



(請即時發佈)

TCL 多媒體公佈 2017 年中期業績

* * * * *

母公司擁有人應佔溢利同比大幅增長約 60%至 1.5 億港元

董事會宣派中期股息每股 3.90 港仙

積極優化產品結構及提升高端產品佔比

該集團截至二零一七年六月三十日止六個月業績回顧

- 該集團於回顧期內所錄得之綜合盈利相較二零一六年同期大幅增加。主要原因為：(1) 業務銷售量及銷售額有大幅度的增長；(2) 產品結構得以改善；及(3) 銷售及分銷支出、行政支出受控，費用率有所下降。
- 該集團液晶顯示(「LCD」)電視機銷售量 960 萬台，同比增長 12.2%，中國市場 LCD 電視機銷售量同比下跌 9.7%至 387 萬台；海外市場 LCD 電視機銷售量同比增加 34.1%至 574 萬台。
- 該集團營業額 170.2 億港元，同比上升 19.7%。毛利較去年同期增長 6.3%至 26.3 億港元，毛利率主要受海外及中國市場銷售佔比的影響，由去年同期 17.4%下跌至 15.4%。費用率由去年同期 15.9%下跌至 13.8%。經營溢利 2.0 億港元，除稅後淨利潤為 1.4 億港元。母公司擁有人應佔溢利較去年同期增長 59.5%至 1.5 億港元。每股基本盈利為 9.12 港仙。董事會宣派中期股息每股 3.90 港仙。
- 產品結構不斷優化，高端產品(如量子點、曲面、4K 及大屏幕等)佔比持續提升。該集團中國市場(不包括 ODM 業務)智能電視機銷售量達 233 萬台，佔該集團中國市場 LCD 電視機銷售量(不包括 ODM 業務)的 75.1%。中國市場(不包括 ODM 業務)4K 電視機銷售量達 126 萬台，佔該集團中國市場 LCD 電視機銷售量(不包括 ODM 業務)的 40.6%。中國市場(不包括 ODM 業務)曲面電視機市場佔有率為 35.2%，保持排名第一(資料來源：北京中怡康時代市場研究有限公司(「中怡康」))。
- 根據 IHS Technology 最新資料及公司出貨量數據，該集團二零一七年首季度全球 LCD 電視機市場佔有率為 7.3%，名列第三。根據中怡康報告顯示，二零一七年上半年中國 LCD 電視機市場佔有率則為 13.6%，排名第三。

(二零一七年七月二十七日，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六月三十日止六個月之未經審核綜合業績。

業務回顧

二零一七年上半年該集團營業額 170.2 億港元，同比增長 19.7%。毛利同比增長 6.3%至 26.3 億港元。由於主要原材料價格仍處高位，以及區域銷售結構調整，海外市場銷售佔比提升的影響，毛利率由去

年同期 17.4% 下跌至 15.4%。費用率由去年同期 15.9% 下跌至 13.8%。經營溢利 2.0 億港元，除稅後淨利潤 1.4 億港元。母公司擁有人應佔溢利較去年同期增長 59.5% 至 1.5 億港元。每股基本盈利為 9.12 港仙。董事會宣派中期股息每股 3.90 港仙。

受整體市場需求下滑的影響，該集團中國市場上半年 LCD 電視機銷售量同比下跌 9.7%，但由於該集團積極改善產品結構，其電視機銷售量表現仍優於行業平均水平。另一方面，受益於北美市場和新興市場持續強勁的增長，海外市場上半年 LCD 電視機銷售量同比大幅提升 34.1%，營業額同比提升 51.0%，其銷售量和銷售額均顯著提升，成為主要的業務增長動力。

中國市場

受二零一七年上半年電視機行業的銷售量同比下降 10.8% 的影響，該集團 LCD 電視機銷售量同比下降 9.7% 至 387 萬台，其銷售量表現仍優於行業平均水平。由於產品結構改善和 LCD 電視機平均售價提升，該集團 LCD 電視機營業額同比微跌 0.5% 至 85.5 億港元；第二季度則同比增長 2.6%。

隨著產品結構不斷優化，二零一七年上半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 233 萬台，佔 LCD 電視機銷售量比重由二零一六年上半年的 62.6% 上升至二零一七年上半年的 75.1%。
- 4K 電視機銷售量達 126 萬台，佔 LCD 電視機銷售量比重由二零一六年上半年的 33.9% 上升至二零一七年上半年的 40.6%。
- 曲面電視機市場佔有率達 35.2%，保持排名第一（資料來源：中怡康）。曲面電視機同比大幅增加 79.4% 至 48 萬台，佔 LCD 電視機銷售量比重由二零一六年上半年的 7.4% 提升至二零一七年上半年的 15.4%。
- 電視機平均銷售呎吋由去年同期的 43.7 吋提升至 45.5 吋。

海外市場

二零一七年上半年，該集團 LCD 電視機銷售量同比提升 34.1% 至 574 萬台，營業額同比上升 51.0% 至 83.8 億港元，平均售價同比提升 12.5%。海外市場的銷售量和銷售額均顯著提升，成為主要的業務增長動力。

二零一七年上半年海外市場表現：

- 北美市場 LCD 電視機銷售量同比大幅提升 215.9%。
- 新興市場 LCD 電視機銷售量同比增長 20.5%。
- 歐洲市場 LCD 電視機銷售量同比下降 38.7%。
- 策略 ODM 業務 LCD 電視機銷售量較去年同期增長 9.6%。

該集團通過 CBUS（曲面、 大屏、 4K、 智能）戰略改善產品結構（不含 ODM 業務）：

- 曲面電視機佔比由二零一六年上半年的 1.6% 提升至二零一七年上半年的 1.9%。
- 55 吋及以上電視機佔比由二零一六年上半年的 13.8% 上升至二零一七年上半年的 16.3%。
- 4K 電視機佔比由二零一六年上半年的 12.5% 上升至二零一七年上半年的 19.3%。
- 智能電視機銷量佔比由二零一六年上半年的 48.3% 上升至二零一七年上半年的 77.0%。

互聯網業務

該集團於三月推出全新互聯網電視機品牌「雷鳥」，強勢進軍互聯網電視機市場，並於二零一七年七月二日宣佈騰訊數碼同意向該集團旗下雷鳥科技注資人民幣 4.5 億元，將獲雷鳥科技 16.67% 的股權，成為第二大股東。此次強強聯合，旨在實現戰略資源互補，加快推動「智能製造+互聯網」新業務模式。

二零一七年上半年，該集團實現業務收入約人民幣 3,019 萬元，同比增長 18.7%；而 TCL 智能電視機歷史累計激活用戶總數量為 20,303,387，二零一七年六月日均活躍用戶數量為 9,169,637 (資料來源：廣州歡網科技有限責任公司)。

- 視頻業務共有 1,939 萬用戶，較二零一六年上半年同比增長 39.9%；
- 付費業務共實現存量會員用戶 24.2 萬，較二零一六年上半年同比增長 374.5%。
- 用戶日均開機時長達 4.9 小時。

展望

TCL 多媒體首席執行官薄連明先生表示：「我們將繼續延續『效率是根基、結構是命門、利潤是宗旨』為二零一七年整體經營思路，並以「兩升兩降」為策略方針，提升高毛利產品佔比及低費用渠道佔比，同時降低系統成本及資產週轉天數；持續提升產品技術、工業、品牌與渠道及互聯網應用與服務四項基礎能力建設。我們致力加強品牌的核心競爭力，提升盈利能力及實現可持續增長。」

該集團於回顧期內按區域劃分 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 上半年 (千台)	二零一六年 上半年 (千台)	變動
LCD 電視機	9,603	8,557	12.2%
整體			
- 中國市場	3,867	4,281	(9.7%)
- 海外市場	5,737	4,276	34.1%
其中：智能電視機	6,120	4,085	49.8%
4K 電視機	2,227	1,530	45.6%



	截至二零一七年 六月三十日 歷史累計	二零一七年 六月	二零一六年 六月	變動	二零一七年 上半年	二零一六年 上半年	變動
TCL 智能電視機激活用戶數量 ⁽¹⁾	20,303,387	408,528	343,559	18.9%	3,013,953	2,632,815	14.5%
日均活躍用戶數量 ⁽²⁾	不適用	9,169,637	6,244,653	46.8%	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，該集團二零一七年首季度全球 LCD 電視機市場佔有率為 7.3%，名列第三。根據中怡康報告顯示，二零一七年上半年中國 LCD 電視機市場佔有率則為 13.6%，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