

小米集團(1810.HK)2024 年第四季度財報發佈，整體營收和淨利潤表現維持高速增長並超出市場預期。其中小米的手機業務延續了 20%以上的高速增長態勢，其智能手機產品市場份額也在穩步攀升。在智能汽車領域，小米汽車在交付量和毛利率方面均表現卓越，展現出強勁的發展勢頭。本次小米集團(1810.HK)發佈的四季度財報還有哪些具體亮點，預計小米集團(1810.HK)年內的上漲空間還有多少？

小米業績超預期，幾項主業均有亮點，年內股價上漲空間還有多少？

2024 年第四季度，小米集團(1810.HK)收入為 3659 億元，同比增長 35%，第四季度收入 1090.05 億元，首次單季度突破 1000 億元，創歷史新高，第四季度收入同比增 48.8%，高於市場預期的 1044 億。在利潤方面，2024 年第四季度小米集團(1810.HK)的毛利率為 20.6%，全年經調整淨利潤為 272 億元，同比增長 41.3%；第四季度經調整淨利潤為 83 億元，同比增長 69.4%，較市場預期高出 24.6%。此外，小米集團(1810.HK)在 2024 年進行了大規模的股票回購，總回購金額達到 37 億港元，回購股票數量為 2.492 億股。這一舉措顯示出公司對自身業務前景的信心，並通過回購來增強股東價值。

圖一：小米 2022Q1-2024Q4 營收情況



資料來源：Wind，小米財報



圖二：小米 2024Q2 與 2023 年 Q4 毛利率與淨利率對比



資料來源：Wind · 小米財報

➤ 智能手機業務：全球排名穩居前三，高端化進程明顯

在智能手機業務上，小米集團(1810.HK)2024 年全年實現收入 1918 億元，同比增長 21.8%，毛利率達到 12.6%。小米全球智能手機出貨量為 1.69 億臺，同比增長 15.4% (行業平均增長 6.4%)。根據 IDC 數據，2024 年小米全球智能手機市場份額為 13.6%，較上年份額繼續提升 1.1 個百分點，連續 18 個季度穩居全球前三。

圖三：全球各品牌智能手機季度出貨量競爭格局

Company	2024	2024	2023	2023	2024/2023 Growth
	Shipments	Market Share	Shipments	Market Share	
1. Apple	232.1	18.7%	234.3	20.1%	-0.9%
2. Samsung	223.4	18.0%	226.7	19.5%	-1.4%
3. Xiaomi	168.5	13.6%	146.0	12.5%	15.4%
4. Transsion*	106.9	8.6%	94.9	8.2%	12.7%
4. OPPO*	104.8	8.5%	103.4	8.9%	1.4%
Others	402.9	32.5%	358.9	30.8%	12.3%
Total	1,238.8	100.0%	1,164.1	100.0%	6.4%

資料來源：IDC



小米集團(1810.HK)之所以能取得如此成績，與小米集團(1810.HK)近年來出海戰略以及高端化的成功實施關係密切。2024年，小米集團(1810.HK)的境外收入表現十分亮眼，其境外收入達到人民幣1533億元，占總收入的41.9%，或占“手機×AIoT”分部收入的46.0%，這一成績充分體現了小米在全球市場的廣泛佈局和強勁競爭力。

根據Canalys數據，小米的智能手機業務已經擴展到歐洲、拉丁美洲、中東、非洲和東南亞等多個地區，2024年小米在全球56個國家和地區的智能手機出貨量排名前三，在69個國家和地區的智能手機出貨量排名前五。在非洲、東南亞和中東等關鍵市場，小米實現了顯著的市場份額增長。其中，非洲市場的智能手機市場份額同比提升了2.4個百分點至11.3%；東南亞市場提升了2.0個百分點至16.1%；中東市場提升了1.5個百分點至18.6%。這些成績不僅反映了小米在新興市場的快速滲透，也展示了其全球化戰略的成功實施。

在用戶規模方面，隨著小米全球化戰略的不斷深入，其產品已經遍佈超過100個國家和地區，並且在這些主要市場的佔有率持續提升，這進一步推動了月活躍用戶數的增長。截至2024年12月，小米全球智能手機的月活躍用戶數量達到了7.023億，與去年同期相比增長了9.5%。在中國大陸，2024年月活躍用戶數為1.729億，同比增長了11.1%；而海外的MIUI月活躍用戶數則達到了5.294億。預計，隨著智能手機進入新一輪的換機週期，以及Su7系列的強勁銷售表現和IoT生態系統下智能大家電業務的擴展，MIUI的用戶基數有望繼續增長。

*高端市場滲透率逐年提升

面對全球手機出貨量增速趨緩的背景，小米集團(1810.HK)通過不斷加強高端化戰略，致力於提升產品競爭力。近年來，小米重點專注於高端旗艦機型的開發，例如小米數字旗艦系列和小米MIX系列的折疊屏手機，以提升在高端市場的份額。2024年7月，小米推出了新一代的小米MIX Fold 4，這款產品在提供全面旗艦性能的同時，實現了更輕便、更薄的設計。此外，2025年2月和3月，小米分別在中國大陸地區和海外市場發佈了Xiaomi 15 Ultra。根據證券時報報導，小米15 Ultra定位為“巔峰影像，科技旗艦”，這款產品不僅具備旗艦性能，還配備了Leica四鏡頭相機，為全球用戶提供了旗艦級的影像體驗。在續航能力上，Xiaomi 15 Ultra內置6000mAh小米金沙江電池，支持90W有線快充和80W無線快充，螢幕顯示上配備6.73英寸2K超清分辨率的全等深微曲屏，支持120Hz可變刷新率和3200nits超級陽光屏。



圖四：小米 15 Ultra 手機參數



資料來源：小米官網

隨著小米高端化戰略的不斷演進、產品力的提升以及用戶認知的積累，小米在高端手機市場的競爭力逐步形成並且佔據了一定市場份額。根據小米集團(1810.HK)2024 年第業績簡報，2024 年小米集團(1810.HK)在中國大陸地區的高端智能手機市場取得了顯著成績。高端智能手機(人民幣 4000 元以上)出貨量在整體智能手機出貨量中的占比達到 23.3%，同比提升 3.0 個百分點。具體來看，在人民幣 4000-5000 元價位段，小米的智能手機市占率排名第一，達到 24.3%，同比提升 0.2 個百分點。在人民幣 5000-6000 元價位段，小米的智能手機市占率達到 9.7%，同比提升 1.3 個百分點。總體而言，公司目前正全力推進高端化戰略，持續優化產品性能與品質，致力於在國內外市場實現高端化佈局。隨著公司高端折疊屏產品的不斷迭代升級以及海外市場產品升級的加速推進，公司有望在高端化戰略上邁向新的發展階段，並進一步提升在高端市場的滲透率。

➤ 智能汽車：銷量與毛利表現驚豔

在小米集團(1810.HK)2024 年業績發佈會上，小米智能電動汽車業務的亮點主要體現在以下幾個方面：一是交付量進度好於預期，2024 年，小米 SU7 系列交付量達到 136,854 輛，超出年初設定的 10 萬臺目標。在交付速度上，小米 SU7 自 2024 年 4 月 3 日開始交付，僅用 8 個多月就實現了超 13 萬臺的交付量，創下國內新勢力全新車型交付速度第一的紀錄。2025 年 2 月，小米 SU7 交付量超 2 萬輛，已連續 5 個月交付量超 2 萬輛。

二是交付目標繼續上調：從訂單量上看，小米 SU7 上市 11 個月，銷售已超過 32 萬臺，目前已交付



18 萬臺，仍有約 15 萬臺訂單在排隊等待交付。SU7 Ultra 發佈後僅 2 小時，大定量就突破 1 萬臺，迅速達成全年目標。展望 2025 年，基於交付量的快速增長，小米將 2025 年全年交付目標提升至 35 萬臺，較之前的 30 萬預期提升 10%。

三是小米汽車的毛利率表現亮眼，小米汽車本季度毛利率達到 20.4%，環比繼續提升 3%。該成績主要得益於小米自建工廠，以及集團在手機、IoT 等業務中積累的出色供應鏈管理和工廠運營能力。從行業方面來看，小米汽車毛利率已趕上特斯拉毛利率，也明顯優於小鵬汽車和蔚來汽車等新勢力們的表現。在 2024 年第四季度小米集團(1810.HK)的智能電動汽車等創新業務經調整淨虧損為人民幣 7 億元，這一虧損數據不僅較前幾個季度有所收窄，而且也低於市場預期。整體來說，小米汽車僅用三個月時間便迅速躋身國內新能源汽車市場的前十強，並在中檔車型市場確立了堅實的地位。此外，公司還在不斷擴展汽車新零售管道，以此推動品牌影響力的持續提升。截至 2024 年 12 月，小米汽車的門店數量已達到 200 家，覆蓋全國 58 個城市。

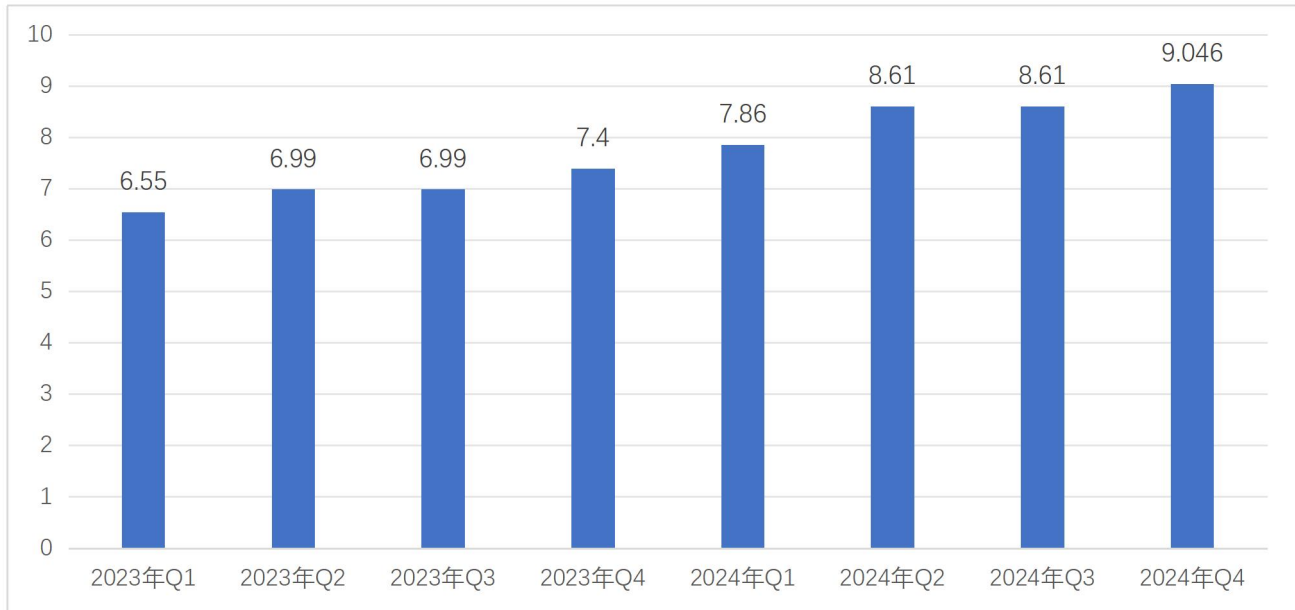
➤ IoT 物聯網：擴張小米生態鏈版圖

作為小米在消費級智能硬體領域的重要開放合作平臺，開發者能夠借助小米 IoT 平臺提供的豐富開放資源、強大能力以及智能化產品解決方案，以較低的成本快速提升產品的智能化水準，滿足用戶對智能產品多樣化使用需求和體驗的期望。自 2019 年起，小米實施了“手機+AIoT”雙引擎戰略，並隨後宣佈在未來五年內對 AIoT 領域投入超過 100 億元人民幣。依託小米 IoT 平臺，公司已經打造了一個涵蓋電視、智能家電、手機配件以及生活消費品等在內的多元化產品矩陣。2024 年小米的 IoT 與生活消費產品業務取得了顯著的成績，2024 年小米 IoT 與生活消費產品業務收入首次突破 1000 億元人民幣，達到 1041 億元，同比增長 30.0%。同時，該業務的毛利率達到 20.3%，同比提升了 3.9 個百分點，收入和毛利率均創下歷史新高。在 2024 年第四季度，小米的 IoT 與生活消費產品業務繼續保持強勁增長，收入達到人民幣 309 億元，同比增長 51.7%。該季度的毛利率進一步提升至 20.5%，同比增加了 6.6 個百分點。

在用戶數據上，截至 2024 年 12 月 31 日，小米的 AIoT 平臺已連接的 IoT 設備數（不包括智能手機、平板及筆記本電腦）增長至 9.046 億臺，同比增長 22.3%。此外，擁有五件及以上連接至小米 AIoT 平臺的設備（不包括智能手機、平板及筆記本電腦）的用戶數達到 1830 萬，同比增長 26.1%。2024 年 12 月，米家 APP 的月活躍用戶數同比增長 17.5%，達到 1.008 億，而小愛同學的月活躍用戶數同比增長 12.0%，達到 1.371 億。



圖五：小米 AIoT 平臺 2023Q1-2024Q4 連接設備數



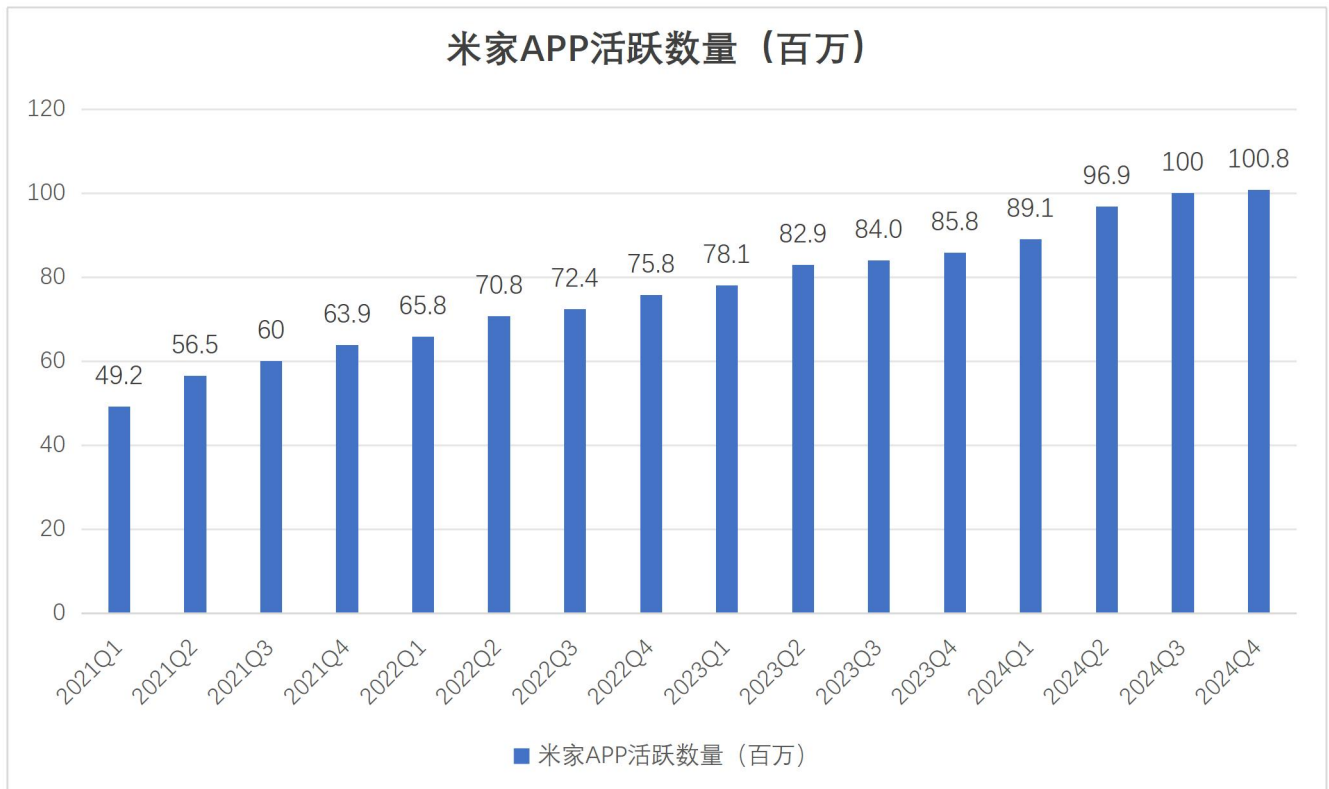
資料來源：小米集團(1810.HK)業績發佈會

在互聯網服務領域，小米手機通過其銷售的硬體設備進行商業化探索，主要提供包括遊戲、廣告、內容服務和其他增值服務在內的多樣化服務。2024年小米的互聯網服務業務實現了收入和毛利率的雙重突破，均達到歷史新高。全年互聯網服務收入達到人民幣341億元，同比增長13.3%；毛利率高達76.6%，同比提升了2.5個百分點。在2024年第四季度，小米的互聯網服務業務繼續保持強勁增長態勢，收入達到人民幣93億元，同比增長18.5%，再次刷新歷史記錄。該季度毛利率為76.5%，同比提升了0.8個百分點。

互聯網服務增長以終端用戶增長為基礎，小米終端用戶數量在近幾年在持續增長。2024年12月，小米的互聯網用戶規模持續增長，全球及中國大陸的月活躍用戶數均創下歷史新高，其全球月活躍用戶數達到7.023億，同比增長9.5%。其中，中國大陸月活躍用戶數達到1.729億，同比增長11.1%，其中智能電視全球月活躍用戶數達到7070萬，同比增長7.1%。預計小米智能手機市場即將迎來新一輪換機潮，同時小米SU7車型的強勁銷售勢頭以及IoT生態中智能大家電業務的持續擴張，都將有力推動MIUI用戶數量的不斷增長。



圖六：小米汽車米家 APP 活躍數量 (百萬)



資料來源：小米集團(1810.HK)公司公告

總體來看，小米集團(1810.HK)此次發佈的四季度業績呈現出強勁的持續增長勢頭。其中，手機業務在第四季度繼續保持 20%以上的高速增長，智能手機銷售在全球市場的份額也在穩步提升。隨著公司出海戰略的推進和高端化戰略的引領，智能手機業務仍有較大的增長潛力。在智能汽車領域，無論從目前的交付量還是毛利率來看，小米汽車的表現都十分出色，這表明小米集團(1810.HK)多年通過智能手機和 IoT 設備業務積累的供應鏈管理和運營經驗，正在成功複製到智能電動汽車業務上。按照小米汽車目前的訂單節奏，預計小米今年衝刺 35 萬的新車交付目標將順利達成。在 IoT 設備和互聯網服務領域，小米通過推出多品類的家用智能設備，不斷豐富小米“人車家”生態鏈的業務版圖，並推動小米生態用戶數量的持續增長。得益於小米智能手機、智能汽車以及 IoT 設備的協同效應，認為小米在“人車家全生態”互聯互通方面的優勢正逐步增強，生態規模有望持續擴張。預計小米集團(1810.HK)今年營收有望增長 32%-36%，經調整淨利潤有望增長至 380-400 億元這個區間，給予小米短期目標價至 62-67 港元這個區間，對比當前股價仍有 10%-20%空間。

免責聲明：本報內容所提供資料所述或與其相關的任何投資或潛在交易，均受限於閣下司法轄區適用的法律及監管規定，而閣下須單獨遵守該等法律及監管規定負責。本報內容僅供參考，不構成任何投資建議。本公司對所提供的財經資訊已力求準確，但對其中全部或部分內容的準確性、完整性或有效性，不承擔任何責任或提供任何形式保證。如有錯失遺漏，本公司恕不負責。另請注意證券與虛擬資產價格可升可跌，尤其虛擬資產的風險極高，投資者應對有關產品保持審慎及自行承擔投資風險。

