



小米季績勝預期 今年擬交付12萬輛車

車廠產能全力提速 從下月起改雙班生產

小米(01810)交出遠勝預期的季績，今年首季經調整淨利潤為64.9億元(人民幣，下同)(折合約70億港元)，按年增長超過1倍。截至5月15日，小米電動車SU7整個系列累計交付新車達1萬輛，管理層表明，2024年全年交付目標挑戰12萬輛。今年首季，小米為智能電動汽車等創新業務費用約23億元，截至4月30日，SU7系列累計鎖單量超過8.8萬輛。

大公報記者 李清心

集團合夥人兼總裁盧偉冰在電話會議上表示，為滿足用戶提前交付的需求，小米汽車工廠的產能正全力提速爬坡，計劃在6月份開始由單班改為雙班生產，有信心在6月交付超過1萬輛，在確保2024年全年交付超過10萬輛的同時，挑戰12萬輛。

智能手機收入500億升33%

至於智能手機業務方面，首季貢獻收入464.8億元(折合約501.38億港元)，按年升32.9%，出貨量升33.7%至4060萬部，跑贏同期全球市場的增幅。盧偉冰預期，第二季手機出貨量不低於首季，保守估計今年上半年出貨量按年淨增1500萬部，意味即使下半年零增長，全年出貨量仍可超過1.6億部，高於去年全年1.46億部水平。

智能手機平均售價(ASP)約1144.7元，按年減少0.6%，盧偉冰解釋，是由於ASP較低的境外市場收入佔比增加所致，包括中東及非洲市場。他續說，小米發展高端化超過4年，已成功打造出一套有效的方法論，例如首季在內地4000元至6000元價位的智能手機市佔率達

10.1%，按年提升5.8個百分點，未來將繼續推進高端化策略。

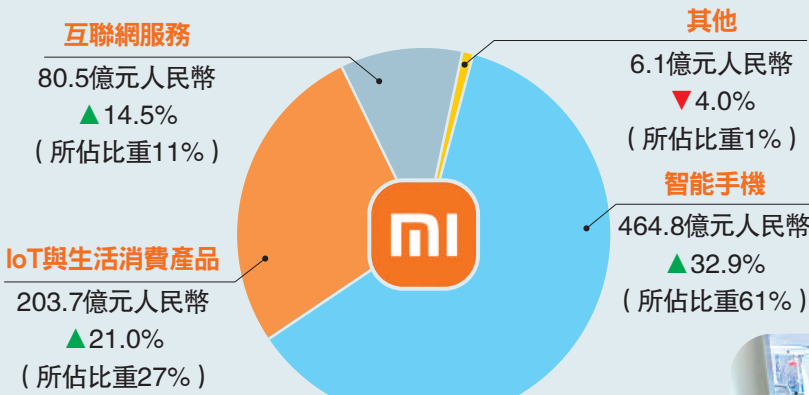
被問到小米在國際市場規劃，盧偉冰回應指出，不同市場會採取不同策略，又透露計劃安排大家電「出海」，至於汽車要不要拓展國際市場，他認為需要建好平台化才能出海，直言「要摸索、要交學費」。

AI大模型深度融合小米澎湃OS

對於人工智能(AI)大模型的發展，盧偉冰重申，小米不會發展通用大模型，但將繼續在端側大模型發力，聚焦大模型輕量化部署，並推進端雲結合。他又謂，正積極將AI融入業務，全面賦能「人車家全生態」戰略，例如把AI大模型與小米澎湃OS深度融合，提供實時字幕、文生圖、AI寫真等多種功能。

另外，小米首席財務官林世偉指出，首季整體經營費用為112億元，撇除投放在創新業務的費用，核心經營費用率佔收入12.8%，按年減少0.7個百分點。他並提到，集團去年重點進行降本措施，今年着力關注增效，相信今年全年核心費用率將較去年為低。

小米各業務收入貢獻



小米管理層言論重點

- 汽車業務**：全力提升產能，有信心6月交付量超過1萬台，確保2024年全年交付逾10萬輛，挑戰12萬輛
- 智能駕駛**：Xiaomi Pilot Max計劃於5月底之前，在內地10個城市開通城市領航(城市NOA)，料8月將全面開通城市領航
- 門店**：今年是小米生態升級年，目標小米之家門店3年內擴張到2萬間

大公報記者整理

小米首季業績摘要

| 分項 | 金額 | 按年變動 |
|---------|------------|--------|
| 收入 | 755.1億元人民幣 | ▲27.0% |
| 經營利潤 | 36.8億元人民幣 | ▼37.6% |
| 淨利潤 | 41.7億元人民幣 | ▼1.0% |
| 經調整淨利潤* | 64.9億元人民幣 | ▲101% |
| 每股基本盈利 | 0.17元 | 不變 |

備註：截至2024年3月底 *號為按非國際財務報告準則(Non-IFRS)



▲小米汽車計劃下月開始由單班改為雙班生產。

「雷教主」抖音「粉絲」日增230萬

花絮

有「雷教主」之稱的小米創辦人雷軍在抖音發布視頻指：「沒想到我也是有2000萬粉絲的抖音博主了。」目前，雷軍抖音賬號「粉絲」數量超過2290萬，僅用一天時間粉絲人數增近230萬。

為答謝粉絲們的支持，雷軍更準備送出100份禮物，作為粉絲們的福利。

有網民留言笑指稱，想要雷軍的銀行卡和密碼，更有留言指不想要小禮物，更想要讓雷軍養老！

自3月28日小米SU7發布以來，雷軍在抖音先後發布66條視頻，更開啟5場直播，賬號粉絲量增長近700萬。其中，單是4月漲粉近475萬，在短視頻達人漲粉月榜中位列第一。



▲雷軍稱，沒想到也成為2000萬粉絲抖音博主。

聯想料AI電腦成增長動力

【大公報訊】實習記者蔣夢宇報道：受惠市場需求回升，聯想集團(00992)去年第四季度盈利同比大升118%至2.48億(美元，下同)(折合約19.36億港元)。董事長兼首席執行官楊元慶表示，去年第四季度業績表現強勁，反映市場已開始恢復及觸底反彈，並對今年財年表現有信心，預期可以延續上季收入增速，並力爭全年收入有雙位數增長，以及利潤繼續改善。對於市場關注其人工智能(AI PC)前景，管理層表示，預料未來該業務將成公司主要驅

動力。

季賺19億增逾倍

楊元慶認為，未來絕大多數人下一台電腦將會是AI PC，該產品的滲透將會從高端用戶擴展至主流市場。根據第三方研究，預計到2027年，每年將有近60%的個人電腦出貨量配備人工智能(AI)功能，為智能設備業務公司的差異化及更強大的設備帶來新增長機會。聯想執行副總裁兼首席財務官黃偉明指出，聯想的中期目標是改善淨利潤率，並利用數字化轉型驅動長期增長。

截至3月底止全年業績，聯想少賺37%至10.11億元(折合約78.6億港元)，每股基本盈利8.41仙，末期息維持30港仙。大摩發表報告稱，聯想在今年3月底止末財季純利分別較該行及市場預期高出13%及47%，收入較該行經上調後預測高1%，較市場預計高5%，指聯想是該行首選股，對該股評級為「增持」，目標價15港元。



▲楊元慶認為，未來絕大多數人買的電腦是AI PC。 大公報記者黃洋港攝

網易新遊戲完成測試 暑假應市

【大公報訊】網易(09999)創始人、董事兼首席執行官丁磊表示，多人動作競技遊戲《永劫無間》手遊剛於4月完成測試，玩家的期待度亦高，研發團隊正做上線前最後的優化，預期今年暑假正式推出市場。同時他強調，集團有充分的遊戲儲備應市。

網易在3月上線社交遊戲，惟第三方數據顯示，熱度不及預期。丁磊直言對該遊戲表現不滿意，核心人員正衝刺開發下一個版本，並會在暑假期間開放，會加強在遊戲多元社交，並修正美術風格。

網易公布，今年首季經調整淨利潤錄得85.1億元(人民幣，下同)，按年增長12.5%。期內，淨收入升7.2%至268.5億元，來自遊戲及相關增值服務貢獻佔214.6億元，按年增長7%。

B站《三國：謀定天下》下月發行

另邊廂，「B站」哔哩哔哩(09626)公布，首季經調整淨虧損收窄至4.56億元。期內，廣告營業額錄得16.7億元，按年增長31%。不過，來自移動遊戲的營業額貢獻只有9.83億元，同比下跌13%。

董事長兼首席執行官陳睿解釋，主要受部分老遊戲營業額減少拖累，惟集團獨家授權的策略遊戲《三國：謀定天下》計劃於6月13日發行。

B站上季月均活躍用戶(MAU)創3.415億的新高，按年增長8%，日活用戶(DAU)升9%至1.024億，用戶日均使用1時長為105分鐘，創歷史新高。

阿里擬發可轉換票據籌351億

【大公報訊】阿里巴巴(09988)發出通告，計劃發行總額為45億美元(折合約351.39億港元)的高級可轉換票據，到期日為2031年；此外，阿里巴巴預計將授予債券初始購買者一項選擇權，可額外購買總計5億美元的債券本金，可在13天內行權結算。分析員指出，阿里巴巴(US:BABA)在美國掛牌股份價格，自4月中旬68.36美元，一度反彈至90.46美元，漲幅達32%，創去年9月以來高位。伴隨着股價回升，阿里管理層有誘因在市場進行融資，增強資金實力。

另外，阿里巴巴主席蔡崇信、首席執行官吳泳銘在聯合署名的致股東信中表示，在接下來的10年裏，他們會再次視自己為一家初創企業，堅守「讓天下沒有難做的生意」的使命初心，秉持長期主義，為今天而取捨，為明天而投資。

信中又稱，面向未來，阿里巴巴將繼續投資於兩大領域，一是加速核心業務增長，二是保持基礎技術的領先和包括人工智能(AI)在內的創新。阿里巴巴希望探索通用人工智能(AGI)的廣闊前景，並將為突破機器智能的極限持續投資。受到發債消息影響，加上拼多多的競爭壓力，阿里巴巴昨日在港股時段股價跌5.2%，收報78.65元。

據了解，阿里巴巴截至3月底現金和現金等價物達2481.25億美元(343.65億美元)，加上短期投資和其他理財投資則高達6172.3億元人民幣(854.85億美元)。整體資產負債率為37.3%，低於騰訊的46.1%、亞馬遜的61.8%、蘋果的79%。融資用途除回購股份，還將用於安排限價看漲交易，漲幅上限預計比現價高100%，對市場發出強烈信號。

李澤鉅：樓市具剛需 長遠有支持

【大公報訊】長實集團(01113)召開股東周年大會，集團主席李澤鉅於會上詳談業務發展方向。其中，對於地產業務在近年前景問題，李澤鉅坦言，集團不是選擇投資地點，而是選擇有理想回報的優質資產，而且，今天從地產業務中獲取每年計雙位數的回報，已是並不容易的事情，然而樓市長遠肯定有支持。至於多人談論的回購問題，在去年至今已回購超過8300萬股，涉資約30多億元，這亦屬於集團在香港的間接投資。

對長江中心二期充滿信心

今年2月特區政府全面撤銷樓市辣招。李澤鉅直言，香港樓市一直存有剛性需求，長遠發展依然得到支持，於撤辣後樓市將繼續由房屋政策及利率走向作為主導。至於發展商低價推盤，他認為，樓盤定價是因應每個物業的不同條件而釐定，不可一概而論。談及投資回報，李澤鉅表示，目前地產項目的地價加上建築成本高昂，利率亦一直維持於高水平，要從地產業務中獲取每年計雙位數的回報並不容易。同時，地產與投資基建很難直接比較，此一時彼一時，以近期收購的天然氣網絡公司及環保

李澤鉅對各業務看法

- 地產業務**：考慮到地產項目的地價加上建築成本高昂，以及利率一直維持高水平，如今年要獲取每年計雙位數的回報並不容易
- 寫字樓業務**：寫字樓市場短期對新需求不高，惟中環優質全海景寫字樓供應不多，對於長江集團中心二期的長遠前景有信心
- 新項目投資**：長江集團是國際企業，不受地域或行業的限制，最重要的考慮因素是項目要優質、穩健及有好回報
- 基建業務**：近期收購的天然氣網絡公司及環保能源項目，均有雙位數回報率，很難將此等行業與地產做比較
- 屈臣氏**：「O+O」顧客群的消費額是純粹在實體店購物顧客的三倍，未來將繼續實施該策略



▲長實及長和主席李澤鉅。

能源項目來說，回報率都有雙位數字。

「O+O」消費額是實體店三倍

香港寫字樓市場持續受壓。李澤鉅指出，短期內市場的新需求確實不高，不過位處中環的優質全海景寫字樓供應不多，長期對長江集團中心二期前景充滿信心。至於股東回報方面，李澤鉅稱，去年至今已回購超過8300萬股，同時也會着眼於股東

的長遠利益，持續推動未來發展，例如近日就收購了兩個新項目。

長和(00001)同日召開股東周年大會，主席李澤鉅強調，過去幾十年，長江集團已經是一間國際化或全球化公司，在50多個國家或地區有多元化生意。舉例來說，多年前屈臣氏集團大約只有600間店舖在香港，如今屈臣氏遍布全球，總共有約1.7萬間店舖，若是沒有前往海外發展，則香港的店舖最



▼長實黃竹坑站上蓋項目Blue Coast外觀。

多也只能增加到800間，因為市場已經飽和。

至於港人北上消費，李澤鉅表示，港人消費模式轉變確實為香港零售業務帶來頗大挑戰，集團零售部門積極應對，例如調整在旅遊區店舖的產品組合，增設更多保健產品，吸引內地遊客。屈臣氏集團將繼續實施「O+O」(線下及線上無縫零售體驗)平台策略，注意到該策略成效顯著，「O+O」顧客群的消費額是純粹在實體店購物的顧客的三倍。