

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

小米集团

(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12月31日止年度之全年業績公告

小米集团(「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12月31日止年度(「報告期」)的經審核綜合業績。該報告期合併財務報表已由本公司獨立核數師羅兵咸永道會計師事務所(「核數師」)根據國際審計準則進行審核，並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(定義見上文)，倘文義另有所指，指本集團(定義見上文)。

摘要

	未經審核		
	截至以下日期止三個月		
	2022年 12月31日	2021年 12月31日	同比變動
收入	66,047.4	85,575.2	-22.8%
毛利	11,377.5	14,659.5	-22.4%
經營利潤	3,355.7	4,415.6	-24.0%
除所得稅前利潤	3,803.7	3,884.5	-2.1%
期間利潤	3,141.7	2,442.5	28.6%
非國際財務報告準則計量： 經調整淨利潤	1,460.9	4,473.1	-67.3%

截至12月31日止年度

	2022年	2021年	同比變動
--	-------	-------	------

(人民幣百萬元，除非另有說明)

收入	280,044.0	328,309.1	-14.7%
毛利	47,577.2	58,260.9	-18.3%
經營利潤	2,816.5	26,028.6	-89.2%
除所得稅前利潤	3,934.0	24,417.0	-83.9%
年內利潤	2,502.6	19,283.2	-87.0%
非國際財務報告準則計量： 經調整淨利潤	8,518.0	22,039.5	-61.4%

業務回顧及展望

1. 整體表現

2022年是充滿挑戰的一年，多種因素影響著全球經濟發展和行業變化。根據國際貨幣基金組織的統計¹，全球經濟增長預計將從2021年的6.2%放緩至2022年的3.4%。面對複雜困難的宏觀環境，小米集團各項業務保持穩健。2022年，小米集團總收入達到人民幣2,800億元，經調整淨利潤達到人民幣85億元。本年度智能電動汽車等創新業務費用為人民幣31億元。2022年第四季度，小米集團總收入達到人民幣660億元，經調整淨利潤為人民幣15億元，其中包含智能電動汽車等創新業務費用人民幣12億元，以及為完善消費者售後服務體驗，於2022年11月更新部分系列智能手機的售後服務政策所帶來的一次性成本影響約人民幣7億元。

我們不斷鞏固「手機×AIoT」核心戰略。根據Canalys數據，2022年全球智能手機出貨量同比下跌11.7%，為9年以來的最低值。我們在逆境中彰顯韌性，全年全球智能手機出貨量達到150.5百萬台。根據Canalys數據，我們在全球智能手機出貨量排名中穩居第三，市佔率達到12.8%。與此同時，我們的全球智能手機用戶規模再創新高。2022年12月，全球MIUI月活躍用戶數達到582.1百萬，同比增長14.4%。截至2022年12月31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589.4百萬，同比增長35.8%。

經歷三年堅定不移地對智能手機高端化戰略的探索，2022年我們取得長足進步。我們分別於2022年7月和2022年8月在中國大陸發佈高端機型*Xiaomi 12S Ultra*和*Xiaomi MIX Fold 2*，兩款高端產品成功踐行生命週期內不降價的原則。此外，我們於2022年12月在中國大陸發佈高端機型*Xiaomi 13系列*²。根據第三方數據，2022年第四季度，我們在中國大陸地區人民幣3,000~4,000元價位段的智能手機銷量排名中位列第一，人民幣4,000~5,000元價位段的智能手機銷量排名中位列第二。至此我們取得連續三代高端產品³獲得高用戶口碑的成績。

¹ IMF的World Economic Outlook Update調研報告，發佈於2023年1月。

² 包括*Xiaomi 13*、*Xiaomi 13 Pro*和*Xiaomi 13*限量定制色。

³ 包括*Xiaomi 12S Ultra*、*Xiaomi MIX Fold 2*和*Xiaomi 13系列*。

2022年，儘管受到宏觀環境波動、地緣因素的影響，深耕多年的全球化佈局有效地幫助我們分散了單一市場風險。2022年，我們的境外市場收入為人民幣1,378億元，佔總收入的49.2%。根據Canalys數據，2022年，我們在全球54個國家和地區智能手機出貨量排名前三，在全球69個國家和地區出貨量排名前五。

我們將堅定地投資未來。2022年，我們的研發支出達到人民幣160億元，2017年至2022年複合增長率達到38.4%；預計五年(2022年至2026年)總研發投入將超過人民幣1,000億元。與此同時，我們不斷儲備技術人才。截至2022年12月31日，研發人員在員工總數中佔比約50%。我們於2022年12月發佈了首份知識產權白皮書，充分展現了我們的知識產權成果和技術創新能力；截至2022年12月31日，我們已在全球獲得超3.0萬件專利，覆蓋60多個國家和地區。此外，我們於2023年2月發佈了300W有線快充技術、固態電池技術以及小米無線AR眼鏡探索版三項前沿科技成果，以實現對新興自研科技的不斷探索和突破。

2. 智能手機

2022年，全球智能手機市場受宏觀擾動的影響，整體需求表現疲軟。根據Canalys數據，2022年全球智能手機出貨量同比下跌11.7%，為自2014年以來的最低谷。儘管如此，我們的智能手機業務保持韌性，尤其在高端智能手機方面成果顯著。2022年，我們的智能手機業務收入為人民幣1,672億元，全球智能手機出貨量為150.5百萬台，全年智能手機平均銷售單價(「ASP」)達1,111元，創歷史新高。

2022年第四季度，我們的智能手機業務收入為人民幣367億元，全球智能手機出貨量為32.7百萬台。隨著高端化戰略的順利推進，2022年第四季度，中國大陸地區高端智能手機⁴出貨量在整體智能手機出貨量中佔比同比提升6.8%，中國大陸地區智能手機平均銷售單價(「ASP」)同比增長超過14%。

我們持續推進雙品牌策略。Xiaomi品牌方面，2022年12月，我們在中國大陸地區重磅推出Xiaomi 13系列高端智能手機Xiaomi 13和Xiaomi 13 Pro，兩款產品聯合徠卡深度研發，其中Xiaomi 13系列均配備三顆徠卡大師鏡頭，Xiaomi 13 Pro更配備1英寸大底專業主攝、徠卡75mm浮動長焦鏡頭和徠卡超廣角鏡頭，為用戶帶來極具質感的專業影像體驗；Xiaomi 13系列均搭載台積電4nm工藝製程的第二代驍龍8旗艦處理器，配合全新升級的MIUI 14系統，軟硬結合，深度協同，能效躍升。此外，Xiaomi 13首次推出五款限量定製色，不一樣的設計理念給用戶帶來了獨特的體驗。根據第三方數據，Xiaomi 13系列發佈次週及以後，我們連續七週在中國大陸地區人民幣4,000~6,000元價位段的安卓智能手機中銷量排名位列第一，在京東平台上好評率亦超過99%⁵。

⁴ 高端智能手機為定價人民幣3,000元及以上的機型。

⁵ 截至2023年1月12日，小米京東自營旗艦店數據。

Redmi品牌方面，我們不斷為大眾市場提供極具競爭力的產品。2022年12月，我們在中國大陸地區推出Redmi品牌首款無線充電機型Redmi K60系列⁶，其中Redmi K60搭載第一代驍龍8+移動平台處理器，配備2K高光屏和5,500mAh長續航電池；Redmi K60 Pro搭載第二代驍龍8移動平台處理器，配備120W秒充和30W無線秒充以及索尼IMX800大底相機。Redmi K60系列一經發售廣受好評，首銷5分鐘銷量即突破30萬台。

我們連續兩年在中國大陸安卓智能手機廠商中品牌忠誠度排名第一。根據第三方數據，50.1%的用戶在更換智能手機時會繼續選擇小米品牌，超出了其他安卓智能手機品牌的2022年比例。同時，我們的5G智能手機性能亦得到了中國移動的高度認可。根據《2022年中國移動5G智能手機綜合評測報告》，我們的高端機型小米12S Ultra榮獲5G手機綜合評測、手機拍照評測及手機視頻錄製評測等多項第一。此外，我們的小米12系列及Redmi K50系列等多款產品在多個價位段的5G智能手機綜合評測中排名前三。

3. IoT與生活消費產品

2022年，我們的IoT與生活消費產品收入為人民幣798億元，同比下滑6.1%。2022年第四季度，我們的IoT與生活消費產品收入為人民幣214億元，環比增長12.5%。

我們的智能電視業務經營穩健，並堅定推進品牌高端化的策略。儘管全球智能電視大盤出貨量下滑5.6%⁷，我們的全球智能電視出貨量達到12.4百萬台，同比增長0.6%，再次實現逆勢增長。根據奧維雲網數據，2022年小米電視在全球電視出貨量保持前五。秉持品質化、大屏化的理念，2022年12月，我們發佈了小米電視EA Pro 86英寸，採用全面屏設計，配備4K超高清畫質和MEMC⁸動態補償，不斷突破觀影體驗。

2022年，我們在不斷豐富智能大家電產品⁹的同時，用戶口碑顯著提升，全年收入同比增長超40%。空調方面，2022年我們的出貨量同比增長超50%，實現逆勢而漲，線上市場零售額份額提升1.3%¹⁰。與此同時，我們堅持自研，創新成果顯著：2022年我們的米家空調共計獲得9項行業技術大獎，並榮獲3個德國紅點設計獎和1個美國IDEA設計獎。冰箱方面，2022年我們的出貨量同比增長近100%。洗衣機方面，我們致力於滿足用戶不同場景下的需求，不斷提升用戶體驗。2022年第四季度，我們的洗衣機產品出貨量達到34萬台，環比增長超39%。

⁶ 包括Redmi K60、Redmi K60 Pro和Redmi K60冠軍版。

⁷ 數據來源：奧維雲網。

⁸ 動態估算及動態補償。

⁹ 包括空調、冰箱、洗衣機。

¹⁰ 數據來源：奧維雲網。

我們的平板及筆記本電腦業務獲得更多用戶認可。2022年第四季度，我們在中國大陸地區平板產品出貨量創下單季度歷史新高，全年出貨量同比增長超160%。根據Canalys數據，2022年我們在中國大陸地區平板市佔率排名提升至第三。2023年2月，我們推出*Xiaomi Book 12.4*二合一，憑藉全面功能、簡約外型與觸控筆配置，榮獲2022年紅點產品設計大獎。

2022年12月，我們推出*Xiaomi Watch S2*智能手錶和*Xiaomi Buds 4*半入耳式降噪耳機，更以*Xiaomi 13 Pro*至尊套裝的形式將手機和可穿戴新品進行組合銷售，得到用戶廣泛好評；根據Canalys數據，2022年我們在中國大陸的可穿戴腕帶設備¹¹及TWS耳機出貨量排名中均位列第二。

4. 互聯網服務

2022年全年，我們的互聯網服務收入達到人民幣283億元，同比增長0.4%。2022年第四季度，我們的互聯網服務收入達到人民幣72億元，環比增長1.5%。

本季度，我們的全球互聯網用戶規模持續擴大。我們在全球及中國大陸的MIUI月活躍用戶數再創歷史新高。2022年12月，全球MIUI月活躍用戶數達到582.1百萬，同比增長14.4%。其中，中國大陸MIUI月活躍用戶數達到143.7百萬，同比增長10.7%。2022年全年，我們全球淨新增MIUI月活躍用戶數達到73.3百萬，中國大陸淨新增MIUI月活躍用戶數達到13.8百萬。

2022年，我們的境外互聯網業務依舊保持強勁增長趨勢，全年總收入達人民幣68億元，同比提升35.2%。2022年第四季度，境外互聯網服務收入再創歷史新高，同比增長19.4%至人民幣19億元，在整體互聯網服務收入中佔比進一步提升至26.1%。

2022年，儘管廣告行業整體承壓，我們的廣告業務依然穩中有升。2022年，我們的廣告業務收入為人民幣185億元，同比提升2.1%。2022年第四季度，我們的廣告業務收入為人民幣47億元。得益於廣告客群的多元化和變現能力的效率提升，本季度境外預裝和境外效果及品牌廣告單季度收入雙雙創歷史新高。

¹¹ 包括基礎手環、基礎手錶及智能手錶。

根據《2022中國遊戲產業報告》，2022年中國移動遊戲大盤實際銷售收入下滑14.4%，整體表現疲軟。儘管如此，得益於集團智能手機高端化戰略的穩步推進以及運營效率的持續提升，2022年我們的遊戲業務實現逆勢增長，全年遊戲業務收入達到人民幣41億元，同比提升4.4%。2022年第四季度，我們的遊戲業務收入達到人民幣10億元，同比增長8.7%，連續6個季度實現同比提升。

在電視互聯網業務方面，我們始終致力於滿足各類家庭在智能娛樂方面的多元化需求。2022年，我們在中國大陸地區的電視增值服務¹²收入同比增長超25%。2022年12月，我們的智能電視¹³全球月活躍用戶數超58百萬，其中電視互聯網付費用戶規模亦同比提升23.0%至6.0百萬。

5. 策略更新

規模與利潤並重

我們將「規模與利潤並重」定為集團2023年的經營策略。自小米集團成立以來，我們一直以規模為先，致力於將極具競爭力的智能產品帶給世界各地的消費者。集團已進入到下一個經營週期，我們會將利潤提升至和規模同等重要的位置，優化內部管理結構、提高運營效率、優化資源配置，為深入尖端技術研發和發展創新業務蓄力。

管理升級

在過去的5年中，通過外部人才吸引和內部人才提拔，以及系統性的流程化管理，集團的整個管理團隊完成了從早期創業團隊到職業化管理團隊的轉型。同時，為進一步推動集團治理的專業化、提升決策效率，並推動集團治理長期體系化建設，集團在2023年初成立了兩個委員會，分別為集團經營管理委員會和集團人力資源委員會。其中，集團經營管理委員會將統籌管理業務戰略、規劃和重大業務決策，集團人力資源委員會將統籌管理人力資源戰略、制定重大人力資源政策和審批重大組織結構調整及高級幹部任免，兩個委員會的成立將內部協同和決策效率提升到了新的專業化管理階段。

智能電動汽車

智能電動汽車方面，我們維持2024年上半年正式量產的目標不變。2022年，智能電動汽車等創新業務費用投入為人民幣31億元。截至目前，我們的汽車業務研發團隊規模約為2,300人。

¹² 電視增值服務主要包括訂閱服務。

¹³ 含小米盒子、小米電視棒。

手機×AIoT

我們持續推進「手機×AIoT」戰略。截至2022年12月31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589.4百萬，同比增長35.8%；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11.6百萬，同比增長32.5%。2022年12月，人工智能助理「小愛同學」月活躍用戶數同比增長7.1%至114.6百萬，米家APP的月活躍用戶數同比增長18.6%至75.8百萬。

我們持續深化智能硬件和軟件的協同效應，不斷夯實智能手機與AIoT產品的互聯互通能力。2022年12月，我們推出了全新升級的MIUI 14，系統大幅精簡，並運用光子引擎架構，使得系統流暢度大幅度提升了60%；此外，MIUI 14採用端側隱私技術，敏感數據盡可能在本地計算，持續提升隱私保護能力。更重要的是，MIUI 14提供更快的互聯體驗，AIoT產品發現速度提升了50%，傳輸速度提升了77%。¹⁴

新零售

2022年，我們致力於提高線下渠道業務的運營效率。儘管疫情的反覆對線下流量帶來巨大的衝擊，小米之家全年客流量下降，然而我們線下渠道的支付金額(「GMV」)依然實現增長。截至2022年12月31日，我們在中國大陸的線下零售店數量保持在一萬家以上。隨著我們不斷升級、優化線下門店產品結構和展示佈局，加強IoT產品連帶銷售，2022年，我們線下店AIoT產品GMV同比增長超27%。同時，線下渠道也是我們高端化的重要抓手，伴隨著後疫情時代線下渠道的逐步復蘇，我們動態升級銷售策略。2023年1月及2月，月均單店GMV¹⁵較2022年第四季度增長30%以上。截至2023年2月28日，Xiaomi 13系列新品手機累計來自線下渠道的銷量貢獻達到55%。

企業社會責任

我們憑藉公司在規模和運作效率上的優勢，不斷促進可持續經濟的發展，為我們的用戶、員工、公司本身乃至整個社會提供支持。我們於2023年2月公佈了首個產品碳足跡分析：我們已經與外部碳數據分析和認證機構合作，對最新旗艦智能手機Xiaomi 13 Pro進行了LCA碳足跡分析，建立了評估智能手機產品碳足跡的綜合流程和方法模型。這一舉措是我們在減少碳足跡並確保我們的產品對環境產生積極影響方面取得的重大進展。小米作為聯合國全球契約(「UNGC」)的參與者，支持聯合國制定的可持續發展目標(「SDGs」)，高度重視整合與其業務和行業相一致的可持續發展目標。通過實施LCA碳足跡管理系統，我們朝著實現可持續發展目標邁出了關鍵一步，堅持致力於開發有利於消費者和地球的環保產品。

¹⁴ 測試數據均來自小米實驗室，均採用相同平台且配置相近設備，多次測試中數據可能存在小範圍波動。

¹⁵ 月均單店GMV按線下零售店在該期間產生的GMV總額除以期初及期末線下零售店數量的平均值，再除以該期間的月數計算。

管理層討論及分析

截至2022年12月31日止年度與截至2021年12月31日止年度比較

下表載列截至2022年12月31日止年度與截至2021年12月31日止年度的比較數字：

	截至12月31日止年度	
	2022年	2021年
	(人民幣百萬元)	
收入	280,044.0	328,309.1
銷售成本	(232,466.8)	(270,048.2)
毛利	47,577.2	58,260.9
研發開支	(16,028.1)	(13,167.1)
銷售及推廣開支	(21,323.3)	(20,980.8)
行政開支	(5,113.9)	(4,738.9)
按公允價值計入損益之投資公允價值變動	(1,662.0)	8,132.1
分佔按權益法入賬之投資淨(虧損)/利潤	(400.1)	275.0
其他收入	1,135.5	826.9
其他虧損淨額	(1,368.8)	(2,579.5)
經營利潤	2,816.5	26,028.6
財務收入/(成本)淨額	1,117.5	(1,611.6)
除所得稅前利潤	3,934.0	24,417.0
所得稅費用	(1,431.4)	(5,133.8)
年內利潤	2,502.6	19,283.2
非國際財務報告準則計量：經調整淨利潤	8,518.0	22,039.5

收入

報告期，收入減少14.7%至人民幣2,800億元，而截至2021年12月31日止年度為人民幣3,283億元。下表載列我們於報告期及截至2021年12月31日止年度按業務劃分的收入：

	截至12月31日止年度			
	2022年		2021年	
	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	167,217.2	59.7%	208,868.9	63.6%
IoT與生活消費產品	79,794.9	28.5%	84,980.1	25.9%
互聯網服務	28,321.4	10.1%	28,211.7	8.6%
其他	4,710.5	1.7%	6,248.4	1.9%
總收入	<u>280,044.0</u>	<u>100.0%</u>	<u>328,309.1</u>	<u>100.0%</u>

智能手機

智能手機分部收入由截至2021年12月31日止年度的人民幣2,089億元減少19.9%至報告期的人民幣1,672億元，主要由於智能手機出貨量減少，惟部分被智能手機ASP增加所抵銷。我們的智能手機出貨量由截至2021年12月31日止年度的190.3百萬部減少20.9%至報告期的150.5百萬部，主要是由於受全球宏觀經濟環境及地緣因素的影響，智能手機整體市場需求疲軟。我們智能手機的ASP由截至2021年12月31日止年度的每部人民幣1,097.5元增加1.3%至報告期的每部人民幣1,111.3元。

IoT與生活消費產品

IoT與生活消費產品分部收入由截至2021年12月31日止年度的人民幣850億元減少6.1%至報告期的人民幣798億元，主要是由於中國大陸的智能電視及境外市場的部分IoT產品的銷售額減少，惟部分被我們在中國大陸的平板及智能大家電品類收入增加所抵銷。

智能電視及筆記本電腦的收入由截至2021年12月31日止年度的人民幣274億元減少13.3%至報告期的人民幣237億元，主要是由於核心零部件價格下降導致智能電視及筆記本電腦的ASP下降。儘管全球智能電視出貨量下降5.6%，但我們的全球智能電視出貨量增長至12.4百萬台，同比增加0.6%，再次跑贏市場。

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，收入同比增長超過40%。平板收入取得強勁增長勢頭，中國大陸地區全年出貨量同比增加超過160%。

互聯網服務

互聯網服務分部收入由截至2021年12月31日止年度的人民幣282億元增加0.4%至報告期的人民幣283億元，主要是由於電視增值服務、廣告業務及遊戲業務收入增加，惟部分被金融科技業務收入減少所抵銷。境外互聯網服務收入由截至2021年12月31日止年度的人民幣50億元增加35.2%至報告期的人民幣68億元，是由於境外互聯網用戶群體不斷擴大所致。

其他

其他收入由截至2021年12月31日止年度的人民幣62億元減少24.6%至報告期的人民幣47億元，主要是由於出售建築物的收入減少所致。

銷售成本

我們的銷售成本由截至2021年12月31日止年度的人民幣2,700億元減少13.9%至報告期的人民幣2,325億元。下表載列我們於報告期及截至2021年12月31日止年度按業務劃分的銷售成本：

	截至12月31日止年度			
	2022年		2021年	
	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	152,248.4	54.4%	184,007.9	56.0%
IoT與生活消費產品	68,296.4	24.4%	73,888.6	22.5%
互聯網服務	7,974.4	2.8%	7,316.6	2.2%
其他	3,947.6	1.4%	4,835.1	1.6%
總銷售成本	<u>232,466.8</u>	<u>83.0%</u>	<u>270,048.2</u>	<u>82.3%</u>

智能手機

智能手機分部銷售成本由截至2021年12月31日止年度的人民幣1,840億元減少17.3%至報告期的人民幣1,522億元，主要是由於智能手機出貨量減少，惟部分被存貨減值撥備增加所抵銷。

IoT與生活消費產品

IoT與生活消費產品分部銷售成本由截至2021年12月31日止年度的人民幣739億元減少7.6%至報告期的人民幣683億元，主要是由於IoT與生活消費產品銷售額減少所致。

互聯網服務

互聯網服務分部銷售成本由截至2021年12月31日止年度的人民幣73億元增加9.0%至報告期的人民幣80億元，主要是由於廣告業務、電視增值服務及遊戲業務成本增加所致，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截至2021年12月31日止年度的人民幣48億元減少18.4%至報告期的人民幣39億元，主要是由於出售建築物減少所致。

毛利及毛利率

基於上文所述，毛利由截至2021年12月31日止年度的人民幣583億元減少18.3%至報告期的人民幣476億元。毛利率由截至2021年12月31日止年度的17.7%減少至報告期的17.0%。

智能手機分部毛利率由截至2021年12月31日止年度的11.9%降至報告期的9.0%，主要是由於我們增強了清理存貨的力度，以及2022年美元升值及存貨減值撥備增加所致。此外，我們於2022年11月更新了部分系列智能手機的售後服務政策以改善消費者的售後服務體驗，導致2022年第四季度產生額外一次性成本約人民幣7億元。不計及該一次性影響，報告期內智能手機分部的毛利率為9.4%。

IoT與生活消費產品分部毛利率由截至2021年12月31日止年度的13.1%升至報告期的14.4%，主要是由於核心零部件價格下降導致智能電視毛利率提高，以及智能大家電(尤其是智能空調)毛利率提高。

互聯網服務分部毛利率由截至2021年12月31日止年度的74.1%降至報告期的71.8%，主要是由於廣告業務的毛利率下降。

研發開支

研發開支由截至2021年12月31日止年度的人民幣132億元增加21.7%至報告期的人民幣160億元，主要是由於智能電動汽車等創新業務費用增加。

銷售及推廣開支

銷售及推廣開支由截至2021年12月31日止年度的人民幣210億元增加1.6%至報告期的人民幣213億元，主要是由於銷售及推廣人員薪酬增加，惟部分被物流開支減少所抵銷。宣傳與廣告開支於報告期及截至2021年12月31日止年度均保持穩定為人民幣72億元。

行政開支

行政開支由截至2021年12月31日止年度的人民幣47億元增加7.9%至報告期的人民幣51億元，主要是由於行政人員薪酬及應收款項信貸虧損撥備增加。

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截至2021年12月31日止年度的收益人民幣81億元變動至報告期的虧損人民幣17億元，主要是由於上市股權投資之公允價值虧損。

分佔按權益法入賬之投資淨(虧損)/利潤

分佔按權益法入賬之投資淨(虧損)/利潤由截至2021年12月31日止年度的淨利潤人民幣275.0百萬元變為報告期的淨虧損人民幣400.1百萬元，主要是由於2021年若干被投資公司的攤薄收益(例如金山雲的攤薄收益)所致。

其他收入

其他收入由截至2021年12月31日止年度的人民幣8億元增加37.3%至報告期的人民幣11億元，主要是由於政府補助增加。

其他虧損淨額

其他虧損淨額由截至2021年12月31日止年度的人民幣26億元減少46.9%至報告期的人民幣14億元，這主要是由於報告期內按權益法入賬之上市投資減值減少，惟部分被匯兌損失增加所抵銷。

財務收入/(成本)淨額

財務收入/(成本)淨額由截至2021年12月31日止年度的成本淨額人民幣16億元變為報告期的收入淨額人民幣11億元，主要是由於基金投資者的金融負債價值變動減少所致。

所得稅費用

所得稅費用由截至2021年12月31日止年度的人民幣51億元減少72.1%至報告期的人民幣14億元，主要是由於報告期應納稅所得額減少所致。

年內利潤

基於上文所述，報告期，我們錄得利潤人民幣25億元，而截至2021年12月31日止年度則有利潤人民幣193億元。

經調整淨利潤

報告期，我們錄得經調整淨利潤人民幣85億元，而截至2021年12月31日止年度經調整淨利潤為人民幣220億元。

2022年第四季度與2021年第四季度比較

下表載列2022年第四季度與2021年第四季度的比較數字：

	未經審核	
	截至以下日期止三個月	
	2022年 12月31日	2021年 12月31日
	(人民幣百萬元)	
收入	66,047.4	85,575.2
銷售成本	(54,669.9)	(70,915.7)
毛利	11,377.5	14,659.5
研發開支	(4,700.4)	(3,853.2)
銷售及推廣開支	(5,852.4)	(6,254.3)
行政開支	(1,298.5)	(1,326.3)
按公允價值計入損益之投資公允價值變動	3,765.5	3,879.1
分佔按權益法入賬之投資淨利潤	3.6	247.1
其他收入	588.7	205.3
其他虧損淨額	(528.3)	(3,141.6)
經營利潤	3,355.7	4,415.6
財務收入／(成本)淨額	448.0	(531.1)
除所得稅前利潤	3,803.7	3,884.5
所得稅費用	(662.0)	(1,442.0)
期間利潤	3,141.7	2,442.5
非國際財務報告準則計量：經調整淨利潤	1,460.9	4,473.1

收入

2022年第四季度的收入自2021年第四季度的人民幣856億元減少22.8%至人民幣660億元。下表載列2022年第四季度及2021年第四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12月31日		2021年12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	36,672.1	55.5%	50,464.1	59.0%
IoT與生活消費產品	21,447.3	32.5%	25,066.6	29.3%
互聯網服務	7,171.3	10.9%	7,269.5	8.5%
其他	756.7	1.1%	2,775.0	3.2%
總收入	<u>66,047.4</u>	<u>100.0%</u>	<u>85,575.2</u>	<u>100.0%</u>

智能手機

智能手機分部收入由2021年第四季度的人民幣505億元減少27.3%至2022年第四季度的人民幣367億元，主要是由於智能手機出貨量及ASP均下降所致。我們的智能手機出貨量由2021年第四季度的44.1百萬部減少25.9%至2022年第四季度的32.7百萬部，主要是由於受中國大陸新冠肺炎疫情反覆及全球宏觀經濟環境的影響，智能手機整體市場需求疲軟，以及增強清理境外市場存貨的力度。智能手機的ASP由2021年第四季度的每部人民幣1,143.6元減少2.0%至2022年第四季度的每部人民幣1,121.0元。ASP下降主要是由於增強了清理境外市場存貨的力度，惟部分被2022年第四季度中國大陸高端智能手機產品發佈時間表變化所抵銷。

IoT與生活消費產品

IoT與生活消費產品分部收入由2021年第四季度的人民幣251億元減少14.4%至2022年第四季度的人民幣214億元，主要是由於智能電視及部分生活消費產品的需求減少，惟部分被平板及智能大家電品類收入增加所抵銷。

智能電視及筆記本電腦的收入由2021年第四季度的人民幣87億元減少24.9%至2022年第四季度的人民幣65億元，主要是由於智能電視的出貨量及ASP均有所減少，惟部分被筆記本電腦出貨量增加所抵銷。

我們的智能大家電品類(包括智能空調、冰箱及洗衣機)收入保持強勁發展勢頭，收入同比增長39.9%。平板維持強勁增長勢頭，收入同比增長39.1%，主要是由於中國大陸的出貨量增加，創下季度新高。

互聯網服務

互聯網服務分部收入由2021年第四季度的人民幣73億元減少1.4%至2022年第四季度的人民幣72億元，主要是由於廣告業務及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。我們的MIUI月活躍用戶數由2021年12月的508.9百萬增加14.4%至2022年12月的582.1百萬。

其他

其他收入由2021年第四季度的人民幣28億元減少72.7%至2022年第四季度的人民幣8億元，主要是由於出售建築物的收入減少所致。

銷售成本

我們的銷售成本由2021年第四季度的人民幣709億元減少22.9%至2022年第四季度的人民幣547億元。下表載列2022年第四季度及2021年第四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		截至以下日期止三個月	
	2022年12月31日		2021年12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	33,672.2	51.0%	45,346.1	53.0%
IoT與生活消費產品	18,389.0	27.8%	21,795.9	25.5%
互聯網服務	2,040.3	3.1%	1,740.2	2.0%
其他	568.4	0.9%	2,033.5	2.4%
總銷售成本	<u>54,669.9</u>	<u>82.8%</u>	<u>70,915.7</u>	<u>82.9%</u>

智能手機

智能手機分部銷售成本由2021年第四季度的人民幣453億元減少25.7%至2022年第四季度的人民幣337億元，主要是由於智能手機銷售額減少所致，惟部分被存貨減值撥備增加所抵銷。

IoT與生活消費產品

IoT與生活消費產品分部銷售成本由2021年第四季度的人民幣218億元減少15.6%至2022年第四季度的人民幣184億元，主要是由於IoT與生活消費產品銷售額減少所致。

互聯網服務

互聯網服務分部銷售成本由2021年第四季度的人民幣17億元增加17.2%至2022年第四季度的人民幣20億元，主要是由於廣告業務的成本增加所致。

其他

其他分部銷售成本由2021年第四季度的人民幣20億元減少72.1%至2022年第四季度的人民幣6億元，主要是由於建築物銷售額減少所致。

毛利及毛利率

基於上文所述，毛利由2021年第四季度的人民幣147億元減少22.4%至2022年第四季度的人民幣114億元。毛利率由2021年第四季度的17.1%增至2022年第四季度的17.2%。

智能手機分部毛利率由2021年第四季度的10.1%減至2022年第四季度的8.2%，主要由於我們部分系列智能手機的售後服務政策於2022年11月更新以改善消費者的售後服務體驗，導致於2022年第四季度產生額外一次性成本約人民幣7億元。不計及該一次性影響，我們智能手機分部於2022年第四季度的毛利率為10.1%。

IoT與生活消費產品分部毛利率由2021年第四季度的13.0%增至2022年第四季度的14.3%，主要是由於智能大家電毛利率提高，以及核心零部件價格下降導致智能電視毛利率提高。

互聯網服務分部毛利率由2021年第四季度的76.1%降至2022年第四季度的71.5%，主要是由於廣告業務及金融科技業務的毛利率下降。

研發開支

研發開支由2021年第四季度的人民幣39億元增加22.0%至2022年第四季度的人民幣47億元，主要是由於智能電動汽車等創新業務費用增加。

銷售及推廣開支

銷售及推廣開支由2021年第四季度的人民幣63億元減少6.4%至2022年第四季度的人民幣59億元，主要是由於物流開支減少。

行政開支

與2021年第四季度相比，2022年第四季度的行政開支保持穩定在人民幣13億元，主要是由於行政人員薪酬減少，惟部分被應收款項信貸虧損撥備增加所抵銷。

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年第四季度收益人民幣39億元減少2.9%至2022年第四季度收益人民幣38億元。

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2021年第四季度的淨利潤人民幣247.1百萬元變為2022年第四季度的淨利潤人民幣3.6百萬元，主要是由於2021年第四季度若干被投資公司的攤薄收益(例如金山雲的攤薄收益)所致。

其他收入

其他收入由2021年第四季度的人民幣205.3百萬元增加186.8%至2022年第四季度的人民幣588.7百萬元，主要是由於政府補助增加。

其他虧損淨額

其他虧損由2021年第四季度的虧損淨額人民幣31億元減少83.2%至2022年第四季度的虧損淨額人民幣5億元，主要是由於2022年第四季度按權益法入賬之上市投資減值減少。

財務收入／(成本)淨額

財務收入／(成本)淨額由2021年第四季度的成本淨額人民幣531.1百萬元變為2022年第四季度的收入淨額人民幣448.0百萬元，主要是由於基金投資者的金融負債價值變動減少所致。

所得稅費用

所得稅費用由2021年第四季度的人民幣14億元減少54.1%至2022年第四季度的人民幣7億元，主要是由於2022年第四季度應納稅所得額減少所致。

期間利潤

基於上文所述，2022年第四季度，我們錄得利潤人民幣31億元，而2021年第四季度則有利潤人民幣24億元。

經調整淨利潤

2022年第四季度及2021年第四季度，我們經調整淨利潤分別為人民幣15億元及人民幣45億元。

2022年第四季度與2022年第三季度比較

下表載列2022年第四季度與2022年第三季度的比較數字：

	未經審核	
	截至以下日期止三個月	
	2022年 12月31日	2022年 9月30日
	(人民幣百萬元)	
收入	66,047.4	70,474.3
銷售成本	(54,669.9)	(58,752.4)
毛利	11,377.5	11,721.9
研發開支	(4,700.4)	(4,069.8)
銷售及推廣開支	(5,852.4)	(4,882.6)
行政開支	(1,298.5)	(1,255.4)
按公允價值計入損益之投資公允價值變動	3,765.5	(2,390.9)
分佔按權益法入賬之投資淨利潤／(虧損)	3.6	(265.0)
其他收入	588.7	195.7
其他虧損淨額	(528.3)	(415.0)
經營利潤／(虧損)	3,355.7	(1,361.1)
財務收入淨額	448.0	170.3
除所得稅前利潤／(虧損)	3,803.7	(1,190.8)
所得稅費用	(662.0)	(283.2)
期間利潤／(虧損)	3,141.7	(1,474.0)
非國際財務報告準則計量：經調整淨利潤	1,460.9	2,117.3

收入

2022年第四季度的收入自2022年第三季度的人民幣705億元減少6.3%至人民幣660億元。下表載列2022年第四季度及2022年第三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9月30日	
	2022年12月31日		2022年9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	36,672.1	55.5%	42,514.2	60.3%
IoT與生活消費產品	21,447.3	32.5%	19,058.6	27.0%
互聯網服務	7,171.3	10.9%	7,066.6	10.0%
其他	756.7	1.1%	1,834.9	2.7%
總收入	<u>66,047.4</u>	<u>100.0%</u>	<u>70,474.3</u>	<u>100.0%</u>

智能手機

智能手機分部收入由2022年第三季度的人民幣425億元減少13.7%至2022年第四季度的人民幣367億元，主要是由於智能手機出貨量減少所致，惟部分被智能手機的ASP增加所抵銷。我們的智能手機出貨量由2022年第三季度的40.2百萬部減少18.6%至2022年第四季度的32.7百萬部，主要是由於受全球宏觀經濟環境及地緣因素的影響，智能手機整體市場需求疲軟。智能手機的ASP由2022年第三季度的每部人民幣1,058.2元增加5.9%至2022年第四季度的每部人民幣1,121.0元。

IoT與生活消費產品

IoT與生活消費產品分部收入由2022年第三季度的人民幣191億元增加12.5%至2022年第四季度的人民幣214億元，主要是由於掃地機器人及淨水器等若干生活消費產品以及智能電視及筆記本電腦的收入增加所致，惟部分被智能大家電品類的收入減少所抵銷。

智能電視及筆記本電腦的收入由2022年第三季度的人民幣58億元增加12.5%至2022年第四季度的人民幣65億元，主要是由於智能電視出貨量及ASP增加所致。平板維持強勁增長勢頭，收入環比增長超過50%，主要是由於中國大陸的出貨量增加，創下季度新高。

互聯網服務

互聯網服務分部收入由2022年第三季度的人民幣71億元增加1.5%至2022年第四季度的人民幣72億元，主要是由於廣告業務的收入增加。

其他

其他收入由2022年第三季度的人民幣18億元減少58.8%至2022年第四季度的人民幣8億元，主要是由於出售建築物的收入減少所致。

銷售成本

我們的銷售成本由2022年第三季度的人民幣588億元減少6.9%至2022年第四季度的人民幣547億元。

	未經審核			
	截至以下日期止三個月		2022年9月30日	
	2022年12月31日		2022年9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	33,672.2	51.0%	38,730.4	55.0%
IoT與生活消費產品	18,389.0	27.8%	16,488.4	23.4%
互聯網服務	2,040.3	3.1%	1,974.7	2.8%
其他	568.4	0.9%	1,558.9	2.2%
總銷售成本	<u>54,669.9</u>	<u>82.8%</u>	<u>58,752.4</u>	<u>83.4%</u>

智能手機

智能手機分部銷售成本由2022年第三季度的人民幣387億元減少13.1%至2022年第四季度的人民幣337億元，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年第三季度的人民幣165億元增加11.5%至2022年第四季度的人民幣184億元，主要是由於IoT與生活消費產品銷售額增加。

互聯網服務

與2022年第三季度相比，互聯網服務分部銷售成本2022年第四季度保持穩定在人民幣20億元，主要是由於廣告業務及金融科技業務成本上升所致，惟部分被其他增值服務成本減少所抵銷。

其他

其他分部銷售成本由2022年第三季度的人民幣16億元減少63.5%至2022年第四季度的人民幣6億元，主要是由於建築物銷售額減少所致。

毛利及毛利率

基於上文所述，毛利由2022年第三季度的人民幣117億元減少2.9%至2022年第四季度的人民幣114億元。毛利率由2022年第三季度的16.6%增至2022年第四季度的17.2%。

智能手機分部毛利率由2022年第三季度的8.9%減至2022年第四季度的8.2%，主要由於在2022年第四季度的主要購物節增強了促銷力度（尤其在中國大陸），惟部分被境外市場的毛利率增加所抵銷。此外，我們部分系列智能手機的售後服務政策於2022年11月更新以改善消費者的售後服務體驗，導致於2022年第四季度產生額外一次性成本約人民幣7億元。不計及該一次性影響，我們智能手機分部的毛利率為10.1%。

IoT與生活消費產品分部毛利率由2022年第三季度的13.5%增至2022年第四季度的14.3%，主要是由於智能大家電以及智能電視及平板毛利率增加。

互聯網服務分部毛利率由2022年第三季度的72.1%降至2022年第四季度的71.5%，主要是由於廣告業務及金融科技業務的毛利率下降。

研發開支

研發開支由2022年第三季度的人民幣41億元增加15.5%至2022年第四季度的人民幣47億元，主要是由於開發智能電動汽車等創新業務相關開支增加。

銷售及推廣開支

銷售及推廣開支由2022年第三季度的人民幣49億元增加19.9%至2022年第四季度的人民幣59億元，主要是由於宣傳與廣告開支增加。宣傳與廣告開支由2022年第三季度的人民幣14億元增加63.3%至2022年第四季度的人民幣23億元，主要是2022年第四季度我們產品的促銷活動及品牌推廣所致。

行政開支

與2022年第三季度相比，2022年第四季度的行政開支保持穩定在人民幣13億元。

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年第三季度的虧損人民幣24億元變為2022年第四季度的收益人民幣38億元，主要是由於2022年第四季度的優先股投資公允價值收益所致。

分佔按權益法入賬之投資淨利潤／（虧損）

分佔按權益法入賬之投資淨利潤／（虧損）由2022年第三季度的淨虧損人民幣265.0百萬元變動為2022年第四季度的淨利潤人民幣3.6百萬元，主要是由於2022年第四季度我們若干被投資公司應佔利潤增加。

其他收入

其他收入由2022年第三季度的人民幣195.7百萬元增加200.9%至2022年第四季度的人民幣588.7百萬元，主要是由於政府補助增加。

其他虧損淨額

其他虧損淨額由2022年第三季度的人民幣415.0百萬元增加27.3%至2022年第四季度的人民幣528.3百萬元，主要是由於2022年第四季度按權益法入賬之投資的視作出售虧損所致。

財務收入淨額

財務收入淨額由2022年第三季度的收入人民幣170.3百萬元增加163.0%至2022年第四季度的人民幣448.0百萬元，主要是由於2022年第四季度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2022年第三季度的人民幣283.2百萬元增加133.8%至2022年第四季度的人民幣662.0百萬元，主要是由於2022年第四季度經營利潤增加所致。

期間利潤／(虧損)

基於上文所述，2022年第四季度，我們錄得利潤人民幣31億元，而2022年第三季度則為虧損人民幣15億元。

經調整淨利潤

2022年第四季度及2022年第三季度，經調整淨利潤分別為人民幣15億元及人民幣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2022年第四季度、2022年第三季度、2021年第四季度與截至2022年及2021年12月31日止年度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 截至2022年12月31日止三個月調整						所得稅 影響 ⁽⁴⁾	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⁾				
期間利潤 淨利潤率	3,141,667 4.8%	589,109	(2,166,410)	36,028	(155,061)	15,569	1,460,902 2.2%	

呈報	未經審核 截至2022年9月30日止三個月調整						所得稅 影響 ⁽⁴⁾	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⁾				
期間(虧損)/ 利潤 淨利潤率	(1,473,922) -2.1%	624,754	3,088,405	36,081	(47,110)	(110,957)	2,117,251 3.0%	

呈報	未經審核 截至2021年12月31日止三個月調整						所得稅 影響 ⁽⁴⁾	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⁾				
期間利潤 淨利潤率	2,442,503 2.9%	448,595	165,520	36,081	613,733	766,683	4,473,115 5.2%	

截至2022年12月31日止年度調整

	呈報	以股份 為基礎的 薪酬	基金			所得稅 影響 ⁽⁴⁾	非國際財務 報告準則
			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⁾		
(人民幣千元，除非另有說明)							
年度利潤	2,502,568	2,467,224	4,405,700	144,271	(583,862)	(417,894)	8,518,007
淨利潤率	0.9%						3.0%

截至2021年12月31日止年度調整

	呈報	以股份 為基礎的 薪酬	基金			所得稅 影響 ⁽⁴⁾	非國際財務 報告準則
			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⁾		
(人民幣千元，除非另有說明)							
年度利潤	19,283,235	2,035,569	(2,241,513)	69,351	2,057,133	835,699	22,039,474
淨利潤率	5.9%						6.7%

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、對聯營公司失去重大影響力的重新計量以及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) 指收購所得無形資產攤銷。
- (3) 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。
- (4) 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2022年12月31日及2022年9月30日，現金及現金等價物分別為人民幣276億元及人民幣281億元。

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12月31日，本集團現金資源總額為人民幣943億元。

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12月31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 12月31日	2022年 9月30日
	(人民幣百萬元)	
經營活動所得／(所用)現金淨額 ⁽¹⁾	4,112.2	(1,470.5)
投資活動(所用)／所得現金淨額	(708.1)	8,629.6
融資活動所用現金淨額 ⁽¹⁾	(3,617.0)	(7,871.6)
現金及現金等價物減少淨額	(212.9)	(712.5)
期初現金及現金等價物	28,071.1	28,183.1
現金及現金等價物的匯率變動影響	(250.9)	600.5
	<u>27,607.3</u>	<u>28,071.1</u>
期末現金及現金等價物	<u>27,607.3</u>	<u>28,071.1</u>

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)金融保理業務產生的貿易款項變動；(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年第四季度經營活動所得現金淨額為人民幣51億元，2022年第三季度的經營活動所用現金淨額為人民幣42億元。除金融科技業務借款變動外，2022年第四季度融資活動所用現金淨額為人民幣30億元，2022年第三季度的融資活動所用現金淨額為人民幣45億元。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年第四季度，經營活動所得現金淨額為人民幣41億元，指經營所得現金人民幣50億元減已付所得稅人民幣9億元。經營所得現金主要是由於除所得稅前利潤人民幣38億元所致，經以下各項調整：貿易應收款項減少人民幣25億元、預付及其他應收款項減少人民幣22億元、其他應付款項及應計費用增加人民幣12億元及客戶預付款增加人民幣9億元，惟部分被貿易應付款項減少人民幣55億元所抵銷。

投資活動所用現金淨額

2022年第四季度，投資活動所用淨額為人民幣7億元，主要是由於長期銀行存款的淨變動人民幣27億元，惟部分被按公允價值計入損益之短期投資淨變動人民幣18億元及短期銀行存款的淨變動人民幣3億元所抵銷。

融資活動所用現金淨額

2022年第四季度，融資活動所用現金淨額為人民幣36億元，主要是由於借款及信用證應付款項淨變動分別為人民幣15億元和人民幣10億元、以及購回股份付款人民幣4億元。

借款

於2022年9月30日及2022年12月31日，我們的借款總額分別為人民幣258億元及人民幣236億元。

資本開支

	截至以下日期止三個月	
	2022年 12月31日	2022年 9月30日
	(人民幣百萬元)	
資本開支	1,379.4	1,702.9
長期投資的支出 ⁽¹⁾	689.2	928.5
總計	<u>2,068.6</u>	<u>2,631.4</u>

附註：

(1) 長期投資的支出指股權投資及優先股投資。

資產負債表外承諾及安排

截至2022年12月31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安排。

重大投資及資本資產之未來計劃

截至2022年12月31日，我們並無任何重大投資及資本資產計劃。

所持投資

截至2022年12月31日，我們共投資超過420家公司及其他長期投資，總賬面價值人民幣639億元，同比增長5.9%。2022年以及2022年第四季度，我們分別自處置投資錄得稅後淨收益人民幣12億元以及人民幣6億元。截至2022年12月31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12月31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652億元。

報告期內，本集團並無作出或持有任何重大投資(包括截至2022年12月31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及聯屬公司

我們於報告期間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12月31日，我們擁有32,543名全職僱員，其中29,967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12月31日，我們的研發人員合共16,171人，在多個部門任職。

我們能否成功取決於能否吸引、挽留及激勵合資格僱員。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12月31日，12,818名僱員持有以股份為基礎的獎勵。報告期內，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166億元，較截至2021年12月31日止年度的人民幣138億元增加20.2%。

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2022年12月31日，我們抵押受限制存款人民幣40億元，而截至2022年9月30日為人民幣40億元。我們也將若干建築物、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12月31日及2022年9月30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12。

財務資料

合併損益表

截至2022年12月31日止年度

(以人民幣元(「人民幣」)列示)

	附註	截至12月31日止年度	
		2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
收入	2	280,044,016	328,309,145
銷售成本	2, 3	(232,466,826)	(270,048,204)
毛利		47,577,190	58,260,941
研發開支	3	(16,028,132)	(13,167,088)
銷售及推廣開支	3	(21,323,323)	(20,980,765)
行政開支	3	(5,113,877)	(4,738,919)
按公允價值計入損益之投資公允價值變動	6	(1,662,010)	8,132,133
分佔按權益法入賬之投資淨(虧損)/利潤		(400,100)	275,013
其他收入		1,135,560	826,856
其他虧損淨額		(1,368,810)	(2,579,507)
經營利潤		2,816,498	26,028,664
財務收入		1,663,941	1,229,826
財務成本		(546,483)	(2,841,457)
除所得稅前利潤		3,933,956	24,417,033
所得稅費用	4	(1,431,388)	(5,133,798)
年內利潤		2,502,568	19,283,235
下列人士應佔：			
— 本公司擁有人		2,474,030	19,339,321
— 非控股權益		28,538	(56,086)
		2,502,568	19,283,235
每股盈利(以每股人民幣元列示)：	5		
基本		0.10	0.78
攤薄		0.10	0.76

合併綜合收益表
截至2022年12月31日止年度
(以人民幣元列示)

	截至12月31日止年度	
	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
年內利潤	2,502,568	19,283,235
其他綜合收益／(虧損)：		
<u>隨後可能重新分類至損益之項目</u>		
分佔按權益法入賬之投資的 其他綜合收益／(虧損)	57,211	(60,568)
處置及視同處置按權益法入賬之投資後 分佔其他綜合虧損轉至損益	93,311	—
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	(22,754)	(2,649)
匯兌差額	(103,529)	(313,151)
<u>隨後不會重新分類至損益之項目</u>		
匯兌差額	3,721,116	(1,027,846)
年內其他綜合收益／(虧損)(扣除稅項)	3,745,355	(1,404,214)
年內綜合收益總額	6,247,923	17,879,021
下列人士應佔：		
— 本公司擁有人	6,201,669	17,940,990
— 非控股權益	46,254	(61,969)
	6,247,923	17,879,021

合併資產負債表
於2022年12月31日
(以人民幣元列示)

		於12月31日	
	附註	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
資產			
非流動資產			
物業及設備		9,138,221	6,964,621
無形資產		4,629,676	5,579,159
按權益法入賬之投資		7,932,192	10,230,751
按公允價值計入損益之長期投資	6	55,979,974	50,113,702
遞延所得稅資產		2,278,175	1,661,947
長期銀行存款		16,788,346	16,195,419
按攤餘成本計量之長期投資	6	405,371	351,362
其他非流動資產		15,940,461	15,943,508
		<u>113,092,416</u>	<u>107,040,469</u>
流動資產			
存貨	8	50,437,891	52,397,946
貿易應收款項	7	11,795,074	17,985,503
應收貸款		7,829,563	5,109,034
預付款項及其他應收款項		18,578,491	19,851,884
按公允價值計入其他綜合收益之應收票據		40,003	14,033
按公允價值計入其他綜合收益之短期投資	6	449,109	710,865
按攤餘成本計量之短期投資	6	—	1,597,919
按公允價值計入損益之短期投資	6	9,845,910	29,311,848
短期銀行存款		29,874,707	31,041,129
受限制現金		3,956,786	4,319,661
現金及現金等價物		27,607,261	23,511,579
		<u>160,414,795</u>	<u>185,851,401</u>
資產總額		<u><u>273,507,211</u></u>	<u><u>292,891,870</u></u>

		於12月31日	
	附註	2022年 人民幣千元	2021年 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		<u>143,658,052</u>	<u>137,212,499</u>
		<u>143,658,458</u>	<u>137,212,906</u>
非控股權益		<u>264,602</u>	<u>219,590</u>
權益總額		<u><u>143,923,060</u></u>	<u><u>137,432,496</u></u>
負債			
非流動負債			
借款	9	21,493,261	20,719,790
遞延所得稅負債		983,256	1,202,717
保修撥備		945,270	895,747
其他非流動負債		<u>16,534,831</u>	<u>16,913,649</u>
		<u>39,956,618</u>	<u>39,731,903</u>
流動負債			
貿易應付款項	10	53,093,543	74,643,005
其他應付款項及應計費用		18,440,716	20,224,499
客戶預付款		9,587,959	9,289,177
借款	9	2,150,741	5,527,050
所得稅負債		1,384,133	2,335,124
保修撥備		<u>4,970,441</u>	<u>3,708,616</u>
		<u>89,627,533</u>	<u>115,727,471</u>
負債總額		<u><u>129,584,151</u></u>	<u><u>155,459,374</u></u>
權益及負債總額		<u><u>273,507,211</u></u>	<u><u>292,891,870</u></u>

合併現金流量表
截至2022年12月31日止年度
(以人民幣元列示)

	截至12月31日止年度	
	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
經營活動(所用)／所得現金淨額	(4,389,730)	9,785,288
投資活動所得／(所用)現金淨額	15,548,773	(45,007,945)
融資活動(所用)／所得現金淨額	(7,854,799)	4,498,686
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	3,304,244	(30,723,971)
年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	791,438	(516,893)
年末現金及現金等價物	<u>27,607,261</u>	<u>23,511,579</u>

1 編製基準

本集團的合併財務報表已根據國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈的所有適用國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)及香港公司條例的披露規定編製。

本集團的合併財務報表已根據歷史成本法擬備，並就按公允價值入賬的金融資產的重估作出修訂。

(a) 本集團採用的新訂及經修訂準則

下列本集團適用的新訂及經修訂準則和年度改進於2022年1月1日開始之財政年度開始強制採用：

- 對《概念框架》的索引 — 國際財務報告準則第3號之修訂本
- 物業、廠房及設備：作擬定用途前的所得款項 — 國際會計準則第16號之修訂本
- 虧損性合約：履行合約的成本 — 國際會計準則第37號之修訂本
- 小範圍修訂 — 國際財務報告準則第3號、國際會計準則第16號及國際會計準則第37號之修訂本
- 國際財務報告準則年度改進(2018–2020年度)
- 會計指南第5號同一控制下業務合併會計處理修訂本

採用該等準則詮釋及修訂對本集團的業績及財務狀況並無重大影響。

(b) 尚未採用的新準則及詮釋

本集團尚未提早採用若干並無強制於截至2022年12月31日止年度採用的已發佈新會計準則及詮釋。預計該等準則於當前或未來報告期不會對本集團及可預見未來交易造成重大影響。

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。於評估分部表現過程中均未計入銷售及推廣開支、行政開支及研發開支，而相關評估結果被主要經營決策者用作資源分配及評估分部表現的根據。按公允價值計入損益的投資公允價值變動、分佔按權益法入賬之投資淨(虧損)/利潤、其他收入、其他虧損淨額、財務收入、財務成本及所得稅費用，亦均未分配至個別營運分部。

截至2022年及2021年12月31日止年度的分部業績如下：

	截至2022年12月31日止年度				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	
分部收入	167,217,177	79,794,877	28,321,444	4,710,518	280,044,016
銷售成本	(152,248,415)	(68,296,397)	(7,974,356)	(3,947,658)	(232,466,826)
毛利	14,968,762	11,498,480	20,347,088	762,860	47,577,190

	截至2021年12月31日止年度				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	
分部收入	208,868,944	84,980,097	28,211,739	6,248,365	328,309,145
銷售成本	(184,007,856)	(73,888,603)	(7,316,598)	(4,835,147)	(270,048,204)
毛利	24,861,088	11,091,494	20,895,141	1,413,218	58,260,941

毛利與除所得稅前利潤的對賬列示於合併損益表。

截至2022年及2021年12月31日止年度，有關總收入的地區資料如下：

	截至12月31日止年度			
	2022年		2021年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
中國大陸	142,258,417	50.8	164,717,704	50.2
全球其他地區(附註(a))	137,785,599	49.2	163,591,441	49.8
	<u>280,044,016</u>		<u>328,309,145</u>	

附註：

(a) 中國大陸以外地區的收入主要來自印度及歐洲。

3 按性質劃分之開支

	截至12月31日止年度	
	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
已售存貨成本及許可費	208,148,924	251,459,641
存貨減值撥備	7,794,470	2,831,529
僱員福利開支	16,607,997	13,821,526
物業及設備、使用權資產及投資物業折舊	2,310,951	1,804,312
無形資產攤銷	1,396,442	1,257,334
宣傳及廣告開支	7,233,932	7,245,809
向遊戲開發商及視頻供應商支付的内容費	3,137,676	2,812,893
信貸虧損撥備	217,971	5,764
諮詢及專業服務費	1,495,318	1,429,688
雲服務、帶寬及服務器託管費	2,259,250	1,810,655
保修開支	5,419,526	4,550,168
核數師薪酬		
— 核數服務	54,618	56,116
— 非核數服務	29,000	34,920

4 所得稅費用

本集團於截至2022年及2021年12月31日止年度的所得稅費用分析如下：

	截至12月31日止年度	
	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
當期所得稅	2,267,077	4,135,298
遞延所得稅	(835,689)	998,500
所得稅費用	1,431,388	5,133,798

5 每股盈利

(a) 基本

截至2022年及2021年12月31日止年度，每股基本盈利乃以年內本公司擁有人應佔利潤除以已發行普通股的加權平均數計算。

	截至12月31日止年度	
	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
本公司擁有人應佔利潤淨額	2,474,030	19,339,321
已發行普通股的加權平均數(千股)	24,828,316	24,927,461
每股基本盈利(以每股人民幣元列示)	0.10	0.78

(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，因此計算每股攤薄盈利時並無計其影響。

截至2022年及2021年12月31日止年度，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12月31日止年度	
	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
本公司擁有人應佔利潤淨額	2,474,030	19,339,321
已發行普通股加權平均數(千股)	24,828,316	24,927,461
授予僱員的受限制股份單位及購股權調整(千股)	468,412	569,667
收購Zimi的股份代價調整(千股)	655	12,303
計算每股攤薄盈利所用普通股加權平均數(千股)	25,297,383	25,509,431
每股攤薄盈利(以每股人民幣元列示)	0.10	0.76

6 投資

於12月31日
2022年 2021年
人民幣千元 人民幣千元

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	449,109	710,865
— 按公允價值計入損益	9,845,910	29,311,848

	<u>10,295,019</u>	<u>31,620,632</u>
--	-------------------	-------------------

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

	405,371	351,362
— 普通股投資	18,726,499	22,755,228
— 優先股投資	31,053,080	25,108,840
— 其他投資	6,200,395	2,249,634

	<u>56,385,345</u>	<u>50,465,064</u>
--	-------------------	-------------------

按公允價值計入損益之投資於損益確認的款項

截至12月31日止年度
2022年 2021年
人民幣千元 人民幣千元

普通股投資公允價值變動	(4,341,258)	4,423,582
優先股投資公允價值變動	2,265,456	3,000,810
按公允價值計入損益之短期投資公允價值變動	24,510	695,240
其他投資公允價值變動	389,282	12,501

	<u>(1,662,010)</u>	<u>8,132,133</u>
--	--------------------	------------------

7 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12月31日
2022年 2021年
人民幣千元 人民幣千元

貿易應收款項

三個月內	9,325,061	15,740,356
三至六個月	1,946,964	1,477,059
六個月至一年	469,147	652,701
一至兩年	150,685	184,058
兩年以上	108,557	95,306

	<u>12,000,414</u>	<u>18,149,480</u>
--	-------------------	-------------------

減：信貸虧損撥備	(205,340)	(163,977)
----------	-----------	-----------

	<u>11,795,074</u>	<u>17,985,503</u>
--	-------------------	-------------------

8 存貨

	於12月31日	
	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
原材料	17,122,900	19,314,001
製成品	28,650,303	23,934,395
在製品	3,068,508	4,627,210
備品備件	4,410,902	3,896,430
其他	655,638	1,957,057
	<u>53,908,251</u>	<u>53,729,093</u>
減：減值撥備(附註(a))	<u>(3,470,360)</u>	<u>(1,331,147)</u>
	<u>50,437,891</u>	<u>52,397,946</u>

附註：

- (a) 截至2022年12月31日止三個月及年度，本集團的存貨減值撥備分別約為人民幣2,187,749,000元及人民幣7,794,470,000元(2021年：分別為人民幣1,337,520,000元及人民幣2,831,529,000元)，存貨出售後有關撥備轉出金額分別約為人民幣1,629,131,000元及人民幣5,655,257,000元(2021年：分別為人民幣1,005,635,000元及人民幣2,726,094,000元)。

9 借款

	於12月31日	
	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
計入非流動負債		
有抵押借款	102,325	1,576,761
無抵押借款	16,656,195	15,004,487
可轉換債券	4,734,741	4,138,542
	<u>21,493,261</u>	<u>20,719,790</u>
計入流動負債		
有抵押借款	3,283	507,217
無抵押借款	2,147,458	5,019,833
	<u>2,150,741</u>	<u>5,527,050</u>

10 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12月31日	
	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
三個月內	47,999,500	70,187,231
三至六個月	1,820,555	2,526,217
六個月至一年	2,172,721	1,343,318
一至兩年	855,854	490,484
兩年以上	244,913	95,755
	<u>53,093,543</u>	<u>74,643,005</u>

11 股息

截至2022年及2021年12月31日止年度，本公司並無派付或宣派任何股息。

12 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。

就上述其中一項調查而言，小米印度收到指令，指控小米印度於計算其應課稅收入時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第三方及本集團旗下公司的特許權使用費；因此，確認部分銀行存款繼續受到限制。

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12月31日，本集團並無就該等事項作出撥備。

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

報告期內及截至本公告日期，本公司在香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）購回合共235,248,000股本公司B類普通股（「B類股份」），總代價約為2,756,518,651港元（「所購回股份」）。所購回股份的詳情如下：

購回月份	所購回B類 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)	
一月	14,295,000	18.64	17.70	261,322,614
三月	35,209,000	14.60	13.46	498,281,463
四月	37,744,000	13.82	12.26	498,768,037
八月	26,500,000	11.50	10.90	297,458,009
九月	77,900,000	11.38	8.74	783,888,205
十月	27,600,000	9.46	8.32	243,760,413
十二月	16,000,000	11.16	10.46	173,039,910
總計	<u>235,248,000</u>			<u>2,756,518,651</u>

截至本公告日期，已發行B類股份數目因註銷所購回股份而減少235,248,000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B類股份其後於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B類股份其後於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。

於2022年8月、2022年9月及2022年10月所購回B類股份其後於2022年10月28日註銷。合共24,341,769股A類股份於2022年10月28日以一換一的比例轉換為B類股份，其中21,922,431股A類股份由雷軍先生通過Smart Mobile Holdings Limited轉換，2,419,338股A類股份由林斌先生通過Bin Lin 2021 A Trust轉換。

於2022年12月所購回B類股份其後於2023年3月22日註銷。合共2,937,275股A類股份於2023年3月22日以一換一的比例轉換為B類股份，其中2,645,338股A類股份由雷軍先生通過Smart Mobile Holdings Limited轉換，291,937股A類股份由林斌先生通過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於報告期內及截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。

除上市規則附錄14所載企業管治守則（「**企業管治守則**」）守則條文第C.2.1條外，本公司於報告期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。

遵守董事進行證券交易的標準守則

本公司已採納上市規則附錄10所載上市發行人董事進行證券交易之標準守則（「**標準守則**」）作為有關董事買賣本公司證券的操行守則。經向全體董事作出特定查詢後，所有董事均確定彼等於報告期內及截至本公告日期一直遵守標準守則所載的條文。

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）已審閱報告期內本集團經審核合併財務報表，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。

核數師於本業績公告所執行的程序

核數師確認，本公告所載本集團於報告期間的合併資產負債表、合併損益表、合併綜合收益表、合併現金流量表及其附註所列數字，與本集團年內的經審核合併財務報表所列數字一致。核數師就此執行的工作不構成根據香港會計師公會頒佈的《香港審計準則》、《香港審閱準則》或《香港鑒證準則》而執行的鑒證業務，因此核數師並無對本公告發表任何鑒證意見。

重大訴訟

報告期內，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。

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。

末期股息

董事會決議不宣派報告期內的末期股息。

報告期結束後的事項

除本公告所披露者外，自報告期結束後至本公告日期，並無發生任何可能影響本集團的其他重大事項。

刊發全年業績公告及年報

本全年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。本公司的年報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，2023年3月24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。