



(請即時發佈)

TCL 多媒體公佈 2015 全年業績

* * * * *

營業額同比增長 1.5%至 340.2 億港元

中國市場 LCD 電視機及智能電視機銷售量同比分別增長 2.4%及 33.9%
與樂視合作實現用戶、產業和企業價值優勢互補

該集團截至二零一五年十二月三十一日止年度業績回顧

- 該集團 LCD 電視機銷售量 1,734 萬台，同比增長 4.6%。中國市場 LCD 電視機銷售量同比增加 2.4%至 871 萬台；海外市場 LCD 電視機銷售量同比增加 7.0%至 863 萬台。
- 該集團實現營業額 340.2 億港元，同比增長 1.5%。毛利同比上升 4.5%至 57.5 億港元，毛利率由去年同期 16.4%上升至 16.9%。經營溢利 2.8 億港元，除稅後淨利潤 1,014 萬港元。母公司擁有人應佔溢利為 2,581 萬港元。每股基本盈利為 1.94 港仙。
- 產品結構不斷優化，高端產品佔比持續提升。中國市場智能電視機銷售量同比增加 33.9%，佔該集團中國市場 LCD 電視機銷售量的 53.7%。中國市場 4K 電視機銷售量達 173 萬台，佔該集團中國市場 LCD 電視機銷售量的 19.9%；中國市場曲面電視機市場佔有率為 17.5%，保持國內品牌市場排名第一（資料來源：北京中怡康時代市場研究有限公司（「中怡康」））。
- 該集團 TCL 智能電視機歷史累計激活用戶總數量為 11,924,856，二零一五年十二月日均活躍用戶數量為 4,800,723（資料來源：廣州歡網科技有限責任公司）。
- 根據 IHS Technology 最新資料及公司數據，該集團二零一五年全球 LCD 電視機市場佔有率為 5.56%，名列第三；根據中怡康報告顯示，中國 LCD 電視機市場佔有率則為 14.04%，排名第三。

（二零一六年三月二十三日，香港） – **TCL 多媒體科技控股有限公司**（「TCL 多媒體」或「該集團」，香港聯交所股份編號：01070）今天公佈截至二零一五年十二月三十一日止年度之已審核全年綜合業績。

業務回顧

於年內，全球經濟復蘇乏力，中國經濟增長放緩，整體市場需求下滑。面對嚴峻的市場環境，該集團積極改善產品結構和運營效率，於第四季度取得顯著成效，毛利得到明顯改善。二零一五年該集團營業額 340.2 億港元，同比增長 1.5%。毛利同比上升 4.5%至 57.5 億港元，毛利率由去年同期 16.4%上升至 16.9%。經營溢利 2.8 億港元，除稅後淨利潤 1,014 萬港元。母公司擁有人應佔溢利為 2,581 萬港元。每股基本盈利為 1.94 港仙。





於第四季度，該集團實現營業額 95.7 億港元，同比下降 3.5%。毛利率較去年同期上升 4.2 個百分點至 21.1%。經營溢利 4.5 億港元，除稅後淨利潤 3.3 億港元。母公司擁有者應佔溢利為 3.3 億港元。每股基本盈利為 24.62 港仙。

根據 IHS Technology 最新資料及公司數據，該集團二零一五年全球 LCD 電視機市場佔有率為 5.56%，名列第三；根據中怡康報告顯示，中國 LCD 電視機市場佔有率則為 14.04%，排名第三。

於年內，該集團宣佈引入樂視致新電子科技（天津）有限公司（「樂視」）為戰略投資者，樂視同意以每股 6.50 港元認購該公司 348,850,000 股股份，佔配發及發行認購股份後擴大的股份總數約 20.1%。雙方未來將圍繞客廳互聯網的大屏幕用戶，探索創新產品的共同研發、優質內容和垂直服務領域的用戶聯合營運及打通用戶價值變現體系。

中國市場

該集團中國市場二零一五年 LCD 電視機銷售量同比增長 2.4% 至 871 萬台，營業額同比增加 2.4% 至 209.6 億港元，毛利率由去年同期 20.6% 上升至 20.9%。其中，於第四季度產品結構持續優化，以及運營效率得以改善，LCD 電視機毛利率顯著提升，由去年同期 19.8% 上升至 24.6%。

- 智能電視機銷售量同比增長 33.9% 至 468 萬台，佔該集團中國市場 LCD 電視機銷售量的 53.7%，其中 TCL 品牌智能電視機銷售量佔 TCL 品牌電視機銷售量的 61.5%。
- 4K 電視機銷售量達 173 萬台，佔該集團中國市場 LCD 電視機銷售量的 19.9%。
- 曲面電視機市場佔有率為 17.5%，保持國內品牌排名第一（資料來源：中怡康）。
- 55 吋或以上產品銷售量佔中國市場 LCD 電視機比重，從二零一四年的 9.2% 提升至二零一五年的 16.6%。

海外市場

於年內，該集團海外市場 LCD 電視機銷售量同比提升 7.0% 至 863 萬台，營業額同比上升 5.0% 至 128.7 億港元，毛利率由去年同期 10.6% 下降至 10.3%。

- 新興市場 LCD 電視機銷售量較去年同期增長 8.1% 至 171 萬台。
- 北美市場進一步拓展全國性主流銷售渠道，LCD 電視機銷售量同比提升 180.2%。
- 歐洲市場 LCD 電視機銷售量較去年同期減少 7.1% 至 85 萬台。
- 策略 ODM 業務 LCD 電視機銷售量較去年同期下跌 2.9% 至 506 萬台。

第四季度海外市場整體 LCD 電視機銷售量同比上升 12.8% 至 219 萬台，營業額同比上升 8.6% 至 33.1 億港元，毛利率由去年同期 10.5% 增長至 13.7%，其中新興市場的產品結構改善明顯，LCD 電視機銷售量同比提升 16.4%。

互聯網業務

該集團在二零一五年繼續推進「雙+」戰略轉型，積極搭建 TCL TV+服務生態圈，與互聯網服務供應商促進強強聯合。

- 視頻業務共有 766.0 萬用戶；日均點播次數從二零一四年的 11 次增長至二零一五年的 20.2 次，日均觀看時長由 3.2 小時增長至 4.4 小時。
- 遊戲業務共有 438.4 萬用戶；日均使用時長從二零一四年的 43 分鐘增長至二零一五年的 70 分鐘。
- 教育業務共有 152.4 萬用戶；日均觀看時長從二零一四年的 13.6 分鐘增長至二零一五年的 50 分鐘。
- 生活業務於二零一五年七月底上線；累計用戶達 110.0 萬。

該集團二零一五年互聯網業務實現收入約人民幣 4,300 萬元，主要集中在視頻業務，二零一六年該集團整體互聯網服務收入目標約人民幣 1 億元。

展望

展望二零一六年，預期中國以至全球經濟面臨不少挑戰，市場競爭將會更加激烈。

TCL多媒體首席執行官薄連明先生表示：「我們致力提高四項核心競爭力，包括產品技術能力、工業能力、品牌及全球化能力及互聯網應用服務能力，提升運營效率，以進一步鞏固和提高電視機市場份額。同時，我們也將繼續加快轉型和升級，推動『雙+』和國際化雙輪驅動的戰略轉型。通過與樂視的戰略合作，我們期望有利雙方在用戶、產業和企業價值實現優勢互補。總括而言，我們將充分利用 TCL集團股份有限公司的資源和市場優勢，積極提升企業競爭力，為股東創造長遠的企業價值和回報。」

該集團於年內按區域劃分電視機銷售量以及 TCL 智能電視機用戶數量如下：

	二零一五年 (千台)	二零一四年 (千台)	變動
LCD電視機	17,343	16,574	4.6%
其中：LED 背光液晶電視機	17,320	16,517	4.9%
智能電視機	6,265	3,755	66.8%
— 中國市場	8,715	8,509	2.4%
— 海外市場	8,628	8,065	7.0%
電視機總銷售量	17,378	16,739	3.8%

	截至二零一五年 十二月三十一日 歷史累計	二零一五年 十二月	二零一四年 十二月	變動	二零一五年	二零一四年	變動
TCL 智能電視機激活用戶 數量 ⁽¹⁾	11,924,856	483,653	256,259	88.7%	4,558,404	2,474,271	84.2%
日均活躍用戶數量 ⁽²⁾	不適用	4,800,723	2,268,959	111.6%	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。

有關 TCL 多媒體

TCL 多媒體科技控股有限公司（香港聯交所股份代號：01070）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，致力於成為「全球化娛樂科技企業」，為用戶提供一體化的娛樂解決方案。根據 IHS Technology 最新資料及公司數據，該集團二零一五年全球 LCD 電視機市場佔有率為 5.56%，名列第三；根據中怡康報告顯示，中國 LCD 電視機市場佔有率則為 14.04%，排名第三。如欲查詢更多資料，請瀏覽其網頁：<http://multimedia.tcl.com>。

此新聞稿由基石傳訊有限公司代表 TCL 多媒體發佈，如欲索取進一步資料，請聯絡：

基石傳訊有限公司

楊嘉茵 / 寇文樂 / 石亭

電話：(852) 2903 9293 / 2903 9285 / 2903 9283

傳真：(852) 2887 1712

電郵：tcl.multimedia@cornerstonescom.com