

小米集团

智能电动汽车拓展业务新版图，实现人车家全生态布局

布局人车家全生态，目标成为新一代全球硬核科技引领者。公司是一家以智能手机、智能硬件和 IoT 平台为核心的消费电子及智能制造公司，2021 年公司开始布局智能电动车业务，2024 上半年公司智能电动车开始交付，人车家全生态战略逐步完成。2023 年公司总营收 2710 亿元，其中智能手机营收 1575 亿元，占总营收的 58.1%；IoT 与生活消费产品营收 801 亿元，占总营收的 29.6%；互联网服务总营收 301 亿元，占总营收的 11.1%。

智能手机市场温和复苏，AI 浪潮以及高端化策略带动 ASP 提升。受益于 AI 手机换机潮，IDC 预计 2024 年全球智能手机出货量将同比增长 4%至 12.11 亿部，2025-2028 年全球智能手机出货量将温和增长。据 Canalys，2023 年公司智能手机出货量 1.46 亿部，占据 12.8%的市场份额，公司出货量位于全球第三位。公司智能手机业务坚定执行双品牌策略，Xiaomi 品牌推出折叠机、高端旗舰机型，持续推进智能手机高端化策略，有望带动公司智能手机的 ASP 提升。据 IDC 数据，1-3Q24 公司智能手机出货量 1.26 亿部，同比增长 19.57%。

2024 上半年开始交付智能汽车，实现人车家全生态布局。公司智能电动汽车业务于 2021 年开始立项，公司成立全资子公司负责智能电动汽车业务，投资建设小米汽车超级工厂，针对新能源汽车打造六大车间，在核心技术方面申请多项专利。公司智能电动汽车自 2Q24 开始交付，在同价位段车型中较有竞争力，10 月实现单月新车交付量突破 2 万辆，11 月 13 日实现累计生产 10 万辆新车目标，2024 全年目标交付 13 万辆。随着公司智能电动汽车顺利发布交付，公司业务拓展新版图，逐步完善人车家全生态布局，为公司业绩增长提供新动能。

AIoT 及互联网业务用户规模不断扩大，3Q24 互联网营收规模创历史新高。公司在 2013 年开始布局 AIoT 业务，2016 年推出米家品牌布局智能家居市场，公司 AIoT 平台连接设备数量持续增长，米家及小爱同学月活跃用户数持续增长。3Q24 公司互联网业务营收创历史新高，公司 AIoT 平台及互联网业务的发展为公司人车家全生态布局打造良好基础。

内容目录

创新型科技企业，布局人车家全生态	5
以智能手机业务起家，布局人车家全生态	5
业务多元化发展，盈利能力持续提升	7
推进智能手机高端化策略，AIoT 平台持续拓展	9
智能手机双品牌策略，持续推进产品高端化	9
广泛覆盖智能家居产品，AIoT 平台连接设备数量持续增长	13
互联网业务用户规模稳定增长	16
五大核心技术加持，电动汽车成为公司增长新动能	17
2021 年电动汽车业务立项，打造汽车超级工厂	17
核心技术加持下 Xiaomi SU7 展现不凡性能	19
智驾搭配高算力芯片，软硬件深度协同	22
新能源汽车渗透率不断提升，小米汽车出货顺利	24
盈利预测	26
假设前提	26
未来 3 年业绩预测	27
盈利预测情景分析	28

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/428110006001007006>