



**АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЗАПИСКА:
ПРОСТЫЕ АКЦИИ
XIAOMI CORPORATION**



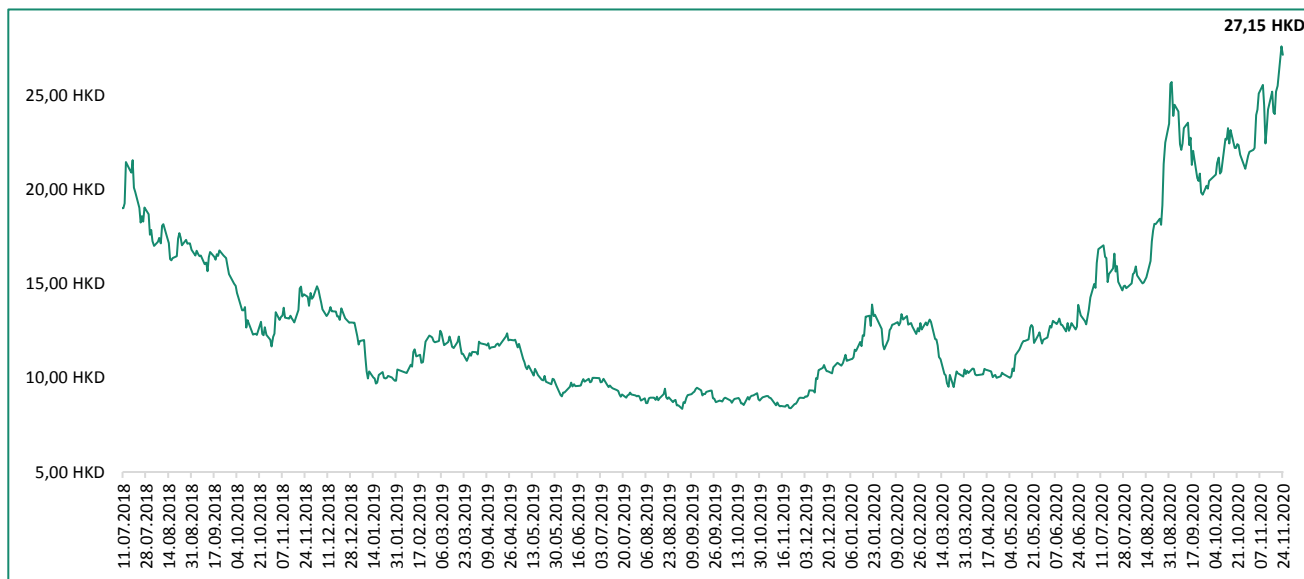
Информация о финансовом инструменте

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».