



2020年第二季度 及中期業績報告

TCL電子控股有限公司

TCL ELECTRONICS HOLDINGS LIMITED

於開曼群島註冊成立之有限公司
(股份代號: 01070.HK)



目錄

01



業績摘要

02



業務回顧

03



未來展望

人工智能 AI 小T



PART 01

業績摘要



TCL·XESS 智屏



業績亮點 (不含TV代工業務)



收入 **358.0** 億港元[^]
 歸母淨利潤 **7.7** 億港元^{1,5^}
 扣非後歸母淨利潤 **5.1** 億港元^{3,5^}
 派息率達 **45%**

2018 年

收入 **364.9** 億港元[^]
 歸母淨利潤 **18.3** 億港元^{2,5^}
 扣非後歸母淨利潤 **8.4** 億港元^{3,5^}
 派息率達 **45%**

2019 年

1H 收入 **172.8** 億港元
 > Q2 收入 **102.8** 億港元，同比 **↑36.6%**
 Q2 歸母淨利潤 **4.4** 億港元⁵
 Q2 扣非後歸母淨利潤 **4.2** 億港元^{3,5}
 同比 **↑116.3%**
 派息率達 **45%**⁴

2020 年

1. 包括2018年完成資產轉讓後錄得的一次性收益1.5億港元及議價購買聯營公司之收益1.1億港元
 2. 包括2019年雷鳥網絡科技44.44%股權公允價值重估產生的一次性收益7.9億港元

3. 扣非後歸母淨利潤即扣減一次性收益
 4. 扣非後派息率

5. 來自持續經營歸母淨利潤

[^] 經重列

* 資料來源：Omdia (原IHS報告)



重要業務進展

第二季度TCL品牌電視機銷量排名
躍升至全球前二@

581萬台 同比+31.6%

海外：420萬台 同比逆勢+40.4%，環比+35.1%
中國：161萬台 同比逆勢+13.1%，環比+38.2%



完善AI x IoT佈局

剝離TV代工業務 併入TCL通訊

邁向多元化消費電子賽道

以“智慧顯示”為核心，打造全場景智慧生態



上半年TCL品牌電視零售額中國排名前二#



13.3% 同比+1.5個百分點

中國上半年零售額市場佔有率上升到第二位，同比增加1.5個百分點至13.3%#



上半年全球19個國家銷量排名前茅

海外市場份額 同比+1.7個百分點



- 美國銷量市佔率：同比+1.4個百分點，位列第二&
- 澳大利亞銷量市佔率：同比+9.9個百分點，位列第二^
- 法國銷量市佔率：同比+0.4個百分點，位列第三^

中國互聯網業務（主要為雷鳥）



- 上半年收入：4.0億港元 同比+197.7%*
- 上半年經營利潤：1.3億港元，同比+203.0%*

海外互聯網業務

擴大與Google及Roku合作

- 上半年收入：1.2億港元，同比+29.0%
- 上半年經營利潤：8,985萬港元，同比+69.3%
- 2020年第二季度，首次與Google合作拓展北美市場
- 明年與Roku共同拓展北美以外的市場



@ 數據來源：OMDIA報告（注：原IHS報告）

數據來源：中怡康

^ 數據來源：GfK最新報告

& 數據來源：NPD最新報告

* 主要 由於雷鳥業務是從2019年4月開始併表，若單看雷鳥自身運營情況，上半年收入和淨利潤分別同比增60.0%和88.0%



上半年財務摘要

(港幣百萬元)	2020年上半年	2019年上半年	變動
收入	17,277	17,825 [#]	(3.1%)
毛利率(%)	20.5%	19.1% [#]	+1.4個百分點
費用率(%)	15.4%	15.1% [#]	+0.3個百分點
研發費用	513	357 [#]	+43.6%
EBITDA	986	1,582 [#]	(37.7%)
除稅後淨利潤(不含已終止經營業務) [@]	523	1,303 [#]	(59.9%)
歸母淨利潤			
- 本期(含已終止經營業務) [@]	536	1,362	(60.6%)
- 來自持續經營業務	470	1,297 [#]	(63.8%)
扣非後歸母淨利潤			
- 本期(含已終止經營業務) [@]	521	554 [^]	(6.0%)
- 來自持續經營業務	455	489 ^{#^}	(7.0%)

[#] 經重列

[^] 2019年第二季度包含了雷鳥網路科技44.44%股權公平價值重估產生的一次性收益7.9億港元

[@] 已終止經營業務指將於2020年8月底完成出售的電視機代工業務



第二季度財務摘要

(港幣百萬元)	2020年第二季	2019年第二季	變動	2020年第二季	2020年第一季	變動
收入	10,277	7,524 [#]	+ 36.6%	10,277	7,000	+ 46.8%
毛利率(%)	20.9%	22.0% [#]	(1.1個百分點)	20.9%	20.0%	+0.9個百分點
費用率(%)	13.5%	17.1% [#]	(3.6個百分點)	13.5%	18.1%	(4.6個百分點)
研發費用	259	183 [#]	+41.5%	259	253	+2.4%
EBITDA	750	1,172 [#]	(36.0%)	750	236	+217.8%
除稅後淨利潤(不含已終止經營業務) [@]	484	1,015 [#]	(52.3%)	484	40	+1,110.0%
歸母淨利潤						
- 本期(含已終止經營業務) [@]	431	1,088	(60.4%)	431	105	+310.5%
- 來自持續經營業務	438	1,004 [#]	(56.4%)	438	32	+1,268.8%
扣非後歸母淨利潤						
- 本期(含已終止經營業務) [@]	417	280 [^]	+48.9%	417	105	+297.1%
- 來自持續經營業務	424	196 ^{#^}	+116.3%	424	32	+1,225.0%

[#] 經重列

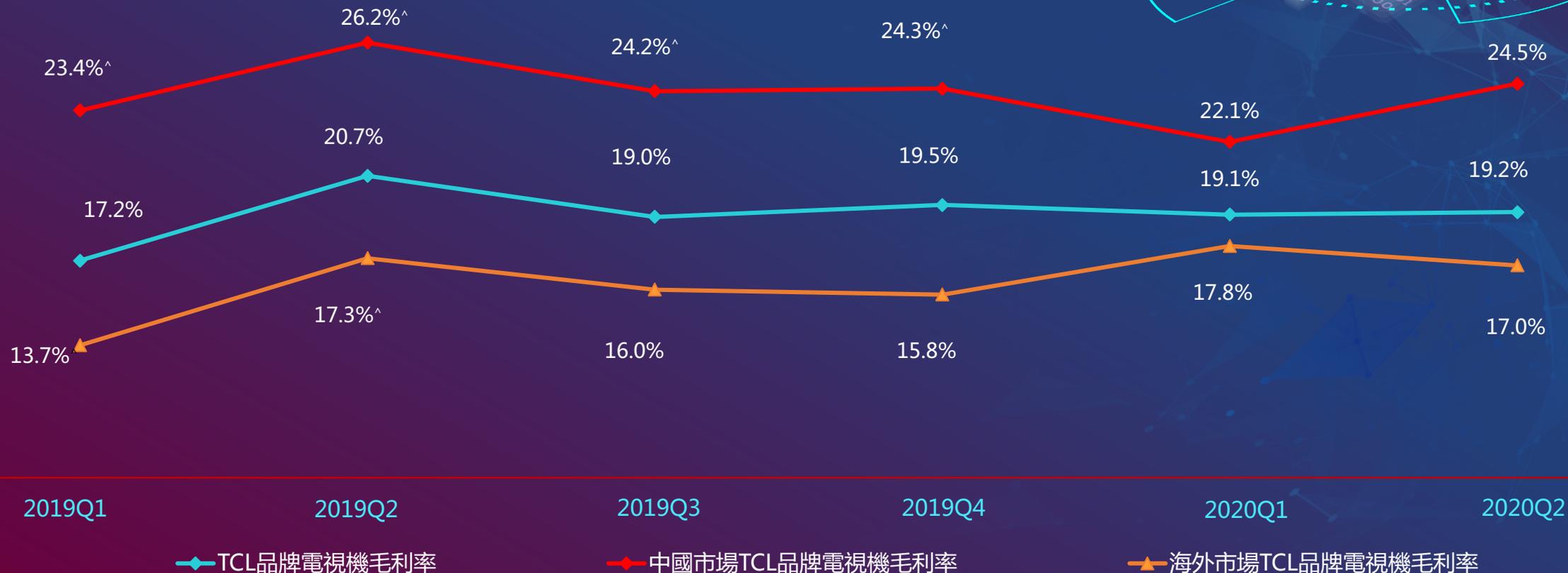
[^] 2019年第二季度包含了雷鳥網路科技44.44%股權公平價值重估產生的一次性收益7.9億港元

[@] 已終止經營業務指將於2020年8月底完成出售的電視機代工業務



電視產品毛利率

- 本集團中國市場TCL品牌電視機第二季度毛利率環比上升2.4個百分點，主要是由於本集團新品競爭力增強，產品結構改善，高端佔比提升。
- 本集團海外市場TCL品牌電視機第二季度毛利率環比減少0.8個百分點，主要在於區域結構比重變化，第一季度高毛利的歐洲及新興市場增長較快，而第二季度低毛利（低費用）的美國業務增長較快。



^ 經重列



綜合財務狀況表摘要

財務狀況穩健，現金充裕

(港幣百萬元)	2020年6月30日	2019年12月31日	變動
非流動資產	4,924	5,676	(13.2%)
流動資產	32,120	27,646	+16.2%
- 應收貿易賬款	5,235	5,994	(12.7%)
- 現金及銀行結餘	9,151	8,195	+11.7%
- 分類為持作出售之資產 [^]	4,873	-	不適用
流動負債	24,135	21,156	+14.1%
- 與分類為持作出售資產直接相關之負債	3,689	-	不適用
淨流動資產	7,985	6,490	+23.0%
非流動負債	931	229	+306.6%
淨資產	11,978	11,937	+0.3%
每股淨資產 (港元)	4.88	4.90	(0.4%)

[^]已終止經營業務的資產



主要財務指標

海外供應鏈佔比提高，存貨周轉期相應加長；客戶受疫情影響，公司酌情延長賬期以支援客戶發展

	2020年6月30日	2019年12月31日	變動
存貨周轉期 (天) ¹	51	46	+5
應收賬款周轉期 (天) ¹	46	42	+4
應付帳款周轉期 (天) ¹	81	77	+4
現金周轉週期 (天)	16	11	+5
流動比率 (倍)	1.3	1.3	-
資本負債比率 (總額)(%) ²	32.0	16.2	+15.8百分點 ⁵
資本負債比率 (淨額)(%) ³	0 ⁴	0 ⁴	-

1 以上周轉期以12個月平均結餘計算

2 資本負債比率(總額)=計息貸款及租賃負債總額/歸屬於母公司擁有人之權益

3 資本負債比率(淨額)=淨借貸/歸屬於母公司擁有人之權益。淨借貸=計息貸款及租賃負債總額-現金及銀行結存-受限制現金

4 於2020年6月30日及2019年12月31日，本集團之現金及銀行結存高於計息貸款及租賃負債總額，因此本集團資本負債比率(淨額)為0%

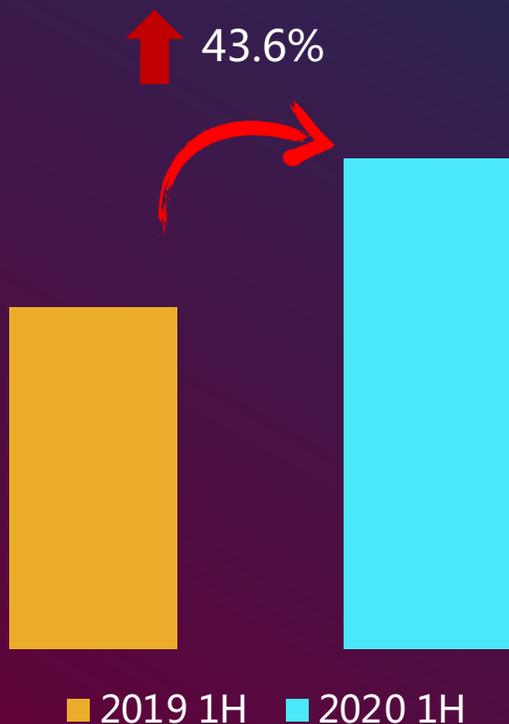
5 因工廠產能提升建設，增加了銀行貸款



研發投入

- 2020年6月與去年同期比較，研發中心總人數增長46%，主要是人工智慧、智慧家居、開放式軟體平臺等軟體類人員增長，軟體人員總數同比增加60%
- 未來3年，研發投入將持續增長，重點投入方向：先進顯示、移動通訊、人工智慧（NLP中控、大資料、計算視覺）、外觀工藝、開放軟體、系統平臺、雲計算、智慧家居、智慧商顯等

研發費用投入



鴻鵠實驗室



4個 全球
技術中心



400+ AI演算法
團隊



200+ 大數據
雲平臺團隊



簡明綜合現金流量表摘要

(港幣百萬元)	2020年第二季	2020年第一季
經營活動所得現金淨額	894	8
投資活動所得/(所用)現金淨額	(177)	121
融資活動所得現金淨額	659	1,270
現金及現金等值項目增加淨額	1,376	1,399
期初現金及現金等值項目	9,368	8,195
現金及現金等值項目的外幣匯率變動影響	14	(226)
期末現金及現金等值項目	10,758	9,368
期末現金及現金等值項目之分析:		
綜合財務狀況表呈列之現金及現金等值項目	9,151	7,645
分類為持作出售組合之應佔現金及現金等值項目	1,607	1,723
簡明綜合現金流量表呈列之現金及現金等值項目	10,758	9,368

PART 02

業務回顧



產品業務



互聯網業務



C8 至臻 QLED TV
有顏 有色 更有料



**以智慧顯示為核心
以5G及AI x IoT為技術驅動
為用戶打造全場景智慧健康生活
致力成為全球領先的智能科技公司**



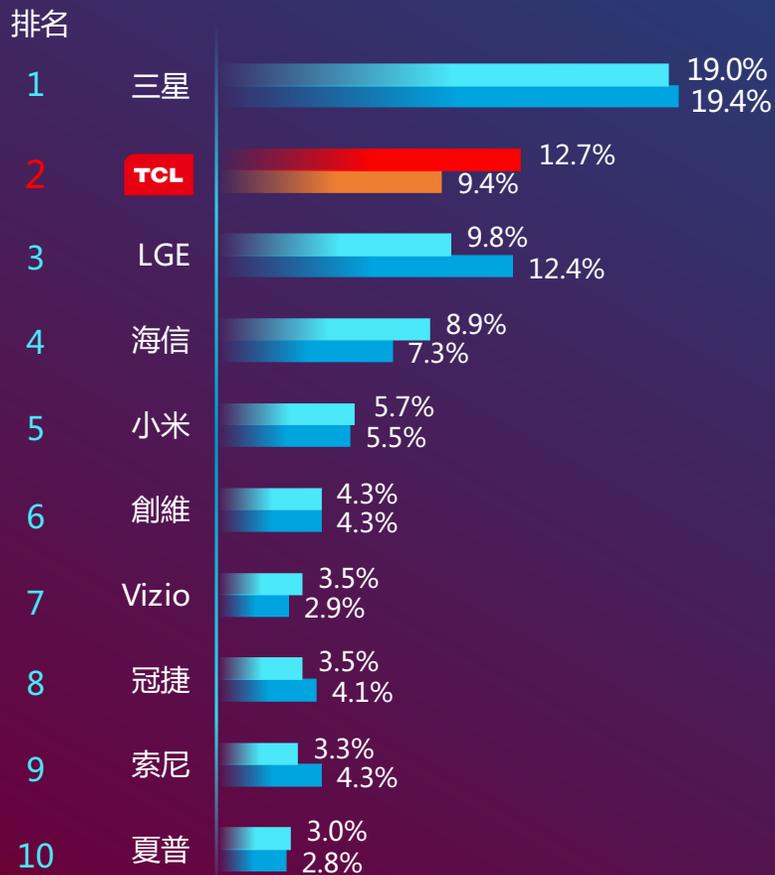
全球及中國市場第二季市佔率排名



TCL品牌電視銷售量市佔率Q2
躍升至全球第二#

TCL品牌電視機銷售量及銷售額
市佔率位居中國前二*

銷售量佔比排名



銷售量佔比排名



銷售額佔比排名



資料來源：Omdia

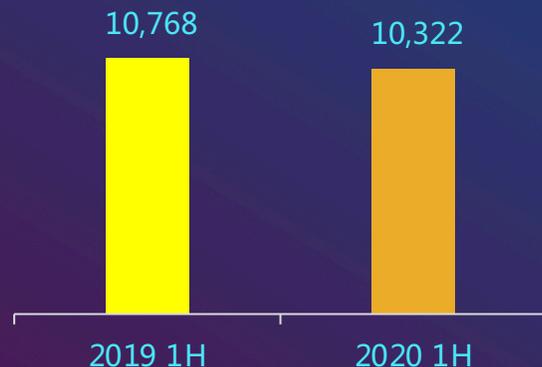
* 資料來源：中怡康全管道資料



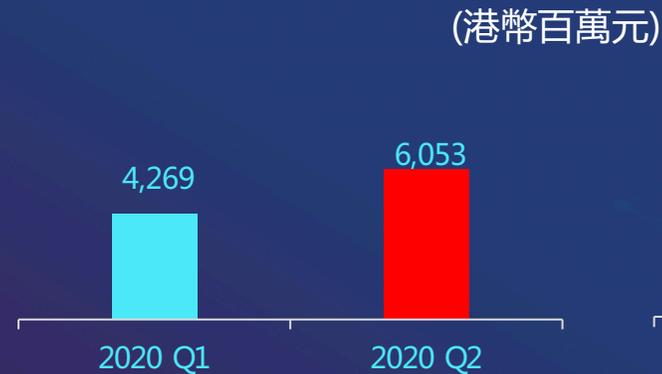
海外市場TCL品牌電視機業務

領先優勢顯現，銷量、收入及毛利均實現逆勢提升

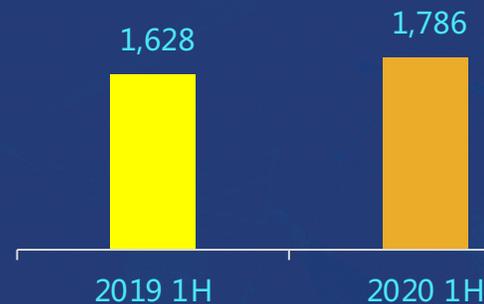
1H收入同比



Q2收入環比



1H毛利同比



Q2毛利環比



銷售量

2020年第二季TCL品牌電視機銷售量同比大幅增長**40.4%**，環比逆勢增長**35.1%**至約**420萬**台，

北美市場

銷售量**第二季**同比**↑68.5%**
環比**↑104.7%**

2020年上半年銷量排名

- 美國 位居第二#
- 加拿大 提升至第三#
- 墨西哥 提升至第四#

新興市場

銷售量**第二季**同比**↑5.0%**
環比**↓12.6%**

2020年上半年銷量排名

- 巴基斯坦 提升至第一*
- 澳大利亞/菲律賓 提升至第二*
- 沙烏地阿拉伯/摩洛哥 提升至第三*
- 巴西/泰國/越南 位居第四*

歐洲市場

銷售量**第二季**同比**↑55.0%**
環比**↑10.6%**

2020年上半年銷量排名

- 法國 位居第三*
- 德國/波蘭/義大利/英國等國銷量市佔率同比提升*

資料來源：NPD

* 資料來源：GfK

65寸或以上大屏銷量

↑ 同比+67.8%

4K产品占比

51.6%
35.6% ↑ +16.0百分點

智能產品佔比

91.7%
84.9% ↑ +6.8百分點

平均尺寸(吋)

43.8
41.2 ↑ +2.6吋

高端產品增幅及佔比及平均尺寸



海外市場TCL品牌電視機業務

持續深耕海外重點市場並積極拓展新興市場，在全球19個國家市佔率位列前茅



2020年1-6月銷售量各國市場份額排名持續提升

資料來源: GfK, 除北美為NPD數據

* 為2020年1-5月銷售量資料



海外市場TCL品牌電視機業務——北美市場

北美市場銷量持續攀升，六大管道全面覆蓋，品牌影響力持續擴大



銷售量強勁持續上升：2020年1至6月銷量排名美國市場前二；市佔率同比提升1.4個百分點

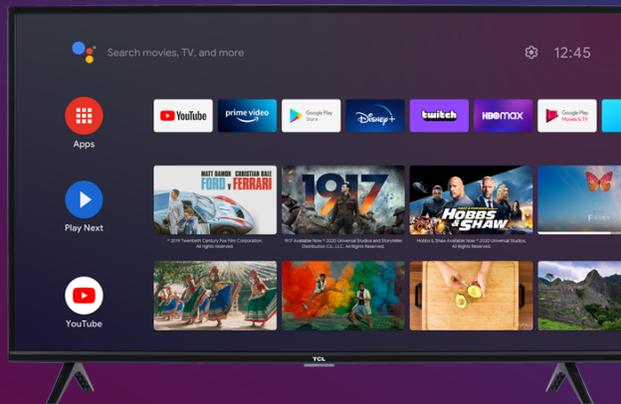


美國市場管道結構進一步優化，Best Buy銷量佔比同比提升8.1個百分點；Amazon銷量佔比同比提升9.4個百分點



對潛在風險做好充分應對準備：墨西哥、越南等工廠產能佈局

TCL跟Google合作範圍擴展至美國市場，2020年6月，公司宣佈**TCL 3系列**的安卓電視，正式登陸美國。該款電視配備Google助手。使用者可以用自己的聲音控制電視和智慧家居設備，跨應用搜索內容，獲取問題的答案，計畫行程等。

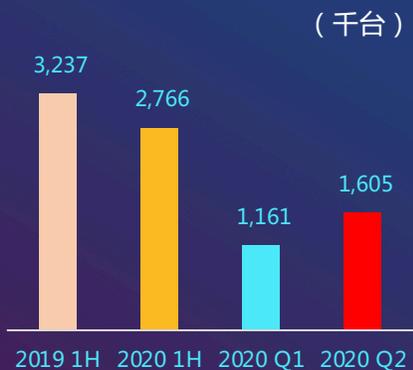




中國市場TCL品牌電視機業務

上半年中國市場銷售額市佔率逆勢增長，線上佔比持續提升

1H銷量同比 Q2銷量環比



線上銷售佔比



1H收入同比



Q2收入環比

1H毛利同比



Q2毛利環比



銷售量：由於第一季度受疫情影響，對此本集團積極應對疫情及時調整供應鏈、加大線上管道佈局，開展線上直播帶貨，**第二季度TCL品牌電視機銷售量**同比增長13.1%至161萬台

- 第二季度**65吋及以上超大屏電視機**銷量佔比快速增長至**19.0%**
- 第二季度**線上銷售量佔比**提升至**54.1%**，同比提升**10.3**個百分點



收入：由於第二季度公司積極調整管道銷售，並引入直播帶貨、線下管道主推等銷售方式，線上、線下銷售成績亮眼，2020年第二季度的TCL品牌電視機收入達**25.0億港元**



毛利率：由於新產品競爭力增強，產品結構改善，高端產品佔比提升，2020年第二季度電視機毛利率環比上升2.4百分點至2020年的**24.5%**



TCL品牌電視機2020年上半年平均售價位列中國一線品牌前二#

高端產品佔比及平均尺寸

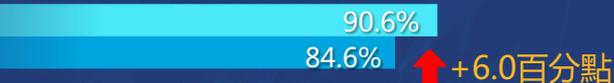
55吋及以上大屏



4K產品佔比



智能產品佔比



平均尺寸 (吋)



■ 2020 Q2 ■ 2019 Q2

*主要由於2020年一季度疫情影響、2020年上半年屏價較去年同期低導致ASP也較去年同期低，加之人民幣兌港幣平均匯率同比下跌4.8%，本集團財務報表以港幣呈列，匯率變動對收入有一定影響

中怡康數據

PART 02

業務回顧



產品業務



互聯網業務



P9

好萊塢劇院電視
與聲劇來

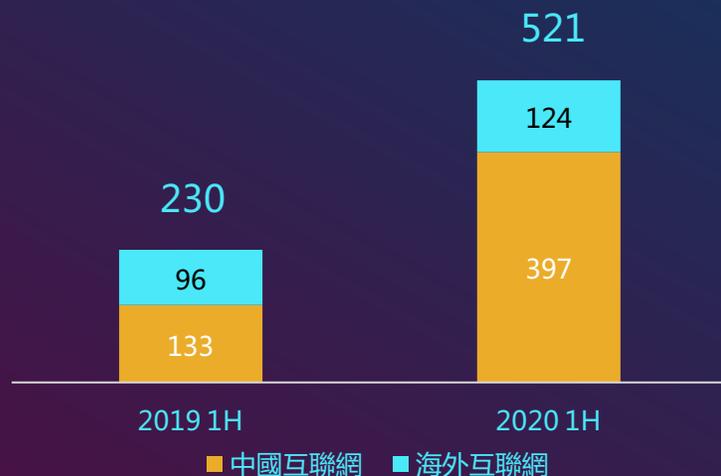


互聯網業務

上半年全球互聯網業務收入同比顯著增長**126.9%***，進一步拓寬公司盈利空間

(港幣百萬元)

上半年收入



(港幣百萬元)

上半年經營利潤



中國

主要為雷鳥科技，負責TCL電子智能電視的系統開發及運營

2020年上半年收入**4.0億**港元，同比上升**197.7%***，變現能力持續增強：

- 視頻付費分成及會員卡收入同比**提升76.6%**
- 廣告業務收入同比**提升1.5%**
- 增值業務收入同比**提升136.5%**

海外

與Roku、Google和Netflix等互聯網巨頭合作，為使用者提供極致的服務體驗

2020年上半年收入**1.2億**港元，同比上升**29.0%**，未來增長潛力大
2020年本集團持續深化與互聯網巨頭的全球合作

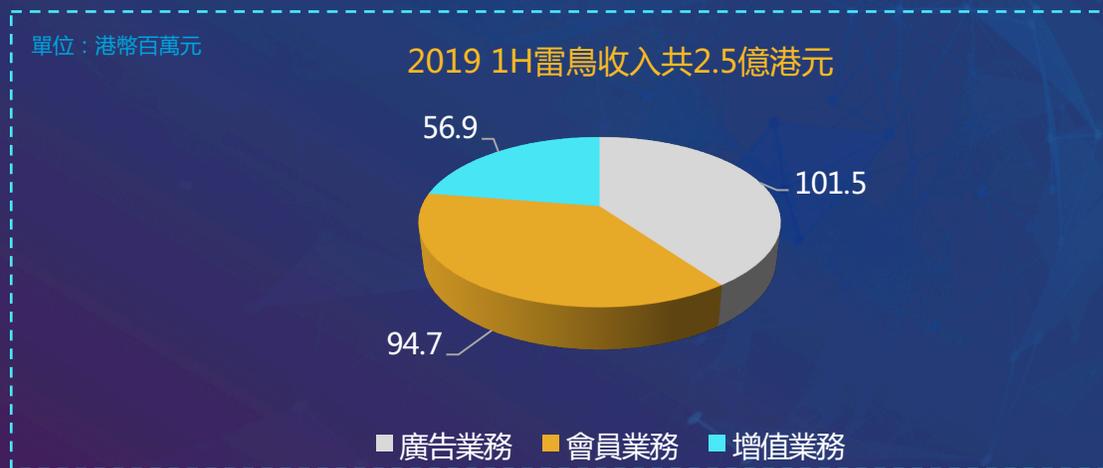
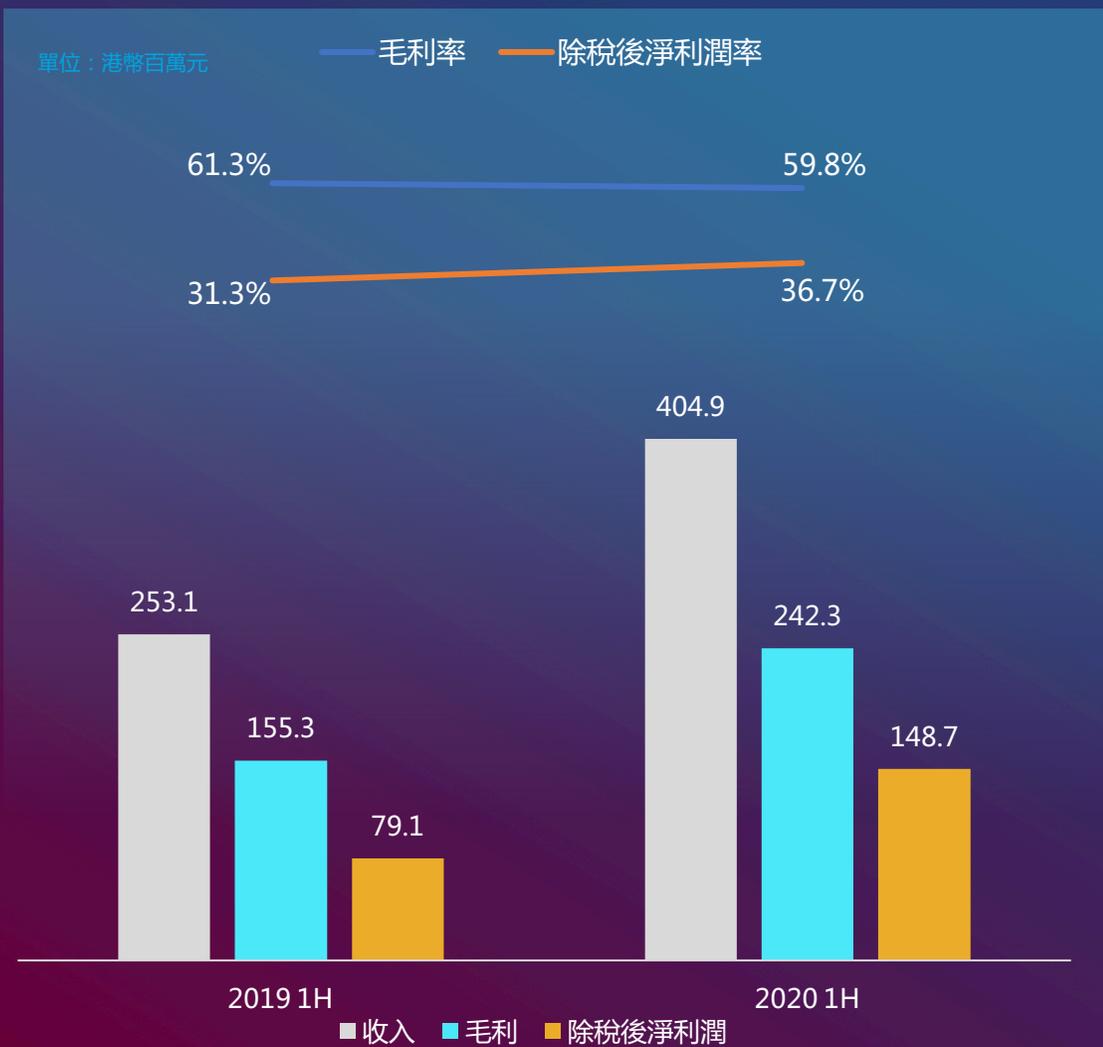
- Google: 安卓TV 6月開始進入美國市場，合作範圍正式覆蓋全球
- Roku：7月開始新增北美以外的合作
- Netflix: 2020年開始在全球海外市場展開更緊密的合作
- 內容聚合應用TCL Channel計畫在美國TCL品牌的Roku TV和安卓TV上線（截至2020年上半年，已在印度、巴西、泰國、越南、日本、俄羅斯、法國及德國等國推出）

* 雷鳥科技自2019年4月開始併表



互聯網業務——雷鳥網路科技

上半年運營收入同比增長**60.0%**，除稅後淨利潤同比大幅提升**88.0%**，整體盈利能力顯著增強

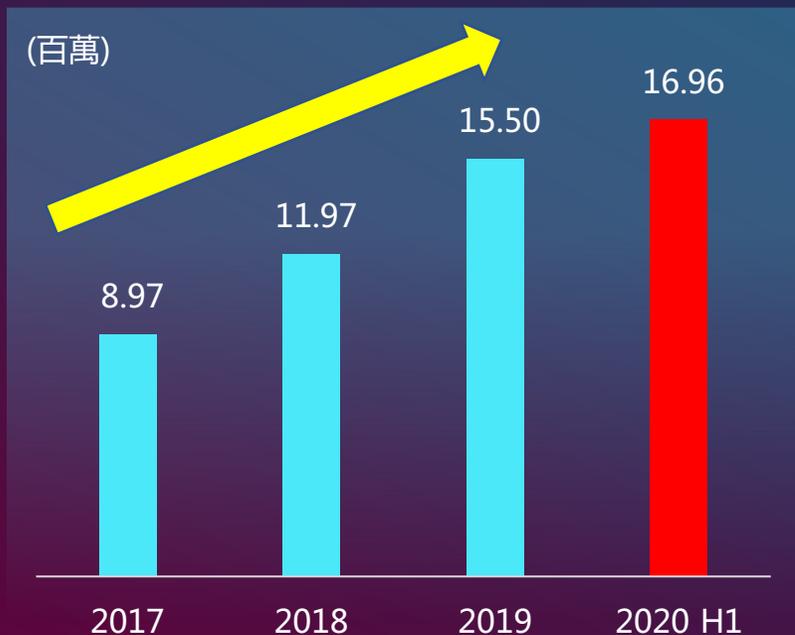




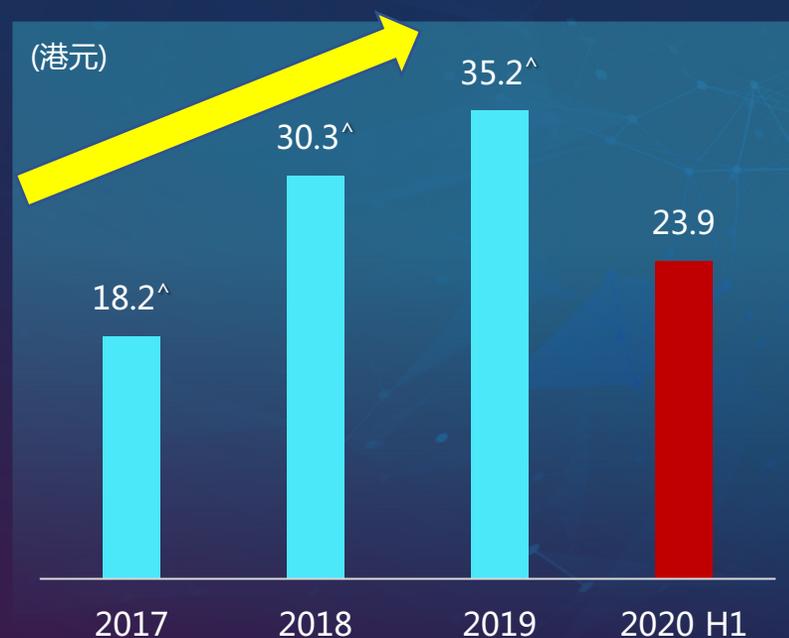
互聯網業務——雷鳥網路科技

- 2020年首兩季中國月均活躍用戶數都處於約1700萬水準
- 2020年上半年ARPU同比顯著上升 28.8%

中國月度活躍用戶數



ARPU



[^] 經重列



互聯網業務——雷鳥網路科技

積極開拓家庭服務場景，加速覆蓋泛智屏終端，
以精益創新為用戶提供智慧生活體驗

家庭場景拓展：

深耕大屏內容生態，構建家庭生活服務場景

- 與快手、位元組跳動等多家頭部短視頻平臺達成合作，豐富大屏端的短視頻內容
- 已拓展天翼雲遊戲、網易雲遊戲、咪咕快遊等五家內容合作方，深化大屏雲遊戲場景
- 聯合全民K歌、CoachAI等平臺，豐富大屏K歌、AI健身等其他垂直類內容
- 推進與本地生活服務平臺的合作，探索家庭場景下的本地生活服務和大健康服務

- 攜手騰訊上線4K、杜比等優質超高清內容，提升內容豐富度
- 通過精益化運營，整合影視和其他垂直類內容打造“大薈員”模式，構建會員成長體系

提升內容豐富度和運營效率，打造大薈員體系

運營服務提升：

用戶體驗創新：

優化推薦演算法和語音交互，AI賦能用戶體驗升級

- 演算法全面推薦應用，主流機型支援演算法覆蓋率達到96%，覆蓋日活用戶超80%
- 精細化應用深度學習演算法，實現內容點擊率提升2倍

- 2020年上半年，TCL Channel已累計在印度、越南、日本、俄羅斯、巴西、泰國、法國、德國等8個國家上線
- 2020年6月在巴西上線Launcher廣告系統，下半年將覆蓋到亞太地區的其他國家
- 2020年4月展開TCL印度用戶調研，TCL Channel在當地用戶受歡迎度位列TOP5

加快產品和業務的全球化覆蓋，實現規模化收入

海外業務突破：





2020春季大屏電視上市

2020年春季發佈了“懂你的大屏音畫專家”三大系列13款超大屏新品

- 「C8 至臻QLED TV」- 首款搭載量子點Pro 2020技術的，量子點+TCL自研的Q畫質引擎技術，使得產品的亮度、色彩、清晰度等方面進一步優化
- 「P9 好萊塢劇院電視」- 搭載頂級音響品牌安橋合作打造的HIFI獨立專業音響
- 「V8全場景AI電視」- 在原有人工智慧操作上進行了全時、全員、全能、全屋四大方面升級，用戶可享受到極致畫質、音質及全場景AI技術和功能



C8 至臻QLED TV



P9 好萊塢劇院電視



全球首款可旋轉智慧大屏 - TCL·XESS智屏

- 包含「超級VUI、巨屏手機、AI大屏」三大屬性的新物種
- 搭載最新人工智慧，變傳統GUI圖形交互為VUI語音交互
- 通過搖晃手機即實現從橫屏到豎屏的AI自動旋轉，實現55英寸巨屏手機看視頻的觀感
- 作為AI x IoT戰略落地的一部分，將成為智慧家庭的核心入口，承擔起連接全場景智慧生活的功能





發佈全球首款5G 8K智屏

- 8月18日舉行「2020 TCL 5G 8K智屏新品發佈會」，發佈75X10系列，是全球首款5G 8K智屏，並搭載Mini Led高端顯示技術。
- 此款智屏能進行5G視頻通話、健身、遊戲等
- 既能提供大屏的沉浸式影音享受，亦提供高速和穩定的5G影視，能對應8K的超高網速需求



TCL 75X10系列



綜合實力獲多項認可



歐洲專業影音協會(EISA) 對TCL產品音質素充分肯定

- QLED TV C815系列及RAY•DANZ 條狀揚聲器獲歐洲專業影音協會 (Expert Imaging and Sound Association, EISA) 分別頒發「最佳電視 – 2020-2021 」及「最佳條狀揚聲器 – 2020-2021 」兩項大獎。音質質素有絕對保證。



於2020國際消費電子產品展 (CES) 獲多項頂級獎項

- TCL QLED TV 8K X9獲得由IDG頒發的「年度8K QLED電視金獎」
- 2019-2020年度「全球電視10強」
- 2019-2020年度「消費電子領先品牌TOP10」
- 2019-2020年度「全球消費電子50強」



多款高端智慧電視獲獎項認可

- 在AWE2020艾普蘭優秀產品獎中,TCL-XESS旋轉智屏斬獲「AWE2020艾普蘭優秀產品獎」
- 2020全球智慧顯示領袖峰會暨CRC第56屆2020年度彩電行業研究發佈會,TCL C8至臻QLED TV和TCL X10 8K QLED TV 兩款產品均入選《2020年度電子視像行業創新產品指南》



iF 設計大獎 2020

- TCL 9 系列 RAY•DANZ 條狀揚聲器榮獲「iF 設計大獎 2020」，顯示公司除了影像技術領先，音質設備也備受認可



雷鳥科技上榜《2020年度中國最受投資人關注創業公司TOP100》

- “雷鳥科技” 上榜36氪發佈的《2020年度中國最受投資人關注創業公司TOP100》榜
- 36氪認為本次上榜的公司代表中國各商業領域的創新，不僅收穫投資人的廣泛關注，也引領著新經濟浪潮的暗流湧動方向



PART 03

未來展望



75X10



業務革新後的TCL電子將成為擁有多產品線、全場景的智慧科技公司

進入超過萬億的巨大市場

電視



資料來源：IHS

商業顯示



資料來源：奧維睿沃

手機

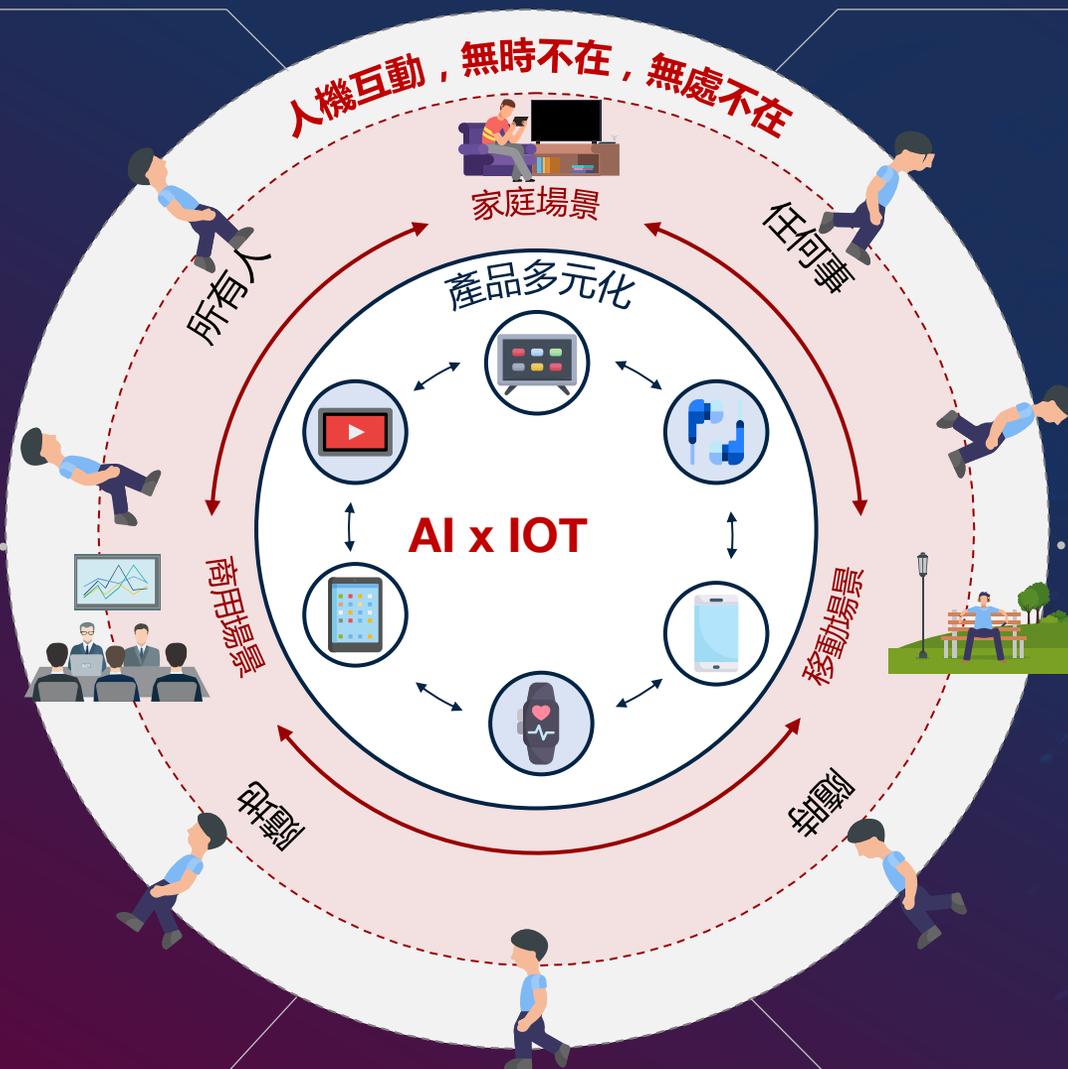


資料來源：IDC

智能家居



資料來源：奧維雲網 2020年第二季度及中期業績報告 30





未來發展戰略

以「AI x IoT」為戰略，為用戶打造全場景智慧生活，致力成為全球領先的智慧科技公司

持續提升TCL品牌全球市場份額

深化全產業鏈一體化協同優勢
持續擴大產品、技術競爭優勢

「產品+服務，智慧+互聯網」

加速發展全球互聯網業務
擴大使用者規模 持續提升ARPU

2023年應用服務
利潤佔比達**50%**

家庭 場景



1、智慧電視

2023年銷量、5G+8K、智屏全球領先

2、家庭互聯網

國內：從家庭OTT大屏應用到IoT智屏應用
海外：成為Google、Roku全球第一大電視合作夥伴

移動 場景



手機/平板/智能連接/智能穿戴

海外運營商市場中國領先企業
抓住5G發展機遇
技術、品牌、管道與TV業務協同
平板、智慧連接保持快速增長

商用 場景



智慧商顯

千億市場藍海
1+1+N商業模式
重點發力智慧會議、智慧商業場景



2020年展望



電視機銷售量 (萬台)



互聯網服務收入 (億港元)



5G技術的加速發展將推動顯示行業全面智慧化升級，我們將圍繞「屏聯萬物，智顯未來」，以高品質顯示技術為基礎，深化落實智慧化與全球化發展戰略，持續加大研發投入和產品創新，積極推動數位化轉型，擴大互聯網增值服務收入。

我們有信心和決心繼續邁向全球領先，為用戶提供多屏即時互動、全場景智慧感知的產品與服務，並為股東帶來長期增長和回報。2020年，我們力爭保持全年收入與利潤同比雙位數增長。

互動環節





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電子控股有限公司(「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。