

**TCL**

**TCL多媒體科技控股有限公司**

**TCL MULTIMEDIA TECHNOLOGY HOLDINGS LIMITED**

股份代號：01070



# 2016年首三季度業績報告

(截至9月30日止9個月財務業績為未經審核之資料)

1

財務摘要

---

2

業務回顧

---

3

未來展望

---

# 財務摘要

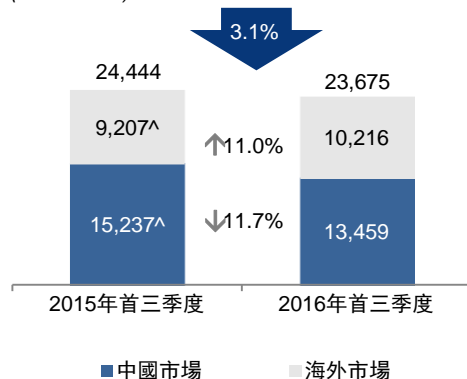


# 財務摘要 (截至2016年9月30日止9個月及3個月)



## 營業額

(港幣百萬元)

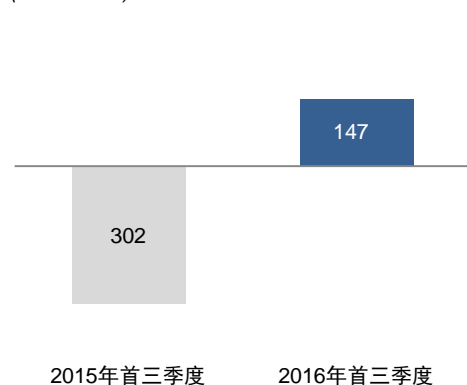


(港幣百萬元)

	2016年 首三季度	2015年 首三季度	變動	2016年 第三季度	2015年 第三季度	變動
營業額	<b>23,675</b>	24,444	(3.1%)	<b>9,448</b>	9,047	4.4%
毛利	<b>4,049</b>	3,730	8.6%	<b>1,579</b>	1,226	28.8%
毛利率 (%)	<b>17.1</b>	15.3	1.8百分點	<b>16.7</b>	13.6	3.1百分點
費用率 (%)	<b>15.4</b>	15.2	0.2百分點	<b>14.7</b>	16.8	(2.1百分點)
除稅後淨利潤/(虧損)	<b>137</b>	(319)	不適用	<b>49</b>	(441)	不適用
除稅後淨利潤/(虧損)率 (%)	<b>0.6</b>	(1.3)	1.9百分點	<b>0.5</b>	(4.9)	5.4百分點
母公司擁有人應佔溢利/(虧損)	<b>147</b>	(302)	不適用	<b>52</b>	(438)	不適用
每股基本盈利/(虧損) (港仙)	<b>9.68</b>	(22.76)	不適用	<b>3.15</b>	(32.91)	不適用

## 母公司擁有人應佔溢利/(虧損)

(港幣百萬元)

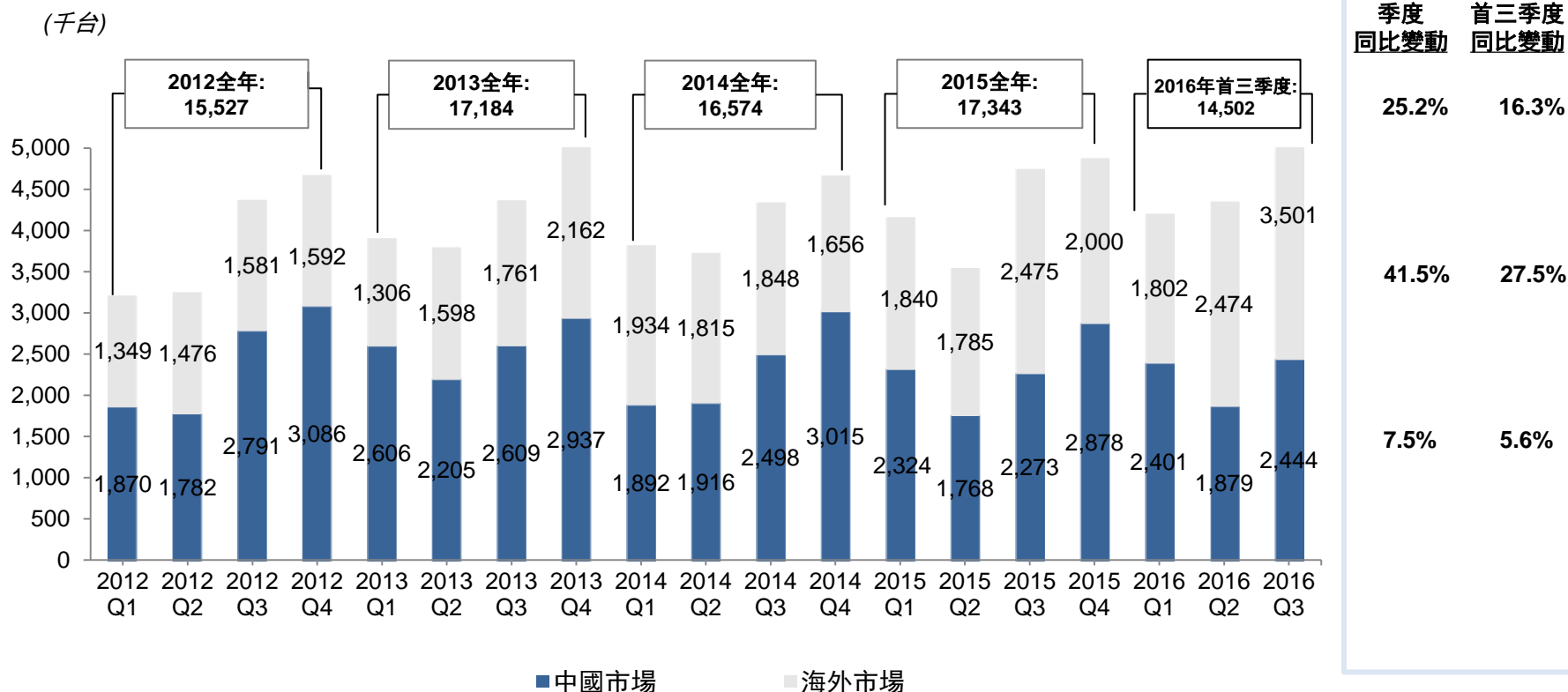


<sup>^</sup> 經重列

# LCD電視機銷售量



## LCD電視機銷售量 (按季度)

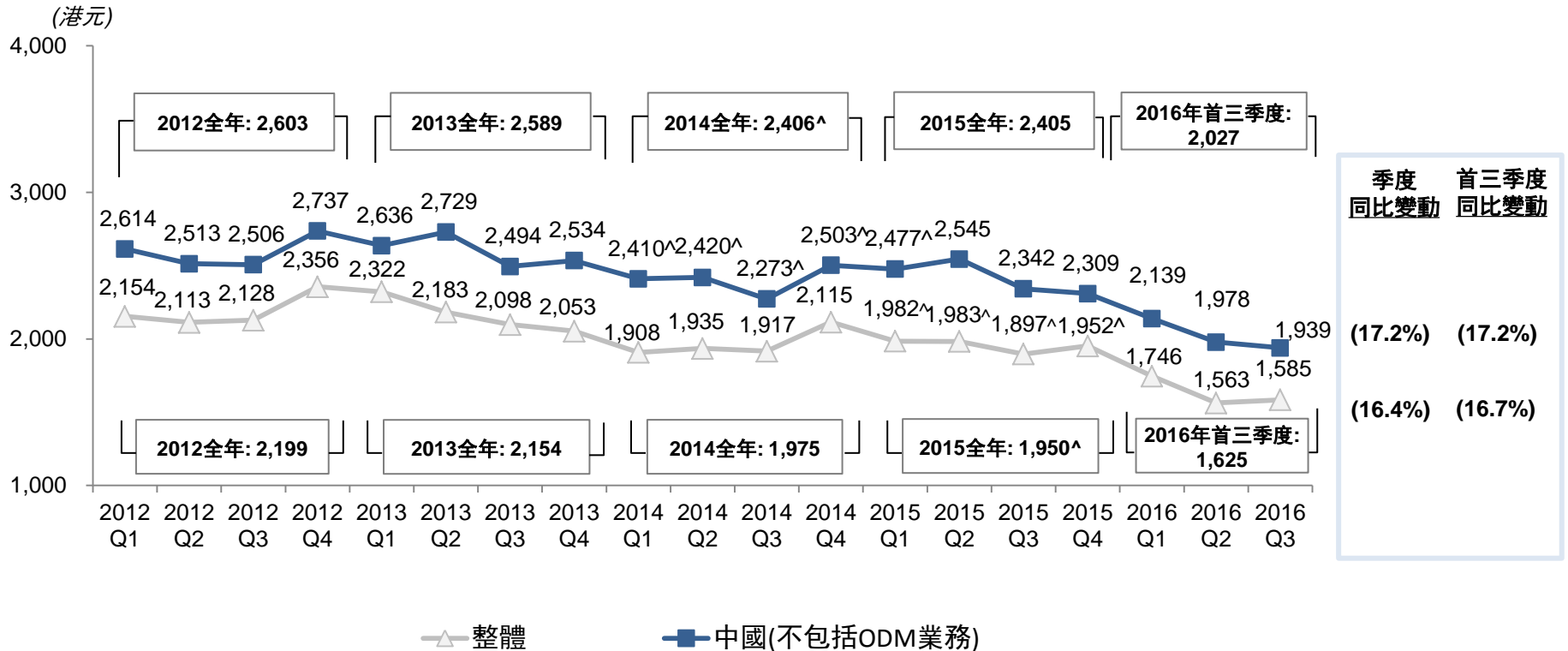


- 2012Q1至2015Q4各季度中國市場及海外市場銷售量經重列

# LCD電視機平均售價



## LCD電視機平均售價 (按季度)



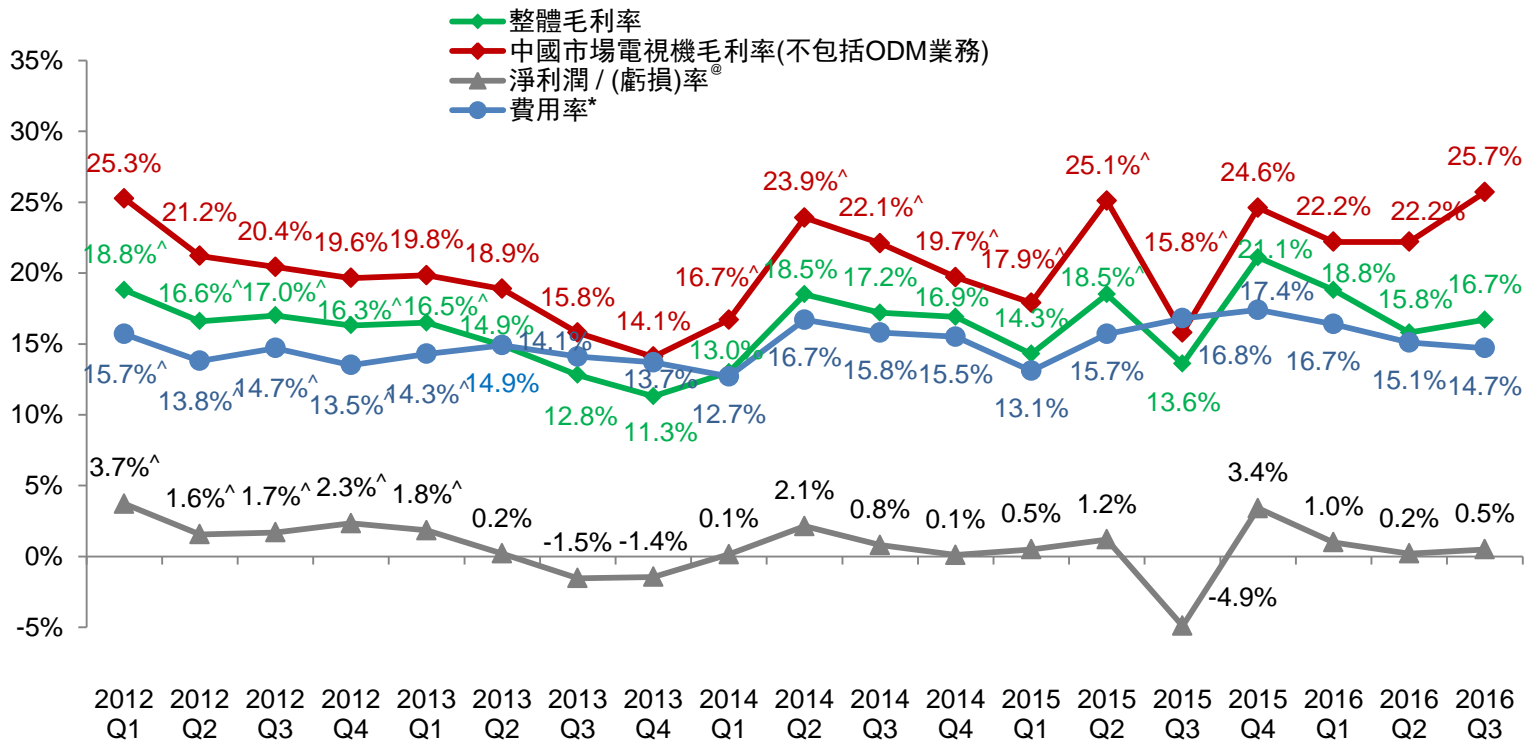
- 受人民幣兌港元平均匯率持續貶值及面板價格波動的影響，產品平均售價同比下降

<sup>^</sup>經重列

# 利潤率及費用率



## 利潤率及費用率 (按季度)



Quarter	QoQ Change (Percentage Points)	Q3 Cumulative Change (Percentage Points)
2016 Q3	9.9	4.1
2016 Q3	3.1	1.8
2016 Q3	(2.1)	0.2
2016 Q3	5.4	1.9

<sup>^</sup> 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



	2016年 9月30日	2015年 12月31日	變動
存貨周轉期 (天) <sup>1</sup>	44	52	(8天)
應收賬款周轉期 (天) <sup>1</sup>	60	54	6天
應付賬款周轉期 (天) <sup>1</sup>	74	65	9天
現金周轉週期 (天)	30	41	(11天)
流動比率 (倍)	1.3	1.2	0.1倍
資本負債比率 (總額)(%) <sup>2</sup>	20.9	60.6	(39.7百分點)
資本負債比率 (淨額)(%) <sup>3</sup>	0 <sup>4</sup>	7.2	(7.2百分點)

<sup>1</sup> 以上周轉期以12個月平均結餘計算

<sup>2</sup> 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

<sup>3</sup> 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

<sup>4</sup> 於2016年9月30日, 本集團之現金及銀行結存約20.1億港元, 較計息貸款總額約13.7億港元為高, 因此本集團資本負債比率(淨額)為0%



# 資產負債表摘要

(港幣百萬元)	2016年 9月30日	2015年 12月31日	變動
非流動資產	2,871	2,981	(3.7%)
流動資產	16,303	15,198	7.3%
- 存貨	3,630	3,283	10.6%
- 現金及銀行結存	2,008	2,215	(9.3%)
流動負債	12,152	12,605	(3.6%)
淨流動資產	4,151	2,593	60.1%
非流動負債	384	1,165	(67.1%)
淨資產	6,638	4,409	50.6%
每股資產淨值 (港元)	3.77	3.10	21.5%



# 業務回顧



## 全球LCD電視機市佔率

排名	品牌	2016年上半年	2015年上半年
1	三星	21.6%	20.9%
2	LGE	13.2%	13.9%
<b>3</b>	<b>TCL</b>	<b>6.0%</b>	<b>5.6%</b>
4	海信	6.0%	5.5%
5	索尼	5.3%	5.4%
6	創維	4.7%	4.6%
7	冠捷/TP Vision	3.9%	3.3%
8	海爾	3.5%	3.2%
9	Vizio	3.5%	3.4%
10	長虹	3.3%	3.1%

資料來源: IHS Technology

## 中國LCD電視機市佔率

排名	品牌	2016年上半年	2015年上半年
1	海信	17.2%	16.8%
2	創維	15.8%	14.4%
<b>3</b>	<b>TCL</b>	<b>15.0%</b>	<b>13.8%</b>
4	康佳	11.5%	11.6%
5	長虹	10.4%	11.0%
6	海爾	7.1%	4.3%
7	三星	5.2%	6.8%
8	夏普	4.1%	6.3%
9	先鋒	3.1%	3.0%
10	索尼	2.4%	4.0%

資料來源: 中怡康

# LCD電視機銷售量

LCD電視機銷售量 (千台)	2016年 首三季度	2015年 首三季度	變動
<b>整體</b>	<b>14,502</b>	12,464	16.3%
- 中國市場	<b>6,725</b>	6,365^	5.6%
- 海外市場	<b>7,777</b>	6,099^	27.5%
其中: 智能電視機	<b>7,489</b>	4,184	79.0%
<b>4K電視機</b>	<b>2,722</b>	1,247	118.2%

^ 經重列

# 區域業績 (截至2016年9月30日止9個月及3個月)

## 中國市場電視機業務

(港幣百萬元)

(港幣百萬元)

2016年 首三季度	2015年 首三季度 <sup>^</sup>	變動		2016年 第三季度	2015年 第三季度 <sup>^</sup>	變動
<b>13,408</b>	15,217	(11.9%)	營業額	<b>4,818</b>	5,166	(6.7%)
<b>2,758</b>	2,918	(5.5%)	毛利	<b>1,015</b>	813	24.8%
<b>20.6%</b>	19.2%	1.4百分點	毛利率	<b>21.1%</b>	15.7%	5.4百分點
<b>180</b>	384	(53.2%)	經營業績	<b>(18)</b>	(134)	(86.7%)

## 海外市場電視機業務

(港幣百萬元)

(港幣百萬元)

2016年 首三季度	2015年 首三季度 <sup>^</sup>	變動		2016年 第三季度	2015年 第三季度 <sup>^</sup>	變動
<b>10,156</b>	9,118	11.4%	營業額	<b>4,603</b>	3,841	19.8%
<b>1,248</b>	800	56.0%	毛利	<b>556</b>	405	37.4%
<b>12.3%</b>	8.8%	3.5百分點	毛利率	<b>12.1%</b>	10.5%	1.6百分點
<b>287</b>	(114)	不適用	經營業績	<b>164</b>	106	55.4%

<sup>^</sup> 經重列



- 二零一六年首三季度LCD電視機銷售量同比上升5.6%至673萬台
- 二零一六年首三季度LCD電視機營業額同比下降11.9%至134.1億港元
- 二零一六年首三季度人民幣兌港元平均匯率較去年同期貶值5.9%
- 首三季度LCD電視機毛利率同比上升1.4個百分點至20.6%
- 於第三季度積極改善產品結構，並進一步加強成本控制，毛利率得以改善，由去年同期的15.7%上升至21.1%
- 二零一六年首三季度TCL LCD電視機品牌價格指數由去年同期的85提升至93，與主要競爭對手差距減少

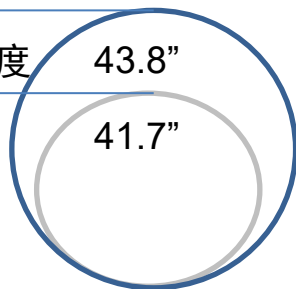
# 中國市場電視機業務

## 產品結構持續改善，高端產品佔比持續提升

### 平均吋吋變化^

2016年首三季度

2015年首三季度



### 55吋及以上產品佔比變化^

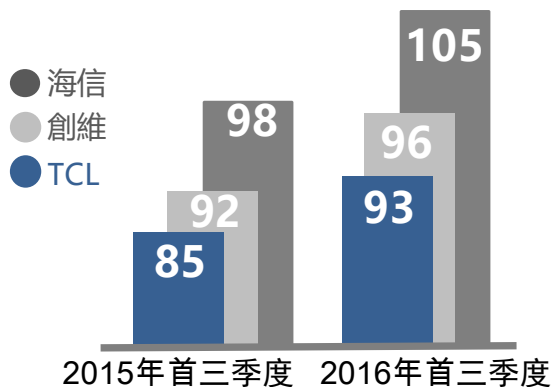
2015年首三季度 2016年首三季度

17.8%

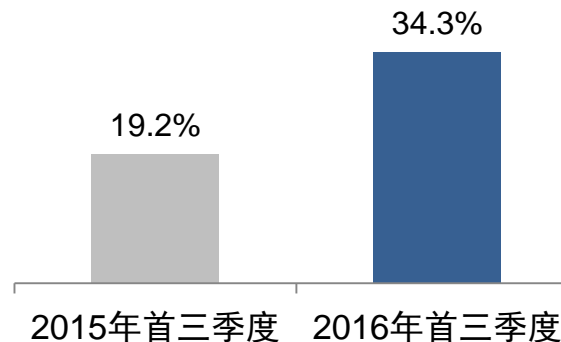


26.5%

### LCD電視機品牌價格指數 (資料來源：中怡康)



### 4K產品佔比變化^

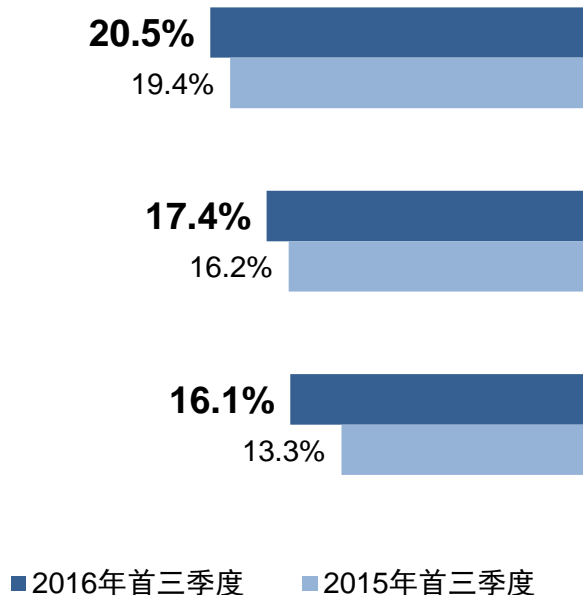




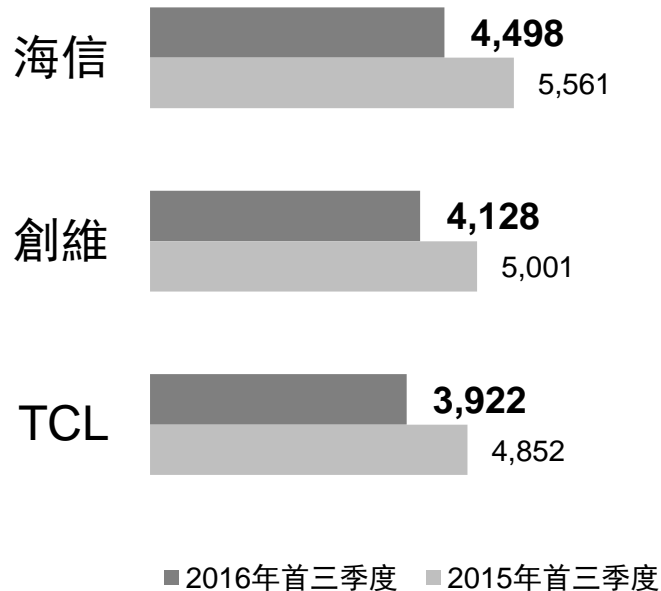
# 中國市場4K電視機市場份額和平均零售價格 與主要競爭對手差距拉近



零售量份額



平均零售價格(人民幣)

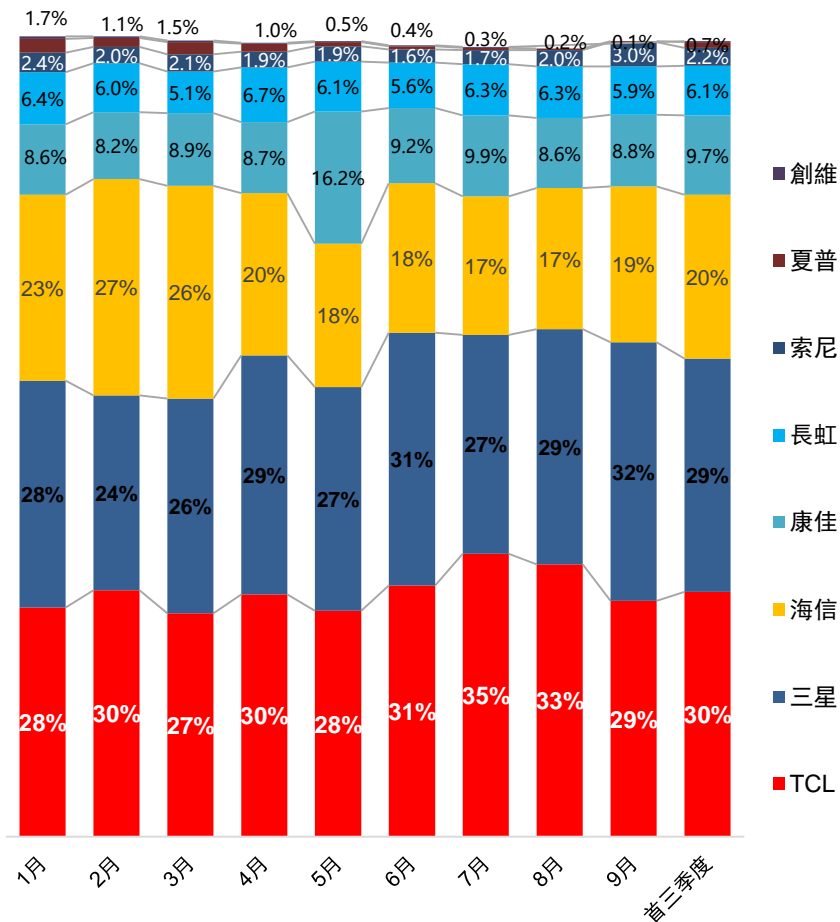


資料來源：中怡康

# 中國曲面電視機市場佔有率居國內品牌第一



## 曲面電視機分月度重點品牌佔比



資料來源：中怡康

中國曲面電視機市場(不包括ODM業務)  
2016年前三季度銷售量

市佔率30.0%  
國內品牌排名第一

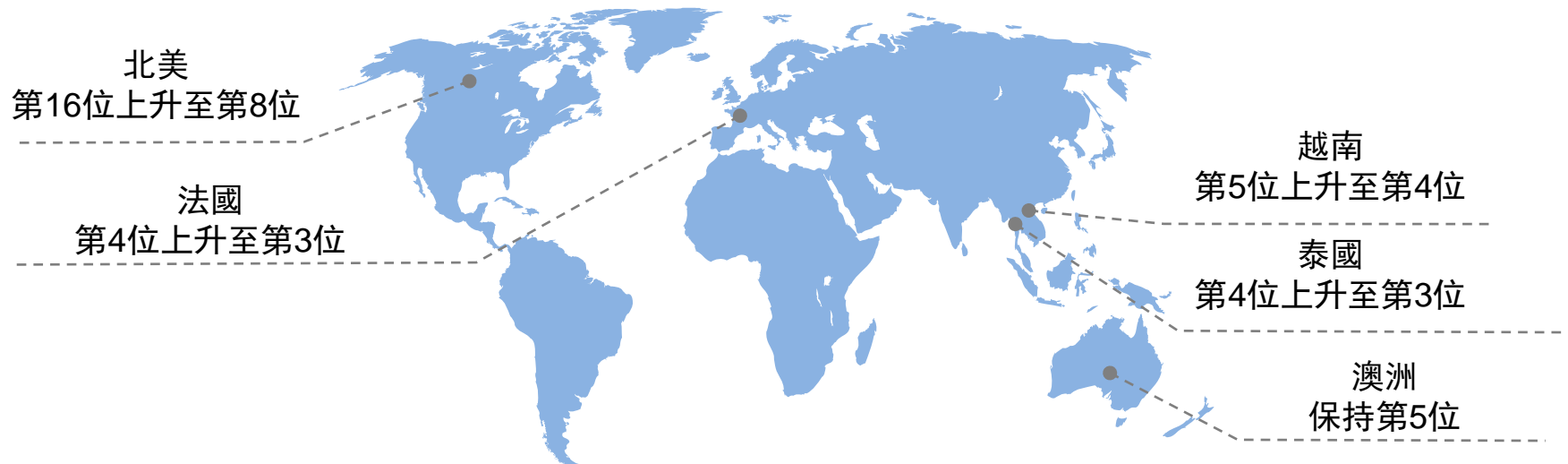


資料來源：中怡康

# 海外市場電視機業務

- 二零一六年首三季度LCD電視機銷售量同比上升27.5%至778萬台，營業額達101.6億港元，同比增長11.8%
  - 北美市場LCD電視機銷售量同比大幅提升88.1%
  - 新興市場及歐洲市場LCD電視機銷售量同比分別增長46.4%及7.8%
- 由於新興市場和北美市場增長勢頭持續，積極優化產品結構及開拓銷售渠道，高端產品如大屏幕、智能、4K和曲面電視機銷售量佔比持續提升，經營業績得以明顯改善，首三季度LCD電視機毛利率由去年同期的8.8%增長至12.3%

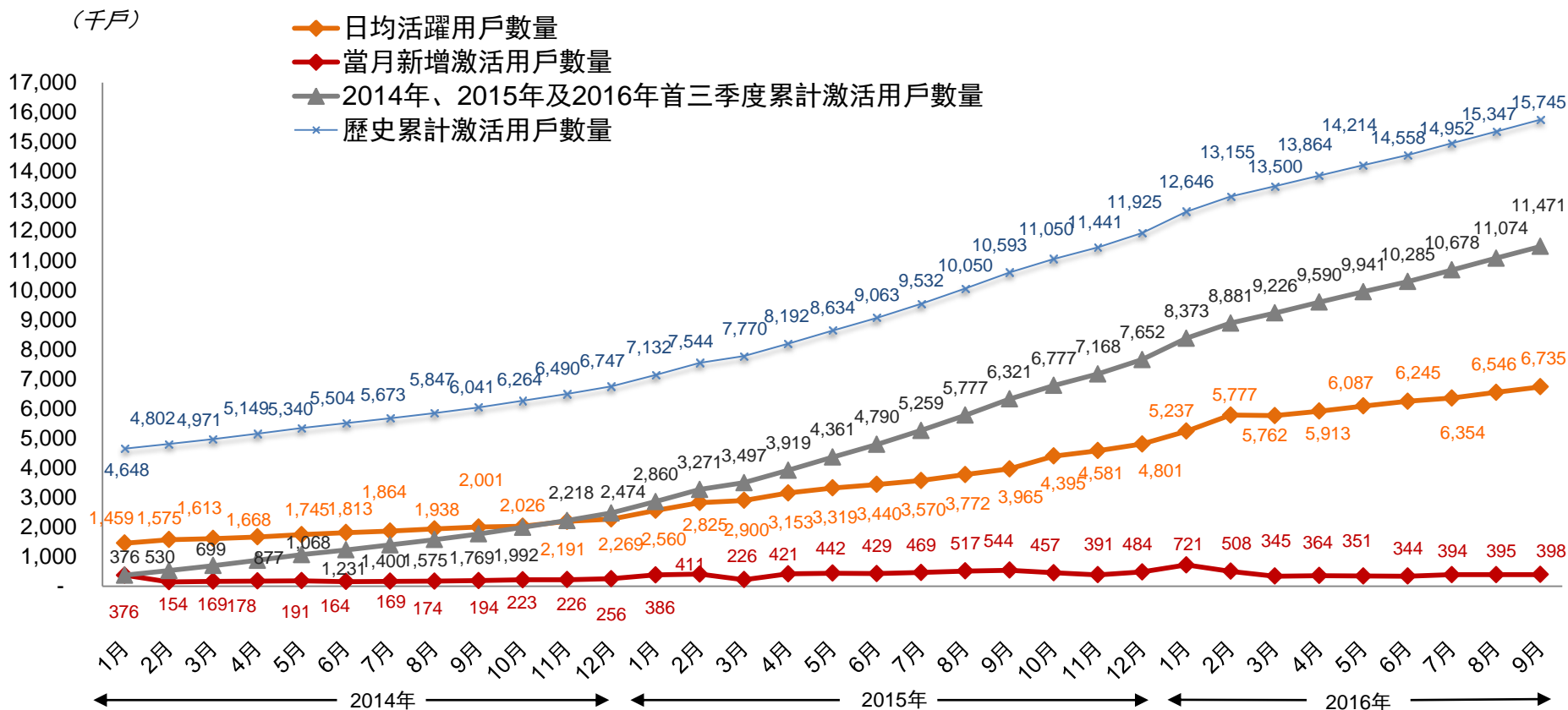
2015年1至8月和2016年1至8月銷售量  
市場份額排名 (資料來源: GfK)



# 互聯網業務



## (2014年、2015年及2016年首三季度TCL智能電視機運營情況統計)



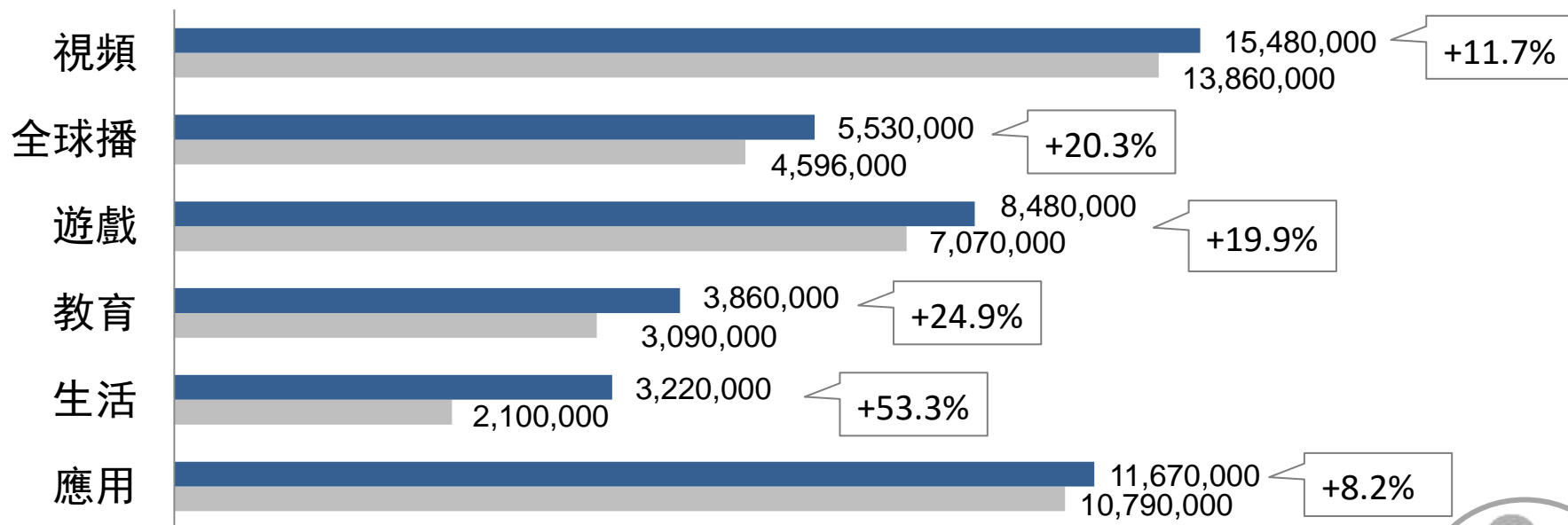
□ 2016年首三季度歷史累計激活用戶數量同比增長48.6%，累計增長515萬。截至2016年9月底，歷史累計激活用戶數量為1,575萬

# 互聯網業務用戶數量及日均觀看時長



## 互聯網業務用戶數量

■ 2016年首三季度 ■ 2016年上半年



## 日均觀看時長



	視頻	遊戲	教育
2016年首三季度	4.5 小時	70.3 分鐘	50 分鐘
2016年上半年	4.7 小時	68.7 分鐘	51.2 分鐘



# TCL 2016秋季新產品發佈會 – TCL·XESS創逸





# 高端副品牌XESS創逸揭幕 — 中國女排主教練郎平女士代言

## 首發XESS系列旗艦新產品 X1及X2

### X1

- 悅彩量子點顯示材料（110%行業最高色域）
- 最先進分區背光技術
- 杜比視界高動態範圍畫質認證
- 頂級哈曼卡頓音響認證



### X2

- 7.9mm超薄屏幕
- 無邊框設計
- 北歐極簡風格

## 郎平女士代言TCL XESS系列電視機

- XESS創逸作為全新高端副品牌，定位於「滿足精英人士對卓越的追求」
- 彰顯「以品質和品味，承載生活的感動」的品牌核心價值理念





# 未來展望

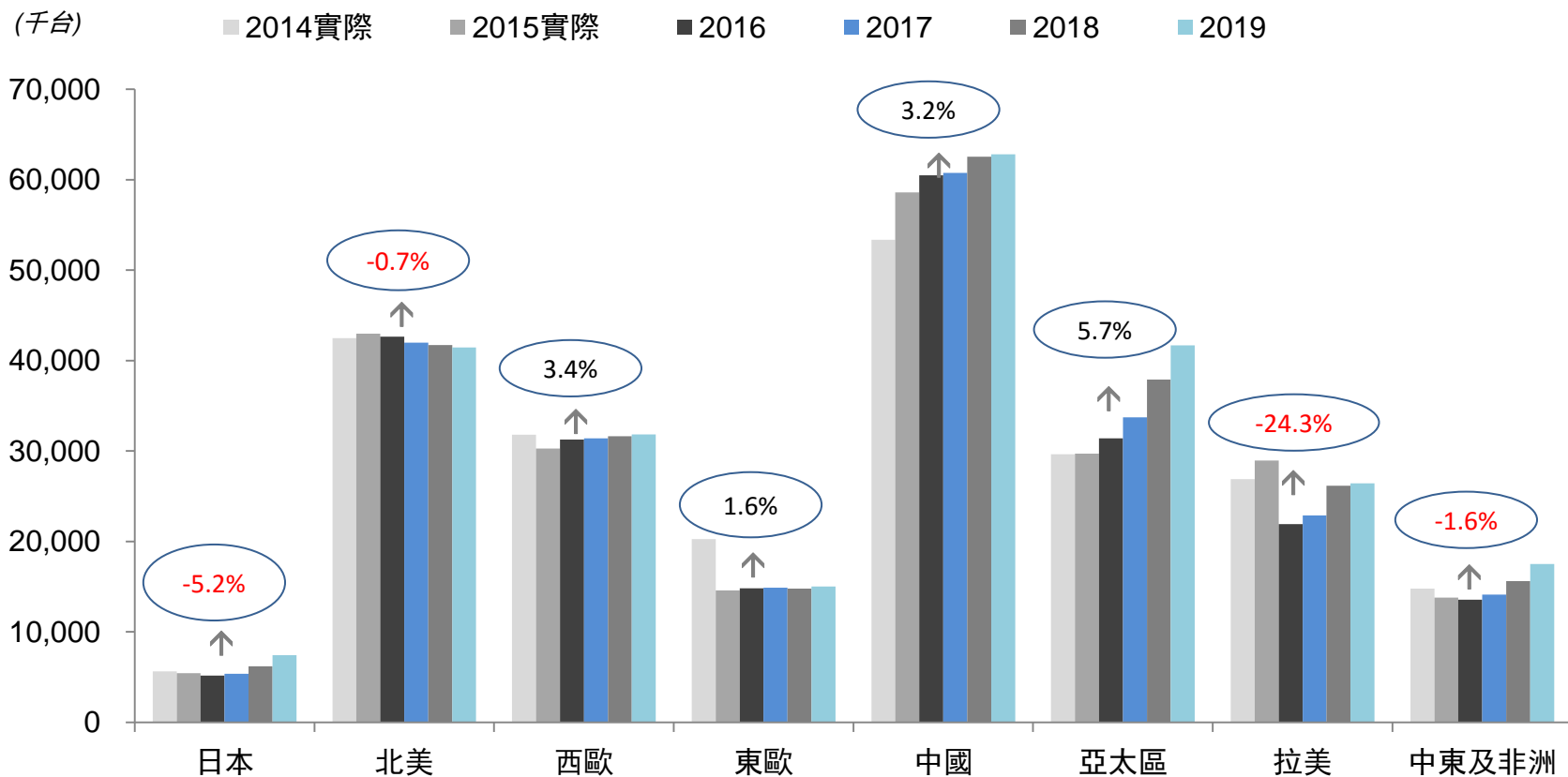


# 全球LCD電視機銷售量趨勢



## 2016-2019年全球LCD電視機銷售量預測

2016年整體LCD電視機預測銷售量同比下跌1.3%

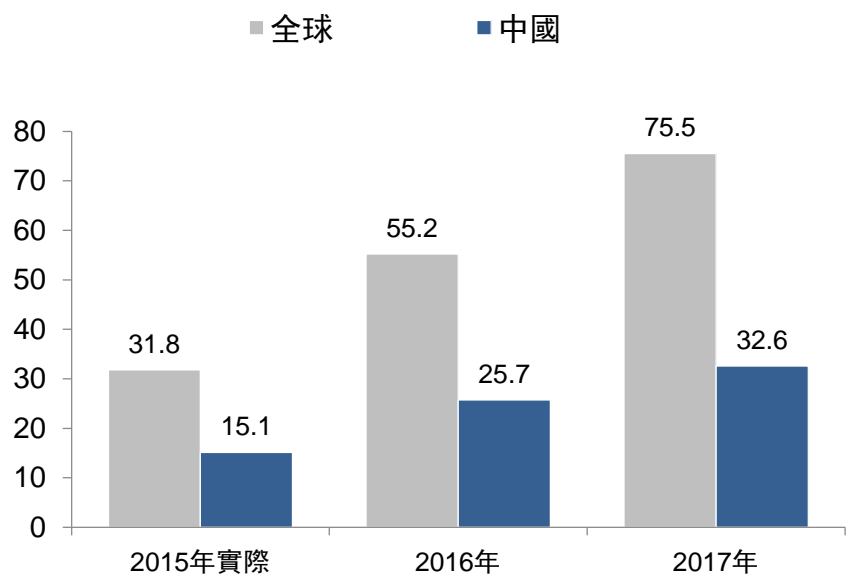


資料來源: IHS Technology (2016年第三季數據)

# 全球及中國曲面電視機及超高清電視機發展趨勢

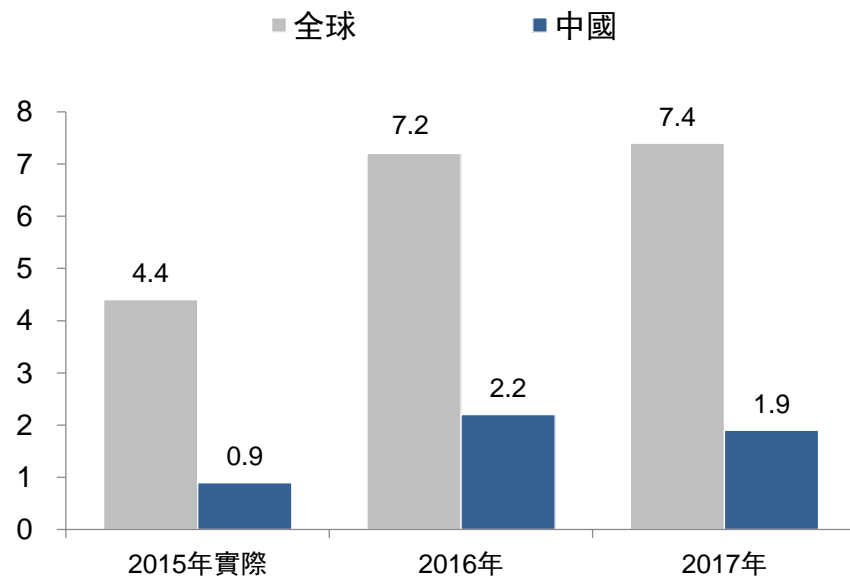
## 2016-2017年超高清電視機銷售量預測

(百萬台)



## 2016-2017年曲面電視機銷售量預測

(百萬台)



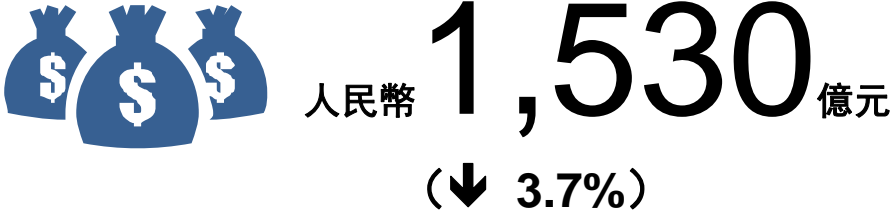
資料來源: IHS Technology (2016年第三季數據)

# 中國電視機市場趨勢

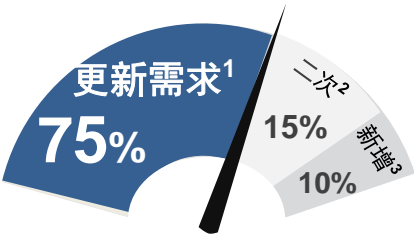
2016年零售量預測



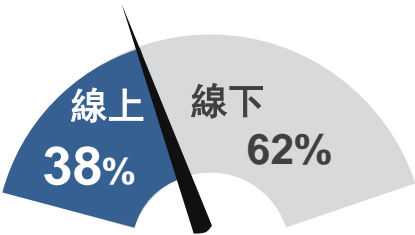
2016年零售額預測



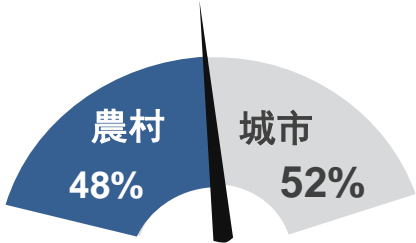
## 零售量需求結構



## 零售量渠道結構



## 零售量城級結構



註：<sup>1</sup> 更新換代：高端替換低端、40-50英寸替換32英寸  
<sup>2</sup> 原有家庭二次購買  
<sup>3</sup> 新增家庭購買

資料來源：奧維 (2016年9月份數據)

# TCL與巴西家電龍頭SEMP於巴西合作投建公司

TCL



SEMP

- SEMP是巴西最大的家電企業之一，在當地生產和銷售電視機、各類小家電、家庭影院及其他消費類電子產品，SEMP品牌在巴西享負盛名；在巴西本土擁有8,000多個銷售網點、近400家售後服務網點
- 巴西擁有約2億9百萬人口，是全球人口和市場容量最大的國家之一，發展潛力巨大



TCL品牌產品銷售量  
預期突破

**80** 萬台

市場份額達**8%**以上

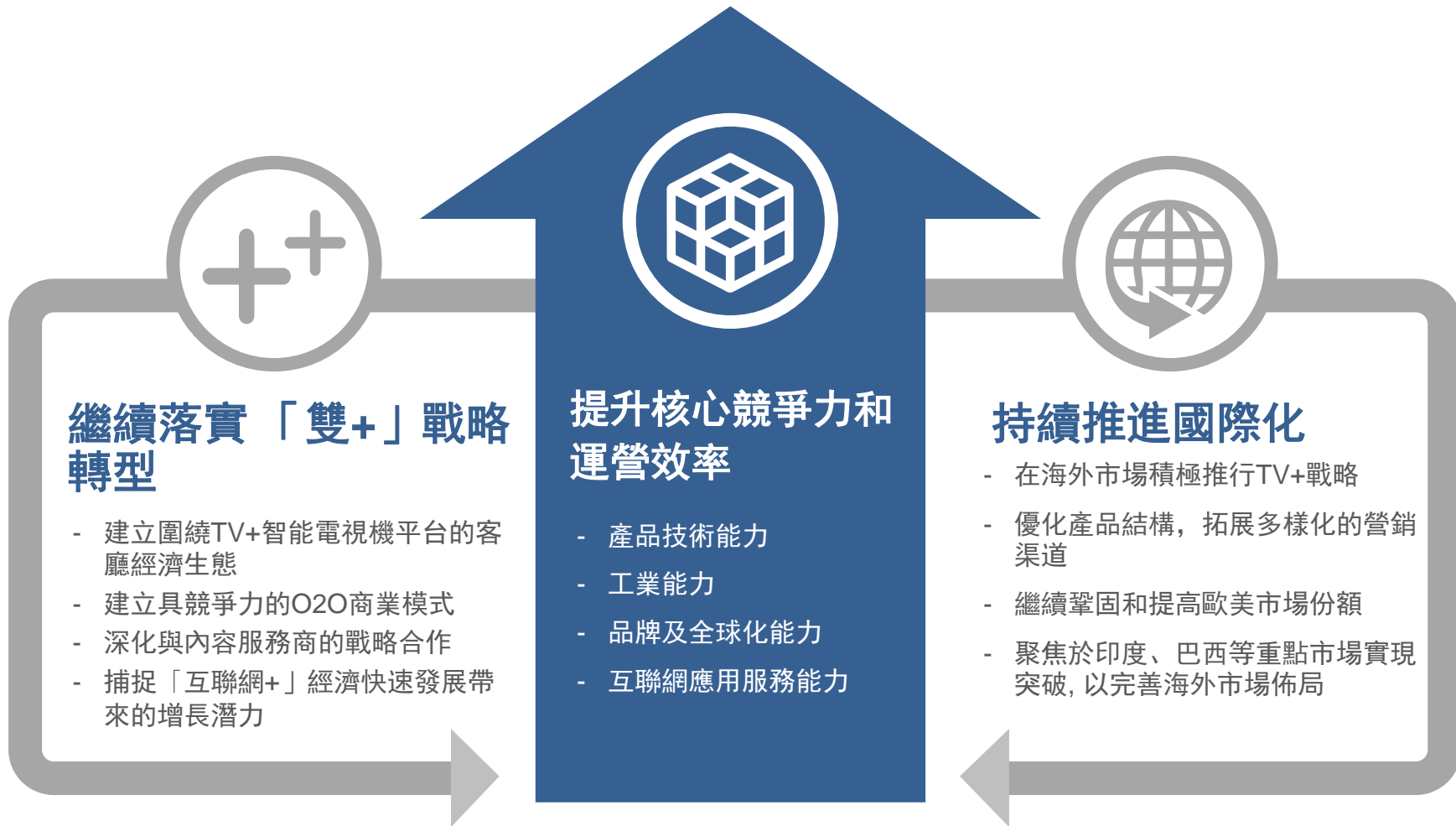
目標於三年內在

**巴西**

的市場份額提升至**10%**






躍居**前三位**

# 整體戰略 - 「雙+」戰略及國際化雙輪驅動



# 2016年首三季度互聯網服務收入分佈及2016年目標



	2016年目標 (人民幣)	2016年首三季度實際 (人民幣)
 視頻 (包括全球播) 及廣告	9,186 萬	2,903萬
 遊戲	300 萬	20萬
 教育	250 萬	16萬
 生活、應用商店 及其他	398 萬	366萬
 大數據	300 萬	279萬
總額:	約1億	約3,584萬



# 2016年目標及執行進展



	2015年					2016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	首三季度 實際	全年 實際	首三季度 實際		全年 目標	首三季度 實際	全年 目標	首三季度 實際
LCD電視機銷售量 (萬台)	1,734	924 <sup>^</sup>	637 <sup>^</sup>	810 <sup>^</sup>	610 <sup>^</sup>	2,000	1,054	673 (↑5.6%)	946	778 (↑27.5%)

中國市場 (不包括ODM業務)	2016年 全年目標	2016年 上半年實際	2016年 首三季度實際
智能電視機銷售量佔比 (%)	60%調升至62%	62.6%	63.1%
4K電視機銷售量佔比 (%)	28%調升至32%	33.9%	34.3%
曲面電視機銷售量佔比 (%)	8%	7.4%	8.9%
網上銷售量佔比 (%)	18%	20.2%	18.1%

	2016年 全年目標	2016年 上半年實際	2016年 首三季度實際
TCL智能電視機激活用戶數量 (期末累計數) (年底/季度末) <sup>1</sup>	15,500,000調升至 16,000,000	14,557,671	15,745,216
日均活躍用戶數量 (年底/月底) <sup>2</sup>	6,400,000調升至 6,700,000	6,244,653 <sup>3</sup>	6,734,969 <sup>4</sup>
互聯網服務收入 (人民幣)	約1億	約2,875萬	約3,584萬

1. TCL智能電視機激活用戶數量(期末累計數)=累計激活電視終端數目

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. 2016年6月份數據

4. 2016年9月份數據

<sup>^</sup> 經重列

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

提問

