

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2019年6月30日止三個月及六個月之業績公告

小米集團(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然公佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至2019年6月30日止三個月及六個月的未經審核綜合業績。中期業績依據國際會計準則第34號「中期財務報告」編製，已由本公司獨立核數師羅兵咸永道會計師事務所根據國際審計及鑒證準則理事會頒佈的國際審閱準則第2410號「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」審閱。此外，該等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(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				
	2019年 6月30日	2018年 6月30日	同比變動	2019年 3月31日	環比變動
收入	51,951.1	45,235.5	14.8%	43,756.8	18.7%
毛利	7,258.7	5,651.8	28.4%	5,215.6	39.2%
經營利潤／(虧損)	2,336.1	(7,592.0)	不適用	3,614.1	-35.4%
除所得稅前利潤	2,434.3	14,908.4	無意義 ¹	3,717.1	-34.5%
期間利潤	1,955.6	14,632.6	無意義 ¹	3,191.7	-38.7%
非國際財務報告準則計量：					
經調整淨利潤	3,635.1	2,116.8	71.7%	2,080.7	74.7%

1 由於2018年第二季度財務數據包含自可轉換可贖回優先股公允價值變動所得一次性收益人民幣225億元，以及一次性以股份為基礎的薪酬人民幣99億元，因此作出比較並無意義。

未經審核
截至以下日期止六個月
2019年 2018年
6月30日 6月30日 同比變動
(人民幣百萬元，除非另有說明)

收入	95,708.0	79,647.8	20.2%
毛利	12,474.3	9,953.2	25.3%
經營利潤／(虧損)	5,950.3	(4,227.5)	不適用
除所得稅前利潤	6,151.5	8,219.4	-25.2%
期間利潤	5,147.3	7,605.2	-32.3%
非國際財務報告準則計量：			
經調整淨利潤	5,715.8	3,816.1	49.8%

業務回顧及展望

1. 整體財務表現

2019年第二季度收入達到人民幣520億元，同比增長14.8%。毛利率較去年同期的12.5%增長至14.0%。經調整淨利潤較去年同期增長71.7%，達到人民幣36億元。截至2019年6月30日，我們的現金總儲備已經達到人民幣511億元。

我們在年初啟動的「手機+AIoT」雙引擎戰略取得成效，我們的用戶群不斷擴大且接入平台的設備數量持續增長。2019年6月，MIUI月活躍用戶達到278.7百萬，同比增長34.7%。截至2019年6月30日，IoT平台已連接的IoT設備(不包括智能手機及筆記本電腦)數量達到約196百萬台，同比增長69.5%。此外，人工智能助理「小愛同學」的月活躍用戶於2019年6月達到49.9百萬人，同比增長88.3%。

2019年至今我們獲得多項國際殊榮：我們僅用9年時間進入2019年世界500強，成為今年榜上世界500強企業中最年輕的公司。除此之外，我們首次躋身於2019年BrandZ全球品牌價值100強，以198億美元的品牌價值位列第74名。我們亦是2019福布斯中國50最具創新力企業之一。

2. 智能手機

2019年第二季度智能手機分部的收入較去年同期增長5.0%，達到人民幣320億元。本季智能手機銷量達到3,210萬部。根據Canalys的資料，2019年第二季度我們的智能手機出貨量排名全球第四，智能手機全球出貨量的市場佔有率從2018年第二季度的9.5%增加到2019年第二季度的9.7%。

我們的多品牌策略持續取得成效。專注先進技術的研發、立足中高端市場、建立線上線下融合的新零售渠道的小米品牌，和追求極致性價比並專注線上渠道的Redmi品牌均取得不俗的業績。Redmi品牌在發佈新旗艦K20系列後，建構了涵蓋廣泛價格段的完整Redmi智能手機產品系列。尤其是，Redmi Note 7系列產品截至本公告日期全球銷量達到2,000萬台，自2019年1月10日發佈後僅用大概七個月時間取得佳績。此外，K20系列發佈首月全球出貨量已超過了100萬台。2019年7月2日，小米品牌推出了全新產品線小米CC系列，發佈了小米CC9、小米CCe9及小米CC9美圖定製版。小米CC系列是屬於全球年輕客戶的潮流手機，極度重視外形及功能的感知體驗，打造潮流的外觀設計及一流的拍照效果。我們針對女性市場，與美圖公司(「美圖」)合作推出小米CC9美圖定製版，憑藉小米的產品開發及供應鏈管理能力，結合美圖的影像技術及對女性使用者人群的卓越理解，為用戶提供了良好的拍照與美化體驗，為小米持續拓展多元市場，奠定良好基礎。

得益於多品牌戰略的成功實施，我們的產品贏得市場廣泛認可。本季度我們的智能手機平均售價(「ASP」)持續提升，在中國大陸和境外市場較去年同期分別提升了13.3%和6.7%。2019年第二季度，售賣價格為人民幣2,000元或以上的智能手機佔智能手機分部總收入的32.3%。

伴隨中國大陸5G商用牌照的發放，5G技術正式進入商用階段，被認為將在未來帶動一輪新的全面的換機潮，並提振國內市場的總體需求。小米自2016年起就成立了5G預研團隊，提前對5G標準展開了深入的研究工作。現在，小米已經為5G的正式商用做好了準備。小米首款5G智能手機小米MIX 3 5G版已於歐洲多個國家正式發售，下半年第二款5G智能手機也即將在中國上市。

智能手機分部的毛利率由2019年第一季度的3.3%增長至2019年第二季度的8.1%。在市場從4G到5G切換的時期，我們會繼續投資研發相關技術，同時維持穩健的現金流以及盈利能力，以加強投資能力，在5G技術廣泛應用時把握5G的市場機會。

3. IoT與生活消費產品

2019年第二季度，IoT與生活消費產品分部收入為149億元，較去年同期增長44.0%。我們的智能電視業務在中國大陸及境外市場均持續保持強勢領先地位。2019年第二季度小米電視的全球出貨量為270萬台，同比增長41.1%。根據奧維雲網統計，小米電視出貨量在截至2019年6月30日止六個月穩居中國大陸市場份額的第一位。截至2019年第二季度，我們的智能電視在印度智能電視市場也保持連續五個季度銷量第一。我們致力在全球拓展智能電視業務，根據奧維雲網，截至2019年6月30日止六個月我們的電視出貨量達到了全球前五位。

大家電是小米AIoT策略的重要組成部分。我們會堅持創新，強調設計與智能用戶體驗，並著力推動智能家居的互聯互通。截至2019年6月30日止六個月，米家空調出貨量達到約100萬台。與此同時，我們也進軍了智能廚房電器市場。

我們在2019年第二季度持續豐富IoT產品組合。在筆記本方面，隨著新品發佈，我們的市場份額穩步提升，2019年5月28日Redmi品牌發佈了首款14吋輕薄筆記本並廣受歡迎。根據IDC諮詢(北京)有限公司(「IDC」)統計，我們在中國大陸地區筆記型電腦出貨量市場份額從2018年第二季度的5.5%增加到2019年第二季度的8.7%。小米手環實現2019年第一季度可穿戴設備市場出貨量排名全球第一。此外，小米手環4在2019年6月14日上市後僅8天出貨量就超過100萬支。與之同時我們還發佈了一系列米家新品，包括英語學習機「小愛老師」、小米米家智能門鎖、支持小愛同學的洗烘一體機等多款爆品，依然延續了小米注重設計和品質的理念。

我們不斷豐富產品間的互聯互通，真正提升了用戶體驗。在用戶透過小米米家智能門鎖開門時，小愛同學會歡迎用戶回家，米家空氣淨化器、米家互聯網空調等多種智能設備均會自動啟動。米家互聯網洗烘一體機Pro可以通過小愛同學語音操作，並且支持智能洗滌劑投放功能。

4. 互聯網服務

在2019年第二季度，我們的用戶群持續增長。MIUI月活躍用戶由2018年6月的206.9百萬人增長至2019年6月的278.7百萬人，同比增長34.7%。2019年6月，中國大陸的MIUI月活躍用戶為115.1百萬人。智能電視及小米盒子的月活躍用戶於2019年6月達到了22.6百萬人，同比增長53.8%。

2019年第二季度互聯網服務收入達到人民幣46億元，同比增長15.7%。廣告業務收入達人民幣25億元，同比略降0.6%，由於中國大陸廣告市場疲軟，尤其是貢獻我們的主要廣告收入的其他互聯網公司廣告開支減少。我們繼續實行拓展廣告客戶群的戰略。通過延伸到更多的垂直領域，例如金融服務，以及中小型廣告客戶群，我們將更加健康地發展我們的廣告服務以達致未來增長。我們的遊戲收入達人民幣675.1百萬元，同比降低4.1%。然而，遊戲業務的毛利由2018年第二季度的人民幣212.5百萬元增加至2019年第二季度的人民幣408.2百萬元，同比增加92.1%。遊戲毛利率由2018年第二季度的30.2%上升至2019年第二季度的60.5%，這是由於我們優化遊戲分銷且自毛利率較高的內容提供商的所得遊戲收入增長較快。其他互聯網增值服務收入達人民幣14億元，同比增長89.9%，主要原因是金融科技業務和有品電商平台收入的迅速增長。

我們致力於豐富互聯網服務及內容，加強廣告業務。許多我們的互聯網服務在小米智能手機平台上處於領先地位：以2019年6月在中國大陸小米手機上的月活躍用戶數量計，我們的小米應用商店、小米瀏覽器、小米安全中心、小米音樂在同類App中都排名第一，小米視頻排名第二。此外，我們的信息流服務以月活躍用戶數計，在中國大陸小米智能手機上的信息流服務中排名第一，於2019年6月月活躍用戶達到71.0百萬，同比增長31.0%。按2019年第二季度的搜索查詢量計，我們的搜索服務亦在我們的中國大陸智能手機上排名第一。小米的全局搜索擁有多個搜索入口，例如瀏覽器、負一屏、桌面搜索框，及小愛同學等，方便用戶體驗。我們多樣的服務內容和多維度的數據讓我們能夠不斷提升演算法能力並提升用戶體驗。信息流及搜索等服務有助於豐富我們的廣告客戶群。

中國大陸智能手機廣告及遊戲以外的互聯網服務收入，包括有品電商平台、金融科技業務、電視互聯網服務及來自於境外互聯網服務所產生的收入，對互聯網服務總收入的貢獻佔比在2019年第二季度達到36.0%，其數額較2018年第二季度增長了108.8%。

截至2019年6月30日止六個月，有品電商平台的商品交易總額（「GMV」）達到人民幣38億元，同比增長113.9%。2019年6月，有品超過65%的GMV來自於非小米手機用戶。

2019年第二季度，金融科技業務的收入達到人民幣792.0百萬元，同比增長62.7%。我們現時金融科技業務主要為消費貸款及供應鏈融資。基於良好的風控模型以及技術能力及廣泛用戶基礎及供應鏈夥伴，我們具有穩固業務基礎及增長潛力。同時，我們也在積極拓展其他金融科技業務機會。

我們電視互聯網服務也日益增長及多元化，電視互聯網服務收入主要來自於廣告費、付費訂閱和應用商店。2019年6月，我們的付費訂閱者有逾3百萬人，同比增長83.1%。我們的會員服務內容豐富，包括視頻會員、體育會員及兒童會員。我們的會員訂閱服務也已經拓展到小米之外的電視品牌，服務更廣大的用戶群。

伴隨著我們智能手機業務在境外的快速增長，我們來自境外互聯網服務收入也大幅增長。我們持續建立及加強境外市場的互聯網服務。在印度，小米智能手機平台上小米瀏覽器按2019年6月的月活躍用戶於所有瀏覽器排名第一。2019年第二季度小米境外市場每名用戶平均收入（「每名用戶平均收入」）同比增長133.0%。

5. 境外市場

2019年第二季度，境外市場繼續保持強勁增長，收入增長至人民幣219億元，同比增長33.1%。我們將繼續發力建設以及擴展國際市場的新零售網絡。截至2019年6月30日，海外Mi Home門店共計520家，同比增長92.6%，其中印度有79家。此外，截止2019年6月30日，我們在印度擁有超過1,790家專注於二線城市及農村的Mi Store門店。

根據Canalys的資料，2019年第二季度，我們的智能手機出貨量在40多個國家和地區中位列5強。根據IDC數據，我們的智能手機在印度連續八個季度保持出貨量第一。此外，根據Canalys數據，2019年第二季度，我們的智能手機在西歐市場的出貨量排名第四，同比增長53.2%。2019年第二季度，我們在西班牙公開市場渠道智能手機出貨量位列第二。與此同時，我們正於歐洲佈局運營商渠道。例如，我們的旗艦智能手機如小米MIX 3和小米9系列已經在英國、法國、西班牙、意大利、瑞士等國家的運營商渠道開售。

6. 策略升級

AIoT

我們在2019年第二季度持續推進「手機+AIoT」雙引擎戰略。我們的AIoT平台持續保持領先地位，截至2019年6月30日，我們的IoT平台已連接的IoT設備(不包括智能手機及筆記本電腦)數達到約196百萬件，同比增長69.5%。擁有五件以上連接至小米IoT平台的設備(不包括智能手機及筆記本電腦)的使用者數增加至約3百萬人，同比增長78.7%。截至2019年6月30日止六個月，小米AI音箱的出貨量超過4百萬台。於2019年6月，小愛同學有49.9百萬名月活躍用戶，是中國最活躍的人工智能語音交互平台之一。在2019年6月有45%的小米AI音箱月活躍用戶該月至少一次通過語音控制來使用其IoT設備。

我們持續開放我們的AIoT平台，以建立更有活力的AIoT生態系統。米家app月活躍用戶在2019年第二季度達到30.4百萬人，其中在中國大陸，非小米智能手機用戶佔比達一半以上。我們將持續打造AI賦能的IoT開放平台，吸引更多第三方及用戶加入。

本集團的AIoT戰略委員會持續促進AIoT技術的開發，搭建全面AIoT的智慧生態，加強研發並實現各業務分部間的協同，提高智能設備互聯互通的效率和用戶體驗。例如，我們在不斷推進智能手機及筆記本電腦可無縫傳輸檔案，智能手機及智能電視之間可進行智能投屏。

投資

截止至2019年6月30日，小米共投資超過270家公司，總賬面價值人民幣287億元，同比增長20.8%。我們亦將投資擴展至供應鏈公司，以加強與主要零部件供應商的合作關係，增強先進技術採購及製造能力。截至本公告日期，我們已投資12家供應鏈公司，其中，有三家被投資企業已經在中國科創板上市。我們始終相信我們的投資不僅使我們能夠與被投資公司建立密切的合作關係，亦能為我們提供持續的投資收益。2019年第二季度，我們自處置投資錄得稅後淨收益人民幣551.8百萬元。

管理層討論及分析

2019年第二季度與2018年第二季度比較

下表載列2019年第二季度與2018年第二季度的比較數字：

	未經審核	
	截至以下日期止三個月	
	2019年 6月30日	2018年 6月30日
	(人民幣百萬元)	
收入	51,951.1	45,235.5
銷售成本	(44,692.4)	(39,583.7)
毛利	7,258.7	5,651.8
銷售及推廣開支	(2,295.3)	(2,075.7)
行政開支	(723.5)	(10,456.9)
研發開支	(1,556.1)	(1,363.6)
按公允價值計入損益之投資公允價值變動	(670.7)	526.9
分佔按權益法入賬之投資虧損	(12.1)	(128.5)
其他收入	406.4	207.3
其他(虧損)/收益淨額	(71.3)	46.7
經營利潤/(虧損)	2,336.1	(7,592.0)
財務收入/(費用)淨額	98.2	(32.3)
可轉換可贖回優先股公允價值變動	—	22,532.7
除所得稅前利潤	2,434.3	14,908.4
所得稅費用	(478.7)	(275.8)
期間利潤	1,955.6	14,632.6
非國際財務報告準則計量：經調整淨利潤	3,635.1	2,116.8

收入

2019年第二季度，收入同比增加14.8%至人民幣520億元。下表載列我們於2019年第二季度及2018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		2018年6月30日	
	2019年6月30日		2018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	32,021.0	61.6%	30,501.1	67.4%
IoT與生活消費產品	14,944.7	28.8%	10,378.8	22.9%
互聯網服務	4,580.2	8.8%	3,958.2	8.8%
其他	405.2	0.8%	397.4	0.9%
總收入	<u>51,951.1</u>	<u>100.0%</u>	<u>45,235.5</u>	<u>100.0%</u>

智能手機

智能手機分部收入由2018年第二季度的人民幣305億元增加5.0%至2019年第二季度的人民幣320億元，是由於智能手機平均售價上升。2019年第二季度，我們售出約32.1百萬部智能手機，而2018年第二季度售出約32.0百萬部。2019年第二季度，智能手機的平均售價為每部人民幣998.7元，而2018年第二季度為每部人民幣952.3元。平均售價上升主要是由於我們不斷優化產品組合。

IoT與生活消費產品

IoT與生活消費產品分部收入由2018年第二季度的人民幣104億元增加44.0%至2019年第二季度的人民幣149億元，主要是由於智能電視、空調和小米手環、米家電動滑板車及小米淨水器等其他IoT產品需求快速增長。智能電視及筆記本電腦的收入由2018年第二季度的人民幣42億元增加30.6%至2019年第二季度的人民幣55億元。

互聯網服務

互聯網服務分部收入由2018年第二季度的人民幣40億元增加15.7%至2019年第二季度的人民幣46億元，主要是由於其他互聯網增值服務增長。MIUI的月活躍用戶由2018年6月的206.9百萬人增加34.7%至2019年6月的278.7百萬人。

其他

其他收入由2018年第二季度的人民幣397.4百萬元增加2.0%至2019年第二季度的人民幣405.2百萬元，主要是由於硬件銷售增長導致保外服務收入增加以及物料銷售收入增加所致。

銷售成本

我們的銷售成本由2018年第二季度的人民幣396億元增加12.9%至2019年第二季度的人民幣447億元。

	未經審核			
	截至以下日期止三個月		2018年6月30日	
	2019年6月30日		2018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	29,431.5	56.7%	28,458.9	62.9%
IoT與生活消費產品	13,272.8	25.5%	9,399.5	20.8%
互聯網服務	1,574.8	3.0%	1,473.0	3.3%
其他	413.3	0.8%	252.3	0.5%
總銷售成本	<u>44,692.4</u>	<u>86.0%</u>	<u>39,583.7</u>	<u>87.5%</u>

智能手機

智能手機分部銷售成本由2018年第二季度的人民幣285億元增加3.4%至2019年第二季度的人民幣294億元，主要是由於智能手機銷售額上升。

IoT與生活消費產品

IoT與生活消費產品分部銷售成本由2018年第二季度的人民幣94億元增加41.2%至2019年第二季度的人民幣133億元，主要是由於智能電視、空調及其他IoT產品的銷售額上升所致。

互聯網服務

互聯網服務分部銷售成本由2018年第二季度的人民幣15億元增加6.9%至2019年第二季度的人民幣16億元，主要是由於用戶流量及參與度提升導致基礎設施服務開支增加。

其他

其他分部銷售成本由2018年第二季度的人民幣252.3百萬元增加63.8%至2019年第二季度的人民幣413.3百萬元，主要是由於提供保外服務成本增加及物料銷售成本增加。

毛利及毛利率

基於上文所述，毛利由2018年第二季度的人民幣57億元增加28.4%至2019年第二季度的人民幣73億元。智能手機分部毛利率由2018年第二季度的6.7%升至2019年第二季度的8.1%，主要是由於我們新推出智能手機型號受到歡迎及我們在4G到5G技術轉換時期的穩健經營。

IoT與生活消費產品分部毛利率由2018年第二季度的9.4%增至2019年第二季度的11.2%，主要是由於智能電視業務的毛利率增加。互聯網服務分部毛利率由2018年第二季度的62.8%升至2019年第二季度的65.6%，主要是由於遊戲及其他互聯網增值服務的毛利率增加。

基於上文所述，毛利率由2018年第二季度的12.5%增至2019年第二季度的14.0%。

銷售及推廣開支

銷售及推廣開支由2018年第二季度的人民幣21億元增加10.6%至2019年第二季度的人民幣23億元，主要是由於包裝與運輸開支增加，以支持我們硬件業務在國內外市場的增長，惟部分被廣告開支的下降所抵銷。宣傳與廣告開支由2018年第二季度的人民幣786.5百萬元下降13.4%至2019年第二季度的人民幣681.0百萬元。

行政開支

行政開支由2018年第二季度的人民幣10,456.9百萬元減少93.1%至2019年第二季度的人民幣723.5百萬元，主要是由於2018年第二季度一次性以股份為基礎的薪酬。行政開支扣除一次性以股份為基礎的薪酬後，由2018年第二季度的人民幣527.2百萬元增加37.2%至2019年第二季度的人民幣723.5百萬元，主要是由於行政管理人員薪酬增加，這是由於業務增長導致人手增加。

研發開支

研發開支由2018年第二季度的人民幣14億元增加14.1%至2019年第二季度的人民幣16億元，主要是由於研究項目的研發擴大以及研發人員薪金及花紅有所增加。

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2018年第二季度的收益人民幣526.9百萬元變為2019年第二季度的虧損人民幣670.7百萬元，主要是由於我們於2019年第二季度的股權及優先股投資的公允價值虧損。

分佔按權益法入賬之投資虧損

分佔按權益法入賬之投資虧損由2018年第二季度的淨虧損人民幣128.5百萬元變為2019年第二季度的淨虧損人民幣12.1百萬元，主要是由於應佔iQIYI, Inc (納斯達克股份代號：IQ)的虧損減少及應佔四川新網銀行股份有限公司的收益增加。

其他收入

其他收入由2018年第二季度的人民幣207.3百萬元增加96.0%至2019年第二季度的人民幣406.4百萬元，是由於按公允價值計入損益之短期投資的投資收入增加。

其他(虧損)／收益淨額

其他(虧損)／收益淨額由2018年第二季度的淨收益人民幣46.7百萬元變為2019年第二季度的淨虧損人民幣71.3百萬元，主要是由於2019年第二季度確認匯兌收益，而2018年第二季度則確認匯兌收益。

財務收入／(費用)淨額

2018年第二季度的財務費用淨額為人民幣32.3百萬元，而2019年第二季度的財務收入淨額為人民幣98.2百萬元，主要是由於利息收入增加，而利息收入增加主要是由於銀行存款增加導致所收利息增加。

可轉換可贖回優先股公允價值變動

可轉換可贖回優先股公允價值變動入賬列為可轉換可贖回優先股公允價值變動。我們於2019年第二季度並無產生可轉換可贖回優先股公允價值變動，而2018年第二季度產生收益人民幣225億元。全球發售完成後，所有可轉換可贖回優先股自動轉換為B類普通股(「B類股份」)，因此我們於2018年第四季度及之後不再產生可轉換可贖回優先股公允價值變動。

所得稅費用

所得稅費用由2018年第二季度的人民幣275.8百萬元增加至2019年第二季度的人民幣478.7百萬元，主要是由於經營活動盈利能力上升所致。

期間利潤

基於上文所述，2018年第二季度及2019年第二季度分別錄得利潤人民幣146億元及利潤人民幣20億元。

2019年第二季度與2019年第一季度比較

下表載列2019年第二季度與2019年第一季度的比較數字：

	未經審核	
	截至以下日期止三個月	
	2019年 6月30日	2019年 3月31日
	(人民幣百萬元)	
收入	51,951.1	43,756.8
銷售成本	(44,692.4)	(38,541.2)
毛利	7,258.7	5,215.6
銷售及推廣開支	(2,295.3)	(1,844.7)
行政開支	(723.5)	(632.0)
研發開支	(1,556.1)	(1,650.6)
按公允價值計入損益之投資公允價值變動	(670.7)	2,632.7
分佔按權益法入賬之投資虧損	(12.1)	(145.4)
其他收入	406.4	60.2
其他虧損淨額	(71.3)	(21.7)
經營利潤	2,336.1	3,614.1
財務收入淨額	98.2	103.0
除所得稅前利潤	2,434.3	3,717.1
所得稅費用	(478.7)	(525.4)
期間利潤	1,955.6	3,191.7
非國際財務報告準則計量：經調整淨利潤	3,635.1	2,080.7

收入

2019年第二季度的收入環比增加18.7%至人民幣520億元。下表載列2019年第二季度及2019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		2019年3月31日	
	2019年6月30日		2019年3月31日	
	金額	佔總收入 百分比	金額	佔總收入 百分比
	(人民幣百萬元，除非另有說明)			
智能手機	32,021.0	61.6%	27,008.7	61.7%
IoT與生活消費產品	14,944.7	28.8%	12,043.0	27.5%
互聯網服務	4,580.2	8.8%	4,257.3	9.7%
其他	405.2	0.8%	447.8	1.1%
總收入	<u>51,951.1</u>	<u>100.0%</u>	<u>43,756.8</u>	<u>100.0%</u>

智能手機

智能手機分部收入由2019年第一季度的人民幣270億元增加18.6%至2019年第二季度的人民幣320億元，是由於銷量及平均售價增長。2019年第二季度，我們售出約32.1百萬部智能手機，而2019年第一季度售出約27.9百萬部。2019年第二季度，我們智能手機的平均售價為每部人民幣998.7元，而2019年第一季度為每部人民幣968.3元。平均售價增加主要是由於我們不斷優化產品組合。

IoT與生活消費產品

IoT與生活消費產品分部收入由2019年第一季度的人民幣120億元增加24.1%至2019年第二季度的人民幣149億元，主要是由於智能電視、筆記本電腦、空調和小米手環、小米米家電動滑板車及小米淨水器等其他IoT產品需求強勁增長。智能電視及筆記本電腦的收入由2019年第一季度的人民幣50億元增加8.1%至2019年第二季度的人民幣55億元。

互聯網服務

互聯網服務分部收入由截至2019年第一季度的人民幣43億元增加7.6%至2019年第二季度的人民幣46億元，主要是由於廣告業務及其他互聯網增值服務增長。MIUI的月活躍用戶由2019年3月的260.9百萬人增加6.8%至2019年6月的278.7百萬人。

其他

其他收入由2019年第一季度的人民幣447.8百萬元減少9.5%至2019年第二季度的人民幣405.2百萬元，主要是由於物料銷售收入減少。

銷售成本

我們的銷售成本由2019年第一季度的人民幣385億元增加16.0%至2019年第二季度的人民幣447億元。

	未經審核			
	截至以下日期止三個月		2019年3月31日	
	2019年6月30日		2019年3月31日	
	金額	佔總收入 百分比	金額	佔總收入 百分比
	(人民幣百萬元，除非另有說明)			
智能手機	29,431.5	56.7%	26,123.7	59.7%
IoT與生活消費產品	13,272.8	25.5%	10,594.3	24.2%
互聯網服務	1,574.8	3.0%	1,387.7	3.2%
其他	413.3	0.8%	435.5	1.0%
總銷售成本	<u>44,692.4</u>	<u>86.0%</u>	<u>38,541.2</u>	<u>88.1%</u>

智能手機

智能手機分部銷售成本由2019年第一季度的人民幣261億元增加12.7%至2019年第二季度的人民幣294億元，主要是由於智能手機銷售額增加。

IoT與生活消費產品

IoT與生活消費產品分部銷售成本由2019年第一季度的人民幣106億元增加25.3%至2019年第二季度的人民幣133億元，主要是由於智能電視、筆記本電腦、空調及其他IoT產品的銷售額增加。

互聯網服務

互聯網服務分部銷售成本由2019年第一季度的人民幣14億元增加13.5%至2019年第二季度的人民幣16億元，主要是由其他互聯網增值服務的銷售成本增加。

其他

其他分部銷售成本由2019年第一季度的人民幣435.5百萬元減少5.1%至2019年第二季度的人民幣413.3百萬元，主要是由於物料銷售的銷售額減少所致。

毛利及毛利率

基於上文所述，毛利由2019年第一季度的人民幣52億元增加39.2%至2019年第二季度的人民幣73億元。智能手機分部毛利率由2019年第一季度的3.3%升至2019年第二季度的8.1%，主要是由於我們新推出的智能手機型號受到歡迎及我們在4G到5G技術轉換時期的穩健經營。

IoT與生活消費產品分部毛利率由2019年第一季度的12.0%降至2019年第二季度的11.2%。互聯網服務分部毛利率由2019年第一季度的67.4%降至2019年第二季度的65.6%，主要是由於遊戲業務的毛利率減少所致。

基於上文所述，整體毛利率由2019年第一季度的11.9%升至2019年第二季度的14.0%。

銷售及推廣開支

銷售及推廣開支由2019年第一季度的人民幣18億元增加24.4%至2019年第二季度的人民幣23億元，主要是由於廣告開支和包裝與運輸開支增加。廣告開支增加主要是由於線上購物節的開支以及我們於海外加強推廣智能手機。包裝與運輸開支增加是由於2019年第二季度海外市場運送的智能手機出貨量增加。

行政開支

行政開支由2019年第一季度的人民幣632.0百萬元增加14.5%至2019年第二季度的人民幣723.5百萬元，主要是由於擴張業務的專業服務費增加。

研發開支

研發開支由2019年第一季度的人民幣17億元減少5.7%至2019年第二季度的人民幣16億元。

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2019年第一季度的收益人民幣26億元變為2019年第二季度的虧損人民幣7億元，主要是由於2019年第二季度的股權及優先股投資公允價值虧損。

分佔按權益法入賬之投資虧損

分佔按權益法入賬之投資虧損由2019年第一季度的淨虧損人民幣145.4百萬元減少91.7%至2019年第二季度的淨虧損人民幣12.1百萬元，主要是由於應佔iQIYI, Inc (納斯達克股份代號：IQ)的虧損減少所致。

其他收入

其他收入由2019年第一季度的人民幣60.2百萬元增加574.5%至2019年第二季度的人民幣406.4百萬元，主要是由於收取我們被投資公司的股利收入以及按公允價值計入損益之短期投資的投資收入增加。

其他虧損淨額

其他虧損淨額由2019年第一季度的人民幣21.7百萬元增加228.7%至2019年第二季度的人民幣71.3百萬元，主要是由於2019年第二季度確認匯兌損失，而2019年第一季度則確認匯兌收益。

財務收入淨額

財務收入淨額由2019年第一季度的人民幣103.0百萬元減少4.6%至2019年第二季度的人民幣98.2百萬元。

所得稅費用

所得稅費用由2019年第一季度的人民幣525.4百萬元減至2019年第二季度的人民幣478.7百萬元，主要是由於遞延稅項負債減少。

期間利潤

基於上文所述，2019年第一季度及2019年第二季度，我們分別錄得利潤人民幣32億元及利潤人民幣20億元。

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編製及呈列的綜合業績，我們採用經調整淨利潤作為額外財務計量。我們將非國際財務報告準則經調整淨利潤（「**經調整淨利潤**」）定義為期間利潤，經加回以下各項調整：(i)可轉換可贖回優先股公允價值變動、(ii)以股份為基礎的薪酬、(iii)投資公允價值變動淨值、(iv)收購導致的無形資產攤銷、(v)基金投資者的金融負債價值變動及(vi)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2019年第二季度、2019年第一季度及2018年第二季度與2019年及2018年上半年的非國際財務報告準則計量與根據國際財務報告準則編製的最接近計量之調節：

		未經審核 截至2019年6月30日止三個月 調整						
呈報	可轉換 可贖回 優先股 公允價值 變動	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 公允價值 變動 ⁽³⁾	所得稅 影響 ⁽⁴⁾	非國際 財務報告 準則	
(人民幣千元，除非另有說明)								
期間利潤	1,955,558	—	387,545	1,421,586	79	53,700	(183,355)	3,635,113
淨利潤率	3.8%							7.0%

		未經審核 截至2019年3月31日止三個月 調整						
呈報	可轉換 可贖回 優先股 公允價值 變動	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 公允價值 變動 ⁽³⁾	所得稅 影響 ⁽⁴⁾	非國際 財務報告 準則	
(人民幣千元，除非另有說明)								
期間利潤	3,191,744	—	630,752	(1,800,683)	1,467	—	57,391	2,080,671
淨利潤率	7.3%							4.8%

		未經審核 截至2018年6月30日止三個月 調整						
呈報	可轉換 可贖回 優先股 公允價值 變動	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 公允價值 變動 ⁽³⁾	所得稅 影響 ⁽⁴⁾	非國際 財務報告 準則	
(人民幣千元，除非另有說明)								
期間利潤	14,632,647	(22,532,721)	10,527,322	(432,177)	695	—	(78,942)	2,116,824
淨利潤率	32.3%							4.7%

未經審核
截至2019年6月30日止六個月
調整

	呈報	可轉換 可贖回 優先股 公允價值 變動	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 公允價值 變動 ⁽³⁾	所得稅 影響 ⁽⁴⁾	非國際 財務報告 準則
			(人民幣千元，除非另有說明)					
期間利潤	5,147,302	—	1,018,297	(379,097)	1,546	53,700	(125,964)	5,715,784
淨利潤率	5.4%							6.0%

未經審核
截至2018年6月30日止六個月
調整

	呈報	可轉換 可贖回 優先股 公允價值 變動	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 公允價值 變動 ⁽³⁾	所得稅 影響 ⁽⁴⁾	非國際 財務報告 準則
			(人民幣千元，除非另有說明)					
期間利潤	7,605,236	(12,461,345)	11,015,559	(2,257,276)	1,388	—	(87,437)	3,816,125
淨利潤率	9.5%							4.8%

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、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) 指收購導致的無形資產攤銷。
- (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的所得稅影響。

流動資金及財務資源

除透過2018年7月全球發售籌集的資金外，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2019年6月30日及2019年3月31日，現金及現金等價物分別為人民幣349億元及人民幣265億元。

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、限制性現金、短期銀行存款以及按公允價值計入損益之短期投資。截至2019年6月30日，本集團現金資源總額較2019年3月31日的人民幣376億元增加35.9%至人民幣511億元。

合併現金流量表

	未經審核	
	截至以下日期止三個月	
	2019年 6月30日	2019年 3月31日
	(人民幣千元)	
經營活動所得／(所用)現金淨額 ⁽¹⁾	11,033,207	(117,783)
投資活動所用現金淨額	(5,658,342)	(2,372,212)
融資活動所得／(所用)現金淨額 ⁽¹⁾	2,377,695	(485,696)
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	7,752,560	(2,975,691)
期初現金及現金等價物	26,473,131	30,230,147
現金及現金等價物的匯率變動影響	695,337	(781,325)
期末現金及現金等價物	34,921,028	26,473,131

附註：

- (1) 除(1)主要由互聯網金融業務產生的應收貸款及利息以及應收貸款減值撥備增長；(2)金融保理業務產生的貿易應付款項增長；及(3)互聯網金融業務產生的受限制現金減少外，2019年第二季度經營活動所得現金淨額為人民幣137億元，2019年第一季度的經營活動所用現金淨額為人民幣15億元。除互聯網金融業務借款變動外，2019年第二季度及2019年第一季度的融資活動所用現金淨額分別為人民幣8億元及人民幣1億元。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期間利潤(經非現金項目及營運資金變動調整)。

2019年第二季度，經營活動所得現金淨額為人民幣110億元，指經營所得現金人民幣119億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24億元所致，經以下各項調整：貿易應付款項增加人民幣127億元，部分被存貨增加人民幣21億元所抵銷，以及應收貸款及利息增加人民幣28億元。

投資活動所用現金淨額

2019年第二季度，投資活動所用現金淨額為人民幣57億元，主要是由於按公允價值計入損益之短期投資的淨變動所用現金淨額人民幣43億元和短期銀行存款的淨變動所用現金淨額人民幣13億元所致。

融資活動所得現金淨額

2019年第二季度，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所得現金淨額人民幣31億元，部分被支付回購股票款項人民幣8億元所抵銷。

借款

於2019年3月31日及2019年6月30日，我們的借款總額分別為人民幣106億元及人民幣138億元。

資本開支及按公允價值計入損益之長期投資的支出

	未經審核	
	截至以下日期止三個月	
	2019年 6月30日	2019年 3月31日
	(人民幣千元)	
資本開支	524,725	960,055
長期投資的支出 ⁽¹⁾	1,281,536	1,117,963
總計	<u>1,806,261</u>	<u>2,078,018</u>

附註：

(1) 長期投資的支出指股權投資及優先股投資。

我們的資本開支包括興建及裝修辦公綜合樓產生的物業及設備開支和無形資產開支。於2019年6月30日，辦公室及其他不動產賬面值為人民幣96億元。長期投資的支出包括我們對TCL實業控股(廣東)股份有限公司的投資，旨在共同開發智能硬件及核心零部件以提升我們的AIoT戰略。

重大投資及資本資產之未來計劃

截至2019年6月30日，我們並無任何其他重大投資及資本資產計劃。

重大收購及出售附屬公司及聯屬公司

於2019年第二季度，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2019年6月30日，我們擁有16,911名全職僱員，其中15,668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市場增聘人手。截至2019年6月30日，我們的研發人員合共7,779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2019年6月30日，5,375名僱員持有以股份為基礎的獎勵。2019年第二季度，我們的薪酬開支總額(包括以股份為基礎的薪酬開支)為人民幣1,779.2百萬元，較2019年第一季度的人民幣2,039.4百萬元減少12.8%。

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或將收取外幣或向海外業務夥伴支付或將支付外幣時，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2019年6月30日，我們抵押受限制存款人民幣649.7百萬元，而截至2019年3月31日抵押人民幣1,284.1百萬元。

或有負債

截至2019年6月30日及2019年3月31日，我們並無任何重大或有負債。

簡明財務資料

合併損益表

截至2019年6月30日止三個月及六個月

	附註	未經審核		未經審核	
		截至6月30日止三個月 2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元	截至6月30日止六個月 2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
收入	3	51,951,129	45,235,473	95,707,952	79,647,835
銷售成本	4	(44,692,410)	(39,583,661)	(83,233,656)	(69,694,596)
毛利		7,258,719	5,651,812	12,474,296	9,953,239
銷售及推廣開支	4	(2,295,294)	(2,075,709)	(4,139,978)	(3,478,538)
行政開支	4	(723,513)	(10,456,916)	(1,355,535)	(10,922,239)
研發開支	4	(1,556,145)	(1,363,619)	(3,206,724)	(2,467,394)
按公允價值計入損益之 投資公允價值變動	8	(670,653)	526,910	1,962,062	2,289,778
分佔按權益法入賬之投資虧損	5	(12,080)	(128,512)	(157,472)	(112,183)
其他收入		406,353	207,315	466,600	365,541
其他(虧損)/收益淨額		(71,280)	46,757	(92,966)	144,324
經營利潤/(虧損)		2,336,107	(7,591,962)	5,950,283	(4,227,472)
財務收入/(費用)淨額		98,211	(32,330)	201,175	(14,496)
可轉換可贖回優先股 公允價值變動	12	—	22,532,721	—	12,461,345
除所得稅前利潤		2,434,318	14,908,429	6,151,458	8,219,377
所得稅費用	6	(478,760)	(275,782)	(1,004,156)	(614,141)
期間利潤		1,955,558	14,632,647	5,147,302	7,605,236
下列人士應佔利潤：					
— 本公司擁有人		1,951,956	14,651,318	5,077,915	7,646,195
— 非控股權益		3,602	(18,671)	69,387	(40,959)
		1,955,558	14,632,647	5,147,302	7,605,236
每股盈利/(虧損) (以每股人民幣元列示)	7				
基本		0.082	1.409	0.214	0.759
攤薄		0.079	(0.377)	0.206	(0.234)

合併綜合收益表

截至2019年6月30日止三個月及六個月

	附註	未經審核		未經審核	
		截至6月30日止三個月 2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元	截至6月30日止六個月 2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
期間利潤		1,955,558	14,632,647	5,147,302	7,605,236
其他綜合收益／(虧損)：					
<u>隨後可能重新分類至損益之</u>					
<u>項目</u>					
分佔按權益法入賬之投資的					
其他綜合(虧損)／收益	5	(32,618)	125,515	(14,530)	111,153
匯兌差額		(77,981)	(212,762)	33,636	(399,244)
<u>隨後不會重新分類至損益之</u>					
<u>項目</u>					
匯兌差額		675,564	(7,392,513)	81,609	(1,480,779)
期間其他綜合收益／(虧損)		564,965	(7,479,760)	100,715	(1,768,870)
(扣除稅項)					
期間綜合收益總額		2,520,523	7,152,887	5,248,017	5,836,366
下列人士應佔：					
— 本公司擁有人		2,510,048	7,163,993	5,176,000	5,875,458
— 非控股權益		10,475	(11,106)	72,017	(39,092)
		2,520,523	7,152,887	5,248,017	5,836,366

合併資產負債表
於2019年6月30日

	附註	未經審核 於2019年 6月30日 人民幣千元	經審核 於2018年 12月31日 人民幣千元
資產			
非流動資產			
土地使用權		—	3,402,968
物業及設備		5,891,124	5,068,053
無形資產		1,803,026	2,061,192
按權益法入賬之投資	5	9,454,872	8,639,238
按公允價值計入損益之長期投資	8	19,195,544	18,636,208
遞延所得稅資產		1,560,637	1,312,245
其他非流動資產		4,699,364	95,485
		42,604,567	39,215,389
流動資產			
存貨	10	26,675,009	29,480,685
貿易應收款項	9	7,337,191	5,598,443
應收貸款		11,733,101	10,293,645
預付款項及其他應收款項		18,778,550	20,914,946
按公允價值計入損益之短期投資	8	13,122,294	6,648,526
短期銀行存款		2,433,226	1,365,991
受限制現金		649,707	1,480,178
現金及現金等價物		34,921,028	30,230,147
		115,650,106	106,012,561
資產總額		158,254,673	145,227,950

	附註	未經審核 於2019年 6月30日 人民幣千元	經審核 於2018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		384	377
儲備		<u>76,691,510</u>	<u>71,322,608</u>
		<u>76,691,894</u>	<u>71,322,985</u>
非控股權益		<u>154,556</u>	<u>(72,856)</u>
權益總額		<u><u>76,846,450</u></u>	<u><u>71,250,129</u></u>
負債			
非流動負債			
借款	11	7,099,923	7,856,143
遞延所得稅負債		758,583	777,645
保修撥備		753,026	559,016
其他非流動負債	13	<u>3,589,735</u>	<u>2,844,859</u>
		<u>12,201,267</u>	<u>12,037,663</u>
流動負債			
貿易應付款項	14	48,799,255	46,287,271
其他應付款項及應計費用		7,006,271	6,312,770
客戶預付款		4,668,089	4,479,522
借款	11	6,679,136	3,075,194
所得稅負債		615,083	661,816
保修撥備		<u>1,439,122</u>	<u>1,123,585</u>
		<u>69,206,956</u>	<u>61,940,158</u>
負債總額		<u><u>81,408,223</u></u>	<u><u>73,977,821</u></u>
權益及負債總額		<u><u>158,254,673</u></u>	<u><u>145,227,950</u></u>

簡明合併現金流量表

截至2019年6月30日止六個月

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2019年	2018年
	人民幣千元	人民幣千元
經營活動所得現金淨額	10,915,424	6,121,543
投資活動所用現金淨額	(8,030,554)	(3,825,729)
融資活動所得現金淨額	1,891,999	1,193,182
	<u>4,776,869</u>	<u>3,488,996</u>
現金及現金等價物增加淨額		
期初現金及現金等價物	30,230,147	11,563,282
匯率變動對現金及現金等價物的影響	(85,988)	(158,128)
期末現金及現金等價物	<u>34,921,028</u>	<u>14,894,150</u>

附註：

1 一般資料

小米集團(前稱精銳有限公司)(「**本公司**」)於2010年1月5日根據開曼群島法例第22章公司法(1961年第3號法例,經合併及修訂)在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司註冊辦事處位於Maples Corporate Services Limited的辦事處,地址為PO Box 309, Ugland House, Grand Cayman, KY1-1104, Cayman Islands。

本公司為投資控股公司。本公司及其附屬公司(包括受控制結構性實體)(統稱「**本集團**」)主要於中華人民共和國及其他國家或地區研發及銷售智能手機、物聯網(「**IoT**」)及生活消費產品、提供互聯網服務及從事投資控股業務。

截至本財務資料批准日期,雷軍為本公司最終控股股東。

簡明合併中期財務資料包括於2019年6月30日的合併資產負債表、截至該日止三個月及六個月的合併損益表及合併綜合收益表、截至該日止六個月的合併權益變動表及合併現金流量表,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(「**人民幣**」)列報。

中期財務資料於2019年8月20日由本公司董事會批准。

中期財務資料未經審核,但已由本公司外部核數師審閱。

2 編製基準

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。財務資料須與本公司2019年3月19日刊發的2018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2018年12月31日止年度的年度經審核財務報表(「**2018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2018年財務報表所載截至2018年12月31日止年度的年度財務報表所用者一致,惟下文所載採用的新訂及經修訂準則除外。

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2019年1月1日開始之財政年度開始強制採用：

- 國際財務報告準則第16號租賃(「**國際財務報告準則第16號**」)
- 國際財務報告詮釋委員會詮釋第23號所得稅處理之不確定性
- 國際會計準則第19號之修訂本僱員福利,關於計劃修訂、縮減或結算
- 國際財務報告準則之修訂本國際財務報告準則2015年至2017年週期之年度改進
- 國際會計準則第28號之修訂本於聯營公司及合營企業之長期權益
- 國際財務報告準則第9號之修訂本具有負補償的提前還款特性

除國際財務報告準則第16號外，採用該等詮釋及準則修訂對本集團的業績及財務狀況並無重大影響，詳情載於下文。

本集團自2019年1月1日起應用國際財務報告準則第16號租賃。本集團以簡化過渡方法採用國際財務報告準則第16號，按該準則特定過渡條款允許，對2018年報告期間可比數字不進行重述。

經採納國際財務報告準則第16號，本集團已就先前根據國際會計準則第17號租賃的原則分類為「經營租賃」的租賃確認租賃負債。該等負債按剩餘租賃付款的現值計量，並使用承租人於2019年1月1日的增量借款利率貼現。

所有使用權資產均以相等於租賃負債的金額計量，按緊接採用國際財務報告準則第16號前合併資產負債表確認的租賃有關的任何預付或應計租賃付款金額進行調整。採用國際財務報告準則第16號後，於2019年1月1日，本集團於其他非流動資產確認使用權資產人民幣4,281,939,000元，於其他應付款項及應計費用和其他非流動負債確認租賃負債分別人民幣285,402,000元及人民幣573,431,000元。過渡影響亦包括因調整預付或應計租賃付款而導致預付款項及其他應收款項減少人民幣52,987,000元、土地使用權減少人民幣3,389,731,000元及其他應付款項及應計費用減少人民幣19,612,000元。

於首次應用國際財務報告準則第16號時，本集團已應用以下獲準則許可的可行權宜方法：

- 對可能具有相似特徵的租賃組合使用單一貼現率；
- 對於2019年1月1日剩餘租期少於12個月的若干經營租賃的會計處理為短期租賃；及
- 在首次應用日期排除初始直接成本以計量使用權資產。

採用國際財務報告準則第16號後，租賃付款的本金部分及相關利息部分已分類為融資活動。

3 分部資料

本集團的業務活動具備單獨的財務報表，乃由主要經營決策者（「**主要經營決策者**」）定期審查及評估。主要經營決策者由制定策略決策的首席執行官擔任，負責分配資源和評估營運分部的表現。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2019年及2018年6月30日止三個月及六個月，概無任何重大分部間銷售。向主要經營決策者報告的自外部客戶取得的收入計量方式與合併損益表所應用者一致。

截至2019年及2018年6月30日止三個月及六個月的分部業績如下：

	截至2019年6月30日止三個月				
	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	總計 人民幣千元
(未經審核)					
分部收入	32,021,039	14,944,694	4,580,174	405,222	51,951,129
銷售成本	(29,431,477)	(13,272,767)	(1,574,761)	(413,405)	(44,692,410)
毛利	2,589,562	1,671,927	3,005,413	(8,183)	7,258,719

	截至2018年6月30日止三個月				
	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	總計 人民幣千元
(未經審核)					
分部收入	30,501,122	10,378,798	3,958,220	397,333	45,235,473
銷售成本	(28,458,873)	(9,399,472)	(1,472,999)	(252,317)	(39,583,661)
毛利	2,042,249	979,326	2,485,221	145,016	5,651,812

	截至2019年6月30日止六個月				
	智能手機 人民幣千元	IoT與生活 消費產品 人民幣千元	互聯網服務 人民幣千元	其他 人民幣千元	總計 人民幣千元
(未經審核)					
分部收入	59,029,691	26,987,647	8,837,491	853,123	95,707,952
銷售成本	(55,555,130)	(23,867,078)	(2,962,431)	(849,017)	(83,233,656)
毛利	3,474,561	3,120,569	5,875,060	4,106	12,474,296

	截至2018年6月30日止六個月				
	智能手機 人民幣千元	IoT與生活 消費產品 人民幣千元	互聯網服務 人民幣千元	其他 人民幣千元	總計 人民幣千元
(未經審核)					
分部收入	53,740,612	18,075,364	7,189,570	642,289	79,647,835
銷售成本	(50,352,247)	(16,274,494)	(2,692,412)	(375,443)	(69,694,596)
毛利	3,388,365	1,800,870	4,497,158	266,846	9,953,239

本公司位於開曼群島，而本集團主要在中國大陸經營業務。截至2019年及2018年6月30日止三個月及六個月，有關總收入的地區資料如下

	截至6月30日止三個月				截至6月30日止六個月			
	2019年		2018年		2019年		2018年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審核)		(未經審核)		(未經審核)		(未經審核)	
中國大陸	30,100,098	57.9	28,823,107	63.7	57,060,587	59.6	50,765,210	63.7
全球其他地區(附註)	21,851,031	42.1	16,412,366	36.3	38,647,365	40.4	28,882,625	36.3
	<u>51,951,129</u>		<u>45,235,473</u>		<u>95,707,952</u>		<u>79,647,835</u>	

附註： 中國大陸境外收入主要來自印度、印度尼西亞及西歐。

4 按性質劃分之開支

	截至6月30日止三個月		截至6月30日止六個月	
	2019年 人民幣千元 (未經審核)	2018年 人民幣千元 (未經審核)	2019年 人民幣千元 (未經審核)	2018年 人民幣千元 (未經審核)
已售存貨成本	39,612,082	35,821,152	73,827,229	62,984,283
存貨減值撥備	1,365,509	192,703	2,471,384	514,468
許可費	1,238,853	1,175,237	2,242,245	1,956,131
僱員福利開支	1,779,163	11,642,896	3,818,519	13,162,180
物業及設備及使用權資產折舊	219,729	52,622	429,499	95,962
無形資產攤銷	123,140	107,609	247,787	247,727
宣傳及廣告開支	680,965	786,498	977,784	1,124,097
向遊戲開發商及視頻供應商支付的內容費	370,158	480,941	742,720	901,865
應收貸款撥備	266,222	163,961	453,228	232,754
諮詢及專業服務費	155,198	171,839	278,447	284,980
雲服務、帶寬及服務器託管費	454,476	398,199	946,029	733,197
辦公室租金	—	126,935	—	232,475
保修開支	728,450	822,647	1,327,432	1,408,892

5 按權益法入賬之投資

	於2019年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2018年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
按權益法入賬之聯營公司投資		
— 上市實體	5,904,068	6,198,681
— 非上市實體	3,550,804	2,440,557
	<u>9,454,872</u>	<u>8,639,238</u>

	截至6月30日止六個月	
	2019年 人民幣千元 (未經審核)	2018年 人民幣千元 (未經審核)
期初	8,639,238	1,710,819
添置	987,944	5,768,697
處置	(88,395)	(100)
分佔虧損	(157,472)	(112,183)
分佔其他綜合(虧損)/收益	(14,530)	111,153
分佔其他儲備變動	96,842	16,839
來自聯營公司之股利	(8,755)	—
期末	<u>9,454,872</u>	<u>7,495,225</u>

6 所得稅費用

本集團於所有呈列期間的所得稅費用分析如下：

	截至6月30日止三個月		截至6月30日止六個月	
	2019年 人民幣千元 (未經審核)	2018年 人民幣千元 (未經審核)	2019年 人民幣千元 (未經審核)	2018年 人民幣千元 (未經審核)
當期所得稅	620,313	553,562	1,271,610	948,210
遞延所得稅	(141,553)	(277,780)	(267,454)	(334,069)
所得稅費用	<u>478,760</u>	<u>275,782</u>	<u>1,004,156</u>	<u>614,141</u>

所得稅費用根據管理層對適用於整個財政年度的所得稅稅率的最佳認知確認。

7 每股盈利／(虧損)

2018年6月17日，根據股東決議案，本公司股本中現有已發行及未發行的每股面值0.000025美元的股份拆分為10股每股面值0.0000025美元的股份(「股份分拆」)。股份分拆後，已追溯調整截至2018年6月30日止三個月及六個月就每股基本及攤薄盈利而言的普通股加權平均數。

(a) 基本

截至2019年及2018年6月30日止三個月及六個月，每股基本盈利乃以期間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6月30日止三個月		截至6月30日止六個月	
	2019年 人民幣千元 (未經審核)	2018年 人民幣千元 (未經審核)	2019年 人民幣千元 (未經審核)	2018年 人民幣千元 (未經審核)
本公司擁有人應佔利潤淨額	1,951,956	14,651,318	5,077,915	7,646,195
已發行普通股的加權平均數(千股)	<u>23,770,504</u>	<u>10,398,712</u>	<u>23,727,744</u>	<u>10,080,295</u>
每股基本盈利(以每股人民幣元列示)	<u>0.082</u>	<u>1.409</u>	<u>0.214</u>	<u>0.759</u>

(b) 攤薄

計算每股攤薄盈利或虧損時，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。

截至2019年6月30日止三個月及六個月，本公司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或虧損具有反攤薄影響或其攤薄影響不重大。

截至2018年6月30日止三個月及六個月，計算每股攤薄虧損時已考慮(i)購股權及大部分受限制股份單位並非具潛在攤薄效應的普通股，因該等購股權及受限制股份單位須待本公司完成合資格公開發售或董事會批准後方可行使及結算，而該等或有事項並無發生；(ii)本公司全資附屬公司Xiaomi Finance Inc. (「小米金融」) 授予雷軍的購股權不會導致攤薄，因截至2018年6月30日止三個月及六個月小米金融處於虧損狀態；(iii)假設本公司已發行可轉換可贖回優先股(「優先股」)已轉換為普通股及已對本公司擁有人應佔淨利潤作出調整以對銷優先股的公允價值增益，計算經攤薄普通股加權平均數時計入該等優先股，原因是可能會導致攤薄。

	截至6月30日止三個月		截至6月30日止六個月	
	2019年 人民幣千元 (未經審核)	2018年 人民幣千元 (未經審核)	2019年 人民幣千元 (未經審核)	2018年 人民幣千元 (未經審核)
本公司擁有人應佔利潤淨額	1,951,956	14,651,318	5,077,915	7,646,195
減：優先股公允價值增益	—	(22,532,721)	—	(12,461,345)
釐定每股攤薄盈利／(虧損) 所用利潤／(虧損)淨額	1,951,956	(7,881,403)	5,077,915	(4,815,150)
已發行普通股加權平均數(千股)	23,770,504	10,398,712	23,727,744	10,080,295
授予僱員的受限制股份單位及購股權調整 (千股)	905,405	22,456	962,640	22,456
優先股調整(千股)	—	10,504,922	—	10,504,922
計算每股攤薄盈利／(虧損)所用 普通股加權平均數(千股)	24, 675,909	20,926,090	24, 690,384	20,607,673
每股攤薄盈利／(虧損) (以每股人民幣元列示)	0.079	(0.377)	0.206	(0.234)

8 投資

	於2019年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)		於2018年 12月31日 人民幣千元 (經審核)	
流動資產				
按公允價值計入損益之短期投資	13,122,294		6,648,526	
非流動資產				
按公允價值計入損益之長期投資				
— 權益投資	8,129,334		7,629,929	
— 優先股投資	11,066,210		11,006,279	
	19,195,544		18,636,208	
於損益確認的款項				
	截至6月30日止三個月		截至6月30日止六個月	
	2019年	2018年	2019年	2018年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)
權益投資公允價值變動	(994,675)	98,853	1,530,746	185,904
優先股投資公允價值變動	292,026	407,209	378,022	2,071,372
按公允價值計入損益之短期投資公允價值變動	31,996	20,848	53,294	32,502
	(670,653)	526,910	1,962,062	2,289,778

9 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2019年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2018年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
貿易應收款項		
三個月內	6,356,745	5,094,390
三至六個月	675,754	392,868
六個月至一年	287,213	116,279
一至兩年	60,980	16,630
兩年以上	50,874	46,873
	<u>7,431,566</u>	<u>5,667,040</u>
減：減值撥備	(94,375)	(68,597)
	<u>7,337,191</u>	<u>5,598,443</u>

本集團大部分貿易應收款項以人民幣及印度盧比計值。

10 存貨

	於2019年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2018年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
原材料	6,780,479	7,343,118
製成品	15,811,853	19,112,105
在製品	2,247,793	2,068,834
備品備件	1,478,676	1,156,825
其他	1,806,344	1,651,854
	<u>28,125,145</u>	<u>31,332,736</u>
減：減值撥備	(1,450,136)	(1,852,051)
	<u>26,675,009</u>	<u>29,480,685</u>

11 借款

	於2019年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2018年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
計入非流動負債		
資產支持證券	916,138	2,752,815
透過信託籌集資金	870,000	—
有抵押借款	1,906,303	1,260,941
無抵押借款	3,407,482	3,842,387
	<u>7,099,923</u>	<u>7,856,143</u>
計入流動負債		
資產支持證券	3,045,000	586,282
透過信託籌集資金	—	648,390
無抵押借款	3,634,136	1,840,522
	<u>6,679,136</u>	<u>3,075,194</u>

截至2019年6月30日止六個月，付息負債年利率介乎4.2%至8.0%。

12 可轉換可贖回優先股

自註冊成立日期以來，本公司已通過發行優先股完成數輪融資。於2018年7月9日，本公司在聯交所主板上市，以每股17.00港元的價格發售2,179,585,000股B類普通股(不包括任何因行使超額配股權而發行的B類普通股)。於2018年7月9日完成首次公開發售後，所有優先股均轉換為B類普通股。每股優先股於轉換日期的公允價值等於全球發售的發售價。截至2018年6月30日止六個月的優先股變動如下：

	人民幣千元
於2018年1月1日	161,451,203
公允價值變動	(12,461,345)
匯兌差額	<u>1,574,036</u>
於2018年6月30日	<u>150,563,894</u>

優先股公允價值變動計入合併損益表「可轉換可贖回優先股公允價值變動」。管理層認為，因該負債信用風險變動導致的優先股公允價值變動不大。

13 其他非流動負債

	於2019年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2018年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
欠付基金投資者的負債	2,877,204	2,823,504
租賃負債(附註2)	596,794	—
其他	115,737	21,355
	<u>3,589,735</u>	<u>2,844,859</u>

14 貿易應付款項

貿易應付款項主要包括存貨應付款項及許可費。於2019年6月30日及2018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2019年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2018年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
三個月內	47,540,343	44,312,748
三至六個月	909,101	1,656,699
六個月至一年	196,293	266,623
一至兩年	116,442	50,350
兩年以上	37,076	851
	<u>48,799,255</u>	<u>46,287,271</u>

其他資料

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至2019年6月30日止六個月及截至本公告日期，本公司在香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）購回合共125,510,000股本公司B類股份（「所購回股份」），總代價（包括交易成本）為1,199,982,104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	19,972,200	10.20	9.74	199,931,233
6月	97,927,800	10.04	8.96	925,210,318
7月	7,610,000	10.00	9.70	74,840,553
總計	<u>125,510,000</u>			<u>1,199,982,104</u>

已發行B類股份數目因註銷而減少125,510,000股。於註銷所購回股份後，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。

1月所購回股份其後於2019年2月1日註銷。合共5,591,700股A類股份於2019年2月1日以一換一的比例轉換為B類股份，其中雷軍通過Smart Mobile Holdings Limited轉換3,587,263股A類股份，林斌通過林斌股份信託轉換2,004,437股A類股份。6月及7月所購回股份其後於2019年7月25日註銷。合共29,347,128股A類股份於2019年7月25日以一換一的比例轉換為B類股份，其中雷軍通過Smart Mobile Holdings Limited轉換18,827,168股A類股份，林斌通過林斌股份信託轉換10,519,960股A類股份。

除上文所披露者外，本公司及其任何附屬公司於截至2019年6月30日止六個月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A.2.1條外，本公司於截至2019年6月30日止六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A.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。

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所載上市公司董事進行證券交易的標準守則（「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由截至2019年6月30日止六個月至本公告日期一直遵守標準守則所載的條文。

審核委員會

本公司已根據上市規則第3.21條及企業管治守則成立審核委員會。審核委員會的主要職責為審閱並監督本集團的財務申報程序及內部監控制度、審閱並批准關連交易以及向董事會提供建議。審核委員會由一名非執行董事及兩名獨立非執行董事（即陳東升博士、許達來先生及王舜德先生）組成，而王舜德先生為審核委員會主席。

審核委員會已審閱本集團截至2019年6月30日止三個月及六個月的未經審核中期業績，亦與本公司高級管理層成員及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。

其他董事會委員會

除審核委員會以外，本公司亦成立了提名委員會、薪酬委員會及企業管治委員會。

重大訴訟

截至2019年6月30日，本公司並無牽涉任何重大訴訟或仲裁。據董事所知，本公司並無尚未了結或對本公司構成威脅之任何重大訴訟或索償。

中期股息

董事會決議不宣派截至2019年6月30日止六個月的中期股息。

全球發售所得款項淨額用途

本公司自全球發售（定義見招股章程）收取的款項淨額約為27,561.0百萬港元。過往於招股章程披露的所得款項淨額擬定用途概無變動。

報告期結束後的事項

除本公告所披露者外，2019年6月30日後至本公告日期，並無發生任何可能影響本集團的其他重大事項。

刊發中期業績公告及中期報告

此中期業績公告已於聯交所網站www.hkexnews.hk及本公司網站www.mi.com刊登。本公司中期報告將於前述聯交所及本公司網站刊登，並將適時寄發予本公司股東。

承董事會命
小米集團
董事長
雷軍

香港，2019年8月20日

於本公告日期，本公司董事會包括董事長兼執行董事雷軍先生、執行董事林斌先生；非執行董事許達來先生及劉芹先生；以及獨立非執行董事陳東升博士、李家傑博士及王舜德先生。