

小米，一个“独一无二的新物种”

利丰研究中心认为，小米的高品质低价位的策略将使其未来有更大的空间去获取更多的市场份额。同样，小米的这个策略也将俘获更多新“米粉”的心。这些“粉丝社群”将会跟小米一同设计，甚至帮助小米推广和销售其产品。

小米强大的生态系统，与其新零售策略遥相呼应，势必会为传统的消费电子产品和家用产品领域带来变革。小米多元化、高性能的产品线（比如智能手机、智能手表、互联网电视机顶盒、智能电视）都为广大消费者所喜爱。而其“智能生活”的产品线，尤其是旅行箱、旅行枕、台灯等，也在逐渐赢得消费者的认可。

北京小米科技有限责任公司创立于2010年6月6日。创始人共8位，分别为雷军，林斌，黎万强、周光平、黄江吉、刘德、洪锋、王川。

2011年，小米推出了其第一款智能手机并迅速占领中国手机市场，并于2014年成为中国最大的智能手机公司，当年全年的手机总销量超过6100万台。2015年，小米宣布进行海外扩张，其第一个国际总部设在新加坡，之后，小米逐步发展到亚洲其他国家，非洲，以及欧洲。

小米2017年营业额达到1000亿人民币，全球雇员总数近20000名。2018年5月3日，小米集团正式向港交所递交IPO申请。



雷军在上周在香港举行的全球发售新闻发布会上说：

“第一，小米是一家全方位、综合性的新物种公司，不能简单归为硬件公司或者互联网公司；

其次，小米产品无论在硬件还是互联网收入方面都保持了高速发展，估值核心在于公司的增长速度以及持续的增长；

第三，小米的硬件产品毛利率在 2%-3%左右，但不意味着低的毛利率就意味着公司不赚钱，小米的利润来源于互联网服务、生态链股权等。”

小米的生态系统战略

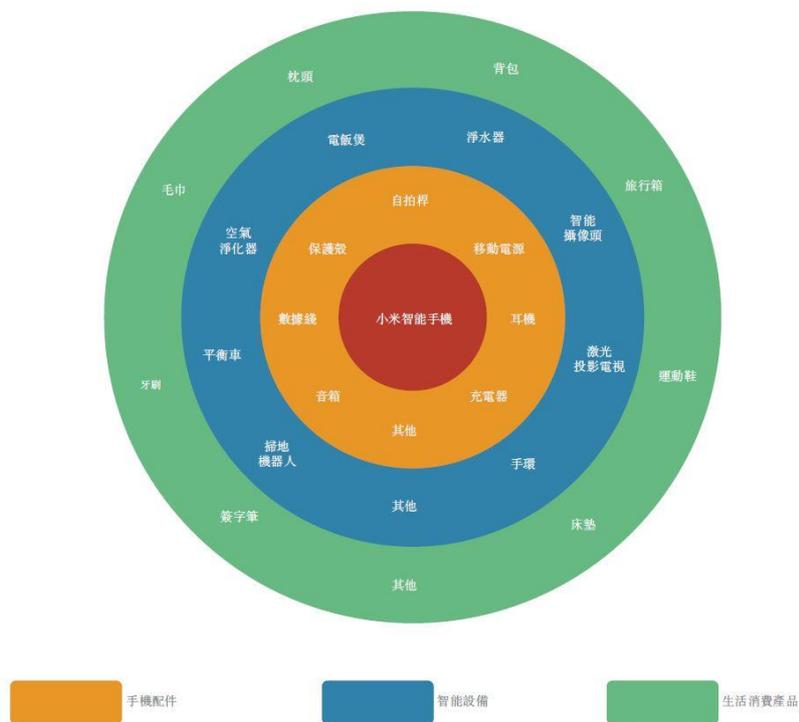
小米生态系统这个想法最早是在 2013 年的公司五年计划中体现的，当时小米决定在五年之内投资 100 家硬件初创公司，从而这些公司可以围绕小米的生态系统提供所需的硬件产品。2016 年，小米战略性升级了小米的生态系统，发布了全新品牌“米家”。截至 2018 年 3 月，小米的整个生态系统里共有 210 家公司，包括紫米（ZMIFI）、华米科技、智米科技、万魔（1More）等。

小米的整个生态系统围绕的是其核心的产品 – 智能手机

智能手机的周边产品：充电宝、耳机等；

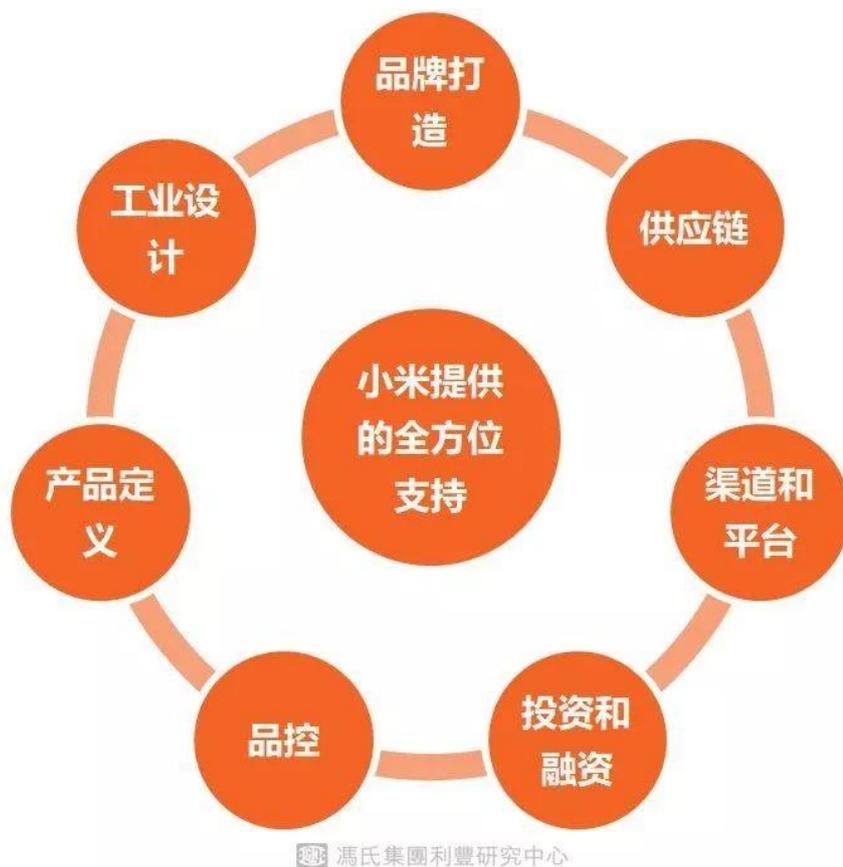
智能硬件：机器人、电饭煲、电视、空气净化器等；

生活用品：背包、行李箱、牙刷、枕头、日常必需品等；



小米的生态系统 | 资料来源：小米招股书

小米的生态系统采用的是“投资+孵化”的策略，小米会为其投资的公司提供资源支持，特别是那些刚刚进入市场的公司，小米所提供的支持包括品牌打造，供应链，渠道和平台，投资和融资，品控，产品定义，工业设计等。而小米也会持续投资一些有潜力的公司，特别是物联网（IoT）以及移动互联网服务这些领域里的公司。



资料来源：招商证券国际有限公司，利丰研究中心整理

走入线下：全渠道是关键

经历了 2016 年的销售大滑坡，小米意识到作为一个纯电商的严重弊端。因此，小米开始加强线下市场，截至 2018 年 5 月，全国已经有 400 多个小米之家，覆盖了 50 多座城市。而小米希望到 2019 年，小米之家的数量可以达到 1000 家，五年内的销售总额可以达到 700 亿人民币。

目前，全渠道策略是小米增长的关键驱动。下表是小米主要的线上和线下的销售渠道：

线上渠道

平台	发布日期	目的	目前情况
小米商城（手机端和小米官网均可进入）	2011年1月	提供小米产品，客服及售后服务	小米商城 2017 年中国第三大 3C 和家电类产品线上直销平台，截至 2018 年 3 月，平台共计发布 SKU 总数约 300 个，共 194 种商品类目。
小米天猫旗舰店	2013年7月	第三方电商平台	销售小米全线产品
小米微店	2013年11月	第三方电商平台	销售小米全线产品
米家 App	2014年1月	自营移动商务平台	销售小米全线产品
小米淘宝官方自营店	2014年12月	第三方电商平台	销售小米全线产品
小米京东旗舰店	2015年5月	第三方电商平台	销售小米全线产品
小米苏宁易购旗舰店	2016年4月	第三方电商平台	销售小米全线产品
小米有品	2017年4月	电商市场，销售小米品牌产品，以及非小米品牌，但由小米管理并采购的其他品牌	2018年5月由“有品”更名为“小米有品”

线下渠道

平台	发布日期	目的	目前情况
小米之家	2011年11月	小米自营的 B2C 实体店，平均店面面积为 200-400 平，提供销售、技术支持、售后服务	截至 2018 年 5 月，全国共有超过 400 家小米之家，2018 年 2 月的销售额达 100 亿人民币
小米苏宁易购旗舰店	2015年11月	电子产品连锁店	销售小米智能手机及其他硬件产品
小米专卖店	2016年7月	连锁店	销售小米智能手机及其他硬件产品
小米授权经销商/手机网络提供商		当地授权店（即 Mi Preferred Partners）、消费电子产品连锁店、中国移动、中国电信、联通专营店	销售小米智能手机及其他硬件产品
小米小店	2017年3月	小米当地授权店	销售网络遍及 22 个城市，共有 8726 个触点
小米有品实体店	2018年5月	小米直营的 B2C 店，店面约 600 平，超过 1000 个 SKU	2018 年 5 月 25 日于南京开设了第一家有品实体店，店内设置了诸多黑科技，包括无人零售机、人脸识别系统等

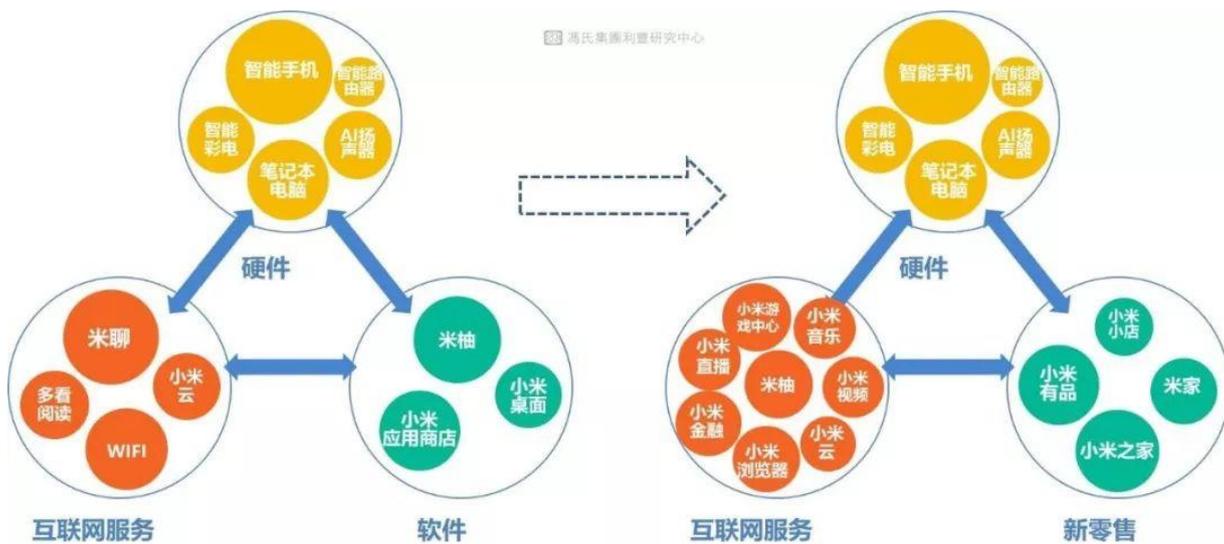
独特的“铁人三项”模式

小米将其独特的商业模式命名为“铁人三项”模式，这个模式包括三大组成部分 – 硬件、互联网服务、新零售。

硬件：创新、高品质、设计精良、注重用户的体验的硬件产品，包括手机、电视、路由器、AI 扬声器等。

互联网服务：为用户提供一整套移动互联网体验，包括米柚，小米直播，小米云服务，小米金融，小米音乐，小米视频，小米游戏中心等。

新零售：如上面两张表格所示，小米的线上线下销售渠道都非常完善。新零售作为小米的增长战略的核心部分，使得公司可以在高效运营的同时为用户提供更好的体验。



资料来源：网上资料，利丰研究中心整理

小米的新零售策略核心

为了推行其新零售的策略，小米于 2017 年 9 月在深圳开设了自己第一家新零售旗舰店。

深圳小米新零售旗舰店



图片来源：利丰研究中心

小米深圳的新零售旗舰店位於万象天地（MixC World），由纽约著名设计师 Tim Kobe 设计，Tim 曾经亲自设计了纽约第五大道的苹果旗舰店。小米新零售旗舰店占地 650 平方米。



图片来源：利丰研究中心

小米新零售旗舰店销售种类超过 400 SKUs，所有店内商品均设有二维码，顾客可以直接扫码登入小米的电商平台有品进行购买。

店内设有各种黑科技，包括互动式的购物墙，这块互动式购物墙由 5 块 80 寸的 LED 显示屏组成，可以追踪顾客手上的动作和轨迹。



图片来源：利丰研究中心

顾客还可以在旗舰店外的人行步道上试用小米的产品，比如电动滑板车、电助力折叠自行车等。这都增强了顾客的购物体验。

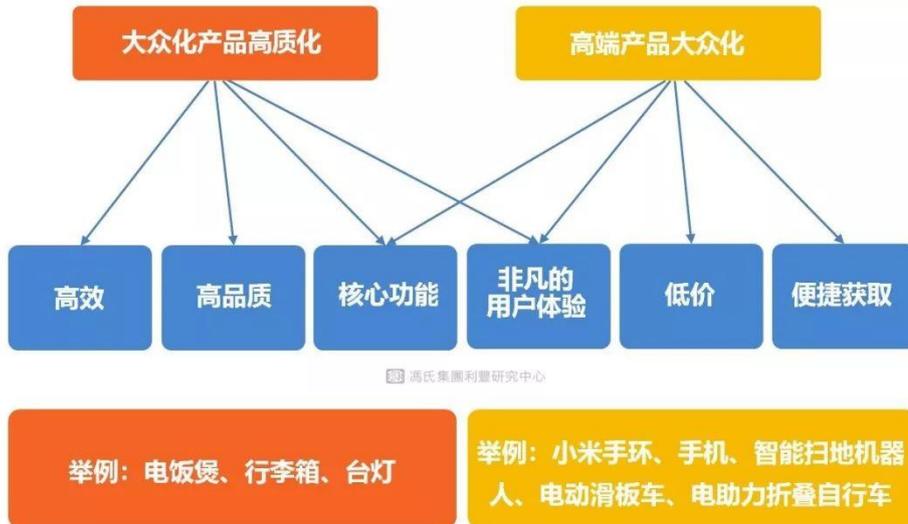
小米的新零售策略的核心就是要通过高效的店面运营，以及最佳的租金收入比，为用户提供全渠道的购物体验。新零售策略侧重四个领域，即增加客流量，提高转化率，增加销售，鼓励重复购买。



资料来源：互联网实验室，利丰研究中心整理

小米的“8080”原则

小米一直奉行“8080”原则，即满足80%用户的80%需求。为此，小米做出了不少的努力，包括针对80后、90后的人群的追求高品质生活的心态，提供高品质的产品；以及为最广大的用户提供高端、时尚、设计精良，且价格合理的产品。



资料来源：网上资料，利丰研究中心整理

也正是因为如此，小米培养了一众忠实用户，也就是所谓的“米粉”，而米粉的不断壮大，也使得小米拥有了自己的品牌文化。截至2018年3月，米柚的全球月活(MAU)达到了1.9亿，超过140万用户拥有超过5台小米相关的产品(不包括手机和笔记本电脑)，米柚论坛发帖总数也超过了2.5亿篇。

我们相信，借助低价高质的产品，不断壮大的粉丝群，小米本身强大的生态系统，以及线上线下的全渠道渗透，小米的新零售将会顺利实施。

冯氏集团利丰研究中心

冯氏集团利丰研究中心收集和分析有关全球采购、供应链、分销、零售及科技的市场信息。

冯氏集团利丰研究中心总部设于香港。研究中心借助其独特的关系网络和信息网络跟踪上述信息，进行研究并重点分析中国及其他亚洲国家的发展概况和未来趋势，以及撰写相关报告。研究中心透过定期出版研究报告及其他刊物与世界各地的企业、学者和政府分享市场信息和独到见解。

冯氏集团是一间以香港为基地的跨国公司，研究中心作为集团的智库，亦为集团及其合作伙伴就进入中国市场、企业架构、税务、牌照及其他政策法规方面的事宜提供专业意见及顾问服务。

冯氏集团利丰研究中心于 2000 年成立。



关于冯氏集团

冯氏控股（1937）有限公司总部设于香港，是一家私人全资拥有的跨国集团。冯氏控股是冯氏集团的主要股东，集团的核心业务涵盖消费品市场的整个全球供应链管理，包括贸易、物流、分销及零售。冯氏集团在全球逾 40 个经济体系聘用超过 27,000 名员工。冯氏集团的发展历程源远流长。集团始创于 1906 年，由经营出口贸易业务发展成全球供应链管理业务，集团见证了香港与珠三角地区蜕变为当今世界生产及贸易重地之一的光辉历史。今天，集团聚焦于创造未来的供应链，协助品牌和零售商在数字经济中驰骋，并在全球各地为品牌创造新机遇、开拓新产品类别和拓展新市场。

集团旗下的上市公司包括利标品牌有限公司（香港联交所股份代号：00787）和利亚零售有限公司（香港联交所股份代号：00831）。集团的私营业务包括利丰有限公司、利弘投资有限公司、利时控股有限公司、利童服饰（控股）有限公司、玩具“反”斗城（亚洲）业务及 Suhyang Networks。

版权所有© 2022 冯氏集团利丰研究中心

冯氏集团利丰研究中心致力于提供准确而可靠的资料，但并不保证本出版物的内容绝对无误。倘其中有任何错误之处，本中心恕不负责。本出版物也并非旨在涵盖所有内容。对文中的信息是否准确或完整本中心不作任何明示或暗示的承诺或保证。冯氏集团利丰研究中心不会对任何个人或单位因阅读了本出版物采取某项行动或未采取某项行动的后果承担任何责任。