



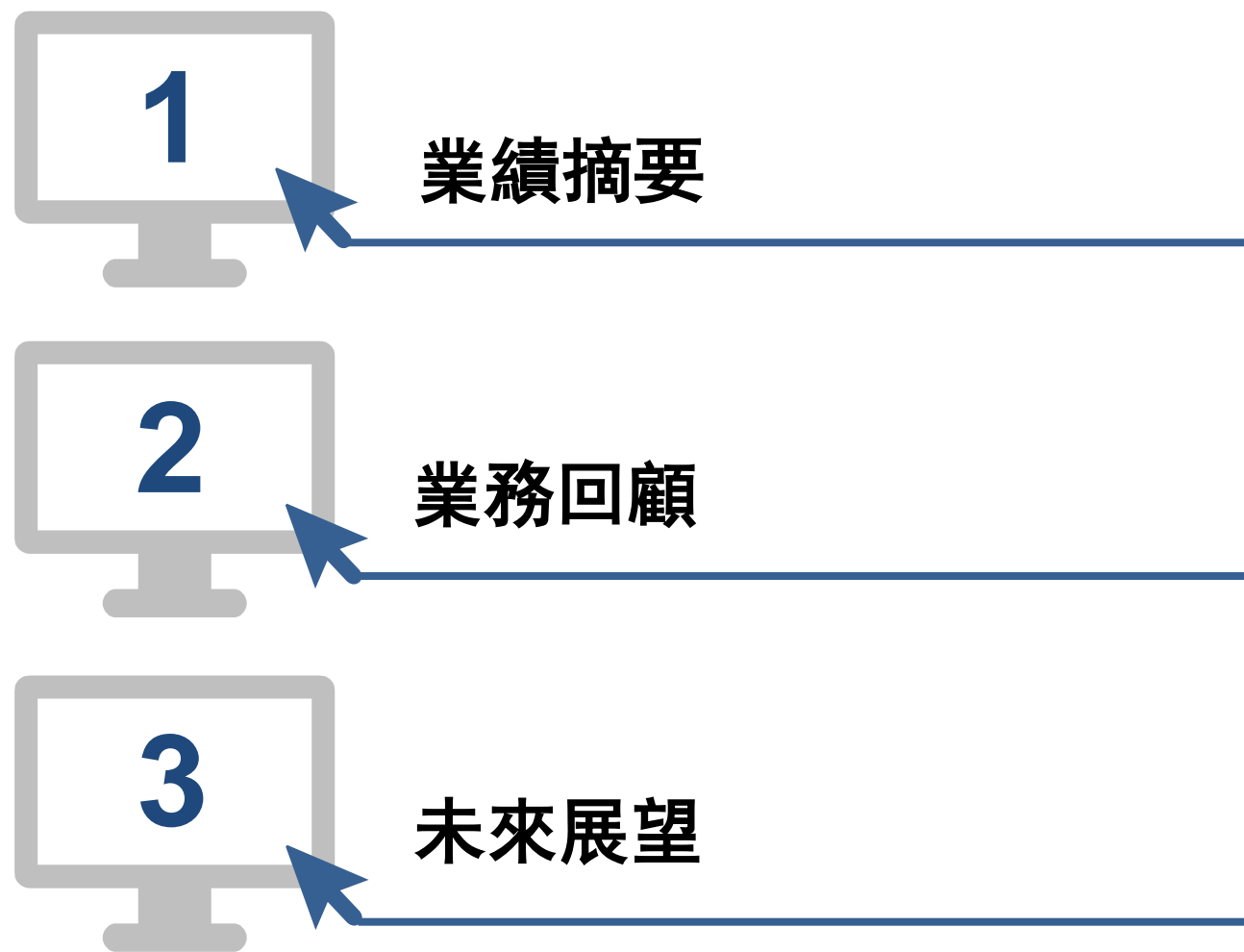
TCL 多媒體科技控股有限公司
TCL MULTIMEDIA TECHNOLOGY HOLDINGS LIMITED
股份代號：01070

2015年中期業績報告

(截至6月30日止6個月財務業績為未經審核之數據)



目錄



1. 業績摘要



TCL H8800S-CUD 4K曲面電視機



2015年上半年業績概覽



154.0億港元

+1.3%

營業額



1.2億港元

(27.1%)¹

除稅後淨利潤

1.4億港元

(19.6%)²

母公司擁
有者
應佔溢利



10.25港仙

(19.8%)

每股基本盈利



70.3億港元

+94.5%

市值³



4.5%

(0.8百分點)

淨資產收益率

¹ 若扣除2014年上半年一次性收益後, 同比上升 1,271.0%

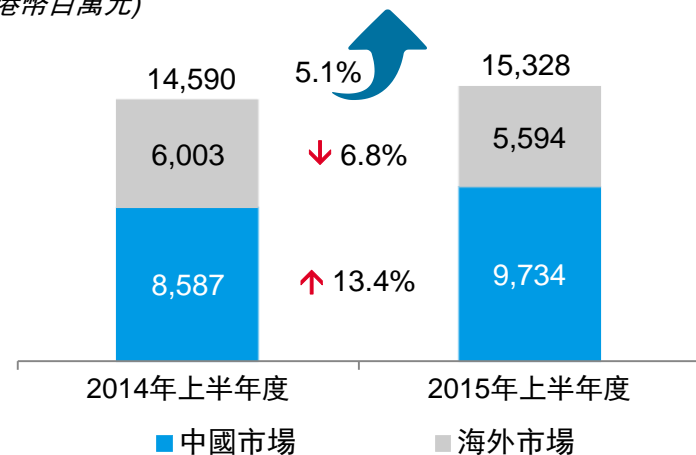
² 若扣除2014年上半年一次性收益後, 同比上升 1,265.9%

³ 按2015年6月30日收市價計算; 與2014年6月30日比較

財務摘要 (截至2015年6月30日止6個月)

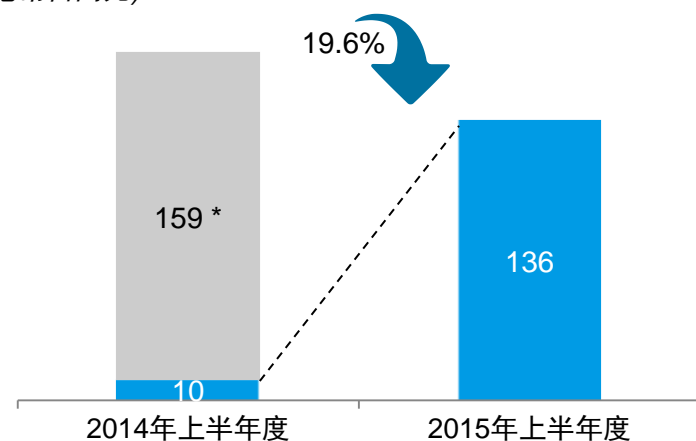
電視機營業額

(港幣百萬元)



母公司擁有人應佔溢利

(港幣百萬元)



(港幣百萬元)

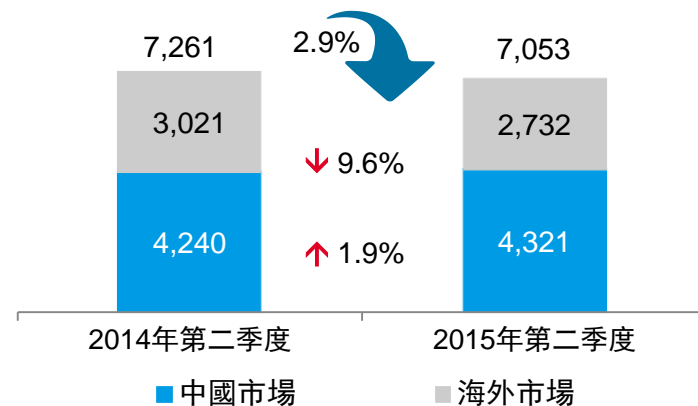
	2015年 上半年度	2014年 上半年度	變動
營業額	15,397	15,203	1.3%
毛利	2,503	2,382	5.1%
毛利率 (%)	16.3	15.7	0.6百分點
費用率 (%)	14.3	14.6	(0.3百分點)
除稅後淨利潤	122	168*	(27.1%)
除稅後淨利潤率 (%)	0.8	1.1*	(0.3百分點)
母公司擁有人應佔溢利	136	169*	(19.6%)
每股基本盈利 (港仙)	10.25	12.78*	(19.8%)

* 包括若干附屬公司關閉而產生之一次性收益約1.6億港元

財務摘要 (截至2015年6月30日止3個月)

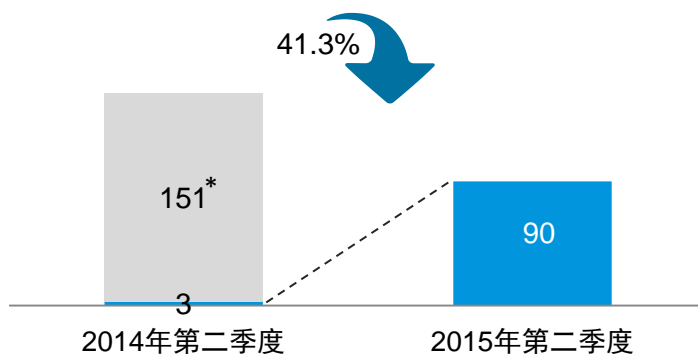
電視機營業額

(港幣百萬元)



母公司擁有人應佔溢利

(港幣百萬元)



(港幣百萬元)

	2015年 第二季度	2014年 第二季度	變動
營業額	7,112	7,314	(2.8%)
毛利	1,315	1,356	(3.1%)
毛利率 (%)	18.5	18.5	不變
費用率 (%)	15.7	16.7	(1.0百分點)
除稅後淨利潤	82	156*	(47.3%)
除稅後淨利潤率 (%)	1.2	2.1*	(0.9百分點)
母公司擁有人應佔溢利	90	154*	(41.3%)
每股基本盈利 (港仙)	6.79	11.62*	(41.6%)

* 包括若干附屬公司關閉而產生之一次性收益約1.5億港元

區域業績 (截至2015年6月30日止6個月)

中國市場電視機業務

(港幣百萬元)

2015年
上半年度

2014年
上半年度

變動

9,734

8,587

13.4%

2,065

1,747

18.2%

21.2%

20.3%

0.9百分點

497

198

150.5%

營業額

毛利

毛利率

經營業績

海外市場電視機業務

(港幣百萬元)

2015年
上半年度

2014年
上半年度

變動

5,594

6,003

(6.8%)

435

645

(32.5%)

7.8%

10.7%

(2.9百分點)

(195)

41

不適用



區域業績 (截至2015年6月30日止3個月)

中國市場電視機業務

(港幣百萬元)

海外市場電視機業務

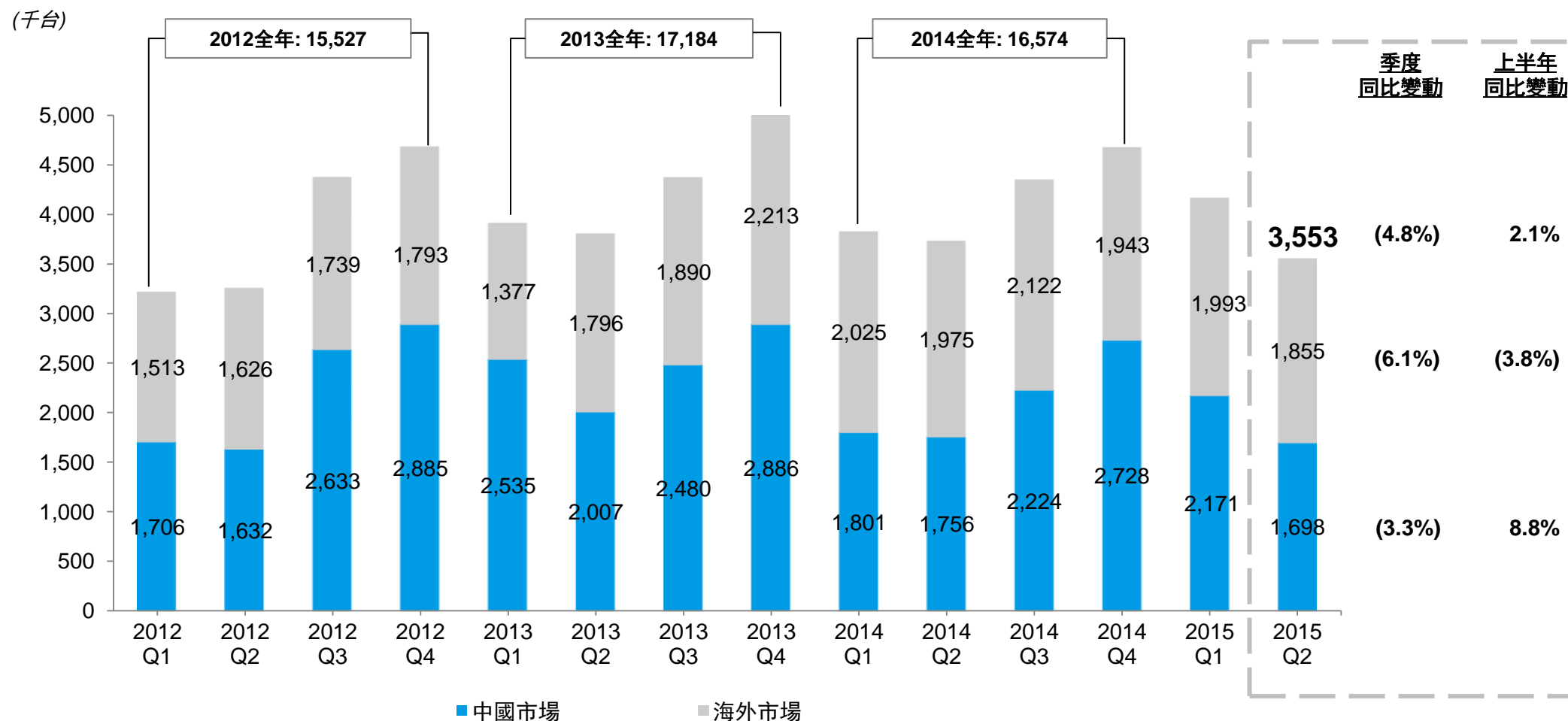
(港幣百萬元)

2015年 第二季度	2014年 第二季度	變動		2015年 第二季度	2014年 第二季度	變動
4,321	4,240	1.9%	營業額	2,732	3,021	(9.6%)
1,095	1,019	7.4%	毛利	227	338	(33.0%)
25.3%	24.0%	1.3百分點	毛利率	8.3%	11.2%	(2.9百分點)
210	223	(5.9%)	經營業績	(77)	(12)	566.7%



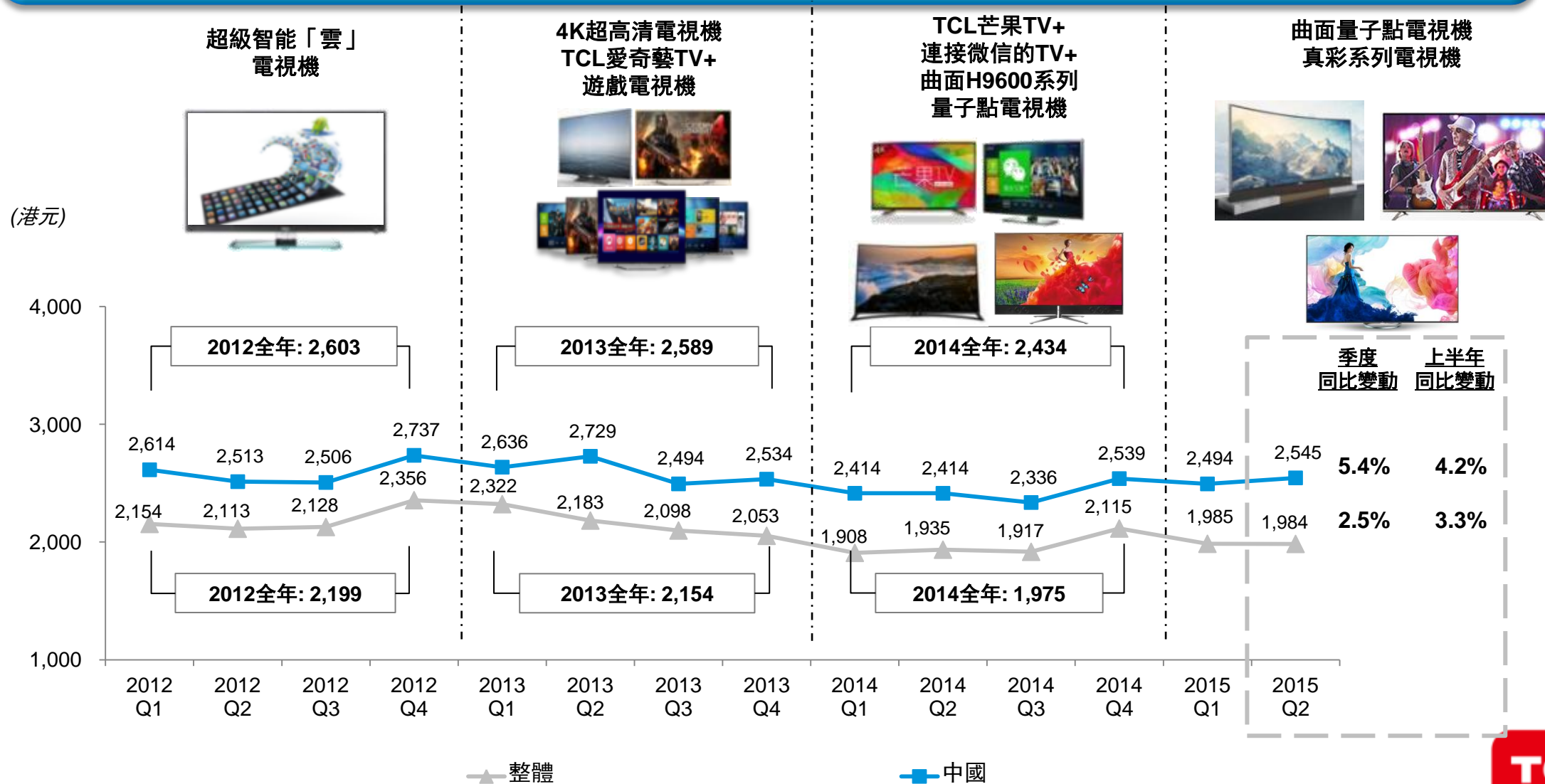
LCD 電視機銷售量

LCD 電視機銷售量 (按季度)



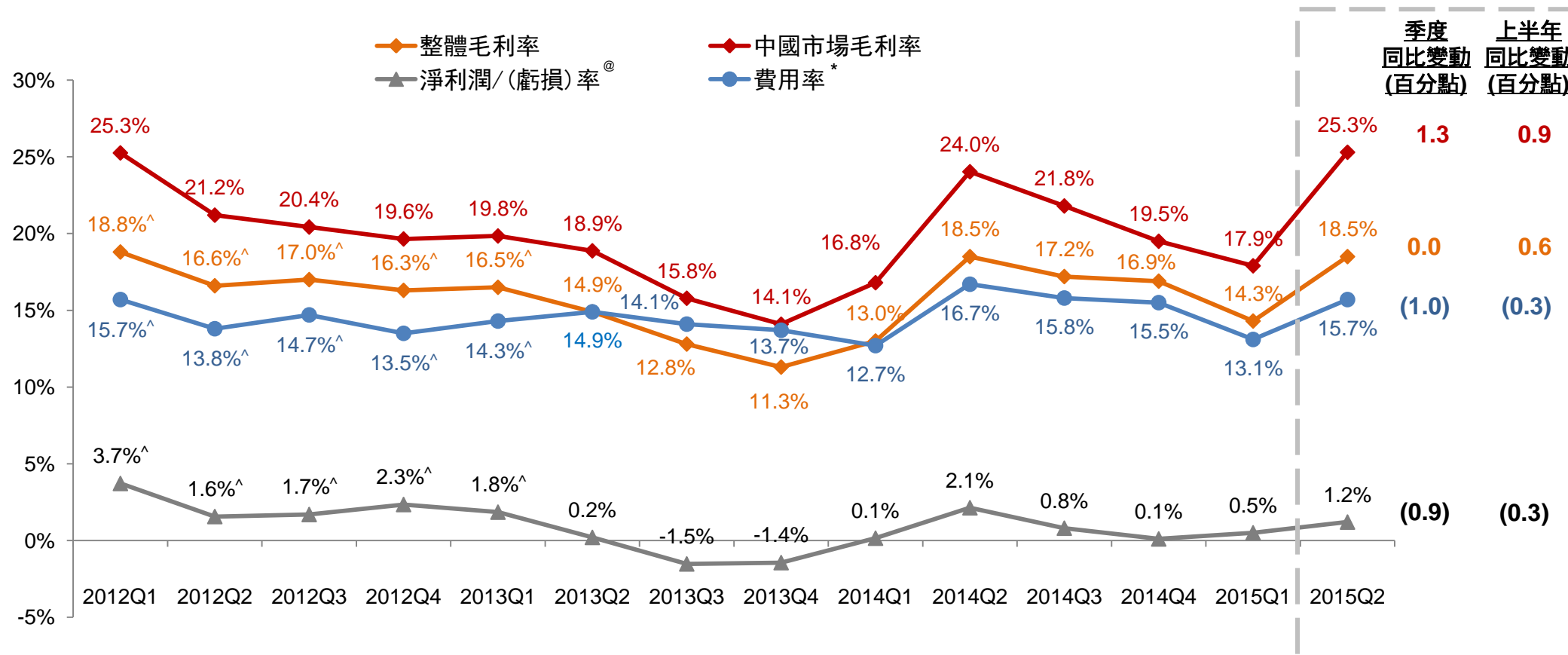
LCD電視機平均售價

LCD電視機平均售價 (按季度)



利潤率及費用率

利潤率及費用率 (按季度)



[^] 經重列

* 費用率 = (銷售及分銷支出+行政支出) / 營業額

◎ 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

	2015年 6月30日	2014年 12月31日	變動
存貨周轉期 (天)*	53	49	+4天
應收賬款周轉期 (天)*	48	42	+6天
應付賬款周轉期 (天)*	68	65	+3天
現金周轉週期 (天)	33	26	+7天
流動比率 (倍)	1.1	1.1	不變
資本負債比率 (總額)(%)**	101.6	90.2	+11.4百分點
資本負債比率 (淨額)(%)***	26.2	10.0	+16.2百分點

* 以上周轉期以12個月平均結餘計算

** 資本負債比率(總額)=計息貸款總額/歸屬於母公司擁有者之權益

*** 資本負債比率(淨額)=淨借貸/歸屬於母公司擁有者之權益。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)	2015年 6月30日		2014年 12月31日		變動
非流動資產	3,288	3,362			(2.2%)
流動資產	18,072	18,120			(0.3%)
- 存貨	4,500	4,055			11.0%
- 現金及銀行結存	3,307	3,379			(2.1%)
流動負債	15,900	15,916			(0.1%)
淨流動資產	2,172	2,204			(1.5%)
非流動負債	727	960			(24.3%)
淨資產	4,733	4,606			2.8%

2. 業務回顧



TCL H8800A-CF 曲面真彩電視機



全球LCD電視機市佔率

排名	品牌	2015年首季度	2014年全年
1	Samsung	20.4%	21.8%
2	LGE	14.8%	14.2%
3	TCL	6.0%	5.4%
4	Hisense	5.8%	5.2%
5	Sony	5.5%	6.5%
6	Skyworth	5.2%	4.1%
7	Haier	3.6%	2.1%
8	Sharp	3.5%	3.2%
9	AOC/TP Vision	3.3%	3.4%
10	Changhong	2.9%	2.8%

中國LCD電視機市佔率

排名	品牌	2015年首季度	2014年全年
1	Skyworth	17.5%	16.3%
2	Hisense	16.7%	16.2%
3	TCL	15.8%	16.0%
4	Changhong	10.1%	10.7%
5	Konka	9.5%	10.2%
6	Haier	9.4%	5.3%
7	Samsung	4.3%	4.9%
8	Sharp	3.4%	3.5%
9	AOC/TP Vision	2.8%	2.1%
10	LGE	1.9%	1.8%

資料來源: DisplaySearch



電視機銷售量

電視機總銷售量(千台)	2015年 上半年度	2014年 上半年度	變動
整體	7,742	7,669	0.9%
- 中國	3,868	3,557	8.8%
- 海外	3,874	4,112	(5.8%)

LCD電視機銷售量(千台)	2015年 上半年度	2014年 上半年度	變動
整體	7,716	7,557	2.1%
其中: LED背光液晶電視機	7,699	7,558	1.9%
智能電視機	2,286	1,412	61.9%
- 中國	3,868	3,557	8.8%
- 海外	3,848	4,000	(3.8%)

中國市場電視機

亮點

- 營業額同比增長13.4%；LCD電視機銷售量同比提升8.8%
- 產品結構改善初現成效，LCD電視機平均售價同比上升4.2%至2,516港元，毛利率由去年同期20.4%上升至21.2%
- 智能電視機銷售量同比增長53.4%至196萬台，佔本集團中國市場LCD電視機銷售量的50.7%
- 曲面電視機市場份額迅速提升，六月份市場佔有率達24.0%*，居國內品牌市場排名第一



*資料來源：奧維

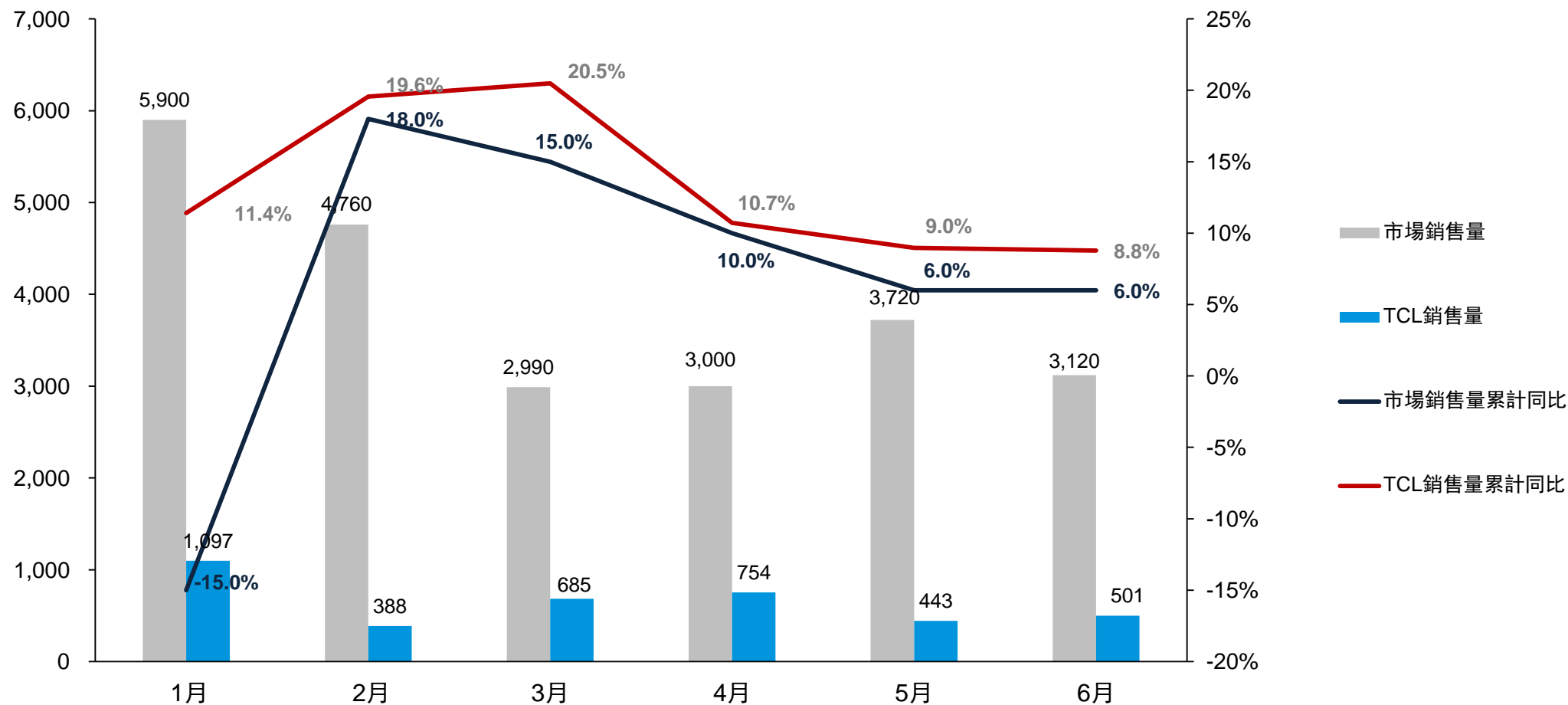
暗點

- 4K電視機銷售量與主要競爭對手仍有差距
- 受銷售渠道拓展的影響，應收賬款周轉期較去年年底延長

2015年上半年中國市場LCD電視機 銷售情況優於市場整體水平

LCD電視機市場月度銷售量及TCL銷售量對比

(千台)

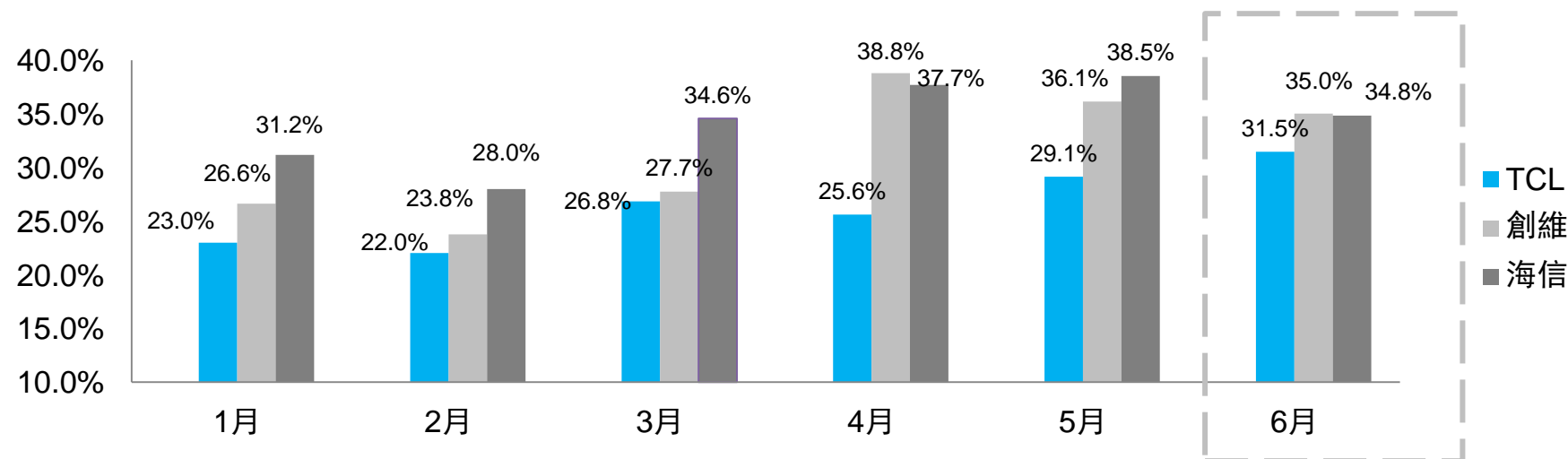


中國市場4K超高清電視機銷售滲透率 與主要競爭對手差距逐步縮小

4K超高清電視機市場份額和平均零售價格對比（2015年1月至6月）

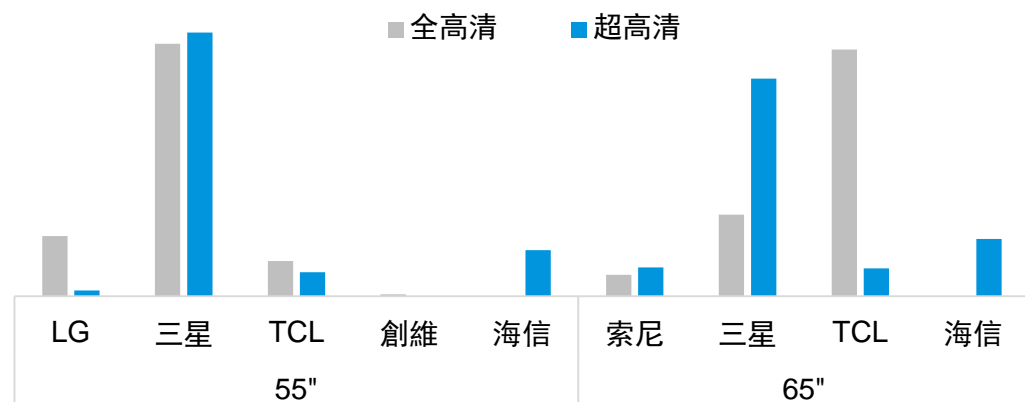
	零售量份額	平均零售價格(人民幣)
海信	20.0%	5,664
創維	15.5%	5,142
TCL	12.5%	5,074

4K超高清電視機市場滲透率對比（2015年1月至6月）

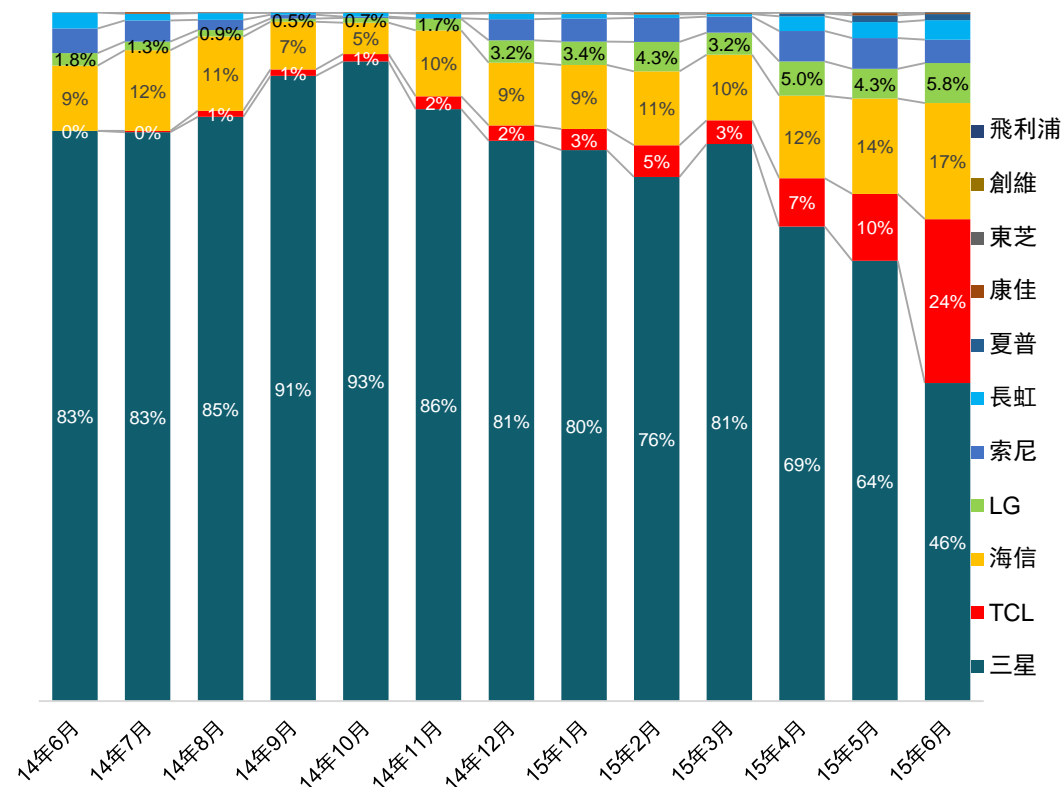


中國曲面電視機市場佔有率居國內品牌第一

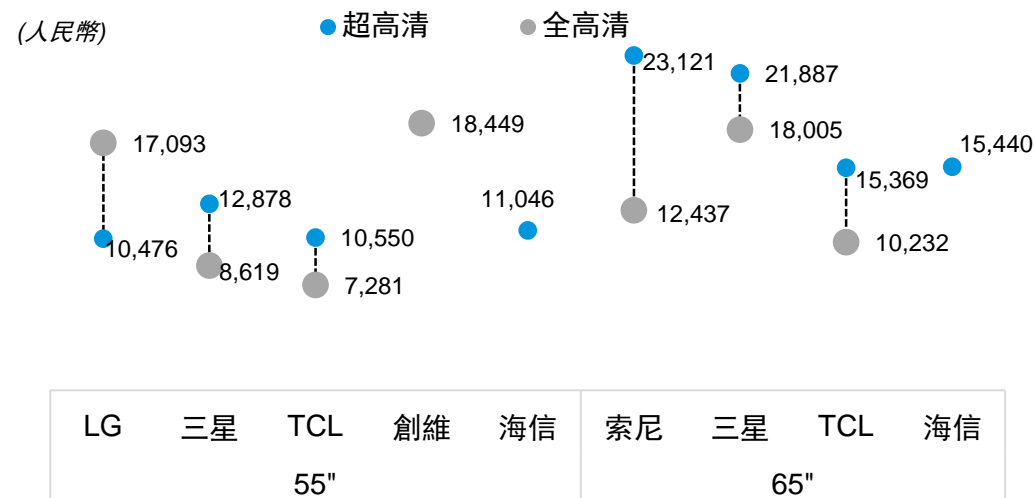
曲面電視機重點品牌分尺寸銷售量佔比



曲面電視機分月度重點品牌佔比



曲面電視機重點品牌分尺寸銷售價格



資料來源：奧維



海外市場電視機業務

亮點

- 啟動TV+戰略，逐步實現擴大內容消費使用者的比例
- 北美市場銷售持續增長，LCD電視機銷售量同比增長123.8%

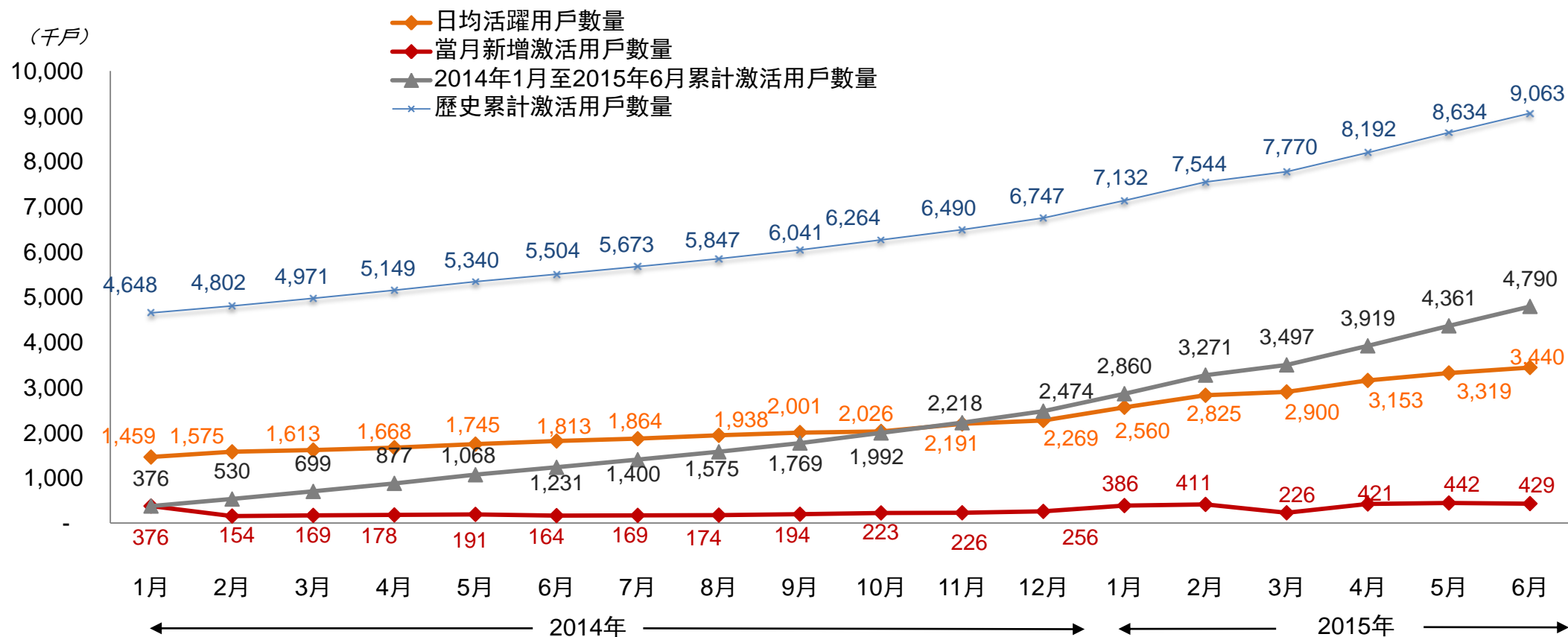
暗點

- 策略ODM業務及新興市場之LCD電視機銷售量同比分別下跌13.3%及1.3%
- 歐洲市場上半年受地區經濟的影響，LCD電視機銷售量較去年同期減少12.8%
- 受歐洲及南美貨幣因素影響，LCD電視機平均售價同比下降2.3%



互聯網業務

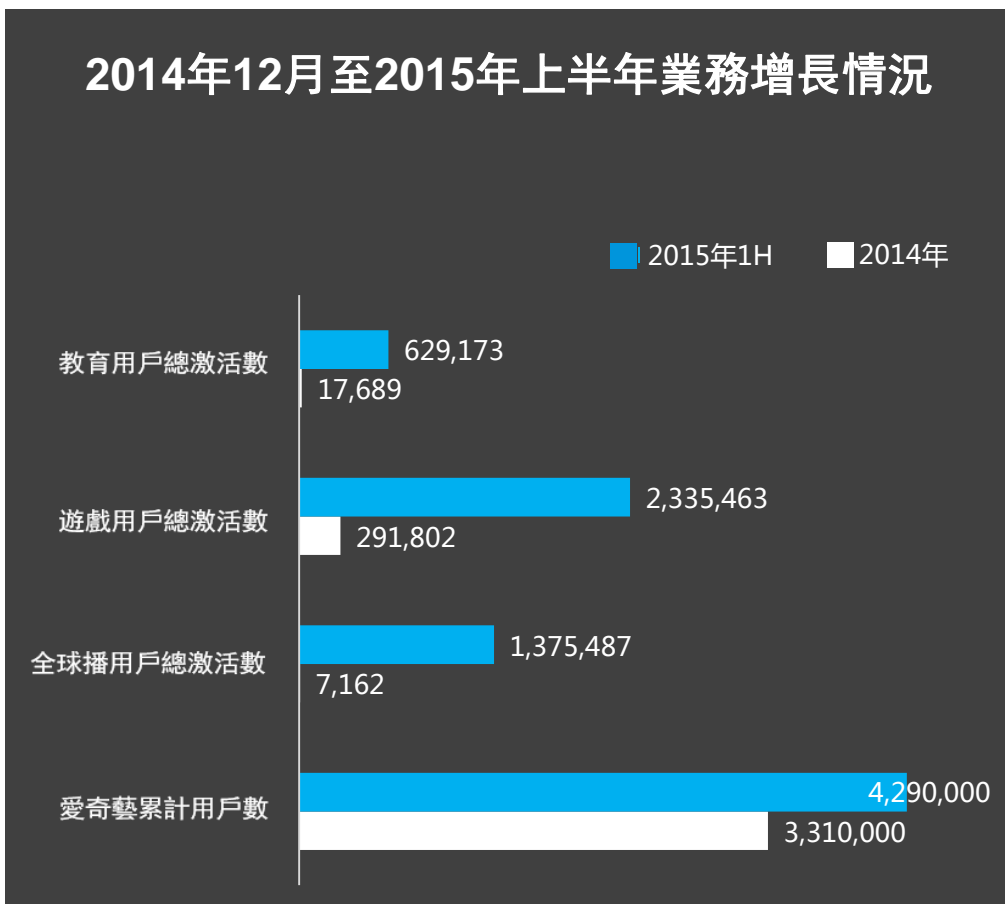
2014年及2015年上半年TCL智能電視機運營情況統計



□ 上半年歷史累計激活用戶數量相比2014年底，增長34.3%，累計增長232萬；其中，Q1增長16.6%；截至6月底，歷史累計激活用戶數量為906.3萬

互聯網業務激活用戶及使用時長快速增長

2014年12月至2015年上半年業務增長情況



視頻*

用戶日均點播次數

2014年

11次

2015年
上半年

14次

日均時長

3.2小時

3.8小時

教育

日均觀看時長

13.6分鐘

43分鐘

遊戲

周內日均遊戲時長

43分鐘

72.5分鐘

* 以愛奇藝內容為例

2015年春季產品發佈會 – Let's ++



3. 未來展望

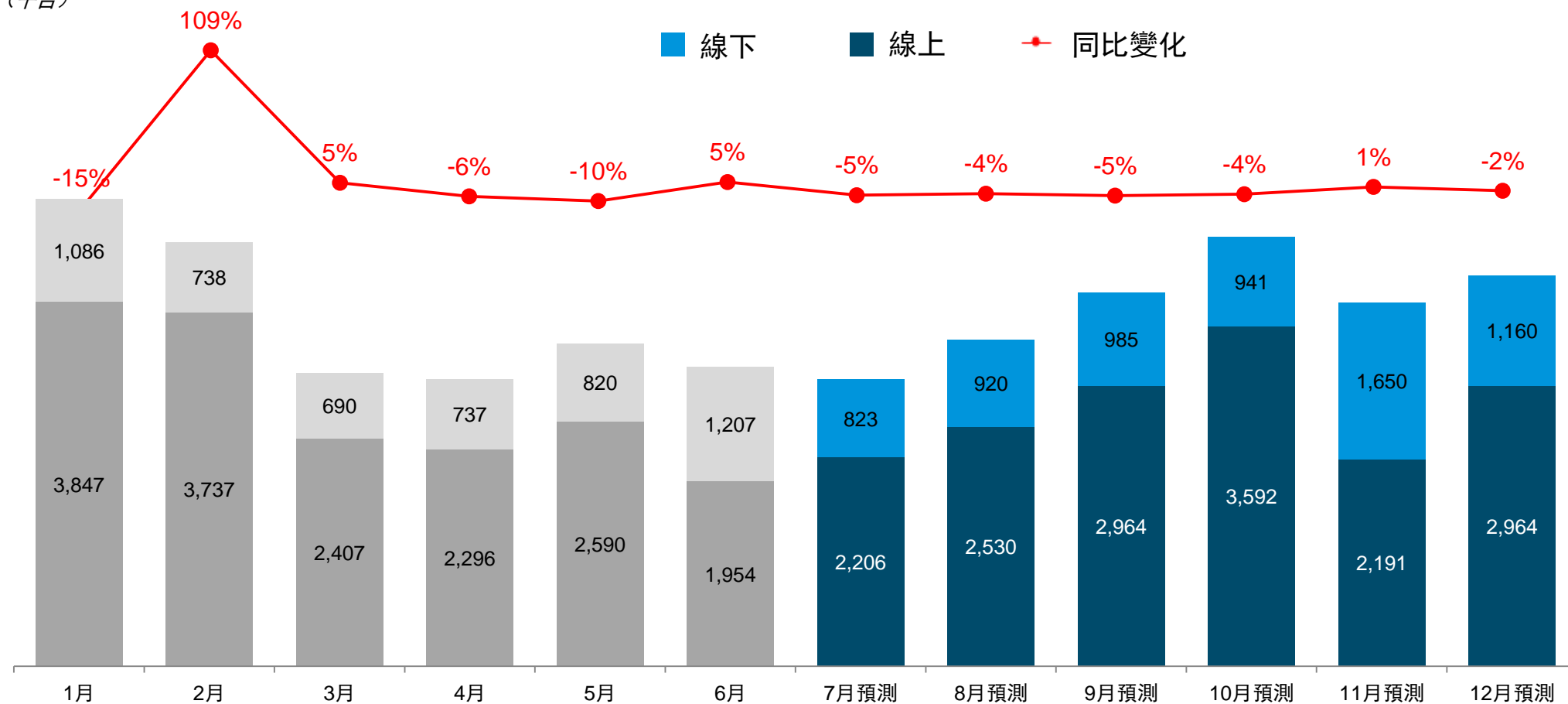


TCL F3800 電視機

2015年下半年市場預測

2015年每月銷售量及預測

(千台)

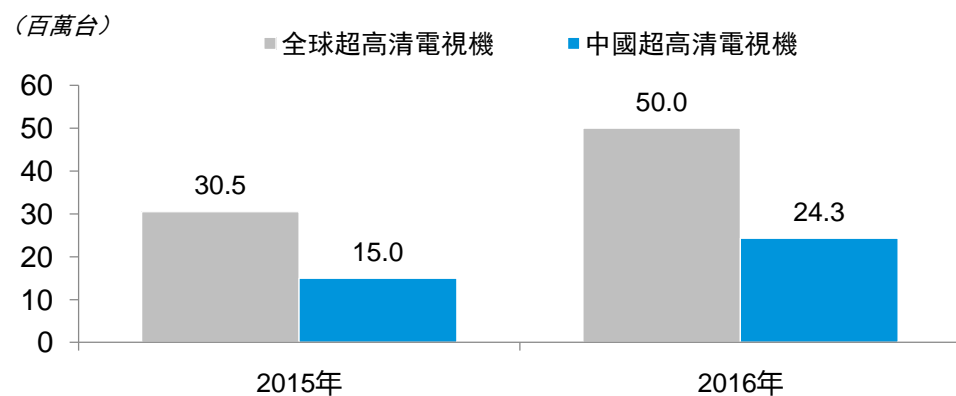


資料來源：奧維

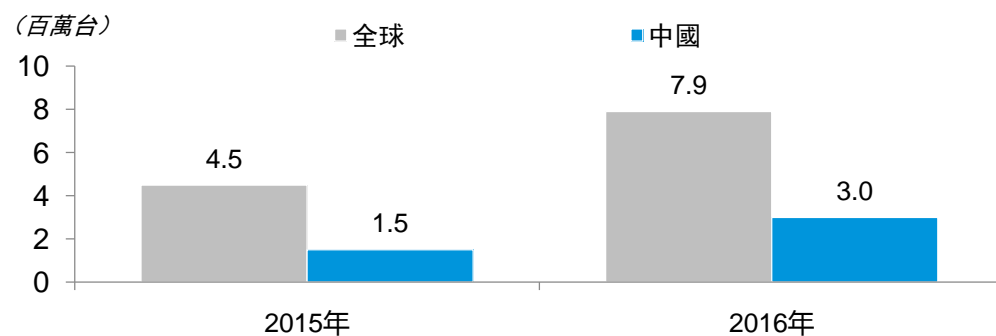
全球及中國曲面電視機、超高清電視機及面板發展趨勢

- 全球超高清面板銷售量3,590萬台、全球超高清電視機銷售量3,050萬台、中國超高清電視機銷售量1,500萬台
- 55"是各面板廠主推尺寸，銷售量比重最高

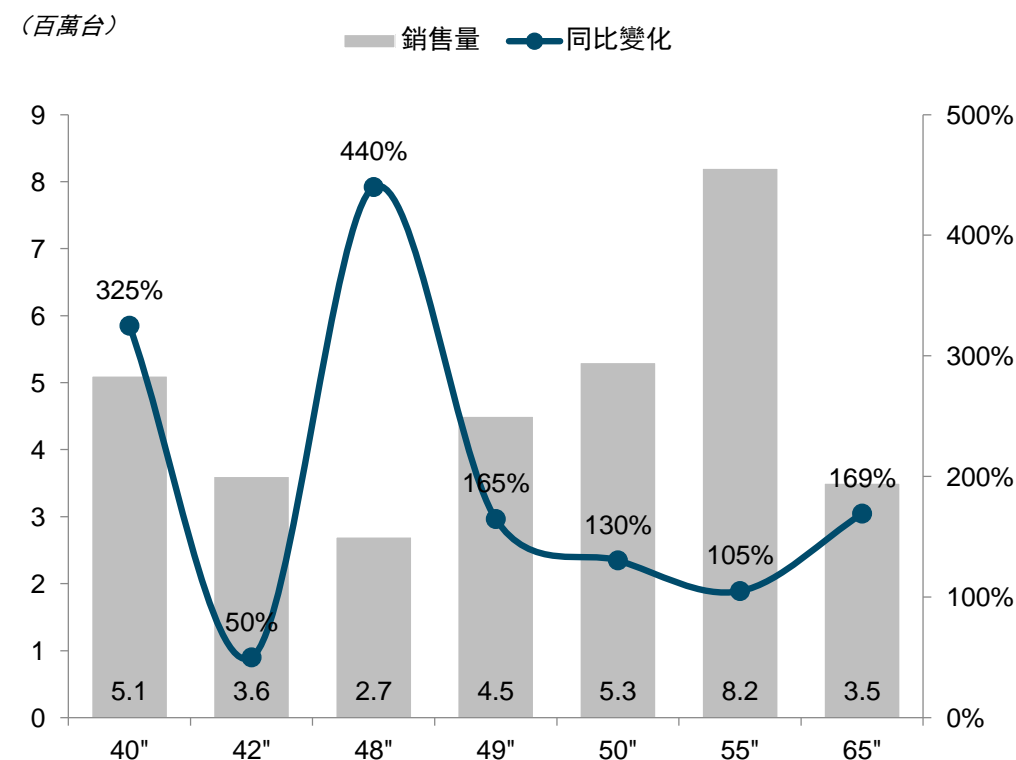
2015-2016年超高清電視機銷售量預測



2015-2016年曲面電視機銷售量預測



2015年超高清面板按尺寸銷售量



整體戰略 - 「雙+」戰略及國際化雙輪驅動

產品策略：

- ✓ 以TV+為主線，確定持續的領先產品戰略，聚焦曲面、大屏幕、超高清、售價人民幣七仟元以上及高色域的中高端產品

互聯網業務：

- ✓ 實現「雙+」戰略轉型，依託智能電視機
- ✓ 實現基於互聯網運營服務的商業模式
- ✓ 建立有競爭力的O2O商業模式

落實「雙+」戰略轉型

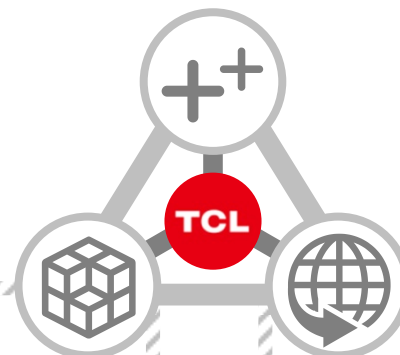
提升效率

運營改善：

- ✓ 持續改善產品結構和銷售管道，調整組織架構，有利於優化決策機制，從而進一步提升運營效率和核心競爭力
- ✓ 通過改善競爭力，恢復中國和海外的業務增長，提高盈利能力

垂直整合：

- ✓ 加強與深圳市華星光電技術有限公司之間的產業聯動，把產業鏈垂直整合的效益最大化



繼續推進國際化

BUS策略：

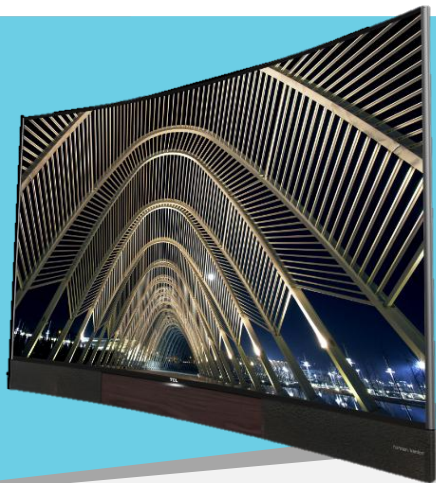
- ✓ 持續調整產品組合和推行「大尺寸、超高清和智能」（BUS）策略，以提高經營效益
- ✓ 增加品牌投入及推廣力度，提升TCL品牌銷售佔比

重點市場突破：

- ✓ 集中資源，聚焦法國、美國、巴西、印度等重點市場的突破
- ✓ 積極與TCL集團股份有限公司其他產業協同，提升TCL品牌影響力

產品策略 - 持續提升研發能力

曲、薄、大



高色域、高動態

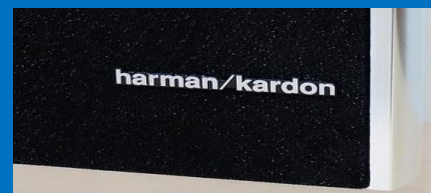


回歸TV本質

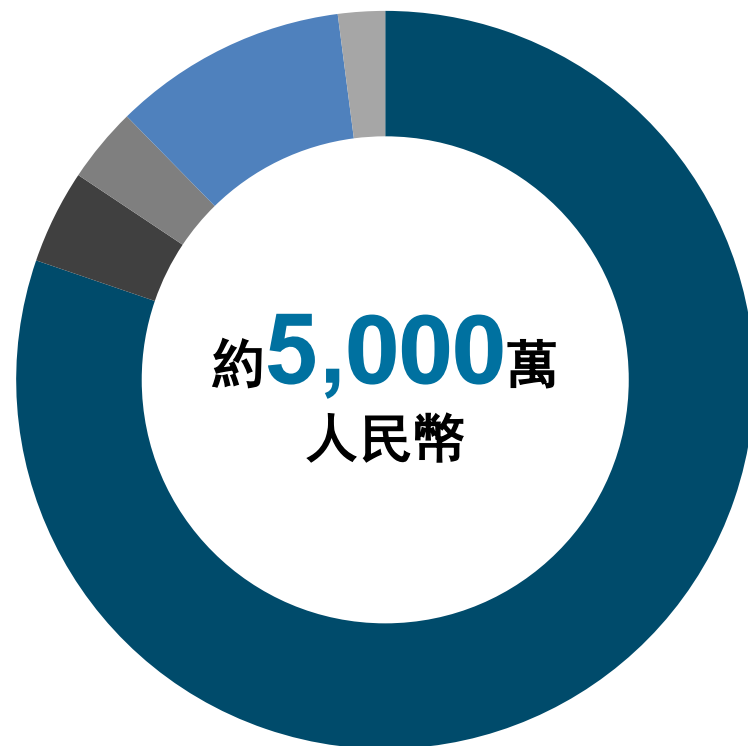
外觀、質感




音質



2015年互聯網業務服務收入目標分佈




(人民幣)

 視頻(包括全球播及廣告) 4,040 萬

 遊戲 200 萬

 教育 160 萬

 生活及應用商店 100 萬

 大數據 500 萬

2015年目標及執行進展

	2014年					2015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	中期 實際	全年 實際	中期 實際		全年目標	中期實際	全年目標	中期實際
LCD電視機銷售量 (萬台)	1,657	851	356	806	400	1,750	870	387 (↑8.8%)	880	385 (↓3.8%)
營業額 (港幣百萬元)	33,526		8,587		6,003	40,500		9,734 (↑13.4%)		5,594 (↓6.8%)

中國市場	2014年 全年實際	2015年 全年目標	2015年 首季度實際	2015年 中期實際
智能電視機銷售量佔比 (%)	41.0%	60%	47.2%	50.7%
4K電視機銷售量佔比 (%)	9.7%	20%	12.5%	13.8%
網上銷售量佔比 (%)	7.8%	15%	11.0%	14.1%

	2014年 全年實際	2015年 全年目標	2015年 首季度實際	2015年 中期實際
TCL智能電視機激活用戶數量 (期末累計數) (年底/季度末) ¹	6,746,610	10,000,000	7,769,780	9,062,871
日均活躍用戶數量 (年底/月底) ²	2,268,959	4,200,000	2,899,924 ³	3,440,254 ⁴
互聯網業務服務收入 (人民幣)	不適用	約50,000,000	1,393,700	2,470,000

1. TCL智能電視機激活用戶數量(期末累計數)=累計啟動電視終端數目

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3月份數據

4. 2015年6月份數據

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

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

提問

