

**TCL**

**TCL多媒體科技控股有限公司**

**TCL MULTIMEDIA TECHNOLOGY HOLDINGS LIMITED**

(股份代號：01070)

**2017年首三季度  
業務進展報告**



# 目錄



- 1 業務回顧
- 2 全年目標



# 業務回顧 - 業務摘要

(截至2017年9月30日止9個月及3個月)



## 全球LCD電視機市佔率

品牌	排名	2017上半年	2016上半年
三星	1	21.3%	21.7%
LGE	2	12.8%	13.0%
<b>TCL</b>	<b>3</b>	<b>7.1%</b>	<b>6.1%</b>
海信	4	5.6%	6.1%
索尼	5	5.1%	5.3%
其他	-	48.1%	47.8%

来源: IHS Technology

## 中國LCD電視機市佔率

品牌	排名	2017年首三季度	2016年首三季度
海信	1	16.7%	17.1%
創維	2	14.0%	15.4%
<b>TCL</b>	<b>3</b>	<b>13.6%</b>	<b>14.5%</b>
長虹	4	11.6%	10.9%
康佳	5	10.4%	11.3%
其他	-	33.7%	30.8%

来源: 中怡康

	2017年首三季度	2016年首三季度	變動	2017年第三季度	2016年第三季度	變動
LCD電視機銷售量(千台)	16,115	14,502	11.1%	6,511	5,945	9.5%
LCD電視機平均售價(港元)	1,747	1,625	7.5%	1,723	1,585	8.7%
營業額(港幣百萬元)	28,248	23,675	19.3%	11,225	9,448	18.8%
毛利(港幣百萬元)	4,220	4,049	4.2%	1,594	1,579	0.9%
毛利率(%)	14.9	17.1 (2.2百分點)		14.2	16.7 (2.5百分點)	

### 2017年第三季度業務運營表現良好，銷售量、銷售收入、均價持續上升，盈利能力顯著提升：

- 首三季度及第三季度LCD電視機銷售量、平均售價及營業額同比齊升
- 中國市場產品結構持續優化,銷售表現遠優於行業平均水平
- 海外市場增長勢頭持續,競爭力優勢明顯
- 整體毛利率有所下跌，主要由於：1) 低毛利率及低費用率的海外業務、中國網上業務佔比提升；2) 屏價自第三季度才明顯下跌，成本影響將滯後一至三個月才反映在毛利率上
- 雖然毛利率同比下跌，但得益於持續推行「減員降本增效」策略，費用受控，費用率維持下降趨勢，盈利能力大幅改善

# 業務回顧 - LCD電視機銷售量



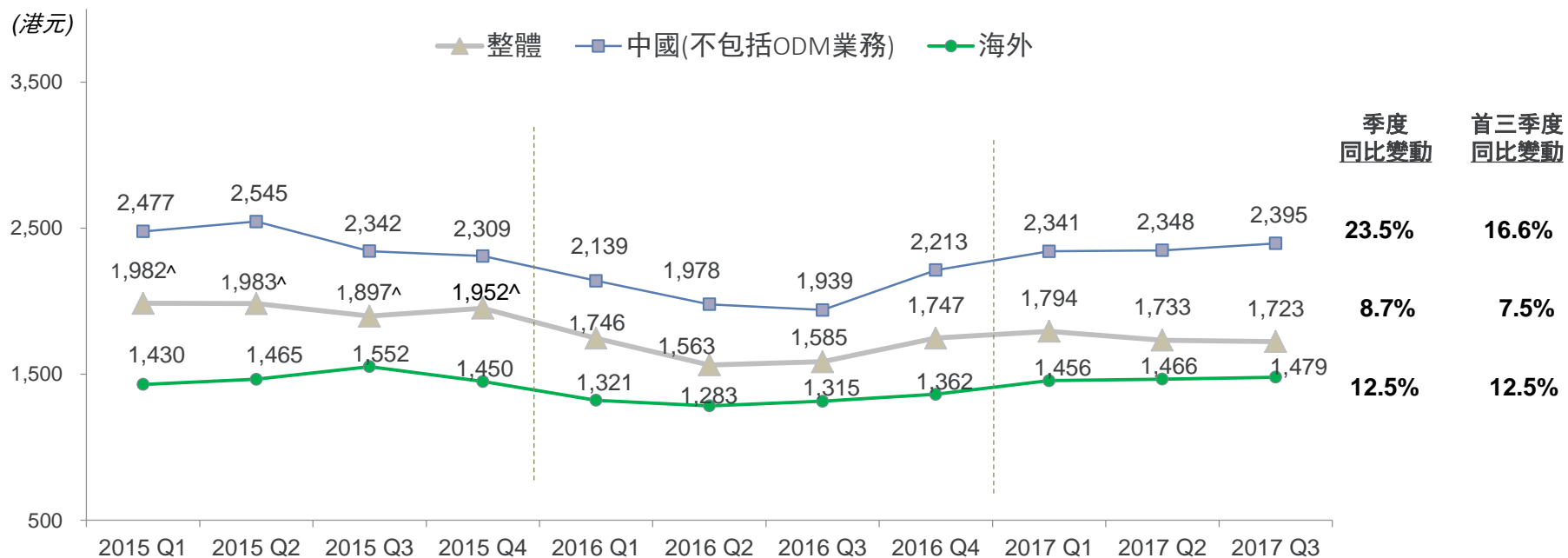
## LCD電視機銷售量 (按季度)



- 2015年Q1至Q4各季度中國市場及海外市場銷售量經重列

# 業務回顧 - LCD電視機平均售價

## LCD電視機平均售價 (按季度)



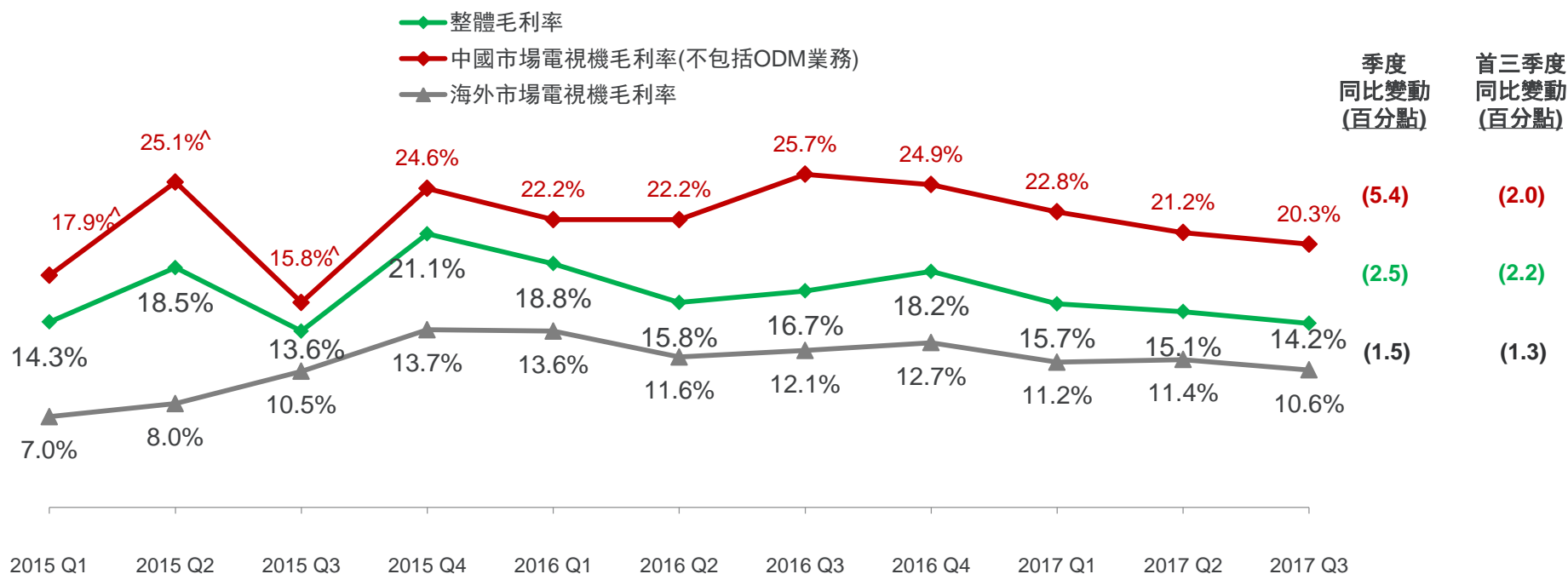
	2015年全年	2016年全年	2017年首三季度
<b>整體</b>	<b>1,950<sup>^</sup></b>	<b>1,658</b>	<b>1,747</b>
- 中國市場(不包括ODM業務)	2,405	2,080	2,363
- 海外市場	1,480	1,321	1,469

<sup>^</sup> 經重列

# 業務回顧 - 毛利率



## 毛利率 (按季度)



整體毛利率有所下跌，主要由於：1) 低毛利率及低費用率的海外業務、中國網上業務佔比提升；2) 屏價自第三季度度才明顯下跌，成本影響將滯後一至三個月才反映在毛利率上

<sup>^</sup> 經重列

# 業務回顧 - 中國市場



## 中國市場電視機業務

(港幣百萬元)

2017年 首三季度	2016年 首三季度	變動		2017年 第三季度	2016年 第三季度	變動
<b>13,354</b>	13,408	(0.4%)	營業額	<b>4,808</b>	4,818	(0.2%)
<b>2,578</b>	2,758	(6.5%)	毛利	<b>908</b>	1,015	(10.5%)
<b>19.3%</b>	20.6%	(1.3百分點)	毛利率	<b>18.9%</b>	21.1%	(2.2百分點)

- 根據中怡康報告，二零一七年首三季度LCD電視機線下市場的零售量同比下降19.7%，本集團LCD電視機銷售量同比下降10.1%至605萬台，其銷售表現仍優於行業平均水平
- 受益於產品結構改善和LCD電視機平均售價提升，LCD電視機營業額按人民幣計算，同比增長2.3%，但由於人民幣兌港元平均匯率較去年同期貶值2.7%，折算為港元基本持平
- 根據中怡康報告，二零一七年首三季度LCD電視機線下市場的平均售價同比提升14.0%，本集團LCD電視機平均售價（不包括ODM業務）以人民幣計算同比提升19.3%
- 毛利率有所下跌，主要由於：1) 低毛利率及低費用率的網上業務佔比提升；2) 屏價自第三季度才明顯下跌，成本影響將反映在第四季度

# 業務回顧 - 中國市場

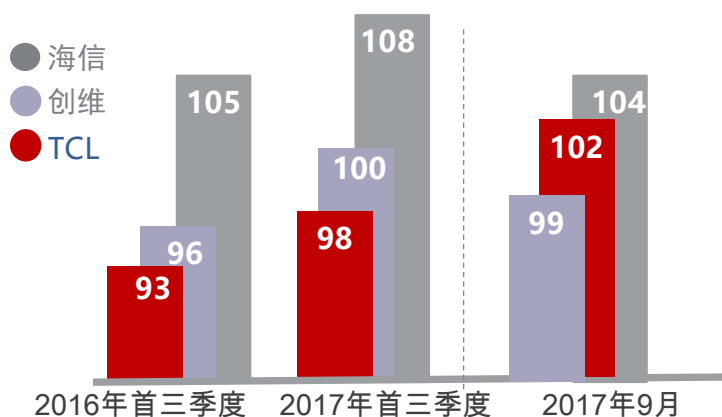


## 產品結構持續改善，高端產品佔比持續提升

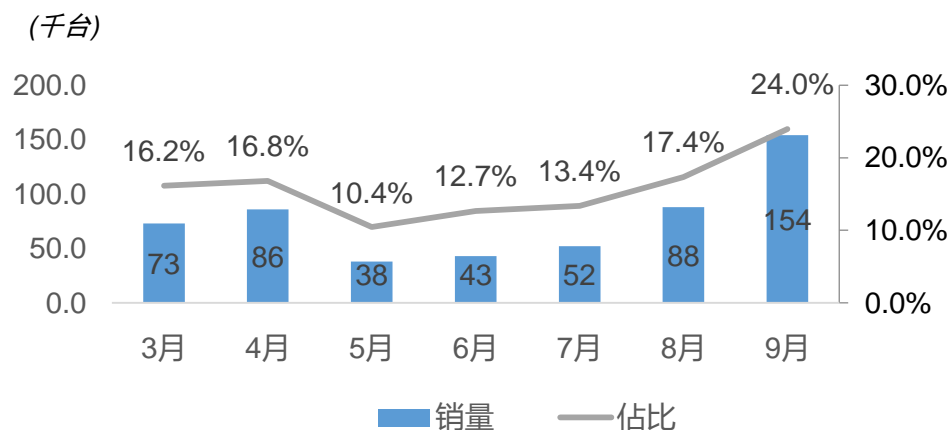
	2017年首三季度	2016年首三季度
4K產品銷量佔比*	<b>40.4%</b>	34.3%
55吋及以上產品銷量佔比*	<b>35.3%</b>	26.5%
平均吋吋*	<b>45.4"</b>	43.8"
曲面電視機市場市佔率 銷量排名第一(來源:中怡康)	<b>34.5%</b>	30.0%

\*不包括ODM業務

LCD電視機品牌價格指數(來源:中怡康)



2017年3至9月新產品銷售量及佔比





# 業務回顧 - 海外市場

## 海外市場電視機業務

(港幣百萬元)

2017年 首三季度	2016年 首三季度	變動		2017年 第三季度	2016年 第三季度	變動
<b>14,793</b>	10,156	45.7%	營業額	<b>6,408</b>	4,603	39.2%
<b>1,626</b>	1,248	30.2%	毛利	<b>678</b>	556	22.0%
<b>11.0%</b>	12.3%	(1.3百分點)	毛利率	<b>10.6%</b>	12.1%	(1.5百分點)

- 海外市場的銷售量與營業額均顯著提升，成為主要的業務增長動力
- LCD電視機銷售量同比提升29.5%至1,007萬台，主要由於其在北美市場及巴西等新興市場的銷售增長所帶動，北美市場與新興市場銷售量分別同比提升97.4%及22.8%
- LCD電視機營業額同比上升45.7%至147.9億港元
- 大力推進CBUS（曲面、大屏、4K、智能）戰略（不包括ODM業務），產品結構改善，平均售價同比提升12.5%

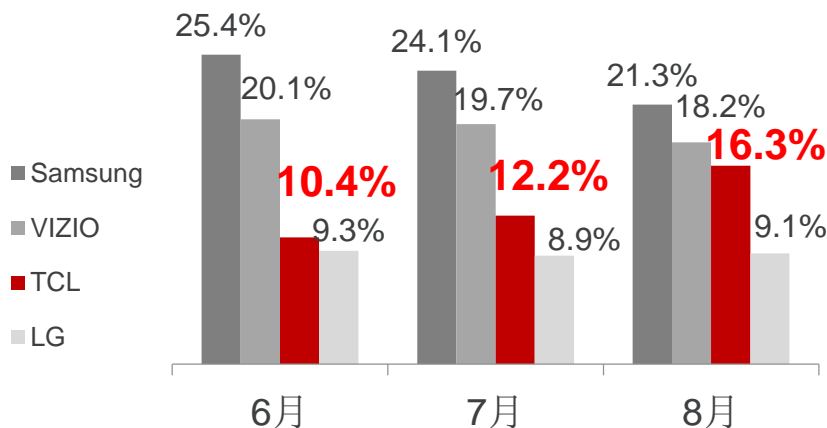
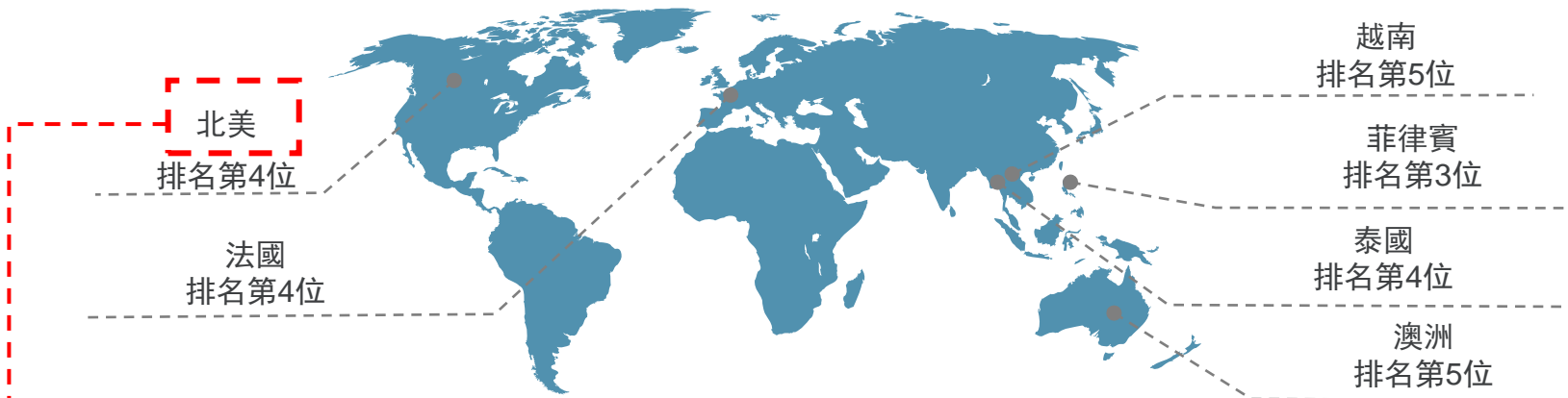
### 產品佔比（不包括ODM業務）

	2017年 首三季度	2016年 首三季度	變化 (百分點)
曲面	1.8%	1.6%	0.2
55吋及以上大屏	18.7%	15.4%	3.3
4K	23.2%	15.2%	8.0
智能	77.4%	58.9%	18.5

# 業務回顧 - 海外市場



2017年1-8月份銷售量市場份額排名 (資料來源: GfK, 除北美為NPD數據)

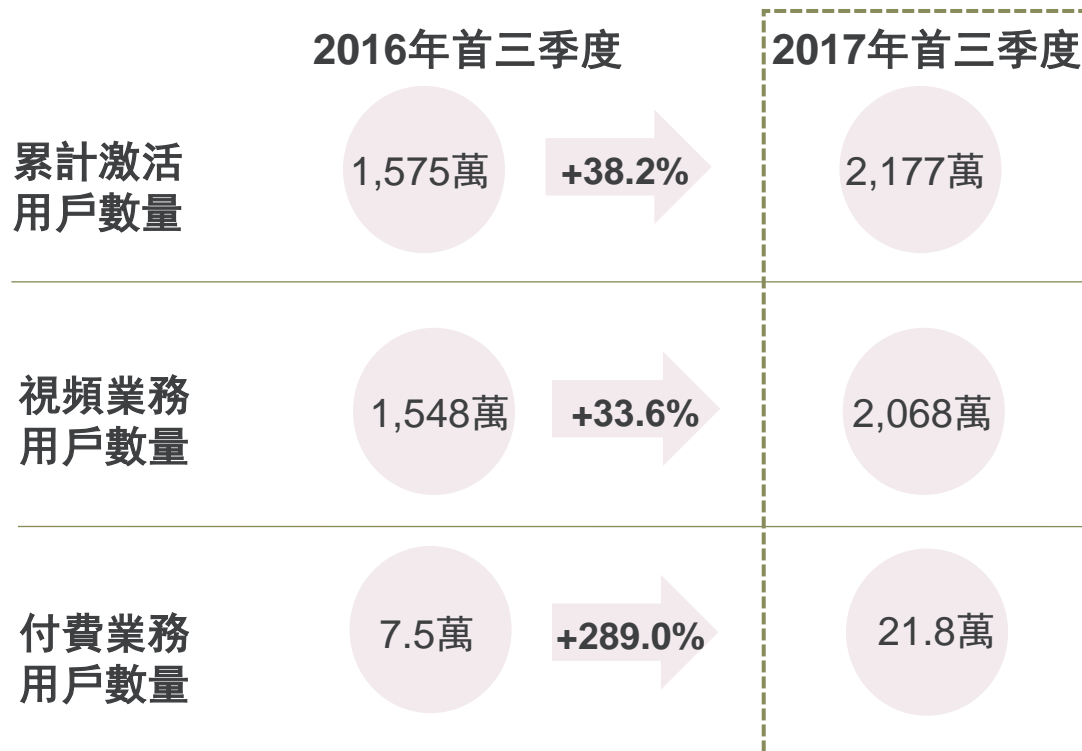


數據來源: NPD

TCL北美市場排名躍居**第三**，  
與競爭對手差距進一步拉近

# 業務回顧 - 互聯網業務

用戶規模突破2,000萬，開機時長穩步增長



日均開機時長



2016年全年	2017年上半年	2017年首三季度
4.7小時	4.9小時	4.9小時

# 業務回顧 - 旗艦新產品閃耀德國IFA展

## X6

XESS 高端量子點產品



尺寸：85"平面UD

定位：行業旗艦產品，精英用戶

渠道：高端連鎖/商場+直銷

上市：2017年10月

## C5

最具競爭力的中高端產品



尺寸：65/55"曲面UD

定位：中價位，品質用戶

渠道：全渠道銷售

上市：2017年8月

## P6

高性價比產品



尺寸：65/55/50/49/43/40"UD

49/43/40/32"FHD

定位：低價位主銷品，年輕時尚用戶

渠道：全渠道銷售

上市：2017年8月

# 2017年首三季度執行進展及2017全年目標



	2017年首三季度實際			2017年目標		
	整體實際	中國市場	海外市場	整體目標	中國市場	海外市場
		首三季度實際	首三季度實際		全年目標	全年目標
LCD電視機銷售量 (萬台)	1,612 ↑11.1%	605 ↓10.1%	1,007 ↑29.5%	2,200 ↑10.2%	1,000 ↑6.2%	1,200 ↑13.8%

中國市場 (不包括ODM業務)	2016年 全年實際	2017年 全年目標	2017年 首三季度實際
智能電視機銷售量佔比	66.1%	75%	74.7%
4K電視機銷售量佔比	36.3%	42%	40.4%
曲面電視機銷售量佔比	10.9%	15%	14.4%
網上銷售量佔比	20.0%	20%	22.4%

	2016年 全年實際	2017年 全年目標	2017年 首三季度實際
互聯網服務收入 (人民幣)	約7,229萬	約1.5億	約6,640萬 <sup>4</sup>
TCL智能電視機全球激活用戶數量 (期末累計數) (年底/季度末) <sup>1</sup>	17,289,434	21,000,000 調升至 22,000,000	21,764,819
日均活躍用戶數量 (年底/月底) <sup>2</sup>	7,473,240	9,350,000 調升至 9,800,000	9,875,658 <sup>3</sup>
日均開機時長(小時)	4.7	4.9	4.9

1. TCL智能電視機激活用戶數量(期末累計數)=累計激活電視終端數目

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. 2017年9月份數據

4. 在2017年9月1日雷鳥科技增資完成後，雷鳥科技不再為本公司旗下子公司，詳情請參閱公司2017年7月2日及2017年9月1日之公告

# 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。