



(請即時發佈)

TCL 多媒體公佈 2017 全年業績

* * * * *

產品力品牌力大幅提升

營業額首次突破 400 億港元 創歷史新高

母公司擁有人應佔溢利同比大幅增長 345.7%至 8.15 億港元 五年以來最高

截至 2017 年 12 月 31 日止年度財務摘要

(港幣百萬元)	2017 年 全年	2016 年 全年	變動	2017 年 第四季度	2016 年 第四季度	變動
營業額	40,822	33,361	22.4%	12,574	9,686	29.8%
毛利率 (%)	15.4	17.4	(2.0 百分點)	16.6	18.2	(1.6 百分點)
費用率 (%)	13.1	15.1	(2.0 百分點)	12.6	14.3	(1.7 百分點)
母公司擁有人應佔溢利	815	183*	345.7%	305	36*	751.2%
EBITDA [®]	1,276	536*	138.2%	518	106*	389.6%
每股基本盈利 (港仙)	47.43	11.40 [^]	316.1%	17.70	2.10 [^]	742.9%
建議每股末期股息 (港仙)	15.07 [#]	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用

附註：

[®] EBITDA 定義為扣除融資成本、所得稅、折舊及攤銷前的盈利，並不包括該集團分佔合資公司及聯營公司的損益

* 基於謹慎原則，在期內對節能補貼應收款作全額 1.7 億港元撥備

[^] 經重列

[#] 年度總派股息為每股 18.97 港仙，派息率 40%，考慮期後因供股增加股份，實際分紅比例為 51%

(二零一八年三月二十九日，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) 今天公佈截至二零一七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

二零一七年，在競爭激烈的 TV 市場，該集團堅持變革創新、優化組織流程、提升經營效率、發揮集團產業協同優勢、深化國際化戰略，產品力和品牌力大幅提升，實現了高品質的增長：全年 TV 銷量突破 2,300 萬台，同比增長 16.4%，超額完成全年銷售目標，中國市場表現優於行業平均水準，海外市場表現持續亮眼，北美和巴西市場均翻倍增長。TCL 在中國和全球的市場佔有率持續提升，根據 IHS Technology 最新資料及公司出貨量數據，該集團二零一七年全球 LCD 電視機市場佔有率為 10.9%，名列第三；根據中怡康全渠道數據顯示，該集團二零一七年中國 LCD 電視機市場佔有率則為 11.9%，排名第三。

二零一七年，該集團營業額首次突破 400 億港元，同比上升 22.4%至 408.2 億港元，創歷史新高。毛利較去年同期增長 8.3%至 63.0 億港元，雖然受屏價上漲及業務區域佔比變化的影響，全年毛利率由去年同期

的 17.4% 下跌至 15.4%，但在堅持推進產品創新及結構升級的努力下，以及受益於下半年屏價回落，第四季度毛利率由第三季度的 14.2% 迅速回升至 16.6%。全年費用率由去年同期的 15.1% 下降至 13.1%，連續八個季度持續下降，達自二零零三年以來最低水平。經營溢利為 10.5 億港元，除稅後淨利潤為 8.0 億港元。母公司擁有人應佔溢利較去年同期大幅增長 345.7% 至 8.15 億港元（包括雷鳥科技完成增資後的一次性收益 2.2 億港元），為五年以來最高。每股基本盈利為 47.43 港仙。董事會建議派發末期股息每股 15.07 港仙（二零一七年年中期派股息為每股 3.90 港仙及年度總派股息為 18.97 港仙）。

通過對科技的持續投入以及產品力的大幅提升，該集團實現逆勢增長，盈利大幅顯著提升，主要由於：

1. 全年銷售量及銷售額大幅增長，得益於該集團長期堅持的垂直一體化產業鏈整合優勢，中國市場表現優於行業平均水平，海外市場尤其北美及巴西市場表現亦亮眼；
2. 產品力大幅提升，產品結構持續改善，品牌價格指數顯著上升；
3. 受益於下半年屏價回落，整體毛利率包括中國區毛利率於第四季度回升；
4. 持續組織精簡，降本增效，整體費用率持續下降；
5. 雷鳥科技引入騰訊數碼（深圳）有限公司為第二大股東，完成增資後錄得一次性收益。

中國市場

銷售表現優於行業平均水平：該集團堅持精品戰略，持續優化產品組合，產品力持續提升，二零一七年年第四季度銷售量顯著回升，同比增幅達 15.9%。全年 LCD 電視機銷售量同比僅微跌 2.7% 至 916 萬台，表現遠優於行業平均水平。得益於產品力的提升，TCL 的中國市場品牌價格指數持續提升，根據中怡康報告，2017 年 11 月、12 月分別上升至 104 和 108，躍居第一。

營業額同比提升：由於產品結構改善和 LCD 電視機平均售價提升，二零一七年年全年 LCD 電視機營業額同比上升 3.1% 至 197.7 億港元，其中第四季營業額同比提升 11.4% 至 64.2 億港元。

平均售價升幅高於行業平均水平：該集團 LCD 電視機平均售價（不包括 ODM 業務）以人民幣計算同比提升 15.6%。

毛利率於第四季度回升：雖然受屏價格上漲的影響，LCD 電視機毛利率（不包括 ODM 業務）同比下跌 2.0 個百分點至 21.8%，但第四季度的毛利率由第三季度的 20.3% 大幅上升至 22.6%，主要得益於產品結構改善及自第三季度以來面板價格回落。

隨著產品結構不斷優化，二零一七年年中高端產品佔比進一步提升（以下數據均不包括 ODM 業務）。

- 智能電視機銷售量達 557 萬台，佔 LCD 電視機銷售量比重由二零一六年的 66.1% 上升至二零一七年的 76.3%。
- 4K 電視機銷售量達 311 萬台，佔 LCD 電視機銷售量比重由二零一六年的 36.3% 上升至二零一七年的 42.7%。
- 曲面電視機線下市場佔有率達 33.6%，保持排名第一（資料來源：中怡康）。曲面電視機銷售量同比增加 27.3% 至 108 萬台，佔 LCD 電視機銷售量比重由二零一六年的 10.9% 提升至二零一七年的

14.8%。

- 電視機平均銷售呎吋由去年同期的 44.3 吋提升至 45.8 吋。

海外市場

二零一七年，該集團 LCD 電視機銷售量同比提升 33.5% 至 1,407 萬台，營業額同比上升 50.5% 至 209.5 億港元。二零一七年第四季度海外市場的 LCD 電視機銷售量和營業額均顯著提升，同比增幅分別達 44.7% 至 400 萬台和 63.5% 至 61.6 億元，成為該集團重要的發展引擎。二零一八年該集團簽約內瑪爾作為 TCL 全球品牌大使，這必將進一步助推 TCL 品牌的全球化、年輕化。

在新興市場業務拓展方面，該集團於二零一七年十一月宣佈與阿根廷最大電子消費產品及家用電器生產商及分銷商之一的 RV 訂立認購協議，成立合資公司，希望通過合資公司所帶來之協同效益及互補作用，提升 TCL 品牌在阿根廷的知名度及擴大市場份額。

二零一七年海外市場表現：

- 北美市場 LCD 電視機銷售量同比大幅提升 131.5%，實現翻倍增長。該集團積極拓展銷售渠道，完成北美六大主流渠道的全覆蓋，在北美市場份額持續提升，二零一七年全年銷售量市場排名由二零一六年的第六位上升至第四位（數據來源：NPD）。
- 新興市場 LCD 電視機銷售量同比增長 21.5%，其中巴西市場表現亮麗，銷售量同比增長 149.6%。

該集團高端產品（不含 ODM 業務）按銷售量佔比持續提升：

- 55 吋及以上電視機佔比由二零一六年的 14.8% 上升至二零一七年的 20.6%。
- 4K 電視機佔比由二零一六年的 14.8% 上升至二零一七年的 26.4%。
- 智能電視機銷量佔比由二零一六年的 58.2% 上升至二零一七年的 77.6%。

互聯網業務

截至二零一七年十二月三十一日，該集團 TCL 智能電視機歷史累計激活用戶總數量為 23,536,522，二零一七年十二月日均活躍用戶數量為 10,809,751（資料來源：「廣州歡網」）。雷鳥平台運營能力持續增強，持續擴大用戶規模，增加用戶粘性，提高平台商業價值，形成以廣告和會員業務為支柱，開拓數據增值服務等多元化收入的發展模式。

- 視頻業務共有 2,197 萬用戶，較二零一六年同比提升 26.3%；
- 付費用戶數量達 205 萬，較二零一六年同比提升 199.0%；
- 用戶日均開機時長達 4.9 小時，同比增長 16%，用戶粘性增強。

該集團二零一七年互聯網各業務商業模式轉化進程加快，視頻付費及會員業務的佔比和絕對值顯著上升，廣告收入佔比下降，收入結構持續優化，體現集團互聯網業務商業變現能力顯著增強，實現業務收入約人民幣 1.4 億元，同比大幅增長 94.6%。

展望

TCL 多媒體首席執行官王成先生表示：「TCL 多媒體將更名為 TCL 電子，以更好地反映公司未來業務多元化發展的方向。我們將在鞏固和提升現有電視機業務的同時，積極開展多元化業務，通過投資、併購及重組等方式，陸續開拓智能 AV、智能家居等業務，打開新的業務增長空間。我們亦將整合 TCL 集團內外部優質家電業務資產，進一步加強在產品技術、產業鏈、品牌推廣、國際業務的聯動，實現集團優勢的最大化發揮，致力成為消費及家庭電子產品的國際領先品牌。」

該集團於年內按區域劃分 LCD 電視機銷售量以及 TCL 智能電視機用戶數量如下：

	二零一七年 (千台)	二零一六年 (千台)	變動
LCD電視機	23,231	19,956	16.4%
整體			
- 中國市場	9,164	9,415	(2.7%)
- 海外市場	14,068	10,541	33.5%
其中：智能電視機	15,094	10,593	42.5%
4K電視機	5,805	3,977	46.0%

^ 經重列

	截至二零一七年 十二月三十一日 歷史累計	二零一七年 十二月	二零一六年 十二月	變動	二零一七年	二零一六年	變動
TCL智能電視機激活用戶數量⁽¹⁾	23,536,522	634,475	606,989	4.5%	6,247,088	5,364,578	16.5%
日均活躍用戶數量⁽²⁾	不適用	10,809,751	7,473,240	44.7%	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

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，積極構建智能電視機的全生態圈，為用戶提供極緻體驗的智能產品和服務。根據 IHS Technology 最新資料及公司出貨量數據，該集團二零一七年全球 LCD 電視機市場佔有率為 10.9%，名列第三。根據中怡康全渠道數據顯示，二零一七年中國 LCD 電視機市場佔有率則為 11.9%，排名第三。該集團被納入深港通之合資格港股通股份名單。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 多媒體科技控股有限公司** 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 / 陳承 / 錢橙

電話：(852) 2903 9293 / 2903 9285 / 2903 9299 / 2903 9282

傳真：(852) 2887 1712

電郵：tcl.multimedia@cornerstonescom.com