



2020年第三季度 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)



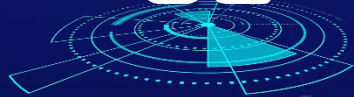
目錄

01



業績摘要

02



業務回顧

03



未來展望

人工智能 AI 小T



PART

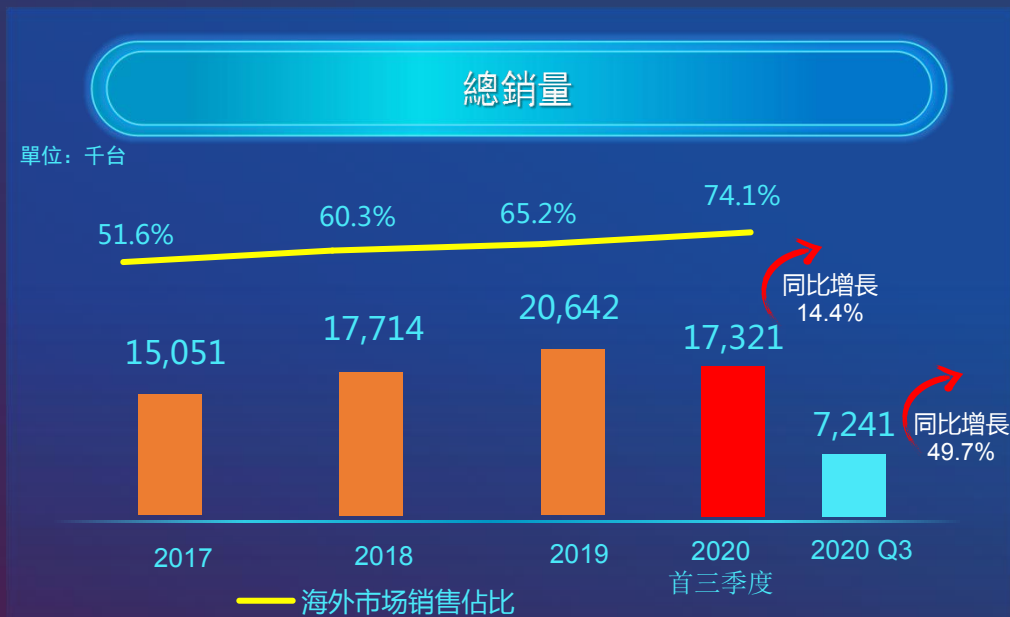
01

業績摘要

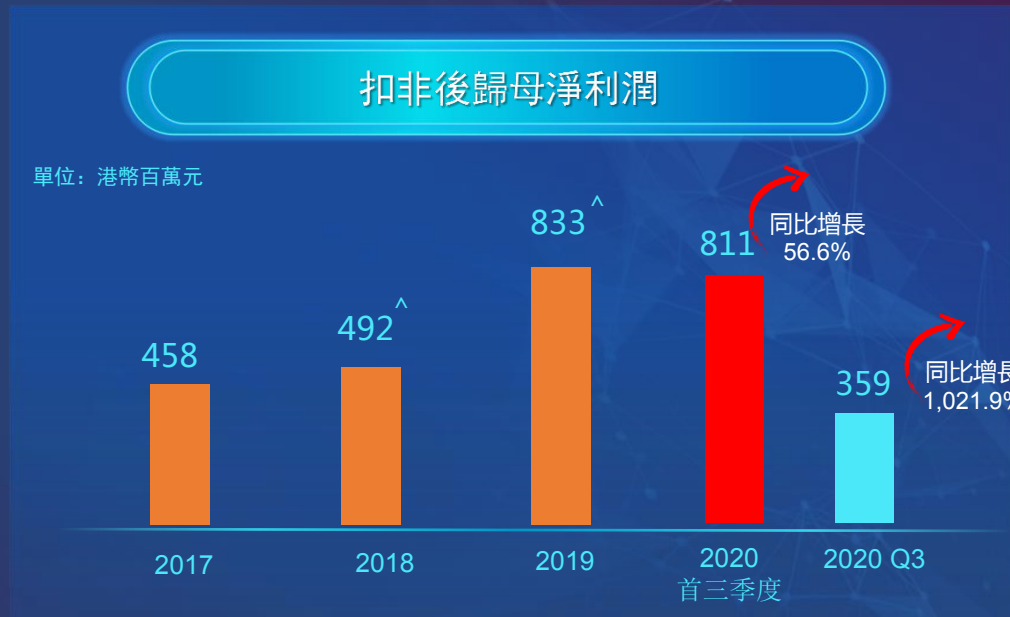
TCL•XESS 智屏



業績亮點（僅持續經營業務）



Q3 TCL品牌電視機銷量持續高增長，穩居全球前三*



2018年

收入 355.7 億港元¹

歸母淨利潤 7.4 億港元^{1,5}

扣非後歸母淨利潤 4.9 億港元^{3,5}

派息率達 45%

2019年

收入 363.4 億港元¹

歸母淨利潤 18.2 億港元^{2,5}

扣非後歸母淨利潤 8.3 億港元^{3,5}

派息率達 45%⁴

2020年

首三季度 收入 318.3 億港元

➢ Q3 收入 146.8 億港元，同比 ↑ 76.6%；環比 ↑ 43.9%

➢ Q3 扣非後歸母淨利潤 3.6 億港元^{3,5}，同比 ↑ 1,021.9%；首三季度達 8.1 億港元，同比 ↑ 56.6%

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項目
4. 扣非後派息率
5. 來自持續經營歸母淨利潤，不含已出售的ODM業務，2020年持續經營業務包括TCL通訊9月份業績

¹ 經重列

* 數據來源：群智諮詢Sigmaintell



重要業務進展

第三季度TCL品牌電視零售額中國排名前二#



13.4% 同比+2.3個百分點

中國區自上半年零售額市場佔有率上升到第二位後保持穩定，第三季度同比增加2.3個百分點至13.4%#

第三季度TCL品牌電視機銷量排名
穩居全球前三@

724萬台 同比+49.7%，環比+24.7%

海外：552萬台 同比逆勢+81.3%，環比+31.4%

中國：172萬台 同比微跌-3.9%，環比+7.2%



手機和其他智能消費電子產品業務**
穩健增長

手機和服務

- 9月收入達9.0億港元，同比增長8.0%，其中TCL品牌智能手機銷量同比上升22.3%，收入同比增長215.5%

其他智能消費電子產品

- 智能平板：9月收入達1.5億港元，同比增長25.4%，銷量同比增長20.7%
- 智能連接：9月收入達1.2億港元，同比增長115.5%，銷量同比增長144.7%



@數據來源：群智諮詢Sigmaintell

#數據來源：中怡康

^數據來源：GfK最新報告

^^數據來源：GfK和NPD 2020年1-9月數據

&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，首三季度收入和淨利潤分別同比增65.4%和119.6%

**TCL通訊2020年9月開始並表，按通訊法人口徑數據



首三季度全球19個國家銷量位列前五

海外市場份額 同比+1.0個百分點^^

- 美國銷量市佔率：位列第二&
- 澳大利亞、菲律賓銷量市佔率：位列第二^
- 法國、加拿大銷量市佔率：位列第三^

中國互聯網業務（主要為雷鳥）

- 雷鳥月度活躍用戶數接近1,740萬，同比+21.3%
- 第三季度收入：1.8億港元 同比+80.9%*



海外互聯網業務

擴大與Google及Roku合作

- 第三季度收入：8,144.2萬港元，同比+32.3%
- 2020年第三季度，TCL Channel新增上線義大利、西班牙、烏克蘭和澳大利亞等國家，覆蓋國家數量達12個





首三季度財務摘要

(港幣百萬元)	2020年首三季度	2019年首三季度	變動
收入	31,833	26,102 [#]	+22.0%
毛利率 (%)	20.0%	20.0% [#]	—
費用率 (%)	15.8%	16.2% [#]	(0.4個百分點)
研發費用	898	594 [#]	+51.2%
EBITDA	1,527	1,786 ^{#^}	(14.5%)
除稅後淨利潤 (不含已終止經營業務) [®]	867	1,337 ^{#^}	(35.2%)
歸母淨利潤			
— 本期 (含已終止經營業務) [®]	2,632	1,506	+74.8%
— 來自持續經營業務	803	1,326 ^{#^}	(39.4%)
扣非後歸母淨利潤			
— 本期 (含已終止經營業務) [®]	920	697 [^]	+32.0%
— 來自持續經營業務	811	518 ^{#^}	+56.6%

[#] 經重列

[^] 2019年首三季度包含了雷鳥網絡科技44.44%股權公平價值重估產生的一次性收益7.9億港元

[®] 已終止經營業務主要指已於2020年8月底完成出售的電視機代工業務



第三季度財務摘要

(港幣百萬元)	2020年第三季	2019年第三季	變動	2020年第三季	2020年第二季	變動
收入	14,683	8,314 [#]	+76.6%	14,683	10,203 [#]	+43.9%
毛利率 (%)	19.2%	21.8% [#]	(2.6個百分點)	19.2%	20.9%	(1.7個百分點)
費用率 (%)	16.2%	18.4% [#]	(2.2個百分點)	16.2%	13.5%	+2.7個百分點
研發費用	390	242 [#]	+61.2%	390	256 [#]	+52.3%
EBITDA	555	220 [#]	+152.3%	555	745 [#]	(25.5%)
除稅後淨利潤 (不含已終止經營業務) [®]	347	36 [#]	+863.9%	347	482 [#]	(28.0%)
歸母淨利潤						
- 本期 (含已終止經營業務) [®]	2,096	144	+1,355.6%	2,096	431	+386.3%
- 來自持續經營業務	336	32 [#]	+950.0%	336	436 [#]	(22.9%)
扣非後歸母淨利潤						
- 本期 (含已終止經營業務) [®]	398	144	+176.4%	398	417	(4.6%)
- 來自持續經營業務	359	32 [#]	+1,021.9%	359	421 [#]	(14.7%)

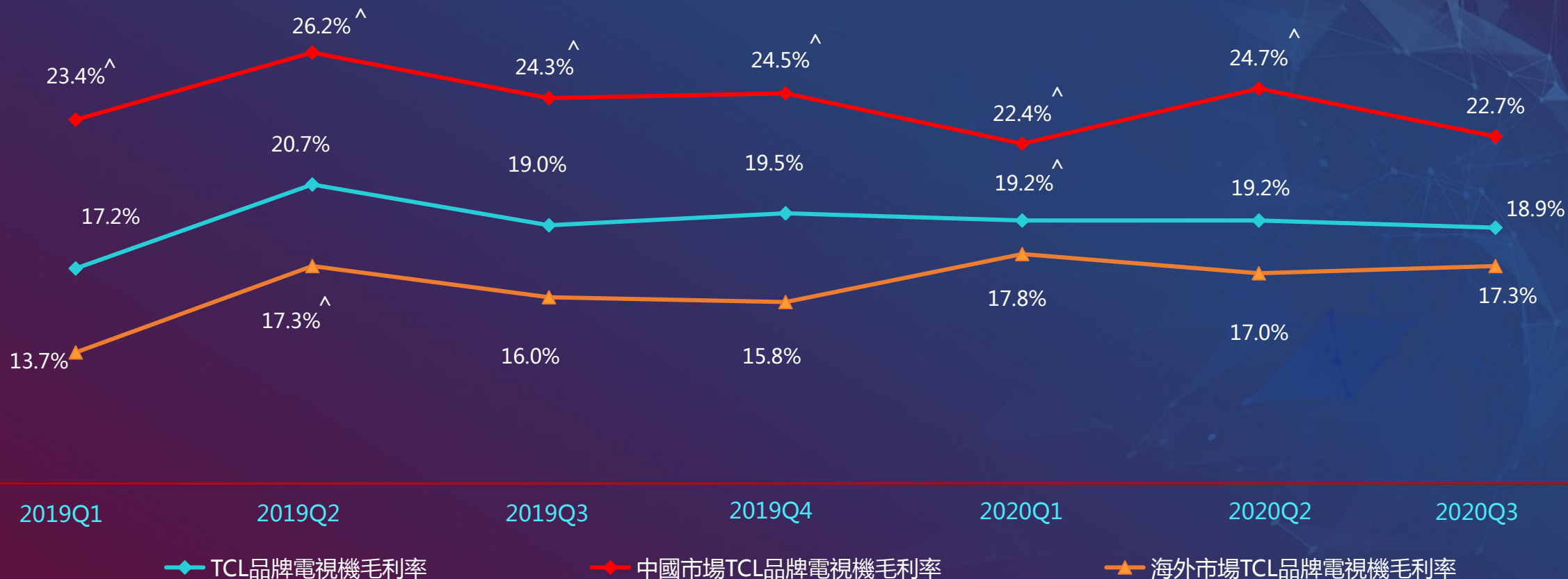
[#] 經重列

[®] 已終止經營業務主要指已於2020年8月底完成出售的電視機代工業務



電視產品毛利率

- 今年疫情對全球經濟造成影響，本集團首三個季度品牌電視機毛利率基本持平。
- 本集團中國市場TCL品牌電視機第三季度毛利率環比下降2.0個百分點，主要是由於本集團在國內市場營銷策略調整及電視面板價格上漲。
- 本集團海外市場TCL品牌電視機第三季度毛利率同比提升1.3個百分點，主要由於歐洲和新興市場產品結構優化，毛利率提升顯著；環比提升0.3個百分點，主要由於較高毛利率市場的歐洲和新興市場銷量佔比提升。



[^] 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9月30日	2019年12月31日	變動
非流動資產	10,168	5,676	+79.1%
流動資產	40,192	27,646	+45.4%
- 應收貿易賬款	8,985	5,994	+49.9%
- 現金及銀行結存	8,677	8,195	+5.9%
流動負債	34,199	21,156	+61.7%
淨流動資產	5,993	6,490	(7.7%)
非流動負債	1,416	229	+518.3%
淨資產	14,745	11,937	+23.5%
每股淨資產 (港元)	5.83	4.90	+19.0%



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持客戶發展

	2020年9月30日	2019年12月31日	變動
存貨周轉期 (天) ¹	55	51 [^]	4
應收賬款周轉期 (天) ¹	36	29 [^]	7
應付賬款周轉期 (天) ¹	65	55 [^]	10
現金周轉週期 (天)	26	25 [^]	1
流動比率 (倍)	1.2	1.3	(0.1)
資本負債比率 (總額) (%) ^{2、5}	44.6	16.2	28.4個百分點
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-已抵押存款(或受限制現金)

4 於2020年9月30日及2019年12月31日，本集團之現金及銀行結存、受限制現金及已抵押存款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

[^] 經重列



研發投入

- 2020年第三季度研發費用同比增加61.2%，除了配合產品和服務升級而增加的軟件研發外，併表新的業務板塊增加期內研發費用（併表時間：TCL通訊今年9月、物聯網智能服務商旦倍今年7月等）
- 2020年9月與去年同期比較，研發中心總人數增長66%，主要是人工智能、智能家居、開放式軟件平台等軟件類人員增長，其中軟件人員總數同比增加106%



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**



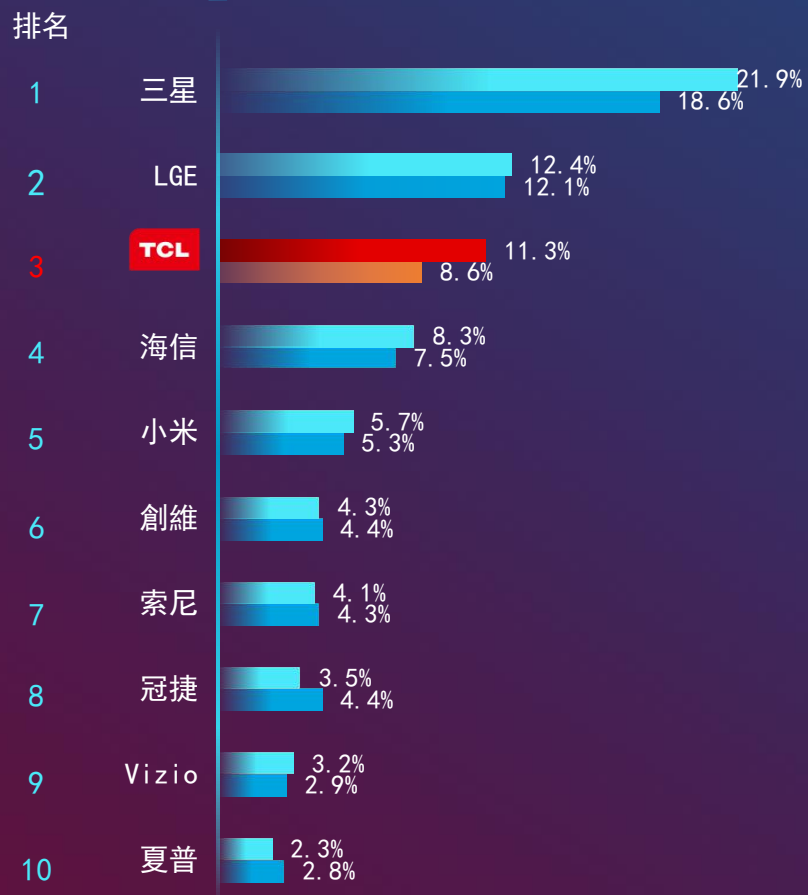
全球及中國市場第三季度市佔率排名



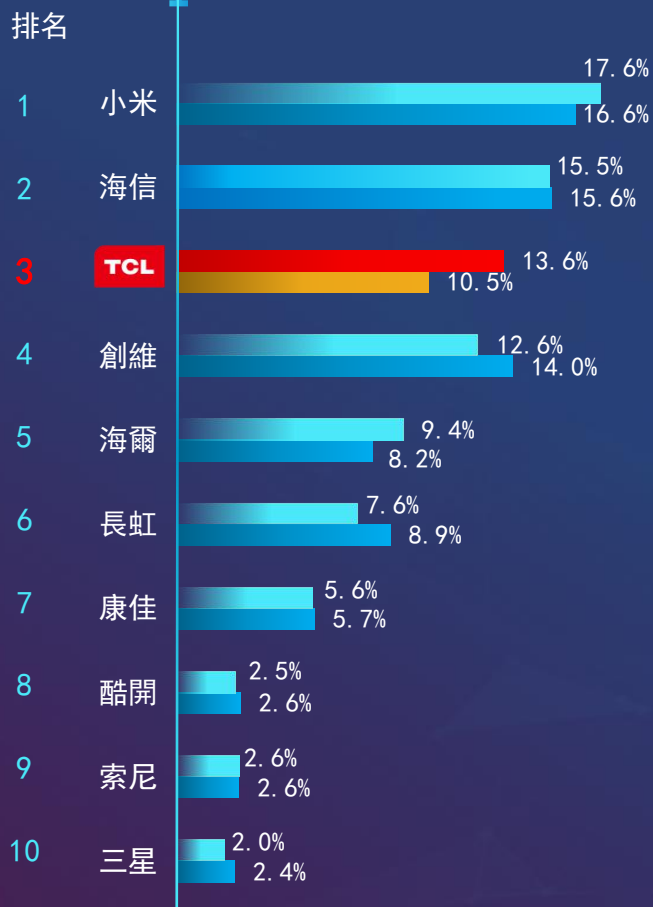
TCL品牌電視銷售量市佔率
穩居全球前三#

TCL品牌電視機銷售額及銷售量市佔
率分別位居中國前二*、前三*

銷售量佔比排名



銷售量佔比排名



銷售額佔比排名



數據來源：群智諮詢Sigmaintell

* 數據來源：中怡康全渠道數據



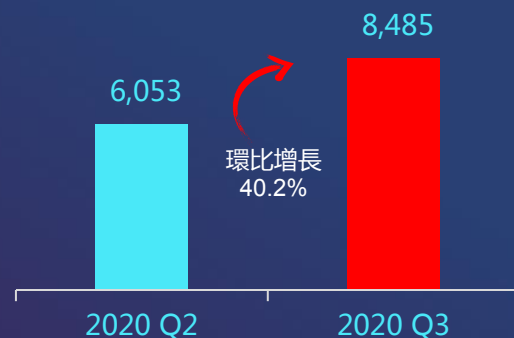
海外市場TCL品牌電視機業務

銷量、收入及毛利均實現逆勢提升，第三季度經營利潤率同比提升1.6個百分點

Q3收入同比

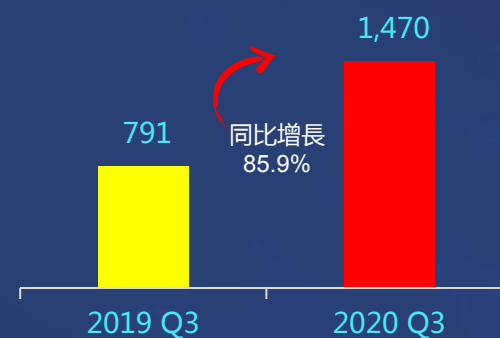


Q3收入環比

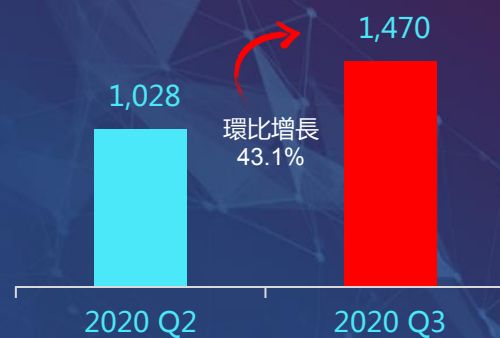


(港幣百萬元)

Q3毛利同比



Q3毛利環比



銷售量

2020年第三季TCL品牌電視機銷售量同比大幅增長**81.3%**，環比逆勢增長**31.4%**至約**552萬**台；首三季度品牌電視機銷量達**1,283萬**台，同比增**26.8%**；量子點電視銷量大幅增加

北美市場

銷售量**第三季**同比**↑133.6%**
環比**↑12.7%**

2020年1-9月銷量排名

- 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**第三季**同比**↑24.5%**
環比**↑52.8%**

2020年1-9月銷量排名

- 巴基斯坦 提升至第一*
- 澳大利亞/菲律賓 提升至第二*
- 摩洛哥 提升至第三*
- 巴西/泰國/香港/阿根廷 提升至第四*
- 越南 位居第四*

歐洲市場

銷售量**第三季**同比**↑204.3%**
環比**↑68.0%**

2020年1-9月銷量排名

- 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*

65吋或以上大屏銷量

4K產品佔比

53.0%
47.6% **↑+5.4百分點**

智能產品佔比

92.5%
83.6% **↑+8.9百分點**

平均吋吋

44.4
43.8 **↑+0.6吋**

↑ 同比+106.7%

■ 2020 Q3
■ 2019 Q3

高端產品增幅及佔比及平均吋吋

數據來源：NPD

* 數據來源：GfK



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，在超過15個重點國家及地區市佔率排名同比提升



2020年1-9月銷售量各國市場份額排名持續提升



海外市場TCL品牌電視機業務——北美市場

北美市場銷量繼續攀升，渠道結構進一步優化，谷歌電視正式上市



銷售量強勁持續上升：2020年1至9月銷量排名美國市場前二



首三季度美國市場渠道結構進一步優化，BestBuy和Target中高端渠道佔比提升9.5個百分點；產品結構提升，4K產品滲透率提升4.3個百分點



國際市場地位凸顯，與國際互聯網巨頭達成戰略合作

--北美最大的流媒體平台Roku：從2014年合作至今，TCL電子已經成為Roku全球最大的電視機合作夥伴，並開啟全球合作

--互聯網巨頭Google：2019年開始與Google在歐洲、拉美等區域展開合作，2020年6月TCL Android TV首次登陸美國市場，標誌著與Google的合作已經遍佈全球主要市場，公司致力迅速成為Google最大的電視機合作夥伴

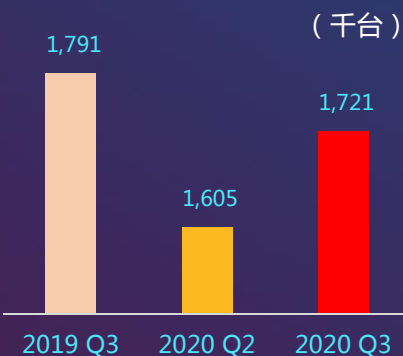




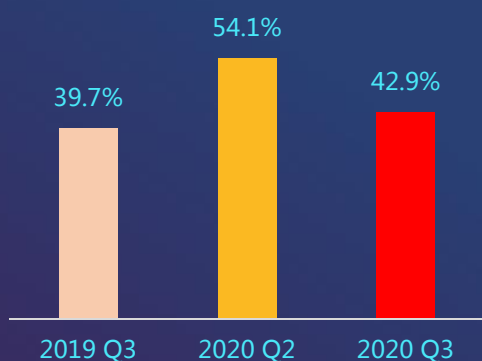
中國市場TCL品牌電視機業務

第三季度中國市場銷售額和銷售量市佔率均逆勢提升，分別位列前二# 和前三#

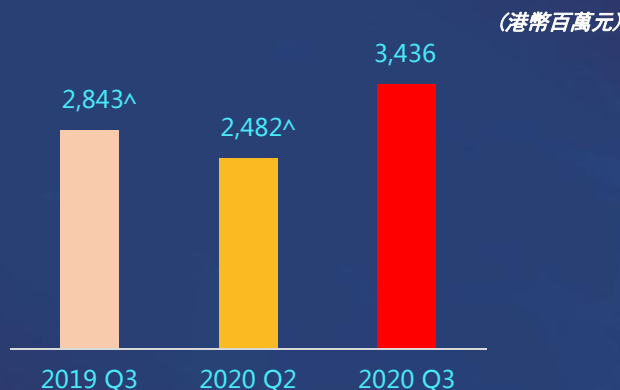
Q3銷量同比/環比



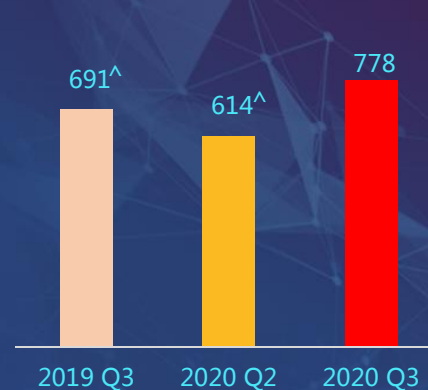
線上銷量佔比



Q3收入同比/環比



Q3毛利同比/環比



銷售量：本集團抓住疫情後經濟恢復的銷售機會，持續加強線上渠道的同時，調整線下渠道和產品策略，**第三季度**TCL品牌電視機銷售量同比略降，遠小於行業整體降幅*，但環比增長7.2%至172萬台

- 第三季度**65吋及以上超大屏電視機**銷量佔比增長至17.2%
- 第三季度**線上銷售量佔比**提升至**42.9%**，同比提升**3.2**個百分點



收入：第三季度公司持續調整渠道銷售，並加強直播帶貨、線下渠道主推等銷售方式，2020年第三季度的TCL品牌電視機收入達**34.4億港元**，同比增加**20.9%**，環比增加**38.5%**



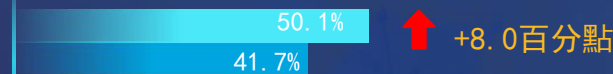
毛利率：疫情下，公司積極應對並調整國內營銷策略，以及第三季度電視面板價格上漲，中國區2020年第三季度電視機毛利率環比下降2.0個百分點至**22.7%**



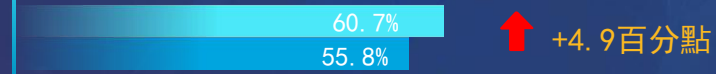
TCL品牌電視機2020年首三季度品牌價格指數位列中國一線品牌**前二#**

高端產品佔比及平均吋吋

55吋及以上大屏



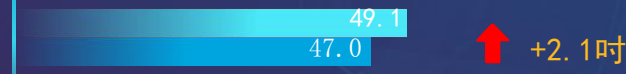
4K產品佔比



智能產品佔比



平均吋吋



■ 2020 Q3 ■ 2019 Q3

中怡康數據

[^] 經重列

* 根據中怡康全渠道數據，2020年第三季度中國市場電視機行業銷量同比下降8.9%



手機和服務

收入：9月手機和服務分部業務收入達**9.0**億港元，同比增長**8.0%**，其中TCL品牌智能手機收入同比增長**215.5%**

銷售量：本集團持續發揮運營商渠道優勢，9月TCL品牌智能手機銷量同比上升**22.3%**

手機全球銷售量排名：
美國**No.5** 澳大利亞**No.6** 歐洲**No.6** 拉丁美洲**No.7**

2020年10月與美國最大的電信運營商Verizon，在美國市場推出**TCL品牌首款5G手機**，支持Verizon毫米波5G網絡和sub-6GHz 5G全國網絡



TCL專屬的NXTVISION技術（右圖）



TCL 10 5G UW手機

注：上述市場排名為2020年第三季度IDC數據

TCL 10 5G

DISPL AY
GREATNESS



首款TCL品牌5G手機

TCL 10 5G

TCL 10 Pro



內外兼修

TCL 10 Pro

TCL 10L



超高性價比
輕旗艦 TCL 10



其他智能消費電子產品



收入：

- 9月智能平板收入達**1.5**億港元，同比增長**25.4%**
- 9月路由器和其他智能連接產品收入達**1.2**億港元，同比增長**115.5%**



銷售量：

- 9月智能平板銷量同比增長**20.7%**
- 9月路由器和其他智能連接產品銷量同比增長**144.7%**



智能平板全球銷售量排名：

美國**No. 4** 歐洲**No. 5** 拉丁美洲**No. 7**

注：上述市場排名為2020年第三季度IDC數據

◆路由器



LINKHUB 5G Home Station



LINKHUB Mesh WiFi AC1200



LINKHUB WiFi Router AC1200

◆智能平板



可放入口袋的4G平板電腦
Alcatel 1T 7



過濾藍光 兒童平板電腦
Alcatel TKEE Mini



輕量級 大螢幕
Alcatel 3T 8

◆智能穿戴設備



MoveTime 智能手錶



MoveTrack 寵物追蹤器



運動型 真無線耳機



手機和其他智能消費電子產品業務全球化佈局

深耕海外市場，專注於北美、歐洲及拉美市場，與當地主要運營商已建立緊密的合作關係



業務遍及



150+
國家

銷售機構



80+
國家和地區

注：上述市場排名為2020年第三季度IDC數據

PART

02

業務回顧



產品業務



互聯網業務



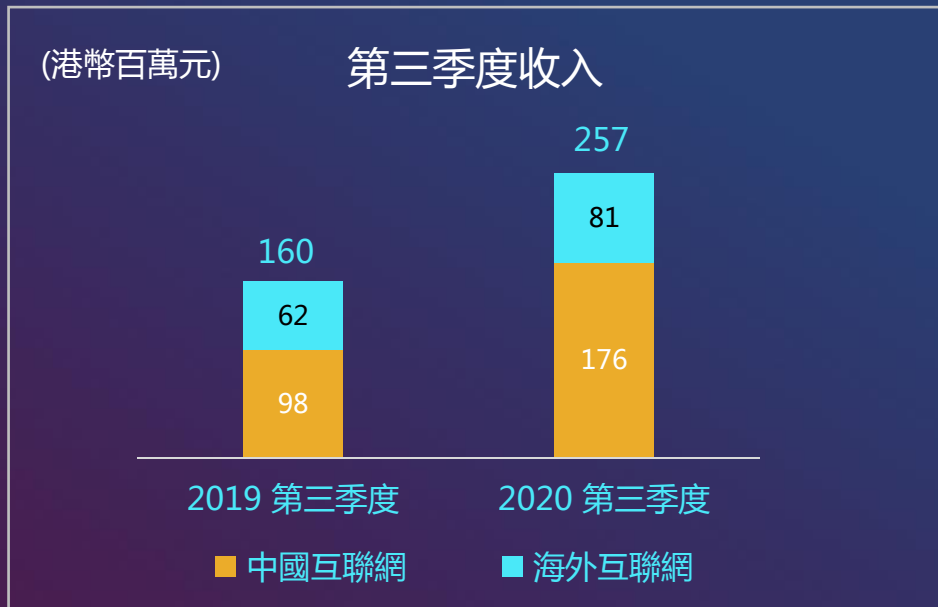
P9

好萊塢劇院電視
與聲劇來



互聯網業務

第三季度全球互聯網業務收入同比顯著增長**62.1%***，盈利能力大幅提升



中國

主要為雷鳥網絡科技，負責TCL電子智能電視的系統開發及運營

2020年第三季度收入**1.8億**港元，同比上升**80.9%***，變現能力持續增強：

- 會員業務收入同比**提升82.3%**
- 廣告業務收入同比**提升9.2%**
- 增值業務收入同比**提升300.0%**

海外

與Roku、Google和Netflix等互聯網巨頭合作，為用戶提供極致的服務體驗

2020年第三季度收入**8,144.2萬**港元，同比上升**32.3%**，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計劃在美國TCL品牌的Roku TV和安卓TV上線（截至2020年第三季度，新增上線的國家包括意大利、西班牙、烏克蘭和澳大利亞，**覆蓋國家數量達12個**），並逐步開始產生變現收入

* 雷鳥科技自2019年4月開始併表

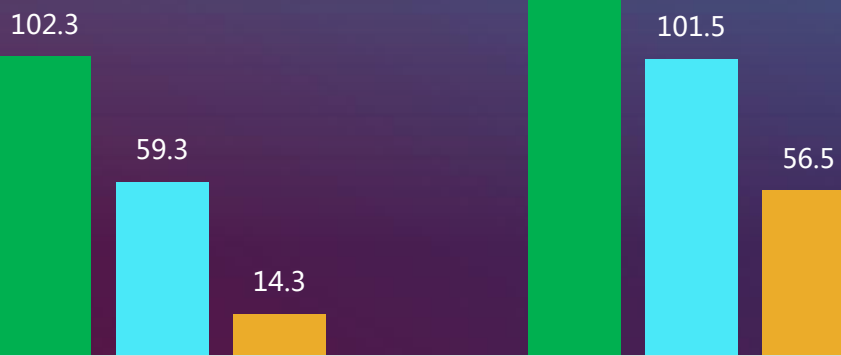
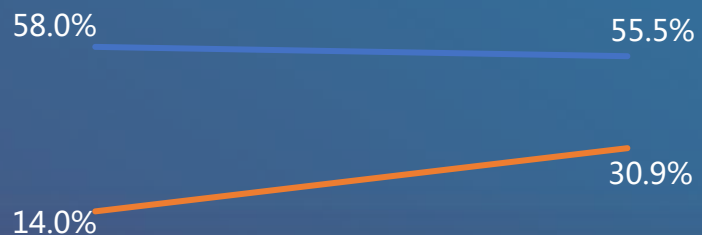


互聯網業務——雷鳥網絡科技

第三季度運營收入同比增長78.7%，除稅後淨利潤同比大幅提升293.8%，整體盈利能力顯著增強

單位：港幣百萬元

—— 毛利率 —— 除稅後淨利潤率



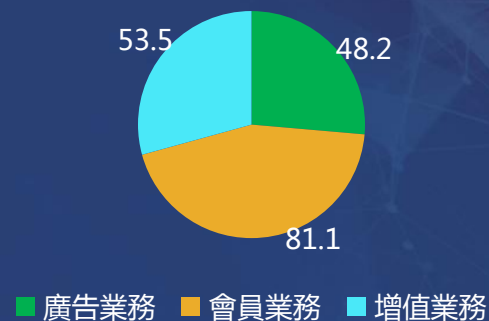
2019 第三季度*

2020 第三季度

■ 收入 ■ 毛利 ■ 除稅後淨利潤

單位：港幣百萬元

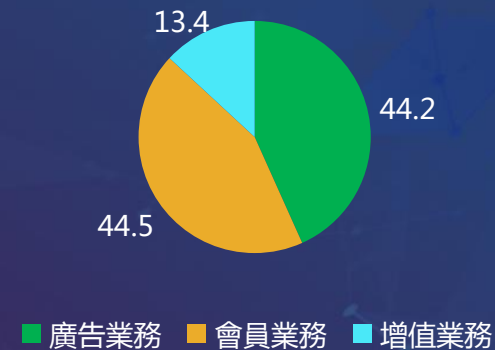
2020 第三季度雷鳥收入共1.8億港元



■ 廣告業務 ■ 會員業務 ■ 增值業務

單位：港幣百萬元

2019 第三季度雷鳥收入共1.0億港元



■ 廣告業務 ■ 會員業務 ■ 增值業務

*2019年雷鳥第三季度收入102.3百萬港元包含少量的銷售智能產品收入，2020年雷鳥收入不含這類業務

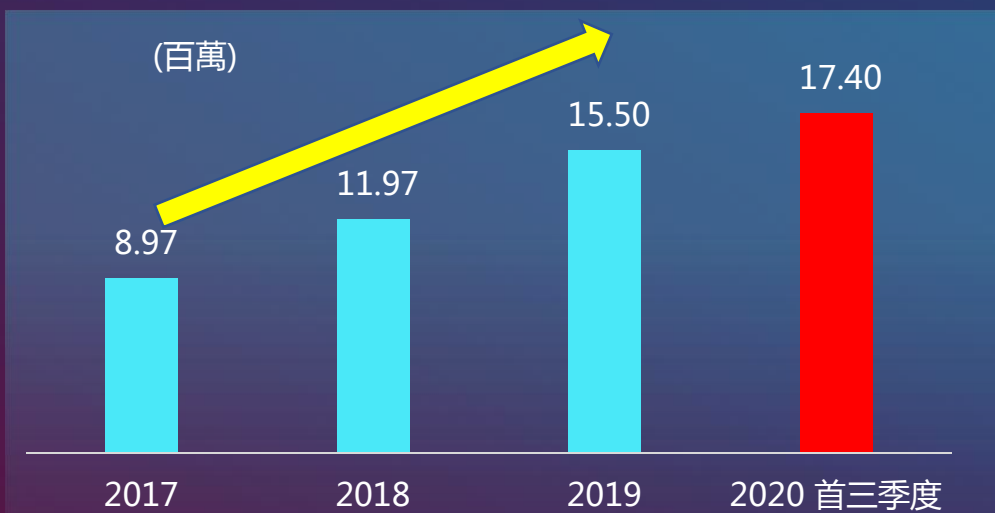
注：雷鳥毛利率略降，主要是因為雷鳥不斷增強自主運營平台的能力，會員業務收入佔比同比提升顯著，而會員業務毛利率略低於廣告和增值業務



互聯網業務——雷鳥網絡科技

- 2020年首三季中國月度活躍用戶數都處於約1,740萬水準
- 2020年首三季度ARPU同比顯著上升 36.5%

中國月度活躍用戶數



ARPU





互聯網業務——雷鳥網絡科技

探索產品和技術創新，加快拓展AI×IoT服務場景

家庭場景拓展：

從長視頻到長視頻之外的娛樂，豐富家庭生活服務場景

- 除了長視頻與各大視頻平台深入合作外，全面拓展垂直類內容方面的重要行業夥伴，如短視頻的字節跳動和快手，以及雲遊戲的虎牙和天翼雲遊戲等，豐富家庭服務場景
- TCL電視的短視頻觀看時長持續走高
- 基本完成大薈員的內容整合，目前已接入包括TVB、K歌等6家垂直類內容合作方

- 拓展AI×IoT終端設備，發展TCL泛智屏運營業務，完善智慧家庭的解決方案
- 策劃暑期客廳影視節活動等運營活動，提升平台趣味性及可玩性，參與人數達數百萬，增加用戶活躍度
- 建立頻道風格、介面設計優化、內容吸引優化，打造符合用戶習慣和行業領先的運營服務

拓展AI×IoT終端設備，打造行業領先的大屏服務

運營服務提升：

用戶體驗創新：

聯合發佈全球首款5G 8K智屏，AI賦能提升場景體驗

- TCL聯合雷鳥發佈全球首款5G 8K智屏，創新性地拓展了5G影視、視頻通話、AI健身、雲遊戲和大健康等家庭服務場景
- AI智能推薦算法全面覆蓋應用，主流機型覆蓋率達97.6%，覆蓋日活用戶超80%
- 通過AI智能推薦算法，TCL電視精選頻道演算法點擊率提升160%，VIP頻道演算法點擊率提升170%

- TCL Channel新增上線的國家包括義大利、西班牙、烏克蘭和澳大利亞，目前累計在12個國家上線
- TCL Channel進入ROKU 平台Top Free推薦榜
- 全新輪播產品TCL Live9月在歐洲上線

加快自研產品全球化推廣，海外業務實現突破

海外業務突破：





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」，發佈全球首款5G 8K的QLED智屏85X9，計劃第四季度上市

- 全程8K：擁有8K屏幕、8K算法、8K晶片、8K介面全套8K解決方案
- 5G影視：線上觀看8K視頻，一鍵秒播無需等待加載
- 5G視頻通話：首創5G撥號視頻通話一步直連，極速流暢地實現視頻通話
- 5G雲遊戲：5G網絡實現低時延雲遊戲，TCL雲遊戲生態系統聯合五大TOP級雲遊戲平台，讓硬件、軟件、內容等達到專業級遊戲設備的標準
- 5G熱點：5G 8K智屏可以發出5G熱點，再也不用擔心多個設備“搶網速”
- 5G健身：在家就能健身，有真人演示，還能精準識別健身動作並即時糾正



TCL 85X9系列





TCL Mini-LED系列：全球首家量產，備受業界認可



01

TCL 8系列

- TCL 8系列Mini-LED電視獲美國著名科技媒體《Digital Trends》評為2020年最佳Roku TV
- “4K+HDR+QLED顯示首次應用Mini-LED背光技術，不但為Roku TV，也為所有QLED TV定下新的基準”
- “TCL 8系列電視能達至接近純黑畫面，75吋型號為例，25,000顆mini-LED，將畫面對比提升至新高度，其極致畫質亦極為接近OLED水準”



02

TCL 6系列

- TCL 6系列Mini-LED TV獲美國《福布斯》雜誌評為“2020年最佳TV 適合不同消費者”
- “TCL再次證明用比競品更低的成本製造出高質量的電視機，6系列可以說是最好的證明”
- “TCL 6系列呈現令人驚喜的深黑色，搭配QLED的亮度和寬色域，為電影、電視和遊戲畫面帶來高超的對比度，local dimming將更凸顯高動態內容”

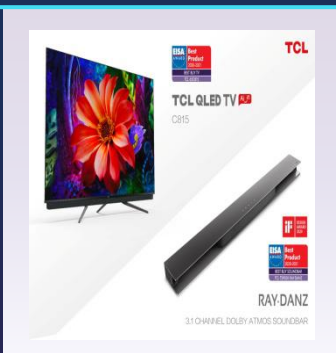


綜合實力獲多項認可



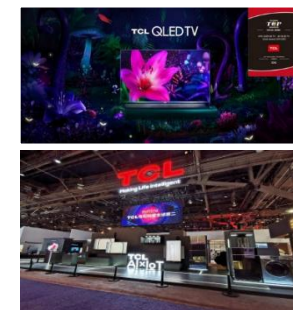
歐洲專業影音協會(EISA) 對TCL產品音質素充分肯定

- 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, 音質素有絕對保證
- 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



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」



多款高端智能電視獲獎項認可

- 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全球智能顯示領袖峰會暨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》



R&F中國品牌價值 100 強第8位 全國電視機製造業第 1 位

- 2020 (第 26 屆) 睿富全球排行榜中國品牌價值 100 強研究報告顯示, TCL以1025.83億的品牌價值位列第8位, 位居全國電視機製造業第1位, 進一步證實TCL的品牌實力



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



智能移動產品獲2020年度「iF」和「紅點」設計大獎

- TCL10 Pro智能手機一舉斬獲「2020年度“iF” 設計大獎」和「2020年度“紅點” 設計大獎」兩項大獎
- TCL AC1200WiFi路由器獲得「2020年度“紅點” 設計大獎」



PART

03

未來展望

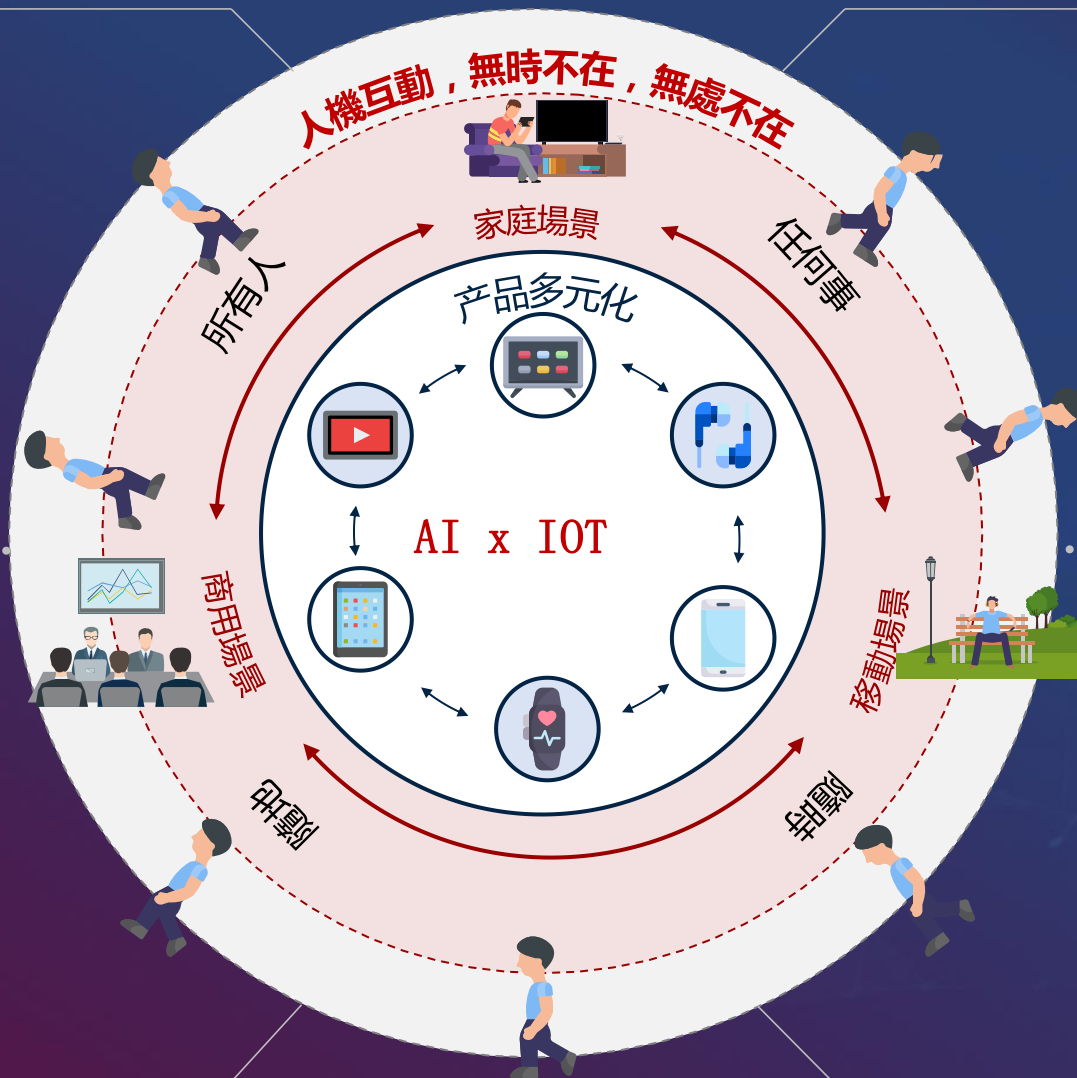


75X10

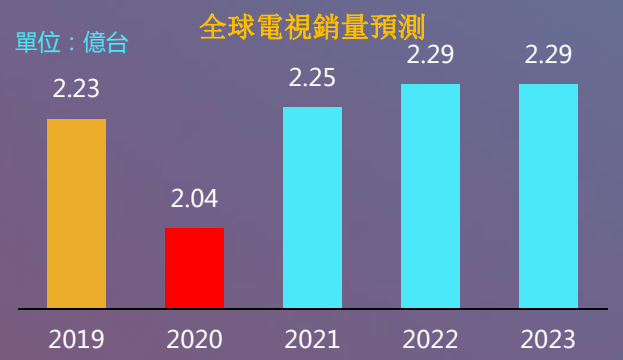


業務革新後的TCL電子將成為擁有多產品線、全場景的智能科技公司

進入超過萬億的巨大市場

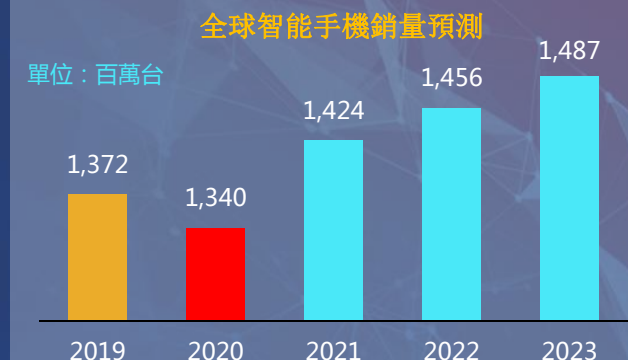


電視



數據來源：IHS

手機



數據來源：IDC

商業顯示



數據來源：奧維睿沃

智能家居



數據來源：奧維雲網



未來發展戰略

以「AI x IoT」為戰略，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

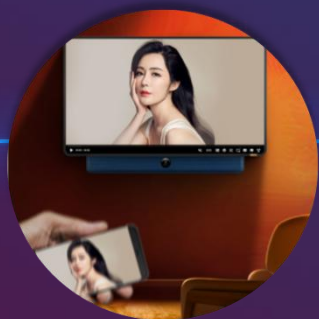
持續提升TCL品牌全球市場份額

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，智能+互聯網」

加速發展全球互聯網業務
擴大用戶規模 持續提升ARPU

2023年應用服務
利潤佔比達**50%**



家庭
場景

1、智能電視

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、智能連接保持快速增長



商用
場景

智慧商顯

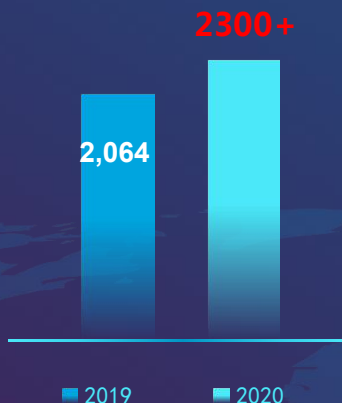
千億市場藍海
1+1+N商業模式
重點發力智能會議、智慧商業場景



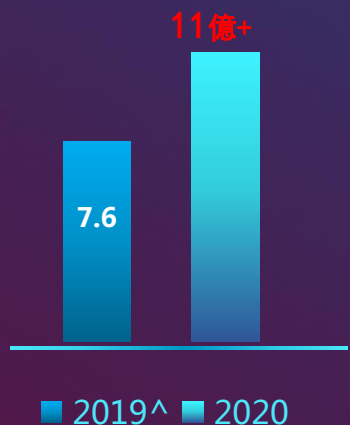
2020年展望



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能化升級，我們將圍繞「屏聯萬物，智顯未來」，以智慧顯示業務為核心，構建家用場景、移動場景、商用場景的全場景智慧健康生活，持續加大AI x IoT研發投入和產品創新，實現TV業務全球領先和智能移動業務規模突破，積極推動數字化轉型，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，我們預計保持全年收入與利潤同比雙位數增長。

[^]包含雷鳥科技2019年1-12月運營收入；雷鳥科技自2019年4月開始併表

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。