排名前五，市場份額同比大幅提升2.6個百分點至6.0%；我們的TWS耳機的全球出貨量排名前三；我們的可穿戴腕帶設備⁷全球出貨量排名前三。

5 中國大陸地區高端智能手機為零售價人民幣3,000元及以上的機型。

6 全渠道包含：小米商城，小米之家，小米有品，各大授權電商，授權零售商；數據來源：小米數據中心、京東商智及競速榜、天貓生意參謀；統計時間：2024年5月20日20:00:00–2024年6月18日23:59:59；含個別品類提前數據，統計時間：2024年5月1日00:00:00–2024年6月18日23:59:59。

7 可穿戴腕帶設備包括基礎手環、基礎手錶和智能手錶。

2024年第二季度是Xiaomi SU7系列發佈後的首個完整交付季度，我們實現了「發佈即上市，上市即交付，交付即上量」的用戶承諾，於2024年第二季度交付Xiaomi SU7系列新車達27,307輛。為了滿足用戶需求，我們正在全力提升產能。2024年6月，我們的小米汽車工廠開啟雙班生產，並於2024年7月進行了產線調優維護，我們預計將於2024年11月提前完成Xiaomi SU7系列累計交付新車100,000輛的目標，並將沖刺2024年全年Xiaomi SU7系列累計交付新車120,000輛的新目標。同時，我們也在持續拓展小米汽車的新零售網絡，帶動品牌力的持續提升。截至2024年6月30日，我們的汽車銷售門店已達87家，覆蓋中國大陸地區30個城市。

我們穩步推進「新十年目標」：大規模投入底層核心技術，致力於成為新一代全球硬核科技引領者。2024年第二季度，我們的研發支出達到人民幣55億元，同比增長20.7%。截至2024年6月30日，我們的研發人員數達到18,290人，佔員工總數48.7%。此外我們繼續延展集團知識產權能力，截至2024年6月30日，小米集團已在全球獲得超4萬件專利。2024年7月，我們正式對外發佈新一代小米手機智能工廠。位於北京市昌平區的整座工廠總投資達到人民幣24億元，年產能1,000萬台旗艦機，通過製造設備深度自研，實現關鍵工藝100%自動化；完成行業領先的全鏈路工業大數據底座建設，實現工業生產100%數字化。小米手機智能工廠標誌著小米在硬核科技路上又邁出一大步。

我們持續拓展AI⁸全面賦能，致力於用AI增強產品能力和用戶體驗。2024年7月，我們首次發佈聲音大模型並首次搭載在Xiaomi SU7系列上，為Xiaomi SU7系列提供車外喚醒防禦功能⁹。同時，我們升級了小愛同學的多模態識別和理解能力，為用戶提供如AI文檔問答、AI智能成片¹⁰等功能。最後，我們將對手機、平板、電視、音箱等產品進行大模型小愛全量升級¹¹，為用戶提供更智能化的體驗。

8 Artificial Intelligence，即人工智能。

9 車輛P擋狀態且車窗車門關閉時，功能生效。Xiaomi SU7全系計劃於2024年8月通過OTA升級實現，OTA具體升級時間以小米公告為準。

10 支持機型：Xiaomi MIX Fold 4、Xiaomi MIX Flip、Redmi K70 Ultra。

11 2024年7月底手機、平板、電視升級支持，適用於小米5及紅米5以後機型，小米平板5及以後機型以及內存容量1GB以上的電視設備；2024年8月底無屏音箱升級支持，2024年10月底有屏音箱升級支持；具體升級列表，詳見小米社區「小愛同學」圈子。

我們高效執行集團核心經營策略「穩健進取」。2024年第二季度，集團整體毛利率達到20.7%。業務分部來看，2024年第二季度，我們的「手機×AIoT」分部毛利率為21.1%，我們「智能電動汽車等創新業務」分部毛利率為15.4%。我們持續降本增效，2024年第二季度，集團整體營業費用率為14.2%，同比下降1.0個百分點，其中，「手機×AIoT」分部營業費用率為11.7%，同比下降1.1個百分點。2024年第二季度，集團經調整淨利潤達到人民幣62億元，同比增長20.1%。充沛的現金是我們核心業務以及新業務能夠持續發展的重要基礎，截至2024年6月30日，我們的現金儲備¹²為人民幣1,410億元。我們也積極在公開市場回購股票。我們已於2024年6月6日獲得董事會批准的港幣100億元回購額度。今年以來¹³，我們的股票回購金額達港幣約36.8億元，即約248百萬股股票。

2. 手機×AIoT

2024年第二季度，我們的手機×AIoT分部收入為人民幣825億元，同比增長22.5%。手機×AIoT分部毛利率為21.1%。

智能手機

2024年第二季度，我們的智能手機業務收入為人民幣465億元，同比增長27.1%。我們的智能手機業務毛利率為12.1%。我們的全球智能手機出貨量為42.2百萬台，同比增長28.1%。根據Canalys數據，2024年第二季度，全球智能手機市場出貨量同比上漲11.9%。我們全球智能手機出貨量排名穩居第三，市場份額為14.6%。2024年第二季度，我們在中國大陸地區出貨量排名重回前五，市場份額同比提升0.8個百分點至14.2%。我們在拉美、東南亞、中東和非洲均實現智能手機市場份額的大幅增長。其中，拉美出貨量首次排名前二，市場份額同比提升2.1個百分點至18.6%；東南亞出貨量排名升至第二，市場份額同比提升3.1個百分點至17.2%；中東出貨量排名穩居第二，市場份額同比大幅提升4.1個百分點至21.2%；非洲排名穩居第三，市場份額同比提升3.1個百分點至11.7%。

12 包括(i)現金及現金等價物，(ii)受限制現金，(iii)短期銀行存款，(iv)按公允價值計入損益之短期投資，(v)按攤餘成本計量之短期投資，(vi)長期銀行存款，及(vii)按公允價值計入損益之長期投資中的理財投資。

13 2024年1月1日至2024年7月19日。

我們堅定執行雙品牌策略。Xiaomi品牌方面，我們於2024年7月發佈Xiaomi MIX Fold 4和小米首款小折疊Xiaomi MIX Flip。Xiaomi MIX Fold 4採用小米龍骨轉軸2.0，轉軸體積縮小34%，重量減輕16%；同時，全碳架構¹⁴實現了大幅減重且強度升級。Xiaomi MIX Fold 4創新了整機堆疊方案，同時搭載徠卡全焦段四攝、5,100mAh小米金沙江立體異形電池以及第三代驍龍8旗艦處理器，在實現了輕薄升級的同時提供了滿配旗艦機性能。小米首款小折疊Xiaomi MIX Flip配備4.01英寸大外屏，可適配200多個日常應用。此外，Xiaomi MIX Flip同樣搭載了第三代驍龍8旗艦芯、4,780mAh小米金沙江電池、徠卡光學專業雙攝，在兼顧了時尚科技的同時實現了旗艦性能。

Redmi品牌方面，我們於2024年7月發佈Redmi K70至尊版系列，搭載Redmi×MediaTek聯合實驗室首款力作天璣9300+性能芯和狂暴遊戲獨顯D1芯片，並通過狂暴引擎3.0貫通雙芯調校，實現性能大幅升級；同時，升級了新一代3D冰封散熱™，助力各項性能穩定釋放。此外，Redmi K70至尊版首次搭載小米龍晶玻璃，升級IP68 2米防水，配合索尼IMX906主攝首次落地小米影像算法Xiaomi AISP，實現了各項體驗的全面突破。此外，Redmi與蘭博基尼汽車SQUADRA CORSE二度攜手，推出Redmi K70至尊冠軍版，在升級競速美學外觀設計的同時通過24GB+1TB超大存儲助力性能釋放。Redmi K70至尊版開售3小時，刷新2024年全網全價位新機首銷記錄¹⁵。

IoT與生活消費產品

2024年第二季度，我們的IoT與生活消費產品業務收入為人民幣268億元，創歷史新高，同比增長20.3%，毛利率達到19.7%，同比提升2.2個百分點。

截至2024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822.2百萬，同比增長25.6%；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16.1百萬，同比增長24.2%。2024年6月，米家APP的月活躍用戶數同比增長16.8%至96.9百萬，小愛同學¹⁶的月活躍用戶數同比增長12.4%至131.7百萬。

14 小米龍骨轉軸浮板、屏幕支撐襯板、中框電池倉襯板均使用100%碳纖維。

15 數據來源於小米數據中心以及行業第三方數據報告；全網指京東、天貓、抖音、拼多多；銷售為支付口徑；統計時間截止至2024年7月20日00:30。

16 包括智能電動汽車。

我們堅持累積創新和自研的能力，在關鍵技術領域持續投入，不斷為用戶帶來健康智能的品質家電產品。2024年第二季度，我們的大家電業務收入同比增長38.7%。其中，本季度我們的空調產品出貨量超330萬台，同比增長超過40%；冰箱產品出貨量超60萬台，同比增長超過25%；洗衣機產品出貨量超40萬台，同比增長超過30%。同時，我們持續提升大家電業務的服務能力，其中，米家空調服務通過縮短送裝完成時效，擴大實現送裝一體的區縣覆蓋，提升了用戶體驗。

我們不斷完善平板產品矩陣，以更全面的產品佈局服務用戶需求，平板業務繼續保持高速增長。根據Canalys數據，2024年第二季度，我們的平板產品全球出貨量同比增長106%，全球排名前五，是前五名中出貨量同比增速最快的品牌，我們的平板產品出貨量中國大陸地區排名前三。

我們繼續保持在可穿戴產品領域的領先優勢，進一步深化用戶在各類使用場景中的體驗。2024年7月，我們發佈了*Xiaomi Watch S4 Sport*，採用1.43” AMOLED屏幕，一體鈦金屬機身，搭載頌拓專業算法，支持eSIM獨立通信，在實現全面提升運動性能的同時帶給用戶更智能的便捷體驗。我們同時於2024年7月推出了具有多彩金屬機身，搭配時尚腕帶的小米手環9和具有無感佩戴設計、HiFi音質以及旗艦體驗的*Xiaomi Buds 5*。根據Canalys數據，2024年第二季度，我們的可穿戴腕帶設備全球出貨量排名第三，中國大陸地區出貨量排名第二；我們的TWS耳機的全球出貨量排名第三，中國大陸地區出貨量排名第一。

互聯網服務

2024年第二季度，我們的互聯網業務收入達到人民幣83億元，創歷史新高，同比增長11.0%，互聯網業務毛利率達到78.3%，同比提升4.2個百分點。

我們的用戶規模持續擴大，全球及中國大陸的月活躍用戶數創歷史新高。2024年6月，我們全球月活躍用戶數達到675.8百萬，同比增長11.5%。其中，中國大陸月活躍用戶數達到164.4百萬，同比增長10.1%。2024年6月，我們的智能電視¹⁷全球月活躍用戶數達到68.8百萬，同比增長10.0%。

2024年第二季度，我們實現廣告業務收入人民幣60億元，同比增長16.9%。本季度，我們的遊戲業務收入為人民幣10億元。

17 含小米盒子及小米電視棒。

我們積極鞏固與戰略客戶的合作關係，並持續拓展生態合作，境外互聯網業務延續健康增長趨勢。2024年第二季度，我們的境外互聯網服務收入同比增長32.9%至人民幣27億元，境外互聯網服務收入在整體互聯網服務收入中佔比為32.1%，同比提升5.3個百分點。

3. 智能電動汽車等創新業務

2024年3月，我們的首款智能電動汽車*Xiaomi SU7*系列正式發佈。*Xiaomi SU7*系列正式發佈後，受到市場廣泛關注。2024年第二季度，我們的智能電動汽車等創新業務分部總收入為人民幣64億元，其中，智能電動汽車收入人民幣62億元，其他相關業務收入人民幣2億元。本季度，智能電動汽車等創新業務分部毛利率15.4%。

2024年第二季度，*Xiaomi SU7*系列交付新車達27,307輛。我們的小米汽車工廠已於2024年6月開啟雙班生產，並於2024年7月進行了產線調優維護，正在持續擴充產能，我們預計將於2024年11月提前完成*Xiaomi SU7*系列累計交付新車100,000輛的目標。我們也將衝刺2024年全年*Xiaomi SU7*系列累計交付新車120,000輛的新目標。

在銷售服務網絡建設方面，截至2024年6月30日，我們已在中國大陸地區30個城市開業了87家汽車銷售門店。

2024年7月，我們發佈了*Xiaomi SU7 Ultra*原型車。*Xiaomi SU7 Ultra*原型車採用全碳設計¹⁸，為賽道精心打磨外觀套件，同時搭載了雙小米超級電機V8s及小米超級電機V6s，實現三電機全輪驅動，達到1,548PS馬力；採用賽道專用高效率電池包，全球首發第二代麒麟電池，持續輸出超大功率；配備賽道專用制動系統，100-0km/h制動距離25米。2024年10月，*Xiaomi SU7 Ultra*原型車將正式征戰紐博格林北環賽道。

我們持續通過OTA升級完善*Xiaomi SU7*系列的智能化生態，通過智能駕駛及智能座艙等智能化相關領域的研發成果助力用戶智能化體驗的提升。智能駕駛方面，我們已於2024年6月6日在中國大陸地區10個城市開通城市領航輔助功能(城市NOA)，並持續通過OTA升級增強城市NOA的舒適性和效率性。我們計劃於2024年8月在全國開通城市NOA¹⁹。

18 車身覆蓋件100%使用碳纖維材料；全車24處部件更換為碳纖維材質。

19 此項功能需通過OTA升級實現，升級時間以官方通知為準，全國開通指功能覆蓋中國大陸地區。

4. 企業社會責任

我們積極踐行企業社會責任，並致力於推動低碳發展。我們的環境、社會及公司治理(ESG)建設持續獲得國際權威機構認可。2024年6月18日，小米集團連續三年榮獲國際權威財經雜誌《機構投資者》(Institutional Investor)公佈的「最佳ESG」獎項。得益於在ESG方面的卓越表現，2024年7月16日，小米成功入選標普全球(S&P Global)發佈《可持續發展年鑒(中國版)2024》。2024年8月，小米連續6年上榜《財富》世界500強榜單。

*Xiaomi SU7*系列在生產製造環節採取了如光伏發電及水資源管理等大量的低碳措施，同時通過如自研環保材料等自身科技硬實力實現降碳。2024年7月9日，在中國汽車技術研究中心舉辦的2024汽車產業鏈低碳行動計劃發展論壇上，*Xiaomi SU7*榮獲「2024年中國汽車低碳領跑者車型—C級純電動轎車冠軍」。

管理層討論及分析

2024年第二季度與2023年第二季度比較

下表載列2024年第二季度與2023年第二季度的比較數字：

	未經審核	
	截至以下日期止三個月	
	2024年 6月30日	2023年 6月30日
	(人民幣百萬元)	
收入	88,887.8	67,354.9
銷售成本	(70,493.6)	(53,193.9)
毛利	18,394.2	14,161.0
研發開支	(5,497.7)	(4,554.8)
銷售及推廣開支	(5,899.1)	(4,476.8)
行政開支	(1,182.5)	(1,143.2)
按公允價值計入損益之金融工具公允價值變動	(849.4)	(275.8)
分佔按權益法入賬之投資淨利潤	86.4	74.0
其他收入	287.2	184.8
其他收益淨額	549.6	71.3
經營利潤	5,888.7	4,040.5
財務收入淨額	790.7	915.2
除所得稅前利潤	6,679.4	4,955.7
所得稅費用	(1,609.7)	(1,290.2)
期間利潤	5,069.7	3,665.5
非國際財務報告準則計量：經調整淨利潤	6,175.4	5,140.3

收入

自我們於2024年3月28日正式推出首款智能電動汽車以來，我們的分部報告自2024年第二季度以來已更新為(1)手機×AIoT分部及(2)智能電動汽車等創新業務分部，以反映我們的「人車家全生態」戰略。

手機×AIoT分部包括智能手機、IoT與生活消費產品、互聯網服務及其他相關業務。智能電動汽車等創新業務分部包括智能電動汽車業務及其他相關業務。

我們的主要經營決策者(「CODM」)開始在新架構下來審閱業務信息，且分部報告也依據這一變化和我們如何管理及監察分部表現進行了更新。比較期的數據已根據新的列報方式進行更新。

收入由2023年第二季度的人民幣674億元增加32.0%至2024年第二季度的人民幣889億元。下表載列2024年第二季度及2023年第二季度按分部劃分的收入：

	未經審核			
	截至以下日期止三個月			
	2024年6月30日		2023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)			
手機×AIoT	82,519.0	92.8%	67,354.9	100.0%
智能電動汽車等創新業務	6,368.8	7.2%	—	—
總收入	88,887.8	100.0%	67,354.9	100.0%

手機×AIoT

手機×AIoT分部收入由2023年第二季度的人民幣674億元增加22.5%至2024年第二季度的人民幣825億元。下表載列2024年第二季度及2023年第二季度按手機×AIoT分部劃分的收入：

	未經審核			
	截至以下日期止三個月			
	2024年6月30日		2023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)			
手機×AIoT				
智能手機	46,516.4	52.3%	36,595.5	54.3%
IoT與生活消費產品	26,760.3	30.1%	22,253.9	33.0%
互聯網服務	8,265.6	9.3%	7,444.1	11.1%
其他相關業務	976.7	1.1%	1,061.4	1.6%
手機×AIoT分部總收入	82,519.0	92.8%	67,354.9	100.0%

(i) 智能手機

智能手機收入由2023年第二季度的人民幣366億元增加27.1%至2024年第二季度的人民幣465億元，主要是由於智能手機出貨量增加所致。智能手機出貨量由2023年第二季度的32.9百萬部增加28.1%至2024年第二季度的42.2百萬部，超過2024年第二季度全球智能手機出貨量11.9%的同比增幅(根據Canalys數據)。智能手機的ASP由2023年第二季度每部人民幣1,112.2元輕微減少0.8%至2024年第二季度每部人民幣1,103.5元，主要是由於中國大陸的競爭加劇以及ASP較低的新興市場的銷售量增加。

(ii) IoT與生活消費產品

IoT與生活消費產品收入由2023年第二季度的人民幣223億元增加20.3%至2024年第二季度的人民幣268億元，創歷史新高，主要是由於中國大陸的智能大家電、境外市場的平板及全球市場的可穿戴產品收入增加所致。

智能大家電收入同比增加38.7%，主要是由於中國大陸的空調、冰箱及洗衣機出貨量增加所致。

平板收入同比增加67.6%，主要是由於我們的平板全球出貨量同比增加106.4%(根據Canalys數據)。

可穿戴產品收入同比增加31.0%，主要是由於智能手錶及TWS耳機出貨量增加。

智能電視及筆記本電腦收入同比增加1.1%。

(iii) 互聯網服務

互聯網服務收入由2023年第二季度的人民幣74億元增加11.0%至2024年第二季度的人民幣83億元，創歷史新高，主要是由於廣告業務收入增加，惟部分被遊戲業務收入減少所抵銷。

(iv) 其他相關業務

其他相關業務收入由2023年第二季度的人民幣11億元減少8.0%至2024年第二季度的人民幣10億元，主要是由於出售材料的收入減少，惟部分被空調安裝服務收入增加所抵銷。

智能電動汽車等創新業務

2024年第二季度的智能電動汽車等創新業務分部收入為人民幣64億元。

2024年第二季度的智能電動汽車收入為人民幣62億元。在2024年第二季度，我們交付27,307輛Xiaomi SU7系列汽車。我們智能電動汽車的ASP為每輛人民幣228,644元。

2024年第二季度的其他相關業務收入為人民幣2億元。

銷售成本

我們的銷售成本由2023年第二季度的人民幣532億元增加32.5%至2024年第二季度的人民幣705億元。下表載列2024年第二季度及2023年第二季度按分部劃分的銷售成本：

	未經審核			
	截至以下日期止三個月		截至以下日期止三個月	
	2024年6月30日		2023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)			
手機×AIoT	65,104.6	73.2%	53,193.9	79.0%
智能電動汽車等創新業務	5,389.0	6.1%	—	—
總銷售成本	<u>70,493.6</u>	<u>79.3%</u>	<u>53,193.9</u>	<u>79.0%</u>

手機×AIoT

手機×AIoT分部銷售成本由2023年第二季度的人民幣532億元增加22.4%至2024年第二季度的人民幣651億元。下表載列2024年第二季度及2023年第二季度按手機×AIoT分部劃分的銷售成本：

	未經審核 截至以下日期止三個月			
	2024年6月30日		2023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)			
手機×AIoT				
智能手機	40,867.0	46.0%	31,720.5	47.1%
IoT與生活消費產品	21,476.7	24.2%	18,343.8	27.2%
互聯網服務	1,792.9	2.0%	1,926.2	2.9%
其他相關業務	968.0	1.0%	1,203.4	1.8%
手機×AIoT分部總銷售成本	65,104.6	73.2%	53,193.9	79.0%

(i) 智能手機

智能手機銷售成本由2023年第二季度的人民幣317億元增加28.8%至2024年第二季度的人民幣409億元，主要是由於智能手機銷售額增加以及核心零部件價格上升所致。

(ii) IoT與生活消費產品

IoT與生活消費產品銷售成本由2023年第二季度的人民幣183億元增加17.1%至2024年第二季度的人民幣215億元，主要是由於IoT與生活消費產品銷售額增加所致。

(iii) 互聯網服務

互聯網服務銷售成本由2023年第二季度的人民幣19億元減少6.9%至2024年第二季度的人民幣18億元，主要是由於廣告業務成本減少所致。

(iv) 其他相關業務

其他相關業務銷售成本由2023年第二季度的人民幣12億元減少19.6%至2024年第二季度的人民幣10億元，主要是由於材料銷售的成本減少，惟部分被空調安裝服務的成本增加所抵銷。

智能電動汽車等創新業務

2024年第二季度與智能電動汽車等創新業務分部相關的銷售成本為人民幣54億元。

毛利及毛利率

基於上文所述，毛利由2023年第二季度的人民幣142億元增加29.9%至2024年第二季度的人民幣184億元。毛利率由2023年第二季度的21.0%減少至2024年第二季度的20.7%。

下表載列2024年第二季度及2023年第二季度按分部劃分的毛利及毛利率：

	未經審核			
	截至以下日期止三個月			
	2024年6月30日		2023年6月30日	
	毛利	毛利率%	毛利	毛利率%
	(人民幣百萬元，除非另有說明)			
手機×AIoT	17,414.4	21.1%	14,161.0	21.0%
智能電動汽車等創新業務	979.8	15.4%	—	—
總毛利及毛利率	<u>18,394.2</u>	<u>20.7%</u>	<u>14,161.0</u>	<u>21.0%</u>

手機×AIoT

手機×AIoT分部毛利率由2023年第二季度的21.0%輕微上升至2024年第二季度的21.1%。下表載列2024年第二季度及2023年第二季度按手機×AIoT分部劃分的毛利及毛利率：

	未經審核			
	截至以下日期止三個月			
	2024年6月30日		2023年6月30日	
	毛利	毛利率%	毛利	毛利率%
	(人民幣百萬元，除非另有說明)			
手機×AIoT				
智能手機	5,649.4	12.1%	4,875.0	13.3%
IoT與生活消費產品	5,283.6	19.7%	3,910.1	17.6%
互聯網服務	6,472.7	78.3%	5,517.9	74.1%
其他相關業務	8.7	0.9%	(142.0)	(13.4%)
手機×AIoT分部總毛利及毛利率	<u>17,414.4</u>	<u>21.1%</u>	<u>14,161.0</u>	<u>21.0%</u>

智能手機毛利率由2023年第二季度的13.3%減少至2024年第二季度的12.1%，主要是由於中國大陸競爭加劇以及核心零部件價格上升所致。

IoT與生活消費產品毛利率由2023年第二季度的17.6%增加至2024年第二季度的19.7%，主要是由於可穿戴產品及智能大家電的毛利率增加所致。

互聯網服務毛利率由2023年第二季度的74.1%增加至2024年第二季度的78.3%，主要是由於廣告業務收入佔比增加及廣告業務毛利率增加所致。

智能電動汽車等創新業務

2024年第二季度的智能電動汽車等創新業務分部毛利率為15.4%。

經營開支

經營開支包括研發開支、銷售及推廣開支以及行政開支。2024年第二季度的智能電動汽車等創新業務分部經營開支為人民幣29億元。

研發開支

研發開支由2023年第二季度的人民幣46億元增加20.7%至2024年第二季度的人民幣55億元，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2023年第二季度的人民幣45億元增加31.8%至2024年第二季度的人民幣59億元，主要是由於海外物流開支、宣傳與廣告開支以及銷售及推廣人員的薪酬增加所致。

宣傳與廣告開支由2023年第二季度的人民幣15億元增加14.8%至2024年第二季度的人民幣17億元，主要是由於2024年第二季度與智能電動汽車等創新業務相關的推廣開支增加，境外市場的產品促銷活動及品牌推廣費用增加所致。

行政開支

行政開支由2023年第二季度的人民幣11億元增加3.4%至2024年第二季度的人民幣12億元，主要是由於與智能電動汽車等創新業務相關的開支增加所致。

按公允價值計入損益之金融工具公允價值變動

按公允價值計入損益之金融工具公允價值變動由2023年第二季度的虧損人民幣3億元增加至2024年第二季度的虧損人民幣8億元，主要是由於2024年第二季度的某些非上市優先股投資之公允價值虧損，惟部分被上市股權投資之公允價值收益所抵銷。

分佔按權益法入賬之投資淨利潤

分佔按權益法入賬之投資淨利潤由2023年第二季度的人民幣74.0百萬元增加16.7%至2024年第二季度的人民幣86.4百萬元。

其他收入

其他收入由2023年第二季度的人民幣2億元增加55.5%至2024年第二季度的人民幣3億元，主要是由於政府補助增加所致。

其他收益淨額

其他收益淨額由2023年第二季度的人民幣71.3百萬元增加671.7%至2024年第二季度的人民幣549.6百萬元，主要是由於按權益法入賬之投資的視同處置收益增加所致。

財務收入淨額

財務收入淨額由2023年第二季度的人民幣9億元減少13.6%至2024年第二季度的人民幣8億元，主要是由於利息開支增加所致。

所得稅費用

所得稅費用由2023年第二季度的人民幣13億元增加24.8%至2024年第二季度的人民幣16億元，主要是由於2024年第二季度的經營利潤增加所致。

期間利潤

基於上文所述，2024年第二季度，我們錄得利潤人民幣51億元，而2023年第二季度的利潤為人民幣37億元。

經調整淨利潤

經調整淨利潤由2023年第二季度的人民幣51億元增加20.1%至2024年第二季度的人民幣62億元。

2024年第二季度與2024年第一季度比較

下表載列2024年第二季度與2024年第一季度的比較數字：

	未經審核	
	截至以下日期止三個月	
	2024年 6月30日	2024年 3月31日
	(人民幣百萬元)	
收入	88,887.8	75,506.8
銷售成本	(70,493.6)	(58,677.1)
毛利	18,394.2	16,829.7
研發開支	(5,497.7)	(5,159.4)
銷售及推廣開支	(5,899.1)	(5,481.0)
行政開支	(1,182.5)	(1,523.0)
按公允價值計入損益之金融工具公允價值變動	(849.4)	(1,226.6)
分佔按權益法入賬之投資淨利潤	86.4	155.4
其他收入	287.2	157.4
其他收益／(虧損)淨額	549.6	(69.5)
經營利潤	5,888.7	3,683.0
財務收入淨額	790.7	1,539.4
除所得稅前利潤	6,679.4	5,222.4
所得稅費用	(1,609.7)	(1,049.2)
期間利潤	5,069.7	4,173.2
非國際財務報告準則計量：經調整淨利潤	6,175.4	6,490.9

收入

收入由2024年第一季度的人民幣755億元增加17.7%至2024年第二季度的人民幣889億元。下表載列2024年第二季度及2024年第一季度按分部劃分的收入：

	未經審核			
	截至以下日期止三個月		2024年3月31日	
	2024年6月30日		2024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)				
手機×AIoT	82,519.0	92.8%	75,480.8	100.0%
智能電動汽車等創新業務	6,368.8	7.2%	26.0	0.0%
總收入	88,887.8	100.0%	75,506.8	100.0%

手機×AIoT

手機×AIoT分部收入由2024年第一季度的人民幣755億元增加9.3%至2024年第二季度的人民幣825億元。下表載列2024年第二季度及2024年第一季度按手機×AIoT分部劃分的收入：

	未經審核			
	截至以下日期止三個月		2024年3月31日	
	2024年6月30日		2024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)				
手機×AIoT				
智能手機	46,516.4	52.3%	46,479.7	61.6%
IoT與生活消費產品	26,760.3	30.1%	20,373.5	27.0%
互聯網服務	8,265.6	9.3%	8,048.4	10.7%
其他相關業務	976.7	1.1%	579.2	0.7%
手機×AIoT分部總收入	82,519.0	92.8%	75,480.8	100.0%

(i) 智能手機

智能手機收入於2024年第二季度為人民幣465億元，相較2024年第一季度保持穩定，主要是由於智能手機出貨量增加所致，惟部分被智能手機的ASP減少所抵銷。根據Canalys數據，儘管全球智能手機出貨量環比下降2.5%，但我們的智能手機出貨量由2024年第一季度的40.6百萬台增加3.8%至2024年第二季度的42.2百萬台。智能手機的ASP由2024年第一季度的每部人民幣1,144.7元下降3.6%至2024年第二季度的每部人民幣1,103.5元。ASP下降主要是由於我們在中國大陸的618電商購物節期間增強了促銷力度，以及我們於ASP較低的新興市場的出貨量增加所致。

(ii) IoT與生活消費產品

IoT與生活消費產品收入由2024年第一季度的人民幣204億元增加31.3%至2024年第二季度的人民幣268億元，創歷史新高，主要是由於智能大家電及若干生活消費產品收入增加所致。

智能大家電收入環比增加200.5%，主要是由於中國大陸的空調、冰箱及洗衣機出貨量增加所致。

平板收入環比增加7.5%，主要是由於我們於2024年5月在海外市場推出的Redmi Pad Pro系列平板的收入增加所致。

智能電視及筆記本電腦的收入環比增加2.8%，主要是由於智能電視及筆記本電腦的ASP增加，惟部分被智能電視及筆記本電腦出貨量的減少所抵銷。

(iii) 互聯網服務

互聯網服務收入由2024年第一季度的人民幣80億元增加2.7%至2024年第二季度的人民幣83億元，創歷史新高，主要是由於廣告業務收入增加，惟部分被遊戲業務收入減少所抵銷。

(iv) 其他相關業務

其他相關業務收入由2024年第一季度的人民幣6億元增加68.6%至2024年第二季度的人民幣10億元，主要是由於空調安裝服務收入增加。

智能電動汽車等創新業務

智能電動汽車等創新業務分部的收入由2024年第一季度的人民幣26.0百萬元增加至2024年第二季度的人民幣64億元。

智能電動汽車的收入由2024年第一季度的人民幣18.4百萬元增加至2024年第二季度的人民幣62億元。

其他相關業務收入由2024年第一季度的人民幣7.6百萬元增加至2024年第二季度的人民幣2億元。

銷售成本

我們的銷售成本由2024年第一季度的人民幣587億元增加20.1%至2024年第二季度的人民幣705億元。下表載列2024年第二季度及2024年第一季度按分部劃分的銷售成本：

	未經審核			
	截至以下日期止三個月		截至以下日期止三個月	
	2024年6月30日		2024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)			
手機×AIoT	65,104.6	73.2%	58,654.3	77.7%
智能電動汽車等創新業務	5,389.0	6.1%	22.8	0.0%
總銷售成本	70,493.6	79.3%	58,677.1	77.7%

手機×AIoT

手機×AIoT分部銷售成本由2024年第一季度的人民幣587億元增加11.0%至2024年第二季度的人民幣651億元。下表載列2024年第二季度及2024年第一季度按手機×AIoT分部劃分的銷售成本：

	未經審核 截至以下日期止三個月			
	2024年6月30日		2024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)			
手機×AIoT				
智能手機	40,867.0	46.0%	39,600.5	52.4%
IoT與生活消費產品	21,476.7	24.2%	16,326.1	21.6%
互聯網服務	1,792.9	2.0%	2,073.0	2.8%
其他相關業務	968.0	1.0%	654.7	0.9%
手機×AIoT分部總銷售成本	65,104.6	73.2%	58,654.3	77.7%

(i) 智能手機

智能手機銷售成本由2024年第一季度的人民幣396億元增加3.2%至2024年第二季度的人民幣409億元，主要是由於智能手機銷售額增加，以及核心零部件價格上升所致。

(ii) IoT與生活消費產品

IoT與生活消費產品銷售成本由2024年第一季度的人民幣163億元增加31.5%至2024年第二季度的人民幣215億元，主要是由於IoT與生活消費產品銷售額增加所致。

(iii) 互聯網服務

互聯網服務銷售成本由2024年第一季度的人民幣21億元減少13.5%至2024年第二季度的人民幣18億元，主要是由於廣告業務及遊戲業務成本減少所致。

(iv) 其他相關業務

其他相關業務銷售成本由2024年第一季度的人民幣7億元增加47.8%至2024年第二季度的人民幣10億元，主要是由於空調安裝服務的成本增加所致。

智能電動汽車等創新業務

智能電動汽車等創新業務分部的銷售成本由2024年第一季度的人民幣22.8百萬元增加至2024年第二季度的人民幣54億元。

毛利及毛利率

基於上文所述，毛利由2024年第一季度的人民幣168億元增加9.3%至2024年第二季度的人民幣184億元。毛利率由2024年第一季度的22.3%下降至2024年第二季度的20.7%。

下表載列2024年第二季度及2024年第一季度按分部劃分的毛利及毛利率：

	未經審核			
	截至以下日期止三個月			
	2024年6月30日		2024年3月31日	
	毛利	毛利率%	毛利	毛利率%
	(人民幣百萬元，除非另有說明)			
手機×AIoT	17,414.4	21.1%	16,826.5	22.3%
智能電動汽車等創新業務	979.8	15.4%	3.2	12.6%
總毛利及毛利率	<u>18,394.2</u>	<u>20.7%</u>	<u>16,829.7</u>	<u>22.3%</u>

手機×AIoT

手機×AIoT分部的毛利率由2024年第一季度的22.3%下降至2024年第二季度的21.1%。下表載列2024年第二季度及2024年第一季度按手機×AIoT分部劃分的毛利及毛利率：

	未經審核			
	截至以下日期止三個月			
	2024年6月30日		2024年3月31日	
	毛利	毛利率%	毛利	毛利率%
	(人民幣百萬元，除非另有說明)			
手機×AIoT				
智能手機	5,649.4	12.1%	6,879.2	14.8%
IoT與生活消費產品	5,283.6	19.7%	4,047.4	19.9%
互聯網服務	6,472.7	78.3%	5,975.4	74.2%
其他相關業務	8.7	0.9%	(75.5)	(13.1%)
手機×AIoT分部總毛利及毛利率	17,414.4	21.1%	16,826.5	22.3%

智能手機毛利率由2024年第一季度的14.8%下降至2024年第二季度的12.1%，主要是由於我們在中國大陸的618電商購物節期間增強了促銷力度以及核心零部件價格上升所致。

IoT與生活消費產品毛利率由2024年第一季度的19.9%下降至2024年第二季度的19.7%，主要是由於我們在中國大陸618電商購物節期間增強了促銷力度，致使智能大家電及平板的毛利率下降，惟部分被若干IoT與生活消費產品毛利率的上升所抵銷。

互聯網服務毛利率由2024年第一季度的74.2%增加至2024年第二季度的78.3%，主要是由於廣告業務的收入佔比增加及廣告業務毛利率增加所致。

智能電動汽車等創新業務

智能電動汽車等創新業務分部的毛利率由2024年第一季度的12.6%增加至2024年第二季度的15.4%。

經營開支

經營開支包括研發開支、銷售及推廣開支及行政開支。智能電動汽車等創新業務分部的經營開支於2024年第二季度為人民幣29億元。

研發開支

研發開支由2024年第一季度的人民幣52億元增加6.6%至2024年第二季度的人民幣55億元，主要基於與手機×AIoT分部及智能電動汽車等創新業務分部相關的研究項目的進度。

銷售及推廣開支

銷售及推廣開支由2024年第一季度的人民幣55億元增加7.6%至2024年第二季度的人民幣59億元，主要是由於與智能電動汽車等創新業務分部相關的開支增加所致。

宣傳與廣告開支由2024年第一季度的人民幣21億元減少20.0%至2024年第二季度的人民幣17億元。

行政開支

行政開支由2024年第一季度的人民幣15億元減少22.4%至2024年第二季度的人民幣12億元，主要是由於應收款項信貸虧損撥備減少所致。

按公允價值計入損益之金融工具公允價值變動

按公允價值計入損益之金融工具公允價值變動由2024年第一季度的虧損人民幣12億元減少至2024年第二季度的虧損人民幣8億元，主要是由於2024年第二季度上市股權投資之公允價值收益，惟被某些非上市優先股投資之公允價值虧損所抵銷。

分佔按權益法入賬之投資淨利潤

分佔按權益法入賬之投資淨利潤由2024年第一季度的人民幣155.4百萬元減少44.4%至2024年第二季度的人民幣86.4百萬元。

其他收入

其他收入由2024年第一季度的人民幣2億元增加82.5%至2024年第二季度的人民幣3億元，主要是由於政府補助以及股息收入增加所致。

其他收益／(虧損)淨額

其他收益／(虧損)淨額由2024年第一季度的虧損人民幣69.5百萬元變動為2024年第二季度的收益人民幣549.6百萬元，主要是由於按權益法入賬之投資的視同處置收益增加。

財務收入淨額

財務收入淨額由2024年第一季度的人民幣15億元減少48.6%至2024年第二季度的人民幣8億元，主要是由於應付基金投資者的金融負債價值變動所致。

所得稅費用

所得稅費用由2024年第一季度的人民幣10億元增加53.4%至2024年第二季度的人民幣16億元，主要是由於2024年第二季度經營利潤增加所致。

期間利潤

基於上文所述，2024年第二季度，我們錄得利潤人民幣51億元，而2024年第一季度錄得利潤人民幣42億元。

經調整淨利潤

我們的經調整淨利潤從2024年第一季度的人民幣65億元減少4.9%至2024年第二季度的人民幣62億元。

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會計準則理事會頒佈的所有適用國際財務報告會計準則（「**國際財務報告會計準則**」）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)收購所得無形資產攤銷；(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對所得稅的影響。

經調整淨利潤並非國際財務報告會計準則所要求或並非按國際財務報告會計準則呈列。我們認為連同相應國際財務報告會計準則計量一併呈列非國際財務報告準則計量，可免除管理層認為的非經營業績指標項目的潛在影響（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會計準則報告的經營業績或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2024年第二季度、2024年第一季度、2023年第二季度以及2024年及2023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會計準則編製的最接近計量之調節。

	未經審核						非國際 財務報告 準則
	截至2024年6月30日止三個月調整						
呈報	以股份為 基礎的 薪酬 ⁽¹⁾	投資 公允價值 變動淨值 ⁽²⁾	收購所得 無形資產 攤銷 ⁽³⁾	投資者的 金融負債 價值變動 ⁽⁴⁾	所得稅 影響 ⁽⁵⁾		
(人民幣千元，除非另有說明)							
期間利潤 淨利潤率	5,069,669 5.7%	909,024	629,488	36,002	(280,488)	(188,271)	6,175,424 6.9%
	未經審核						非國際 財務報告 準則
	截至2024年3月31日止三個月調整						
呈報	以股份為 基礎的 薪酬 ⁽¹⁾	投資 公允價值 變動淨值 ⁽²⁾	收購所得 無形資產 攤銷 ⁽³⁾	投資者的 金融負債 價值變動 ⁽⁴⁾	所得稅 影響 ⁽⁵⁾		
(人民幣千元，除非另有說明)							
期間利潤 淨利潤率	4,173,212 5.5%	950,246	2,223,661	36,002	(764,513)	(127,677)	6,490,931 8.6%
	未經審核						非國際 財務報告 準則
	截至2023年6月30日止三個月調整						
呈報	以股份為 基礎的 薪酬 ⁽¹⁾	投資 公允價值 變動淨值 ⁽²⁾	收購所得 無形資產 攤銷 ⁽³⁾	投資者的 金融負債 價值變動 ⁽⁴⁾	所得稅 影響 ⁽⁵⁾		
(人民幣千元，除非另有說明)							
期間利潤 淨利潤率	3,665,524 5.4%	708,152	942,777	36,002	(322,873)	110,698	5,140,280 7.6%

未經審核
截至2024年6月30日止六個月調整
基金

	呈報	以股份為 基礎的 薪酬 ⁽¹⁾	投資 公允價值 變動淨值 ⁽²⁾	收購所得 無形資產 攤銷 ⁽³⁾	投資者的 金融負債 價值變動 ⁽⁴⁾	所得稅 影響 ⁽⁵⁾	非國際 財務報告 準則
			(人民幣千元，除非另有說明)				
期間利潤	9,242,881	1,859,270	2,853,149	72,004	(1,045,001)	(315,948)	12,666,355
淨利潤率	5.6%						7.7%

未經審核
截至2023年6月30日止六個月調整
基金

	呈報	以股份為 基礎的 薪酬 ⁽¹⁾	投資 公允價值 變動淨值 ⁽²⁾	收購所得 無形資產 攤銷 ⁽³⁾	投資者的 金融負債 價值變動 ⁽⁴⁾	所得稅 影響 ⁽⁵⁾	非國際 財務報告 準則
			(人民幣千元，除非另有說明)				
期間利潤	7,881,662	1,571,506	(2,082,733)	72,004	537,720	393,378	8,373,537
淨利潤率	6.2%						6.6%

附註：

- (1) 指與授予本集團僱員的以股份為基礎的付款相關的費用。
- (2) 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、視同處置被投資公司收益/(虧損)淨額、投資減值撥備，及對聯營公司失去重大影響力的重新計量影響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。
- (3) 指收購所得無形資產攤銷。
- (4) 指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。
- (5) 非國際財務報告準則調整對所得稅的影響。

流動資金、財務資源及負債資本比率

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。

除通過2018年7月全球發售籌集的資金、2020年配售及認購及下文「發行債券」所述的發行債券外，我們過往主要以經營所得現金及銀行借款滿足現金需求。截至2024年6月30日及2024年3月31日，現金及現金等價物分別為人民幣393億元及人民幣349億元。

發行債券

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年債券於香港聯合交易所有限公司(「**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2024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	
	2024年 6月30日	2024年 3月31日
	(人民幣百萬元)	
經營活動所得／(所用)現金淨額 ⁽¹⁾	11,817.6	(9,287.1)
投資活動(所用)／所得現金淨額	(8,001.9)	10,711.0
融資活動所得／(所用)現金淨額 ⁽¹⁾	566.3	(111.0)
	<u>4,382.0</u>	<u>1,312.9</u>
現金及現金等價物增加淨額		
期初現金及現金等價物	34,896.2	33,631.3
現金及現金等價物的匯率變動影響	57.6	(48.0)
	<u>39,335.8</u>	<u>34,896.2</u>

附註：

- (1) 除(1)與金融保理業務有關的貿易應付款項變動；(2)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；(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，2024年第二季度的經營活動所得現金淨額為人民幣122億元，2024年第一季度的經營活動所用現金淨額為人民幣74億元。除金融保理業務借款變動外，2024年第二季度的融資活動所用現金淨額為人民幣7億元，2024年第一季度的融資活動所用現金淨額為人民幣6億元。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。
- (2) 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理財投資。截至2024年6月30日，本集團現金資源總額為人民幣1,410億元。

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)。

2024年第二季度，經營活動所得現金淨額為人民幣118億元，指經營所得現金人民幣134億元減已付所得稅人民幣16億元。經營所得現金主要是由於除所得稅前利潤人民幣67億元所致，主要經貿易應付款項增加人民幣62億元調整。

投資活動所用現金淨額

2024年第二季度，投資活動所用現金淨額為人民幣80億元，主要是由於長期銀行存款淨增加人民幣182億元、按公允價值計入損益之短期投資淨增加人民幣53億元，惟部分被短期銀行存款淨減少人民幣149億元所抵銷。

融資活動所得現金淨額

2024年第二季度，融資活動所得現金淨額為人民幣6億元，主要是由於借款所得款項人民幣17億元，惟部分被購回股份付款人民幣11億元所抵銷。

借款

於2024年3月31日及2024年6月30日，我們的借款總額分別為人民幣277億元及人民幣300億元。

資本開支

未經審核
截至以下日期止三個月
2024年6月30日 2024年3月31日
(人民幣百萬元)

資本開支		
手機×AIoT	1,133.5	1,807.7
智能電動汽車等創新業務	<u>297.8</u>	<u>527.6</u>
總計	<u><u>1,431.3</u></u>	<u><u>2,335.3</u></u>

資產負債表外承諾及安排

截至2024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

於2024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2024年6月30日，我們共投資約430家公司，總賬面價值人民幣654億元，同比減少3.4%。2024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。於2024年6月30日，我們的投資的總價值(包括(i)權益法計算的投資中上市公司的公允價值(按照2024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662億元。

截至2024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(包括於2024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

2024年第二季度，我們並無任何重大收購或出售附屬公司、聯營公司及合營企業。

僱員及薪酬政策

於2024年6月30日，我們擁有37,525名全職僱員，其中35,406名位於中國大陸，主要在北京總部，其餘主要分佈在印度。於2024年6月30日，我們的研發人員合共18,290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。向僱員提供具有競爭力的薪酬待遇是我們人力資源策略的一部分。於2024年6月30日，12,388名僱員持有以股份為基礎的獎勵。2024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54億元，較2024年第一季度增加3.4%。

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(「中國」)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2024年6月30日，我們的受限制銀行存款總額為人民幣48億元，而截至2024年3月31日為人民幣45億元。我們亦已抵押若干在建工程及土地使用權以取得借款。

或有負債

於2024年6月30日及2024年3月31日，我們並無任何重大或有負債。或有事項的詳情載於財務資料附註13。

財務資料

中期簡明合併損益表

截至2024年6月30日止三個月及六個月
(以人民幣元(「人民幣」)列示)

	附註	未經審核		未經審核	
		截至6月30日止三個月 2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	截至6月30日止六個月 2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
收入	3	88,887,828	67,354,908	164,394,650	126,832,042
銷售成本	3, 4	(70,493,651)	(53,193,892)	(129,170,756)	(101,079,459)
毛利		18,394,177	14,161,016	35,223,894	25,752,583
研發開支	4	(5,497,729)	(4,554,803)	(10,657,116)	(8,668,163)
銷售及推廣開支	4	(5,899,052)	(4,476,758)	(11,380,099)	(8,580,622)
行政開支	4	(1,182,524)	(1,143,190)	(2,705,531)	(2,278,363)
按公允價值計入損益之 金融工具公允價值變動	7	(849,410)	(275,784)	(2,075,902)	3,177,475
分佔按權益法入賬之 投資淨利潤/(虧損)		86,385	74,046	241,776	(59,035)
其他收入		287,246	184,776	444,653	349,610
其他收益淨額		549,628	71,223	480,084	247,250
經營利潤		5,888,721	4,040,526	9,571,759	9,940,735
財務收入		876,875	851,273	1,896,310	1,529,423
財務成本		(86,211)	63,882	433,694	(1,043,764)
除所得稅前利潤		6,679,385	4,955,681	11,901,763	10,426,394
所得稅費用	5	(1,609,716)	(1,290,157)	(2,658,882)	(2,544,732)
期間利潤		5,069,669	3,665,524	9,242,881	7,881,662
下列人士應佔：					
— 本公司擁有人		5,098,002	3,669,975	9,280,063	7,873,814
— 非控股權益		(28,333)	(4,451)	(37,182)	7,848
		5,069,669	3,665,524	9,242,881	7,881,662
每股盈利 (以每股人民幣元列示)：	6				
基本		0.21	0.15	0.37	0.32
攤薄		0.20	0.15	0.36	0.31

中期簡明合併綜合收益表
截至2024年6月30日止三個月及六個月
(以人民幣元列示)

	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	
	2024年	2023年	2024年	2023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	5,069,669	3,665,524	9,242,881	7,881,662
其他綜合收益：				
<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)	757	(4,330)	(12,508)	(27,903)
處置及視同處置按權益法入賬之 投資後分佔其他綜合虧損／ (收益)轉至損益	2,876	(471)	2,876	(464)
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	(11,434)	(8,634)	(16,362)	(15,833)
匯兌差額	108,937	586,382	142,177	567,037
<u>隨後不會重新分類至損益之</u>				
<u>項目</u>				
匯兌差額	179,477	2,157,698	253,666	1,590,208
期間其他綜合收益(扣除稅項)	280,613	2,730,645	369,849	2,113,045
期間綜合收益總額	<u>5,350,282</u>	<u>6,396,169</u>	<u>9,612,730</u>	<u>9,994,707</u>
下列人士應佔：				
— 本公司擁有人	5,383,867	6,390,417	9,655,013	9,980,329
— 非控股權益	(33,585)	5,752	(42,283)	14,378
	<u>5,350,282</u>	<u>6,396,169</u>	<u>9,612,730</u>	<u>9,994,707</u>

中期簡明合併資產負債表
於2024年6月30日
(以人民幣元列示)

	附註	未經審核 於2024年 6月30日 人民幣千元	經審核 於2023年 12月31日 人民幣千元
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備		15,779,911	13,720,825
無形資產		7,719,250	8,628,739
按權益法入賬之投資		6,666,577	6,922,241
按公允價值計入損益之長期投資	7	58,699,067	60,199,798
遞延所得稅資產		2,160,968	2,160,750
長期銀行存款		32,988,833	18,293,650
按攤餘成本計量之長期投資	7	365,749	364,476
其他非流動資產		14,814,712	14,904,260
		139,195,067	125,194,739
流動資產			
存貨	9	51,524,154	44,422,837
貿易應收款項及應收票據	8	13,648,816	12,150,928
應收貸款		10,986,878	9,772,589
預付款項及其他應收款項		24,114,891	20,078,875
按公允價值計入其他綜合收益之應收票據		62,812	125,661
按公允價值計入其他綜合收益之短期投資	7	1,058,207	582,131
按攤餘成本計量之短期投資	7	1,011,263	502,816
按公允價值計入損益之短期投資	7	18,561,997	20,193,662
短期銀行存款		37,863,112	52,797,857
受限制現金		4,812,210	4,794,031
現金及現金等價物		39,335,820	33,631,313
		202,980,160	199,052,700
資產總額		342,175,227	324,247,439

中期簡明合併資產負債表(續)
於2024年6月30日
(以人民幣元列示)

	附註	未經審核 於2024年 6月30日 人民幣千元	經審核 於2023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		407	407
儲備		172,571,340	163,995,082
		<u>172,571,747</u>	<u>163,995,489</u>
非控股權益		<u>624,075</u>	<u>266,279</u>
權益總額		<u><u>173,195,822</u></u>	<u><u>164,261,768</u></u>
負債			
非流動負債			
借款	10	21,037,527	21,673,969
遞延所得稅負債		1,130,255	1,494,287
保修撥備		1,224,720	1,215,546
其他非流動負債		19,584,484	20,014,273
		<u>42,976,986</u>	<u>44,398,075</u>
流動負債			
貿易應付款項	11	66,772,473	62,098,500
其他應付款項及應計費用		27,373,634	25,614,650
客戶預付款		13,506,871	13,614,756
借款	10	8,943,685	6,183,376
所得稅負債		2,500,246	1,838,222
保修撥備		6,905,510	6,238,092
		<u>126,002,419</u>	<u>115,587,596</u>
負債總額		<u><u>168,979,405</u></u>	<u><u>159,985,671</u></u>
權益及負債總額		<u><u>342,175,227</u></u>	<u><u>324,247,439</u></u>

中期簡明合併現金流量表
截至2024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	
	2024年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元
經營活動所得現金淨額	2,530,575	20,162,011
投資活動所得／(所用)現金淨額	2,709,078	(14,492,197)
融資活動所得／(所用)現金淨額	455,300	(2,286,696)
	<hr/>	<hr/>
現金及現金等價物增加淨額	5,694,953	3,383,118
期初現金及現金等價物	33,631,313	27,607,261
匯率變動對現金及現金等價物的影響	9,554	468,573
	<hr/>	<hr/>
期末現金及現金等價物	<u>39,335,820</u>	<u>31,458,952</u>

1 編製基準

簡明合併中期財務資料包括於2024年6月30日的中期簡明合併資產負債表、截至該日止三個月及六個月期間的中期簡明合併損益表及中期簡明合併綜合收益表、截至該日止六個月期間的中期簡明合併權益變動表及中期簡明合併現金流量表以及選定的解釋性附註(「**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於2024年3月19日刊發的2023年度報告所載根據國際會計準則理事會頒佈的所有適用國際財務報告會計準則(「**國際財務報告會計準則**」)編製之截至2023年12月31日止年度的年度經審核財務報表(「**2023年財務報表**」)及本公司在截至2024年6月30日止六個月(「**中期報告期間**」)內以及本未經審核中期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2023年財務報表所用者一致，惟採用對本集團中期報告期間的業績及本集團於2024年6月30日財務狀況並無重大影響的若干新訂及經修訂準則除外。

2 於本報告期的重大變動

自本集團於2024年3月28日正式推出智能電動汽車以來，截至2024年6月30日止三個月及六個月內，本集團的財務狀況及業績尤其受該等新業務產品及交易的影響(附註3)。

3 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。

本集團於2024年3月28日正式推出智能電動汽車，同時本集團亦推出其他新業務，以維持其可持續發展能力。由於該等新業務與本集團其他現有業務的產品、生產流程及客戶不同，且主要經營決策者分別審查該等新業務以評估表現和分配資源，因此智能電動汽車等創新業務被視作本中期財務資料的一個獨立分部。

就此，本集團確定擁有以下報告分部：

- 手機 × AIoT
 - 智能手機
 - IoT與生活消費產品
 - 互聯網服務
 - 其他相關業務
- 智能電動汽車等創新業務

該等分部資料呈列方式的變動與本集團主要經營決策者使用財務資料評估各分部表現及向各分部分配資源的方式一致。過往期間的分部經營業績已追溯重述，以符合本期間的呈列方式(如適用)。

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2024年及2023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中期合併損益表所應用者一致。

截至2024年及2023年6月30日止三個月及六個月的分部業績如下：

	截至2024年6月30日止三個月						
	智能手機	IoT與生活 消費產品	手機 × AIoT 互聯網服務	其他 相關業務	小計	智能電動 汽車等 創新業務	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
(未經審核)							
分部收入	46,516,412	26,760,314	8,265,611	976,674	82,519,011	6,368,817	88,887,828
銷售成本	(40,866,952)	(21,476,717)	(1,792,924)	(968,026)	(65,104,619)	(5,389,032)	(70,493,651)
毛利	<u>5,649,460</u>	<u>5,283,597</u>	<u>6,472,687</u>	<u>8,648</u>	<u>17,414,392</u>	<u>979,785</u>	<u>18,394,177</u>
	截至2023年6月30日止三個月						
	智能手機	IoT與生活 消費產品	手機 × AIoT 互聯網服務	其他 相關業務	小計	智能電動 汽車等 創新業務	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
(未經審核)							
分部收入	36,595,461	22,253,866	7,444,079	1,061,502	67,354,908	—	67,354,908
銷售成本	(31,720,488)	(18,343,767)	(1,926,198)	(1,203,439)	(53,193,892)	—	(53,193,892)
毛利／(虧損)	<u>4,874,973</u>	<u>3,910,099</u>	<u>5,517,881</u>	<u>(141,937)</u>	<u>14,161,016</u>	<u>—</u>	<u>14,161,016</u>
	截至2024年6月30日止六個月						
	智能手機	IoT與生活 消費產品	手機 × AIoT 互聯網服務	其他 相關業務	小計	智能電動 汽車等 創新業務	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
(未經審核)							
分部收入	92,996,160	47,133,803	16,313,994	1,555,844	157,999,801	6,394,849	164,394,650
銷售成本	(80,467,477)	(37,802,769)	(3,865,942)	(1,622,779)	(123,758,967)	(5,411,789)	(129,170,756)
毛利／(虧損)	<u>12,528,683</u>	<u>9,331,034</u>	<u>12,448,052</u>	<u>(66,935)</u>	<u>34,240,834</u>	<u>983,060</u>	<u>35,223,894</u>

	截至2023年6月30日止六個月						
	智能手機 人民幣千元	IoT與生活 消費產品 人民幣千元	手機 × AIoT 互聯網服務 人民幣千元	其他 相關業務 人民幣千元	小計 人民幣千元	智能電動 汽車等 創新業務 人民幣千元	總計 人民幣千元
(未經審核)							
分部收入	71,580,207	39,087,648	14,472,227	1,691,960	126,832,042	—	126,832,042
銷售成本	(62,772,217)	(32,530,885)	(3,874,599)	(1,901,758)	(101,079,459)	—	(101,079,459)
毛利／(虧損)	<u>8,807,990</u>	<u>6,556,763</u>	<u>10,597,628</u>	<u>(209,798)</u>	<u>25,752,583</u>	<u>—</u>	<u>25,752,583</u>

截至2024年及2023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			
	2024年		2023年		2024年		2023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	50,812,668	57.2	39,585,960	58.8	88,446,741	53.8	72,077,944	56.8
全球其他地區 (附註(a))	38,075,160	42.8	27,768,948	41.2	75,947,909	46.2	54,754,098	43.2
	<u>88,887,828</u>		<u>67,354,908</u>		<u>164,394,650</u>		<u>126,832,042</u>	

附註：

(a) 中國大陸境外收入主要來自印度及歐洲。

下表顯示於2024年6月30日及2023年12月31日按可報告分部列示的存貨資料。

	於2024年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2023年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
手機 × AIoT	50,358,536	44,354,214
智能電動汽車等創新業務	1,165,618	68,623
	<u>51,524,154</u>	<u>44,422,837</u>

4 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	
	2024年 人民幣千元 (未經審核)	2023年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)	2023年 人民幣千元 (未經審核)
已售存貨成本及許可費	64,865,246	47,641,858	118,629,191	90,402,822
存貨減值撥備	1,705,256	881,462	2,946,746	2,695,954
僱員福利開支	5,358,712	4,418,111	10,549,089	8,918,568
物業、廠房及設備、使用權資產及投資物業折舊	816,293	598,701	1,620,006	1,178,938
無形資產攤銷	596,037	426,732	1,186,647	788,205
宣傳及廣告開支	1,686,913	1,468,832	3,796,722	2,735,705
向遊戲開發商及視頻供應商支付的内容費	759,835	798,591	1,586,567	1,663,088
信貸虧損撥備	(16,498)	24,615	252,866	83,572
諮詢及專業服務費	393,618	383,883	728,261	666,739
雲服務、帶寬及服務器託管費	426,771	479,301	895,293	1,029,850
保修開支	1,140,326	1,894,883	2,177,493	2,758,314

5 所得稅費用

本集團於截至2024年及2023年6月30日止三個月及六個月的所得稅費用分析如下：

	截至6月30日止三個月		截至6月30日止六個月	
	2024年 人民幣千元 (未經審核)	2023年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)	2023年 人民幣千元 (未經審核)
當期所得稅	1,626,168	1,476,060	3,023,132	2,539,490
遞延所得稅	(16,452)	(185,903)	(364,250)	5,242
所得稅費用	1,609,716	1,290,157	2,658,882	2,544,732

6 每股盈利

(a) 基本

截至2024年及2023年6月30日止三個月及六個月，每股基本盈利乃以期內本公司擁有人應佔利潤除以已發行普通股(不包括庫存股份)的加權平均數計算。

	截至6月30日止三個月		截至6月30日止六個月	
	2024年 (未經審核)	2023年 (未經審核)	2024年 (未經審核)	2023年 (未經審核)
本公司擁有人應佔利潤淨額(人民幣千元)	5,098,002	3,669,975	9,280,063	7,873,814
已發行普通股的加權平均數(千股)	24,833,808	24,878,433	24,816,068	24,850,270
每股基本盈利(以每股人民幣元列示)	0.21	0.15	0.37	0.32

(b) 攤薄

計算每股攤薄盈利時，已就假設轉換所有具潛在攤薄效應之普通股而調整已發行普通股加權平均數。由於計自可換股債券轉換的潛在普通股具反攤薄影響，因此計算截至2024年及2023年6月30日止三個月及六個月每股攤薄盈利時並無計其影響。

截至2024年及2023年6月30日止三個月及六個月，本集團附屬公司和聯營公司授出的購股權及受限制股份單位(「受限制股份單位」)對本集團每股攤薄盈利具有反攤薄影響或其攤薄影響不重大。

	截至6月30日止三個月		截至6月30日止六個月	
	2024年 (未經審核)	2023年 (未經審核)	2024年 (未經審核)	2023年 (未經審核)
本公司擁有人應佔利潤淨額(人民幣千元)	5,098,002	3,669,975	9,280,063	7,873,814
已發行普通股的加權平均數(千股)	24,833,808	24,878,433	24,816,068	24,850,270
授予僱員的受限制股份單位及 購股權調整(千股)	614,884	345,060	608,632	342,409
收購Zimi International Incorporation的 股份代價調整(千股)	1,953	569	1,581	464
計算每股攤薄盈利所用普通股 加權平均數(千股)	25,450,645	25,224,062	25,426,281	25,193,143
每股攤薄盈利(以每股人民幣元列示)	0.20	0.15	0.36	0.31

7 投資

	於2024年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2023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	1,011,263	502,816
— 按公允價值計入其他綜合收益	1,058,207	582,131
— 按公允價值計入損益	18,561,997	20,193,662
	20,631,467	21,278,609
非流動資產		
按攤餘成本計量之長期投資	365,749	364,476
按公允價值計入損益之長期投資		
— 普通股投資	14,046,780	15,291,625
— 優先股投資	33,360,313	34,444,516
— 理財投資	7,658,342	6,846,562
— 其他投資	3,633,632	3,617,095
	59,064,816	60,564,274

按公允價值計入損益之金融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	
	2024年 人民幣千元 (未經審核)	2023年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)	2023年 人民幣千元 (未經審核)
按公允價值計入損益之長期投資				
— 普通股投資	(69,550)	(1,461,311)	(1,661,104)	1,736,876
— 優先股投資	(874,830)	1,145,843	(676,743)	1,248,411
— 理財及其他投資	7,701	(12,350)	97,891	84,140
按公允價值計入損益之短期投資	86,934	52,034	209,318	108,048
	<u>(849,745)</u>	<u>(275,784)</u>	<u>(2,030,638)</u>	<u>3,177,475</u>

8 貿易應收款項及應收票據

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

	於2024年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2023年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
貿易應收款項及應收票據		
三個月內	10,595,425	9,108,133
三至六個月	1,665,050	1,666,418
六個月至一年	767,656	522,612
一至兩年	1,008,183	1,016,563
兩年以上	180,950	154,160
	<u>14,217,264</u>	<u>12,467,886</u>
減：信貸虧損撥備	(568,448)	(316,958)
	<u>13,648,816</u>	<u>12,150,928</u>

9 存貨

	於2024年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2023年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
原材料	13,827,290	11,455,435
製成品	31,415,120	27,132,256
在製品	4,404,448	3,564,974
備品備件	3,737,525	3,494,076
其他	698,375	952,492
	54,082,758	46,599,233
減：減值撥備(附註(a))	(2,558,604)	(2,176,396)
	<u>51,524,154</u>	<u>44,422,837</u>

附註：

- (a) 截至2024年6月30日止三個月及六個月，本集團的存貨減值撥備分別約為人民幣1,705,256,000元及人民幣2,946,746,000元(2023年：分別為人民幣881,462,000元及人民幣2,695,954,000元)，存貨出售後有關撥備轉出金額分別約為人民幣1,611,579,000元及人民幣2,564,538,000元(2023年：分別為人民幣1,257,687,000元及人民幣2,869,652,000元)。

10 借款

	於2024年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2023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	989,075	—
無抵押借款	14,855,482	16,631,078
可轉換債券	5,192,970	5,042,891
	<u>21,037,527</u>	<u>21,673,969</u>
計入流動負債		
有抵押借款	19,345	—
無抵押借款	8,924,340	6,183,376
	<u>8,943,685</u>	<u>6,183,376</u>

11 貿易應付款項

貿易應付款項主要包括存貨應付款項。於2024年6月30日及2023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(「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2024年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2023年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
三個月內	53,295,778	52,493,579
三至六個月	9,135,655	4,809,809
六個月至一年	2,278,547	3,039,535
一至兩年	1,146,819	1,001,272
兩年以上	915,674	754,305
	<u>66,772,473</u>	<u>62,098,500</u>

12 股息

截至2024年及2023年6月30日止三個月及六個月，本公司並無派付或宣派任何股息。

13 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。

就此，小米印度收到指令，指控其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海外第三方及本集團旗下公司的特許權使用費。因此，部分銀行賬戶已被扣押，截至2024年6月30日，46,165,134,000印度盧比(相當於人民幣4,023,291,000元)被視為受到限制(2023年12月31日：45,321,947,000印度盧比(相當於人民幣3,874,120,000元))。相關案件目前處於聽證階段，尚未結案。

經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，其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2024年6月30日，本集團並無就該等事項作出重大撥備。

法律訴訟、調查和指控的結案可能需要較長時間，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

AD2.46(2)

截至2024年6月30日止六個月及直至本公告日期，本公司在聯交所購回合共247,548,200股本公司B類普通股（「B類股份」），總代價約3,676,816,415港元（「所購回股份」）以提升股東的長遠價值。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(概約) (港元)
		最高價 (港元)	最低價 (港元)	
1月	112,100,000	15.54	12.30	1,533,095,902
2月	26,000,000	12.78	12.08	324,555,828
3月	6,834,400	15.00	14.76	101,929,132
4月	18,200,000	15.98	15.42	285,886,401
5月	5,600,000	17.74	17.40	98,785,548
6月	39,313,800	18.00	16.44	676,465,084
7月	39,500,000	17.00	16.08	656,098,520
總計	247,548,200			3,676,816,415

就所購回股份而言，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。

於本公告日期，已發行B類股份（不包括庫存股份）減少247,548,200股，原因為(i)於2024年1月至2024年2月購回138,100,000股B類股份，該等股份其後於2024年3月14日註銷；(ii)於2024年3月27日至2024年6月5日購回39,034,400股B類股份，該等股份其後於2024年8月15日註銷；及(iii)於2024年6月11日至2024年7月19日購回70,413,800股B類股份，該等股份作為庫存股份持有^(附註)並且其後於2024年8月15日註銷。

總共29,373,916股A類股份於2024年3月14日按一換一的比率轉換為B類股份，其中26,454,431股A類股份由雷軍先生透過Smart Mobile Holdings Limited轉換，2,919,485股A類股份由林斌先生透過Apex Star LLC轉換。

附註：於2024年6月30日，本公司持有30,913,800股庫存股份。於本公告日期，本公司並無持有庫存股份。

總共19,841,058股A類股份於2024年8月15日按一換一的比率轉換為B類股份，其中17,869,048股A類股份由雷軍先生透過Smart Mobile Holdings Limited轉換，及1,972,010股A類股份由林斌先生透過Apex Star LLC轉換。

除上文所披露者外，截至2024年6月30日止六個月及直至本公告日期，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司於聯交所上市的任何證券（包括出售庫存股份）。

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。

除上市規則附錄C1所載企業管治守則（「企業管治守則」）守則條文第C.2.1條外，本公司於截至2024年6月30日止六個月內一直遵守企業管治守則所載全部守則條文。

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，當時機合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。

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2024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

於2024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2024年6月30日止六個月的中期股息。

2024年6月30日後的事項

除本公告所披露者外，2024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)。本公司的中期報告亦會刊登於上述聯交所及本公司網站，並將適時寄發予本公司股東(如有要求)。

承董事會命
小米集團
董事長
雷軍

香港，2024年8月21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、王舜德先生及蔡金青女士。