

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9月30日止三個月及九個月之業績公告

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9月30日止三個月及九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 9月30日	2021年 9月30日	同比變動	2022年 6月30日	環比變動
收入	70,474.3	78,062.9	-9.7%	70,170.9	0.4%
毛利	11,721.9	14,292.3	-18.0%	11,768.1	-0.4%
經營(虧損)/利潤	(1,361.1)	2,729.8	不適用	1,733.2	不適用
除所得稅前(虧損)/利潤	(1,190.8)	1,787.2	不適用	1,737.0	不適用
期間(虧損)/利潤	(1,474.0)	788.6	不適用	1,365.4	不適用
非國際財務報告準則計量： 經調整淨利潤	2,117.3	5,175.6	-59.1%	2,081.3	1.7%

	未經審核		
	截至以下日期止九個月		
	2022年 9月30日	2021年 9月30日	同比變動
	(人民幣百萬元，除非另有說明)		
收入	213,996.6	242,734.0	-11.8%
毛利	36,199.6	43,601.5	-17.0%
經營(虧損)/利潤	(539.2)	21,613.1	不適用
除所得稅前利潤	130.2	20,532.5	-99.4%
期間(虧損)/利潤	(639.1)	16,840.7	不適用
非國際財務報告準則計量：			
經調整淨利潤	7,057.1	17,566.4	-59.8%

業務回顧及展望

1. 整體表現

2022年第三季度，儘管持續受到全球宏觀經濟環境的影響，我們仍堅定推進集團各項既定戰略，提升經營效率，各業務持續保持韌性。2022年第三季度，小米集團總收入達到人民幣705億元。我們在不斷鞏固「手機×AIoT」核心戰略的同時，積極投資智能電動汽車等創新業務的發展，2022年第三季度，經調整淨利潤為人民幣21億元，其中包含智能電動汽車等創新業務費用為人民幣829百萬元。

我們堅持「手機×AIoT」的核心戰略。2022年第三季度，小米全球智能手機出貨量為40.2百萬台，連續兩個季度實現出貨量環比提升。根據Canalys數據，本季度小米全球智能手機出貨量排名第三，市佔率為13.6%。我們的全球智能手機用戶規模穩健增長。2022年9月，全球及中國大陸的MIUI月活躍用戶數再創歷史新高。其中，全球MIUI月活躍用戶數達到563.9百萬，同比增長78.1百萬；中國大陸MIUI月活躍用戶數達到141.4百萬，同比增長14.1百萬，並連續八個季度實現用戶增長。截至2022年9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558.3百萬，同比增長39.5%。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10.9百萬，同比增長35.4%。

我們堅持以技術立業，積極投資於研發技術，夯實核心競爭力。2022年第三季度，我們的研發支出達到人民幣41億元，同比增長25.7%。同時，我們持續吸引優秀技術人才，截至2022年9月30日，研發人員在員工總數中佔比達到約48%。2022年10月，小米入選波士頓諮詢(BCG)評選的「2022年全球最具創新力公司50強」。

我們堅定不移地執行高端化戰略，高端產品獲得用戶廣泛認可。2022年第三季度，我們在中國大陸地區發佈的*Xiaomi 12S Ultra*和*Xiaomi MIX Fold 2*收穫用戶廣泛好評，在京東平台上好評率分別達到98.5%和99.6%¹。2022年第三季度，在中國大陸地區，我們定價在人民幣3,000元及以上的智能手機出貨量同比增長約14%，智能手機平均銷售單價（「ASP」）同比增長約9%。

2022年第三季度，儘管我們的線下經營受到中國大陸地區疫情反覆的影響，部分線下門店在疫情期間短暫閉店，但我們的新零售佈局持續穩定發展。在2022年雙十一購物節期間，我們全渠道累計支付金額（「GMV」）超人民幣170億元，包攬了天貓、京東、拼多多和抖音各平台安卓手機品牌銷量及銷售額第一。同時，我們在線下渠道持續提升運營效率，雙十一購物節期間，線下零售店GMV同比提升約12%，我們的線上線下融合業務²累計GMV達到人民幣1.9億元。

我們持續深耕全球佈局。2022年第三季度，我們的境外市場收入為人民幣356億元，佔總收入的50.5%。根據Canalys數據，2022年第三季度，我們在全球52個國家和地區智能手機出貨量排名前三，在全球64個國家和地區出貨量排名前五，並在歐洲、拉美、中東等區域均實現市場份額同比提升。此外，本季度我們的境外互聯網服務收入達到人民幣17億元，創單季度歷史新高，在整體互聯網服務收入中佔比提升至歷史新高的24.2%。

2. 智能手機

2022年第三季度，全球宏觀經濟波動持續擾動整體智能手機市場需求。儘管如此，本季度我們的智能手機業務收入為人民幣425億元，環比增長0.6%，全球智能手機出貨量為40.2百萬台，環比增長2.8%，儘管市場環境承壓，但連續兩個季度出貨量環比提升。根據Canalys數據，2022年第三季度，我們全球智能手機出貨量排名第三，市佔率為13.6%。

我們持續推進雙品牌策略。Xiaomi品牌方面，我們在2022年9月在中國大陸地區推出了*Xiaomi Civi 2*，首次搭載超清前置雙主攝3200萬鏡頭，帶來更加自然真實、畫面層次豐富的自拍效果。同時，我們持續完善高端產品佈局。我們的*Xiaomi 12S Ultra*深受攝影愛好者好評，折疊屏手機*Xiaomi MIX Fold 2*也持續吸引更多商務人群。此外，我們不斷探索移動影像技術，2022年11月，我們發佈了*Xiaomi 12S Ultra*概念機，可將徠卡M系列專業相機鏡頭安裝在手機上，成為一款專業影像設備。

¹ 截至2022年10月19日，小米京東自營旗艦店數據。

² 包括與京東到家、美團、餓了麼合作的即時送達業務，以及小米企微雲店的門店閃送及到店自取業務。

Redmi品牌方面，我們秉承著高端產品大眾化的理念，在2022年10月推出了Redmi Note 12系列³。其中，Redmi Note 12 Pro+搭載2億像素超清OIS光學防抖鏡頭，並提供了多款傳統膠片相機畫面，為用戶帶來極致超清兼具質感的影像體驗。此外，Redmi Note 12探索版在快充技術上取得突破性成果，自研210W安全秒充方案，僅需9分鐘即可從0%充電至100%，實現智能手機行業內最快速充電速度，引領行業科技進步。Redmi Note 12系列首銷1小時訂單量即突破35萬台。

我們在境外市場持續深耕，在歐洲、拉美、中東等區域實現智能手機市場份額同比提升。根據Canalys數據，2022年第三季度，我們在歐洲地區智能手機出貨量市佔率為23.3%，同比提升1.8個百分點，排名第二。其中，我們在西班牙的智能手機市佔率排名第一，在法國、意大利排名環比上升至第二，在德國繼續保持第三。在中東地區，我們的智能手機出貨量市佔率達17.6%，同比提升1.3個百分點，排名穩居第二。同時，我們在新興市場保持穩健發展，在拉美及非洲市場均排名第三，智能手機市場份額分別為15.0%和6.0%。

我們不斷深化境外運營商市場的渠道建設。根據Canalys數據，2022年第三季度，我們在歐洲地區運營商渠道市場份額為19.9%，同比增長1.7個百分點。我們在拉丁美洲地區運營商渠道市場份額為16.0%，同比增長1.5個百分點。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。

3. IoT與生活消費產品

2022年第三季度，我們的IoT與生活消費產品收入為人民幣191億元，環比下滑3.8%。我們持續優化產品結構，智能大家電、平板等產品收入同比繼續實現顯著增長。

2022年第三季度，我們的智能電視全球出貨量逆勢增長，達到3.3百萬台，同比增長9.3%。我們不斷拓展電視銷售的增量市場，在除印度之外的境外市場，本季度我們的智能電視出貨量同比增長超過40%。同時，我們繼續豐富大屏電視產品，在2022年10月推出了Redmi智能電視X86 86英寸，具備4K超清畫質和10億色原彩顯示，提供了出色的影音體驗。

³ 包括Redmi Note 12 5G、Redmi Note 12潮流版、Redmi Note 12探索版、Redmi Note 12 Pro和Redmi Note 12 Pro+。

我們持續豐富智能家電產品，為用戶提供更加便捷、舒適和健康的智能生活。本季度我們的智能大家電品類(空調、冰箱、洗衣機)繼續保持強勁的增長趨勢，收入同比大增超70%，再創歷史新高。其中，我們的空調產品出貨量超過100萬台，同比增長超70%；我們的冰箱產品出貨量超過34萬台，同比增長超150%。本季度我們的洗衣機產品出貨量超24萬台，並於2022年10月推出了米家洗烘一體機12kg，為用戶帶來超大容量的健康洗烘功能。

在辦公和娛樂場景領域，2022年10月，我們推出了360°可翻轉形態筆記本*Xiaomi Book Air 13*，全新翻轉本形態滿足用戶的多場景需求。今年10月，我們也推出了Redmi品牌首款平板產品*Redmi Pad*，搭配90Hz高刷、低藍光護眼屏幕，在入門級平板上全面升級了產品的視覺體驗，進一步夯實平板業務增長勢能。

我們致力於提升可穿戴產品與智能手機的互聯互通性能。2022年8月，我們推出的高端可穿戴產品TWS耳機*Xiaomi Buds 4 Pro*和智能手錶*Xiaomi Watch S1 Pro*，連接用戶中超過50%來自於我們的高端手機產品用戶⁴。

我們在IoT產品組合中持續探索科技創新體驗，本季度推出了米家戶外電源1000Pro和米家太陽能板100W兩款生態鏈新品，其中米家太陽能板100W可實現追光補能，具備可折疊的便攜式設計，搭配1,022Wh大容量電芯和1,800W高輸出功率的米家戶外電源1000Pro使用，可滿足戶外、家庭應急等多種場景的用電需求。

4. 互聯網服務

我們持續積累用戶並優化商業化能力，儘管中國大陸等市場環境持續承壓，我們的互聯網業務依然表現穩健。2022年第三季度，我們的互聯網服務收入為人民幣71億元，環比提升1.4%。

本季度，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9月，全球MIUI月活躍用戶數為563.9百萬，中國大陸MIUI月活躍用戶數為141.4百萬。2022年第三季度，我們全球淨新增MIUI月活躍用戶數達到17.0百萬，中國大陸淨新增月活躍用戶數1.2百萬。其中，中國大陸MIUI月活躍用戶數連續八個季度實現用戶增長。

⁴ 基於未去重的內部統計數據，自2022年8月11日發售至2022年10月31日；高端手機產品定義為中國大陸地區定價在人民幣3,000元及以上的機型。

本季度，我們的境外互聯網業務繼續保持穩健增長。2022年第三季度，境外互聯網業務收入達到人民幣17億元，創單季度歷史新高，收入同比增長17.2%，在整體互聯網服務收入中佔比提升至歷史新高的24.2%。我們持續創新多元內容服務，在境外地區我們推出的鎖屏畫報服務日活躍用戶數（「DAU」）已超過1億，為我們帶來增量收入。

2022年第三季度，我們的廣告業務收入為人民幣47億元，環比提升2.9%。其中，在中國大陸地區，預裝廣告收入繼續受到手機出貨量同比下降的影響，但廣告客群多元化及變現效率提升驅動我們效果及品牌廣告收入實現環比增長。

2022年第三季度，根據伽馬數據(CNG)，中國大陸移動遊戲市場大盤銷售收入同比下滑約25%。我們的遊戲業務收入達到人民幣10億元，同比增長1.8%，繼續保持逆勢增長，主要得益於我們遊戲活躍用戶增長及用戶黏性增強，同時付費用戶滲透率也不斷提升。

本季度，我們的電視互聯網業務保持健康發展。2022年9月，小米智能電視⁵全球月活躍用戶數超54百萬，創歷史新高。本季度，在中國大陸地區，我們的電視互聯網服務收入創歷史新高，在中國大陸互聯網服務總收入中佔比進一步增長至超過15%。2022年第三季度，我們的電視互聯網付費會員數為5.5百萬，得益於中國大陸地區內容供給有所恢復，以及我們積極優化內容運營，電視增值服務的每付費會員平均收入（「ARPPU」）同環比均提升。

5. 策略更新

手機 × AIoT

我們持續推進「手機 × AIoT」戰略。截至2022年9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558.3百萬，同比增長39.5%；擁有五件及以上連接至我們AIoT平台的設備（不包括智能手機、平板及筆記本電腦）用戶數達到10.9百萬，同比增長35.4%。2022年9月，人工智能助理「小愛同學」月活躍用戶數同比增長9.0%，達到114.6百萬；2022年9月，米家App的月活躍用戶數同比增長20.9%，達到72.4百萬。

⁵ 含小米盒子、小米電視棒。

新零售

截至2022年9月30日，我們在中國大陸地區的線下零售店數量約為10,600家。2022年第三季度，儘管我們的線下經營受到中國大陸地區疫情反覆的影響，部分線下門店在疫情期間短暫閉店，但我們積極應對，拓展線下渠道業務增量，與合作夥伴建立密切合作，提升配送效率及用戶體驗。2022年9月，我們與京東到家、美團等合作的線上線下融合業務，佔我們中國大陸地區專賣店線下渠道GMV約7%。2022年雙十一購物節期間，我們線下零售店GMV同比提升12%，線上線下融合業務累計GMV達到人民幣1.9億元。

企業社會責任

我們積極推動企業可持續發展。2022年8月，福布斯中國首次發佈了《中國ESG 50》報告，表彰在環境、社會和公司治理方面堅持最佳實踐的企業，並將小米集團列入2022中國ESG 50名單。2022年10月，小米集團連續第二年入選「福布斯全球最佳僱主」，體現了對我們人才發展路徑、社會責任等方面的認可。

我們高度重視企業社會責任，在扶危濟困方面，2022年8月，北京小米公益基金會向重慶市北碚區慈善會捐贈10萬元人民幣，支援當地山火撲救及相關應急物資採購。2022年9月，北京小米公益基金會向四川省慈善聯合總會捐贈100萬元人民幣，支援四川甘孜地震受災地區災後重建。2022年9月，香港小米基金會向聯合國難民署捐贈10萬美元，支持聯合國難民署在巴基斯坦洪水受災地區的援助工作。

此外，小米參與在馬來西亞、泰國、越南和新加坡等國家促進教育平等的相關項目，捐贈了小米液晶寫字板等產品，為當地諸多學生提供數字化教育設備。2022年10月，小米攜手《國家地理》中文版，共同啟動公共教育項目「探索瞬間」，旨在激勵全球青少年全面了解、欣賞和關注地球及周邊世界，利用創新科技，激發無限創造潛能。

管理層討論及分析

2022年第三季度與2021年第三季度比較

下表載列2022年第三季度與2021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 9月30日	2021年 9月30日
	(人民幣百萬元)	
收入	70,474.3	78,062.9
銷售成本	(58,752.4)	(63,770.6)
毛利	11,721.9	14,292.3
研發開支	(4,069.8)	(3,237.7)
銷售及推廣開支	(4,882.6)	(4,882.3)
行政開支	(1,255.4)	(1,274.6)
按公允價值計入損益之投資公允價值變動	(2,390.9)	(1,975.6)
分佔按權益法入賬之投資(虧損)/收益淨額	(265.0)	45.1
其他收入	195.7	234.9
其他虧損淨額	(415.0)	(472.3)
經營(虧損)/利潤	(1,361.1)	2,729.8
財務收入/(成本)淨額	170.3	(942.6)
除所得稅前(虧損)/利潤	(1,190.8)	1,787.2
所得稅費用	(283.2)	(998.6)
期間(虧損)/利潤	(1,474.0)	788.6
非國際財務報告準則計量：經調整淨利潤	2,117.3	5,175.6

收入

2022年第三季度的收入由2021年第三季度的人民幣781億元減少9.7%至人民幣705億元。下表載列2022年第三季度及2021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		2021年9月30日	
	2022年9月30日		2021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	42,514.2	60.3%	47,824.9	61.3%
IoT與生活消費產品	19,058.6	27.0%	20,935.6	26.8%
互聯網服務	7,066.6	10.0%	7,337.9	9.4%
其他	1,834.9	2.7%	1,964.5	2.5%
總收入	<u>70,474.3</u>	<u>100.0%</u>	<u>78,062.9</u>	<u>100.0%</u>

智能手機

智能手機分部收入由2021年第三季度的人民幣478億元減少11.1%至2022年第三季度的人民幣425億元，主要是由於智能手機出貨量及ASP均有所下降。智能手機出貨量由2021年第三季度的43.9百萬台減少8.4%至2022年第三季度的40.2百萬台，主要是由於全球宏觀經濟環境的影響。智能手機的ASP由2021年第三季度的每部人民幣1,090.5元減少3.0%至2022年第三季度的每部人民幣1,058.2元。ASP減少主要是由於本季度境外市場增強了促銷力度，部分被2022年第三季度中國大陸推出高端智能手機所抵銷。

IoT與生活消費產品

IoT與生活消費產品分部收入由2021年第三季度的人民幣209億元減少9.0%至2022年第三季度的人民幣191億元，主要是由於全球宏觀經濟環境的影響下若干IoT產品的需求減弱，導致境外市場銷售額減少，部分被我們中國大陸的智能大家電品類收入增加所抵銷。我們的智能大家電品類(包括智能空調、冰箱及洗衣機)收入保持強勁發展勢頭，收入同比增長超過70%。智能電視及筆記本電腦的收入由2021年第三季度的人民幣71億元減少18.5%至2022年第三季度的人民幣58億元，主要是由於核心零部件(如顯示面板)價格下降導致智能電視的ASP下降，惟部分被出貨量增加所抵銷。

互聯網服務

互聯網服務分部收入由2021年第三季度的人民幣73億元減少3.7%至2022年第三季度的人民幣71億元，主要是由於金融科技及廣告業務收入減少，惟部分被電視增值服務收入增加所抵銷。雖然中國大陸地區預裝廣告收入繼續受到智能手機出貨量同比下降的影響，但我們的境外廣告收入仍保持穩健增長。我們的MIUI月活躍用戶由2021年9月的485.9百萬增加16.1%至2022年9月的563.9百萬。

其他

其他收入由2021年第三季度的人民幣20億元減少6.6%至2022年第三季度的人民幣18億元。

銷售成本

我們的銷售成本由2021年第三季度的人民幣638億元減少7.9%至2022年第三季度的人民幣588億元。下表載列2022年第三季度及2021年第三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9月30日	
	2022年9月30日		2021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	38,730.4	55.0%	41,708.8	53.4%
IoT與生活消費產品	16,488.4	23.4%	18,509.7	23.7%
互聯網服務	1,974.7	2.8%	1,940.6	2.5%
其他	1,558.9	2.2%	1,611.5	2.1%
總銷售成本	<u>58,752.4</u>	<u>83.4%</u>	<u>63,770.6</u>	<u>81.7%</u>

智能手機

智能手機分部銷售成本由2021年第三季度的人民幣417億元減少7.1%至2022年第三季度的人民幣387億元，主要是由於智能手機銷售額減少以及存貨減值撥備增加的影響所致。

IoT與生活消費產品

IoT與生活消費產品分部銷售成本由2021年第三季度的人民幣185億元減少10.9%至2022年第三季度的人民幣165億元，主要是由於IoT與生活消費產品銷售額減少及核心零部件(如顯示面板)價格下降所致。

互聯網服務

互聯網服務分部銷售成本由2021年第三季度的人民幣19億元增加1.8%至2022年第三季度的人民幣20億元，主要是由於廣告業務成本增加所致。

其他

其他分部銷售成本由2021年第三季度的人民幣1,611.5百萬元減少3.3%至2022年第三季度的人民幣1,558.9百萬元。

毛利及毛利率

基於上文所述，毛利由2021年第三季度的人民幣143億元減少18.0%至2022年第三季度的人民幣117億元，同時毛利率由2021年第三季度的18.3%下降至2022年第三季度的16.6%。

智能手機分部毛利率由2021年第三季度的12.8%下降至2022年第三季度的8.9%，主要是由於本季度境外市場增強了促銷力度，以及存貨減值撥備增加的影響所致。

IoT與生活消費產品分部毛利率由2021年第三季度的11.6%升至2022年第三季度的13.5%，主要是由於智能大家電的毛利率上升，以及由於核心零部件價格下降帶來智能電視的毛利率提升所致。

互聯網服務分部毛利率由2021年第三季度的73.6%下降至2022年第三季度的72.1%，主要是由於廣告及金融科技業務毛利率下降所致。

研發開支

研發開支由2021年第三季度的人民幣32億元增加25.7%至2022年第三季度的人民幣41億元，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

2022年第三季度的銷售及推廣開支為人民幣49億元，與2021年第三季度相比保持穩定。宣傳與廣告開支由2021年第三季度的人民幣16億元減少9.9%至2022年第三季度的人民幣14億元，主要是由於推廣開支減少所致。

行政開支

行政開支由2021年第三季度的人民幣1,274.6百萬元減少1.5%至2022年第三季度的人民幣1,255.4百萬元，主要是由於專業服務費用減少所致。

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年第三季度虧損人民幣20億元增加21.0%至2022年第三季度的虧損人民幣24億元，主要是由於2022年第三季度的優先股投資之公允價值虧損。

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年第三季度的淨收益人民幣45.1百萬元變動至2022年第三季度的淨虧損人民幣265.0百萬元，主要是由於2022年第三季度應佔若干被投資公司的虧損所致。

其他收入

其他收入由2021年第三季度的人民幣234.9百萬元減少16.7%至2022年第三季度的人民幣195.7百萬元。

其他虧損淨額

其他虧損淨額由2021年第三季度的人民幣472.3百萬元減少12.1%至2022年第三季度的人民幣415.0百萬元，主要是由於2021年第三季度收購Zimi International Incorporation (「Zimi」)，惟部分被2022年第三季度按權益法入賬之投資減值撥備及外匯虧損所抵銷。

財務收入／(成本)淨額

財務收入／(成本)淨額由2021年第三季度的成本淨額人民幣942.6百萬元變動至2022年第三季度的收入淨額人民幣170.3百萬元，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

我們的所得稅費用從2021年第三季度的人民幣998.6百萬元減少71.6%至2022年第三季度的人民幣283.2百萬元，主要是由於2022年第三季度營業利潤下降所致。

期間(虧損)／利潤

基於上文所述，2022年第三季度，我們錄得虧損人民幣15億元，而2021年第三季度錄得利潤人民幣8億元。

經調整淨利潤

我們的經調整淨利潤從2021年第三季度的人民幣52億元減少59.1%至2022年第三季度的人民幣21億元。

2022年第三季度與2022年第二季度比較

下表載列2022年第三季度與2022年第二季度的比較數字：

	未經審核	
	截至以下日期止三個月	
	2022年 9月30日	2022年 6月30日
	(人民幣百萬元)	
收入	70,474.3	70,170.9
銷售成本	(58,752.4)	(58,402.8)
毛利	11,721.9	11,768.1
研發開支	(4,069.8)	(3,763.4)
銷售及推廣開支	(4,882.6)	(5,332.2)
行政開支	(1,255.4)	(1,315.4)
按公允價值計入損益之投資公允價值變動	(2,390.9)	513.6
分佔按權益法入賬之投資(虧損)/收益淨額	(265.0)	62.7
其他收入	195.7	186.2
其他虧損淨額	(415.0)	(386.4)
經營(虧損)/利潤	(1,361.1)	1,733.2
財務收入淨額	170.3	3.8
除所得稅前(虧損)/利潤	(1,190.8)	1,737.0
所得稅費用	(283.2)	(371.6)
期間(虧損)/利潤	(1,474.0)	1,365.4
非國際財務報告準則計量：經調整淨利潤	2,117.3	2,081.3

收入

我們的收入從2022年第二季度的人民幣702億元增加0.4%至2022年第三季度的人民幣705億元。下表載列2022年第三季度及2022年第二季度按業務劃分的收入。

	未經審核			
	截至以下日期止三個月		2022年6月30日	
	2022年9月30日		2022年6月30日	
	金額	佔總收入 百分比	金額	佔總收入 百分比
	(人民幣百萬元，除非另有說明)			
智能手機	42,514.2	60.3%	42,268.1	60.2%
IoT與生活消費產品	19,058.6	27.0%	19,811.6	28.2%
互聯網服務	7,066.6	10.0%	6,971.1	9.9%
其他	1,834.9	2.7%	1,120.1	1.7%
總收入	<u>70,474.3</u>	<u>100.0%</u>	<u>70,170.9</u>	<u>100.0%</u>

智能手機

智能手機分部收入由2022年第二季度的人民幣423億元增加0.6%至2022年第三季度的人民幣425億元，主要是由於智能手機出貨量增加，惟部分被智能手機的ASP減少所抵銷。智能手機出貨量由2022年第二季度的39.1百萬台增加2.8%至2022年第三季度的40.2百萬台。智能手機的ASP從2022年第二季度的每部人民幣1,081.7元減少2.2%至2022年第三季度的每部人民幣1,058.2元，主要是由於2022年第三季度境外市場增強了促銷力度所致。

IoT與生活消費產品

IoT與生活消費產品分部收入由2022年第二季度的人民幣198億元減少3.8%至2022年第三季度的人民幣191億元，主要是由於來自空調及若干生活消費產品的收入減少，惟部分被智能電視及筆記本電腦的收入增長所抵銷。智能電視及筆記本電腦的收入由2022年第二季度的人民幣53億元增加9.5%至2022年第三季度的人民幣58億元，主要是由於智能電視及筆記本電腦的出貨量增加。

互聯網服務

互聯網服務分部收入由2022年第二季度的人民幣70億元增加1.4%至2022年第三季度的人民幣71億元，主要是由於廣告及遊戲業務收入增加。

其他

其他收入由2022年第二季度的人民幣11億元增加63.8%至2022年第三季度的人民幣18億元，主要是由於出售建築物所致。

銷售成本

我們的銷售成本由2022年第二季度的人民幣584億元增加0.6%至2022年第三季度的人民幣588億元。下表載列2022年第三季度及2022年第二季度按業務劃分的銷售成本：

	未經審核			
	截至以下日期止三個月		截至以下日期止三個月	
	2022年9月30日		2022年6月30日	
	金額	佔總收入 百分比	金額	佔總收入 百分比
	(人民幣百萬元，除非另有說明)			
智能手機	38,730.4	55.0%	38,605.3	55.0%
IoT與生活消費產品	16,488.4	23.4%	16,983.6	24.2%
互聯網服務	1,974.7	2.8%	1,881.0	2.7%
其他	1,558.9	2.2%	932.9	1.3%
總銷售成本	<u>58,752.4</u>	<u>83.4%</u>	<u>58,402.8</u>	<u>83.2%</u>

智能手機

智能手機分部銷售成本由2022年第二季度的人民幣386億元略增0.3%至2022年第三季度的人民幣387億元，是由於智能手機銷售額增加所致。

IoT與生活消費產品

IoT與生活消費產品分部銷售成本由2022年第二季度的人民幣170億元減少2.9%至2022年第三季度的人民幣165億元，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2022年第二季度的人民幣19億元增加5.0%至2022年第三季度的人民幣20億元，主要是由於遊戲及廣告業務成本增加所致。

其他

其他分部銷售成本由2022年第二季度的人民幣9億元增加67.1%至2022年第三季度的人民幣16億元，主要是由於出售建築物的成本所致。

毛利及毛利率

基於上文所述，毛利由2022年第二季度的人民幣118億元減少0.4%至2022年第三季度的人民幣117億元，同時毛利率由2022年第二季度的16.8%減少至2022年第三季度的16.6%。

智能手機分部毛利率由2022年第二季度的8.7%增加至2022年第三季度的8.9%，主要是由於2022年第三季度中國大陸的毛利率上升所致。

IoT與生活消費產品分部毛利率由2022年第二季度的14.3%減少至2022年第三季度的13.5%，主要是由於境外智能電視加大促銷力度以及存貨減值撥備增加的影響所致。

互聯網服務分部毛利率由2022年第二季度的73.0%減少至2022年第三季度的72.1%，主要是由於金融科技業務的毛利率下降以及遊戲業務的佔比提升所致。

研發開支

研發開支由2022年第二季度的人民幣38億元增加8.1%至2022年第三季度的人民幣41億元，主要是由於智能電動汽車等創新業務相關的研發開支增加所致。

銷售及推廣開支

銷售及推廣開支由2022年第二季度的人民幣53億元減少8.4%至2022年第三季度的人民幣49億元，主要是由於宣傳與廣告開支減少所致。宣傳與廣告開支由2022年第二季度的人民幣18億元減少20.3%至2022年第三季度的人民幣14億元，主要是由於2022年第三季度促銷活動減少所致。

行政開支

行政開支由2022年第二季度的人民幣1,315.4百萬元減少4.6%至2022年第三季度的人民幣1,255.4百萬元，主要是由於專業服務費用減少所致。

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2022年第二季度的收益人民幣5億元變為2022年第三季度的虧損人民幣24億元，主要是由於2022年第三季度錄得上市股權投資之公允價值虧損。

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2022年第二季度的淨收益人民幣62.7百萬元變為2022年第三季度的淨虧損人民幣265.0百萬元，主要是由於2022年第三季度應佔若干被投資公司的虧損所致。

其他收入

其他收入由2022年第二季度的人民幣186.2百萬元增加5.1%至2022年第三季度的人民幣195.7百萬元。

其他虧損淨額

其他虧損淨額由2022年第二季度的人民幣386.4百萬元增加7.4%至2022年第三季度的人民幣415.0百萬元，主要是由於按權益法入賬之投資減值撥備所致。

財務收入淨額

財務收入淨額由2022年第二季度的人民幣3.8百萬元增至2022年第三季度的人民幣170.3百萬元，主要是由於基金投資者的金融負債價值變動。

所得稅費用

我們的所得稅費用由2022年第二季度的人民幣371.6百萬元減少23.8%至2022年第三季度的人民幣283.2百萬元，主要是由於2022年第三季度營業利潤下降。

期間(虧損)／利潤

基於上文所述，2022年第三季度，我們錄得虧損人民幣15億元，而2022年第二季度錄得利潤人民幣14億元。

經調整淨利潤

我們的經調整淨利潤從2022年第二季度的人民幣21億元增加1.7%至2022年第三季度的人民幣21億元。

非國際財務報告準則計量：經調整淨利潤

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

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

下表載列本集團2022年第三季度、2022年第二季度、2021年第三季度以及2022年及2021年首九個月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9月30日止三個月調整						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⁾	投資者的 金融負債 價值變動 ⁽³⁾	所得稅 影響 ⁽⁴⁾	基金	
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2022年6月30日止三個月調整						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⁾	投資者的 金融負債 價值變動 ⁽³⁾	所得稅 影響 ⁽⁴⁾	基金	
期間利潤 淨利潤率	1,365,377 1.9%	851,074	(349,801)	36,081	83,974	94,559	2,081,264 3.0%
呈報	未經審核 截至2021年9月30日止三個月調整						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⁾	投資者的 金融負債 價值變動 ⁽³⁾	所得稅 影響 ⁽⁴⁾	基金	
期間利潤 淨利潤率	788,517 1.0%	298,489	3,095,450	33,112	1,030,405	(70,398)	5,175,575 6.6%

未經審核
截至2022年9月30日止九個月調整
基金

	呈報	以股份 為基礎的 薪酬	投資公允 價值變動 淨值 ⁽¹⁾	收購所得 無形資產 攤銷 ⁽²⁾	投資者的 金融負債 價值變動 ⁽³⁾	所得稅 影響 ⁽⁴⁾	非國際 財務報告 準則
期間(虧損)/利潤 淨利潤率	(639,099) -0.3%	1,878,115	6,572,110	108,243	(428,801)	(433,463)	7,057,105 3.3%

未經審核
截至2021年9月30日止九個月調整
基金

	呈報	以股份 為基礎的 薪酬	投資公允 價值變動 淨值 ⁽¹⁾	收購所得 無形資產 攤銷 ⁽²⁾	投資者的 金融負債 價值變動 ⁽³⁾	所得稅 影響 ⁽⁴⁾	非國際 財務報告 準則
期間利潤 淨利潤率	16,840,732 6.9%	1,586,974	(2,407,033)	33,270	1,443,400	69,016	17,566,359 7.2%

附註：

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

流動資金及財務資源

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

截至2022年9月30日止九個月，除通過2020年配售及認購以及下文「債券發行」所述債券發行籌集的資金外，我們過往主要以經營所得現金以及銀行借款滿足現金需求。截至2022年9月30日及2022年6月30日，現金及現金等價物分別為人民幣281億元及人民幣282億元。

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9月30日，本集團現金資源總額為人民幣943億元。

債券發行

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

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

截至2022年9月30日，概無2027年債券轉換為新股份。

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

合併現金流量表

未經審核
截至以下日期止三個月
2022年9月30日 2022年6月30日
(人民幣百萬元)

經營活動(所用)／所得現金淨額 ⁽¹⁾	(1,470.5)	1,649.2
投資活動所得／(所用)現金淨額	8,629.6	(9,942.1)
融資活動(所用)／所得現金淨額 ⁽¹⁾	(7,871.6)	1,282.2
	<u>(712.5)</u>	<u>(7,010.7)</u>
現金及現金等價物減少淨額		
期初現金及現金等價物	28,183.1	34,714.2
現金及現金等價物的匯率變動影響	600.5	479.6
	<u>28,071.1</u>	<u>28,183.1</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年第三季度經營活動所用現金淨額為人民幣42億元，2022年第二季度的經營活動所用現金淨額為人民幣1億元。除金融科技業務借款變動外，2022年第三季度融資活動所用現金淨額為人民幣45億元，2022年第二季度的融資活動所得現金淨額為人民幣9億元。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年第三季度，經營活動所用現金淨額為人民幣15億元，指經營所用現金人民幣9億元加已付所得稅人民幣6億元。經營所用現金主要是由於除所得稅前虧損人民幣12億元所致，經貿易應付款項減少人民幣106億元調整，部分被存貨減值撥備人民幣23億元、按公允價值計入損益之投資公允價值虧損人民幣24億元、存貨減少人民幣29億元和預付款項及其他應收款項減少人民幣14億元所抵銷。

投資活動所得現金淨額

2022年第三季度，投資活動所得現金淨額為人民幣86億元，主要是由於短期銀行存款變動淨額人民幣46億元及按公允價值計入損益之短期投資變動淨額人民幣59億元所致，惟部分被資本開支人民幣17億元所抵銷。

融資活動所用現金淨額

2022年第三季度，融資活動所用現金淨額為人民幣79億元，主要是由於借款淨變動人民幣65億元及回購人民幣10億元股份所致。

借款

於2022年6月30日及2022年9月30日，我們的借款總額分別為人民幣326億元及人民幣258億元。

資本開支

未經審核
截至以下日期止三個月
2022年9月30日 2022年6月30日
(人民幣百萬元)

資本開支	1,702.9	1,395.9
長期投資的支出 ⁽¹⁾	928.5	2,930.1
	<hr/>	<hr/>
總計	<u>2,631.4</u>	<u>4,326.0</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9月30日，除財務擔保合約外，我們並無訂立任何重大的資產負債表外承諾及安排。

重大投資及資本資產之未來計劃

截至2022年9月30日，我們並無任何其他重大投資及資本資產計劃。

所持投資

截至2022年9月30日，我們共投資超過400家公司及其他長期投資，總賬面價值人民幣621億元，同比增長5.0%。2022年第三季度，我們自處置投資錄得稅後淨收入人民幣2億元。截至2022年9月30日，我們投資的總價值(包括(i)權益法計算的投資中上市公司的公允價值(按照2022年9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626億元。

截至2022年9月30日止九個月，本集團並無作出或持有任何重大投資(包括截至2022年9月30日於被投資公司佔本集團資產總額5%或以上的任何投資)。

重大收購及出售附屬公司、聯營公司及合營企業

於2022年第三季度，我們並無任何重大收購及出售附屬公司、聯營公司及合營企業。

僱員及薪酬政策

截至2022年9月30日，我們擁有35,314名全職僱員，其中32,609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9月30日，我們的研發人員合共16,911人，在多個部門任職。

我們的成功取決於吸引、挽留及激勵合資格僱員的能力。根據我們的人力資源策略，我們向僱員提供具有競爭力的薪酬待遇。截至2022年9月30日，14,775名僱員持有以股份為基礎的獎勵。2022年第三季度，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43億元。

外匯風險

本公司的交易以功能貨幣美元計值及結算。本集團附屬公司主要在中華人民共和國及印度等其他地區營運，面對若干貨幣敞口(主要與美元有關)引致的外匯風險。因此，從或預期從境外業務夥伴收取外幣或向或預期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波動造成的影響。

抵押資產

截至2022年9月30日，我們抵押受限制存款人民幣40億元，而截至2022年6月30日為人民幣39億元。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9月30日及2022年6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9。

簡明財務資料

簡明合併損益表

截至2022年9月30日止三個月及九個月

(以人民幣元列示)

	附註	未經審核		未經審核	
		截至9月30日止三個月		截至9月30日止九個月	
		2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
收入	2	70,474,269	78,062,855	213,996,648	242,733,978
銷售成本	2, 3	(58,752,360)	(63,770,634)	(177,796,958)	(199,132,484)
毛利		11,721,909	14,292,221	36,199,690	43,601,494
研發開支	3	(4,069,789)	(3,237,695)	(11,327,702)	(9,313,862)
銷售及推廣開支	3	(4,882,576)	(4,882,314)	(15,470,968)	(14,726,448)
行政開支	3	(1,255,393)	(1,274,603)	(3,815,370)	(3,412,591)
按公允價值計入損益之 投資公允價值變動	4	(2,390,854)	(1,975,634)	(5,427,532)	4,252,992
分佔按權益法入賬之 投資(虧損)/收益淨額		(264,996)	45,116	(403,656)	27,912
其他收入		195,671	234,886	546,775	621,551
其他(虧損)/收益淨額		(414,983)	(472,296)	(840,483)	562,052
經營(虧損)/利潤		(1,361,011)	2,729,681	(539,246)	21,613,100
財務收入		455,128	317,991	1,100,821	915,850
財務成本		(284,812)	(1,260,559)	(431,361)	(1,996,415)
除所得稅前(虧損)/利潤		(1,190,695)	1,787,113	130,214	20,532,535
所得稅費用		(283,227)	(998,596)	(769,313)	(3,691,803)
期間(虧損)/利潤		(1,473,922)	788,517	(639,099)	16,840,732
下列人士應佔：					
— 本公司擁有人		(1,476,050)	792,256	(677,250)	16,853,622
— 非控股權益		2,128	(3,739)	38,151	(12,890)
		(1,473,922)	788,517	(639,099)	16,840,732
每股(虧損)/盈利 (以每股人民幣元列示)：					
基本		(0.06)	0.03	(0.03)	0.67
攤薄		(0.06)	0.03	(0.03)	0.66

簡明合併綜合收益表

截至2022年9月30日止三個月及九個月

(以人民幣元列示)

	未經審核		未經審核	
	截至9月30日止三個月		截至9月30日止九個月	
	2022年	2021年	2022年	2021年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
期間(虧損)/利潤	<u>(1,473,922)</u>	<u>788,517</u>	<u>(639,099)</u>	<u>16,840,732</u>
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)	88,848	(18,034)	72,185	(72,585)
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	(8,611)	(421)	(15,555)	(2,567)
匯兌差額	91,908	24,161	75,647	(140,898)
<u>隨後不會重新分類至損益之項目</u>				
匯兌差額	<u>2,428,449</u>	<u>173,193</u>	<u>4,547,459</u>	<u>(310,431)</u>
期間其他綜合收益/(虧損)				
(扣除稅項)	<u>2,600,594</u>	<u>178,899</u>	<u>4,679,736</u>	<u>(526,481)</u>
期間綜合收益總額	<u>1,126,672</u>	<u>967,416</u>	<u>4,040,637</u>	<u>16,314,251</u>
下列人士應佔：				
— 本公司擁有人	1,113,324	970,340	3,982,507	16,329,297
— 非控股權益	<u>13,348</u>	<u>(2,924)</u>	<u>58,130</u>	<u>(15,046)</u>
	<u>1,126,672</u>	<u>967,416</u>	<u>4,040,637</u>	<u>16,314,251</u>

簡明合併資產負債表
於2022年9月30日
(以人民幣元列示)

	附註	未經審核 於2022年 9月30日 人民幣千元	經審核 於2021年 12月31日 人民幣千元
資產			
非流動資產			
物業及設備		8,466,094	6,964,621
無形資產		4,939,093	5,579,159
按權益法入賬之投資		9,629,519	10,230,751
按公允價值計入損益之長期投資	4	52,461,430	50,113,702
遞延所得稅資產		2,384,142	1,661,947
長期銀行存款		18,386,235	16,195,419
按攤餘成本計量之長期投資	4	424,424	351,362
其他非流動資產		16,139,458	15,943,508
		112,830,395	107,040,469
流動資產			
存貨	6	52,997,434	52,397,946
貿易應收款項	5	14,531,181	17,985,503
應收貸款		6,707,425	5,109,034
預付款項及其他應收款項		20,637,036	19,851,884
按公允價值計入其他綜合收益之應收票據		728	14,033
按公允價值計入其他綜合收益之短期投資	4	560,706	710,865
按攤餘成本計量之短期投資	4	—	1,597,919
按公允價值計入損益之短期投資	4	11,809,441	29,311,848
短期銀行存款		26,022,205	31,041,129
受限制現金		3,952,510	4,319,661
現金及現金等價物		28,071,099	23,511,579
		165,289,765	185,851,401
資產總額		278,120,160	292,891,870

簡明合併資產負債表(續)
於2022年9月30日
(以人民幣元列示)

	附註	未經審核 於2022年 9月30日 人民幣千元	經審核 於2021年 12月31日 人民幣千元
權益及負債			
本公司擁有人應佔權益			
股本		407	407
儲備		141,517,258	137,212,499
		<u>141,517,665</u>	<u>137,212,906</u>
非控股權益		<u>276,458</u>	<u>219,590</u>
權益總額		<u><u>141,794,123</u></u>	<u><u>137,432,496</u></u>
負債			
非流動負債			
借款	7	23,244,484	20,719,790
遞延所得稅負債		942,241	1,202,717
保修撥備		820,727	895,747
其他非流動負債		17,217,656	16,913,649
		<u>42,225,108</u>	<u>39,731,903</u>
流動負債			
貿易應付款項	8	58,946,062	74,643,005
其他應付款項及應計費用		18,177,849	20,224,499
客戶預付款		8,644,747	9,289,177
借款	7	2,517,215	5,527,050
所得稅負債		1,565,677	2,335,124
保修撥備		4,249,379	3,708,616
		<u>94,100,929</u>	<u>115,727,471</u>
負債總額		<u><u>136,326,037</u></u>	<u><u>155,459,374</u></u>
權益及負債總額		<u><u>278,120,160</u></u>	<u><u>292,891,870</u></u>

簡明合併現金流量表

截至2022年9月30日止九個月

(以人民幣元列示)

	未經審核	
	截至9月30日止九個月	
	2022年	2021年
	人民幣千元	人民幣千元
經營活動所用現金淨額	(8,501,936)	(1,946,374)
投資活動所得／(所用)現金淨額	16,256,913	(24,936,419)
融資活動(所用)／所得現金淨額	(4,237,818)	5,048,736
	<hr/>	<hr/>
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	3,517,159	(21,834,057)
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	1,042,361	(268,884)
	<hr/>	<hr/>
期末現金及現金等價物	<u>28,071,099</u>	<u>32,649,502</u>

1 編製基準

簡明合併中期財務資料包括於2022年9月30日的簡明合併資產負債表、截至該日止三個月及九個月的簡明合併損益表及簡明合併綜合收益表、截至該日止九個月的簡明合併權益變動表及簡明合併現金流量表以及附註，包括主要會計政策和其他解釋資料（「**中期財務資料**」）。除另有說明外，中期財務資料以人民幣列報。

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

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

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

2 分部資料

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

- 智能手機
- IoT與生活消費產品
- 互聯網服務
- 其他

主要經營決策者主要根據各營運分部的分部收入及毛利評估營運分部的表現。截至2022年及2021年9月30日止三個月及九個月，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9月30日止三個月及九個月的分部業績如下：

	截至2022年9月30日止三個月				總計 人民幣千元
	智能手機 人民幣千元	IoT與生活 消費產品 人民幣千元	互聯網服務 人民幣千元	其他 人民幣千元	
(未經審核)					
分部收入	42,514,239	19,058,648	7,066,591	1,834,791	70,474,269
銷售成本	(38,730,351)	(16,488,422)	(1,974,706)	(1,558,881)	(58,752,360)
毛利	3,783,888	2,570,226	5,091,885	275,910	11,721,909
	截至2021年9月30日止三個月				總計 人民幣千元
	智能手機 人民幣千元	IoT與生活 消費產品 人民幣千元	互聯網服務 人民幣千元	其他 人民幣千元	
(未經審核)					
分部收入	47,824,932	20,935,557	7,337,857	1,964,509	78,062,855
銷售成本	(41,708,840)	(18,509,697)	(1,940,606)	(1,611,491)	(63,770,634)
毛利	6,116,092	2,425,860	5,397,251	353,018	14,292,221
	截至2022年9月30日止九個月				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	130,545,033	58,347,613	21,150,193	3,953,809	213,996,648
銷售成本	(118,576,246)	(49,907,385)	(5,934,027)	(3,379,300)	(177,796,958)
毛利	11,968,787	8,440,228	15,216,166	574,509	36,199,690
	截至2021年9月30日止九個月				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	158,404,878	59,913,517	20,942,192	3,473,391	242,733,978
銷售成本	(138,661,770)	(52,092,697)	(5,576,443)	(2,801,574)	(199,132,484)
毛利	19,743,108	7,820,820	15,365,749	671,817	43,601,494

截至2022年及2021年9月30日止三個月及九個月，有關總收入的地區資料如下：

	截至9月30日止三個月				截至9月30日止九個月			
	2022年		2021年		2022年		2021年	
	人民幣千元 (未經審核)	%	人民幣千元 (未經審核)	%	人民幣千元 (未經審核)	%	人民幣千元 (未經審核)	%
中國大陸	34,904,227	49.5	37,161,472	47.6	106,995,851	50.0	120,785,227	49.8
全球其他地區 (附註(a))	35,570,042	50.5	<u>40,901,383</u>	52.4	107,000,797	50.0	<u>121,948,751</u>	50.2
	<u>70,474,269</u>		<u>78,062,855</u>		<u>213,996,648</u>		<u>242,733,978</u>	

附註：

(a) 中國大陸境外收入主要來自印度及歐洲。

3 按性質劃分之開支

	截至9月30日止三個月		截至9月30日止九個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
已售存貨成本及許可費	52,004,158	58,949,602	159,871,531	186,498,016
存貨減值撥備	2,285,821	555,130	5,606,721	1,494,009
僱員福利開支	4,317,273	3,429,304	12,285,912	10,384,994
物業及設備、使用權資產及投資物業折舊	573,859	469,752	1,721,595	1,261,105
無形資產攤銷	357,152	330,434	1,035,261	924,451
宣傳及廣告開支	1,430,036	1,586,610	4,899,334	4,805,220
向遊戲開發商及視頻供應商支付的内容費	778,900	730,922	2,323,432	2,103,408
信貸虧損撥備	66,892	(28,404)	172,861	42,737
諮詢及專業服務費	341,344	382,551	1,019,398	970,238
雲服務、帶寬及服務器託管費	541,985	484,883	1,617,073	1,529,219
保修開支	1,197,456	1,045,624	3,722,879	3,443,561

4 投資

	於2022年 9月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
流動資產		
按以下方式計量之短期投資		
— 按攤餘成本	—	1,597,919
— 按公允價值計入其他綜合收益	560,706	710,865
— 按公允價值計入損益	11,809,441	29,311,848
	<u>12,370,147</u>	<u>31,620,632</u>
非流動資產		
按攤餘成本計量之長期投資	424,424	351,362
按公允價值計入損益之長期投資		
— 普通股投資	17,262,972	22,755,228
— 優先股投資	29,143,801	25,108,840
— 其他投資	6,054,657	2,249,634
	<u>52,885,854</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9月30日止三個月		截至9月30日止九個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
普通股投資公允價值變動	(2,298,498)	(3,426,106)	(5,585,623)	1,012,982
優先股投資公允價值變動	(2,985)	1,290,394	98,612	2,707,853
其他投資公允價值變動	(146,036)	(125)	(282,932)	5,116
按公允價值計入損益之短期投資公允價值變動	56,665	160,203	342,411	527,041
	<u>(2,390,854)</u>	<u>(1,975,634)</u>	<u>(5,427,532)</u>	<u>4,252,992</u>

5 貿易應收款項

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

	於2022年 9月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
貿易應收款項		
三個月內	13,132,821	15,740,356
三至六個月	962,087	1,477,059
六個月至一年	366,058	652,701
一至兩年	168,262	184,058
兩年以上	100,903	95,306
	14,730,131	18,149,480
減：信貸虧損撥備	(198,950)	(163,977)
	14,531,181	17,985,503

6 存貨

	於2022年 9月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
原材料	19,590,671	19,314,001
製成品	27,294,043	23,934,395
在製品	3,241,776	4,627,210
備品備件	4,601,963	3,896,430
其他	1,180,723	1,957,057
	55,909,176	53,729,093
減：減值撥備(附註(a))	(2,911,742)	(1,331,147)
	52,997,434	52,397,946

附註：

- (a) 截至2022年9月30日止三個月及九個月，本集團的存貨減值撥備分別約為人民幣2,285,821,000元及人民幣5,606,721,000元(2021年：分別為人民幣555,130,000元及人民幣1,494,009,000元)，存貨出售後有關撥備轉出金額分別約為人民幣1,725,022,000元及人民幣4,026,126,000元(2021年：分別為人民幣759,612,000元及人民幣1,670,459,000元)。

7 借款

	於2022年 9月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
計入非流動負債		
有抵押借款	1,217,367	1,576,761
無抵押借款	17,255,934	15,004,487
可轉換債券	4,771,183	4,138,542
	<u>23,244,484</u>	<u>20,719,790</u>
計入流動負債		
有抵押借款	506,554	507,217
無抵押借款	2,010,661	5,019,833
	<u>2,517,215</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9月30日及2021年12月31日，貿易應付款項的賬面值主要以人民幣、美元及印度盧比計值。

貿易應付款項及基於發票日期的賬齡分析如下：

	於2022年 9月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
三個月內	52,661,114	70,187,231
三至六個月	3,421,553	2,526,217
六個月至一年	1,426,186	1,343,318
一至兩年	1,261,407	490,484
兩年以上	175,802	95,755
	<u>58,946,062</u>	<u>74,643,005</u>

9 或有事項

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

就上述其中一項調查而言，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9月30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

截至2022年9月30日止九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219,248,000股本公司B類股份（「所購回股份」），總代價為約2,583,478,741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		總代價約 (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	37,744,000	13.82	12.26	498,768,037
8月	26,500,000	11.50	10.90	297,458,009
9月	77,900,000	11.38	8.74	783,888,205
10月	27,600,000	9.46	8.32	243,760,413
總計	<u>219,248,000</u>			<u>2,583,478,741</u>

於本公告日期，已發行B類股份數目因註銷所購回股份而減少219,248,000股。註銷所購回股份後，本公司的不同投票股權（「不同投票股權」）受益人同時根據聯交所證券上市規則（「上市規則」）第8A.21條按一換一的比率將所持A類普通股（「A類股份」）轉換為B類股份，按比例減持本公司不同投票股權，而彼等所持附有本公司不同投票股權的股份比例不會增加，符合上市規則第8A.13及8A.15條的規定。

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

於2022年8月、2022年9月及2022年10月所購回股份其後於2022年10月28日註銷。總共24,341,769股A類股份於2022年10月28日按一換一的比率轉換為B類股份，其中21,922,431股A類股份由雷軍先生透過Smart Mobile Holdings Limited轉換，2,419,338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9月30日止九個月及直至本公告日期並無購買、出售或贖回本公司於聯交所上市的任何證券。

遵守企業管治守則

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

除下文所披露者外，截至2022年9月30日止九個月，本公司已遵守上市規則附錄14第二部分所載企業管治守則（「**企業管治守則**」）的適用守則條文。

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

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

審核委員會

審核委員會(由一名非執行董事及兩名獨立非執行董事(即劉芹先生、陳東升博士及王舜德先生)組成)已審閱截至2022年9月30日止三個月及九個月之本集團未經審核中期業績,亦與高級管理層成員及本公司外部核數師羅兵咸永道會計師事務所討論有關本公司所採納的會計政策及常規和內部監控事宜。

重大訴訟

截至2022年9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。

所得款項淨額用途

1. 發行2020年配售及認購股份所得款項淨額用途

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

2. 發行2027年債券所得款項淨額用途

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

3. 發行2031年債券所得款項淨額用途

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

4. 發行綠色債券所得款項淨額用途

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

2022年9月30日後的事項

除本公告所披露者外，2022年9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。

承董事會命
小米集團
董事長
雷軍

香港，2022年11月23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。