



# TCL 電子發佈 2018 年中期業績 母公司擁有人應佔溢利同比大增 278.6%

\*\*\*\*\*

## 銷售規模突破千萬 創上半年歷史新高 中國市場穩定增長 海外市場持續領先 互聯網業務收入同比上升 318.2%

截至 2018 年 6 月 30 日止六個月及三個月財務摘要

| (港幣百萬元)             | 2018 年<br>6 月 30 日止 | 2017 年<br>6 月 30 日止 | 變動        | 2018 年<br>第二季度 | 2017 年<br>第二季度 | 變動        |
|---------------------|---------------------|---------------------|-----------|----------------|----------------|-----------|
| 營業額                 | 21,050              | 17,023              | +23.7%    | 10,197         | 8,543          | +19.4%    |
| 毛利率 (%)             | 15.3                | 15.4                | (0.1 百分點) | 14.7           | 15.1           | (0.4 百分點) |
| 費用率 (%)             | 12.6                | 13.7*               | (1.1 百分點) | 12.0           | 13.3           | (1.3 百分點) |
| EBITDA <sup>®</sup> | 875                 | 312                 | +181.0%   | 519            | 154            | +238.2%   |
| 母公司擁有人應佔溢利          | 572                 | 151                 | +278.6%   | 324            | 70             | +364.4%   |
| 每股基本盈利 (港仙)         | 26.72               | 8.83*               | +202.6%   | 14.36          | 4.07*          | +252.8%   |
| 每股中期股息 (港仙)         | 9.80*               | 3.90                | +151.3%   | NA             | NA             | NA        |

附註：

<sup>®</sup> EBITDA 定義為扣除融資成本、所得稅、折舊及攤銷前的盈利，並不包括 TCL 電子分佔合資公司及聯營公司的損益

\*經重列

(2018 年 8 月 24 日，香港) – TCL 電子控股有限公司 (「TCL 電子」或「公司」，前稱「TCL 多媒體科技控股有限公司」，港交所股份編號：01070.HK) 今天公佈截至 2018 年 6 月 30 日止六個月及三個月未經審核之中期業績。

### 業績回顧

作為全球電視機行業先驅，TCL 電子堅持精品戰略，深耕海外市場，2018 年第二季度及上半年的 LCD 電視機銷售規模再創近五年最大增幅，上半年整體銷售量衝破千萬大關，達 1,317 萬台，同比增長 37.2%，順利完成過半年銷售目標 2,560 萬台，智能電視機和 4K 電視機的銷售量同比增幅顯著，分別為約 938 萬台及約 377 萬台，同比增長 53.3%及 69.4%。根據群智諮詢數據顯示，公司 2018 年上半年全球電視機銷售量市場佔有率為 11.8%，位列第三；根據中怡康全渠道數據顯示，公司 2018 年上半年在中國電視機市場銷售量和銷售額的佔有率分別為 11.4%和 12.9%，雙雙位列第三；中國市場電視機品牌價格指數，由去年同期的 99 躍升至 113，位居第一。

截至 2018 年 6 月 30 日，TCL 電子營業額錄得 210.5 億港元，同比增長 23.7%；毛利錄得 32.2 億港元，同比增長 22.6%；毛利率維穩錄得 15.3%。公司堅持降本增效，費用控制成效顯著，費用率由去年同期的 13.7% 下降至 12.6%，達自 2003 年以來最低水平。且得益於中國市場穩定增長，海外市場量利雙收，公司上半年經營溢利為 7.6 億港元，除稅後淨利潤為 5.7 億港元。母公司擁有人應佔溢利錄得 5.7 億港元 (包括完成會籍權益等資產轉讓後錄得的一次性淨收益 1.55 億港元)，創上半年母公司擁有人應佔溢利歷史新高，同比大幅提升 278.6%；每股基本盈利為 26.72 港仙。董事會宣派中期股息每股 9.8 港仙，派息率 40%。

公司上半年盈利大幅顯著提升，主要由於：

1. 2018 年上半年 LCD 電視機銷售量及銷售額均大幅增長，銷售量增幅再次突破近五年最大增幅。中國市場和海外市場持續穩定增長，其中海外市場表現尤其亮眼，北美市場保持穩定增長，新興市場保持快速上升勢頭，歐洲市場同比增幅顯著；
2. 公司產品力繼續大幅提升，產品結構持續改善；
3. 受益於上半年屏價持續回落，中國市場和海外市場自有品牌毛利率顯著上升；
4. 公司持續降本增效，規模效應優勢凸顯，整體費用率持續明顯下降；及

5. 公司在 2018 年 6 月 28 日完成會籍權益等資產轉讓後錄得的一次性收益。

### 中國市場業務：產品結構優化收效 盈利能力大幅提升

**銷售量同比大幅提升，遠超市場平均水平：**公司堅持精品戰略，持續優化產品結構，增強產品競爭力。根據中怡康全渠道資料顯示，2018 年上半年中國電視機行業整體銷售量同比上升 0.7%，公司上半年 LCD 電視機銷售量同比上升 26.4%至 489 萬台，表現遠優於市場平均水平。其中通過產品結構優化、精準營銷效率提升，公司中國市場線上銷售量佔比提升至 35.0%，較去年同期大幅增加 13.3 個百分點。

**營業額同比提升：**2018 年上半年，公司中國市場 LCD 電視機營業額同比上升 2.6%至 87.7 億港元。

**平均售價同比持續上升：**根據中怡康全渠道資料，電視機行業平均售價同比下降 6.6%。得益於產品力提升和產品結構改善，公司上半年中國市場 LCD 電視機平均售價(不包括 ODM 業務)同比提升 3.0%。

**毛利率同比上升：**得益於產品結構進一步改善及上半年屏價持續回落，公司上半年中國市場 LCD 電視機毛利率(不包括 ODM 業務)同比顯著上升 1.4 個百分點至 23.5%，其中第一季度和第二季度 LCD 電視機毛利率(不包括 ODM 業務)分別為 23.3%和 23.8%，呈環比上升趨勢。

**經營業績大幅提升：**受益於產品力大幅提升，持續降本增效作用，公司上半年中國市場經營業績同比大幅增加 170.3%，達到 2.4 億港元。其中，線上渠道的盈利情況較去年同期亦提升顯著。

**產品結構持續優化（以下數據不包括 ODM 業務）：**

- 智能電視機銷售量達 247 萬台，佔 LCD 電視機銷售量的 81.5%，較 2017 年上半年的 75.1%上升 6.4 個百分點
- 4K 電視機銷售量達 161 萬台，佔 LCD 電視機銷售量的 53.2%，較 2017 年上半年的 40.6%上升 12.6 個百分點
- 55 吋及以上 LCD 電視機佔比由去年同期的 35.3%提升至 42.7%
- LCD 電視機平均銷售吋吋由去年同期的 45.5 吋提升至 47.1 吋
- 曲面電視機市場佔有率達 35.3%，蟬聯全國排名第一（資料來源：中怡康全渠道數據）

### 海外市場業務：銷售規模增勢持續 實現量利雙收

公司多年持續聚焦海外重點市場，通過優化產品結構和增強產品力，結合垂直一體化產業鏈整合優勢，於海外市場建立明顯的競爭優勢，帶動海外市場多個區域銷售量持續明顯提升，其中北美市場保持穩定增長；新興市場保持快速上升勢頭；歐洲市場同比增幅顯著，其中法國、西班牙、波蘭等市場的銷售量強勁上漲。海外市場已經成為公司的重要發展引擎。公司緊跟足球世界盃的熾熱浪潮，於今年 4 月正式簽約巴西著名球星內馬爾（Neymar Jr.）為「全球品牌大使」，助力開發歐洲市場和以南美為代表的新興市場，進一步顯現 TCL 於國際舞台的品牌價值。

**銷售量及銷售額雙雙大幅提升：**2018 年上半年，公司海外市場 LCD 電視機銷售量達 828 萬台，較去年同期提升 44.4%，LCD 電視機營業額同比大幅提升 45.3%至 121.8 億港元。

**平均售價持續提升：**得益於產品結構持續改善，上半年海外市場 LCD 電視機平均售價（不包括 ODM 業務）同比提升 4.7%。

**毛利率改善明顯：**受益於屏價回落及產品結構改善，公司上半年海外市場 LCD 電視機毛利率同比提升 0.4 個百分點至 11.7%，其中自主品牌毛利率同比更大幅提升 2.0 個百分點至 14.1%。

**經營業績增勢明顯：**得益於產品結構改善、效率提升以及規模效應的顯現，上半年海外市場經營業績同比大

幅提升 77.7%至 3.7 億港元。

#### 海外市場業務亮點：

- 北美市場保持穩定增長，LCD 電視機銷售量同比提升 26.8%，2018 年上半年銷售量市場排名由去年同期的第五名躍升至第三名（數據來源：NPD）
- 新興市場維持持續快速上升勢頭，LCD 電視機銷售量同比增長 51.5%，其中巴西市場表現持續亮眼，上半年銷售量同比顯著增長 82.0%；2018 年上半年在菲律賓銷售量市場排名位居第三，在越南位居第四，在泰國及澳洲位居第五（數據來源：GfK）
- 歐洲市場 LCD 電視機銷售量同比大幅增長 73.0%，法國、西班牙及波蘭等市場的強勁增長推動歐洲市場的整體銷售量顯著上升，其中法國市場上半年的銷售量市場排名由去年同期的第四名躍升至第三名（數據來源：GfK）

#### 中高端產品銷售量佔比持續提升，產品結構不斷改善（以下數據均不包括 ODM 業務）：

- 智能電視機銷售量佔比由 2017 年上半年的 77.0%上升至 2018 年上半年的 82.4%
- 4K 電視機佔比由 2017 年上半年的 19.3%上升至 2018 年上半年的 34.9%
- 55 吋及以上 LCD 電視機佔比由 2017 年上半年的 16.3%上升至 2018 年上半年的 24.0%
- LCD 電視機平均銷售吋吋由 2017 年上半年的 38.5 吋提升至 2018 年上半年的 41.3 吋

#### 互聯網業務：用戶規模大幅提升 收入大增 318.2%

用戶規模持續擴大，用戶粘性增強：上半年 TCL 智能電視機歷史累計激活用戶總數量為 27,354,256，2018 年 6 月日均活躍用戶數量同比上升 39.7%至 12,814,096，互聯網電視業務用戶規模持續顯著增長，其中：

- 視頻業務共有 2,439 萬用戶，較 2017 年上半年同比增長 25.8%
- 付費用戶數量達 270 萬，較 2017 年上半年同比增長 90.1%
- 用戶日均開機時長達 5.15 小時，同比增長 5.1%，通過對用戶的精細化運作，用戶粘性進一步增強

運營能力增強，變現能力進一步突顯：公司通過整合線上線下渠道資源，擴展用戶規模和提升可運營終端佔比，從而擴大廣告收入、視頻付費收入、提升會員收入和服務的變現能力，同時擴大會員卡銷售量，培養用戶付費觀影習慣，持續優化收入結構，並實現收入向海外市場延伸。互聯網業務變現能力持續加強，2018 年上半年實現收入約 1.26 億人民幣，同比大幅上升 318.2%，其中廣告業務收入約為 6,092 萬人民幣，同比大幅上升 311.1%；付費業務收入亦同比顯著增長 246.3%至約 5,294 萬人民幣，佔總收入 41.9%。

增強與合作夥伴的互惠合作：上半年，公司旗下的互聯網業務平台雷鳥科技積極深化與南方新媒體、騰訊等企業的戰略合作，重點加強用戶運營，豐富平台內容的同時，推動人工智能 AI 的應用和電視平台互聯網化，優化「產品+內容+服務」體系，全面提升用戶體驗。今年 5 月，京東擬向雷鳥科技注資人民幣 3.0 億元，雙方整合資源協同優勢，充分把握家庭大屏生態快速發展帶來的重大機遇。2018 年 7 月，雷鳥科技宣佈和南方新媒體成立合資公司，深化「1+1+N」戰略合作模式，開啟互聯網電視生態合作。

#### 專注創新研發 榮獲多項國際認可獎項

2018 年以來，公司持續專注量子點顯示等多項頂尖技術領域，推出多款中高端新品壯大產品陣營，以滿足不同消費群體的需求，不斷提高品牌產品的競爭力。為加強用戶的個性化體驗，公司加大人工智能（AI）的研發和應用，為各系列產品注入創新活力，建立開放式的人工智能技術框架，將新一代智能引擎全面導入智能產品中，應用體驗已經從影視、音樂、百科等拓展到生活服務，在多輪對話、明星識別、自然語言交互的基礎上增加了導航、熱門景點搜索、美食推薦、票務服務等，功能更加多元化，致力將電視機發展成為未來家

庭的重要智能終端。

同時，公司在安卓智能產品線集成谷歌 AI (Google Assistant)引擎，積極拓展海外人工智能生態應用。目前已完成自主研發 TV 中間件系統 TV+ OS，並持續迭代升級，建立起海外市場的技術領先和全球數字網絡認證的先發優勢，將助力公司在海外市場的產品全覆蓋。

憑藉全球領先的電視機產品研發技術，公司的創新研發能力在國際備受行業肯定，於 2018 美國拉斯維加斯國際消費電子產品展中，榮獲「中國創意品牌獎」；旗下旗艦新品 X5、C6、P5 系列產品更獲得「中國創造產品獎」，向全球展現中國消費電子品牌的智造力量，其中 C6 系列於今年 8 月在享譽國際的柏林國際電子消費品展覽會(IFA)再奪知名度極高的 EISA 大獎。R6 產品在北美獲得當地測試機構的廣泛好評；在 IDG 主辦的「2017-2018 年全球領先品牌」頒獎典禮上再度榮獲「2017-2018 消費電子產業領先品牌 10 強」、「2017-2018 全球電視品牌 15 強」、「2017-2018 全球消費電子領先品牌 50 強」三項大獎，充分證明了公司雄厚的品牌實力。

### 持續推進多元化業務發展戰略 打造國際化的電子產業集團

**TCL 電子**積極佈局多元化業務發展戰略，陸續開拓智能 AV、商用顯示和智能家居等多元化業務，拓展新的盈利增長點，迄今成績斐然，包括獲得日本安橋 ONKYO 全球品牌授權（日本除外），成立 TCL Entertainment Solutions Limited，正式開拓智能 AV 市場；收購 TCL 商用信息科技，進軍商用及高端顯示藍海市場，實現「B2B 及 B2C 雙軌發展」；構建以智能電視為中心的智能家居系統，打造硬件和軟件一體化智能家居綜合解決方案，與陽光 100 合作打造首個共享智能公寓，實現業內首個智能家居落地。

**TCL 電子**首席執行官王成先生表示：「接受了更名洗禮的 **TCL 電子**上半年交出了亮麗的成績，未來我們將秉持『產品領先、技術創新、用戶粘性、渠道變革、卓越運營、全球經營』六大戰略主題，繼續發揮產業鏈一體化優勢和全球佈局的先發優勢，提升中國業務競爭力，積極拓展海外市場，增強產品力和互聯網業務能力，深化落實多元化業務佈局與發展戰略，推動國際化品牌升級，打造國際化的電子產業集團，為股東創造更大的價值。」

~完~

## 有關 TCL 電子

TCL 電子控股有限公司 (1070.HK) 總部設於中國，從事研發、生產及銷售消費電子產品，是全球電視機行業的領先企業之一。通過「智能+互聯網」及「產品+服務」的「雙+」戰略構建以同時經營產品和用戶為中心的新商業模式，積極構建智能電視機的全生態圈，為用戶提供極致體驗的智能產品和服務。根據群智諮詢報告，公司 2018 年上半年全球電視機銷售量市場佔有率為 11.8%，位列第三；根據中怡康全渠道數據顯示，中國市場電視機品牌價格指數 113，位居第一。TCL 電子被納入深港通之合資格港股通股份名單及恒生港股通指數。如欲查詢更多資料，請瀏覽其網頁：<http://electronics.tcl.com>。

### 新聞垂詢：

縱橫財經公關顧問(中國)有限公司

|       |                    |
|-------|--------------------|
| 李玉冰小姐 | 電話：(852) 2864 4835 |
| 劉婉君小姐 | 電話：(852) 2864 4876 |
| 李凱琳小姐 | 電話：(852) 2864 4837 |
| 黃安琪小姐 | 電話：(852) 2864 4839 |
| 劉慧君小姐 | 電話：(852) 2114 4907 |
| 趙玥琦小姐 | 電話：(852) 2114 4949 |
| 馬桂平小姐 | 電話：(852) 2114 4954 |

電郵：[sprq-tcl@sprq.com.hk](mailto:sprq-tcl@sprq.com.hk)

附錄：期內按區域劃分 LCD 電視機銷售量以及 TCL 智能電視機用戶數量

| LCD電視機    | 2018年上半年<br>(千台) | 2017年上半年<br>(千台) | 變動    |
|-----------|------------------|------------------|-------|
| <b>整體</b> | <b>13,173</b>    | 9,603            | 37.2% |
| — 中國市場    | <b>4,889</b>     | 3,867            | 26.4% |
| — 海外市場    | <b>8,285</b>     | 5,737            | 44.4% |
| 其中：智能電視機  | <b>9,383</b>     | 6,120            | 53.3% |
| 4K電視機     | <b>3,773</b>     | 2,227            | 69.4% |

|                                    | 截至2018年<br>6月30日<br>歷史累計 | 2018年<br>6月       | 2017年<br>6月 | 變動    | 2018年<br>上半年     | 2017年<br>上半年 | 變動    |
|------------------------------------|--------------------------|-------------------|-------------|-------|------------------|--------------|-------|
| TCL 智能電視機激活<br>用戶數量 <sup>(1)</sup> | <b>27,354,256</b>        | <b>648,862</b>    | 408,528     | 58.8% | <b>3,817,734</b> | 3,013,953    | 26.7% |
| 日均活躍用戶數量<br><sup>(2)(3)</sup>      | 不適用                      | <b>12,814,096</b> | 9,169,637   | 39.7% | 不適用              | 不適用          | 不適用   |

附註：

(1) TCL 智能電視機激活用戶數量指曾經使用一次以上互聯網電視機網絡服務的用戶數量；

(2) 日均活躍用戶數量是指七天內來訪的不重複的獨立用戶數量；(3) 2018 年 6 月份數據