



TCL

TCL多媒體科技控股有限公司

TCL MULTIMEDIA TECHNOLOGY HOLDINGS LIMITED

(股份代號：01070)



2017年首季度業績報告

(截至3月31日止3個月財務業績為未經審核之資料)

目錄

1 | 財務摘要

2 | 業績回顧

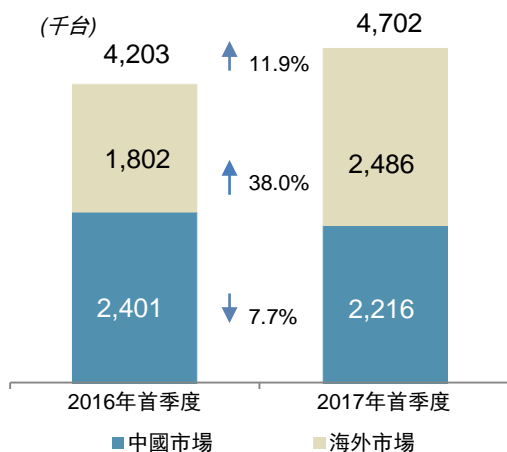
3 | 未來展望

財務摘要

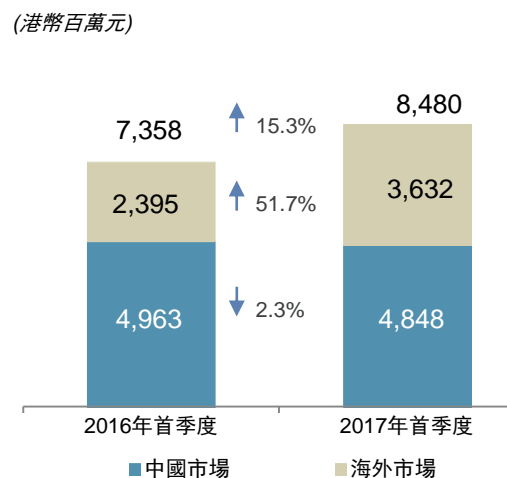


X3

LCD 電視機銷售量



營業額

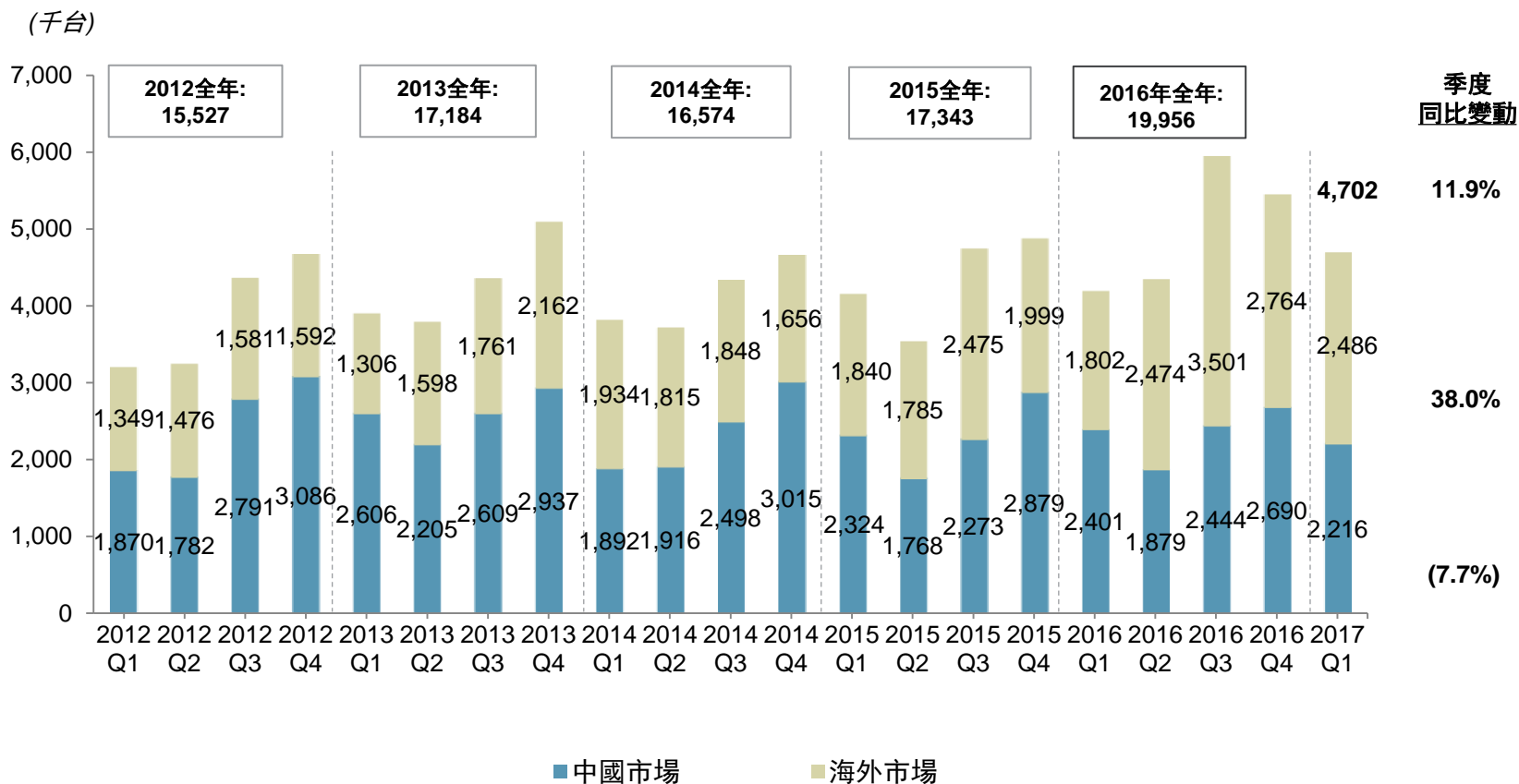


(港幣百萬元)	2017年首季度	2016年首季度	變動
營業額	8,480	7,358	15.3%
毛利率 (%)	15.7	18.8	(3.1百分點)
費用率 (%)	14.2	16.7	(2.5百分點)
除稅後淨利潤	78	76	1.9%
除稅後淨利潤率 (%)	0.9	1.0	(0.1百分點)
母公司擁有人應佔溢利	81	74	10.2%
EBITDA	158	191	(17.2%)
每股基本盈利 (港仙)	4.92	5.55	(11.4%)

LCD電視機銷售量



LCD電視機銷售量 (按季度)

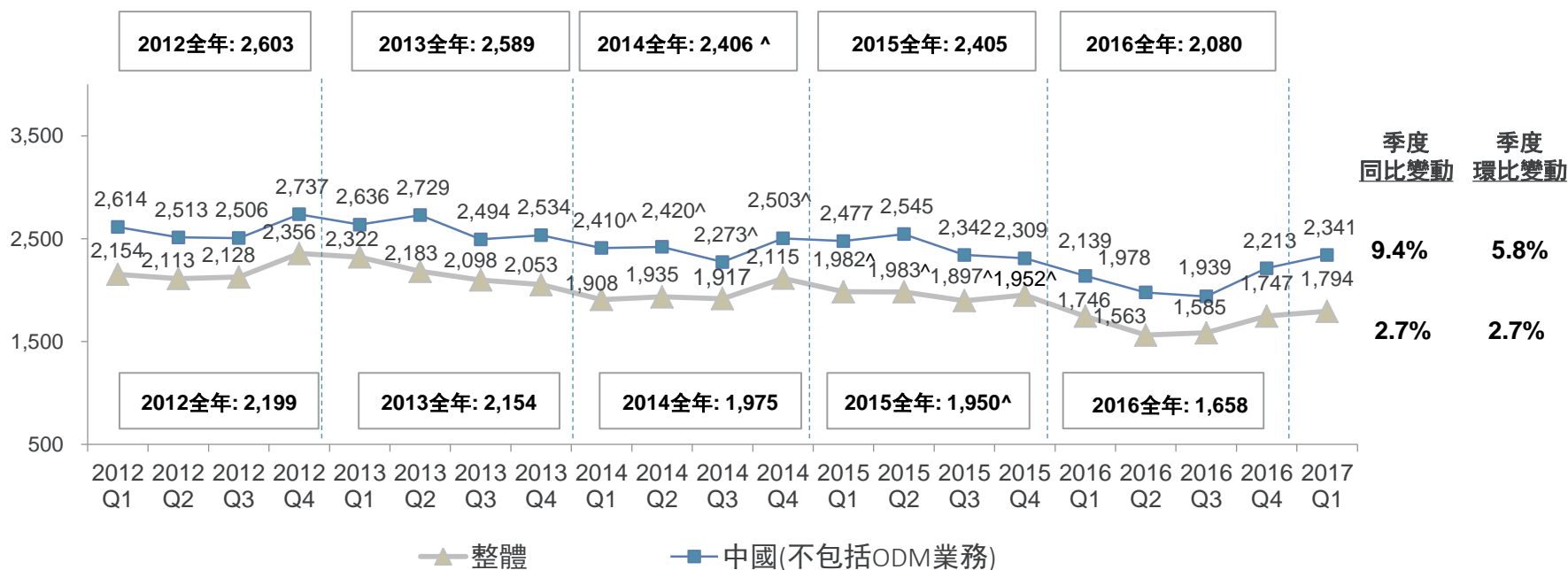


- 2012Q1至2015Q4各季度中國市場及海外市場銷售量經重列

LCD電視機平均售價

LCD電視機平均售價 (按季度)

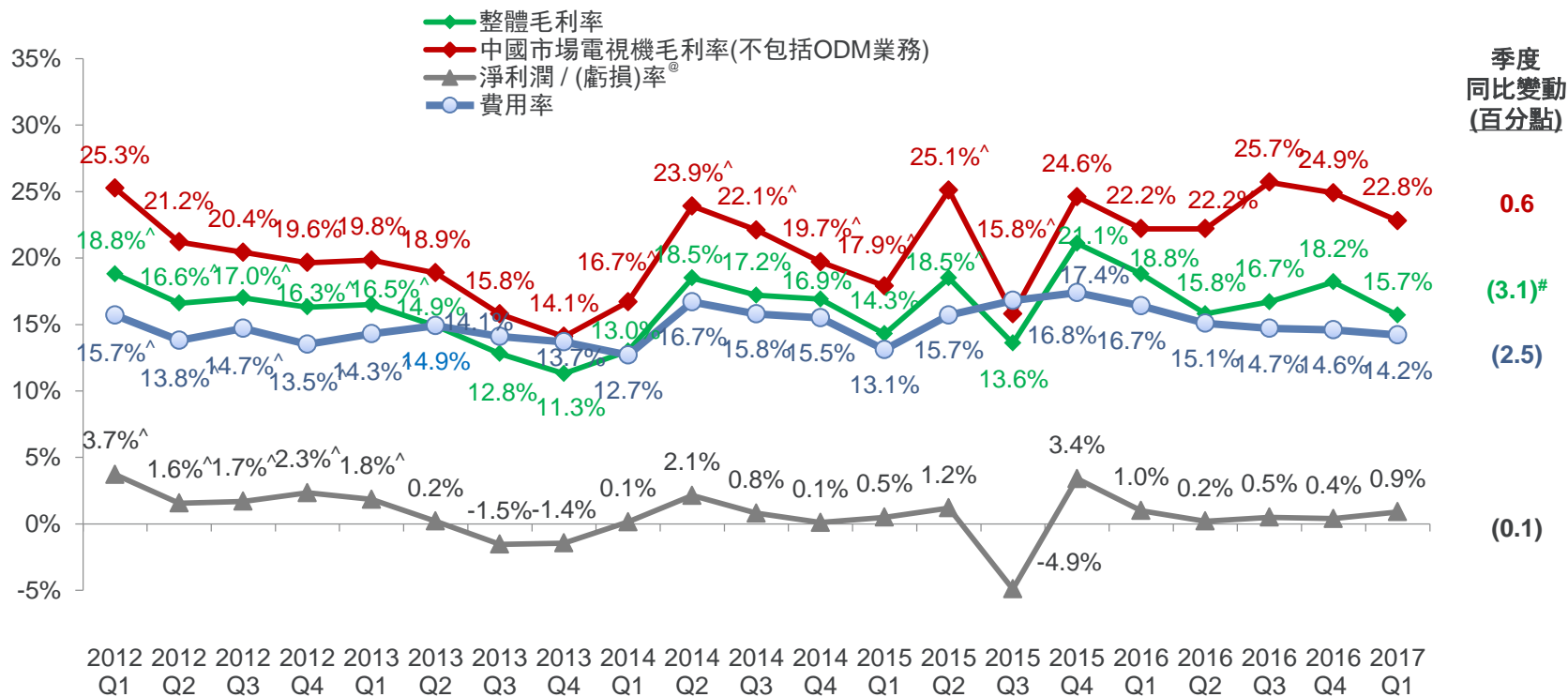
(港元)



[^] 經重列

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
[#] 受主要原材料價格同比上漲及中國與海外區域銷售結構調整

主要財務指標



	2017年 3月31日	2016年 12月31日	變動
存貨周轉期 (天) ¹	47	45	2天
應收賬款周轉期 (天) ¹	57	60	(3天)
應付賬款周轉期 (天) ¹	81	79	2天
現金周轉週期 (天)	23	26	(3天)
流動比率 (倍)	1.3	1.3	-
資本負債比率 (總額)(%) ²	32.6	21.0	11.6百分點
資本負債比率 (淨額)(%) ³	0 ⁴	0 ⁴	-

¹ 以上周轉期以12個月平均結餘計算

² 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

³ 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

⁴ 於2017年3月31日及2016年12月31日，本集團之現金及銀行結存較計息貸款總額為高，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)	2017年 3月31日	2016年 12月31日	變動
非流動資產	2,901	2,846	2.0%
流動資產	18,132	17,464	3.8%
- 存貨	4,479	4,349	3.0%
- 現金及銀行結存	3,963	3,882	2.1%
流動負債	14,331	13,733	4.4%
淨流動資產	3,801	3,731	1.9%
非流動負債	19	20	(8.5%)
淨資產	6,684	6,556	1.9%
每股資產淨值 (港元)	3.79	3.72	1.9%

業務回顧



C2

全球LCD電視機市佔率

排名	品牌	2016年全年	2015年全年
1	三星	21.6%	21.0%
2	LGE	11.9%	12.4%
3	TCL	9.0%*	7.7%*
4	海信	6.1%	5.6%
5	索尼	5.6%	5.5%
6	創維	4.5%	4.6%
7	冠捷/TP Vision	3.8%	3.7%
8	Vizio	3.7%	3.4%
9	海爾	3.4%	2.9%
10	長虹	3.2%	3.0%

資料來源: IHS Technology

* 根據IHS Technology及公司出貨量數據

中國LCD電視機市佔率

排名	品牌	2017年首季度	2016年首季度
1	海信	16.9%	17.7%
2	創維	14.5%	16.0%
3	TCL	13.6%	15.7%
4	長虹	11.7%	10.3%
5	康佳	11.0%	11.5%
6	海爾	7.2%	6.6%
7	夏普	6.7%	4.1%
8	三星	5.1%	4.7%
9	索尼	2.7%	2.6%
10	三洋	2.4%	2.4%

資料來源: 中怡康

LCD電視機銷售量



LCD電視機銷售量 (千台)	2017年 首季度	2016年 首季度	變動
整體	4,702	4,203	11.9%
- 中國市場	2,216	2,401	(7.7%)
- 海外市場	2,486	1,802	38.0%
其中：智能電視機	3,089	2,079	48.6%
4K電視機	1,099	745	47.6%

區域業績



中國市場電視機業務

(港幣百萬元)

	2017年首季度	2016年首季度	變動
營業額	4,818	4,957	(2.8%)
毛利	934	1,053 [^]	(11.3%)
毛利率	19.4%	21.2% [^]	(1.8百分點)
經營業績	93	159 [^]	(41.4%)

海外市場電視機業務

(港幣百萬元)

	2017年首季度	2016年首季度	變動
營業額	3,619	2,380	52.1%
毛利	405	323 [^]	25.3%
毛利率	11.2%	13.6% [^]	(2.4百分點)
經營業績	85	38 [^]	121.3%

[^]經重列

中國市場電視機業務

- 根據中怡康報告，2017年首季度電視機行業的銷售量同比下降12.5%，銷售額同比下降6.0%，受此影響，本集團LCD電視機銷售量同比下降7.7%至222萬台。
- 根據中怡康報告，電視機行業平均售價同比提升7.4%，本集團LCD電視機平均售價（不包括ODM業務）以人民幣計算同比提升14.8%，而由於人民幣兌港元平均匯率較去年同期貶值5.4%，兌換為港幣後的LCD電視機平均售價（不包括ODM業務）同比提升9.4%，環比則提升5.8%。
- 由於產品結構改善和LCD電視機平均售價提升，本集團LCD電視機營業額同比僅下跌2.8%至48.2億港元。
- 屏價持續在高位徘徊，引致整體毛利率受壓，但本集團積極優化產品結構，LCD電視機毛利率（不包括ODM業務）同比略微提升0.6個百分點。

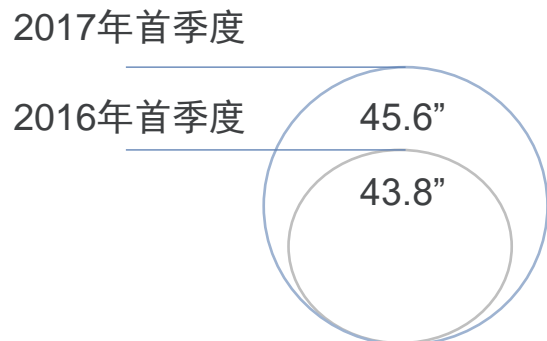


中國市場電視機業務



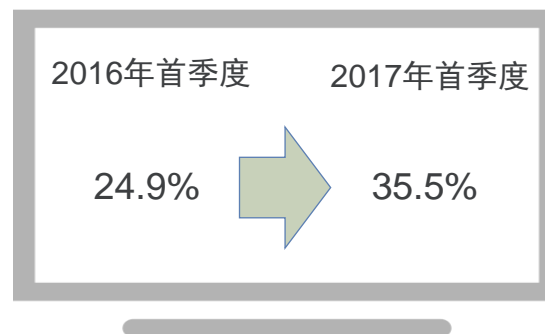
產品結構持續改善，高端產品佔比持續提升

平均吋吋變化^



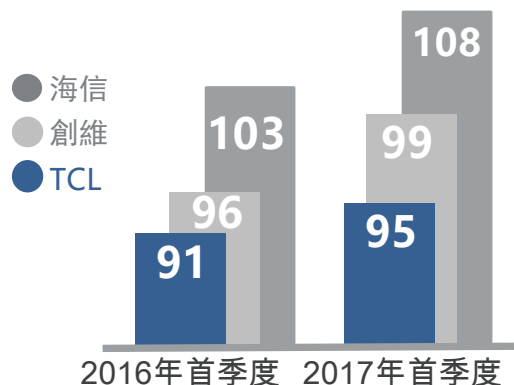
注：2016年為44.3"

55吋及以上產品佔比變化^



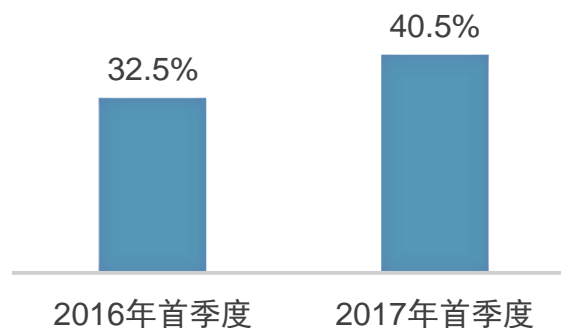
注：2016年為29.0%

LCD電視機品牌價格指數(來源:中怡康)



注：2016年海信，創維及TCL的品牌價格指數分別為105, 96, 93

4K產品佔比變化^



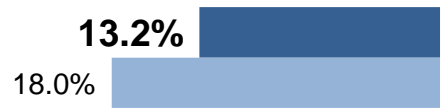
注：2016年為36.3%

^ 不包括ODM業務

中國市場4K電視機市場份額和平均零售價格



零售量份額



■ 2017年首季度 ■ 2016年首季度

平均零售價格(人民幣)



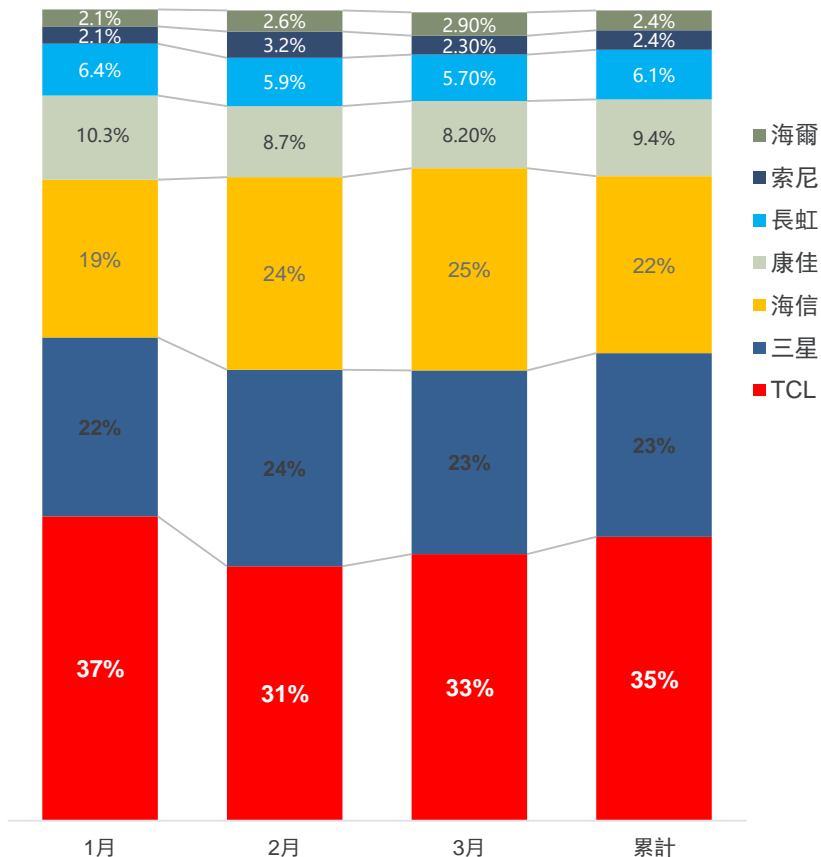
■ 2017年首季度 ■ 2016年首季度

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)
2017年首季度銷售量

市佔率34.8%
國內品牌排名第一



資料來源：中怡康

海外市場電視機業務

- 經營業績持續改善，受益於北美市場銷售渠道拓展及積極開發新興市場
 - LCD電視機銷售量同比提升38.0%至249萬台，其中北美市場與新興市場銷售量同比分別提升241.2%及29.7%
 - LCD電視機營業額同比上升52.1%至36.2億港元，平均售價同比上升10.2%
 - 通過CBUS（曲面、大屏、4K、智能）戰略改善產品結構（不含ODM業務）

	2017年首季度佔比	2016年首季度佔比	佔比同比變化 (百分點)
曲面	1.9%	0.5%	1.4
大屏	14.8%	10.6%	4.2
4K	16.2%	4.6%	11.6
智能	77.2%	43.4%	33.8

- 由於屏價維持高位徘徊，LCD電視機毛利率由去年同期13.6%下跌至11.2%

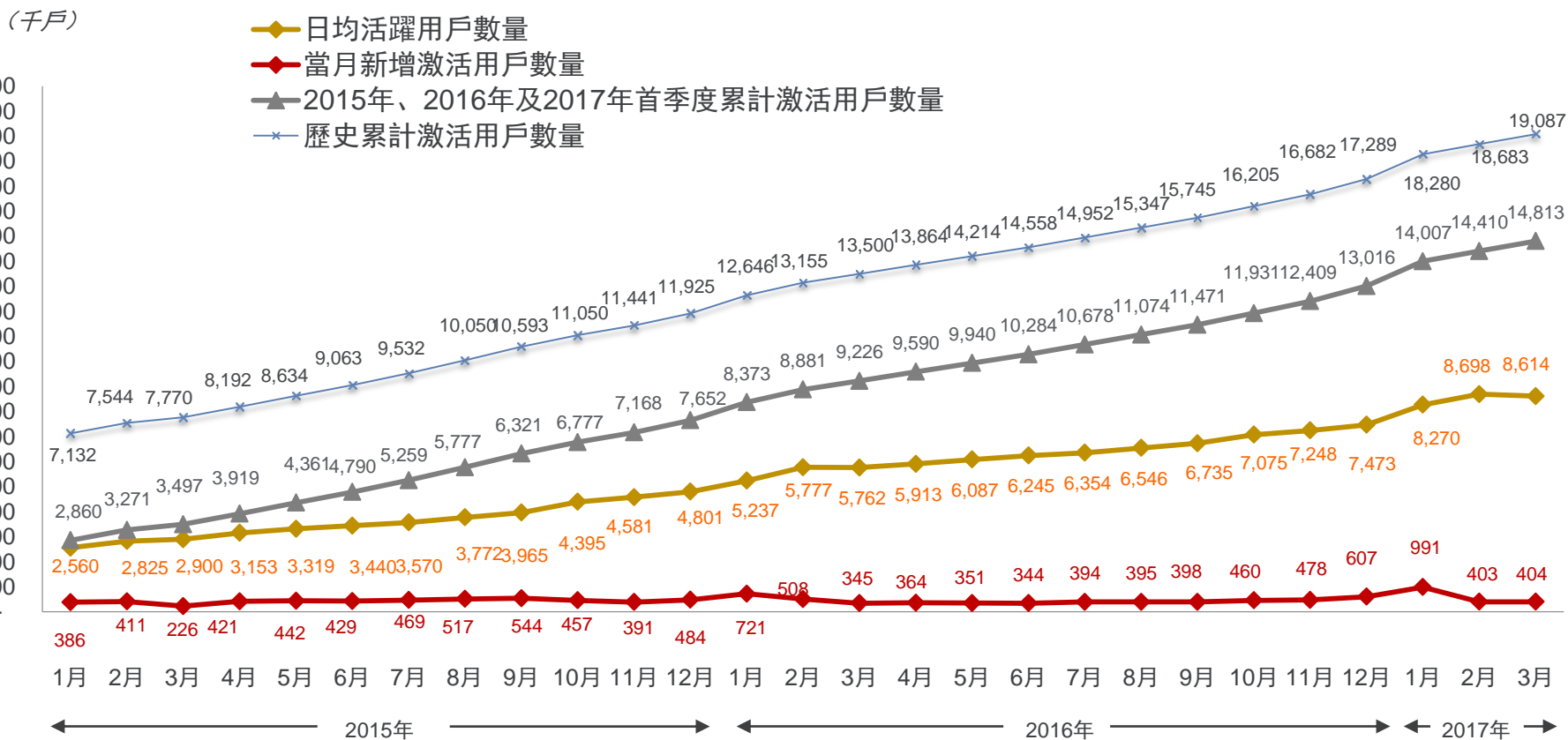
2017年1-2月份銷售量市場份額排名 (資料來源: GfK, 除北美為NPD數據)



互聯網業務

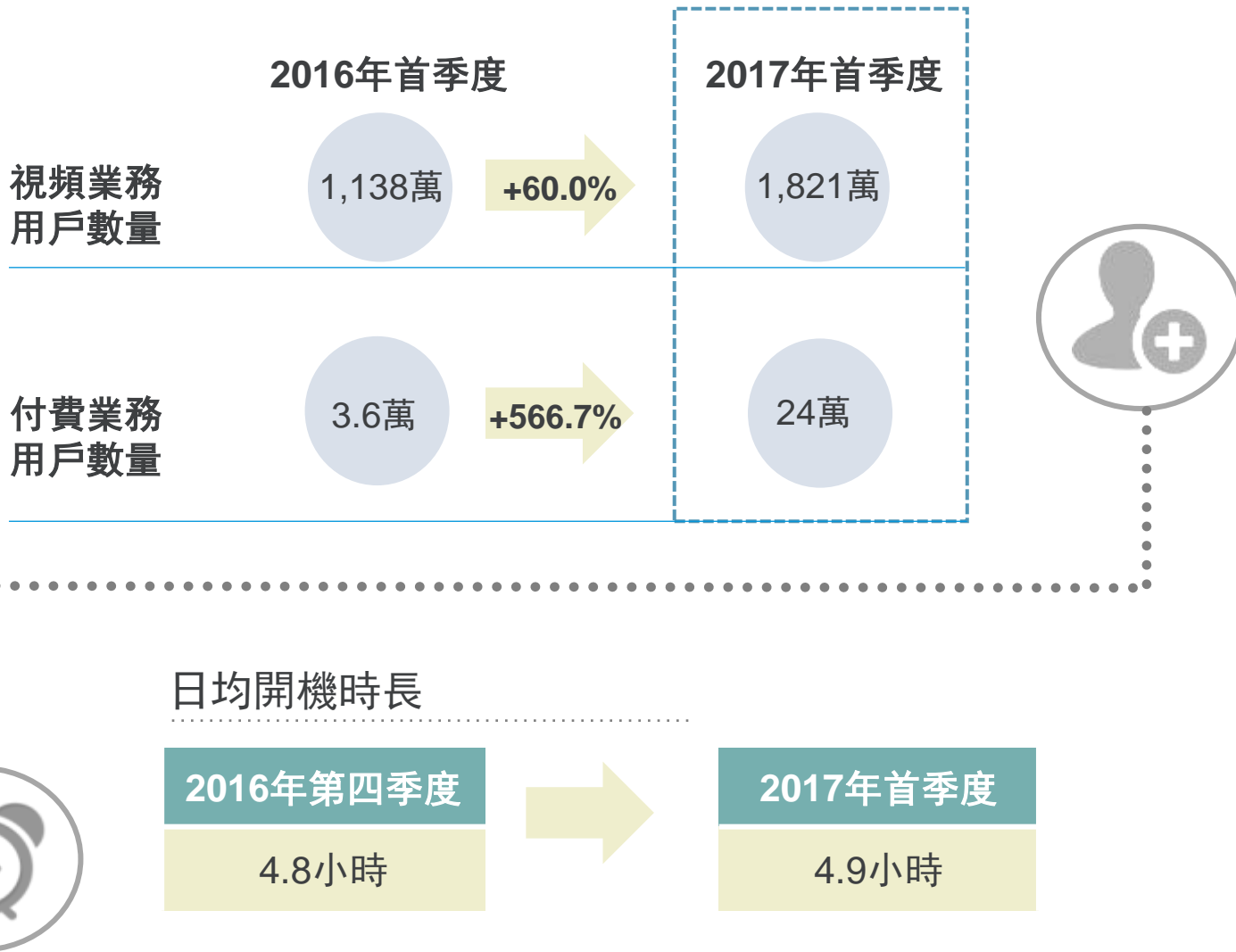


(2015年、2016年及2017年首季度TCL智能電視機運營情況統計)



2017年首季度歷史累計激活用戶數量同比增長41.4%，累計增長559萬。截至2017年3月底，歷史累計激活用戶數量為1,909萬

互聯網業務用戶數量及日均開機時長



TCL 2017 新品暨互聯網新品牌發佈會



X系列



C系列



P系列



TCL 雷鳥品牌 – 強勢進軍互聯網電視市場



100%
覆蓋華語
院線電影

11,000+部
電影

3,000+部
北美大片

15萬+部
電視劇集

6萬+小時
NBA CBA

15萬+部
動漫劇集



雷鳥電視機配置多項頂尖技術：

- 4K超高清解析度大螢幕
- 垂直排列、全生態高動態範圍
- 杜比視界
- USB3.0介面
- 智能畫質及語音操控

未來展望

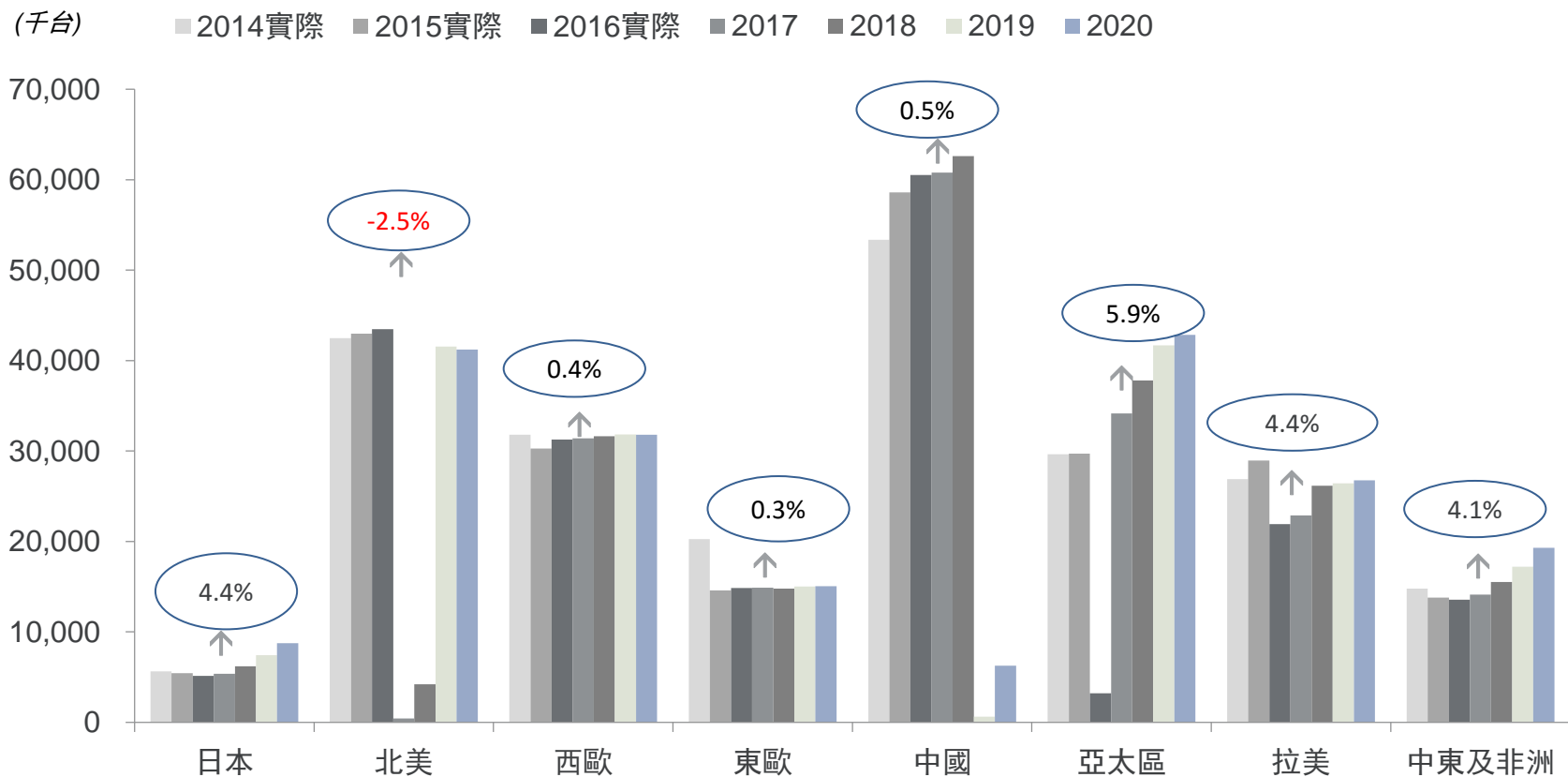


P3

全球LCD電視機銷售量趨勢

2017-2020年全球LCD電視機銷售量預測

2017年整體LCD電視機預測銷售量同比上升1.4%



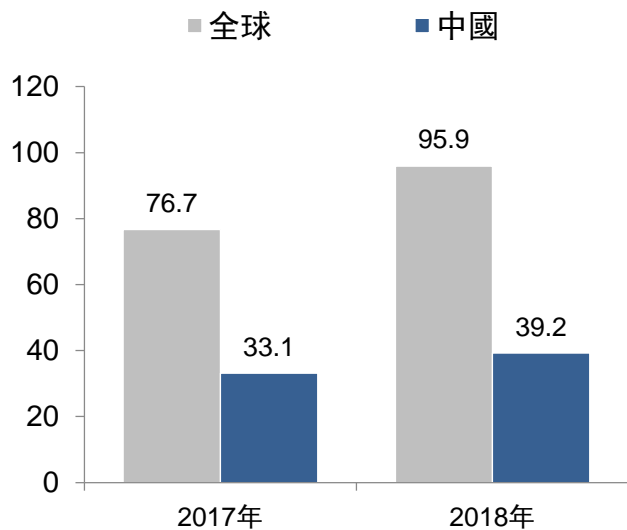
資料來源: IHS Technology (2016年第四季數據)

全球及中國曲面電視機及超高清電視機發展趨勢



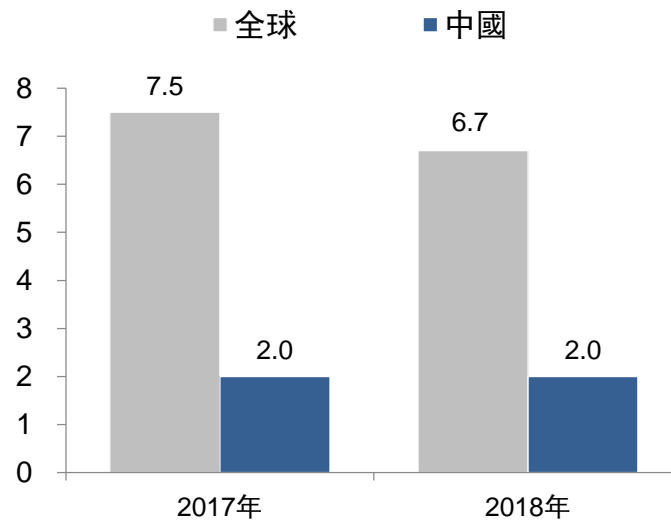
2017-2018年超高清電視機銷售量預測

(百萬台)



2017-2018年曲面電視機銷售量預測

(百萬台)



資料來源: IHS Technology

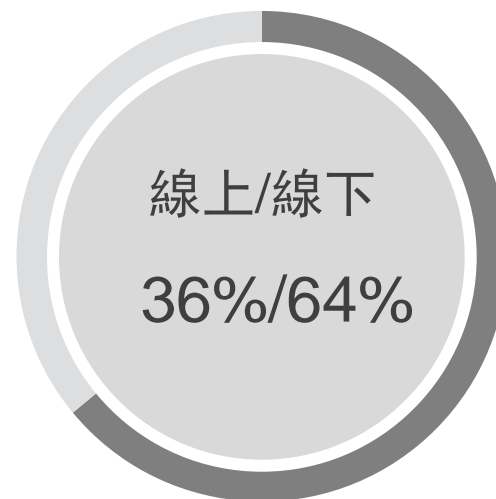
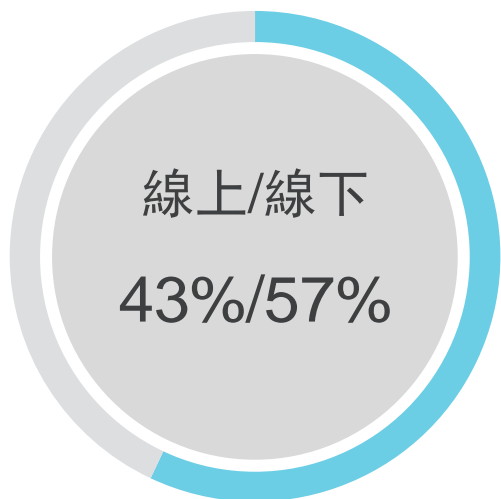
中國電視機市場趨勢



2017年零售量預測



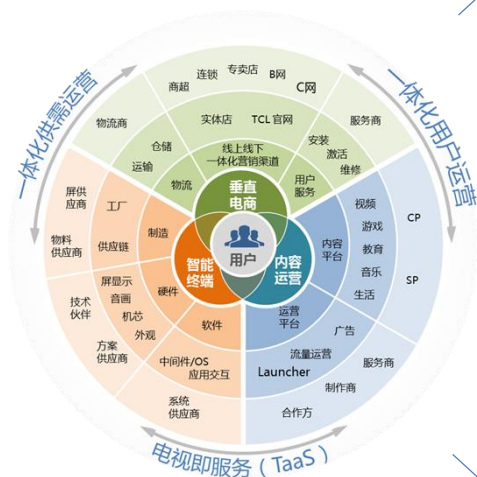
2017年零售額預測



資料來源：中怡康

整體戰略 - 「雙+」戰略及國際化雙輪驅動

TCL



構建基於智能電視
業務的全生態企業

繼續落實「雙+」戰略轉型

- ◆ 以用戶為中心，構建基於平臺運營的生態結構，打造新的商業模式
- ◆ 優化軟件與硬體體驗，整合產品平臺和運營平臺，提升用戶體驗和平臺能力，拓展運營空間
- ◆ 積極佈局海外市場TV+業務

持續推進國際化

- ◆ 品牌為基，加強品牌投入，提升品牌形象
- ◆ 提升效率和結構轉型，建立健康穩定增長的經營模式
- ◆ 穩固和提升現有業務，聚焦重點市場突破

提升核心競爭力和運營效率

- ◆ 持續創新，提升技術研發能力，保持產品領先
- ◆ 推動落實智能製造戰略，提升工業製造能力
- ◆ 持續優化組織與業務流程，提升運營效率，降低系統成本

整體經營思路

效率是根基

結構是命門

利潤是宗旨



以「兩升兩降」為抓手的運營策略

- 1) 提升高毛利產品佔比
- 2) 提升低費用管道佔比
- 3) 降低系統成本
- 4) 降低資產周轉天數



以結構為主的競爭策略

- 1) 精品戰
- 2) 新品類
- 3) 新技術



持續推進四項基礎能力建設

- 1) 產品技術能力
- 2) 工業能力
- 3) 品牌與管道能力
- 4) 互聯網應用與服務能力



組織精簡及人員效率提升

- 1) 組織精簡和流程優化
- 2) 人員效率提升

互聯網服務收入分佈

		2017年目標 (人民幣)	2017年首季度實際 (人民幣)
廣告		8,700萬	636萬
會員服務		5,300萬	924萬
數據服務		800萬	-
增值服務		200萬	14萬
總 額:		約1.5億	約1,574萬

注：2016年首季度收入總額約人民幣358萬元

2017年首季度執行進展及2017全年目標



	2017年首季度實際			2017年目標		
	整體實際	中國市場 首季度實際	海外市場 首季度實際	整體目標	中國市場 全年目標	海外市場 全年目標
LCD電視機銷售量 (萬台)	470.2 ↑11.9%	221.6 ↓7.7%	248.6 ↑38.0%	2,200 ↑10.2%	1,000 ↑6.2%	1,200 ↑13.8%

中國市場 (不包括ODM業務)	2016年 全年實際	2017年 首季度實際	2017年 全年目標
智能電視機銷售量佔比 (%)	66.1%	75.7%	75%
4K電視機銷售量佔比 (%)	36.3%	40.5%	42%
曲面電視機銷售量佔比 (%)	10.9%	15.4%	15%
網上銷售量佔比 (%)	20.0%	18.7%	20%

	2016年 全年實際	2017年 首季度實際	2017年 全年目標
互聯網服務收入 (人民幣)	約7,229萬	約1,574萬	約1.5億
TCL智慧電視機全球激活用戶數量 (期末累計數) (年底/季度末) ¹	17,289,434	19,087,187	21,000,000
日均活躍用戶數量 (年底/月底) ²	7,473,240	8,613,932 ³	9,350,000
日均開機時長(小時)	4.7	4.9	4.9

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. 2017年3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

提問

