



**TCL 多媒體科技控股有限公司**  
**TCL MULTIMEDIA TECHNOLOGY HOLDINGS LIMITED**

股份代號：01070



## 2016年首季度業績報告

(截至3月31日止3個月財務業績為未經審核之資料)

- ① 財務摘要
- ② 業務回顧
- ③ 未來展望

# 1. 財務摘要

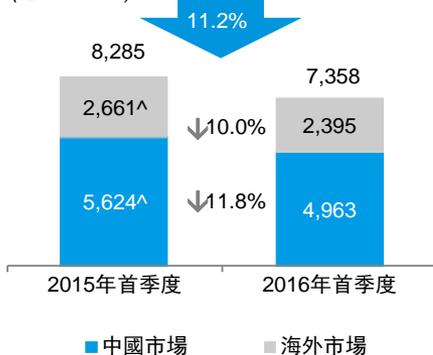


X1



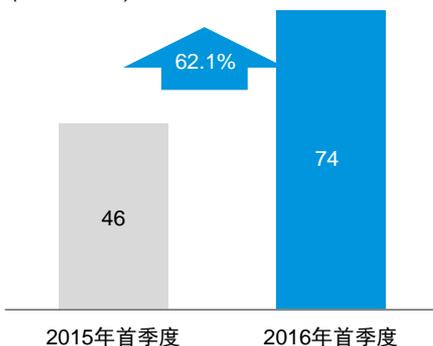
## 營業額

(港幣百萬元)



## 母公司擁有人應佔溢利

(港幣百萬元)



<sup>^</sup> 經重列

(港幣百萬元)

	2016年 首季度	2015年 首季度	變動
營業額	7,358	8,285	(11.2%)
毛利	1,383	1,189	16.4%
毛利率 (%)	18.8%	14.3%	4.5百分點
費用率 (%)	16.7%	13.1%	3.6百分點
除稅後淨利潤	76	40	89.7%
除稅後淨利潤率 (%)	1.0%	0.5%	0.5百分點
母公司擁有人應佔溢利	74	46	62.1%
每股基本盈利 (港仙)	5.55	3.45	60.9%

由於主要原材料價格同比下跌，首季度的電視機平均售價同比下降，再加上港幣匯率換算的影響，本集團首季度營業額同比有所下跌；但產品結構和運營效率的持續改善，本集團毛利率同比增長4.5個百分點，抵銷了營業額下降的影響，盈利能力得以提升，業績得以改善

## 中國市場電視機業務

(港幣百萬元)

	2016年 首季度	2015年 首季度 <sup>^</sup>	變動
營業額	4,957	5,620	(11.8%)
毛利	1,065	993	7.2%
毛利率	21.5%	17.7%	3.8百分點
經營業績	165	296	(44.3%)

## 海外市場電視機業務

(港幣百萬元)

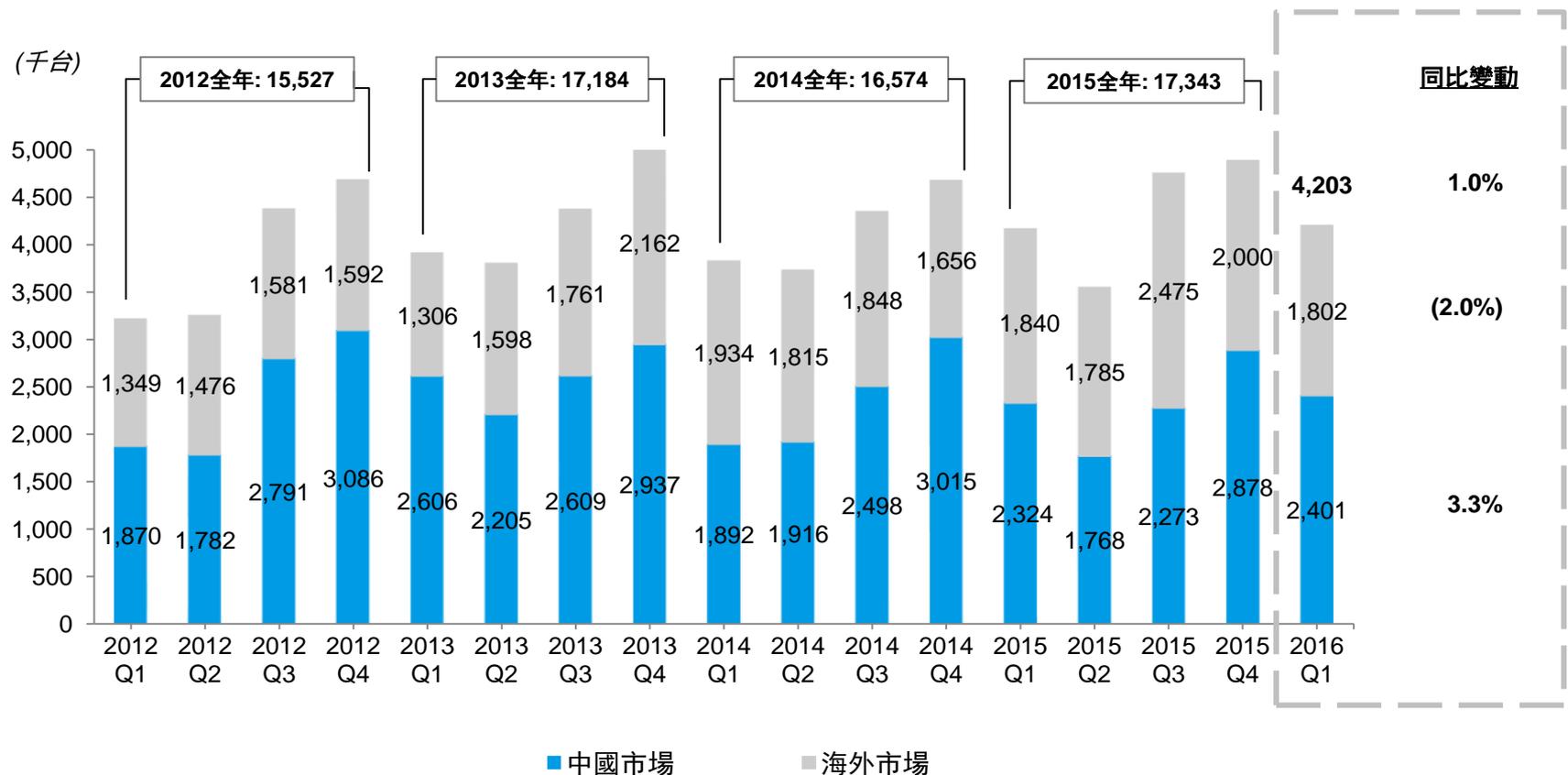
	2016年 首季度	2015年 首季度 <sup>^</sup>	變動
營業額	2,380	2,654	(10.3%)
毛利	311	186	67.5%
毛利率	13.1%	7.0%	6.1百分點
經營業績	33	(126)	不適用

<sup>^</sup>經重列

# LCD 電視機銷售量



## LCD 電視機銷售量 (按季度)

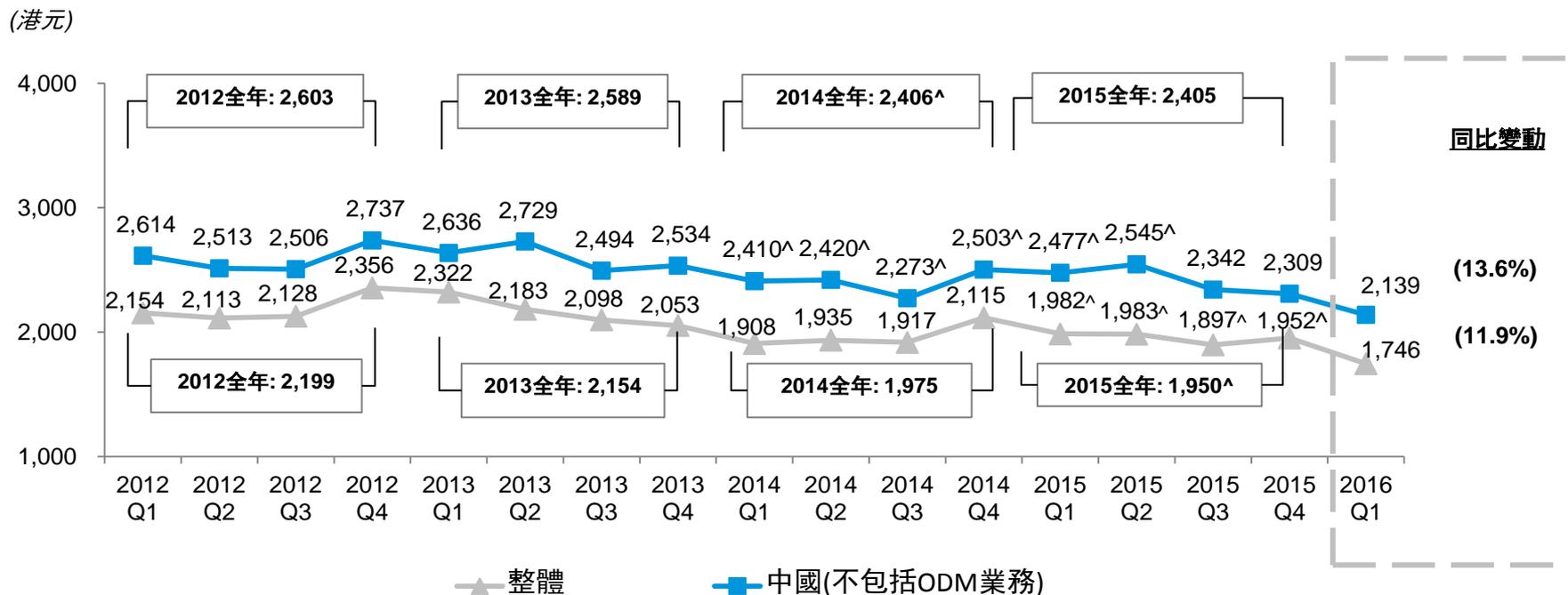


^ 2012 Q1至2015 Q4各季度中國市場及海外市場銷售量經重列

# LCD 電視機平均售價



## LCD 電視機平均售價 (按季度)

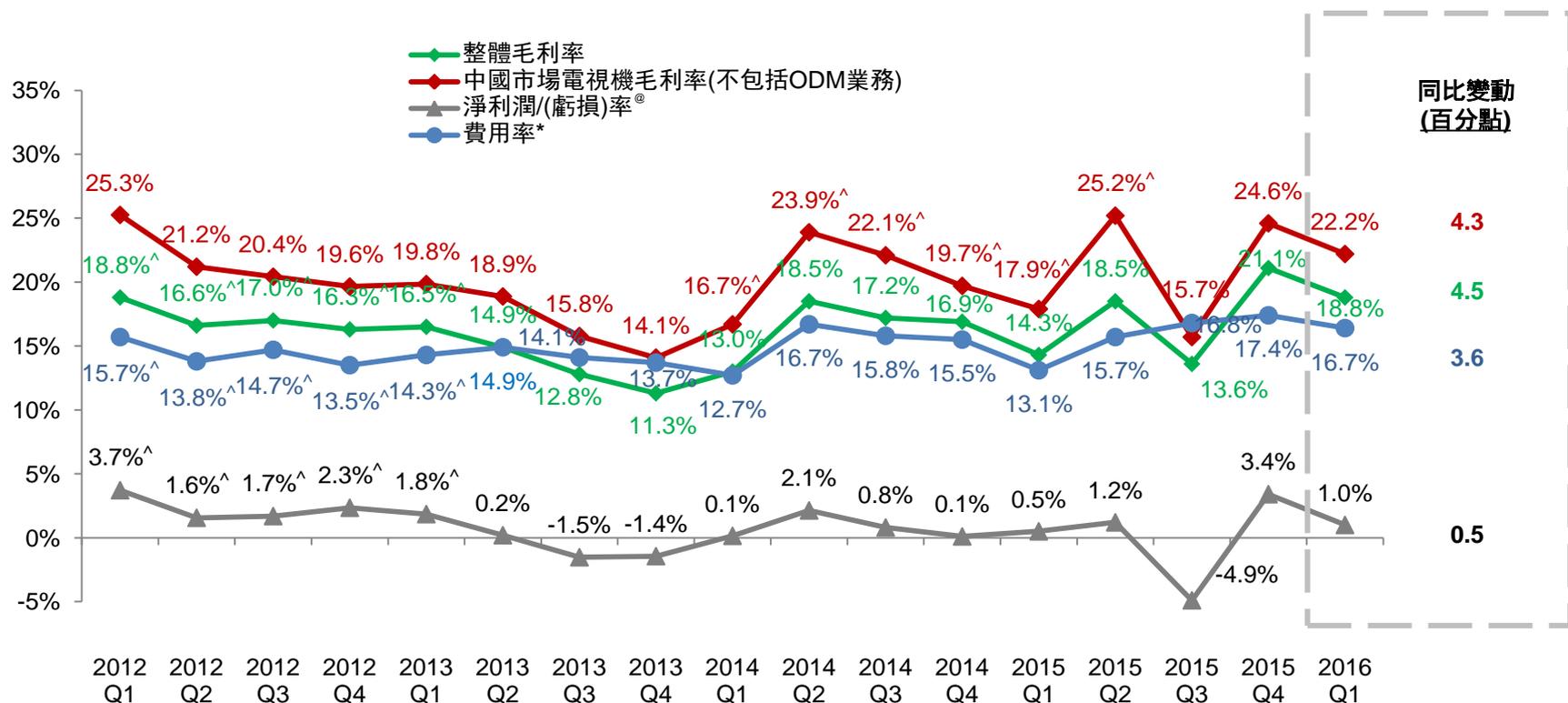


<sup>^</sup> 經重列

# 利潤率及費用率



## 利潤率及費用率 (按季度)



<sup>^</sup> 經重列

\* 費用率 = (銷售及分銷支出+行政支出) / 營業額

<sup>®</sup> 淨利潤/(虧損)率 = 來自持續經營業務之淨利潤/(虧損) / 營業額

# 主要財務指標



	2016年 3月31日	2015年 12月31日	變動
存貨周轉期 (天) <sup>1</sup>	51	52	(1天)
應收賬款周轉期 (天) <sup>1</sup>	57	54	+3天
應付賬款周轉期 (天) <sup>1</sup>	68	65	+3天
現金周轉週期 (天)	40	41	(1天)
流動比率 (倍)	1.2	1.2	不變
資本負債比率 (總額)(%) <sup>2</sup>	49.4	60.6	(11.2百分點)
資本負債比率 (淨額)(%) <sup>3</sup>	5.9	7.2	(1.3百分點)

<sup>1</sup> 以上周轉期以12個月平均結餘計算

<sup>2</sup> 資本負債比率(總額)=計息貸款總額/歸屬於母公司擁所有者之權益

<sup>3</sup> 資本負債比率(淨額)=淨借貸/歸屬於母公司擁所有者之權益。淨借貸=計息貸款總額-現金及銀行結存-已抵押存款

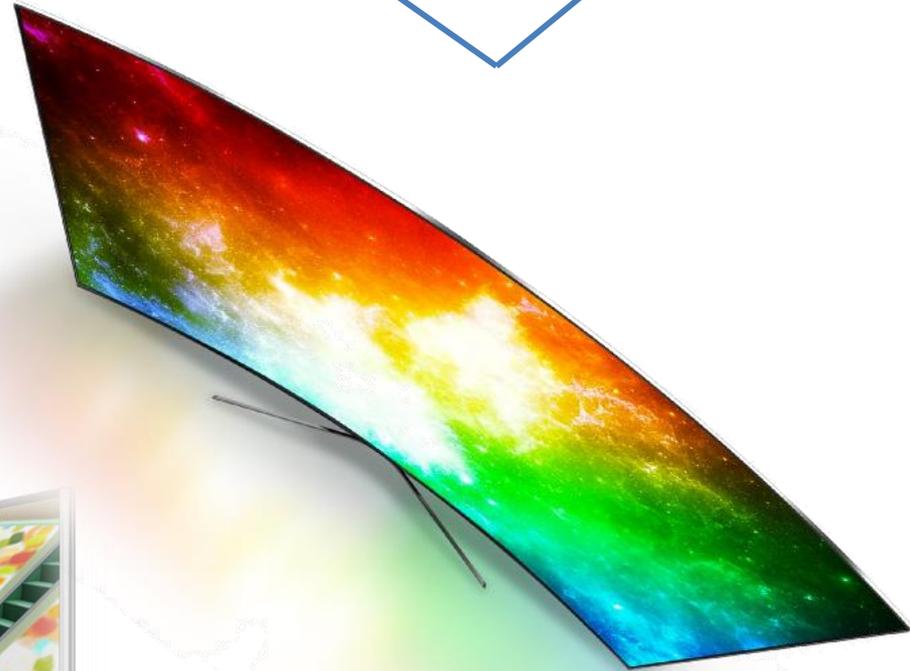
# 資產負債表摘要



(港幣百萬元)	2016年 3月31日	2015年 12月31日	變動
非流動資產	2,999	2,981	0.6%
流動資產	14,806	15,198	(2.6%)
- 存貨	3,163	3,283	(3.6%)
- 現金及銀行結存	1,681	2,215	(24.1%)
流動負債	12,155	12,605	(3.6%)
淨流動資產	2,651	2,593	2.2%
非流動負債	1,125	1,165	(3.4%)
淨資產	4,525	4,409	2.6%
每股資產淨值 (港元)	3.18	3.10	2.6%

## 2. 業務回顧

C1



C2

## 全球LCD電視機市佔率

排名	品牌	2015年全年	2014年全年
1	Samsung	20.98%	20.82%
2	LGE	12.40%	13.58%
<b>3</b>	<b>TCL</b>	<b>5.56%</b>	<b>5.19%</b>
	Hisense	5.56%	4.93%
5	Sony	5.54%	6.22%
6	Skyworth	4.59%	3.95%
7	AOC/TP Vision	3.75%	3.24%
8	Vizio	3.43%	3.00%
9	Changhong	3.00%	2.68%
10	Panasonic	2.89%	3.59%

資料來源: IHS Technology及公司數據

## 中國LCD電視機市佔率

排名	品牌	2015年全年	2014年全年
1	Hisense	16.76%	16.66%
2	Skyworth	14.69%	13.73%
<b>3</b>	<b>TCL</b>	<b>14.04%</b>	<b>12.33%</b>
4	Changhong	10.92%	10.76%
5	Konka	10.66%	11.79%
6	Samsung	6.72%	6.97%
7	Sharp	6.04%	5.80%
8	Haier	4.89%	4.77%
9	Sony	3.65%	4.47%
10	Pioneer	3.41%	2.97%

資料來源: 中怡康

# LCD 電視機銷售量



LCD電視機銷售量 (千台)	2016年 首季度	2015年 首季度	變動
整體	4,203	4,164	1.0%
其中: 智能電視機	2,079	1,173	77.2%
- 中國	2,401	2,324 <sup>^</sup>	3.3%
- 海外	1,802	1,840 <sup>^</sup>	(2.0%)

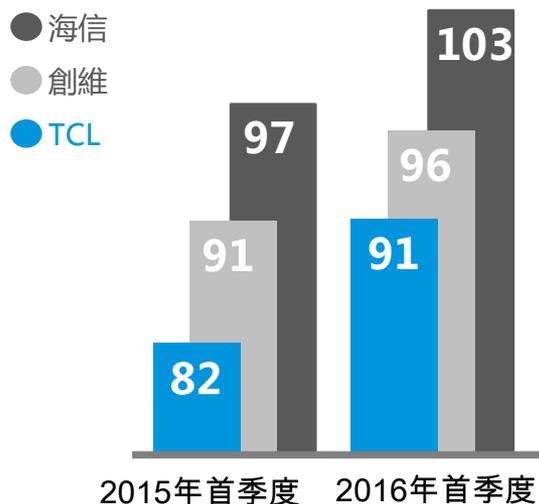
<sup>^</sup>經重列

# 中國市場電視機業務

TCL

- 二零一六年首季度LCD電視機銷售量同比上升3.3%至240萬台
- 由於主要原材料價格同比下跌，首季度的電視機平均售價同比下降，再加上港幣匯率換算的影響，中國市場營業額同比有所下跌；但產品結構的持續優化及運營效率的持續改善，LCD電視機毛利率由去年同期17.7%上升至21.5%

## 品牌價格指數



資料來源：中怡康

## 中國曲面電視機市場(不包括ODM業務) 三月份銷售量

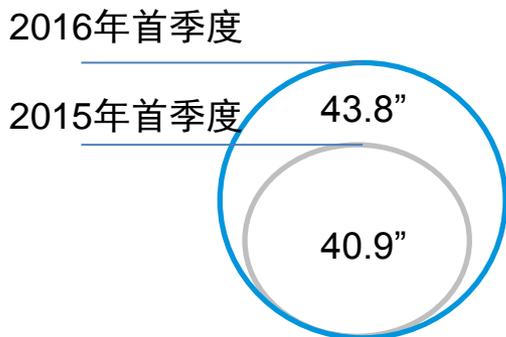
市佔率28.3%  
國內品牌排名第一



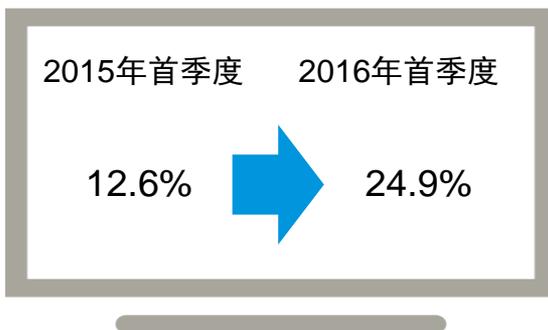
資料來源：中怡康

## 產品結構持續改善

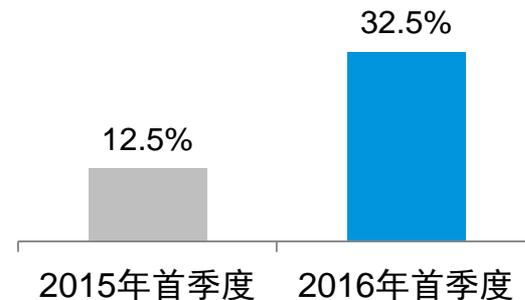
中國市場  
(不包括ODM業務)  
平均尺寸變化



中國市場  
(不包括ODM業務)  
55吋或以上產品佔比變化



中國市場  
(不包括ODM業務)  
4K產品佔比變化



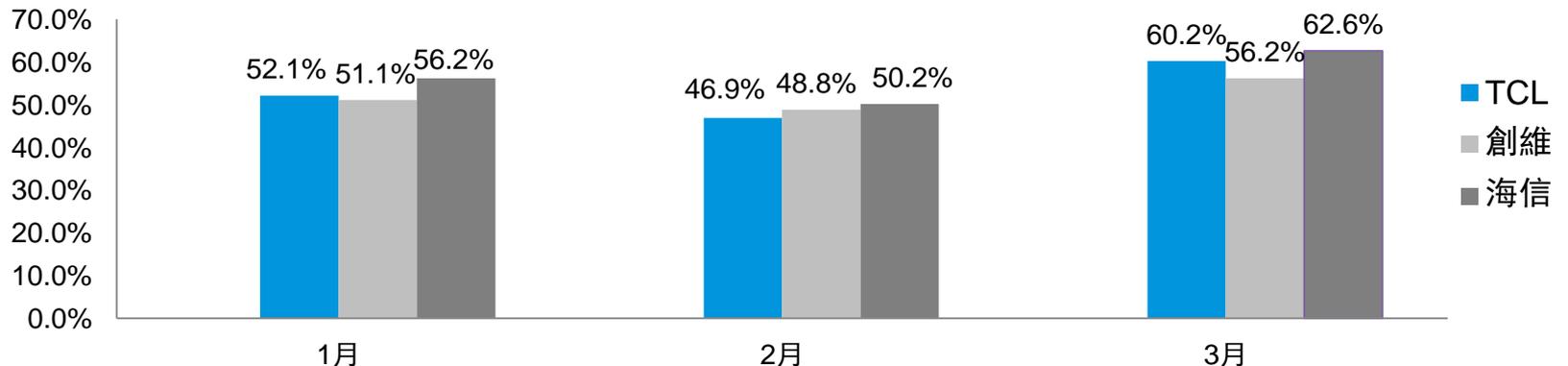
# 中國市場4K超高清電視機銷售滲透率 與主要競爭對手差距逐步縮小



## 4K超高清電視機市場份額和平均零售價格對比

	零售量份額		平均零售價格(人民幣)	
	(2016年1-3月)	(2015年1-3月)	(2016年1-3月)	(2015年1-3月)
海信	21.5%	20.1%	4,578	5,740
創維	18.0%	14.4%	4,272	5,367
<b>TCL</b>	<b>18.0%</b>	<b>13.0%</b>	<b>3,991</b>	<b>4,999</b>

## 4K超高清電視機市場滲透率對比 (2016年1-3月)



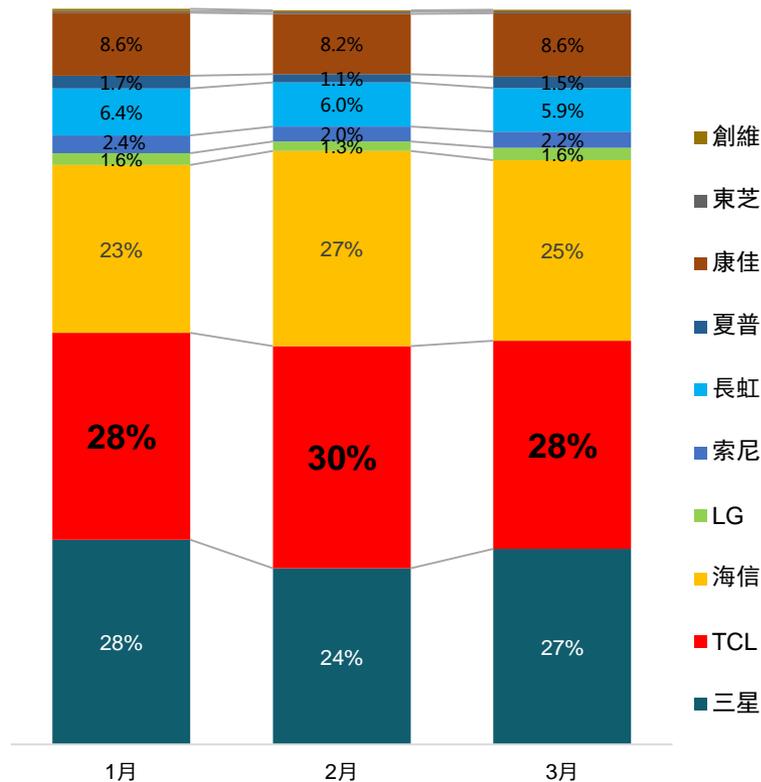
資料來源：中怡康

# 中國曲面電視機市場佔有率居國內品牌第一

## 2016年1-3月曲面電視機重點品牌分尺寸銷售量佔比



## 曲面電視機分月度重點品牌佔比



## 2016年1-3月曲面電視機重點品牌分尺寸銷售價格



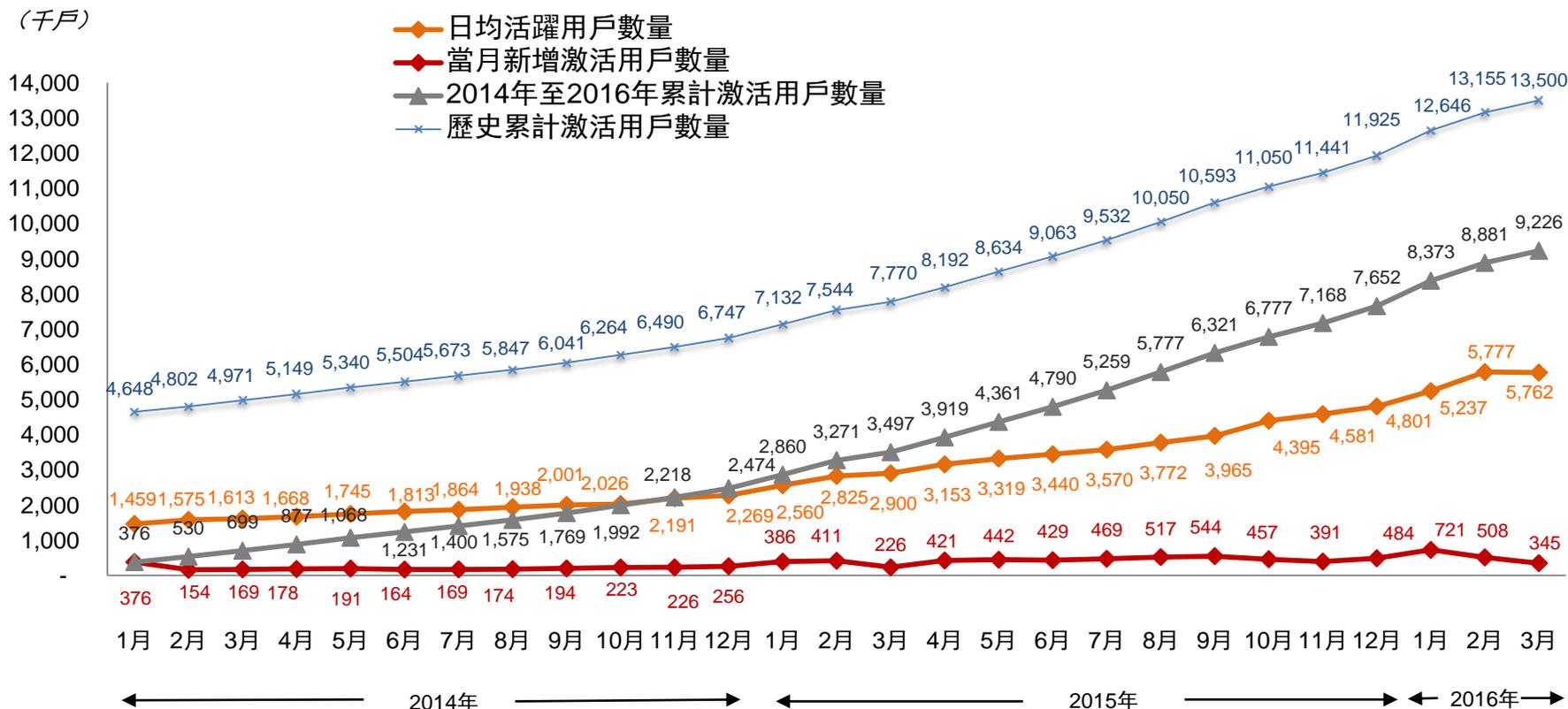
資料來源：中怡康

# 海外市場電視機業務

TCL

- 海外市場二零一六年首季度LCD電視機銷售量同比下降2.0%至180萬台
- 同樣由於主要原材料價格下跌引致電視機平均售價下跌，海外市場營業額同比有所下降，但產品結構的持續改善，LCD電視機毛利率由去年同期7.0%增長至13.1%，增長了6.1個百分點，經營業績大幅改善





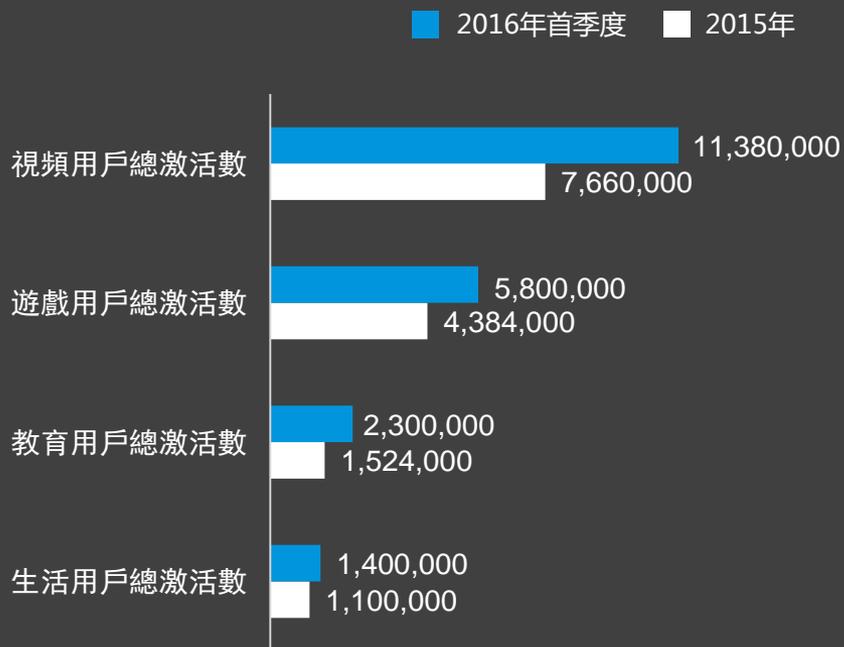
□ 2016年首季度歷史累計激活用戶數量同比增長73.7%，累計增長573萬。截至2016年3月底，歷史累計激活用戶數量為1,350萬

# 互聯網業務快速增長

(2016首季度服務收入為約人民幣358萬)



### 2016年首季度業務增長情況



## 視頻

日均點播次數

2015年

20.2 次

2016年首季度

21.0 次

日均時長

4.4 小時

4.7 小時

## 教育

日均觀看時長

50 分鐘

40 分鐘

## 遊戲

日均遊戲時長

70 分鐘

70 分鐘

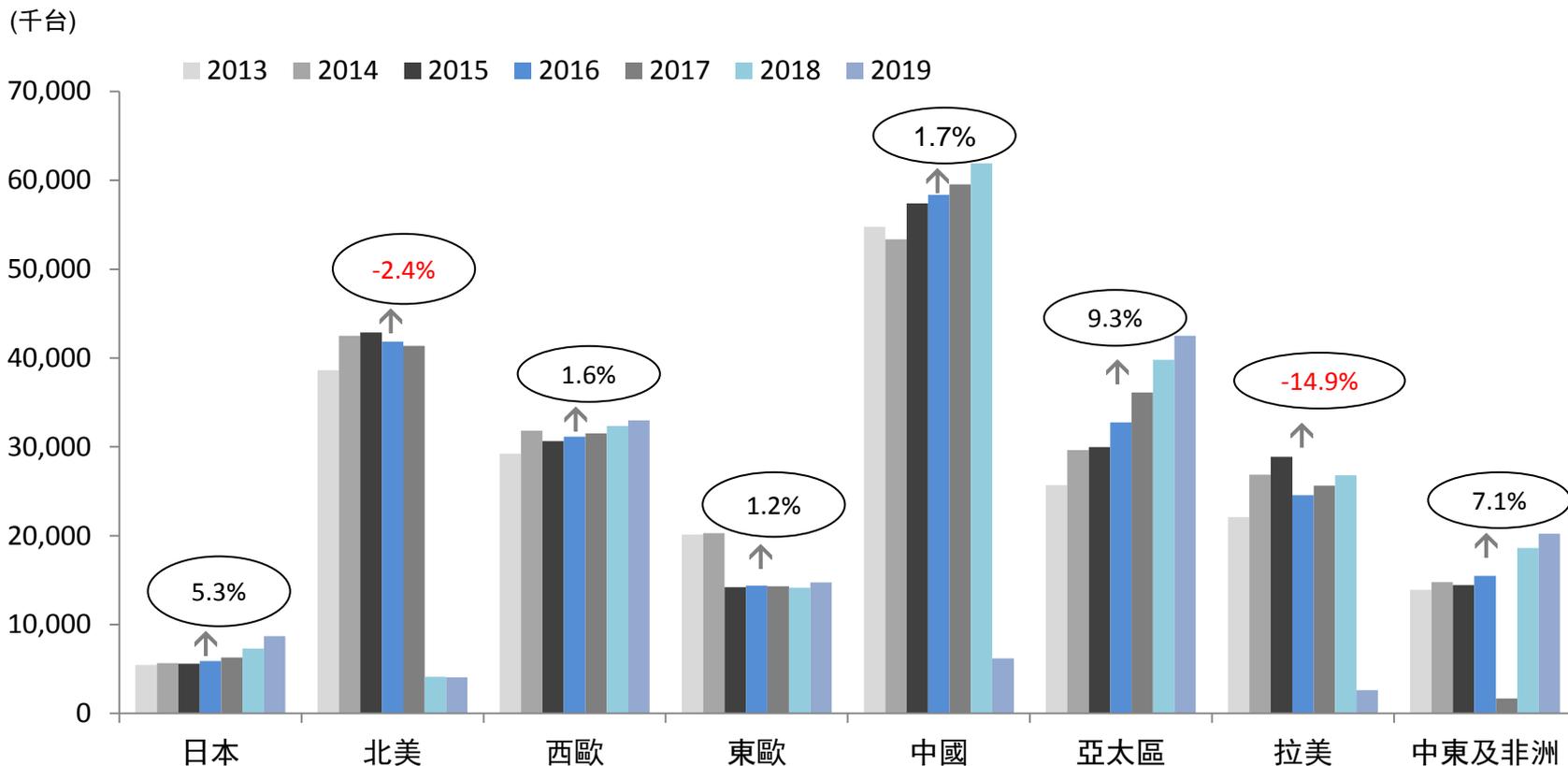
# 3. 未來展望



# 全球LCD電視機銷售量趨勢

## 2016-2019年全球LCD電視機銷售量預測

2016年整體LCD電視機預測銷售量同比增長 0.2%

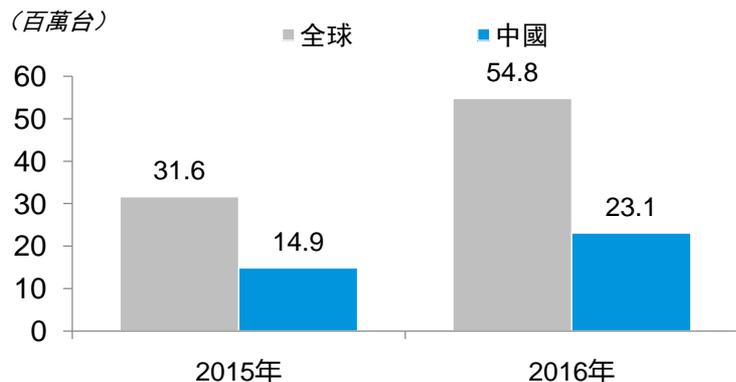


資料來源: IHS Technology

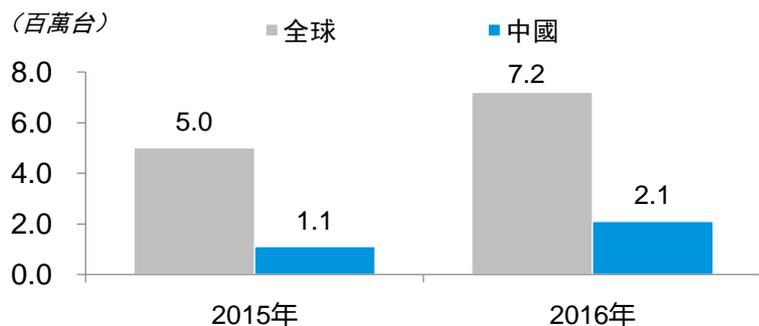
# 全球及中國曲面電視機、超高清電視機及面板發展趨勢



## 2015-2016年超高清電視機銷售量預測

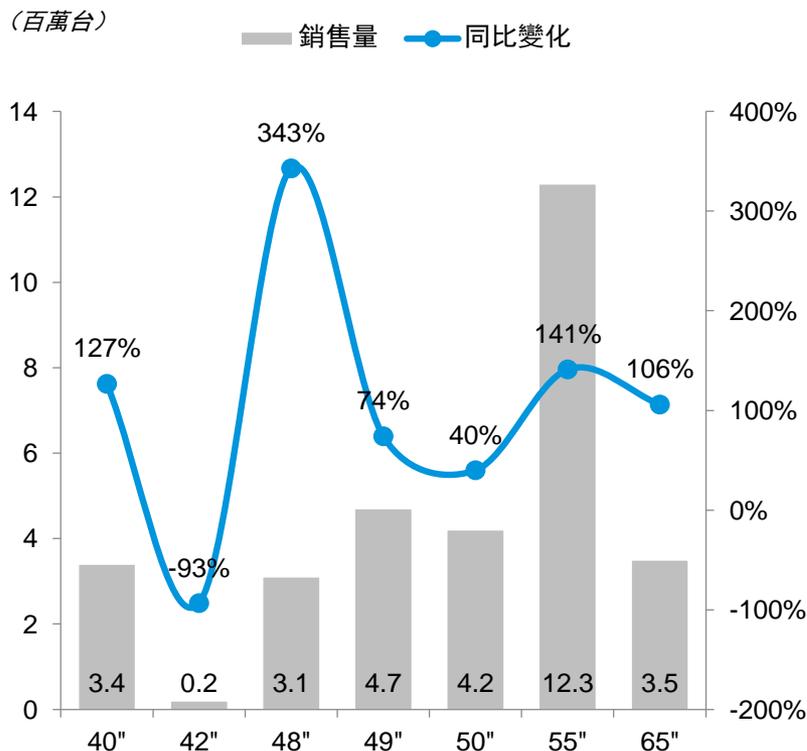


## 2015-2016年曲面電視機銷售量預測



資料來源: IHS Technology

## 2015年超高清面板按尺寸銷售量

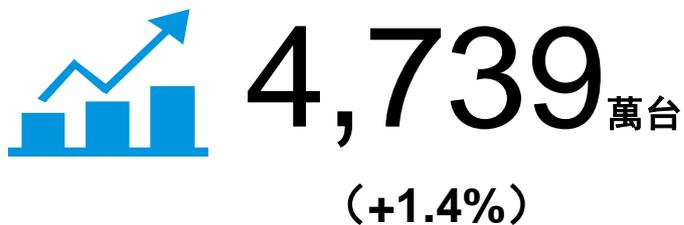


資料來源: 奧維

# 中國電視機市場趨勢



### 2016年零售量預測



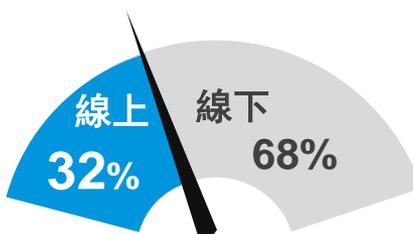
### 2016年零售額預測



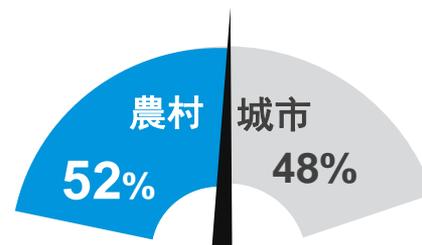
## 零售量需求結構



## 零售量渠道結構



## 零售量城級結構



註：<sup>1</sup> 更新換代：高端替換低端、40-50英寸替換32英寸

<sup>2</sup> 原有家庭二次購買

<sup>3</sup> 新增家庭購買

資料來源：奧維

## X 系列 (X1量子點電視機)

- 高動態範圍 (High Dynamic Range) Dolby Vision
- 銀河多分區(local dimming)背光控制
- 黑水晶屏
- MEMC運動增強等多維度綜合畫質提升技術
- 配合哈曼卡頓S級曲面音響
- 北歐現代主義設計風格



## C 系列 (C1及C2超薄曲面/平面電視機)

- 9.9毫米厚度
- 綺麗畫質處理引擎
- MEMC運動增強
- 第二代C運動技術
- TV+OS 3.0操作系統

## 繼續落實「雙+」戰略轉型

- 建立圍繞TV+智能電視機平台的客廳經濟生態
- 建立具競爭力的O2O商業模式
- 增強經營用戶能力



## 提升核心競爭力和運營效率

- 產品技術能力
- 工業能力
- 品牌及全球化能力
- 互聯網應用服務能力

## 持續推進國際化

- 在海外市場積極推行TV+戰略，擴大內容消費使用者的比例
- 綜合主要市場的品牌和工業能力，優化供應鏈管理

# TCL與樂視戰略合作

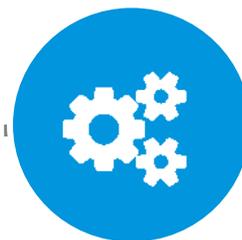
TCL



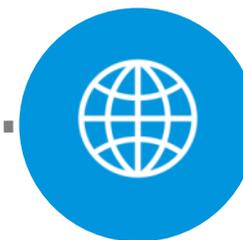
聯合用戶運營



聯合產品研發



供應鏈協同

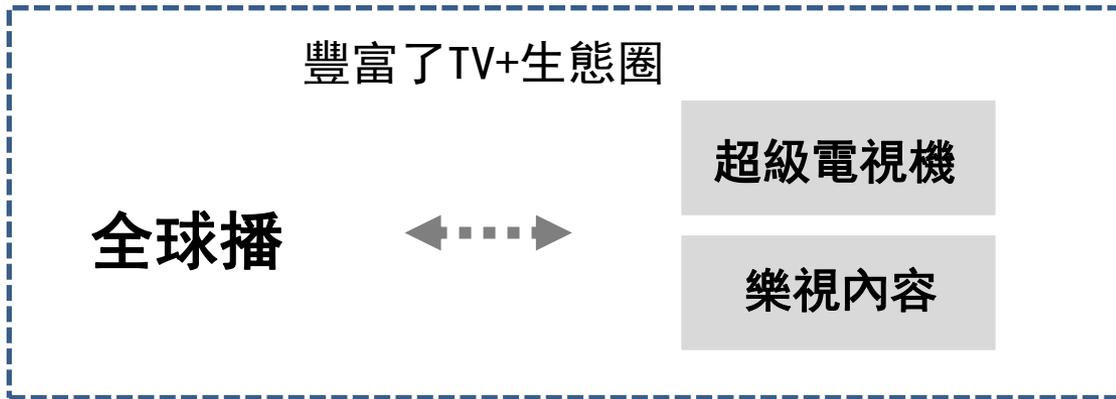


海外管道拓展

# TCL與樂視戰略合作



TCL向樂視共享強大供應和製造能力



# 2015年及2016年首季度互聯網服務收入分佈及2016年目標



	2015年實際 (人民幣)	2016年目標 (人民幣)	2016年首季度 實際 (人民幣)
 視頻(包括全球播)及廣告	4,194 萬	9,186 萬	302萬
 遊戲	3 萬	300 萬	3萬
 教育	4 萬	250 萬	2萬
 生活及應用商店	1 萬	350 萬	51萬
 大數據	67 萬	300 萬	-
<b>總額:</b>	<b>約4,300 萬</b>	<b>約1億</b>	<b>約358萬</b>

註: 互聯網服務收入受季度結算的結算方式影響, 會相對集中於4月、7月、10月及12月。2016年首季度收入為正常情況

# 2016年目標及執行進展



	2015年					2016年				
	整體 實際	中國市場		海外市場		整體 目標	中國市場		海外市場	
		全年 實際	首季度 實際	全年 實際	首季度 實際		全年 目標	首季度 實際	全年 目標	首季度 實際
LCD電視機銷售量 (萬台)	1,734	924 <sup>^</sup>	232 <sup>^</sup>	810 <sup>^</sup>	184 <sup>^</sup>	2,000	1,054	240 (↑3.3%)	946	180 (↓2.0%)

中國市場 (不包括ODM業務)	2015年 全年實際	2016年 全年目標	2016年 首季度實際
智能電視機銷售量佔比 (%)	54%	60%	63.7%
4K電視機銷售量佔比 (%)	20%	28%	32.5%
曲面電視機銷售量佔比 (%)	2.5%	8%	6.5%
網上銷售量佔比 (%)	16%	18%	22.4%

	2015年 全年實際	2016年 全年目標	2016年 首季度實際
TCL智能電視機激活用戶數量 (期末累計數) (年底/季度末) <sup>1</sup>	11,924,856	14,750,000	13,499,849
日均活躍用戶數量 (年底/月底) <sup>2</sup>	4,800,723 <sup>3</sup>	6,400,000	5,762,014 <sup>4</sup>
互聯網服務收入 (人民幣)	約4,300萬	約1億	約358萬

1. TCL智能電視機激活用戶數量(期末累計數)=累計激活電視終端數目

2. 日均活躍用戶數量=7天內來訪的不重複的獨立用戶數量

3. 2015年12月份數據

4. 2016年3月份數據

<sup>^</sup>經重列

# 免責聲明

- 本文所載資料不得用於與任何投資者之投資決定或結果有關之法律用途。具體而言，本文件概不構成認購或出售或購入任何TCL多媒體科技控股有限公司(「本公司」)任何證券之任何推薦或邀請。本公司謹此明確表示，概不就因任何投資者依賴本文所載內容而引致或與此有關之任何損失或損害承擔任何責任。
- 本演示或會作出多項前瞻性陳述。前瞻性陳述乃對非歷史事實作出之陳述。該等前瞻性陳述乃以本公司現時之預期為基準，不能保證該等預期完全正確。由於前瞻性陳述涉及風險及不明朗因素，本公司之實際業績或會與該等陳述有重大出入。



**TCL 多媒體科技控股有限公司**  
**TCL MULTIMEDIA TECHNOLOGY HOLDINGS LIMITED**  
股份代號：01070

提問

