



**АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЗАПИСКА:
ПРОСТЫЕ АКЦИИ
XIAOMI CORPORATION**



Информация о финансовом инструменте

Динамика цен акций Xiaomi Corporation

Hong Kong Stock Exchange (HKSE)

Простые акции Xiaomi Corporation

1810



PNK

Депозитарные расписки Xiaomi Corporation

XIACY



Показатели финансовых инструментов

Тикер	Цена на начало 2019	Цена на начало 2020	Текущая цена	Капитализация	EPS	P/B	P/E
1810	12,20 HKD	11,22 HKD	27,15 HKD	621 453,7 млн HKD	0,42 HKD	4,09	37,3
XIACY	\$7,79	\$7,30	\$18,00				

Компания Xiaomi Corporation провела IPO в июле 2018 года. Компания выбрала в качестве площадки для размещения Гонконгскую биржу. Всего она выпустила 2,18 млрд акций, а их первоначальная цена составила 17 HKD (~\$2,17).

Инвесторы оценили компанию в \$54 млрд, что в Bloomberg назвали значительным достижением. В ходе подготовки торгов в 2017 году предполагалось, что капитализация Xiaomi сможет достичь \$100 млрд.

Однако ожидания не оправдались: производитель собрал \$4,7 млрд вместо запланированных \$10 млрд. В первый день торгов акции Xiaomi Corporation выросли до 19 HKD (\$2,42), но затем устремились вниз и к ноябрю 2019 года упали до 8,4 HKD.

Недостаточный интерес инвесторов к акциям Xiaomi, был связан с их изначальной переоценкой, предполагали аналитики. Кроме того, котировкам мешала торговая война между США и Китаем. Лишь в 2020-м акции перешли в рост и преодолели цену размещения.

Выплат дивидендов акционерам пока не производилось.

Рейтинги компании

Xiaomi Corporation имеет рейтинги от ведущих кредитных рейтинговых агентств.

Рейтинговое агентство	Рейтинг финансовой устойчивости
Moody's Investor Service Inc.	Baa2
S&P Rating Services	BBB-
Fitch Ratings	BBB

Общие сведения о компании

Xiaomi Corporation – это китайская корпорация, основанная Лей Цзюнем в 2010 году. Помимо доходов от продаж смартфонов и планшетов, Xiaomi Corporation зарабатывает на совместных разработках с партнерами, IoT-продуктов, интернет-сервисах и сервисном обслуживании.

Компанию часто сравнивают с Apple, а ее основателя называют «китайским Стивом Джобсом». Несмотря на то, что она производит устройства на Android, оболочка ее операционной системы очень похожа на iOS.

Xiaomi Corporation ведет свою деятельность по 4 операционным сегментам:

- Смартфоны
- Продукты IoT (Internet-of-Things)
- Интернет-сервисы
- Прочее.

Компания также занимается исследованиями и разработками компьютерного программного обеспечения и информационных технологий, электронной коммерцией и исследованиями рынка, инвестиционным консалтингом.

История Xiaomi Corporation

18 августа 2011 года мир увидел первый смартфон Xiaomi – Mi One. Мобильный телефон был недорогим, но с довольно высокими на своё время характеристиками. Смартфон произвёл фурор на китайском рынке, ведь стоил в 2 раза дешевле, чем популярный в Китае iPhone, но дарил пользователям практически тот же функционал. Тогда же и появились первые фанаты бренда, которые с первых минут влюбились в операционную систему Android-прошивки MIUI.

Вторым смартфоном компании стал Mi 2. Это был настоящий переворот на мобильном рынке, который удивил не только пользователей, но и ведущие компании: Samsung, Motorola и SONY. На момент выхода, Mi 2 стал самым мощным смартфоном среди всех Android устройств и получил престижную номинацию от Forbes – «Великий китайский смартфон». После грандиозного успеха и продажи более 25 миллионов мобильных телефонов Mi 2, компания решила выйти за территорию Китая и начать покорять остальной мир. И покорение началось с соседней Индии, жители которой не могли позволить себе дорогие телефоны Apple и Samsung. Индийцы в большинстве своём покупали смартфоны от безликих компаний, которые насчитывались десятками, но все становились банкротами менее чем за год. Xiaomi изящно зашла на рынок Индии с совершенно новой моделью смартфона, покорила сердца местного населения.

Mi 3. Именно этот смартфон увидел индийский рынок 16 августа 2013 года, и уже через 40 минут от начала продаж мобильные телефоны закончились. Основным полем продаж Mi 3 был интернет-магазин Flipkart, который забирает на себя 45-50% онлайн-рынка Индии. Всего за 3 минуты на Flipkart было продано 200 000 смартфонов, что стало для Xiaomi новым рекордом. Смартфон взорвал рынок неспроста. Имея цену в 300\$ мобильный телефон обладал шикарными характеристиками.

Невиданный успех Mi 3 во многом повлиял на дальнейшую политику компании. Фанаты бренда стали требовать не только новый смартфон, но и планшет, который бы не уступал по характеристикам iPad и стоил бы гораздо дешевле. Благодаря фанатам, Лей занялся проектировкой новых гаджетов. В 2014 году компания презентовала сразу 2 продукта – смартфон Mi 4 и планшет MiPad. Продажи Mi 4 закончились уже через 37 секунд после официального старта онлайн-продаж в Китае.

Так начиналась эра смартфонов Xiaomi. С каждым годом компания представляла новые модели и расширяла линейки, выпуская как бюджетные мобильные телефоны, так и смартфоны бизнес-класса. Бренд сохранил лишь одно правило – цены гаджетов всегда были ниже чем у конкурентов.

Лей Дзюнь за годы правления компанией не потерял интереса к стартапам, но теперь он официально спонсирует амбициозные проекты, а после выпускает их под брендом Mi. Так возникла система «Умный дом», которая собрала под своим началом десятки компаний-партнёров. Благодаря Xiaomi стали известны такие бренды как Amazfit, MiJia и NineBot. Сейчас компания Xiaomi выпускает более 2000 разных товаров: электротранспорт, бытовая техника, товары для спорта, телевизоры, ноутбуки и многое другое. Mi – это единственный в мире бренд, который может похвастаться таким широким ассортиментом.

Позиции Xiaomi Corporation на рынке смартфонов

По итогам III квартала 2020 года, согласно аналитической компании IDC, Xiaomi обошла Apple и заняла третье место по поставкам смартфонов.

Samsung занимает лидирующую позицию с долей 22,7%, компании удалось отгрузить 80,4 млн устройств. Поставки выросли на 2,9% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Huawei заняла второе место с поставками 51,9 миллиона устройств, при этом они снизились на 22%. Компания заняла 14,7% мирового рынка. Учитывая положение Huawei, компания Xiaomi вполне может подняться на второе место в ближайшее время.

Xiaomi заняла 13,1% рынка, отгрузив 46,5 млн смартфонов, что на 42% больше, чем годом ранее.

Apple и Vivo занимают четвертую и пятую позиции с долями 11,8% и 8,9% соответственно. Поставки компаний составили 41,6 и 31,5 млн смартфонов.

Текущее финансовое состояние компании

Компания отчиталась о результатах деятельности по итогам III квартала 2020 года 24 ноября 2020 года.

В целом, компания продемонстрировала более сильные результаты в сравнении с ожиданиями аналитиков.

Отчет о прибылях и убытках

в тысячах RMB	3 месяца, закончившиеся 30 сентября		Изменение +/- %	9 месяцев, закончившихся 30 сентября		Изменение +/- %
	2019	2020		2019	2020	
Выручка	53 661 006	72 162 777	+34,48%	149 368 958	175 402 749	+17,43%
Себестоимость реализации	(45 424 572)	(61 997 121)	+36,48%	(128 658 228)	(149 977 190)	+16,57%
Валовая прибыль	8 236 434	10 165 656	+23,42%	20 710 730	25 425 559	+22,77%
Коммерческие и маркетинговые расходы	(2 537 037)	(3 600 582)	+41,92%	(6 677 015)	(9 449 131)	+41,52%
Административные расходы	(843 760)	(852 715)	+1,06%	(2 199 295)	(2 470 674)	+12,34%
Расходы на НИОКР	(2 033 115)	(2 321 264)	+14,17%	(5 239 839)	(6 150 520)	+17,38%
Изменения стоимости инвестиций, оцениваемых по справедливой стоимости через прибыль или убыток	32 533	3 417 924	10406,02%	1 994 595	6 131 958	+207,43%
Доля прибылей/(убытков) инвестиций, учитываемых по методу долевого участия	(240 560)	(10 696)	-95,55%	(398 032)	1 012 687	-354,42%
Прочие доходы	448 379	139 291	-68,93%	914 979	396 069	-56,71%
Прочие чистые прибыли / (убытки)	49 906	(240 995)	-582,90%	(43 060)	(463 114)	+975,51%
Операционная прибыль	3 112 780	6 696 619	+115,13%	9 063 063	14 432 834	+59,25%
Финансовые доходы / (расходы)	182 068	(1 245 938)	-784,33%	383 243	(1 660 268)	-533,22%
Прибыль (убыток) до налогообложения	3 294 848	5 450 681	+65,43%	9 446 306	12 772 566	+35,21%
Расходы по подоходному налогу	(775 419)	(586 333)	-24,39%	(1 779 575)	(1 254 851)	-29,49%
Чистая прибыль	2 519 429	4 864 348	+93,07%	7 666 731	11 517 715	+50,23%
Приходящаяся на:						
- Собственников компании Xiaomi Corporation	2 525 063	4 880 596	+93,29%	7 602 978	11 542 239	+51,81%
- Неконтролирующие доли участия	(5 634)	(16 248)	+188,39%	63 753	(24 524)	-138,47%
	2 519 429	4 864 348	+93,07%	7 666 731	11 517 715	+50,23%
Прибыль на акцию						
- Базовая	0,106	0,203		0,320	0,483	
- Разводненная	0,102	0,198		0,308	0,472	

В III квартале 2020 года наша общая выручка составила 72,2 млрд юаней, что представляет собой рост на 34,5% в годовом исчислении. Несмотря на влияние COVID-19, компания по-прежнему сосредоточена на реализации своих стратегий, и все операционные сегменты компании продолжают расти, демонстрируя силу и устойчивость своих фундаментальных основ бизнеса.

Примечательно, что общая выручка компании достигла рекордных максимумов в этом квартале.

Себестоимость продаж Xiaomi Corporation увеличилась на 36,5% с 45,4 млрд юаней в III квартале 2019 года до 62,0 млрд юаней в III квартале 2020 года.

В результате вышеизложенного валовая прибыль увеличилась на 23,4% с 8,2 млрд юаней в III квартале 2019 года до 10,2 млрд юаней в III квартале 2020 года.

Коммерческие и маркетинговые расходы выросли на 41,9% с 2,5 млрд юаней в III квартале 2019 года до 3,6 млрд юаней в III квартале 2020 года, в первую очередь за счет увеличения расходов на продвижение и рекламу, а также расходов на упаковку и транспортировку. Расходы на продвижение и рекламу выросли на 52,4% с 849,9 млн юаней в III квартале 2019 года до 1 295,2 млн юаней в III квартале 2020 года, в первую очередь благодаря маркетинговым усилиям компании для своих премиальных моделей смартфонов, направленным на повышение узнаваемости бренда на зарубежных рынках. Расходы на упаковку и транспортировку увеличились на 55,9% с 626,4 млн юаней в III квартале 2019 года до 976,8 млн юаней в III квартале 2020 года, в первую очередь за счет расширения зарубежного бизнеса.

Расходы на исследования и разработки выросли на 14,2% с 2,0 млрд юаней в III квартале 2019 года до 2,3 млрд юаней в III квартале 2020 года, в первую очередь за счет увеличения оплаты труда научно-исследовательского персонала.

В результате вышеизложенного компания получила прибыль в размере 4,9 млрд юаней в III квартале 2020 года, увеличившись в годовом исчислении на 93,1%.

Разбивка выручки Xiaomi Corporation

в миллионах RMB	3 месяца, закончившиеся			
	30 сентября 2019 года		30 сентября 2020 года	
	Итого	% общей выручки	Итого	% общей выручки
Смартфоны	32 268,4	60,1%	47 604,1	66,0%
Продукты IoT	15 606,3	29,1%	18 119,0	25,1%
Интернет-сервисы	5 309,0	9,9%	5 771,9	8,0%
Прочее	477,3	0,9%	667,8	0,9%
ИТОГО ВЫРУЧКА	53 661,0	100%	72 162,8	100%

Сегмент «Смартфоны»

Наибольшую долю в структуре выручки компании составляют «Смартфоны» (66% от общей выручки). В III квартале 2020 года сегмент смартфонов значительно вырос, о чем свидетельствуют рекордные доходы и поставки.

Выручка сегмента «Смартфоны» выросла на 47,5% с 32,3 млрд юаней в третьем квартале 2019 года до 47,6 млрд юаней в третьем квартале 2020 года. Поставки смартфонов выросли на 45,3% с 32,1 млн в третьем квартале 2019 года до 46,6 млн в третьем квартале 2020 года, главным образом благодаря сильному импульсу роста на территории материкового Китая и на зарубежных рынках. Средняя цена продажи смартфонов составила 1 022,3 юаня за единицу в третьем квартале 2020 года по сравнению с 1 006,5 юаня за единицу в третьем квартале 2019 года. Увеличение средней цены было в первую очередь связано с увеличением продаж моделей смартфонов среднего и бизнес-класса в третьем квартале 2020 года. Средняя цена реализации на территории материкового Китая выросла на 14,7% в годовом исчислении, в то время как на зарубежных рынках средняя цена реализации снизилась на 1,5%.

Стоит также отметить ведущие преимущества компании в онлайн-каналах реализации товаров, которые продолжали расширяться. Согласно сторонним данным, доля рынка смартфонов Xiaomi с точки зрения онлайн-поставок увеличилась с 18,5% в I квартале 2020 года до 25,7% в III квартале 2020 года. Во время торгового фестиваля Singles' Day shopping Festival в 2020 году компания заняла 1-е место по объему продаж среди Android-смартфонов на Tmall.com, JD.com, и Suning.com.

В августе 2020 года компания, в честь своего 10-летия, представила смартфон **Mi 10 Ultra**, оснащенный самыми передовыми технологиями, с ценами, начинающимися от 5 299 юаней (~\$805). В сентябре 2020 года Xiaomi представила модели **Mi 10T** и **Mi 10T Pro**, ориентированные на зарубежные рынки, с процессором Snapdragon 865 и дисплеем с частотой обновления 144 Гц. Эти модели также оснащены 64-мегапиксельными и 108-мегапиксельными камерами высокой четкости, цены на которые начинаются от €499 и €599 соответственно.

За первые 10 месяцев 2020 года компания продала более 8 миллионов смартфонов по всему миру с розничными ценами на уровне или выше 3 000 юаней на материковом Китае и €300 (или эквивалент) на зарубежных рынках.

Бренд Redmi представил Redmi K30 Ultra и Redmi K30S Ultra в третьем квартале 2020 года. Эти две модели адаптированы к различным предпочтениям пользователей, каждая из которых создает замечательную рыночную привлекательность с высоким соотношением цены и производительности. Кроме того, начальная серия Redmi 9 была чрезвычайно популярна с момента ее первого появления в июне 2020 года и продала более 14 000 000 единиц по всему миру по состоянию на 30 сентября 2020 года.

По данным Canalys, смартфоны Redmi заняли 3 место из 10 самых продаваемых смартфонов в мире в третьем квартале 2020 года.

Продукты IoT

Данный сегмент по итогам отчетного квартала продемонстрировал увеличение на 16,1% в годовом исчислении до 18,1 млрд юаней.

Бизнес компании в сегменте Smart TV сохранил свои лидерские позиции в III квартале 2020 года. Мировые поставки «умных» телевизоров достигли 3 100 000 единиц. По данным All View Cloud ("AVC"), в третьем квартале 2020 года телевизионные поставки Xiaomi Corporation заняли I место на территории материкового Китая 7-ой квартал подряд и сохранили место в 5 лучших в мире. Будучи лидером на рынке смарт-телевизоров, компания еще больше укрепила свои позиции на премиальном рынке и представила ряд флагманских продуктов в рамках серии Mi TV Master в III квартале 2020 года.

В III квартале 2020 года IoT-бизнес продолжил свою мощную траекторию роста на зарубежных рынках. Выручка от IoT и продуктов lifestyle на зарубежных рынках выросла на 56,2% в годовом исчислении, достигнув исторического максимума. Кроме того, зарубежные доходы от некоторых ключевых категорий превзошли таковые на территории материкового Китая в отчетном квартале, таких как smart-браслеты, электрические скутеры и роботы-пылесосы. Учитывая огромный потенциал роста, компания намерена полностью использовать свои высокоэффективные новые розничные каналы и большую пользовательскую базу для внедрения более популярных продуктов Интернета вещей на зарубежные рынки.

Интернет-сервисы

В третьем квартале 2020 года выручка сегмента «Интернет-сервисы» составила 5,8 млрд юаней, увеличившись на 8,7% в годовом исчислении, чему способствовало увеличение пользовательской базы. В сентябре 2020 года ежемесячное количество активных пользователей (показатель MAU) платформы MIUI выросло на 26,3% в годовом исчислении до 368,2 млн, в то время как ежемесячное количество активных пользователей MIUI на территории материкового Китая достигло 109,4 млн. В сентябре 2020 года показатель MAU smart-телевизоров и Mi Box достиг 35,8 млн, что представляет собой рост на 49,9% в годовом исчислении.

По состоянию на 30 сентября 2020 года количество платных абонентов телевидения выросло на 28,2% в годовом исчислении до 4,2 млн. В третьем квартале 2020 года доходы от рекламы достигли рекордного уровня в 3,3 млрд юаней, что представляет собой рост

на 13,7% в годовом исчислении, в первую очередь за счет повышения эффективности монетизации и сильного роста доходов от рекламы за рубежом.

В третьем квартале 2020 года наш доход от игр снизился на 1,9% в годовом исчислении до 0,8 млрд юаней, отчасти из-за сокращения времени, затрачиваемого пользователями на развлекательную деятельность, поскольку повседневная деятельность на материковом Китае приближается к норме.

В III квартале 2020 года доходы от зарубежных интернет-сервисов выросли на 75,6% в годовом исчислении до 0,7 млрд юаней, что составляет 12,0% от общего объема доходов от интернет-сервисов. С быстрым ростом поставок смартфонов на зарубежные рынки зарубежная пользовательская база Xiaomi продолжала расширяться, особенно в Европе и на других развитых рынках, что увеличило средний доход на одного пользователя зарубежных интернет-сервисов.

Зарубежный рынок

Зарубежный бизнес Xiaomi Corporation продолжал демонстрировать устойчивые темпы роста. Выручка от зарубежных рынков в третьем квартале 2020 года достигла рекордного уровня в 39,8 млрд юаней, что представляет собой рост на 52,1% в годовом исчислении. По данным Canalys, поставки смартфонов в Европу выросли на 90,7% в годовом исчислении, достигнув доли рынка в 18,7%.

В частности, Xiaomi Corporation сохранили первое место в Испании по поставкам смартфонов в течение 3-го квартала подряд с долей рынка 33,9%. Компания также увеличила поставки смартфонов более чем на 100% в годовом исчислении во Франции, Италии и Германии. Таким образом, 26,9% поставок смартфонов пришлось на Центральную и Восточную Европу (2-е место в регионе). В Польше и Украине компания заняла 1 место по объему поставок. В России Xiaomi Corporation занял 2 место по объему поставок в отчетном квартале.

Кроме того, компания демонстрирует быстрый рост на различных других рынках по всему миру. По данным Canalys:

- в Латинской Америке поставки смартфонов подскочили на 471,4% в годовом исчислении, заняв IV место с долей рынка 9,0%;
- на Ближнем Востоке поставки смартфонов выросли на 156,7% в годовом исчислении, заняв III место с долей рынка 17,4%;
- в Африке поставки смартфонов выросли на 197,5% в годовом исчислении и достигли III места с долей рынка 10,7%.

Кроме того, компания сохранила I место по поставкам смартфонов на территории Индии, захватив долю рынка в размере 26,1%.

По состоянию на 30 сентября 2020 года компания установила партнерские отношения с более чем 50 операторами связи, охватывающими более 100 подсетей в 50 странах. За первые 9 месяцев 2020 года поставки смартфонов по каналам операторов связи выросли более чем на 200% в годовом исчислении.

Стоит также отметить роль электронной коммерции: за первые 9 месяцев 2020 года Xiaomi Corporation отгрузила более 10 миллионов смартфонов на зарубежные рынки, (без учета Индии), по каналам электронной коммерции.

Отчет о финансовом положении



В тысячах RMB

30 сентября 2020 года

31 декабря 2019 года

Активы

Долгосрочные активы

Основные средства	6 990 443	6 992 331
Нематериальные активы	1 355 619	1 672 002
Долгосрочные банковские депозиты	6 395 493	590 157
Инвестиции, учитываемые по методу долевого участия	12 415 403	9 300 507
Долгосрочные инвестиции, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток	27 039 639	20 679 363
Отложенные налоговые активы	1 714 694	1 283 415
Прочие долгосрочные активы	5 767 076	5 572 346
Итого краткосрочные активы	61 678 367	46 090 121

Краткосрочные активы

Товарно-материальные запасы	34 996 234	32 585 438
-----------------------------	------------	------------

Дебиторская задолженность	13 482 432	6 948 567
Дебиторская задолженность по кредитам	11 139 407	12 723 503
Авансовые платежи и прочая дебиторская задолженность	20 336 208	19 837 018
Краткосрочные инвестиции, оцениваемые по амортизированной стоимости	341 527	-
Краткосрочные инвестиции, оцениваемые по справедливой стоимости через прочий совокупный доход	862 149	-
Краткосрочные инвестиции, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток	21 097 732	16 463 390
Краткосрочные депозиты	14 156 263	21 523 043
Денежные средства с ограниченным правом пользования	3 257 432	1 538 266
Денежные средства и их эквиваленты	30 257 712	25 919 861
Итого краткосрочные активы	149 927 086	137 539 086
ИТОГО АКТИВЫ	211 605 463	183 629 207
Капитал и обязательства		
Капитал		
Акционерный капитал	392	388
Резервы	94 228 146	81 330 186
	94 228 538	81 330 574
Неконтролируемые доли участия	339 840	327 102
Итого капитал	94 568 378	81 657 676
Обязательства		
Долгосрочные обязательства		
Кредиты и займы	7 183 648	4 786 856
Отложенные налоговые обязательства	419 568	579 902
Гарантийное обеспечение	750 523	667 857
Прочие долгосрочные обязательства	9 147 534	3 756 211
Итого долгосрочные обязательства	17 501 273	9 790 826
Краткосрочные обязательства		
Кредиторская задолженность	63 256 578	59 527 940
Прочая кредиторская задолженность и начисления	11 253 648	9 101 343
Авансы от клиентов	10 085 567	8 237 119
Кредиты и займы	11 385 210	12 836 555
Обязательства по налогу на прибыль	835 543	479 350
Гарантийное обеспечение	2 719 266	1 998 398
Итого краткосрочные обязательства	99 535 812	92 180 705
ИТОГО ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	117 037 085	101 971 531
Итого капитал и обязательства	211 605 463	183 629 207

Отчет о движении денежных средств

в тысячах RMB	9 месяцев, закончившихся 30 сентября	
	2019	2020
Чистые денежные средства		
- полученные от операционной деятельности	13 908 001	8 350 998
- использованные для инвестиционной деятельности	(11 768 862)	(7 173 063)
- полученные от / (использованные для) финансовой деятельности	2 576 968	3 839 898
Чистое увеличение/(уменьшение) денежных средств и их эквивалентов	4 716 107	5 017 833
Влияние изменений обменного курса валют	592 910	(679 982)
Денежные средства и их эквиваленты на конец отчетного периода	35 539 164	30 257 712

В III квартале 2020 года чистые денежные средства, полученные от операционной деятельности, составили 12,3 млрд юаней, что представляет собой денежные средства, полученные от операций в размере 12,4 млрд юаней за вычетом уплаченного налога на прибыль в размере 0,1 млрд юаней. Денежные средства, полученные от операционной деятельности, были в основном связаны с прибылью до налогообложения в размере 5,5 млрд юаней, скорректированной на снижение запасов на 4,0 млрд юаней и увеличение торговой кредиторской задолженности на 2,8 млрд юаней.

В III квартале 2020 года чистые денежные средства, использованные в инвестиционной деятельности, составили 3,0 млрд юаней, что было в основном связано с чистым увеличением краткосрочных инвестиций, оцениваемых по справедливой стоимости через

прибыль или убыток, на 3,9 млрд юаней и чистым увеличением долгосрочных банковских депозитов на 3,5 млрд юаней, частично компенсированных чистым уменьшением краткосрочных банковских депозитов на 5,2 млрд юаней.

В III квартале 2020 года чистые денежные средства, использованные в финансовой деятельности, составили 1,0 млрд юаней, что в первую очередь было связано с чистым снижением заимствований на 4,1 млрд юаней, частично компенсированным поступлениями от инвесторов фондов на 3,4 млрд юаней.

Выводы

Xiaomi Corporation – технологический гигант, известный по всему миру своей широкой линейкой товаров, начиная от смартфонов, заканчивая техникой для дома.

Грядущая серия Redmi Note 9 является одной из самых ожидаемых в ассортименте компании в этом году, так как она должна предложить очень привлекательные характеристики по рекордно низкой цене, поэтому Xiaomi постарается сделать всё для того, что Redmi Note 9 установила очередной рекорд для этой серии. Также Xiaomi подтвердила, что на создание этой линейки было потрачено 400 дней. Презентация новой линейки Redmi Note 9 в Китае состоится 26 ноября.

Мы ожидаем, что потенциал роста компании далеко не исчерпан. Компания продолжает радовать своих клиентов новыми бестселлерами в сегменте смартфонов и предлагает более широкий спектр Интернет-сервисов. Рекомендуем покупать ценные бумаги Xiaomi Corporation в расчете на дальнейший рост финансовых показателей компании в связи с выпуском новых устройств и растущего интереса к продуктам компании со стороны зарубежных рынков.



Контактная информация

Койшибаева Айгерим Керимовна

Аналитик департамента аналитики и корпоративных финансов

АО «CAIFC INVESTMENT GROUP»

+7 727 311 01 44

akoishybayeva@caifc.kz

Бадаев Даурен Ерикжанович

Треjder департамента трейдинга

АО «CAIFC INVESTMENT GROUP»

+7 727 311 01 44

DBadayev@caifc.kz

Абдикаликова Жанат Каниевна

Управляющий директор департамента продаж

АО «CAIFC INVESTMENT GROUP»

+7 727 311 01 44 (вн. 103)

ZHAbdikalikova@caifc.kz

Бабенов Канат Базартаевич

Директор департамента управления активами

АО «CAIFC INVESTMENT GROUP»

+7 727 311 01 44 (вн. 124)

kbabenov@caifc.kz

Раскрытие информации

Данная публикация и содержащиеся в ней рекомендации предоставляются в качестве информации для клиентов компании и не являются предложением вступления в сделку о покупке или продаже ценных бумаг.

Настоящий документ основан на информации, полученной из источников, которые АО «CAIFC INVESTMENT GROUP» рассматривает в качестве достоверных. Однако АО «CAIFC INVESTMENT GROUP», его руководство и сотрудники не дают гарантий, что все сведения, содержащиеся в данной публикации, являются полными и абсолютно точными.

Оценки и мнения, представленные в настоящем документе, основаны исключительно на заключениях аналитиков Компании в отношении анализируемых ценных бумаг и эмитентов. Никто из сотрудников Компании и руководства не несет ответственности за прямые или косвенные потери, наступившие в результате использования данной публикации или ее содержания.

Настоящая информация не может частично или полностью воспроизводиться без предварительного письменного соглашения АО «CAIFC INVESTMENT GROUP».