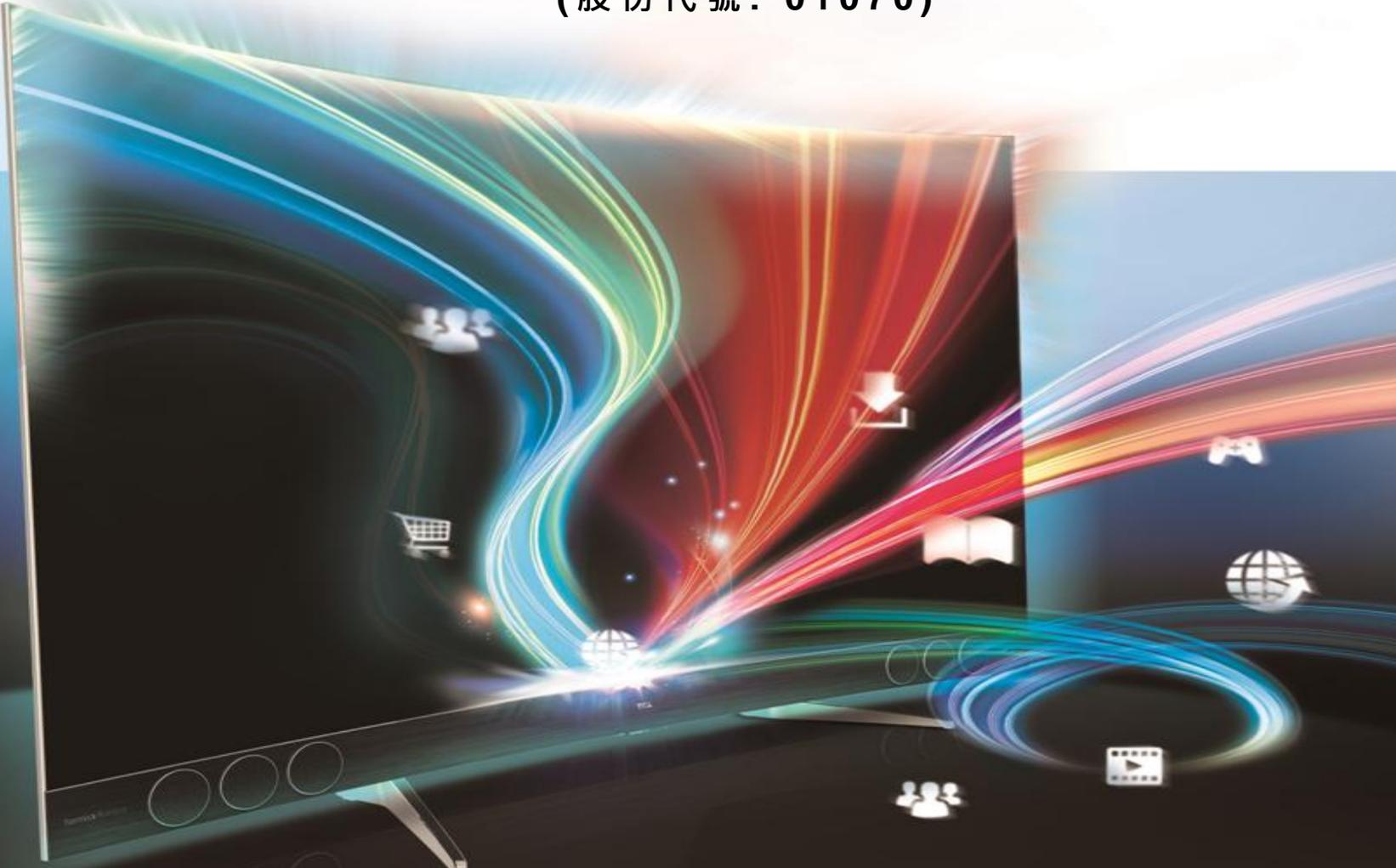




TCL

TCL多媒體科技控股有限公司

TCL MULTIMEDIA TECHNOLOGY HOLDINGS LIMITED
(股份代號：01070)



2016年全年業績報告

(截至12月31日止年度財務業績為經審核之資料)



財務摘要



業務回顧



未來展望



C2

財務摘要

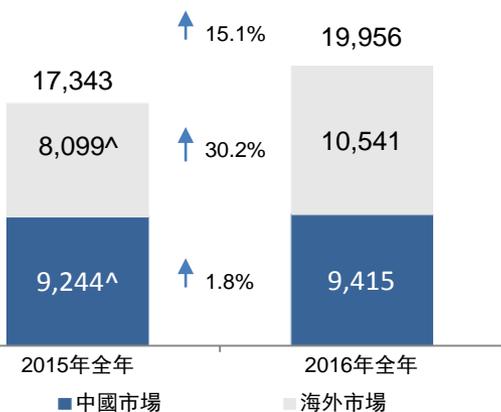


財務摘要 (截至2016年12月31日止年度及2016年12月31日止3個月)



LCD 電視機銷售量

(千台)



營業額

(港幣百萬元)



[^] 經重列

2016年全年業績

(港幣百萬元)	2016年 全年	2015年 全年	變動	2016年 第四季度	2015年 第四季度	變動
營業額	33,361	34,017	(1.9%)	9,686	9,573	1.2%
毛利率 (%)	17.4	16.9	0.5百分點	18.2	21.1	(2.9百分點)
費用率 (%)	15.2	15.9	(0.7百分點)	14.6	17.4	(2.8百分點)
除稅後淨利潤	177*	10 [#]	1,643.4%	40*	329 [#]	(87.9%)
除稅後淨利潤率 (%)	0.5*	0.03 [#]	0.5百分點	0.4*	3.4 [#]	(3.0百分點)
母公司擁有人應佔溢利	183*	26 [#]	608.1%	36*	328 [#]	(89.1%)
EBITDA [@]	536*	540 [#]	(0.8%)	106*	512 [#]	(79.3%)
每股基本盈利 (港仙)	11.78*	1.94 [#]	507.2%	2.17*	24.62 [#]	(91.2%)

[@] EBITDA 定義為扣除融資成本、所得稅、折舊及攤銷前的盈利，並不包括本集團分佔合資公司及聯營公司的損益

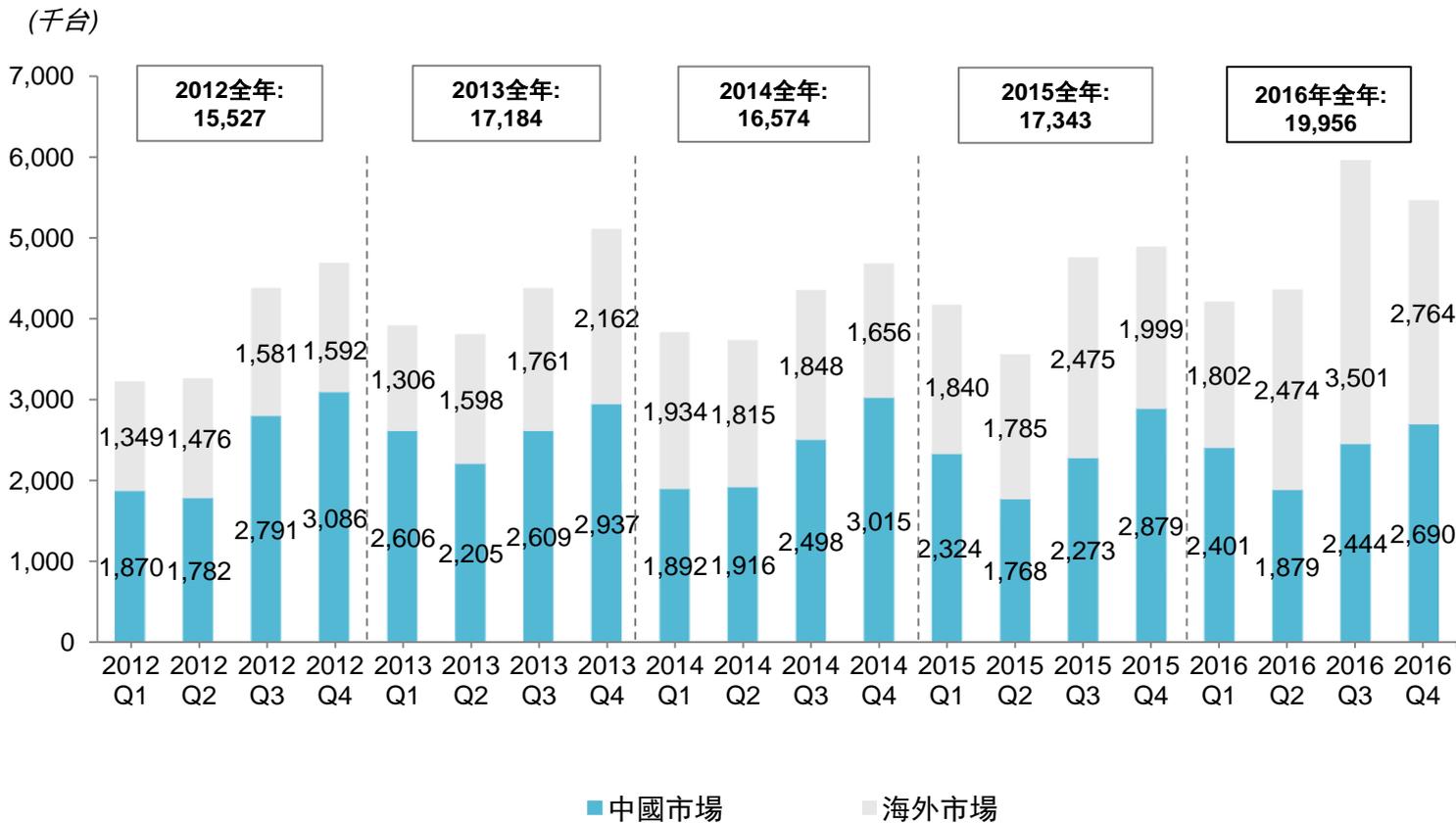
* 基於謹慎原則，在期內對節能補貼應收款作全額1.7億港元撥備

[#] 包括出售及關閉若干附屬公司而產生之一次性收益約1.2億港元



LCD電視機銷售量

LCD電視機銷售量 (按季度)



季度 同比變動	全年 同比變動
11.8%	15.1%
38.2%	30.2%
(6.5%)	1.8%

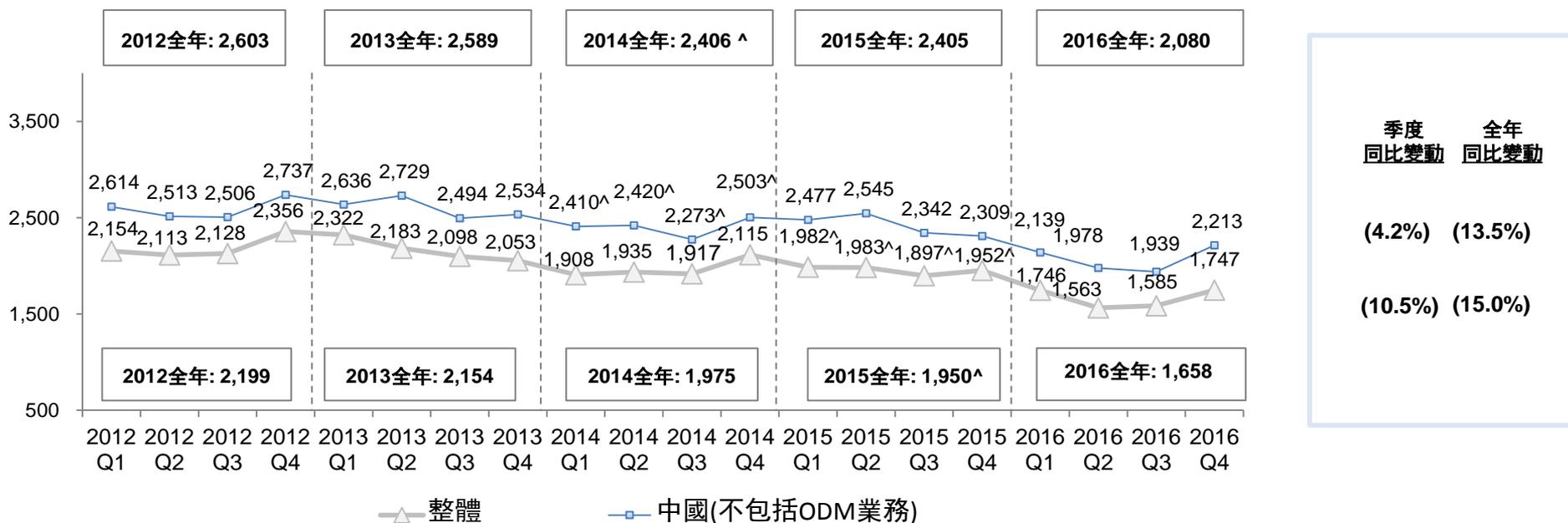
- 2012Q1至2015Q4各季度中國市場及海外市場銷售量經重列

LCD電視機平均售價



LCD電視機平均售價 (按季度)

(港元)



- 受人民幣兌港元平均匯率較去年同期貶值6.1%影響，2016年產品平均售價同比下降
- 由於上半年屏價下降，影響終端產品價格，中國市場產品平均售價在Q3降至最低點，下半年隨著屏價上漲及產品結構改善，平均售價在Q3開始回升，中國市場Q4環比Q3上升14.1%，整體Q4環比Q3上升10.2%

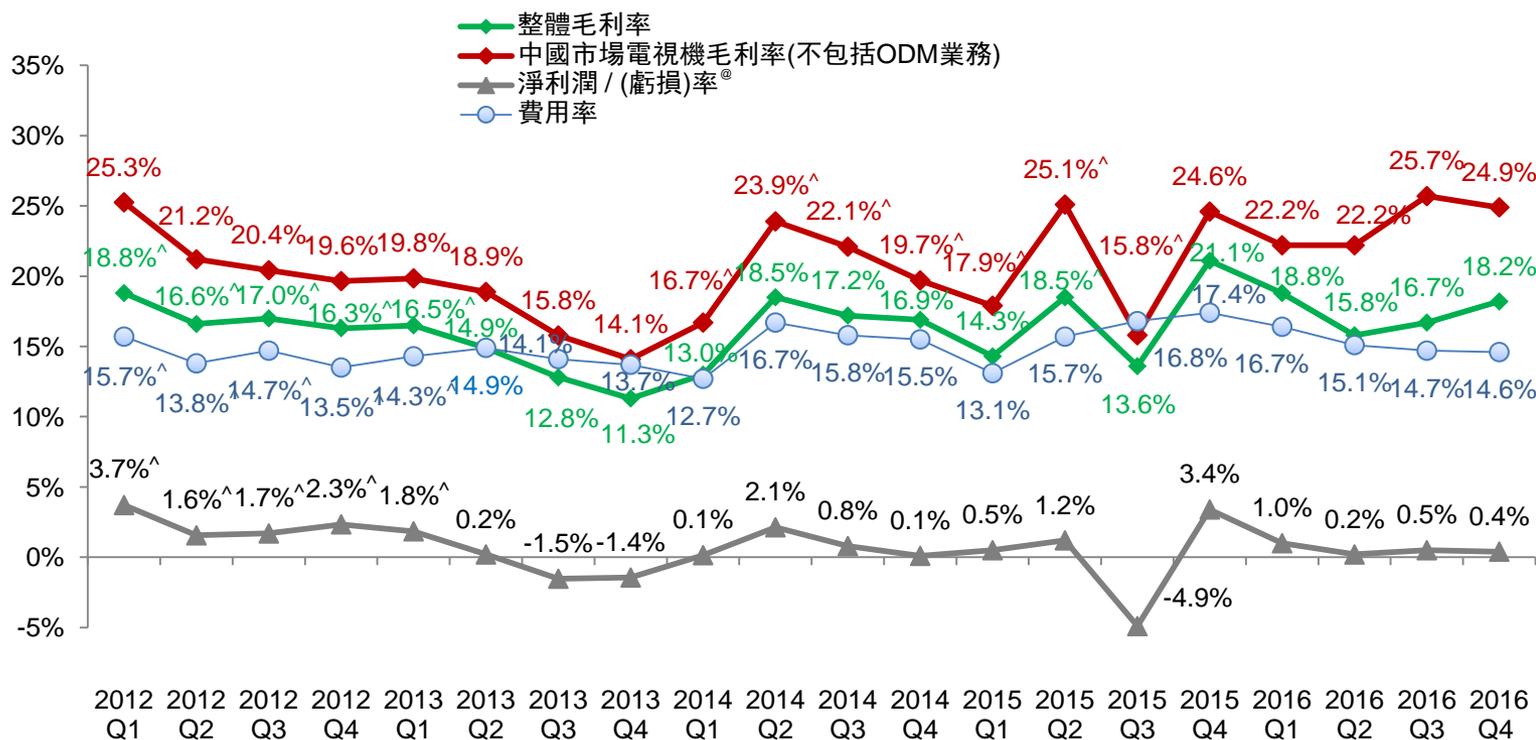
[^]經重列

2016年全年業績

利潤率及費用率



利潤率及費用率 (按季度)



季度 同比變動 (百分點)	全年 同比變動 (百分點)
0.3	2.9
(2.9)	0.5
(2.8)	(0.7)
(3.0)	0.5

[^] 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

主要財務指標



	2016年 12月31日	2015年 12月31日	變動
存貨周轉期 (天) ¹	45	52	(7天)
應收賬款周轉期 (天) ¹	60	54	6天
應付賬款周轉期 (天) ¹	79	65	14天
現金周轉週期 (天)	26	41	(15天)
流動比率 (倍)	1.3	1.2	0.1倍
資本負債比率 (總額)(%) ²	21.0	60.6	(39.6百分點)
資本負債比率 (淨額)(%) ³	0 ⁴	7.2	(7.2百分點)

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/歸屬於母公司擁有人之權益

³ 資本負債比率(淨額)=淨借貸/歸屬於母公司擁有人之權益。淨借貸=計息貸款總額-現金及銀行結存-已抵押存款

⁴ 於2016年12月31日，本集團之現金及銀行結存約38.8億港元，較計息貸款總額約13.6億港元為高，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)	2016年 12月31日	2015年 12月31日	變動
非流動資產	2,846	2,981	(4.5%)
流動資產	17,464	15,198	14.9%
- 存貨	4,349	3,283	32.5%
- 現金及銀行結存	3,882	2,215	75.3%
流動負債	13,733	12,605	8.9%
淨流動資產	3,731	2,593	43.9%
非流動負債	20	1,165	(98.2%)
淨資產	6,556	4,409	48.7%
每股資產淨值 (港元)	3.72	3.10	19.9%



業務回顧

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	2016年全年	2015年全年
1	海信	16.8%	16.8%
2	創維	15.1%	14.7%
3	TCL	14.2%	14.0%
4	長虹	11.3%	10.9%
5	康佳	10.9%	10.7%
6	海爾	7.3%	4.9%
7	三星	5.6%	6.7%
8	夏普	4.1%	6.0%
9	索尼	2.8%	3.7%
10	三洋	2.6%	2.5%

資料來源: 中怡康

LCD電視機銷售量

LCD電視機銷售量(千台)	2016年 全年	2015年 全年	變動	2016年 第四季度	2015年 第四季度	變動
整體	19,956	17,343	15.1%	5,454	4,878	11.8%
- 中國市場	9,415	9,244 [^]	1.8%	2,690	2,879 [^]	(6.5%)
- 海外市場	10,541	8,099 [^]	30.2%	2,764	1,999 [^]	38.2%
其中: 智能電視機	10,593	6,265	69.1%	3,104	2,081	49.1%
4K電視機	3,977	1,858	114.1%	1,255	610	105.7%

[^]經重列

區域業績 (截至2016年12月31日止年度及2016年12月31日止3個月)

中國市場電視機業務

(港幣百萬元)			(港幣百萬元)			
2016年 全年	2015年 全年 [^]	變動		2016年 第四季度	2015年 第四季度 [^]	變動
19,173	21,839	(12.2%)	營業額	5,765	6,622	(12.9%)
4,014	4,502	(10.8%)	毛利	1,257	1,584	(20.7%)
20.9%	20.6%	0.3百分點	毛利率	21.8%	23.9%	(2.1百分點)
219*	899 [#]	(75.7%)	經營業績	8*	508 [#]	(98.4%)

*基於謹慎原則，在期內對節能補貼應收款作全額1.7億港元撥備

[#]包括出售及關閉若干附屬公司而產生之一次性收益約1.2億港元

海外市場電視機業務

(港幣百萬元)			(港幣百萬元)			
2016年 全年	2015年 全年 [^]	變動		2016年 第四季度	2015年 第四季度 [^]	變動
13,921	12,015	15.9%	營業額	3,765	2,897	29.9%
1,728	1,198	44.2%	毛利	479	398	20.4%
12.4%	10.0%	2.4百分點	毛利率	12.7%	13.7%	(1.0百分點)
393	(80)	不適用	經營業績	142	41	247.3%

[^]經重列

2016年全年業績

中國市場電視機業務



- LCD電視機銷售量同比上升1.8%至941萬台
- 受主要原材料及行業市場均價影響，LCD電視機整體平均售價(不包括ODM業務)同比下降約8.2%（剔除人民幣兌港元平均匯率較去年同期貶值6.1%的因素）；第四季度平均售價(不包括ODM業務)較第三季度環比提升14.1%
- 積極改善產品結構，2016年全年毛利率達20.9%，略有上升，LCD電視機品牌價格指數由去年同期的87提升至93
- 受LCD電視機整體均價下降影響，營業額同比下降12.2%，導致盈利受壓，業績表現不理想

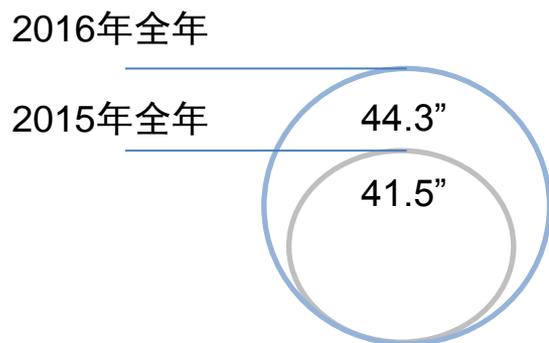


中國市場電視機業務

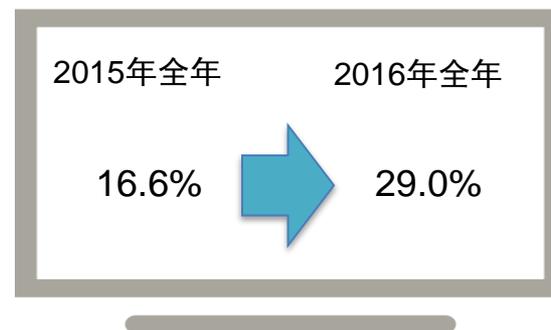


產品結構持續改善，高端產品佔比持續提升

平均吋吋變化^



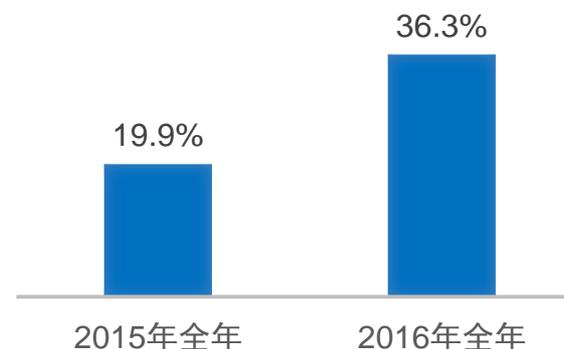
55吋及以上產品佔比變化^



LCD電視機品牌價格指數 (資料來源：中怡康)



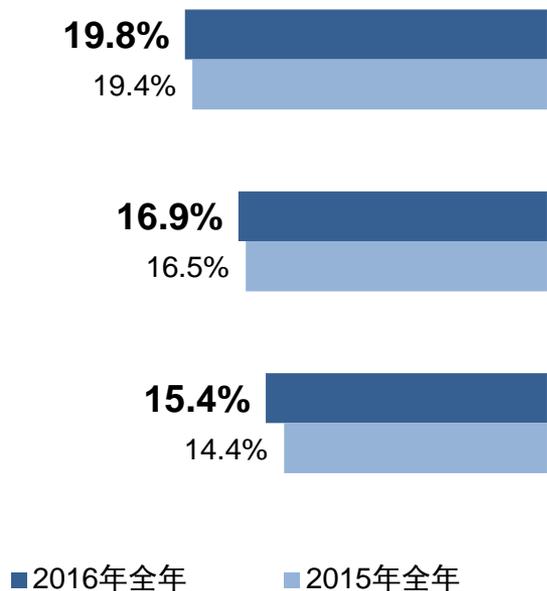
4K產品佔比變化^



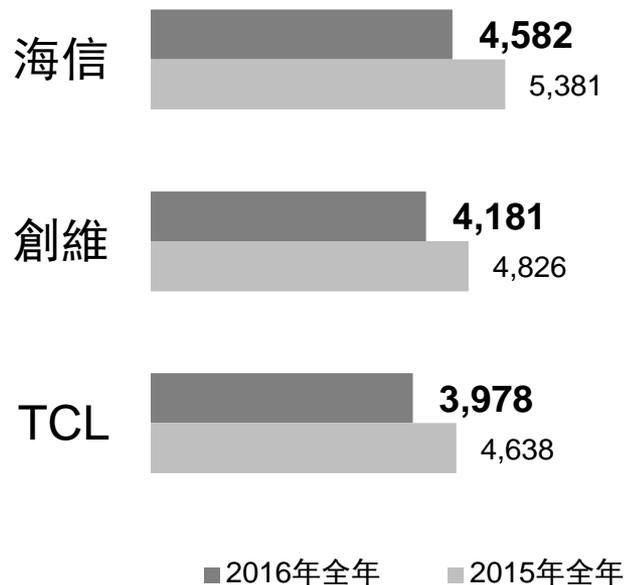
中國市場4K電視機市場份額和平均零售價格 與主要競爭對手差距拉近



零售量份額



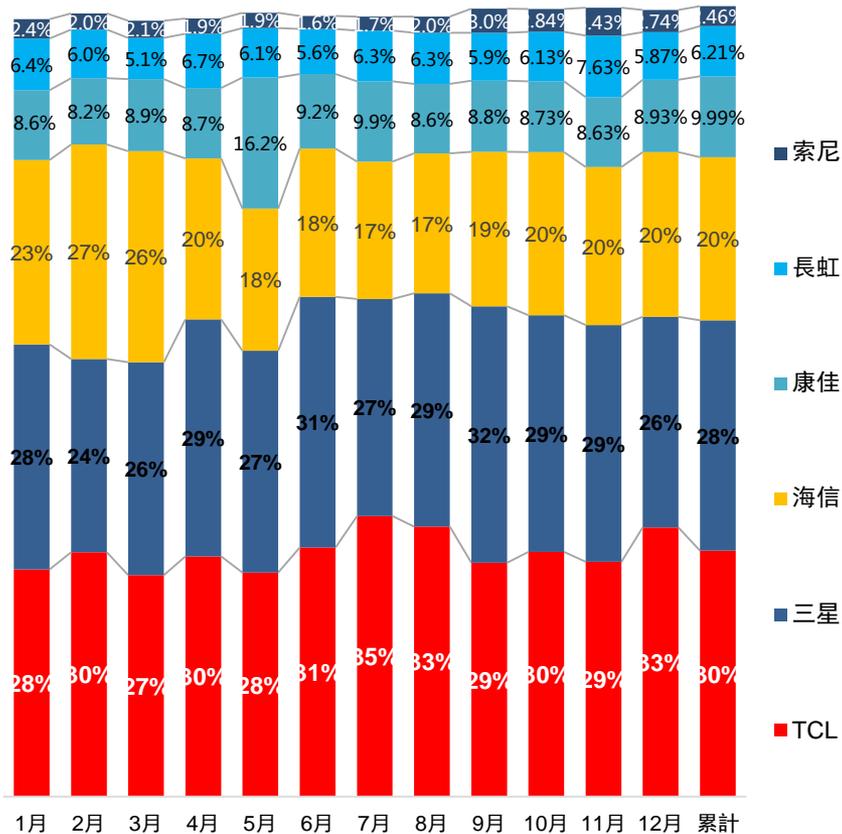
平均零售價格(人民幣)



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



中國曲面電視機市場(不包括ODM業務)
2016年銷售量

市佔率30.4%
國內品牌排名第一



資料來源：中怡康

資料來源：中怡康

海外市場電視機業務



- 持續拓展銷售渠道，產品結構進一步優化，TCL品牌形象得以提升，年內經營業績顯著改善
 - LCD電視機銷售量同比上升30.2%至1,054萬台，其中北美市場及新興市場同比分別大幅提升71.8%及44.3%
 - 通過CBUS（曲面、大屏、4K、智能）戰略改善產品結構(不含ODM業務)

	2016年佔比	2015年佔比	佔比同比變化(百分點)
曲面	1.9%	0.2%	1.7
大屏	14.8%	8.2%	6.6
4K	14.8%	2.6%	12.2
智能	58.2%	33.8%	24.4

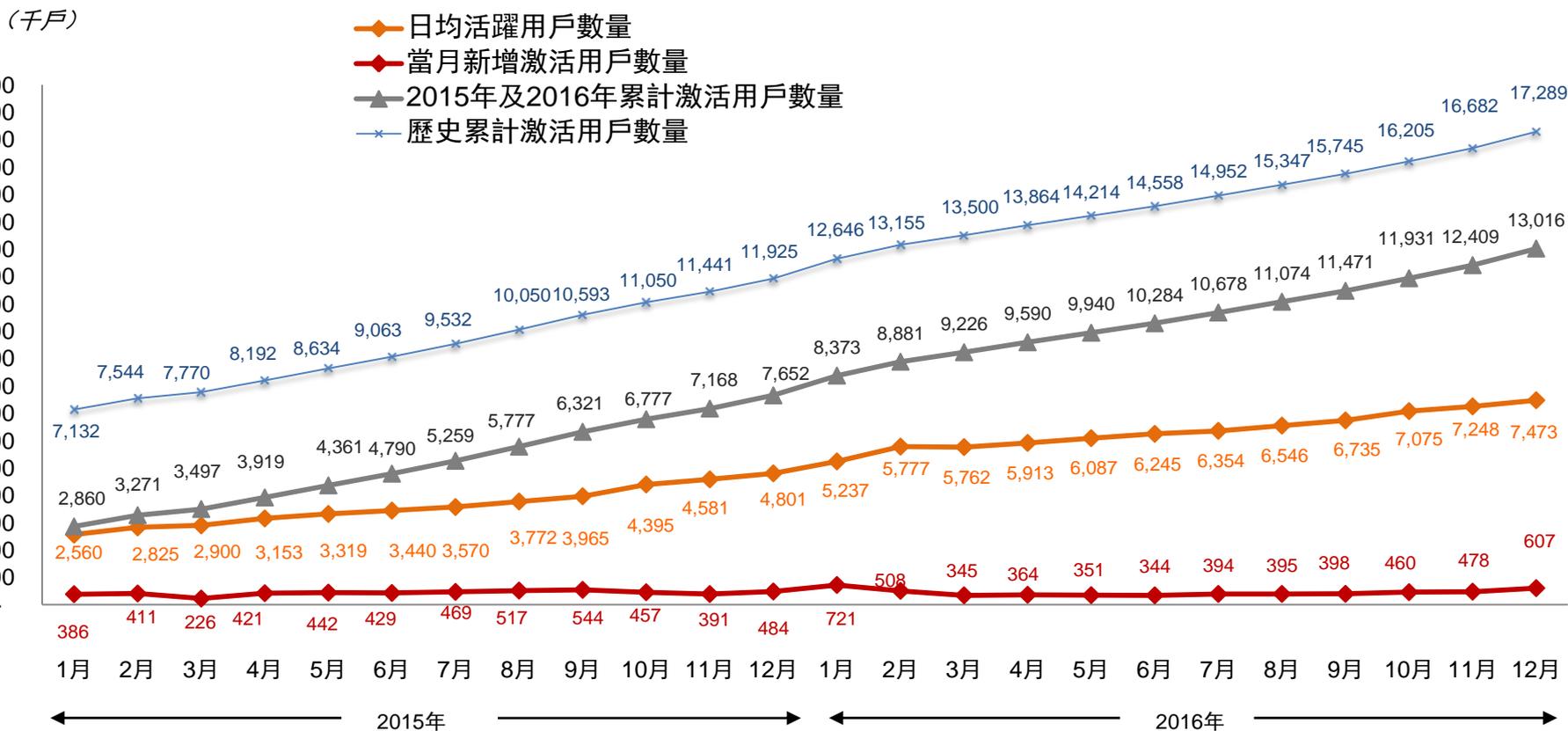
- LCD電視機營業額達139.2億港元，同比增長16.2%
- LCD電視機毛利率由去年同期的10.0%上升至12.5%

2015年全年和2016年全年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年及2016年TCL智能電視機運營情況統計)



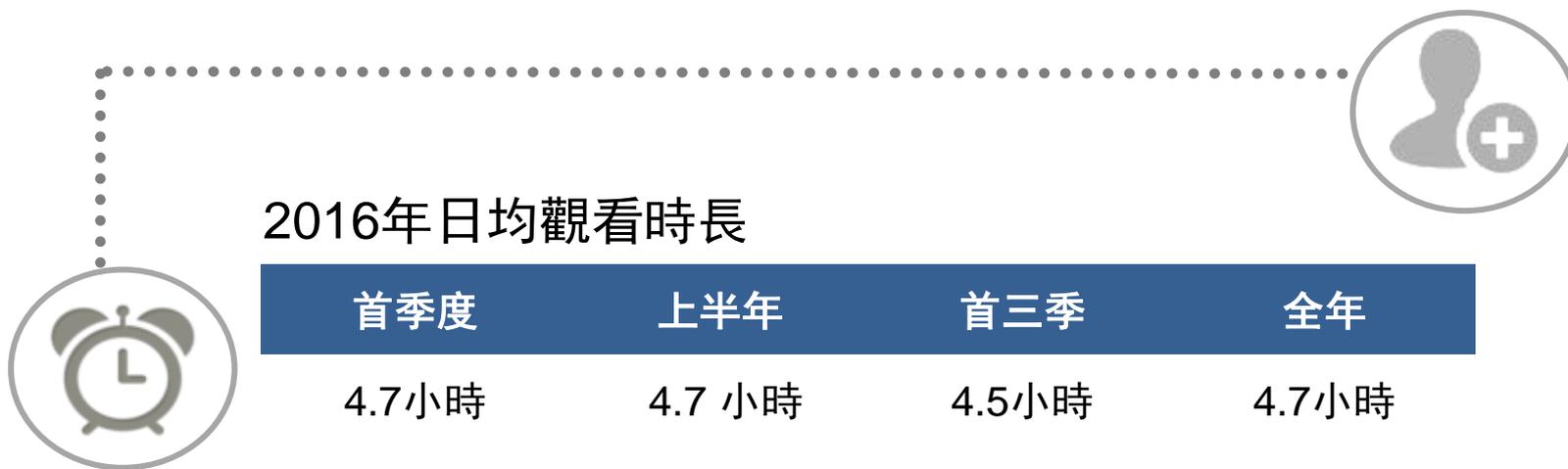
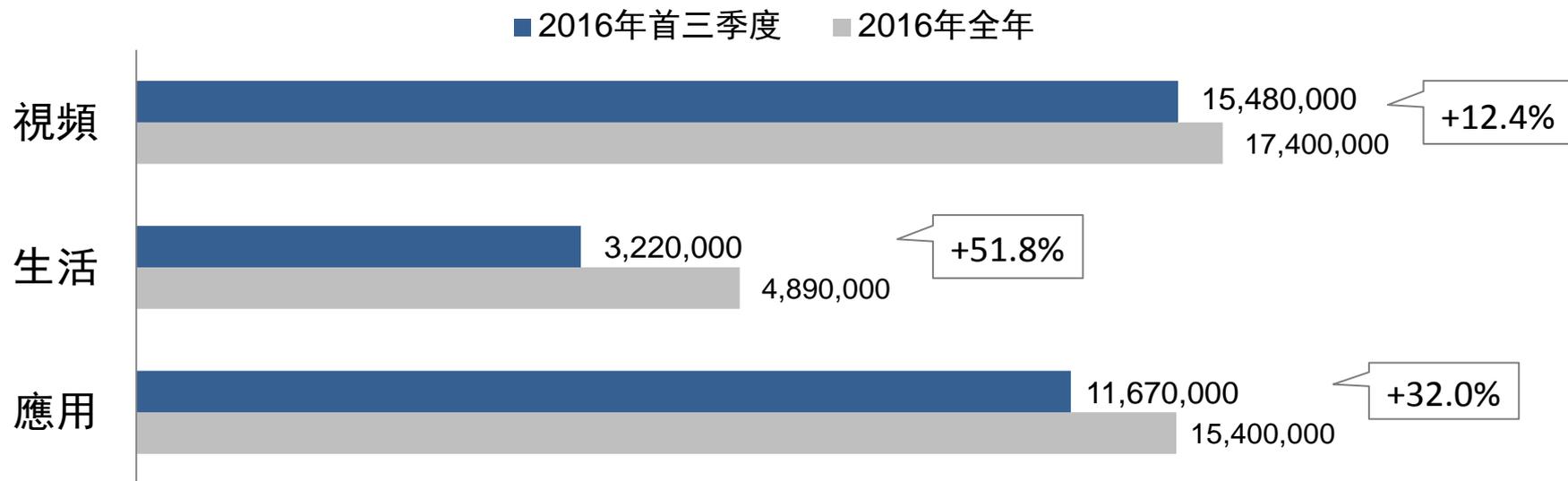
2016年歷史累計激活用戶數量同比增長45.0%及累計增長536萬。截至2016年12月底，歷史累計激活用戶數量為1,729萬

互聯網服務收入分佈

	2016年目標 (人民幣)	2016年實際 (人民幣)
 視頻 (包括全球播) 及廣告	9,186 萬	6,545萬
 遊戲	300 萬	6萬
 教育	250 萬	6萬
 生活、應用商店 及其他	398 萬	361萬
 大數據	300 萬	311萬
總額:	約1億	約7,229萬

備註: 2015年實現收入約人民幣4,269萬, 2016年收入同比增長69.3%

互聯網業務用戶數量及日均觀看時長



新產品 – 高端副品牌XESS



首發XESS系列旗艦新產品

X1

- 悅彩量子點顯示材料（110%行業最高色域）
- 最先進分區背光技術
- 杜比視界高動態範圍畫質認證
- 頂級哈曼卡頓音響認證



郎平女士代言TCL XESS系列電視機

- XESS創逸作為全新高端副品牌，定位於「滿足精英人士對卓越的追求」
- 彰顯「以品質和品味，承載生活的感動」的品牌核心價值理念



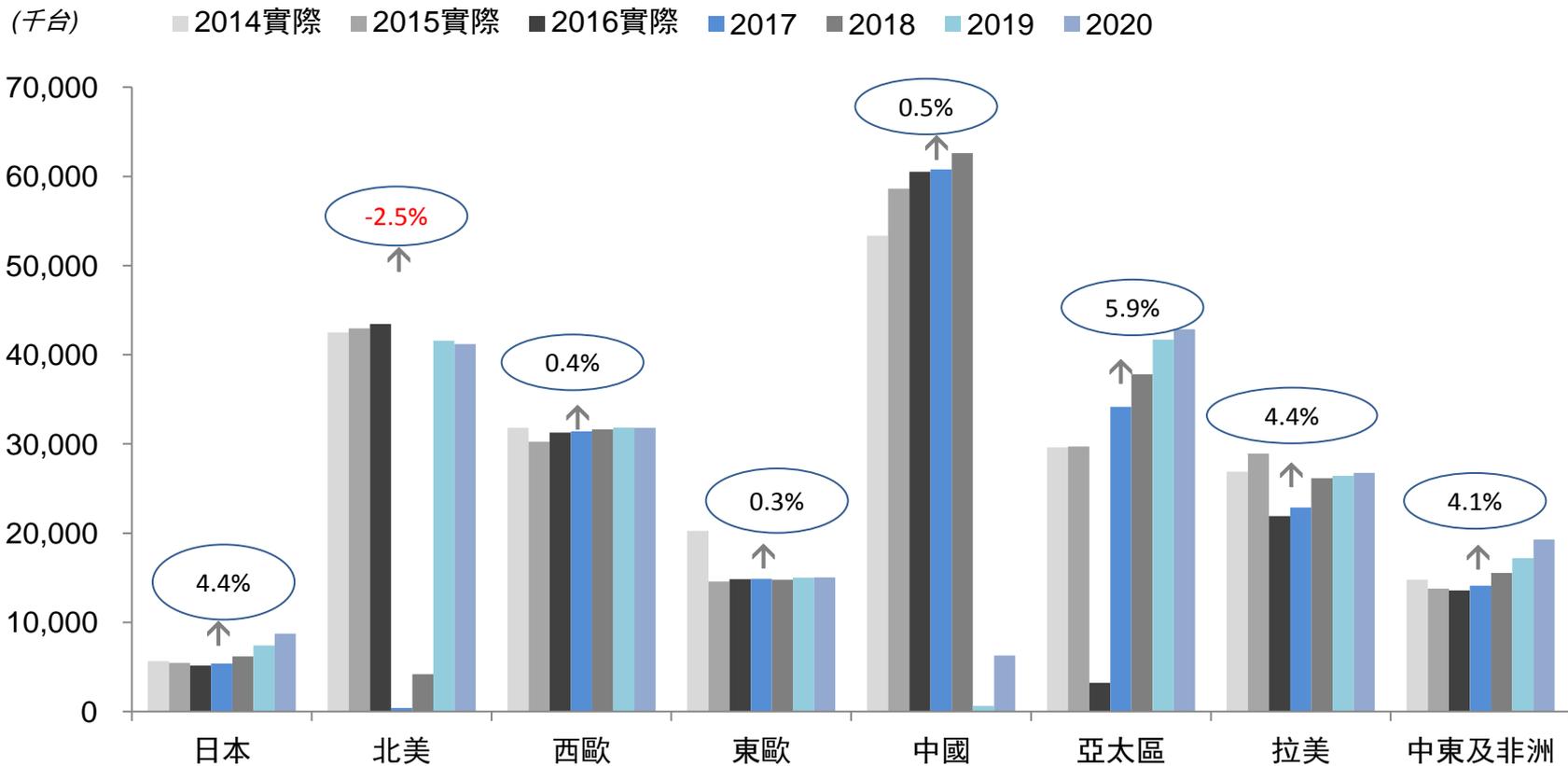
未來展望



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%

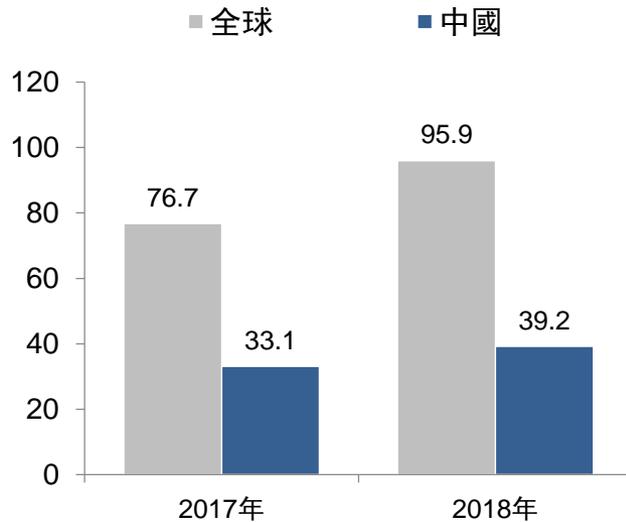


資料來源: IHS Technology (2016年第四季數據)

全球及中國曲面電視機及超高清電視機發展趨勢

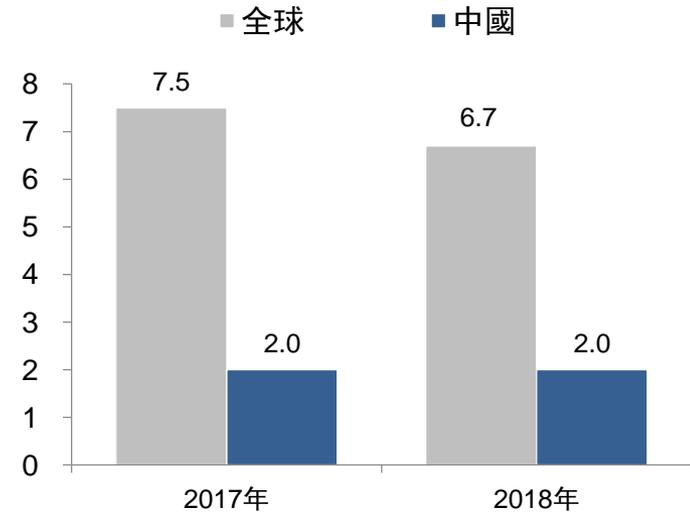
2017-2018年超高清電視機銷售量預測

(百萬台)



2017-2018年曲面電視機銷售量預測

(百萬台)



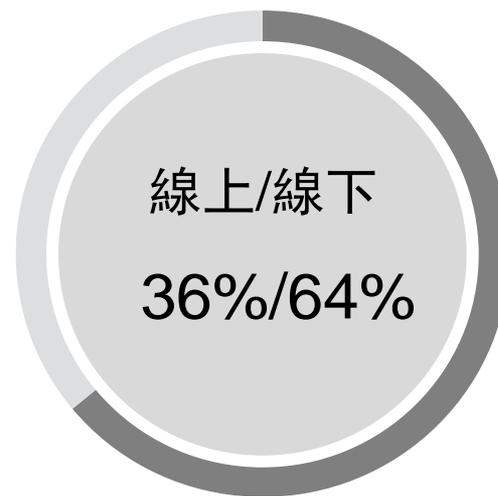
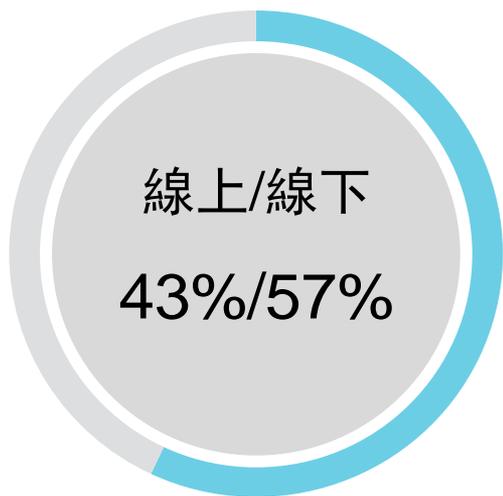
資料來源: IHS Technology

中國電視機市場趨勢

2017年零售量預測

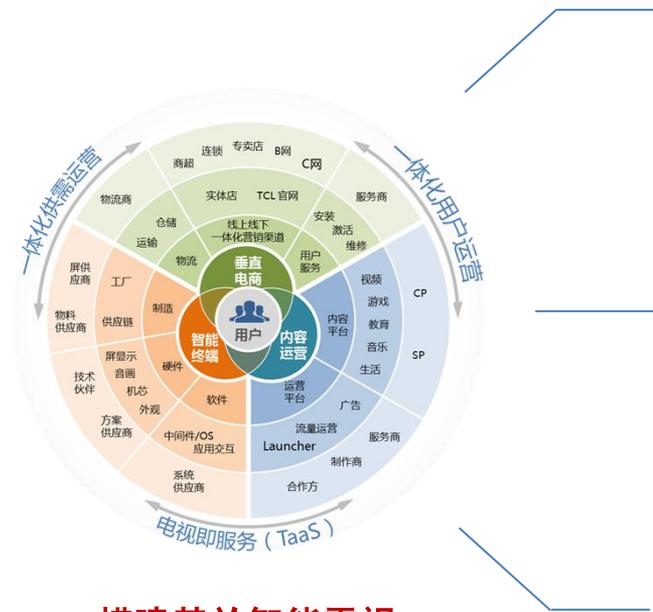


2017年零售額預測



資料來源：中怡康

整體戰略 - 「雙+」戰略及國際化雙輪驅動



**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，構建基於平台運營的生態結構，打造新的商業模式
- ◆ 優化軟件與硬件體驗，整合產品平台和運營平台，提升用戶體驗和平台能力，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

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) 提升低費用渠道佔比
- 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) 品牌與渠道能力
- 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

	2016年實際 (人民幣)	2017年目標 (人民幣)
廣告 	3,934萬	8,700萬
會員服務 	2,611萬	5,300萬
數據服務 	311萬	800萬
增值服務 	373萬	200萬
總 額:	約7,229萬	約1.5億

2016年執行進展及2017年目標

	2016年實際			2017年目標		
	整體實際	中國市場 全年實際	海外市場 全年實際	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)	1,996	941 ↑1.8%	1,054 ↑30.2%	2,200 ↑10.2%	1,000 ↑6.2%	1,200 ↑13.8%

中國市場 (不包括ODM業務)	2016年 全年目標	2016年 全年實際	2017年 全年目標
智能電視機銷售量佔比 (%)	62%	66.1%	75%
4K電視機銷售量佔比 (%)	32%	36.3%	42%
曲面電視機銷售量佔比 (%)	8%	10.9%	15%
網上銷售量佔比 (%)	18%	20.0%	20%

	2015年 實際	2016年 全年目標	2016年 全年實際	2017年 全年目標
互聯網服務收入 (人民幣)	約4,269萬	約1億	約7,229萬	約1.5億
TCL智能電視機全球激活用戶數量 (期末累計數) (年底/季度末) ¹	11,924,856	16,000,000	17,289,434	21,000,000
日均活躍用戶數量 (年底/月底) ²	4,800,723	6,700,000	7,473,240 ³	9,350,000
日均觀看時長(小時)	不適用	3.6	4.7	4.9

1. TCL智能電視機啟動用戶數量(期末累計數)=累計啟動電視終端數目

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. 2016年12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

