

2020年全年業績報告

TCL電子控股有限公司

TCL ELECTRONICS HOLDINGS LIMITED

於開曼群島註冊成立之有限公司

(股份代號: 01070.HK)

2021年3月

目錄

PART 01

業績摘要

PART 02

業務回顧

PART 03

未來展望





01

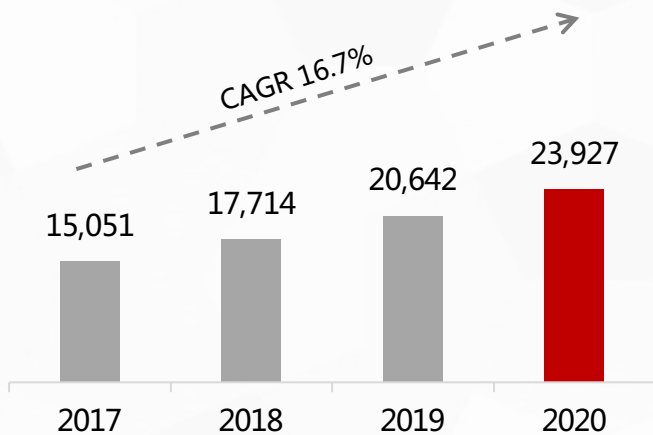
業績摘要

業績亮點 (僅持續經營業務)

TV銷售量

- 全球：總銷量**2,393**萬台，同比+**15.9%**
- 海外：同比顯著+**27.2%**
- 中國：同比微跌5.3%⁵

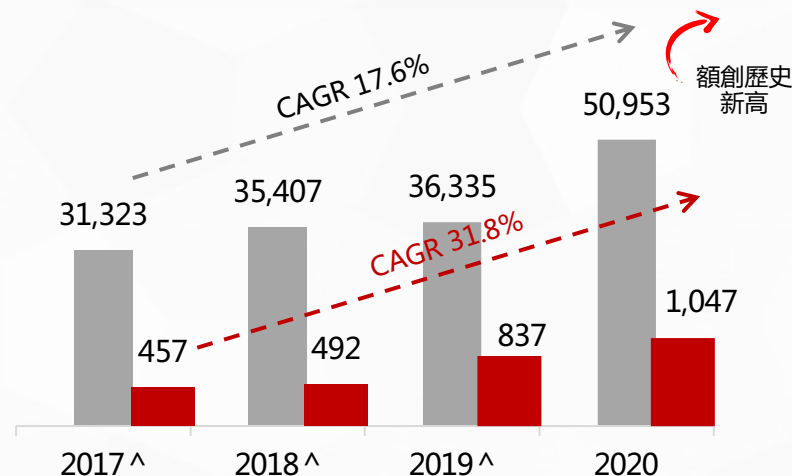
TCL TV銷售量持續高增長，穩居全球前三近20個國家位列前五*



TV銷售量

收入及扣非後歸母淨利潤

- 2020年收入**509.5億**港元^{3,4}，同比顯著+**40.2%**，創歷史新高
- 扣非後歸母淨利潤**10.5億**港元^{1,3}，同比+**25.1%**



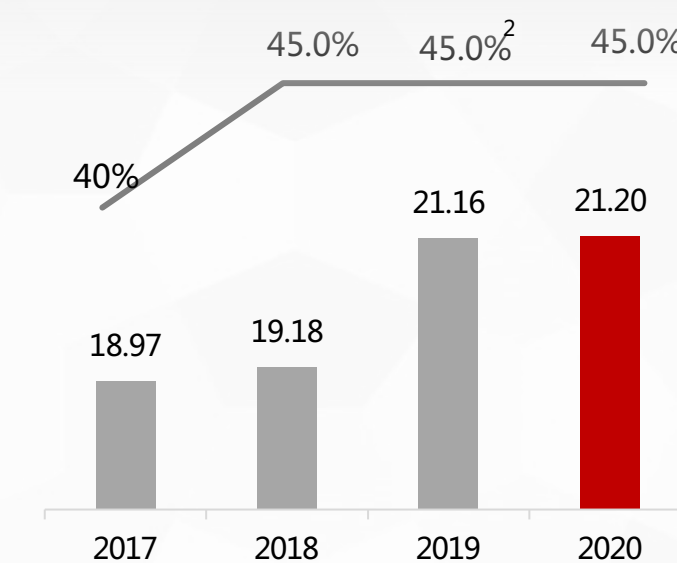
單位：港幣百萬元

■ 收入

■ 扣非後歸母淨利潤

派息

- 派息：2020年每股派息**21.20**港仙
- 派息率：2020年派息率為**45%**



單位：港仙

— 派息率

■ 每股派息

附注：1.扣非後歸母淨利潤即調整一次性項目；2.扣非後派息率；3.2020年持續經營業務不含已出售的ODM業務，及包括TCL通訊9-12月份業績；4.2020年總收入(如果包括已終止經營業務)達到577億港幣，同比增長22.9%；5.中怡康全渠道數據，2020年中國TV市場整體銷售量同比下降9.7%

[^] 經重列

* 數據來源：Omdia, GfK及NPD

2020年全年業績 (僅持續經營業務)

智能移動、連接設備及服務¹

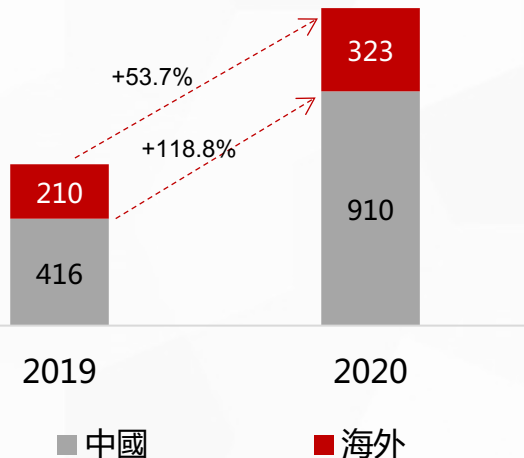
- ✓ 9-12月 銷售量同比增長14.1%
- ✓ 9-12月 總收入同比增長16.0%

互聯網業務

2020年總收入同比增長97.0%，其中：

- ✓ 海外市場同比增長53.7%
- ✓ 中國市場同比增長118.8%

單位：港幣百萬元



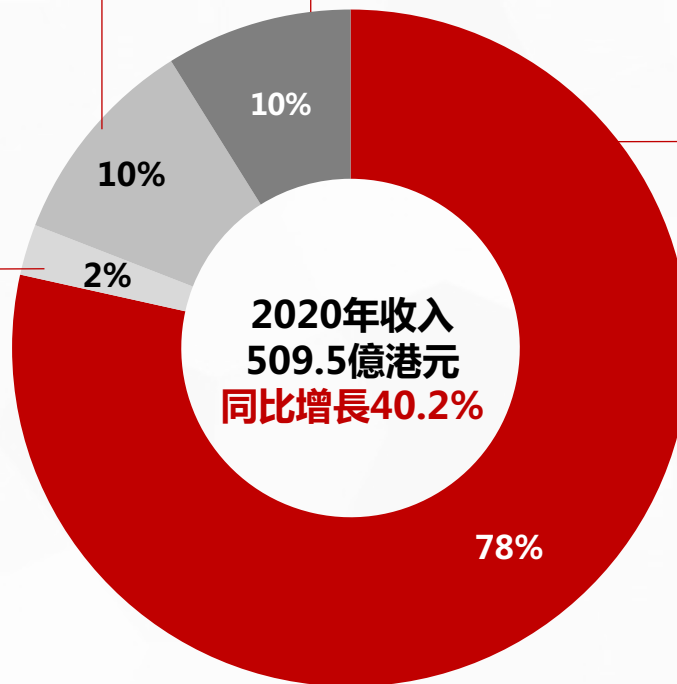
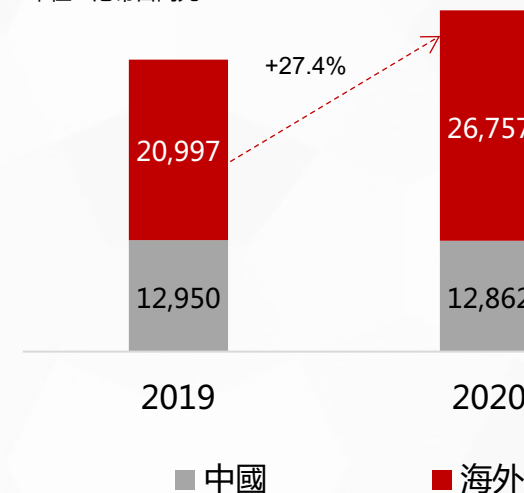
智慧商顯、智能家居及其他業務

智屏業務²

2020年總收入同比增長16.7%，其中：

- ✓ 海外市場收入同比增長27.4%
- ✓ 中國市場收入同比基本持平，市場份額提升2.5個百分點³

單位：港幣百萬元



- 智屏業務
- 互聯網業務
- 智能移動、連接設備及服務
- 智慧商顯、智能家居及其他業務

附注：1.併入TCL通訊2020年9至12月業績，同期對比數是基於TCL通訊法人口徑 2.智屏業務產品主要為智能TV 3.數據來源：中怡康全渠道數據

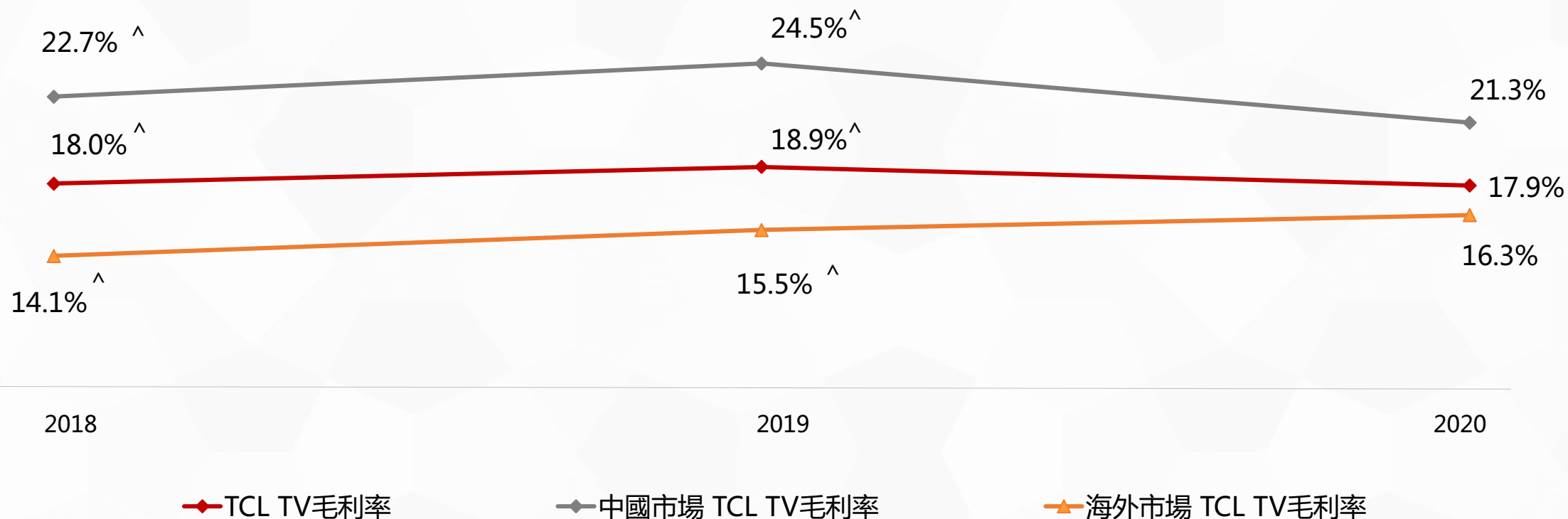
(港幣百萬元)	2020年	2019年	變動
收入	50,953	36,335 [#]	+40.2%
毛利率(%)	19.0%	20.5% [#]	(1.5個百分點)
費用率(%)	15.5%	16.7% [#]	(1.2個百分點)
研發費用	1,630	751 [#]	+117.0%
EBITDA	2,889	2,205 ^{#^}	+31.0%
持續經營業務之本年利潤 [@]	1,893	1,871 ^{#^}	+1.2%
歸母淨利潤 [@]			
- 本年(含已終止經營業務) [@]	3,599	2,283 ^{#^}	+57.6%
- 來自持續經營業務	1,847	1,826 ^{#^}	+1.2%
扣非後歸母淨利潤			
- 本年(含已終止經營業務) [@]	1,155	1,070 [#]	+7.9%
- 來自持續經營業務	1,047	837 [#]	+25.1%
每股基本盈利(港仙)(來自持續經營業務) [@]	79.25	80.14 [#]	(1.1%)
全年每股股息(港仙)	21.20	21.16	+0.2%

經重列

[^] 2019年包含了雷鳥網絡科技44.44%股權公平價格重估產生的一次性收益7.9億港元

[@] 已終止經營業務主要指已於2020年8月底完成出售的TV ODM業務

智屏產品毛利率

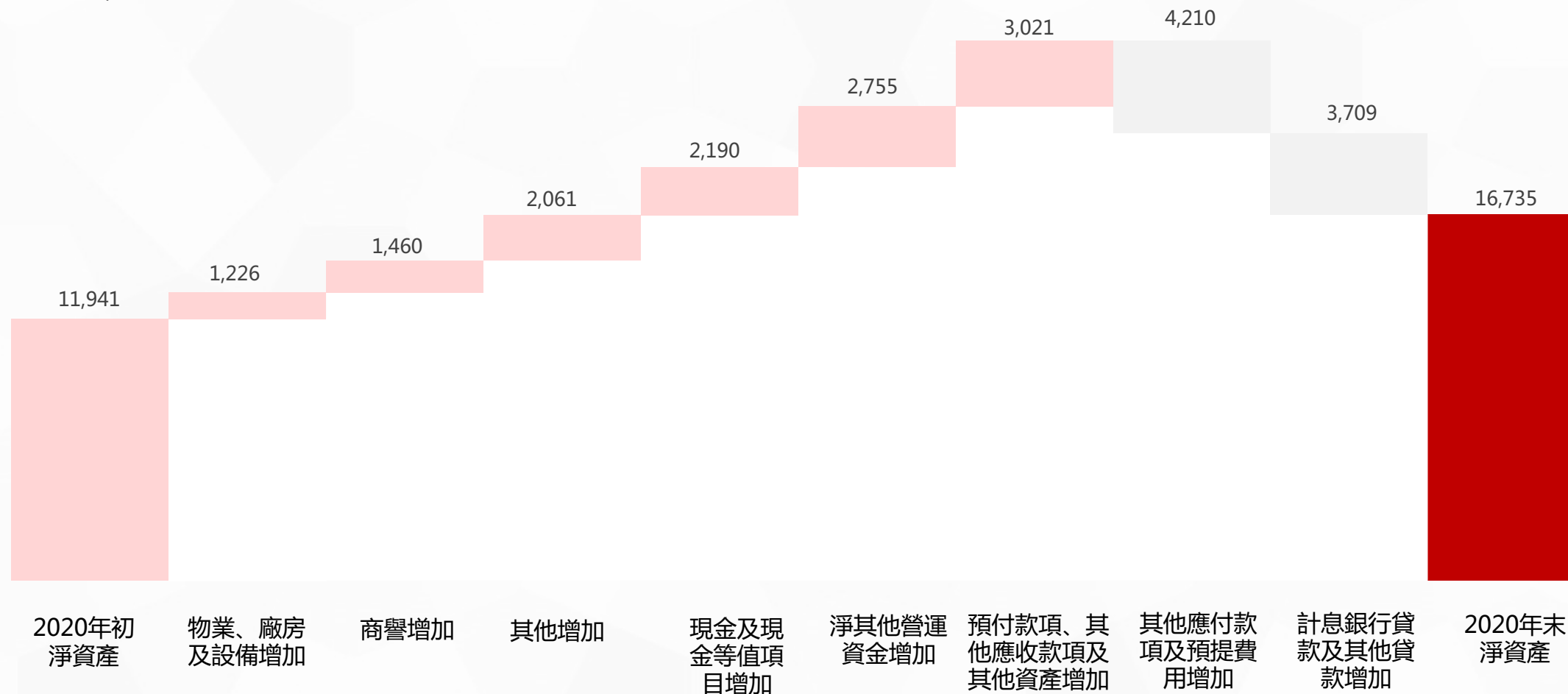


- 2020年疫情對全球經濟造成影響，本集團全年TV毛利率為**17.9%**，同比下降1.0個百分點
 - 本集團中國市場TV毛利率為**21.3%**，同比下降3.2個百分點，主要是由於本集團在國內市場營銷策略調整及TV面板價格上漲
 - 本集團海外市場TV毛利率為**16.3%**，同比提升0.8個百分點，主要由於歐洲和新興市場產品結構優化，毛利率持續提升

綜合財務狀況表摘要

財務狀況穩健

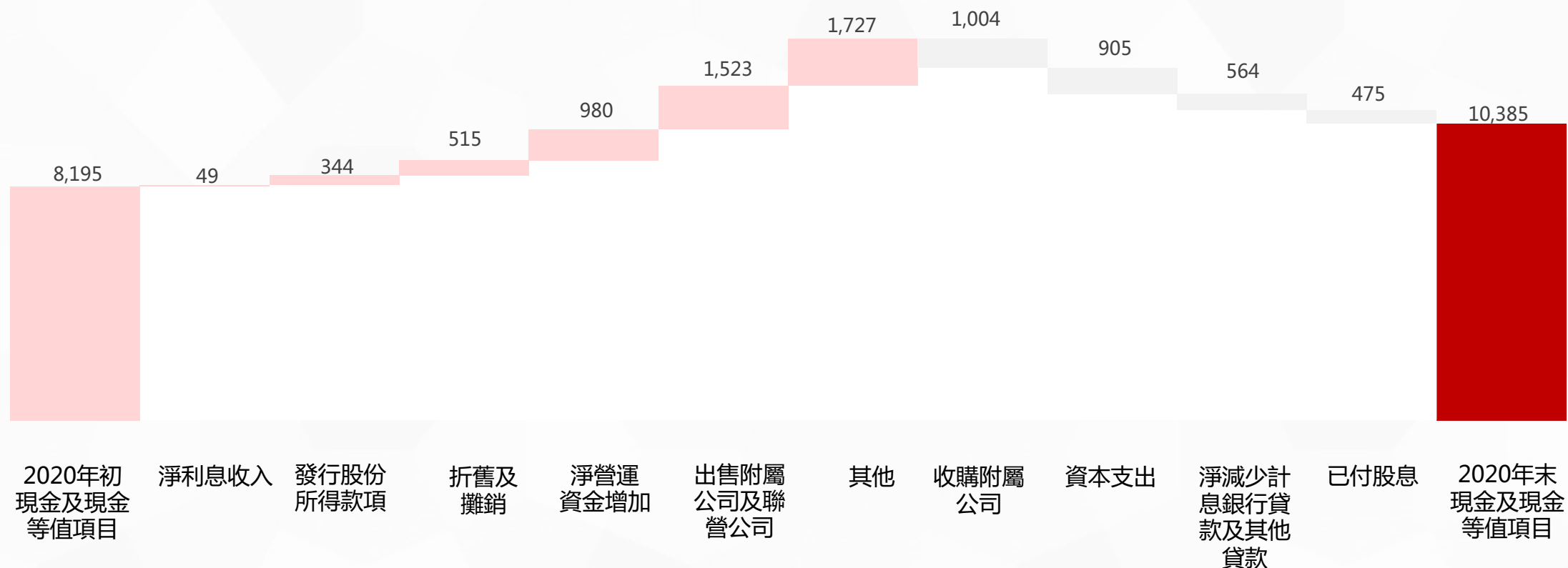
(單位：港幣百萬元)



現金及現金等值項目變動表

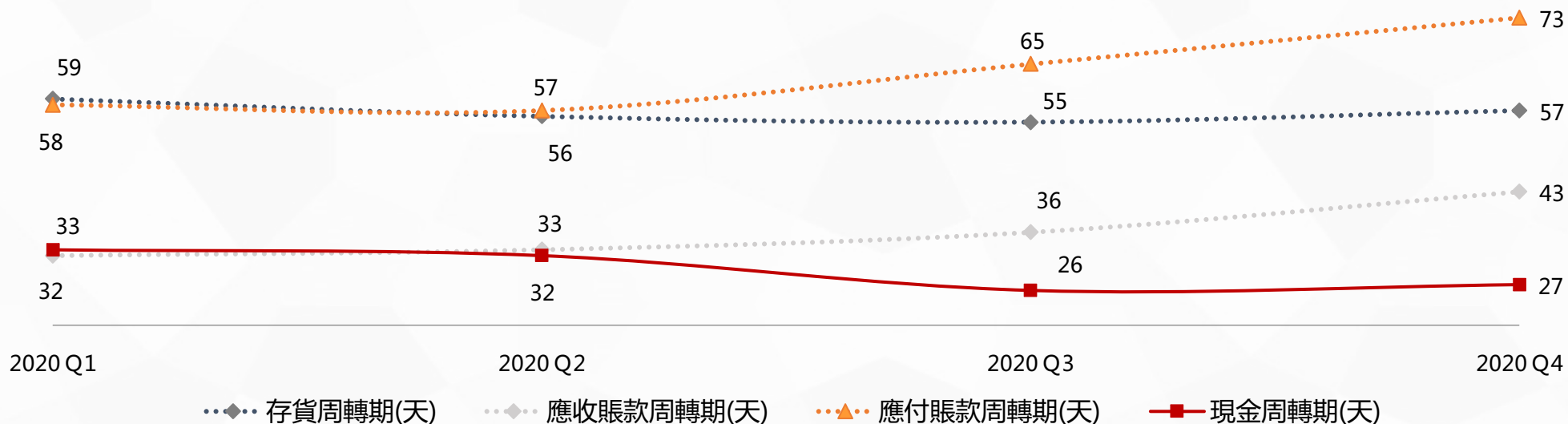
公司有效加強資金管理，經營活動產生現金淨流入，現金及現金等值項目餘額同比增加26.7%

(單位：港幣百萬元)



主要財務指標

上半年受疫情影響現金周轉有所延長，下半年逐步加快



	2020年12月31日	2019年12月31日	變動
流動比率 (倍)	1.2	1.3	(0.1)
資本負債比率 (總額)(%) ²	35.8	16.2	19.6個百分點
資本負債比率 (淨額)(%) ^{3,4}	0	0	-

1 以上周轉期以12個月平均結餘計算

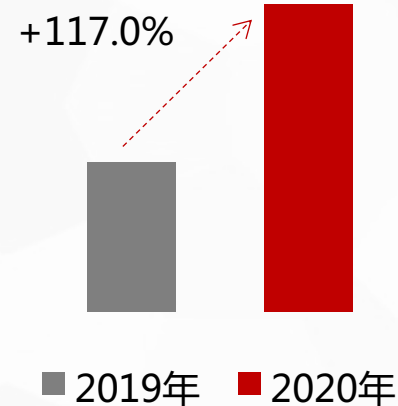
2 資本負債比率(總額)=計息貸款及租賃負債總額/歸屬於母公司擁有者之權益

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=計息貸款及租賃負債總額-現金及銀行結存-受限制現金

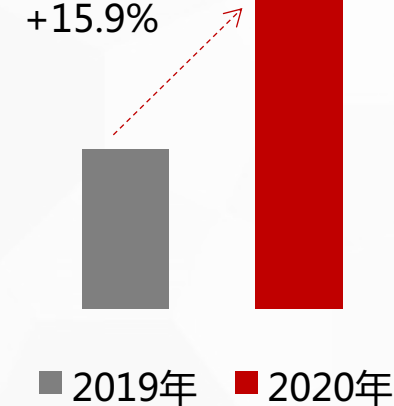
4 於2020年12月31日及2019年12月31日，本集團之現金及銀行結存，及受限制現金高於計息貸款及租賃負債總額，因此本集團資本負債比率(淨額)為0%

- 2020年研發費用達16.3億港元，同比增加117.0%，除了配合產品和服務升級而增加的軟件研發外，併表新的業務板塊增加期內研發費用（併表時間：TCL通訊2020年9月、雷鳥網絡科技2019年4月）
- 2020年研發人員總數同比增長15.9%¹，主要是人工智能、開放式軟件平台等軟件類人員增長；公司研發中心(包括鴻鵠實驗室)軟件人員佔比由54%提升至61%

研發費用



研發人員總數¹



鴻鵠實驗室



4個 全球
技術中心



400+ AI演算法
團隊



200+ 大數據
雲平台團隊

附注:

1.2019年研發人員總數包含同期可比通訊研發人員總數



02

業務回顧



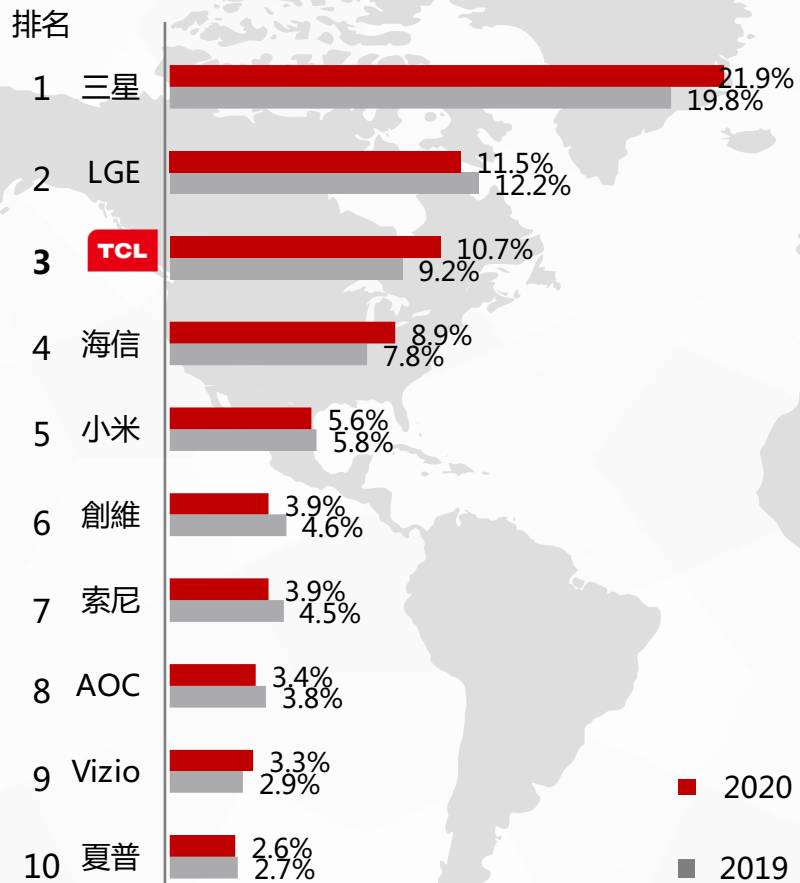
產品業務



互聯網業務

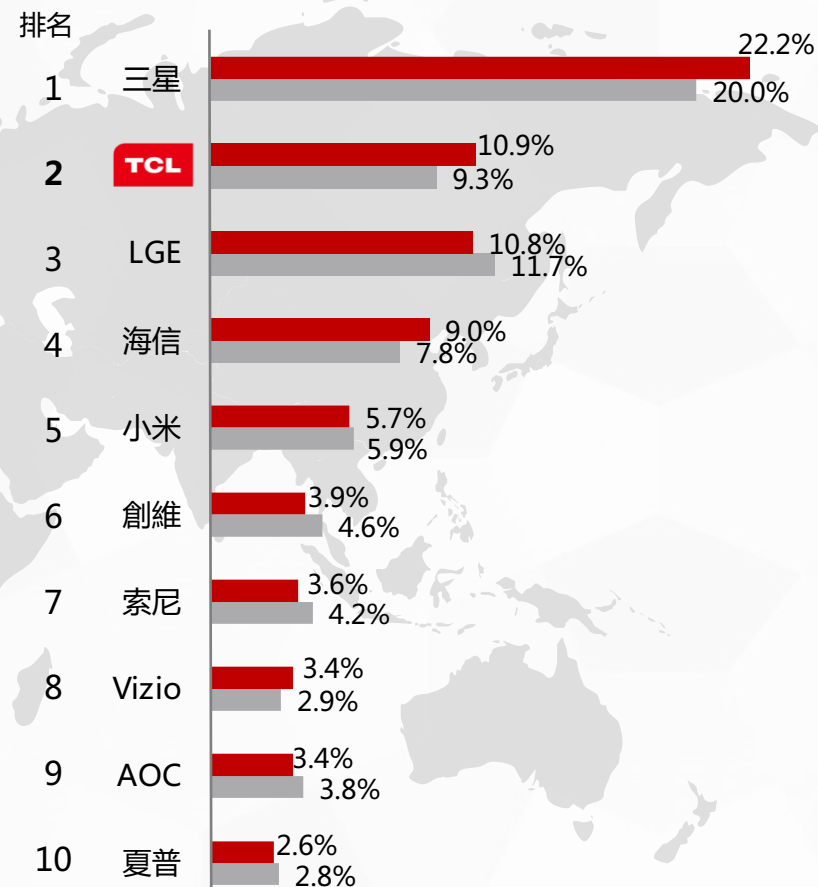
2020年TCL 整體TV銷售量市場份額 穩居全球前三#

銷售量排名



2020年TCL LCD TV銷售量市場份額 躍升至全球前二#

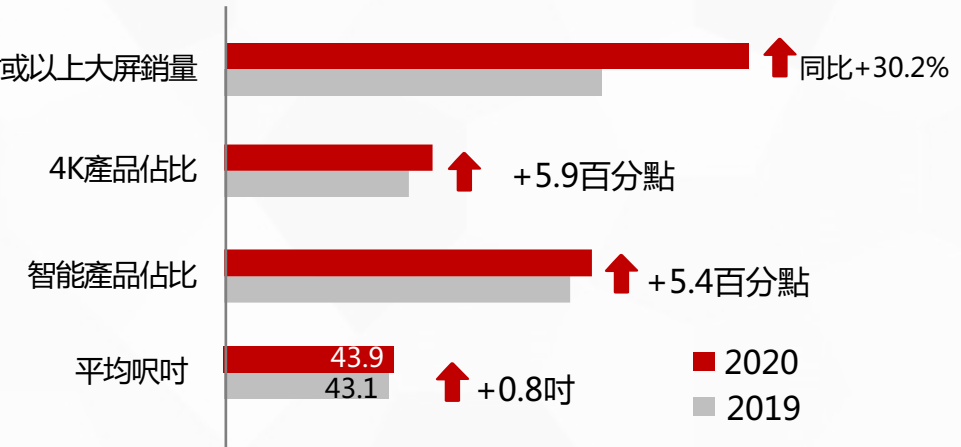
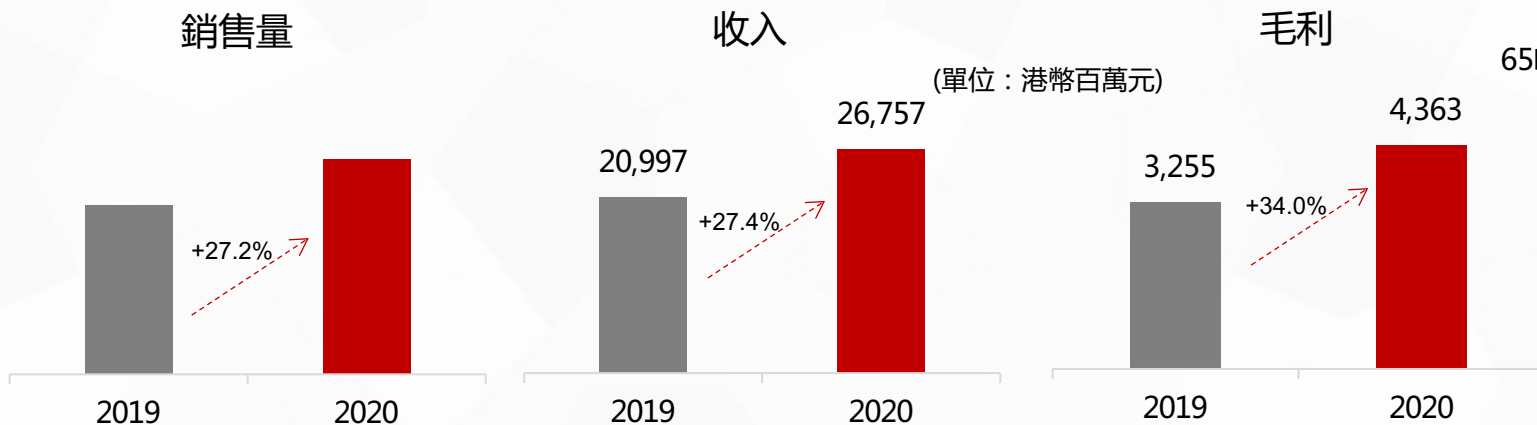
銷售量排名



海外市場TCL智屏業務

銷售量、收入及毛利均顯著提升

高端產品增幅及佔比及平均呎吋

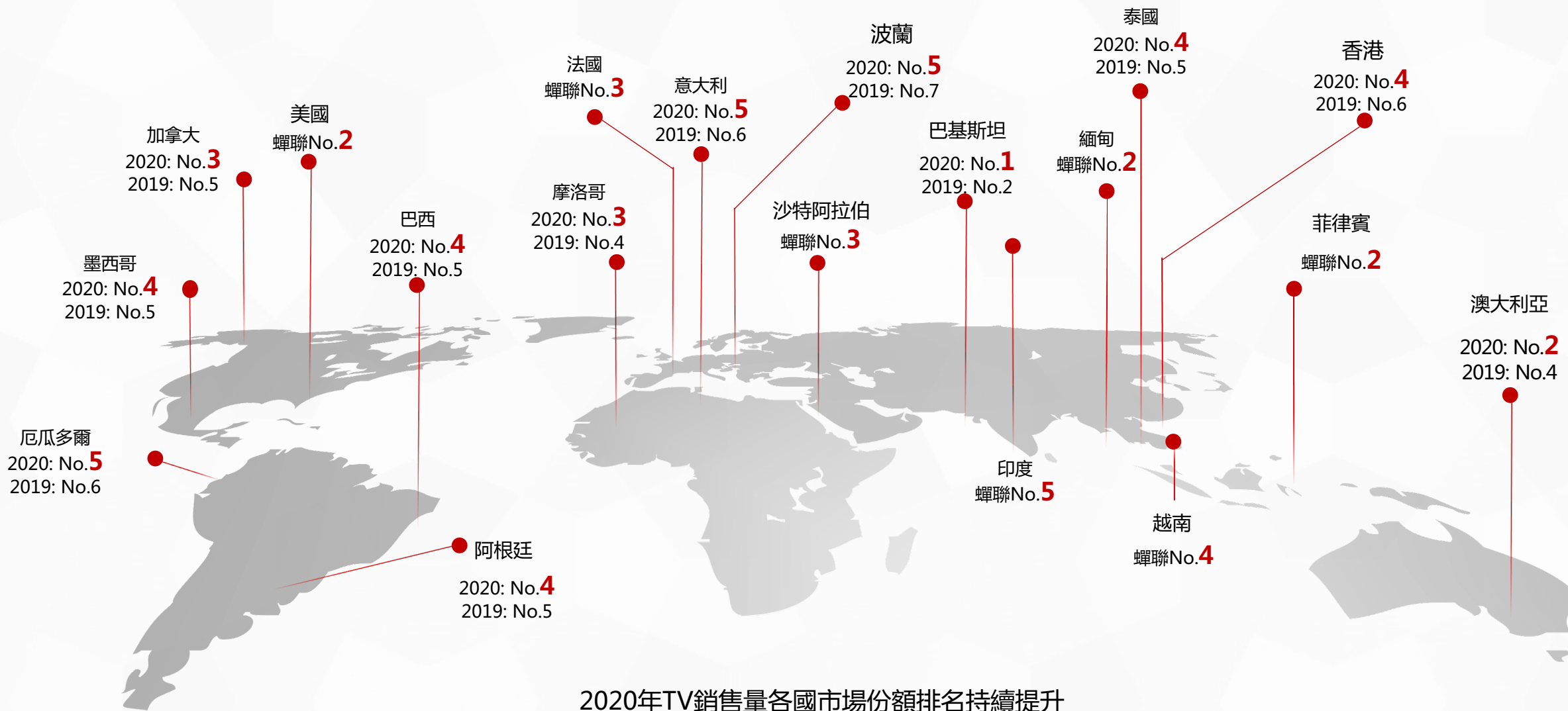


2020年TCL TV銷售量同比顯著增長**27.2%**



海外市場TCL智屏業務

持續深耕海外重點市場，並積極拓展新興市場，在超過20個重點國家及地區市佔率同比提升



2020年TV銷售量各國市場份額排名持續提升

海外市場TCL智屏業務——北美市場



銷售量強勁持續上升：2020年美國市場銷售量蟬聯第二



- ✓ 美國和加拿大BestBuy和Target中高端渠道佔比提升8.7個百分點
- ✓ 北美市場產品結構提升，4K產品滲透率提升1.5個百分點，QLED滲透率提升3.1個百分點



強化全球化佈局——擴建墨西哥和越南工廠產能，靈活應對市場變化



- 國際市場地位凸顯，與國際互聯網巨頭達成戰略合作
- ✓ 公司連續成為Roku全球最大的TV合作夥伴
- ✓ 2020年公司已成長為Google最大的TV合作夥伴

Google
新增北美合作

2020

Google
歐洲、拉美合作

2019

堅持本土營銷策略
切合當地消費市場

2018

BEST BUY

2017

TARGET

2016

COSTCO
WHOLESALE
sam's club

2015

Walmart
Roku

2014

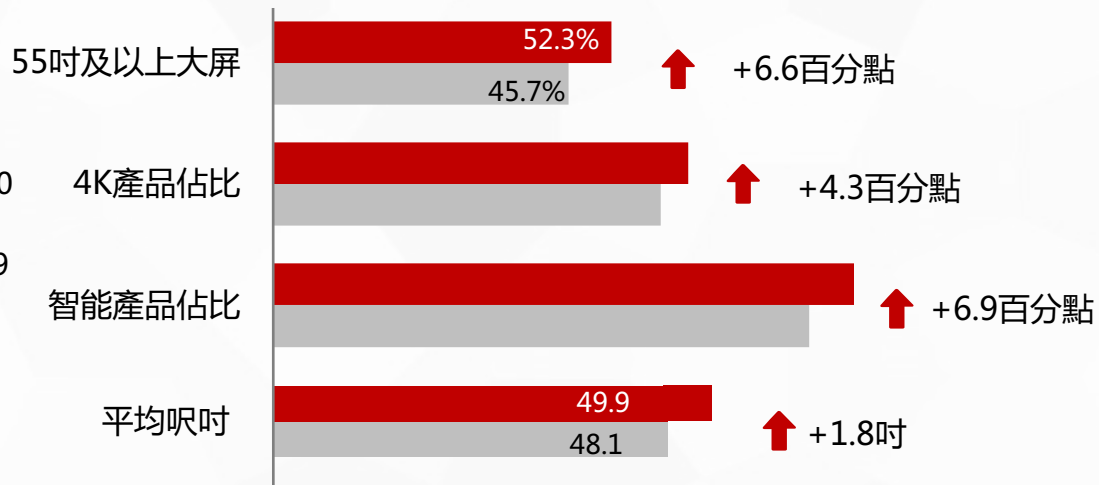
amazon

2011-2013

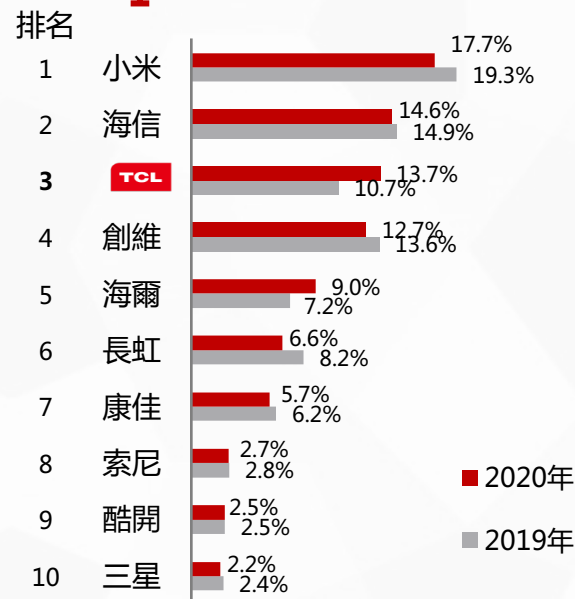
業務合作夥伴

中國市場TCL智屏業務

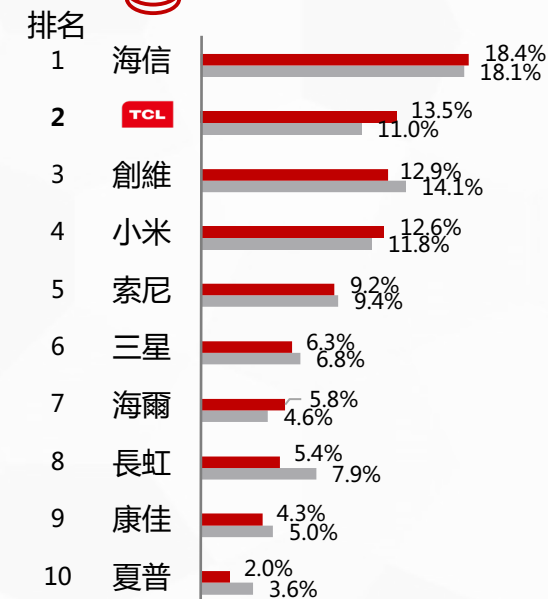
高端產品佔比及平均吋吋



銷售量市場份額排名#

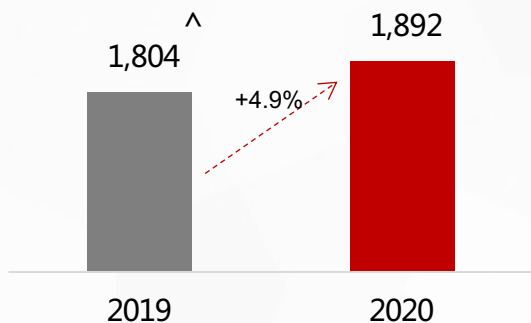


收入市場份額排名#

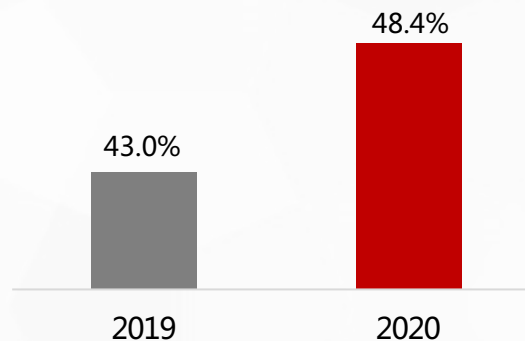


ASP

(單位：港元)

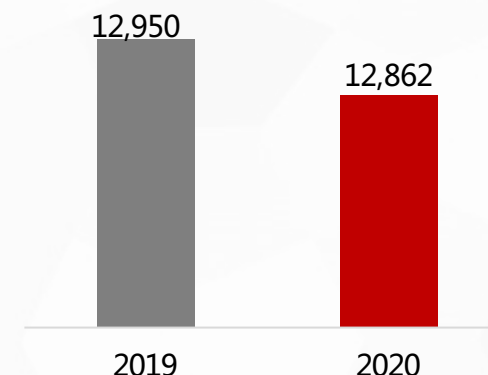


線上銷售量佔比



收入

(單位：港幣百萬元)



智能移動、連接設備及服務¹

2020年9至12月銷售量同比增長14.1%，收入同比增長16.0%



附注：

1.公司2020年9月併入TCL通訊，以上同比數據按通訊法人口徑

智能移動、連接設備及服務業務全球化佈局

深耕海外市場，專注於北美、歐洲及拉美市場，與當地主要運營商已建立緊密的合作關係



注：上述市場排名為2020年IDC數據



02

業務回顧

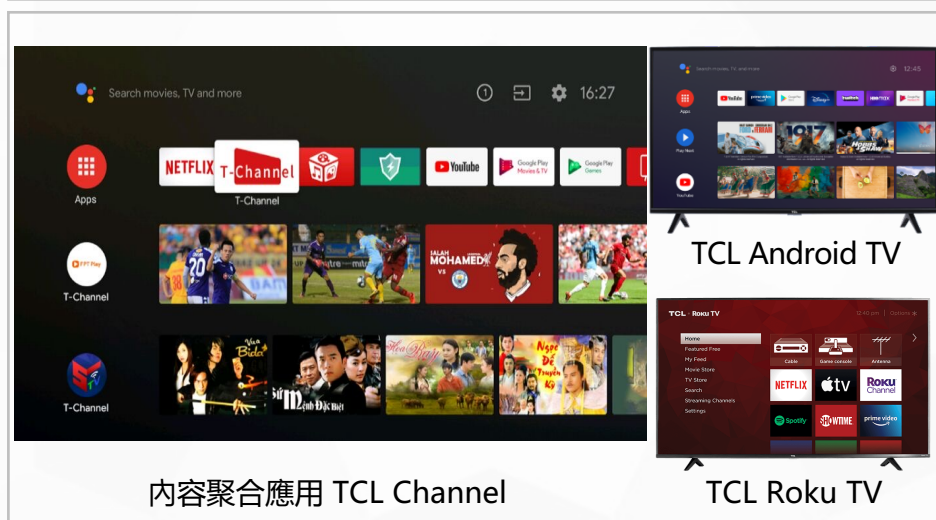
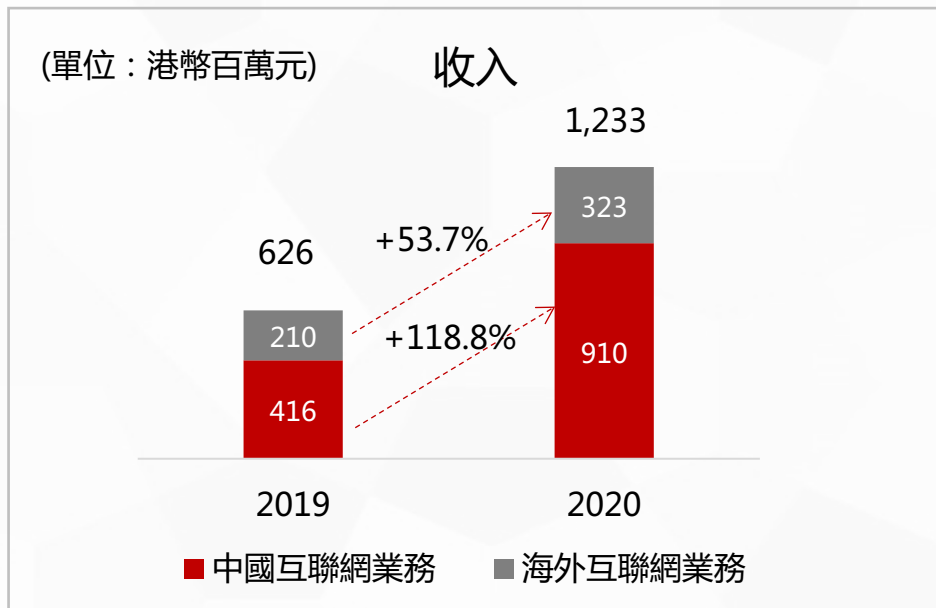


產品業務



互聯網業務

全球互聯網業務收入同比顯著增長97.0%*，盈利能力大幅提升



中國

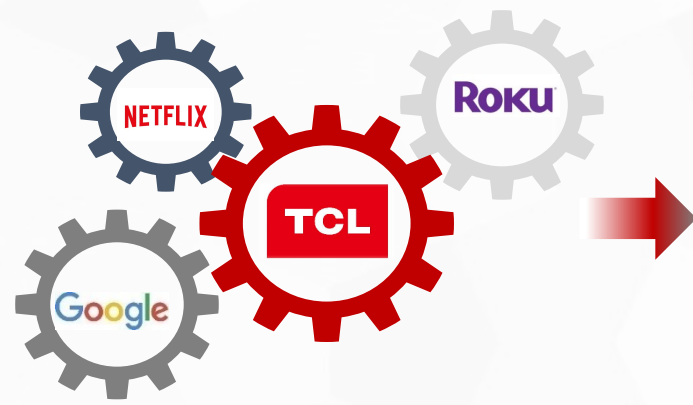
主要為雷鳥網絡科技，負責TCL電子智能電視的系統開發及運營

2020年收入9.1億港元，同比上升118.8%*，變現能力持續增強：

- 會員業務收入同比提升91.1%
- 廣告業務收入同比提升10.3%
- 增值業務收入同比提升141.9%

海外

與Roku、Google和Netflix等互聯網巨頭合作，為用戶提供極致的服務體驗



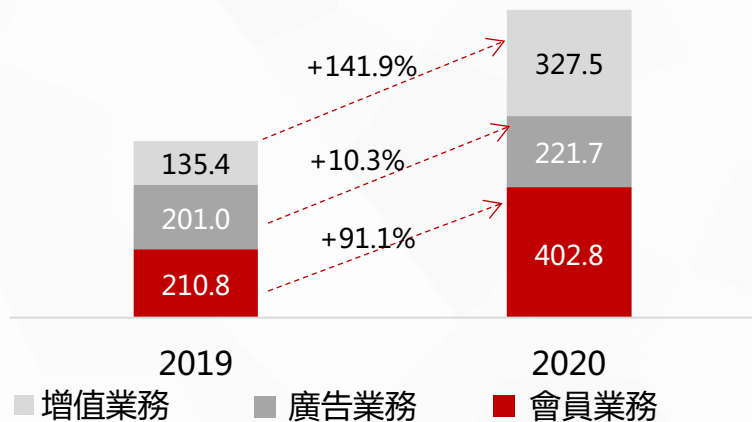
- 2020年收入**3.2億**港元，同比上升**53.7%**
- **TCL Channel**在美國TCL品牌的Roku TV和安卓TV上線，覆蓋國家數量達**12個**

2020年持續深化與互聯網巨頭的全球合作

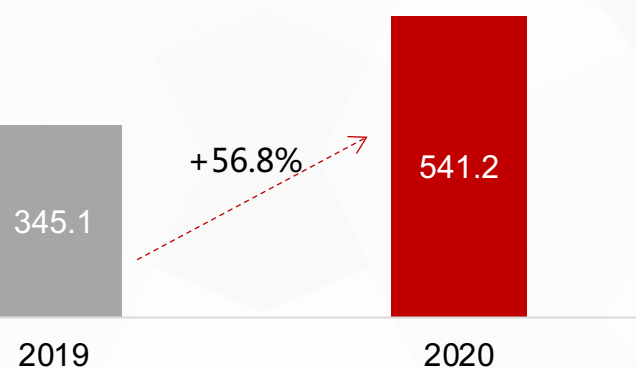
* 雷鳥科技自2019年4月開始併表

(單位：港幣百萬元)

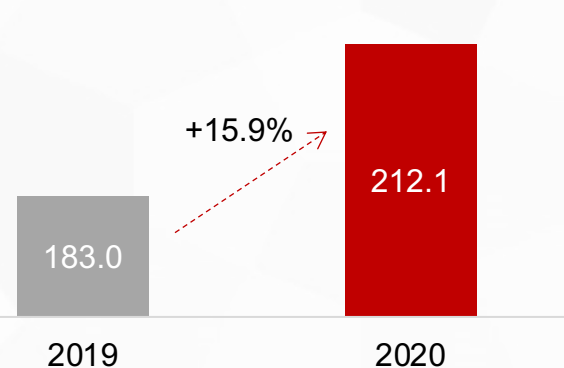
收入



毛利

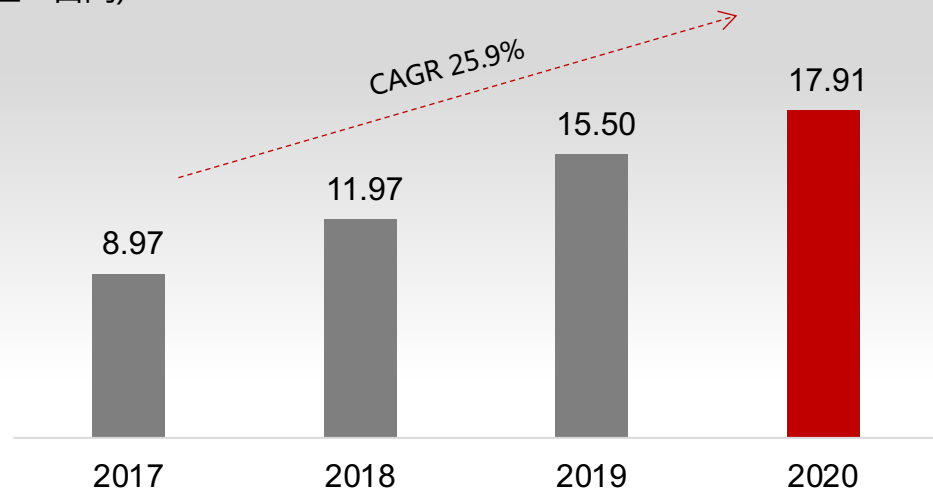


淨利潤



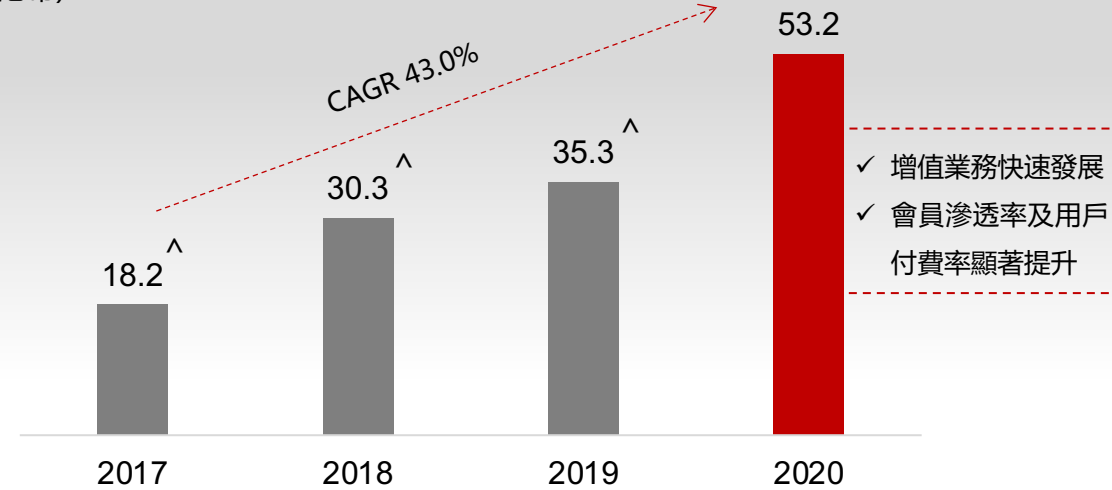
中國月度活躍用戶數

(單位：百萬)



ARPU

(單位：港幣)



附注：
[^]經重列

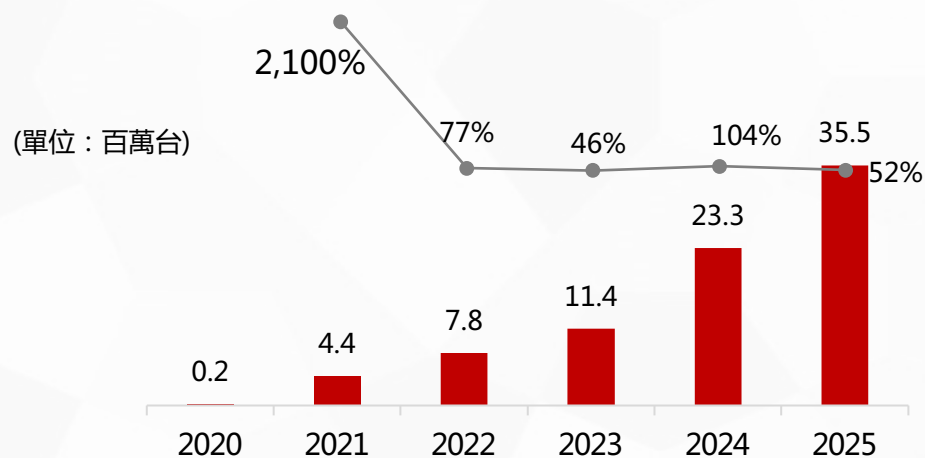
1. 雷鳥毛利率略降，主要是因為雷鳥不斷增強自主運營平臺的能力，會員業務收入佔比同比提升顯著，而會員業務毛利率略低於廣告和增值業務

2. 除稅後淨利潤率同比下降主要是Q4實行股權激勵計劃產生費用，剔除該影響淨利潤維持在30%水準左右

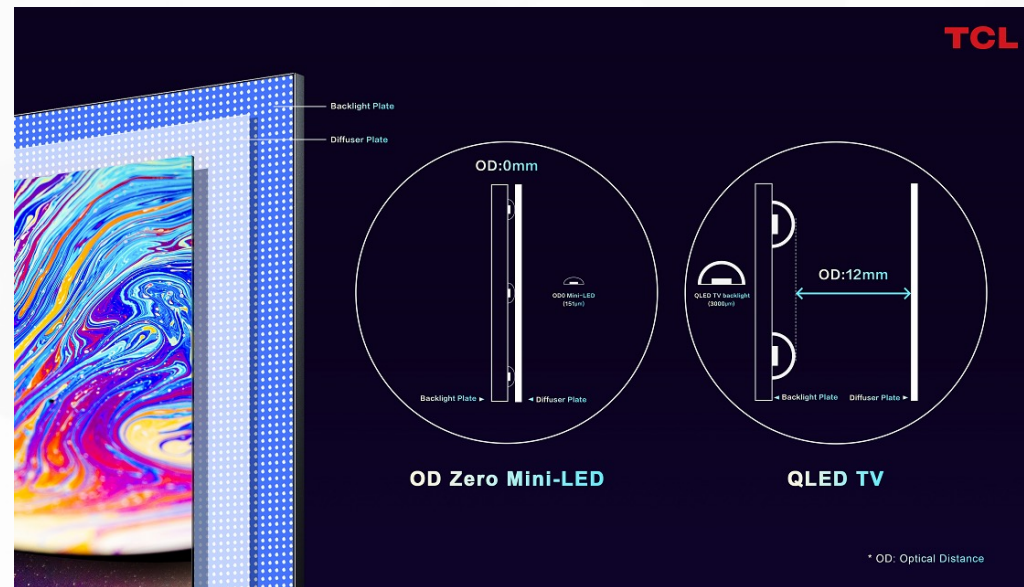
TCL電子引領Mini LED技術發展

全球首家推出Mini LED背光電視，業內首家量產

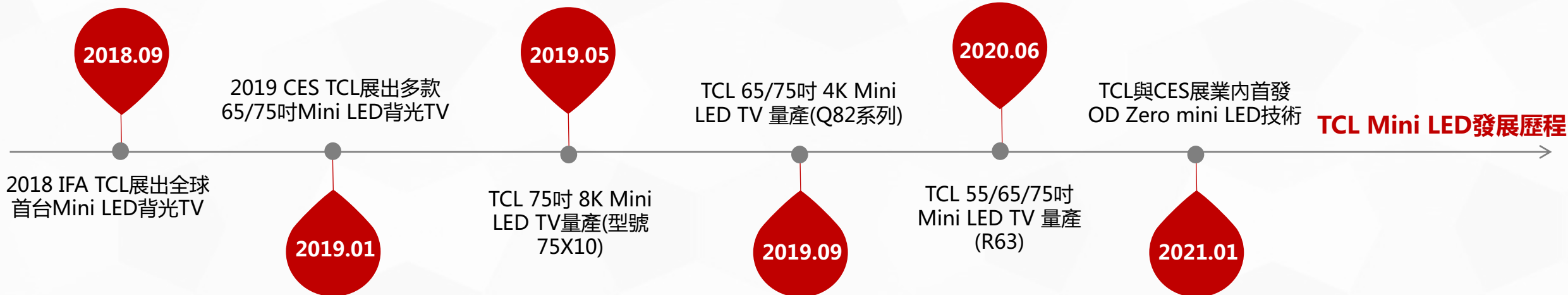
全球Mini LED出貨量預測



數據來源：TrendForce —●— 同比增長率 ■ 出貨量



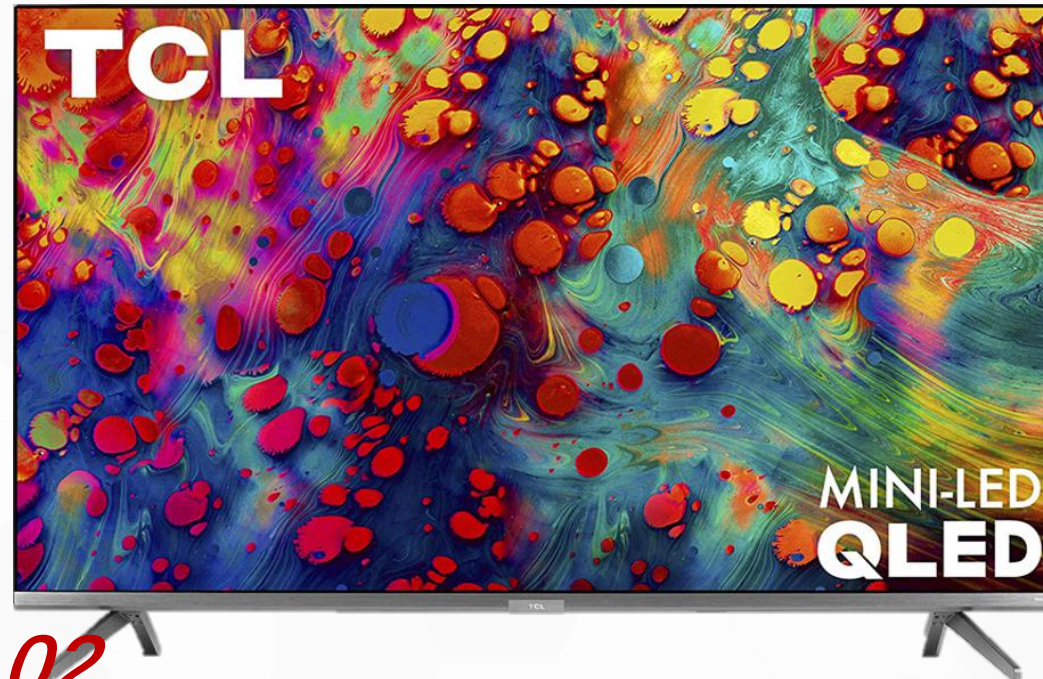
OD Zero技術—極致輕薄Mini LED TV





01 TCL 8系列

- TCL 8系列Mini LED電視獲美國著名科技媒體《Digital Trends》評為2020年最佳Roku TV
- “4K+HDR+QLED顯示首次應用Mini LED背光技術，不但為Roku TV，也為所有QLED TV定下新的基準”
- “TCL 8系列電視能達至接近純黑畫面，75吋型號為例，25,000顆Mini LED，將畫面對比提升至新高度，其極致畫質亦極為接近OLED水準”



02 TCL 6系列

- TCL 6系列Mini LED TV獲美國《福布斯》雜誌評為「2020年最佳TV 適合不同消費者」
- “TCL再次證明用比競品更低的成本製造出高質量的電視機，6系列可以說是最好的證明”
- “TCL 6系列呈現令人驚喜的深黑色，搭配QLED的亮度和寬色域，為電影、電視和遊戲畫面帶來高超的對比度，Local Dimming將更凸顯高動態內容”


歐洲專業影音協會(EISA) 對TCL產品影音質素充分肯定

- QLED TV C815系列及RAY•DANZ 條狀揚聲器獲歐洲專業影音協會 (Expert Imaging and Sound Association, EISA) 分別頒發「最佳電視 – 2020-2021」及「最佳條狀揚聲器 – 2020-2021」兩項大獎，影音質素有絕對保證
- TCL 9 系列 RAY•DANZ 條狀揚聲器榮獲「iF 設計大獎 2020」，顯示公司除了影像技術領先，音質設備也備受認可




於2020國際消費電子產品展 (CES) 獲多項頂級獎項

- TCL QLED TV 8K X9獲得由IDG頒發的「年度8K QLED電視金獎」
- 2019-2020年度「全球電視10強」
- 2019-2020年度「消費電子領先品牌TOP10」
- 2019-2020年度「全球消費電子50強」




多款高端智能電視獲獎項認可

- 權威IT網站CNET2021年最佳電視評選中，TCL產品獲國際高度認可，「TCL 6系列獲最具性價比4K電視獎」；「TCL 55R635獲最具性價比55寸電視獎」；「TCL 4系列獲最優惠4K電視獎」；「TCL 8系列獲非OLED中最佳4K畫質獎」等




R&F中國品牌價值 100 強第8位 全國電視機製造業第 1 位

- 2020 (第 26 屆) 睿富全球排行榜中國品牌價值 100 強研究報告顯示，TCL以人民幣1025.83億的品牌價值位列第8位，位居全國電視機製造業第1位，進一步證實TCL的品牌實力




雷鳥網絡科技上榜《2020年度中國最受投資人關注創業公司TOP100》

- 「雷鳥網絡科技」上榜36氪發佈的《2020年度中國最受投資人關注創業公司TOP100》榜
- 36氪認為本次上榜的公司代表中國各商業領域的創新，不僅收穫投資人的廣泛關注，也引領著新經濟浪潮的暗流湧動方向



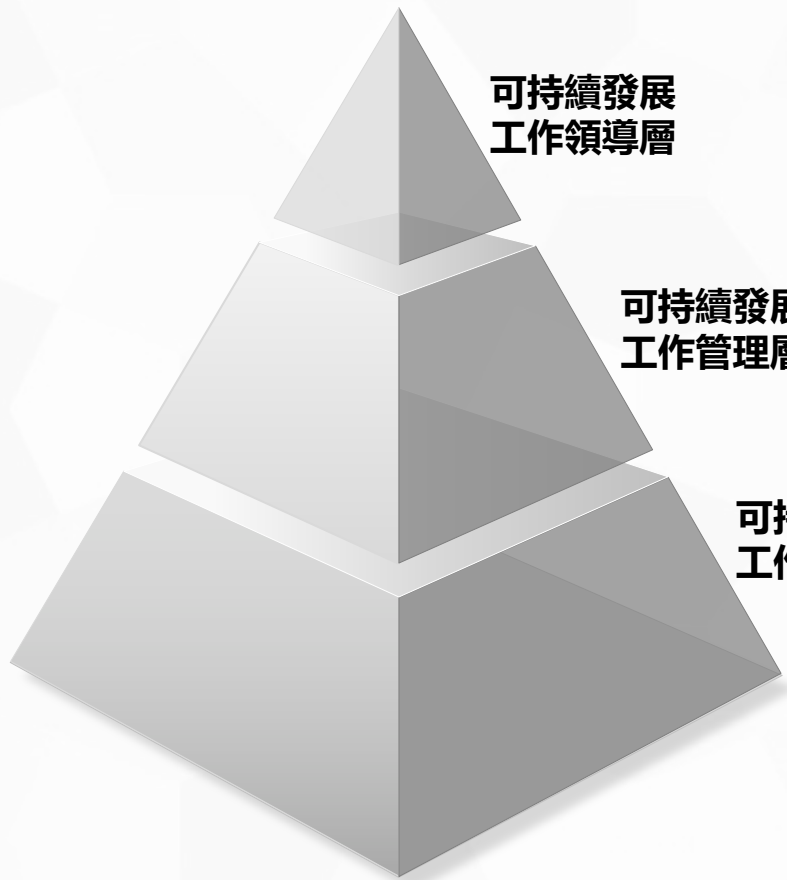
智能移動產品獲2020年度「iF」和「紅點」設計大獎

- TCL10 Pro智能手機一舉斬獲「2020年度“iF”設計大獎」和「2020年度“紅點”設計大獎」兩項大獎
- TCL AC1200WiFi路由器獲得「2020年度“紅點”設計大獎」



環境、社會及管治

- ✓ 2019-2020年連續兩年被納入**恒生可持續發展企業基準指數**
- ✓ 2019-2020年連續兩年入圍工信部**中國綠色產品設計**



可持續發展管治層級



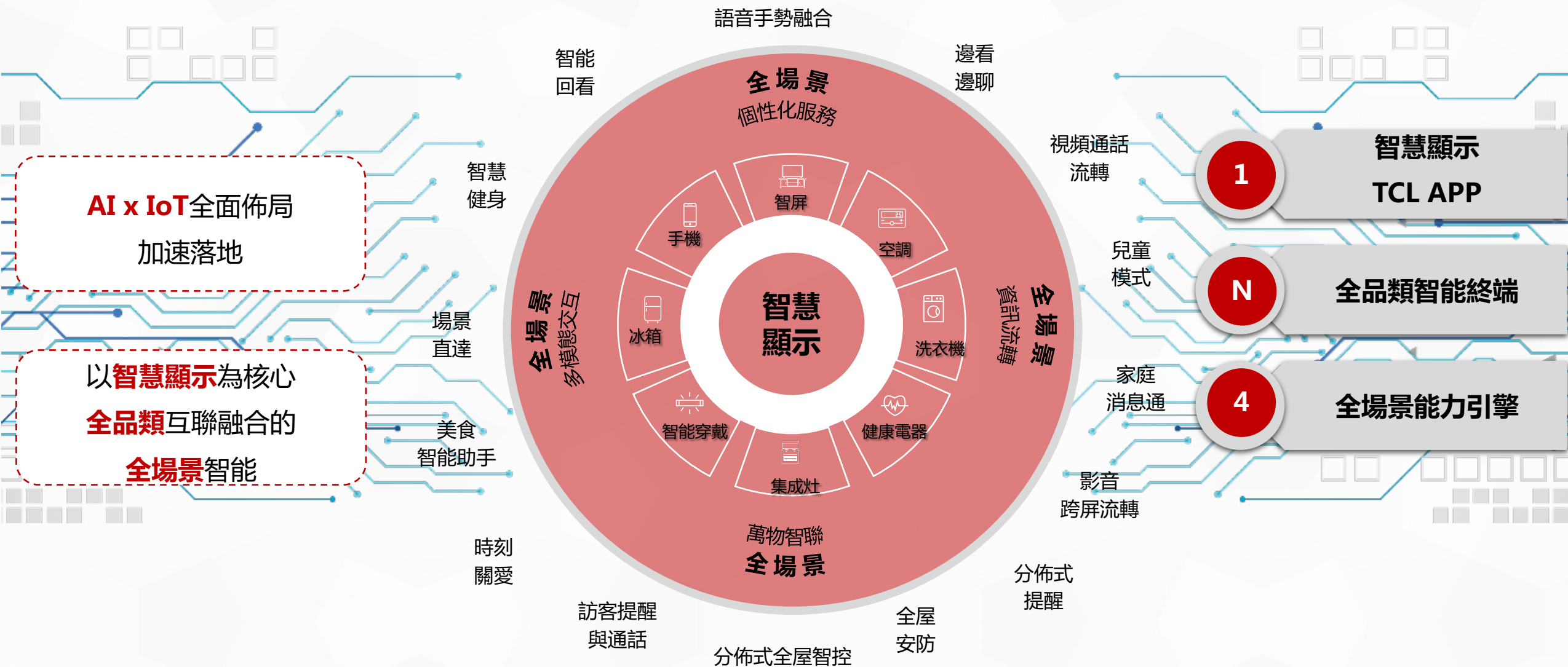


03

未來展望

業務革新後的TCL電子將致力成為以智慧顯示為核心的領先智能科技公司

資訊流轉



以智慧顯示為核心，以AI x IoT為技術驅動，為用戶打造全場景智慧健康生活，致力成為全球領先的智能科技公司

持續提升TCL品牌全球市場份額

深化全產業鏈一體化協同優勢
持續擴大產品、技術競爭優勢

「產品+服務，智能+互聯網」

加速發展全球互聯網業務
擴大用戶規模 持續提升ARPU

2023年應用服務
利潤佔比超過**50%**

家庭
場景



1、智屏

2023年銷量、5G+8K、智屏全球領先
引領Mini LED技術發展

2、家庭互聯網

國內：從家庭OTT大屏應用到IoT智屏應用
海外：Google、Roku全球第一大TV合作夥伴

移動
場景



手機/平板/智能連接/智能穿戴

加大投入，做強TCL品牌業務
海外運營商市場中國領先企業
技術、品牌、渠道與TV業務協同
平板、智能連接保持快速增長

商用
場景



智慧商顯

千億市場藍海
重點發力智能會議、智慧商業場景
企業交互平板解決方案
+
智能模組業務雙輪驅動

互動環節

- 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電子控股有限公司(「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。



THANKS

TCL電子控股有限公司

electronics.tcl.com