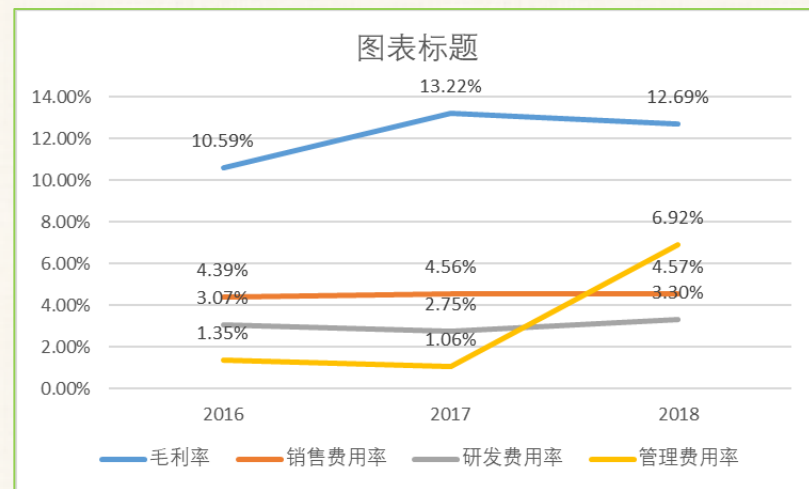
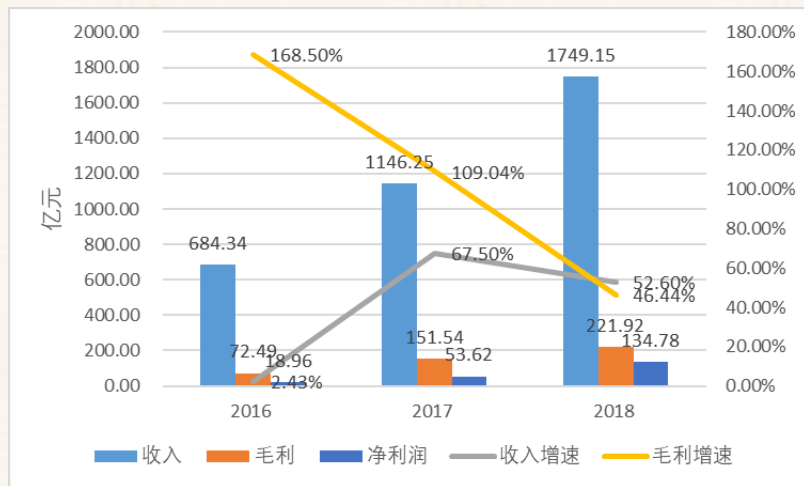


业务收入增长迅速，毛利率增长减缓，净利润增长较快



收入与毛利润高速增长。

公司2016年实现营业收入684.34亿元，毛利72.49亿元；2017年实现营业收入1146.25亿元，同比增长67.50%，实现毛利151.54亿元，同比增长109.04%。公司2018年实现营业收入1749.15亿元，同比增长52.60%，实现毛利221.92亿元，同比增长46.44%

毛利增速持续下降，2018年收入增速有所下降

公司从2016年起至2018年，毛利增速持续下降，经历了2016年的168%的高速增长后，增速急速下降，2018年仅为46.44%。

2016年收入增速2.43%，2017年收入增速增加到62.5%，2018年相较2017年仅为52.6%

2018年毛利率有小幅下滑，净利率持续增加

公司2016年毛利率为10.59%，2017年毛利率为13.22%，2018年下滑至12.69%，毛利率呈现下滑趋势；

净利率上升态势良好，2016、2017、2018年分别为2.77%、4.68%、7.71%，稳步增长

研发费用率及消费费用率逐渐稳固

2016年、2017年和2018年，公司的销售费用率分别为2.77%、4.68%及7.71%，研发费用率分别为管理费率分别为3.07%、2.75%、3.30%

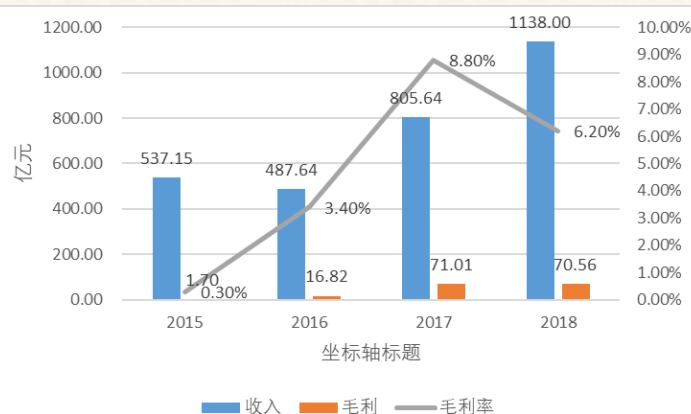
注：2018年管理费用率有较高增幅，是股份支付影响，不实影响业绩

各项业务加速增长，收入激增抢占市场，短期毛利率降低

智能手机

收入迅猛增长。收入方面，智能手机收入2015年实现了537亿元，2016年稍降至487亿元，2017年实现了805亿元，同比2016年增长了29%，2018年1-6月实现了160亿元，同比增长了90%

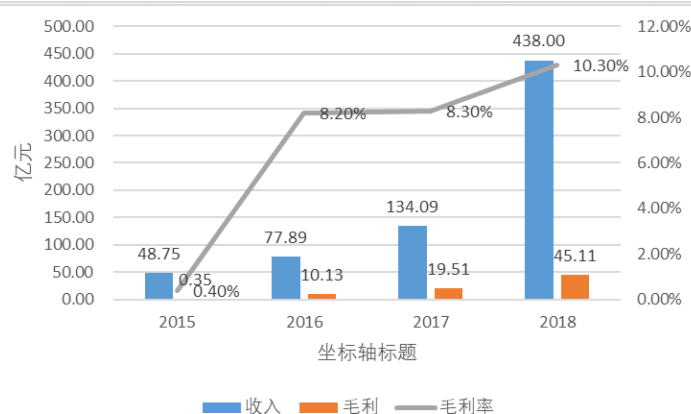
毛利率稍有降低，毛利润趋于持平。公司外卖业务2015-2017显著增长2017年毛利率为8.8%，2018年毛利率有所降低，为6.2%，但毛利与前一年变化不大，从17年71亿降至70亿左右。
该变化可能是由于战略决策选择更高的增长率而非毛利率，来占据更高的市场份额



IoT和生活消费产品

收入持续飙升。收入方面，IoT和生活消费产品持续增长，特别是2018年收入增长至438亿元，相比2017年的134亿元同比增长了227%

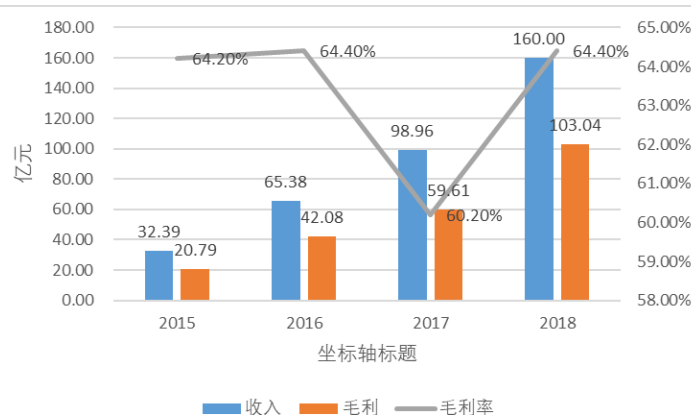
毛利持续增长且毛利率增长迅速。该业务2015年开始毛利率仅为0.4%，2016年、2017年即增长为8.2%、8.3%，2018年的毛利率取得突破增长为10.3%，可能为主要产品—电视机的毛利率增长导致；毛利因此产生激增，从2017年19.5亿元增长到2018年的45亿元



新业务及其他产品

收入与毛利增长迅猛。收入方面，该业务2015年实现了32亿元，2016年实现了65亿元，2017年实现了99亿元，2018年实现了160亿元，同比增长了61%；毛利方面，公司2015年实现了21亿元，2016年实现了42亿元，2017年实现了60亿元，2018年实现了103亿元，同比增长了71%

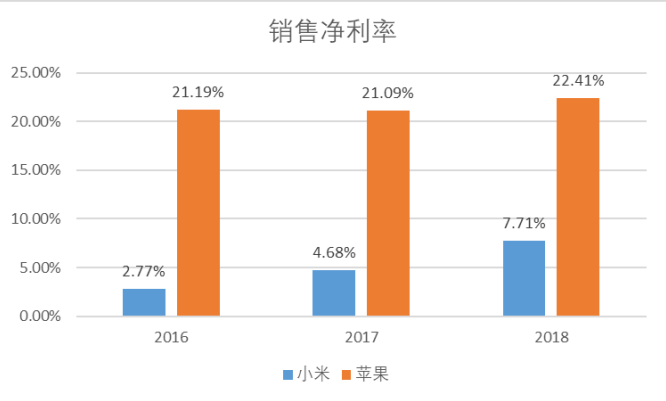
2018年毛利率增长由正转负。该业务2016年和2017年毛利率分别为64%和60%，2018年该业务毛利率回升至64%，是由于毛利率较高的广告业占比较大



公司销售净利率和业内第一企业存在差距，尚有发展空间

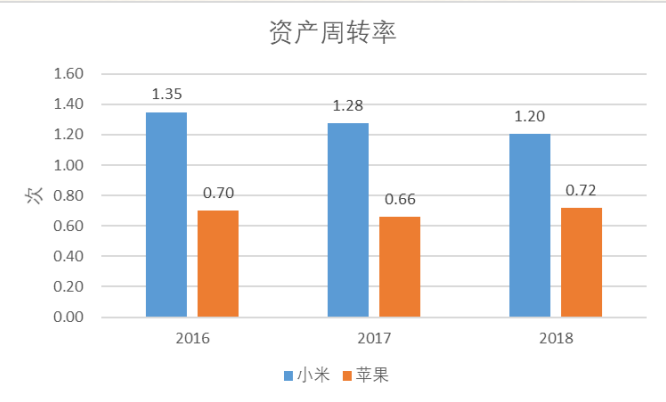
销售净利率

与苹果公司相比公司的销售净利率较低。公司2016年、2017年和2018年的销售净利率分别为2.27%、4.68%和7.71%。相较而言，苹果公司2016年、2017年和2018年的销售净利率分别为21%、21%和22%，与苹果公司相比，公司的销售净利率虽然显著偏低，但是增长势头良好，增加迅速



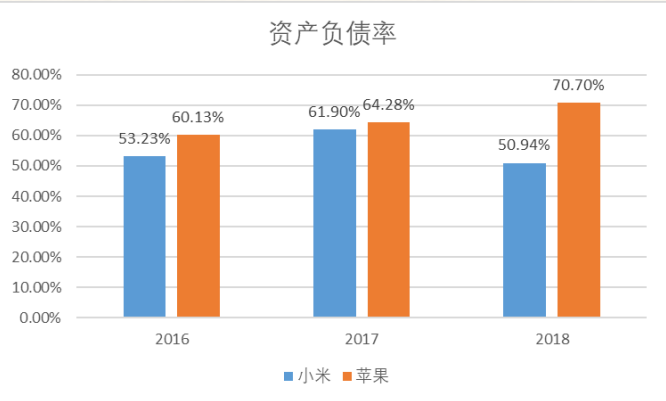
资产周转率

与苹果公司相比公司的资金周转率较低。公司2016年、2017年和2018年的资金周转率分别为1.35、1.28、1.20次。相较而言，苹果公司2016年、2017年和2018年的资金周转率分别为0.7、0.66、0.72次，与苹果公司相比，公司的资金周转率更快，发展活力较高



资产负债率

与苹果公司相比公司的资金负债率较低。公司2016年、2017年和2018年的资金负债率率分别为253%、61%和51%。相较而言，苹果公司2016年、2017年和2018年的资金负债率率分别为60%、64%和70%，与苹果公司相比，公司的资金负债率较低，风险较小



要点总结

智能硬件与网络服务一体的互联网价格屠夫。

专注于智能硬件和电子产品研发的移动互联网公司，同时也是一家专注于高端智能手机、互联网电视以及智能家居生态链建设的创新型科技企业；

2015年，MIUI月活跃用户（米粉）超过一亿；2017年小米收入增长速度在互联网公司中排名第一

通过线下线上新零售与互联网模式，为粉丝提供硬件及支持。

公司的有三个经营分部：硬件、互联网、新零售；收入来源有四类，分别为智能手机、IoT和生活消费产品、互联网服务和其他。收入结构当中，智能手机占比最高，超过65%；成本结构当中，2018已售存货成本占比最高，合计接近80%

十亿手机出货量行业线上渗透率高，印度市场一骑绝尘。

全球和中国市场手机出货量虽然减少，但印度手机出货量高速增。智能手机销售在印度过去三年增长迅猛，实现了10.35%的CAGR，截至2017年线上交易金额达到1166亿元，行业当前线上交易渗透率为13.3%，潜在增长空间广阔，根据艾瑞咨询预测，出货量将会在持续一段时间的下降后，迅速反弹，预计到2023年智能手机出货量将达到15.4亿部；

市场高度集中，其中印度市场双巨头格局明显，小米占有率增长迅猛增加，超过三星成为印度市场霸主

各项业务加速增长，收入激增抢占市场，短期毛利率降低。

公司近年收入呈现高速增长态势，公司2018年实现营业收入1749.15亿元，同比增长52.60%，实现毛利

221.92亿元，同比增长46.44%，其中核心业务智能手机收入维持高速增长，但毛利率有所下降。战略决策选择更高的增长率而非毛利率，来占据更高的市场份额