**Xiaomi regista receitas de 116 mil milhões de yuans no segundo trimestre de 2025. Lucro líquido ajustado cresce 75,4% face ao ano passado.**

* **Resultados ultrapassam os 100 mil milhões de yuans pelo terceiro trimestre consecutivo;**
* **Lucro líquido ajustado cresce 75,4% face ao ano passado;**
* **Aposta no segmento *premium* acelera, impulsionando um forte crescimento nos smartphones, veículos elétricos e eletrodomésticos inteligentes.**

**Lisboa, 26 de agosto de 2025** - A Xiaomi apresentou os resultados consolidados não auditados do segundo trimestre de 2025, relativo ao período que terminou a 30 de junho de 2025. Neste trimestre, as receitas do Grupo aumentaram 30,5% face ao período homólogo, atingindo os 116 mil milhões de yuans (cerca de 13,9 mil milões de euros), ultrapassando os 100 mil milhões de yuans pelo terceiro trimestre consecutivo. O lucro líquido ajustado cresceu 75,4% em relação ao ano anterior, para 10,8 mil milhões de yuans (cerca de 1 292 mil milhões de euros), superando a marca dos 10 mil milhões de yuans pelo segundo trimestre consecutivo. Estes resultados refletem uma rentabilidade resiliente e um crescimento sólido e consistente, sustentado numa base robusta.

Com base na estratégia do ecossistema inteligente «*Human x Car x Home*», a Xiaomi registou um crescimento robusto nas suas três principais áreas de negócio –*smartphones*, veículos elétricos inteligentes e grandes eletrodomésticos inteligentes – durante o segundo trimestre. As receitas do segmento de *smartphones* atingiram os 45,5 mil milhões de yuans (cerca de 5,4 mil milhões de euros), com os envios a crescerem pelo oitavo trimestre consecutivo e a manterem a marca no top 3 global pelo vigésimo trimestre seguido. Já o segmento de IoT e *lifestyle* alcançou um novo recorde de 38,7 mil milhões de yuans (cerca de 4,6 mil milhões de euros), traduzindo-se num aumento de 44,7% face ao ano anterior, impulsionado sobretudo por uma subida de 66,2% nas receitas de eletrodomésticos inteligentes. O segmento de veículos elétricos inteligentes, IA e outras novas iniciativas gerou 21,3 mil milhões de yuans (cerca de 2,5 mil milhões de euros), um aumento expressivo de 234% em termos homólogos, com as receitas de veículos elétricos a ultrapassarem, pela primeira vez, os 20 mil milhões de yuans, um marco significativo para o negócio.

A aposta da Xiaomi no segmento *premium* em todas as categorias de produtos continua a acelerar. No segundo trimestre, a quota de mercado do Grupo nos segmentos de *smartphones* topo de gama manteve a sua trajetória de crescimento. Em junho, a marca lançou o seu primeiro SUV, o Xiaomi YU7, que se posiciona como um «SUV de luxo de alto desempenho». O modelo teve uma receção excecional no mercado, acumulando mais de 240 mil encomendas confirmadas nas primeiras 18 horas após o lançamento.

**Xiaomi mantém-se no top 3 global de *smartphones* há 20 trimestres consecutivos, reforçando a aposta no segmento *premium***

Apesar da pressão sentida no mercado global de *smartphones* durante o segundo trimestre, o segmento de *smartphones* da Xiaomi demonstrou uma resiliência notável, tanto na China continental como nos mercados internacionais. As receitas do segmento atingiram 45,5 mil milhões de yuans (cerca de 5,4 mil milhões de euros) e os envios globais totalizaram os 42,4 milhões de unidades, assinalando o oitavo trimestre consecutivo de crescimento homólogo. Segundo a Canalys (atualmente parte da Omdia), a quota de mercado global da Xiaomi no que diz respeito a envios foi de 14,7% no segundo trimestre de 2025, assegurando à marca uma posição no top 3 mundial pelo 20.º trimestre consecutivo. Após ter regressado ao primeiro lugar em envios de *smartphones* na China continental no primeiro trimestre do ano, a Xiaomi manteve a liderança em novas ativações de dispositivos no segundo trimestre.

A aposta do Grupo no segmento *premium* continuou a gerar resultados expressivos. De acordo com dados de fontes externas, as vendas de *smartphones* topo de gama (com preço igual ou superior a 3 mil yuans) na China continental representaram 27,6% do total das vendas de *smartphones* do Grupo, um aumento de 5,5 pontos percentuais face ao ano anterior. O Grupo reforçou a liderança no segmento de 4 mil a 5 mil yuans, onde a quota de mercado cresceu 4,5 pontos percentuais face ao período homólogo, para 24,7%, consolidando a sua posição como número um no mercado doméstico. Já no segmento de 5 mil a 6 mil yuans, a quota de mercado atingiu os 15,4%, uma subida de 6,5 pontos percentuais em relação ao mesmo período do ano passado.

**Veículos elétricos da Xiaomi continuam a crescer, marcando a entrada numa fase de expansão em escala**

O segmento de veículos elétricos inteligentes, IA e outras novas iniciativas da Xiaomi registou um crescimento expressivo no segundo trimestre. As receitas totais atingiram 21,3 mil milhões de yuans (cerca de 2,5 mil milhões de euros), com a receita de veículos elétricos a ultrapassar, pela primeira vez, os 20 mil milhões de yuans, um marco que assinala a entrada do negócio numa nova fase de crescimento em escala. No mesmo período, as entregas de veículos elétricos da Xiaomi continuaram a aumentar, totalizando as 81 302 unidades.

Importa destacar que, mesmo antes do início das entregas do Xiaomi YU7, o Grupo já tinha colocado mais de 157 mil veículos no mercado durante o primeiro semestre do ano. Em julho de 2025, as entregas acumuladas desde o lançamento do Xiaomi EV ultrapassaram as 300 mil unidades. No segundo trimestre, o prejuízo operacional do negócio de veículos elétricos reduziu-se para 300 milhões de yuans (cerca de 36 milhões de euros), estando previsto alcançar o equilíbrio financeiro no segundo semestre do ano.

O Grupo continuou a expandir a rede de vendas e serviços. A 30 de junho de 2025, a Xiaomi contava já com 335 centros de vendas de veículos elétricos inteligentes em 92 cidades da China continental.

**Segmento de IoT mantém crescimento robusto, com os grandes eletrodomésticos inteligentes a desafiar a tendência de queda do mercado**

O segmento de produtos IoT e *lifestyle* do Grupo gerou receitas de 38,7 mil milhões de yuans no segundo trimestre (cerca de 4,6 mil milhões de euros), um aumento de 44,7% face ao período homólogo, com a margem de lucro bruto a subir 2,8 pontos percentuais para 22,5%. Apesar da forte pressão competitiva no mercado alargado de eletrodomésticos, a divisão de grandes eletrodomésticos inteligentes da Xiaomi registou um desempenho notável, com receitas a crescer 66,2% em termos anuais. Os envios também contrariaram a tendência do mercado, com os aparelhos de ar condicionado a ultrapassarem os 5,4 milhões de unidades, um crescimento superior a 60% em relação ao ano anterior. Os envios de frigoríficos aumentaram 25%, para mais de 790 mil unidades, e as máquinas de lavar roupa subiram 45%, para mais de 600 mil unidades.

O segmento de tablets da Xiaomi manteve um forte dinamismo durante este período. Segundo a Canalys, os envios globais de tablets da marca cresceram 42,3% face ao ano anterior, o crescimento mais rápido entre os cinco maiores fabricantes mundiais. Já os envios de auriculares TWS colocaram a Xiaomi na segunda posição a nível global e na liderança absoluta na China continental. Em junho, o Grupo lançou os primeiros óculos Xiaomi AI Glasses, cujas vendas superaram largamente as expectativas. A versão electrocrómica esgotou rapidamente e a empresa está a acelerar a produção para dar resposta à procura.

À data de 30 de junho de 2025, o número de dispositivos IoT conectados à plataforma AIoT do Grupo (excluindo *smartphones*, tablets e computadores portáteis) aumentou para os 989,1 milhões, um aumento de 20,3% em relação ao ano anterior. O número de utilizadores com cinco ou mais dispositivos conectados atingiu os 20,5 milhões, um aumento de 26,8% em relação ao ano anterior. Em junho de 2025, o número de utilizadores ativos mensais (MAU) da aplicação Mi Home cresceu 16,8% em termos anuais, para 113,1 milhões, enquanto o do AI Assistant aumentou 16,4%, para os 153,2 milhões.

**Serviços de Internet mantêm margem bruta elevada à medida que a base de utilizadores continua a crescer**

O segmento de serviços de Internet manteve um desempenho sólido no segundo trimestre, com receitas de 9,1 mil milhões de yuans (cerca de 1,08 mil milhões de euros), uma subida de 10,1% face ao período homólogo. A margem bruta permaneceu em níveis elevados, situando-se nos 75,4%. Com a contínua expansão da base de utilizadores, tanto o número global de utilizadores ativos mensais (MAU) como o da China continental alcançaram novos máximos. Em junho de 2025, o número de utilizadores ativos mensais (MAU) a nível global atingiu 731,2 milhões, um aumento de 8,2% em termos anuais, enquanto na China continental chegou aos 184,8 milhões, mais 12,4% do que no mesmo período do ano anterior.

**Xiaomi reforça investimento em tecnologias essenciais acelera, com os gastos trimestrais em I&D a alcançarem um recorde de 7,8 mil milhões de yuans**

A Xiaomi continuou a reforçar o investimento em tecnologias essenciais, impulsionando avanços significativos nos negócios inovadores nas áreas automóvel, de *chips* e de Inteligência Artificial. O investimento do Grupo em Investigação e Desenvolvimento (I&D) atingiu um recorde de 7,8 mil milhões de yuans (cerca de 930 milhões de euros) no segundo trimestre, mais 41,2% do que no período homólogo. A 30 de junho de 2025, a equipa de I&D da Xiaomi alcançava já um novo máximo, com 22 641 colaboradores.

No setor de *chips*, a Xiaomi apresentou o *chip* de 3 nanómetros, o Xiaomi XRING O1, desenvolvido internamente. Com este avanço, a empresa tornou-se a quarta a nível global, e a primeira na China continental, capaz de conceber e desenvolver, de forma independente, um *chip* de 3 nm de última geração. O *smartphone* topo de gama Xiaomi 15S Pro, bem como os tablets OLED Xiaomi Pad 7 Ultra e Xiaomi Pad 7S Pro, todos equipados com o Xiaomi XRING O1, foram lançados de forma faseada ao longo do segundo trimestre, registando uma forte adesão por parte dos consumidores.

A Xiaomi obteve também avanços significativos no desenvolvimento de modelos de linguagem de grande dimensão com Inteligência Artificial. Em maio, a marca apresentou oficialmente e disponibilizou em *open source* o modelo multimodal de linguagem de grande dimensão, o Xiaomi MiMo-VL-7B. Em julho, 12 dos artigos da empresa sobre modelos de linguagem de grande dimensão foram aceites para publicação em conferências internacionais de referência, como a ICCV 2025 e a ACL 2025, refletindo as mais recentes inovações da marca nesta área. Já em agosto, a Xiaomi disponibilizou em *open source* o seu modelo de linguagem de grande dimensão para raciocínio de áudio, o MiDashengLM-7B, que atingiu um desempenho de topo em 22 *benchmarks* de compreensão e raciocínio de áudio.

**Sobre a Xiaomi Corporation**

A Xiaomi Corporation foi fundada em abril de 2010 e cotada no Mercado Principal da Bolsa de Valores de Hong Kong a 9 de julho de 2018 (1810.HK). A Xiaomi é uma empresa de eletrónica de consumo e fabrico inteligente com smartphones e hardware inteligente ligados por uma plataforma IoT no seu núcleo.

Abraçando a nossa visão de "Ser amiga dos utilizadores e a empresa mais cool nos seus corações", a Xiaomi persegue continuamente a inovação, uma experiência de utilizador de alta qualidade e eficiência operacional. A empresa constrói incessantemente produtos incríveis com preços honestos, para permitir que todas as pessoas no mundo possam desfrutar de uma vida melhor através de tecnologia inovadora.

A Xiaomi é uma das principais empresas de smartphones do mundo. Em dezembro de 2024, o MAU atingiu aproximadamente 702,3 milhões (incluindo smartphones e tablets) a nível mundial. A empresa também estabeleceu a principal plataforma de IAoT (IA+IoT) para consumidores do mundo, alcançando aproximadamente 904,6 milhões de dispositivos inteligentes ligados à sua plataforma (excluindo smartphones, computadores portáteis e tablets) em 31 de dezembro de 2024. Em outubro de 2023, a Xiaomi atualizou a sua estratégia para o ecossistema inteligente “Human x Car x Home”, fundindo perfeitamente dispositivos pessoais, produtos domésticos inteligentes e automóveis. A Xiaomi centra-se sempre na humanidade e está empenhada em proporcionar experiências abrangentes e mais bem ligadas. Os produtos Xiaomi estão presentes em mais de 100 países e regiões em todo o mundo. Em agosto de 2024, a Xiaomi foi incluída na lista Fortune Global 500 pelo sexto ano consecutivo.

A Xiaomi é um constituinte do Índice Hang Seng, do Índice Hang Seng China Enterprises, do Índice Hang Seng TECH e do Índice Hang Seng China 50.

**Contactos para imprensa**

**Xiaomi Portugal** |Salvador Correia de Sampaio | [v-salvadors@xiaomi.com](file:///G:/Discos%20partilhados/(15%20LSB)%202021/CLIENTES%20ATIVOS/XIAOMI/Trabalho%20Corrente/Atividades%20Desenvolvidas/Press%20Releases/01.%20Serie%2011T/v-salvadors@xiaomi.com)

**Lift Consulting** | Tânia Miguel | [tania.miguel@lift.com.pt](mailto:tania.miguel@lift.com.pt) | 918 270 387

Ana Roquete | [ana.roquete@lift.com.pt](mailto:ana.roquete@lift.com.pt) | 934 623 847