

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公佈的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公佈全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



TCL MULTIMEDIA TECHNOLOGY HOLDINGS LIMITED

TCL 多媒體科技控股有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：01070)

(「本公司」，連同其附屬公司，統稱「本集團」)

截至二零一八年三月三十一日止三個月之業務進展公告

本公告由本公司自願作出。

本公司董事會欣然公佈本集團截至二零一八年三月三十一日止三個月之若干未經審核財務及營運數據之最新業務進展資料。

截至二零一八年三月三十一日止三個月：

本集團二零一八年第一季度銷售規模實現近五年最大增幅，中國市場趨穩回升，海外市場強勁增長。產品結構持續改善，自主品牌平均售價(「平均售價」)持續提升。毛利率穩定增長，費用持續受控，盈利能力顯著提升：

- 本集團液晶顯示(「LCD」)電視機銷售量約637萬台，同比大幅增長35.6%，創近五年最大增幅。中國市場LCD電視機銷售量趨穩回升，同比上升9.6%至約243萬台；海外市場LCD電視機銷售量持續強勁增長，同比大幅增長58.7%至約394萬台。
- 本集團營業額約108.5億港元，同比大幅提升28.0%，創近五年最大增幅。毛利同比增長28.8%至約17.2億港元。

- 得益於產品力持續提升、產品結構持續改善，本集團自主品牌平均售價持續提升，其中中國市場和海外市場自主品牌平均售價（不包括ODM業務）同比分別提升9.8%和6.5%。
- 本集團毛利率穩定增長，同比提升0.1個百分點至15.8%，其中中國市場和海外市場毛利率同比分別提升1.6和0.7個百分點。費用持續受控，盈利能力顯著提升。
- TCL智能電視機歷史累計激活用戶總數量為25,588,112，二零一八年三月日均活躍用戶數量為12,058,685（資料來源：廣州歡網科技有限責任公司（「廣州歡網」））。互聯網業務收入顯著提升。
- 根據IHS Technology最新資料及公司出貨量數據，本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，二零一八年第一季度中國LCD電視機市場佔有率持續上升至12.1%，排名第三。根據中怡康報告，TCL二零一八年第一季度中國市場LCD電視機品牌價格指數由去年同期的95提升至109，排名第一。

本公告由本公司自願作出。

本公司董事會欣然公佈本集團截至二零一八年三月三十一日止三個月之若干未經審核財務及營運數據之最新業務進展資料。

本集團二零一八年第一季度銷售規模實現近五年最大增幅，中國市場趨穩回升，海外市場強勁增長。產品結構持續改善，自主品牌平均售價持續提升。毛利率穩定增長，費用持續受控，盈利能力顯著提升：

- 第一季度LCD電視機整體銷售規模持續強勁增長，銷售量及營業額增幅創近五年來新高
- 中國市場趨穩回升，產品力和產品結構持續增強，品牌價格指數躍升至第一位

- 海外市場持續強勁增長，各區域經營表現同比顯著增強
- 中國市場與海外市場毛利率同比穩定增長，費用持續受控，盈利能力顯著提升

本集團LCD電視機銷售量約637萬台，同比大幅增長35.6%，創近五年最大增幅。中國市場LCD電視機銷售量趨穩回升，同比上升9.6%至約243萬台；海外市場LCD電視機銷售量持續強勁增長，同比大幅增長58.7%至約394萬台。

本集團營業額約108.5億港元，同比大幅提升28.0%，創近五年最大增幅。毛利同比增長28.8%至約17.2億港元。

得益於產品力持續提升、產品結構持續改善，本集團自主品牌平均售價持續提升，其中中國市場和海外市場自主品牌平均售價（不包括ODM業務）同比分別提升9.8%和6.5%。

本集團毛利率穩定增長，同比提升0.1個百分點至15.8%，其中中國市場和海外市場毛利率同比分別提升1.6和0.7個百分點。費用持續受控，盈利能力顯著提升。

根據IHS Technology最新資料及公司出貨量數據，本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，二零一八年第一季度中國LCD電視機市場佔有率持續上升至12.1%，排名第三。

中國市場

本集團持續提升產品力、優化產品結構，毛利率持續提升。

銷售量：二零一八年第一季度LCD電視機總銷售量同比大幅上升9.6%至約243萬台，中國市場銷售量表現持續優於行業平均水平。

營業額：得益於銷售量增長和產品結構改善，LCD電視機營業額同比增長2.2%至約49.2億港元。

平均售價：LCD電視機平均售價(不包括ODM業務)同比提升9.8%至2,570港元。

毛利率：受益於屏價回落、產品力持續提升、產品結構持續改善，毛利率(不包括ODM業務)提升至23.3%，自去年第四季度開始連續兩個季度提升，高於去年各季度。

根據中怡康報告，TCL二零一八年第一季度LCD電視機品牌價格指數由去年同期的95提升至109，排名第一。

海外市場

受益於在海外市場的多年深耕，持續聚焦海外重點市場，本集團海外業務持續快速增長，各區域經營表現同比顯著增強。

銷售量：LCD電視機銷售量同比大幅提升58.7%至約394萬台。

— 北美市場保持穩定增長，銷售量同比提升43.6%

(本集團全球化佈局，近期的中美貿易爭端，對上半年美國業務不會有實際影響。本集團已經採取積極行動，保證未來美國業務穩定增長。詳情請參看本公司日期為二零一八年四月九日之公佈。)

— 新興市場持續快速增長，包括中美區域以及巴西在內的南美區域均持續顯著增長，銷售量同比提升54.7%

— 歐洲市場如法國、意大利、波蘭、西班牙等國家亦明顯改善

營業額：LCD電視機營業額同比顯著上升62.8%至約58.9億港元。

平均售價：產品結構持續改善，平均售價（不含ODM業務）同比提升6.5%。

毛利率：毛利率（不包括ODM業務）同比提升1.5個百分點至13.6%。

根據最新NPD市場研究報告數據，本集團於本年度一至二月份北美市場份額由去年同期的第八位躍升至第三位。

互聯網業務

本集團互聯網平台運營能力持續增強，二零一八年第一季度收入約人民幣6,887萬元，較去年同期的約人民幣1,574萬元大幅增長約338%，其中付費業務收入約人民幣2,921萬元，同比顯著增長約216%，達去年全年付費收入約53%，體現其互聯網業務商業變現能力顯著增強。

互聯網業務用戶規模持續擴大，用戶黏性持續增強：

- 視頻業務共有約2,346萬用戶，較二零一七年第一季度提升約28.8%。
- 付費用戶數量共有約132萬，較二零一七年第一季度提升約207.0%。
- 日均開機時長約為5.05小時，較二零一七年第一季度提升約3.1%。

待股東批准後，本公司將更名為TCL電子控股有限公司，以更好地反映公司未來業務多元化發展的方向。本集團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。

按照本集團日期為二零一八年四月十日發佈之新聞稿，本集團獲得日本安橋集團（「安橋」或「Onkyo」）品牌授權，拓展智能AV市場。根據合作協定，安橋將授權本集團在日本以外的全球市場獨家（除某些例外情形外）使用「ONKYO」品牌的權利，用於開發、生產和銷售品類豐富的AV產品，如耳機、小型音箱，以及電視音箱（含電視機的分體soundbar）等。此外，本集團還將充分運用其先進的人工智能技術，開發高端智能AV產品，提高產品附加值，為用戶帶來更豐富的家庭娛樂體驗，全面進軍智能AV業務領域。

此外，本集團將整合TCL集團股份有限公司，連同其附屬公司（「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、品牌推廣及國際業務的聯動，實現集團優勢的最大化發揮，以及聯合TCL集團，通過於國內及海外分別成立戰略投資基金，尋找適當的投資標的，在產業鏈相關領域尋找併購機會，形成產業生態。有關上述基金之詳情請參看本公司日期為二零一八年三月二十三日之公佈。

與此同時，本集團會進一步拓展海外市場及深化全球化戰略，持續加強研發投入，加快在人工智能、互聯網應用的發展，致力成為國際化的電子產業集團。

主要財務摘要：

		2018年 第一季度	2017年 第一季度	變動
LCD電視機銷售量 (千台)	整體	6,374	4,702	+35.6%
	中國	2,430	2,216	+9.6%
	海外	3,944	2,486	+58.7%
LCD電視機平均售價(港元)	整體	1,697	1,794	(5.4%)
	中國*	2,570	2,341	+9.8%
	海外*	1,708	1,604	+6.5%
營業額(百萬港元)	整體	10,853	8,480	+28.0%
	中國	4,929	4,848	+1.7%
	海外	5,924	3,632	+63.1%
毛利(百萬港元)	整體	1,719	1,335	+28.8%
	中國	1,042	945	+10.2%
	海外	678	390	+73.9%
毛利率(%)	整體	15.8	15.7	+0.1百分點
	中國	21.1	19.5	+1.6百分點
	海外	11.4	10.7	+0.7百分點

* 不包括ODM業務

產品力大幅提升，產品結構改善，品牌指數提升

	中國市場 (不包括ODM業務)		海外市場 (不包括ODM業務)	
	2018年 第一季度	2017年 第一季度	2018年 第一季度	2017年 第一季度
	智能電視機銷售量佔比	83.2%	75.7%	83.8%
4K電視機銷售量佔比	53.3%	40.5%	31.3%	16.2%
55吋及以上產品銷售量佔比	45.0%	35.5%	23.0%	14.8%
網上銷售量佔比	32.1%	18.7%	不適用	不適用
平均呎吋	47.7"	45.6"	40.8"	37.9"
品牌價格指數(註)	109	95	不適用	不適用

註：中怡康

互聯網業務數據：

	2018年	2017年
第一季度互聯網收入(人民幣)	6,887萬	1,574萬
截至3月31日累計TCL智能電視機激活用戶數量 ^{(1) (3)}	25,588,112	19,087,187
3月份日均活躍用戶數量 ^{(2) (3)}	12,058,685	8,613,932
第一季度日均開機時長(小時)	5.05	4.90

(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

(3) 資料來源：廣州歡網

董事會謹此提醒本公司股東及潛在投資者，上述財務及營運數據乃根據本集團未經核數師審核或審閱之管理賬目作出。因此，本公佈所載之數字及討論不應被視作本集團對截至二零一八年三月三十一日止三個月之財務業績的任何指標或保證。本公司股東及潛在投資者應審慎，以及避免不當地倚賴該等數據。

本公司股東及潛在投資者於買賣本公司證券時須審慎行事。

代表董事會
主席
李東生

香港，二零一八年四月二十五日

於本公佈日期，董事會成員包括執行董事李東生、王成、閔曉林、王軼；非執行董事羅凱栢、黃旭斌、張志偉、劉弘；獨立非執行董事Robert Maarten WESTERHOF、曾憲章、王一江及劉紹基。