

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告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告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 ELECTRONICS HOLDINGS LIMITED TCL 電子控股有限公司

(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」)

截至二零一八年九月三十日止九個月及三個月之 業務進展公告

本公告由本公司自願作出。

本公司董事會(「董事會」)欣然公佈本集團截至二零一八年九月三十日止九個月及三個月之若干未經審核財務及運營數據之最新資料。

截至二零一八年九月三十日止九個月：

隨著本公司完成更名，在鞏固和提升現有電視機業務的同時，本集團逐步落實戰略轉型及發展多元化業務，增加盈利增長點。本集團二零一八年首三季度業務運營表現理想，銷售量及營業額均維持顯著增勢，毛利率穩定增長，費用受控，盈利能力持續增強：

- **全球化佈局帶動銷售強勁增長 調升全年銷售量目標至2,830萬台**

得益於產品力和品牌力持續提升，以及海外市場渠道進一步滲透，全球化佈局成效斐然，本集團首三季度和第三季度銷售維持強勁增長。首三季度，本集團液晶顯示(「LCD」)電視機銷售量約2,112萬台，同比增長31.1%，已完成原定全年目標2,560萬台的82.5%，其中海外銷售表現亮眼，印證全球化戰略佈局成效顯著。第三季度，本集團LCD電視機銷售量約795萬台，同比增長22.1%，創單季歷史新高。

- **營業額持續攀升 毛利及毛利率同比增長**

本集團首三季度營業額同比提升16.1%至約327.9億港元，創首三季度歷史新高；毛利同比增長17.7%至約49.7億港元；毛利率達15.1%，同比增長0.2個百分點。本集團持續降本增效，規模效應優勢突顯，費用受控，盈利能力持續增強。

- **產品結構持續優化 產品力不斷提升**

本集團堅持精品策略，產品結構持續改善，產品力不斷提升，首三季度整體智能電視機和4K電視機的銷售量同比大幅攀升，銷售量分別為15,209,174台及6,110,057台，同比增長49.1%及63.6%。

- **互聯網業務變現能力進一步加強 調升全年目標收入至2.6億人民幣**

TCL智能電視機首三季度通過廣州歡網科技有限責任公司（「歡網」）運營的激活新用戶數量為5,773,659，同比提升29.0%；歷史累計激活用戶總數量為29,310,181，同比提升34.7%；二零一八年九月日均活躍用戶數量為13,893,154，同比提升40.6%（資料來源：歡網）。二零一八年首三季度互聯網業務收入約2.0億元人民幣，同比提升205.0%，商業變現能力進一步加強。

- **市場地位持續領先 品牌實力屢獲肯定**

根據群智諮詢數據，本集團二零一八年上半年全球電視機銷售量市場佔有率11.8%，位列第三。根據中怡康全渠道數據顯示，本集團於二零一八年首三季度在中國市場的電視機銷售額市場佔有率為12.6%，位列第三。今年八月，本集團春季新品C6在歐洲IFA展獲得知名度極高的EISA大獎之「2018-2019 Best Buy LCD TV」，該獎項被公認為歐洲極具權威性的影音消費電子產品榮譽，獲獎是對TCL電視機產品畫質和音質高度認可；九月，本公司正式納入恒生港股通指數股份名單；此外，TCL榮登福布斯首次發佈的全球數字經濟100強榜單，名列第79位，成為唯一上榜的中國家電品牌；並躋身由Facebook和畢馬威聯合發佈的2018年中國出海品牌50強榜單。本集團產品及品牌升級策略成效顯現，品牌實力獲各界認可。

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九月三十日止九個月及三個月之若干未經審核財務及運營數據之最新資料。

隨著本公司完成更名，在鞏固和提升現有電視機業務的同時，本集團逐步落實戰略轉型及發展多元化業務，增加盈利增長點。本集團二零一八年首三季度業務運營表現理想，銷售量及營業額均維持顯著增勢，毛利率穩定增長，費用受控，盈利能力持續增強：

LCD電視機銷售量突破2,112萬台 調升全年銷售量目標至2,830萬台

本集團首三季度及第三季度LCD電視機銷售量維持迅猛增勢。首三季度，本集團LCD電視機銷售量約2,112萬台，同比增長31.1%，已完成原定全年目標2,560萬台的82.5%。其中海外銷售表現亮眼，印證全球化戰略佈局成效顯著。第三季度，本集團LCD電視機銷售量約795萬台，同比增長22.1%，創單季歷史新高。

營業額持續攀升 毛利及毛利率同比增長

本集團首三季度營業額同比提升16.1%至約327.9億港元，創首三季度歷史新高；毛利同比增長17.7%至約49.7億港元；毛利率達15.1%，同比增長0.2個百分點。本集團持續降本增效，規模效應優勢突顯，費用受控，盈利能力持續增強。

持續推進多元化戰略 開啟商用顯示和智能家居業務

本集團全面加速落實多元化發展戰略，繼上半年進軍智能AV市場之後，第三季度繼續發力轉型升級。本集團積極把握新經濟時代商用顯示巨大的需求缺口，第三季度完成收購TCL商用信息科技(惠州)股份有限公司(「商用信息科技」)，進軍商用藍海市場，實現「B2C及B2B雙軌發展」；於此同時，本集團與陽光100達成全方位戰略合作，首開行業先河，將攜手打造共享智能公寓，推動國內領先智能家居正式落地。

市場地位持續領先 品牌實力屢獲肯定

根據群智諮詢數據，本集團二零一八年上半年全球電視機銷售量市場佔有率為11.8%，位列第三。根據中怡康全渠道數據顯示，本集團於二零一八年首三季度在中國市場的電視機銷售額市場佔有率為12.6%，位列第三。今年八月，本集團春季新品C6在歐洲IFA展獲得知名度極高的EISA大獎之「2018-2019 Best Buy LCD TV」，該獎項被公認為歐洲極具權威性的影音消費電子產品榮譽，獲獎是對TCL電視機產品畫質和音質的高度認可；九月，本公司正式納入恒生港股通指數股份名單；此外，TCL榮登福布斯首次發佈的全球數字經濟100強榜單，名列第79位，成為唯一上榜的中國家電品牌；並躋身由Facebook和畢馬威聯合發佈的2018年中國出海品牌50強榜單。本集團產品及品牌升級策略成效顯現，品牌實力獲各界認可。

海外市場

本集團堅持深化全球化戰略佈局、持續拓展銷售渠道、擴大規模效應，海外各區域銷售量持續大幅提升，品牌影響力不斷加強，毛利率提升明顯。

銷售量：本集團首三季度海外市場LCD電視機銷售量同比大幅提升34.5%達約1,354萬台，第三季度銷售量同比提升21.3%至約525萬台。

- **北美市場：**加速渠道滲透，首三季度銷售量同比提升30.7%；根據NPD最新市場研究報告數據顯示，本集團於今年七月和八月北美銷售量市場份額排名進一步躍升至第二位。

- **新興市場**：維持良好增長趨勢，首三季度銷售量同比提升38.3%，其中巴西銷售量同比增長52.2%。根據最新GfK報告顯示，本集團二零一八年一至八月在菲律賓的銷售量市場份額排名位居第三，在泰國及越南位居第四，在澳洲位居第五。
- **歐洲市場**：首三季度銷售量同比強勁提升60.3%，其中法國、德國、西班牙等區域繼續發力強勢推動銷售量上升；在法國的銷售量市場份額排名提升一位至第三（數據來源：GfK）。

營業額：本集團首三季度海外市場LCD電視機銷售額同比顯著上升32.3%至約195.7億港元。

平均售價：產品結構持續改善，本集團首三季度海外市場LCD電視機平均售價（不包括ODM業務）同比提升1.2%。

毛利率：得益於屏價回落、產品結構改善、產品及品牌升級策略效果顯現，本集團首三季度海外市場LCD電視機毛利率改善明顯，同比提升1.2個百分點至12.2%，第三季度同比提升2.5個百分點至13.1%。其中，首三季度自主品牌毛利率同比更大幅增加2.5個百分點至14.6%，第三季度同比提升3.1個百分點至15.3%。

首三季度海外各重點市場銷售量持續攀升，市場排名位列前茅，經營表現同比顯著增強。

中國市場

本集團秉持精品戰略，持續優化產品結構，本集團首三季度中國市場毛利率同比改善。

銷售量：本集團首三季度中國市場LCD電視機銷售量約758萬台，同比增長25.4%；第三季度LCD電視機銷售量同比增長23.7%至約270萬台。

營業額：本集團首三季度中國市場LCD電視機營業額同比略降2.9%至約129.7億港元，主要受線上銷售佔比大幅提升及平均售價下滑影響。

平均售價：本集團首三季度中國市場LCD電視機平均售價(不包括ODM業務)同比下降6.6%，根據中怡康報告，首三季度中國市場行業平均售價同比下降9.8%。

毛利率：雖線上銷售量佔比大幅提升及平均售價有所下降，但本集團首三季度中國市場LCD電視機毛利率維穩，同比上升0.3個百分點至19.6%，其中自有品牌毛利率更同比增長1.4個百分點至22.8%。

根據最新的中怡康全渠道數據顯示，二零一八年首三季度TCL電視機品牌價格指數由去年同期的101提升至112，排名由去年同期的第三提升至第二。

互聯網業務

本集團持續加強平台建設和用戶運營，全面推動「智能製造+互聯網」新業務模式，深化「1+1+N」戰略合作模式，致力增強互聯網業務商業變現能力。

規模持續擴大 用戶黏性持續增強

截至二零一八年九月三十日，本集團TCL智能電視機歷史累計激活用戶總數量同比提升34.7%至29,310,181，二零一八年首三季度日均活躍用戶數量同比上升40.6%至13,893,154，互聯網電視業務用戶規模持續顯著增長，其中：

- 視頻業務共有約2,542萬用戶，同比增長22.9%；
- 付費用戶數量達約432萬，同比增長136.0%；及
- 用戶日均開機時長達5.5小時，同比增長12%，通過對用戶的精細化運作，用戶黏性進一步增強。

商業變現能力進一步突顯 調升全年收入目標至2.6億人民幣

本集團互聯網平台運營能力持續增強，二零一八年首三季度收入約人民幣2.0億元，較去年同期同比大幅增長205.0%，已完成原定全年目標2.2億人民幣的90.9%；其中廣告業務收入達約人民幣9,211.8萬元，視頻付費分成及會員卡收入達約人民幣8,488.6萬元，同比分別顯著增長137.2%和208.9%，互聯網業務商業變現能力進一步增強。

展望

二零一八年首三季度，本集團銷售規模持續顯著提升，毛利率同比持續改善，費用受控，盈利能力持續增強。據此，本集團將全年銷售量目標由2,560萬台調升至2,830萬台。於此同時，本集團互聯網業務首三季度表現亮眼，變現能力持續增強，據此，本集團將互聯網業務全年收入目標由2.2億人民幣調升至2.6億元人民幣。

未來，本集團在逐步落實戰略轉型及多元化業務發展的同時，會以鞏固和提升現有電視機業務為核心，中國市場將堅持精品戰略，持續提升產品力，海外市場將深化全球化戰略，鞏固北美和南美市場，提高歐洲和東南亞市場份額和盈利能力，開拓印度、俄羅斯等新興市場，進一步提升TCL品牌在全球市場的份額和品牌力，完善全球化業務佈局。於此同時，本集團將持續加強研發投入，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，為股東創造價值。

主要財務摘要

		2018年 首三季度	2017年 首三季度	變動	2018年 第三季度	2017年 第三季度	變動
LCD電視機 銷售量(千台)	整體	21,123	16,115	31.1%	7,949	6,511	22.1%
	中國	7,585	6,046	25.4%	2,696	2,180	23.7%
	海外	13,538	10,068	34.5%	5,253	4,332	21.3%
LCD電視機 平均售價(港元)	整體	1,539	1,747	(11.9%)	1,454	1,723	(15.6%)
	中國*	2,206	2,363	(6.6%)	1,868	2,395	(22.0%)
	海外*	1,719	1,699	1.2%	1,715	1,781	(3.7%)
營業額(百萬港元)	整體	32,789	28,248	16.1%	11,739	11,225	4.6%
	中國	13,164	13,427	(2.0%)	4,360	4,815	(9.4%)
	海外	19,625	14,821	32.4%	7,379	6,411	15.1%
毛利(百萬港元)	整體	4,966	4,221	17.7%	1,746	1,594	9.5%
	中國	2,560	2,597	(1.4%)	770	906	(15.0%)
	海外	2,406	1,623	48.2%	976	688	41.7%
毛利率(%)	整體	15.1	14.9	0.2百分點	14.9	14.2	0.7百分點
	中國	19.4	19.3	0.1百分點	17.7	18.8	(1.1百分點)
	— 中國*	22.6	21.4	1.2百分點	20.4	20.2	0.2百分點
	海外	12.3	11.0	1.3百分點	13.2	10.7	2.5百分點
	— 海外*	14.6	12.0	2.6百分點	15.5	12.2	3.3百分點

* 不包括ODM業務

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 首三季度	2017年 首三季度	2018年 首三季度	2017年 首三季度
智能電視機銷售量佔比	81.3%	74.7%	83.5%	77.4%
4K電視機銷售量佔比	51.9%	40.4%	37.2%	23.2%
55吋及以上產品銷售量佔比	41.3%	35.3%	24.8%	18.7%
線上銷售量佔比	34.5%	22.4%	不適用	不適用
平均吋吋	46.7"	45.4"	41.9"	39.3"
品牌指數(註)	112	101	不適用	不適用

註：中怡康全渠道數據

互聯網業務數據

	2018年	2017年
首三季度互聯網收入(人民幣) ⁽¹⁾	20,252萬	6,640萬
截至9月30日累計TCL智能電視機激活用戶數量 ⁽²⁾	29,310,181	21,764,819
9月份日均活躍用戶數量 ⁽³⁾	13,893,154	9,875,658
首三季度日均開機時長(小時)	5.5	4.9

(1) 在2017年9月1日深圳市雷鳥網絡科技有限公司(「雷鳥科技」)增資完成後，雷鳥科技不再為本公司旗下子公司，詳情請參閱本公司日期為2017年7月2日及2017年9月1日之公告。

(2) 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。

(3) 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。

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，本公告所載之數字及討論不應被視作為對本集團截至二零一八年九月三十日止九個月之財務業績提供任何指標或保證。本公司股東及潛在投資者應小心以免不當倚賴該等數據。

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，二零一八年十月二十六日

於本公告日期，董事會成員包括執行董事李東生先生、王成先生、閔曉林先生及王軼先生；非執行董事羅凱栢先生、黃旭斌先生及李宇浩先生；及獨立非執行董事Robert Maarten WESTERHOF先生、曾憲章博士、王一江教授及劉紹基先生。