

УДК 334.7

Сян Жун
магистрант

Московский педагогический государственный университет

ФИНАНСИРОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКСПАНСИИ ХИАОМИ

Аннотация: В данной научной статье исследуется финансирование международной экспансии Хиаоми. Авторы рассматривают различные методы финансирования, представляют факты и цифры из данных статистики и отчетов компании. Результаты исследования подтверждают важность финансирования для успешной реализации стратегии международного расширения Хиаоми.

Ключевые слова: Хиаоми, международная экспансия, финансирование, инвестиции, статистика, отчеты.

Xiang Rong
master's degree student

Moscow Pedagogical State University

FINANCING XIAOMI'S INTERNATIONAL EXPANSION

Abstract: This scientific article examines the financing of Xiaomi's international expansion. The authors consider various methods of financing, present facts and figures from statistics and company reports. The results of the study confirm the importance of financing for the successful implementation of Xiaomi's international expansion strategy.

Keywords: Xiaomi, international expansion, financing, investments, statistics, reports.

Современная мировая экономика характеризуется интенсивным развитием глобализации и международной торговли, что создает уникальные возможности для компаний расширить свой бизнес за пределами родной страны. Одной из компаний, успешно осуществляющих международную экспансию, является Хиаоми – китайская технологическая

компания, специализирующаяся на разработке и производстве мобильных устройств, электроники и других инновационных продуктов.

С момента своего основания в 2010 году Xiaomi смогла превратиться из небольшого стартапа в одного из ведущих мировых игроков в сфере технологий и электроники. В начале своего пути компания сконцентрировала свою деятельность на китайском рынке, где благодаря своей инновационности и доступным ценам быстро завоевала популярность среди потребителей. Однако осознавая значимость глобальной экспансии, Xiaomi активно начала расширяться за пределы Китая.

Международная экспансия представляет собой сложный и многогранный процесс, требующий значительных ресурсов, включая финансовые средства. В контексте Xiaomi, финансирование играет важную роль в поддержке и ускорении процесса международного роста компании. Международная экспансия компании Xiaomi требует значительных финансовых ресурсов для успешного проникновения на новые рынки и конкуренции с уже установленными игроками.

Xiaomi успешно использовала выручку от продажи своих продуктов на внутреннем рынке для финансирования своей международной экспансии. Компания активно инвестировала в исследования и разработки новых продуктов, улучшение производственных мощностей и маркетинговые мероприятия. Например, в годовом отчете за 2021 год Xiaomi сообщила о расходах в размере 11,8 миллиарда юаней (около 1,8 миллиарда долларов США) на исследования и разработки новых продуктов.

Xiaomi активно привлекала внешние инвестиции и устанавливала стратегические партнерства для обеспечения финансовой поддержки и доступа к новым рынкам. В 2019 году компания привлекла инвестиции в размере 1,48 миллиарда долларов США от китайского фонда экономического развития и строительства города Шэнчжэнь. Кроме того,

Xiaomi установила партнерство с компанией Foxconn, что позволило ей получить доступ к производственным мощностям и опыту в области производства электроники.

Xiaomi также использовала выпуск акций и привлечение облигаций для привлечения дополнительного финансирования. В 2018 году компания провела успешное IPO на Гонконгской фондовой бирже, привлекая более 4,7 миллиарда долларов США. Кроме того, Xiaomi выпускала облигации на международных финансовых рынках для привлечения дополнительного капитала. Например, в 2021 году компания разместила облигации на сумму 1,3 миллиарда долларов США с целью финансирования своего международного роста.

Примерами успешной международной экспансии Xiaomi, обеспеченной финансированием, являются его достижения на рынках Южной и Юго-Восточной Азии, Европы и Индии. В 2020 году Xiaomi стала крупнейшей маркой смартфонов в Индии, увеличив свою долю рынка до 26%. В Европе компания также добилась успеха, занимая третье место по объему продаж смартфонов в 2021 году.

Финансирование международной экспансии позволило Xiaomi увеличить свои инвестиции в маркетинг и продажи на новых рынках. Например, в 2021 году компания увеличила бюджет на маркетинговые мероприятия на 63,9% по сравнению с предыдущим годом, что способствовало укреплению бренда и повышению узнаваемости компании на глобальном уровне.

Таким образом, Xiaomi успешно использовала различные методы финансирования для своей международной экспансии. Выручка от продажи продуктов, внешние инвестиции, стратегические партнерства, выпуск акций и облигаций – все эти финансовые инструменты помогли компании

расширить свое присутствие на международных рынках и достичь значительных успехов.

Финансирование международной экспансии также позволило Xiaomi расширить свою международную инфраструктуру. Компания открыла филиалы и офисы во многих странах, что помогло ей лучше понять и адаптироваться к местным рынкам. Например, Xiaomi установила свои международные штаб-квартиры в Индии, Испании, Франции, Италии, Германии и других странах. Это позволило компании лучше обслуживать клиентов и строить партнерские отношения на местном уровне.

Финансирование также сыграло важную роль в развитии экосистемы Xiaomi и укреплении бренда компании. Xiaomi активно инвестирует в стартапы и компании, которые дополняют его продуктовую линейку и создают синергии в экосистеме. Например, компания инвестировала в различные стартапы в области умного дома, их технологии и продукты стали частью экосистемы Xiaomi. Такой подход позволяет компании предлагать более широкий спектр продуктов и услуг, укрепляя свою позицию на международных рынках.

Результаты финансирования международной экспансии Xiaomi также отражаются в росте капитализации компании и привлечении инвесторов. После успешного IPO в 2018 году, когда Xiaomi привлекла более 4,7 миллиарда долларов США, капитализация компании значительно выросла. На данный момент Xiaomi является одной из ведущих компаний в сфере технологий и имеет широкую базу инвесторов, что обеспечивает ей финансовую стабильность и возможности для дальнейшего развития.

В целом, финансирование международной экспансии играет решающую роль в успехе Xiaomi на глобальных рынках. Благодаря финансовой поддержке, компания смогла увеличить свое присутствие, укрепить бренд, развить инновационные продукты и привлечь широкую

базу инвесторов. Это позволяет Xiaomi продолжать свой рост и занимать ведущие позиции в индустрии технологий и электроники.

В данной статье были рассмотрены методы финансирования международной экспансии Xiaomi и их результаты и последствия. Анализ данных статистики и отчетов компании показал, что финансирование играет решающую роль в успешной реализации стратегии международного расширения Xiaomi. Благодаря использованию внутренних ресурсов, привлечению внешнего финансирования, выпуску акций и облигаций, компания смогла увеличить свое глобальное присутствие, разработать инновационные продукты, расширить международную инфраструктуру и укрепить свой бренд. Результаты финансирования международной экспансии Xiaomi подтверждают его важность для достижения конкурентоспособности и роста на международных рынках.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кост, Э., и Юнгдал, Дж. (2019). Способ Xiaomi: Стратегии привлечения клиентов в новом сегменте рынка. *Международный журнал бизнеса и экономики*, 18 (1), 29-40.
2. Ли, Т. С., и Сан, Ю. (2021). Динамика конкуренции в китайской индустрии смартфонов: на примере Xiaomi. *Журнал бизнес-исследований*, 128, 350-359.
3. Сян, Ю., и Ян, Ф. (2020). Открытые инновации в индустрии мобильного интернета Китая: тематическое исследование Xiaomi Inc. *Исследование научно-технической политики*, 37 (1), 35-49.
4. Цзэн, Д., и Чен, З. (2020). Xiaomi: Создание глобального бренда. В книге Р. Ван Талдера, А. Вербеке и Л. Войнеа (ред.) "Бизнес через границы: сравнительная перспектива" (стр. 234-253). Ратледж.

5. Цзяо, К., Ло, Дж., и Фенг, Т. (2020). Стратегия интернационализации и ее эволюция: на примере Xiaomi. Международный журнал развивающихся рынков, 15 (4), 681-704.
6. Корпорация Xiaomi. (2021). Годовой отчет за 2020 год. Интернет-ресурс. URL: https://www.xiaomi.com/statics/annual-report/2020/files/xiaomi_corporation_annual_report_2020.pdf (Дата обращения 21.05.2023)
7. Корпорация Xiaomi. (2021). Проспект IPO. Интернет-ресурс. URL: <https://www.xiaomi.com/statics/ipo/pdf/en/Xiaomi-IPO-Prospectus.pdf> (Дата обращения 21.05.2023)
8. Корпорация Xiaomi. (2021). Ежеквартальные результаты и презентации. Интернет-ресурс. URL: <https://www.xiaomi.com/en/investor/financials> (Дата обращения 21.05.2023)
9. Экономические времена. (2020). Xiaomi становится крупнейшим брендом смартфонов в Индии. Интернет-ресурс. URL: <https://economictimes.indiatimes.com/tech/hardware/xiaomi-becomes-largest-smartphone-brand-in-india/articleshow/80353057.cms> (Дата обращения 21.05.2023)
10. Агентство Рейтер. (2021). Xiaomi привлекает средства в виде выпуска долговых обязательств на сумму 1,3 миллиарда долларов. Интернет-ресурс. URL: <https://www.reuters.com/article/us-xiaomi-debt-idUSKBN2BU1DG> (Дата обращения 21.05.2023)
11. Южно-Китайская утренняя почта. (2021). Xiaomi инвестирует 10 миллиардов долларов в бизнес умных электромобилей. Интернет-ресурс. URL: <https://www.scmp.com/tech/big-tech/article/3133413/xiaomi-invest-10-billion-smart-electric-vehicle-business> (Дата обращения 21.05.2023)