

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3月31日止三個月之業績公告

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3月31日止三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 3月31日	2021年 3月31日	同比變動	2021年 12月31日	環比變動
收入	73,351.5	76,882.2	-4.6%	85,575.2	-14.3%
毛利	12,709.7	14,161.3	-10.2%	14,659.5	-13.3%
經營(虧損)/利潤	(911.4)	8,157.7	不適用	4,415.6	不適用
除所得稅前(虧損)/利潤	(416.1)	9,066.9	不適用	3,884.5	不適用
期間(虧損)/利潤	(530.7)	7,788.9	不適用	2,442.5	不適用
非國際財務報告準則計量： 經調整淨利潤	2,858.6	6,069.3	-52.9%	4,473.1	-36.1%

業務回顧及展望

1. 整體表現

2022年第一季度，儘管受到核心零部件供應的持續短缺、新冠疫情反復及全球宏觀經濟環境等各方面的影響，我們仍穩步推進集團各項既定戰略，夯實基礎，穩中求進。2022年第一季度，小米集團總收入達到人民幣734億元。我們繼續推進「手機×AIoT」的核心戰略，IoT與生活消費產品業務及互聯網業務在2022年第一季度保持穩健增長。同時，我們積極探索智能電動汽車等創新業務的發展，2022年第一季度，經調整淨利潤為人民幣29億元，其中包含智能電動汽車等創新業務費用為人民幣425百萬元。

根據Canalys數據，2022年第一季度，小米全球智能手機出貨量排名保持第三，市佔率達到12.6%。我們的全球智能手機用戶規模持續增長，2022年3月，我們全球及中國大陸的MIUI月活躍用戶數均創歷史新高。其中，全球MIUI月活躍用戶數達到529.1百萬，同比增長103.8百萬；中國大陸MIUI月活躍用戶數達到135.6百萬，同比增長17.0百萬。截至2022年3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478.1百萬，同比增長36.2%。

我們堅持技術為本，持續加大研發投入。2022年第一季度，我們的研發支出達到人民幣35億元，同比增長16.0%，體現了我們對技術、品質、創新的不懈追求。在2022年4月中國聯通最新發佈的《2021年度終端評測報告》中，*Xiaomi MIX FOLD*和*Redmi Note 11*在智能手機終端質量測評中，均位列對應價格段的榜單第一。此前，在2022年1月中國移動發佈的《中國移動5G通信指數報告（第五期）》中，*Xiaomi MIX 4*、*Xiaomi Civi*、*Xiaomi 11 青春活力版*及*Redmi Note 11 Pro*在5G通信能力評測中均得到對應價格段榜單前三。同時，*Xiaomi 11 Pro*、*Redmi K40 Pro*、*Redmi K40*及*Redmi Note 9*也在中國電信2021年11月發佈的《2021中國電信終端洞察報告》中，包攬5G智能手機性能測評全價位段第一。我們在持續探索前沿創新科技、不斷加強技術與人才儲備的同時，也積累了豐富的知識產權。截至2022年3月31日，我們的全球專利授權數超過26,000件，全球專利申請數超過53,000件。我們在影像與充電技術領域也積極創新，影像技術方面，我們的全球專利授權數超過980件，全球專利申請數超過2,400件；充電技術方面，我們的充電技術全球專利申請數超過1,550件，其中，有線快充技術全球專利申請數超過390件。

我們堅定不移地推進手機高端化戰略，力爭為全球用戶帶去最好的產品、服務和體驗。我們的全球智能手機平均售價(「ASP」)進一步上探。2022年第一季度，我們的智能手機ASP同比增長14.1%至人民幣1,189元。本季度，我們中國大陸地區定價在人民幣3,000元或以上及境外定價在300歐元或以上的高端智能手機全球出貨量達到近400萬台。我們逐步夯實高端智能手機在中國大陸的市場地位，根據第三方數據，2022年第一季度，我們中國大陸地區定價在人民幣4,000元至人民幣6,000元價格段的智能手機市場份額位列安卓智能手機廠商第一。

我們持續推進全球化佈局，不斷拓展戰略縱深，在受益於境外市場增長紅利的同時，也有效抵禦單一市場的波動和風險。2022年第一季度，我們的境外市場收入達到人民幣375億元，佔總收入的51.1%。本季度，我們在全球各主要市場持續表現優異，根據Canalys數據，2022年第一季度，我們在全球49個國家和地區的智能手機出貨量排名前三，在全球68個國家和地區的出貨量排名前五。

2. 智能手機

2022年第一季度，核心零部件供應的持續短缺、新冠疫情反復及全球宏觀經濟環境等因素對整體智能手機市場的需求及供應帶來較大影響。根據Canalys數據，2022年第一季度全球整體智能手機市場出貨量同比下滑10.5%。本季度，我們的智能手機業務收入為人民幣458億元，全球智能手機市場出貨量為38.5百萬台。本季度，我們的全球智能手機ASP達到人民幣1,189元，同比增長14.1%。根據Canalys數據，2022年第一季度，我們全球智能手機出貨量保持第三，市佔率達到12.6%。

根據Canalys數據，2022年第一季度，中國大陸智能手機市場出貨量同比下滑18.2%，我們在中國大陸智能手機出貨量排名第五，市佔率為13.9%。我們持續鞏固線上渠道優勢，根據第三方數據，我們中國大陸智能手機線上渠道出貨量市佔率達到32.3%，排名第一。今年，我們在保持線上領先，並繼續拓展線下渠道的同時，也聚焦於線下門店店效的提升。而近期，新冠疫情的反復使得整體市場消費需求疲軟，一定程度影響了我們部分線下門店的正常運營以及客流量。儘管如此，線下渠道已經成為我們高端智能手機產品銷售的重要組成部分。2022年第一季度，根據第三方數據，我們的高端智能手機在中國大陸線下渠道出貨量佔比超過50%。

我們堅定不移地執行雙品牌策略。Xiaomi品牌方面，我們在2022年4月推出*Xiaomi Civi 1S*，以輕薄美觀的外形設計及流暢的用戶體驗吸引時尚潮流群體，先進的煥顏美妝技術和「人眼追焦」算法為消費者帶去極致的影像體驗。2022年3月，*Xiaomi 12*系列¹正式在全球發佈，*Xiaomi 12X*定價649美元起，*Xiaomi 12 Pro*定價999美元起。我們在巴黎埃菲爾鐵塔、佛羅倫薩Fondazione Zeffirelli博物館、維也納皇家城堡霍夫堡及迪拜棕櫚島等多地舉辦高端發佈會及發佈宣傳片，助力*Xiaomi 12*系列在境外構建高端品牌形象。Redmi品牌方面，我們在2022年3月推出的*Redmi K50*和*Redmi K50 Pro*，以其卓越的性能和極致的用戶體驗持續受到市場熱捧。2022年2月，我們推出的*Redmi K50 電競版*及*Redmi K50 冠軍版*以其強勁的遊戲性能以及所呈現出的速度感與競技感，深受遊戲用戶好評。*Redmi K50*系列²累計出貨量已突破百萬台。

我們日益完善的智能手機產品線，幫助我們不斷拓展新的目標用戶人群。其中，*Xiaomi 12*系列、*Redmi K50*和*Redmi K50 Pro*的新用戶佔比³均超過50%；最新推出的*Xiaomi Civi 1S*也為我們帶來超過50%的新用戶佔比。

3. IoT與生活消費產品

儘管部分品類受到宏觀經濟環境、新冠疫情及境外海運物流等因素的影響，得益於我們豐富的產品矩陣及堅實的業務基礎，我們的IoT與生活消費產品業務仍然實現了穩健增長。2022年第一季度，IoT與生活消費產品收入達到人民幣195億元，同比增長6.8%。我們持續注重盈利能力的提升，本季度IoT與生活消費產品業務的毛利率達到15.6%，創單季度歷史新高。

2022年第一季度，儘管全球及中國大陸的電視出貨量同比下滑，我們的智能電視全球出貨量仍同比增長超過15%，達到3.0百萬台，再度實現逆勢增長。根據奧維雲網數據，小米中國大陸電視出貨量連續13個季度穩居第一名，市佔率進一步提升至22.3%；全球電視出貨量排名亦穩居前五。同時，得益於規模效應帶來的成本優勢及核心零部件的價格下滑，本季度我們的智能電視業務毛利率同比和環比均取得提升。

¹ *Xiaomi 12 Pro*、*Xiaomi 12*、*Xiaomi 12X*

² *Redmi K50*、*Redmi K50 Pro*、*Redmi K50 電競版*和*Redmi K50 冠軍版*

³ 基於2018年6月1日以來的內部數據，新用戶指首次使用小米手機的用戶，以及30天以上後再次使用小米手機的回流用戶；統計時間為自產品發售至2022年5月15日

我們在平板、智能大家電及TWS耳機產品等重點品類保持良好的增長勢頭。我們的小米平板5系列持續熱銷，出貨量和市佔率穩步提升。根據Canalys數據，2022年第一季度，我們的平板在中國大陸出貨量排名第三，自2021年8月我們的小米平板5系列推出以來，其收入規模已躋身IoT品類收入前列。我們的智能大家電品類(空調、冰箱、洗衣機)增長強勁，本季度的收入同比增長超過25%。同時，我們的可穿戴產品在全球市場保持競爭優勢。根據Canalys數據，2022年第一季度，我們的TWS耳機產品出貨量全球排名第三，中國大陸排名第二。

4. 互聯網服務

2022年第一季度，儘管受到智能手機出貨量波動，以及中國大陸廣告和遊戲行業監管環境變化帶來的挑戰，憑藉我們互聯網用戶數的持續增長、多元化的收入來源以及境外互聯網業務的高速發展，我們的互聯網業務仍實現了穩健增長。本季度，互聯網服務收入達到人民幣71億元，同比增長8.2%。其中，廣告及遊戲業務均實現同比增長。

本季度，我們在全球和中國大陸的互聯網用戶規模持續增長。2022年3月，全球MIUI月活躍用戶數達到529.1百萬，同比增長103.8百萬。其中，中國大陸MIUI月活躍用戶數為135.6百萬，同比增長17.0百萬。2022年第一季度，我們全球淨新增MIUI月活躍用戶數達到20.3百萬，中國大陸淨新增月活躍用戶數達到5.8百萬。其中，中國大陸MIUI月活躍用戶數連續6個季度實現環比遞增，為未來互聯網業務的發展奠定堅實基礎。

2022年第一季度，我們的廣告業務收入達到人民幣45億元，同比增長16.2%，主要得益於搜索、效果及品牌廣告業務收入的增長。本季度，儘管遊戲行業仍面臨監管環境的挑戰，我們的遊戲業務收入達到人民幣11億元，同比增長3.0%。

我們的境外互聯網業務繼續保持強勁增長。2022年第一季度，境外互聯網業務收入達到人民幣16億元，同比增長71.1%，在整體互聯網服務收入的佔比持續提升，達到21.9%，創歷史新高。

本季度，我們的電視互聯網用戶規模也保持穩健增長。2022年3月，小米智能電視⁴的月活躍用戶數首次超過50百萬。截至2022年3月31日，小米電視的付費用戶數達到5.5百萬。本季度，中國大陸電視互聯網業務的收入在中國大陸互聯網服務收入的佔比約15%。在電視增值服務方面，自2020年開啓平台化戰略起，我們不斷拓展內容資源，提供給用戶包括運動、兒童、家庭等豐富的內容場景。本季度，我們的電視增值服務收入創單季度歷史新高；在電視廣告方面，受奢侈品和高端汽車品牌廣告的驅動，本季度電視廣告業務收入亦創單季度歷史新高。

5. 境外市場

我們在全球主要市場穩健運營。2022年第一季度，我們的境外市場收入達到人民幣375億元，佔總收入的51.1%。根據Canalys數據，2022年第一季度，我們在全球49個國家和地區的智能手機出貨量排名前三，在全球68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。根據Canalys數據，2022年第一季度，我們在歐洲地區智能手機出貨量市佔率為19.7%，排名保持第三。在西歐地區，我們的智能手機市佔率為15.4%，排名第三，其中，我們在西班牙和意大利的智能手機市佔率均排名第二、在法國和德國的智能手機市佔率均排名第三，在英國的智能手機市佔率排名首次晉升第四。根據Canalys數據，2022年第一季度，我們在中東地區的智能手機出貨量市佔率為12.5%，同樣排名第三。同時，我們在新興市場保持穩健發展。在東南亞、拉美及非洲市場，我們的智能手機市場份額分別達到15.2%、13.9%及6.3%，均排名第三。此外，本季度我們在印度地區連續第18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年第一季度，我們在歐洲地區運營商渠道市場份額由2021年的16.8%上升至17.0%；在拉丁美洲地區運營商渠道市場份額由2021年的12.3%大幅提升至17.7%。2022年第一季度，我們境外市場⁵運營商渠道智能手機出貨量超過570萬台，同比增長超10%。根據Canalys數據，我們在38個境外市場的運營商渠道中智能手機出貨量排名前三。

⁴ 含小米盒子、小米電視棒

⁵ 不包括印度、斯里蘭卡、尼泊爾和孟加拉

6. 策略升級

手機×AIoT

我們持續推進「手機×AIoT」戰略。截至2022年3月31日，我們的AIoT連接設備（不包括智能手機、平板及筆記本電腦）數達到478.1百萬，同比增長36.2%；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）的用戶數達到9.5百萬，同比增長38.7%。2022年3月，人工智能助理「小愛同學」月活躍用戶數同比增長23.9%，達到115.3百萬；2022年3月，米家App的月活躍用戶數同比增長33.8%，達到65.8百萬。

新零售

我們保持線上渠道的領先優勢。根據第三方數據，2022年第一季度，我們中國大陸智能手機線上渠道出貨量市佔率為32.3%，排名第一。同時，我們繼續拓展線下渠道，進一步提升中國大陸的覆蓋。截至2022年3月31日，我們的中國大陸線下零售店數量已經超過10,500家。今年，我們的工作重點是提升門店的店效，通過加強與運營商合作、擴大「銷服一體」門店覆蓋率、提高店員專業度、優化線下門店產品銷售結構以及提高IoT產品的銷售連帶率等方式，進一步提升線下門店的店效。

我們通過即時零售服務，在提升消費體驗、擴大用戶觸達的同時，也進一步豐富了銷售的渠道，提升了門店的店效。2021年10月，我們開始與美團閃購啟動試點合作，消費者可通過美團或美團外賣App搜索「小米之家」，獲得「最快30分鐘送到家」的即時購服務，享受更快捷的消費體驗。截至2022年3月，上線美團的小米之家門店共計3,000多家，覆蓋北京、上海、廣州、深圳、成都等在內的276個城市，提供包括手機、智能穿戴、智能家居、個人護理等多個品類商品。

近期，中國大陸地區疫情反復導致整體市場消費疲軟，同時一定程度上影響了我們部分線下門店的經營計劃及客流量。面對市場的變化，我們也在積極應對，謹慎經營，穩健管理，最大程度減少影響。短期的波動不會改變我們堅持發展新零售的長期策略方向。

企業社會責任

我們已將環境、社會與管治的管理全面融入我們的業務運營及管理之中，積極推動企業的可持續發展。2022年4月，我們發佈了《2021年度ESG報告》，並根據自身的運營情況，制定了多個環境目標。能源方面，相較2020年，目標自有辦公區人均能耗於2026年下降5%。溫室氣體方面，相較2020年，目標自有辦公區人均溫室氣體排放於2026年下降4.5%。水資源方面，目標自有辦公區人均用水量不高於2020年水平。廢棄物管理方面，目標自有辦公區的無害廢棄物均實施垃圾分類。有害廢棄物100%由有資質的供應商進行無害化處理。同時，我們的溫室氣體排放數據亦獲得國際權威機構的認證。2022年4月，英國標準協會(BSI)對小米集團2021年溫室氣體排放數據發佈了核查聲明。

我們致力於在全球以科技賦能社會服務，尤其在「災害預警」領域的佈局成效顯著。2021年，我們的地震預警系統在中國大陸25個省級行政區的大部分地區開通服務。我們也將該功能引到境外，2022年3月，我們正式開啓在印度尼西亞的手機地震預警功能試運行，幫助用戶合理避災，爭取逃生時間。

我們在中國大陸積極助推社會公益事業的發展。人才培養方面，2022年1月，香港小米基金會有限公司預計未來五年共捐贈人民幣1,000萬元在中華全國體育基金會設立「小米體育獎學金」，共同助力青少年運動員的全面發展。2022年4月，北京小米公益基金會為推動北京大學在集成電路、心理和認知等領域的前沿研究和科技創新，「北京大學小米創新發展基金」正式簽約。扶危濟困方面，針對新冠疫情的多點爆發，北京小米公益基金會積極馳援吉林、上海、深圳及泉州等地。2022年5月，北京小米公益基金會捐贈人民幣100萬元用於助力北京疫情防控工作。

我們與員工及合作夥伴攜手共度時艱，積極履行社會責任。我們始終把員工關懷放在工作中的重要位置。2022年3月上海新冠疫情爆發以來，我們向本集團的上海員工贈送生活物資2,479份。我們與合作夥伴守望相助。從2021年至今，我們亦向線下門店的合作夥伴發放疫情補貼，累計金額達人民幣1.2億元。

管理層討論及分析

2022年第一季度與2021年第一季度比較

下表載列2022年第一季度與2021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 3月31日	2021年 3月31日
	(人民幣百萬元)	
收入	73,351.5	76,882.2
銷售成本	(60,641.8)	(62,720.9)
毛利	12,709.7	14,161.3
研發開支	(3,494.5)	(3,012.0)
銷售及推廣開支	(5,256.2)	(4,163.5)
行政開支	(1,244.6)	(987.7)
按公允價值計入損益之投資公允價值變動	(3,550.3)	2,063.2
分佔按權益法入賬之投資(虧損)/收益淨額	(201.3)	9.0
其他收入	164.9	152.1
其他虧損淨額	(39.1)	(64.7)
經營(虧損)/利潤	(911.4)	8,157.7
財務收入淨額	495.3	909.2
除所得稅前(虧損)/利潤	(416.1)	9,066.9
所得稅費用	(114.6)	(1,278.0)
期間(虧損)/利潤	(530.7)	7,788.9
非國際財務報告準則計量：經調整淨利潤	2,858.6	6,069.3

收入

2022年第一季度的收入同比減少4.6%至人民幣734億元。下表載列2022年第一季度及2021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		2021年3月31日	
	2022年3月31日		2021年3月31日	
	佔總收入		佔總收入	
	金額	百分比	金額	百分比
	(人民幣百萬元，除非另有說明)			
智能手機	45,762.7	62.4%	51,491.0	67.0%
IoT與生活消費產品	19,477.4	26.6%	18,243.3	23.7%
互聯網服務	7,112.5	9.7%	6,570.8	8.5%
其他	998.9	1.3%	577.1	0.8%
總收入	<u>73,351.5</u>	<u>100.0%</u>	<u>76,882.2</u>	<u>100.0%</u>

智能手機

智能手機分部收入由2021年第一季度的人民幣515億元減少11.1%至2022年第一季度的人民幣458億元，主要是由於智能手機出貨量有所下降，部分被智能手機平均售價（「ASP」）上升所抵銷。智能手機出貨量由2021年第一季度的49.4百萬部減少22.1%至2022年第一季度的38.5百萬部，主要是由於核心零部件供應的持續短缺、新冠疫情反復及全球宏觀經濟環境導致。智能手機的ASP由2021年第一季度的每部人民幣1,042.1元增加14.1%至2022年第一季度的每部人民幣1,188.5元，主要是由於中高端智能手機出貨量佔智能手機總出貨量的比例增加所致。

IoT與生活消費產品

IoT與生活消費產品分部收入由2021年第一季度的人民幣182億元增加6.8%至2022年第一季度的人民幣195億元，主要是由於中國大陸銷售額增加。中國大陸銷售額增加，是由於小米平板5系列平板（2021年8月推出）廣受歡迎，以及智能大家電品類銷售額增加。智能電視及筆記本電腦的銷售收入由2021年第一季度的人民幣56億元增加10.4%至2022年第一季度的人民幣62億元，主要是由於智能電視及筆記本電腦出貨量均有所增加。我們的智能大家電品類（包括智能空調、冰箱、洗衣機）收入增長強勁，2022年第一季度的收入同比增長超過25%，主要是由於智能空調出貨量增加所致。

互聯網服務

互聯網服務分部收入由2021年第一季度的人民幣66億元增加8.2%至2022年第一季度的人民幣71億元，主要是由於我們的廣告業務收入增長。憑藉我們境外互聯網用戶數的持續增長，境外互聯網服務收入由2021年第一季度的人民幣9億元增加71.1%至2022年第一季度的人民幣16億元。

其他

其他收入由2021年第一季度的人民幣577.1百萬元增加73.1%至2022年第一季度的人民幣998.9百萬元，主要是由於建築物及物料銷售收入的增長。

銷售成本

我們的銷售成本由2021年第一季度的人民幣627億元減少3.3%至2022年第一季度的人民幣606億元。下表載列2022年第一季度及2021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		2021年3月31日	
	2022年3月31日		2021年3月31日	
	佔總收入		佔總收入	
	金額	百分比	金額	百分比
	(人民幣百萬元，除非另有說明)			
智能手機	41,240.6	56.2%	44,857.4	58.3%
IoT與生活消費產品	16,435.4	22.4%	15,590.7	20.3%
互聯網服務	2,078.4	2.8%	1,816.1	2.4%
其他	887.4	1.3%	456.7	0.6%
總銷售成本	<u>60,641.8</u>	<u>82.7%</u>	<u>62,720.9</u>	<u>81.6%</u>

智能手機

智能手機分部銷售成本由2021年第一季度的人民幣449億元減少8.1%至2022年第一季度的人民幣412億元，主要是由於智能手機銷售額減少所致，部分被中高端智能手機出貨量佔智能手機總出貨量的比例增加導致的平均銷售成本增加所抵銷。

IoT與生活消費產品

IoT與生活消費產品分部銷售成本由2021年第一季度的人民幣156億元增加5.4%至2022年第一季度的人民幣164億元，主要是由於中國大陸的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2021年第一季度的人民幣18億元增加14.4%至2022年第一季度的人民幣21億元，主要是由於廣告業務銷售增長所致。

其他

其他分部銷售成本由2021年第一季度的人民幣456.7百萬元增加94.3%至2022年第一季度的人民幣887.4百萬元，主要是由於建築物及物料銷售額增加。

毛利及毛利率

基於上文所述，毛利由2021年第一季度的人民幣142億元減少10.2%至2022年第一季度的人民幣127億元。

智能手機分部毛利率由2021年第一季度的12.9%降至2022年第一季度的9.9%，主要是由於若干智能手機型號促銷所致。

IoT與生活消費產品分部毛利率由2021年第一季度的14.5%升至2022年第一季度的15.6%，主要是由於顯示面板等核心零部件價格下降所致。

互聯網服務分部毛利率由2021年第一季度的72.4%降至2022年第一季度的70.8%，主要是由於某些毛利率較低的廣告業務收入佔比增高所致。

基於上文所述，毛利率由2021年第一季度的18.4%降至2022年第一季度的17.3%。

研發開支

研發開支由2021年第一季度的人民幣30億元增加16.0%至2022年第一季度的人民幣35億元，主要是由於研發人員薪酬增加及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年第一季度的人民幣42億元增加26.2%至2022年第一季度的人民幣53億元，主要是由於宣傳與廣告開支上升及境外物流單位成本增加。宣傳與廣告開支由2021年第一季度的人民幣11億元增加47.9%至2022年第一季度的人民幣17億元，主要是由於2022年第一季度我們的海外推廣開支增加所致。

行政開支

行政開支由2021年第一季度的人民幣10億元增加26.0%至2022年第一季度的人民幣12億元，主要是由於行政管理人員薪酬增加所致。

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年第一季度收益人民幣21億元變為2022年第一季度虧損人民幣36億元，主要是由於2022年第一季度的上市股權投資產生公允價值虧損。

分佔按權益法入賬之投資(虧損)/收益淨額

分佔按權益法入賬之投資(虧損)/收益淨額由2021年第一季度的淨收益人民幣9.0百萬元變為2022年第一季度的淨虧損人民幣201.3百萬元，主要是由於應佔iQIYI, Inc. (「iQIYI」，納斯達克股份代號：IQ) 及北京金山雲網絡技術有限公司(「金山雲」，納斯達克股份代號：KC) 等若干被投資公司的虧損所致。

其他收入

其他收入由2021年第一季度的人民幣152.1百萬元增加8.5%至2022年第一季度的人民幣164.9百萬元。

其他虧損淨額

其他虧損淨額由2021年第一季度的人民幣64.7百萬元減少39.6%至2022年第一季度的人民幣39.1百萬元，主要是由於外匯虧損減少。

財務收入淨額

財務收入淨額由2021年第一季度的人民幣9億元減少45.5%至2022年第一季度的人民幣5億元，主要是由於基金投資者的金融負債價值變動。

所得稅費用

我們的所得稅費用從2021年第一季度的人民幣13億元減少91.0%至2022年第一季度的人民幣1億元，主要是由於2022年第一季度經營利潤減少。

期間(虧損)/利潤

基於上文所述，2022年第一季度，我們錄得虧損人民幣5億元，而2021年第一季度則有利潤人民幣78億元。

經調整淨利潤

我們經調整淨利潤由2021年第一季度的人民幣61億元減少52.9%至2022年第一季度的人民幣29億元。

2022年第一季度與2021年第四季度比較

下表載列2022年第一季度與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 3月31日	2021年 12月31日
	(人民幣百萬元)	
收入	73,351.5	85,575.2
銷售成本	(60,641.8)	(70,915.7)
毛利	12,709.7	14,659.5
研發開支	(3,494.5)	(3,853.2)
銷售及推廣開支	(5,256.2)	(6,254.3)
行政開支	(1,244.6)	(1,326.3)
按公允價值計入損益之投資公允價值變動	(3,550.3)	3,879.1
分佔按權益法入賬之投資(虧損)/收益淨額	(201.3)	247.1
其他收入	164.9	205.3
其他虧損淨額	(39.1)	(3,141.6)
經營(虧損)/利潤	(911.4)	4,415.6
財務收入/(成本)淨額	495.3	(531.1)
除所得稅前(虧損)/利潤	(416.1)	3,884.5
所得稅費用	(114.6)	(1,442.0)
期間(虧損)/利潤	(530.7)	2,442.5
非國際財務報告準則計量：經調整淨利潤	2,858.6	4,473.1

收入

2022年第一季度的收入環比減少14.3%至人民幣734億元。下表載列2022年第一季度及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3月31日		2021年12月31日	
	佔總收入		佔總收入	
	金額	百分比	金額	百分比
	(人民幣百萬元，除非另有說明)			
智能手機	45,762.7	62.4%	50,464.1	59.0%
IoT與生活消費產品	19,477.4	26.6%	25,066.6	29.3%
互聯網服務	7,112.5	9.7%	7,269.5	8.5%
其他	998.9	1.3%	2,775.0	3.2%
總收入	<u>73,351.5</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9.3%至2022年第一季度的人民幣458億元，主要是由於智能手機出貨量減少所致，部分被我們的智能手機ASP增加所抵消。智能手機出貨量由2021年第四季度的44.1百萬部減少12.7%至2022年第一季度的38.5百萬部，主要是由於核心零部件供應的持續短缺、新冠疫情反復及全球宏觀經濟環境導致。智能手機的ASP由2021年第四季度的每部人民幣1,143.6元增加3.9%至2022年第一季度的每部人民幣1,188.5元，主要是由於中高端智能手機出貨量佔智能手機總出貨量的比例增加所致。

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22.3%至2022年第一季度的人民幣195億元，主要是由於2022年第一季度的促銷活動減少和持續的境外海運物流及全球宏觀經濟環境影響導致海外銷量減少所致。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28.3%至2022年第一季度的人民幣62億元，主要是由於2022年第一季度促銷活動較少。

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2.2%至2022年第一季度的人民幣71億元，主要是由於智能手機出貨量相關的預裝業務收入減少。

其他

其他收入由2021年第四季度的人民幣28億元減少64.0%至2022年第一季度的人民幣998.9百萬元，主要是由於出售建築物所得收入減少。

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14.5%至2022年第一季度的人民幣606億元。下表載列2022年第一季度及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			
	2022年3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	41,240.6	56.2%	45,346.1	53.0%
IoT與生活消費產品	16,435.4	22.4%	21,795.9	25.5%
互聯網服務	2,078.4	2.8%	1,740.2	2.0%
其他	887.4	1.3%	2,033.5	2.4%
總銷售成本	<u>60,641.8</u>	<u>82.7%</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9.1%至2022年第一季度的人民幣412億元，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年第四季度的人民幣218億元減少24.6%至2022年第一季度的人民幣164億元，主要是由於IoT與生活消費產品銷售額減少及顯示面板等核心零部件價格下降所致。

互聯網服務

互聯網服務分部銷售成本由2021年第四季度的人民幣17億元增加19.4%至2022年第一季度的人民幣21億元，主要是由於某些毛利率較低的廣告業務收入佔比增高所致。

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56.4%至2022年第一季度的人民幣887.4百萬元，主要是由於建築物銷售減少。

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13.3%至2022年第一季度的人民幣127億元。

智能手機分部毛利率由2021年第四季度的10.1%小幅減至2022年第一季度的9.9%，主要是由於若干智能手機型號促銷所致。

IoT與生活消費產品分部毛利率由2021年第四季度的13.0%增加至2022年第一季度的15.6%，主要是由於顯示面板等核心零部件價格下降所致。

互聯網服務分部毛利率由2021年第四季度的76.1%減少至2022年第一季度的70.8%，主要是由於廣告業務收入佔比下降和某些毛利率較低的廣告業務收入佔比增高所致。

基於上文所述，毛利率由2021年第四季度的17.1%增加至2022年第一季度的17.3%。

研發開支

研發開支由2021年第四季度的人民幣39億元減少9.3%至2022年第一季度的人民幣35億元。

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16.0%至2022年第一季度的人民幣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年第四季度的人民幣24億元減少31.4%至2022年第一季度的人民幣17億元，主要是由於2021年第四季度主要線上購物節期間增強了促銷力度。

行政開支

行政開支由2021年第四季度的人民幣13億元減少6.2%至2022年第一季度的人民幣12億元。

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2021年第四季度的收益人民幣39億元變為2022年第一季度的虧損人民幣36億元，主要是由於2022年第一季度上市股權投資產生公允價值虧損。

分佔按權益法入賬之投資淨(虧損)／收益淨額

分佔按權益法入賬之投資淨(虧損)／收益淨額由2021年第四季度的淨利潤人民幣247.1百萬元變為2022年第一季度的淨虧損人民幣201.3百萬元，主要是由於應佔iQIYI及金山雲等若干被投資公司的虧損所致。

其他收入

其他收入由2021年第四季度的人民幣205.3百萬元減少19.7%至2022年第一季度的人民幣164.9百萬元，主要是由於政府補助減少。

其他虧損淨額

其他虧損淨額由2021年第四季度的人民幣3,141.6百萬元減少98.8%至2022年第一季度的人民幣39.1百萬元，主要是由於2021年第四季度全球宏觀環境導致若干按權益法入賬之投資減值。

財務收入／(成本)淨額

財務收入／(成本)淨額由2021年第四季度的成本人民幣5億元變為2022年第一季度的收入人民幣5億元，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

我們的所得稅費用從2021年第四季度的人民幣14億元減少92.1%至2022年第一季度的人民幣1億元，主要是由於2022年第一季度經營利潤減少所致。

期間(虧損)／利潤

基於上文所述，2022年第一季度，我們錄得虧損人民幣5億元，而2021年第四季度錄得利潤人民幣24億元。

經調整淨利潤

我們經調整淨利潤由2021年第四季度的人民幣45億元減少36.1%至2022年第一季度的人民幣29億元。

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及2021年第一季度以及2021年第四季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。

	未經審核 截至2022年3月31日止三個月調整						
	呈報	以股份 為基礎的 薪酬	投資 公允價值 變動淨值 ⁽¹⁾ (人民幣千元，除非另有說明)	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⁾	非國際 財務報告 準則
期間利潤	(530,554)	402,287	3,833,506	36,081	(465,665)	(417,065)	2,858,590
淨利潤率	-0.7%						3.9%

	未經審核 截至2021年3月31日止三個月調整						
	呈報	以股份 為基礎的 薪酬	投資 公允價值 變動淨值 ⁽¹⁾ (人民幣千元，除非另有說明)	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⁾	非國際 財務報告 準則
期間利潤	7,788,907	665,677	(1,666,922)	79	(788,017)	69,557	6,069,281
淨利潤率	10.1%						7.9%

	未經審核 截至2021年12月31日止三個月調整						
	呈報	以股份 為基礎的 薪酬	投資 公允價值 變動淨值 ⁽¹⁾ (人民幣千元，除非另有說明)	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⁾	非國際 財務報告 準則
期間利潤	2,442,503	448,595	165,520	36,081	613,733	766,683	4,473,115
淨利潤率	2.9%						5.2%

附註：

- (1) 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、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(定義見本公司2018年6月25日的招股章程(「**招股章程**」))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3月31日及2021年12月31日，現金及現金等價物分別為人民幣347億元及人民幣235億元。

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以及長期銀行存款。截至2022年3月31日，本集團現金資源總額為人民幣950億元。

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3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 3月31日	2021年 12月31日
	(人民幣百萬元)	
經營活動(所用)／所得現金淨額 ⁽¹⁾	(8,680.6)	11,731.7
投資活動所得／(所用)現金淨額	17,569.4	(20,071.5)
融資活動所得／(所用)現金淨額 ⁽¹⁾	2,351.6	(550.1)
	<hr/>	<hr/>
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	11,240.4	(8,889.9)
	<hr/>	<hr/>
期初現金及現金等價物	23,511.6	32,649.5
現金及現金等價物的匯率變動影響	(37.8)	(248.0)
	<hr/>	<hr/>
期末現金及現金等價物	<u>34,714.2</u>	<u>23,511.6</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年第一季度經營活動所用現金淨額為人民幣76億元，2021年第四季度的經營活動所得現金淨額為人民幣120億元。除金融科技業務借款變動外，2022年第一季度融資活動所得現金淨額為人民幣28億元，2021年第四季度的融資活動所用現金淨額為人民幣22億元。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。

經營活動所用現金淨額

經營活動所用現金淨額指經營所用現金加已付所得稅。經營所用現金主要包括除所得稅前虧損(經非現金項目及營運資金變動調整)。

2022年第一季度，經營活動所用現金淨額為人民幣87億元，指經營所用現金人民幣78億元加已付所得稅人民幣9億元。經營所用現金主要是由於經調整淨利潤人民幣29億元所致，主要被預付款項及其他應收款項增加人民幣58億元和存貨增加人民幣53億元調整。

投資活動所得現金淨額

2022年第一季度，投資活動所得現金淨額為人民幣176億元，主要是由於按公允價值計入損益的短期投資的淨變動人民幣115億元及短期銀行存款的淨變動人民幣105億元，部分被購買按公允價值計入損益的長期投資人民幣32億元所抵銷。

融資活動所得現金淨額

2022年第一季度，融資活動所得現金淨額為人民幣24億元，主要是由於借款淨變動人民幣35億元所致，部分被購回股份付款人民幣6億元所抵銷。

借款

於2021年12月31日及2022年3月31日，我們的借款總額分別為人民幣262億元及人民幣297億元。

資本開支

	截至以下日期止三個月	
	2022年 3月31日	2021年 12月31日
	(人民幣百萬元)	
資本開支	1,321.4	2,010.3
長期投資的支出 ⁽¹⁾	3,168.2	2,592.2
總計	<u>4,489.6</u>	<u>4,602.5</u>

附註：

(1) 長期投資的支出主要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3月31日，除財務擔保合約外，我們並無訂立任何資產負債表外安排。

重大投資及資本資產之未來計劃

截至2022年3月31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3月31日，小米共投資超過400家公司，總賬面價值人民幣591億元，同比增長13.9%。2022年第一季度，我們自處置投資錄得稅後淨收益人民幣1億元。截至2022年3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3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的長期投資的賬面價值)為人民幣622億元。

截至2022年3月31日止三個月，本集團並無作出或持有任何重大投資(包括截至2022年3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

截至2022年3月31日止三個月，我們並無任何重大收購及出售附屬公司及聯屬公司。

僱員及薪酬政策

截至2022年3月31日，我們擁有33,793名全職僱員，其中31,165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。我們預期會繼續在中國大陸及全球主要目標市場增聘人手。截至2022年3月31日，我們的研發人員合共15,002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3月31日，18,861名僱員持有以股份為基礎的獎勵。2022年第一季度，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39億元，較2021年第四季度增加13.3%。

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，從海外業務夥伴收取外幣或向海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3月31日，我們抵押受限制存款人民幣35億元，而截至2021年12月31日為人民幣43億元。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3月31日及2021年12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。

財務資料

簡明合併損益表

截至2022年3月31日止三個月
(以人民幣元(「人民幣」)列示)

	附註	未經審核	
		截至3月31日止三個月	
		2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
收入	2	73,351,502	76,882,163
銷售成本	2、3	<u>(60,641,756)</u>	<u>(62,720,932)</u>
毛利		12,709,746	14,161,231
研發開支	3	(3,494,539)	(3,011,991)
銷售及推廣開支	3	(5,256,184)	(4,163,475)
行政開支	3	(1,244,573)	(987,652)
按公允價值計入損益之投資公允價值變動	4	(3,550,255)	2,063,207
分佔按權益法入賬之投資(虧損)/收益淨額		(201,332)	8,989
其他收入		164,927	152,053
其他虧損淨額		<u>(39,053)</u>	<u>(64,699)</u>
經營(虧損)/利潤		(911,263)	8,157,663
財務收入		265,702	275,208
財務成本		<u>229,631</u>	<u>634,009</u>
除所得稅前(虧損)/利潤		(415,930)	9,066,880
所得稅費用		<u>(114,624)</u>	<u>(1,277,973)</u>
期間(虧損)/利潤		<u>(530,554)</u>	<u>7,788,907</u>
下列人士應佔：			
— 本公司擁有人		(587,600)	7,792,889
— 非控股權益		<u>57,046</u>	<u>(3,982)</u>
		<u>(530,554)</u>	<u>7,788,907</u>
每股(虧損)/盈利(以每股人民幣元列示)：			
基本		<u>(0.02)</u>	<u>0.31</u>
攤薄		<u>(0.02)</u>	<u>0.30</u>

簡明合併綜合收益表
截至2022年3月31日止三個月
(以人民幣元列示)

	未經審核	
	截至3月31日止三個月	
附註	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
期間(虧損)/利潤	(530,554)	7,788,907
其他綜合(虧損)/收益：		
<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虧損	(21,096)	(55,217)
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)/收益淨額	(3,175)	3,715
匯兌差額	(62,344)	97,164
<u>隨後不會重新分類至損益之項目</u>		
匯兌差額	(176,408)	358,708
期間其他綜合(虧損)/收益(扣除稅項)	(263,023)	404,370
期間綜合(虧損)/收益總額	(793,577)	8,193,277
下列人士應佔：		
— 本公司擁有人	(848,799)	8,196,150
— 非控股權益	55,222	(2,873)
	(793,577)	8,193,277

簡明合併資產負債表
於2022年3月31日
(以人民幣元列示)

	附註	未經審核 於2022年 3月31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		7,223,932	6,964,621
無形資產		5,293,058	5,579,159
按權益法入賬之投資		10,026,620	10,230,751
按公允價值計入損益之長期投資	4	49,122,848	50,113,702
遞延所得稅資產		1,915,059	1,661,947
長期銀行存款		15,862,841	16,195,419
按攤餘成本計量之長期投資	4	372,008	351,362
其他非流動資產		15,967,939	15,943,508
		<u>105,784,305</u>	<u>107,040,469</u>
流動資產			
存貨	6	56,144,700	52,397,946
貿易應收款項	5	17,239,735	17,985,503
應收貸款		5,245,380	5,109,034
預付款項及其他應收款項		25,514,715	19,851,884
按公允價值計入其他綜合收益之應收票據		267,201	14,033
按公允價值計入其他綜合收益之短期投資	4	649,788	710,865
按攤餘成本計量之短期投資	4	635,415	1,597,919
按公允價值計入損益之短期投資	4	17,695,319	29,311,848
短期銀行存款		22,543,790	31,041,129
受限制現金		3,547,123	4,319,661
現金及現金等價物		34,714,164	23,511,579
		<u>184,197,330</u>	<u>185,851,401</u>
資產總額		<u><u>289,981,635</u></u>	<u><u>292,891,870</u></u>

	附註	未經審核 於2022年 3月31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		407	407
儲備		<u>136,374,851</u>	<u>137,212,499</u>
		<u>136,375,258</u>	<u>137,212,906</u>
非控股權益		<u>273,479</u>	<u>219,590</u>
權益總額		<u><u>136,648,737</u></u>	<u><u>137,432,496</u></u>
負債			
非流動負債			
借款	7	20,492,213	20,719,790
遞延所得稅負債		808,986	1,202,717
保修撥備		1,100,512	895,747
其他非流動負債		<u>16,901,581</u>	<u>16,913,649</u>
		<u>39,303,292</u>	<u>39,731,903</u>
流動負債			
貿易應付款項	8	74,874,543	74,643,005
其他應付款項及應計費用		15,895,565	20,224,499
客戶預付款		8,473,168	9,289,177
借款	7	9,221,716	5,527,050
所得稅負債		2,093,396	2,335,124
保修撥備		<u>3,471,218</u>	<u>3,708,616</u>
		<u>114,029,606</u>	<u>115,727,471</u>
負債總額		<u><u>153,332,898</u></u>	<u><u>155,459,374</u></u>
權益及負債總額		<u><u>289,981,635</u></u>	<u><u>292,891,870</u></u>

簡明合併現金流量表
截至2022年3月31日止三個月
(以人民幣元列示)

	未經審核	
	截至3月31日止三個月	
	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	(8,680,606)	1,453,986
投資活動所得／(所用)現金淨額	17,569,436	(25,546,673)
融資活動所得現金淨額	<u>2,351,588</u>	<u>3,583,567</u>
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	11,240,418	(20,509,120)
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	<u>(37,833)</u>	<u>36,183</u>
期末現金及現金等價物	<u><u>34,714,164</u></u>	<u><u>34,279,506</u></u>

1 編製基準

簡明合併中期財務資料包括於2022年3月31日的簡明合併資產負債表、截至該日止三個月的簡明合併損益表、簡明合併綜合收益表、簡明合併權益變動表及簡明合併現金流量表，以及主要會計政策概要和其他解釋附註（「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」）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，惟採用對本集團業績及財務狀況概無重大影響的若干經修訂標準除外。

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。主要經營決策者由本公司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3月31日止三個月，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3月31日止三個月的分部業績如下：

	截至2022年3月31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	45,762,689	19,477,357	7,112,481	998,975	73,351,502
銷售成本	(41,240,598)	(16,435,379)	(2,078,351)	(887,428)	(60,641,756)
毛利	4,522,091	3,041,978	5,034,130	111,547	12,709,746

	截至2021年3月31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	51,490,983	18,243,267	6,570,848	577,065	76,882,163
銷售成本	(44,857,384)	(15,590,732)	(1,816,119)	(456,697)	(62,720,932)
毛利	6,633,599	2,652,535	4,754,729	120,368	14,161,231

截至2022年及2021年3月31日止三個月，有關總收入的地區資料如下：

	截至3月31日止三個月			
	2022年		2021年	
	人民幣千元 (未經審核)	%	人民幣千元 (未經審核)	%
中國大陸	35,889,645	48.9	39,473,714	51.3
全球其他地區(附註(a))	37,461,857	51.1	37,408,449	48.7
	<u>73,351,502</u>		<u>76,882,163</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3月31日止三個月	
	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	55,276,704	59,162,724
存貨減值撥備	1,531,196	317,118
僱員福利開支	3,895,114	3,383,311
物業及設備、使用權資產及投資物業折舊	544,464	359,695
無形資產攤銷	333,969	297,635
宣傳及廣告開支	1,674,737	1,132,661
向遊戲開發商及視頻供應商支付的内容費	799,881	683,452
應收貸款信貸虧損撥備	20,696	58,553
諮詢及專業服務費	332,352	287,555
雲服務、帶寬及服務器託管費	591,874	573,782
保修開支	1,091,711	1,072,526

4 投資

	2022年3月31日 人民幣千元 (未經審核)	2021年12月31日 人民幣千元 (經審核)
流動資產		
按以下各項計量之短期投資		
— 攤餘成本	635,415	1,597,919
— 按公允價值計入其他綜合收益	649,788	710,865
— 按公允價值計入損益	17,695,319	29,311,848
	<u>18,980,522</u>	<u>31,620,632</u>
非流動資產		
按攤餘成本計量之長期投資	372,008	351,362
按公允價值計入損益之長期投資		
— 普通股投資	18,992,617	22,755,228
— 優先股投資	25,660,620	25,108,840
— 其他投資	4,469,611	2,249,634
	<u>49,494,856</u>	<u>50,465,064</u>

按公允價值計入損益之投資於損益確認的金額

	截至3月31日止三個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
權益投資公允價值變動	(3,690,754)	900,805
優先股投資公允價值變動	11,810	949,527
按公允價值計入損益之短期投資公允價值變動	120,596	212,875
其他投資公允價值變動	8,093	—
	<u>(3,550,255)</u>	<u>2,063,207</u>

5 貿易應收款項

本集團通常給予客戶不超過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：

	2022年3月31日 人民幣千元 (未經審核)	2021年12月31日 人民幣千元 (經審核)
貿易應收款項		
三個月內	12,466,553	15,740,356
三至六個月內	4,070,022	1,477,059
六個月至一年	358,526	652,701
一至兩年	405,278	184,058
兩年以上	107,464	95,306
	<u>17,407,843</u>	<u>18,149,480</u>
減：信貸虧損撥備	<u>(168,108)</u>	<u>(163,977)</u>
	<u>17,239,735</u>	<u>17,985,503</u>

6 存貨

	2022年3月31日 人民幣千元 (未經審核)	2021年12月31日 人民幣千元 (經審核)
原材料	19,840,913	19,314,001
製成品	26,603,040	23,934,395
在製品	4,778,343	4,627,210
備品備件	4,621,093	3,896,430
其他	2,040,351	1,957,057
	<u>57,883,740</u>	<u>53,729,093</u>
減：減值撥備	<u>(1,739,040)</u>	<u>(1,331,147)</u>
	<u>56,144,700</u>	<u>52,397,946</u>

7 借款

	2022年3月31日 人民幣千元 (未經審核)	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	1,377,934	1,576,761
無抵押借款	14,945,679	15,004,487
可轉換債券	4,168,600	4,138,542
	<u>20,492,213</u>	<u>20,719,790</u>
計入流動負債		
有抵押借款	651,745	507,217
無抵押借款	8,569,971	5,019,833
	<u>9,221,716</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3月31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：

	2022年3月31日 人民幣千元 (未經審核)	2021年12月31日 人民幣千元 (經審核)
三個月內	69,929,383	70,187,231
三至六個月	1,933,469	2,526,217
六個月至一年	2,196,780	1,343,318
一至兩年	678,612	490,484
兩年以上	136,299	95,755
	<u>74,874,543</u>	<u>74,643,005</u>

9 或有事項

2021年12月21日，印度所得稅部門（「**所得稅部門**」）對包括小米印度在內的手機製造公司遵守相關所得稅法規的情況開展調查。截至本公告發佈日期，由於對小米印度的調查仍在進行中，本集團尚未收到有關所得稅部門調查結果的任何通知。因此，目前無法確定任何結果（如有）的影響。因此，截至2021年12月31日及2022年3月31日，本集團並無就該調查的潛在或有損失計提任何撥備。

2022年1月5日，印度稅務情報局（「**稅務情報局**」）向小米印度發出通知（「**通知**」），要求追繳2017年4月1日至2020年6月30日期間所欠65.3億盧比（相當於約人民幣5.60億元）的關稅。2022年4月，小米印度接稅務情報局通知推遲提交就稅務情報局的通知作出的回應。基於外部專業意見，管理層評估並認為，因通知而導致重大資源流出的可能性低。因此，截至2021年12月31日及2022年3月31日，本集團並無就該事項的潛在或有損失計提任何撥備。

印度執法局（「**執法局**」）就小米印度向獨立第三方及集團內關聯方的許可費匯款發起調查。2022年4月29日，執法局向小米印度發出指令並凍結555.1億盧比（相當於人民幣48億元）（「**指令**」），指控該匯款缺乏商業實質，小米印度違反印度外匯管理法（「**外匯管理法**」）第4條。本集團已向某印度高等法院提起訴訟，該法院於2022年5月5日裁定暫停執行指令至2022年5月12日，隨後於2022年5月12日裁定暫停至2022年5月23日，本集團將於2022年5月23日及以後繼續通過訴訟維護權利。管理層及法律顧問評估並認為，小米印度支付的許可費具有商業理由，且許可費金額乃根據商業條款釐定。因此，管理層認為，小米印度的許可費匯款完全符合印度法律，因指令而導致重大資源流出的可能性低。截至2022年3月31日，本集團並無就該事項的潛在或有損失計提任何撥備。

除上文所述事項外，本集團在日常業務過程中不時涉及各類申索、訴訟及法律程序。儘管本集團根據目前所獲資料預計該等法律程序的結果（個別或整體而言）不會對財務狀況或經營業績造成重大不利影響，但法律程序結果難以預料。因此，本集團可能會面對索賠裁決或與索賠方達成和解，繼而對本集團特定期間的經營業績或現金流量造成不利影響。於2021年12月31日及2022年3月31日，本集團並無計提任何重大撥備。

其他資料

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至2022年3月31日止三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」），總代價約為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	14,295,000	18.64	17.70	261,322,614
3月	35,209,000	14.60	13.46	498,281,463
4月	<u>37,744,000</u>	13.82	12.26	<u>498,768,037</u>
總計	<u>87,248,000</u>			<u>1,258,372,114</u>

截至本公告日期，註銷於2022年1月所購回股份後，已發行B類股份數目因註銷而減少14,295,000股，所有於2022年3月及2022年4月所購回股份正在註銷過程。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。

除上文所披露者外，本公司及其任何附屬公司截至2022年3月31日止三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，本公司截至2022年3月31日止三個月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2022年3月31日止三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

本公司於2022年3月31日並無涉及任何重大訴訟或仲裁，且就董事所知，亦並無任何未決或針對本公司的重大訴訟或申索。

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年債券及綠色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。

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3月31日後的事項

除本公告所披露者外，2022年3月31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。

承董事會命
小米集團
董事長
雷軍

香港，2022年5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。