



(請即時發佈)

TCL 多媒體公佈 2018 年第一季度業務進展

LCD 電視機銷售規模創近五年最大增幅

中國市場趨穩回升 海外市場強勁增長

毛利率穩定增長 盈利能力顯著提升

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

		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%
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

(二零一八年四月二十五日, 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。

業務回顧

該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。

- 第一季度液晶顯示(「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



二零一八年第一季度，該集團 LCD 電視機銷售量達約 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。

該集團營業額為約 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，該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%。

毛利率亦穩定增長，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，該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

二零一八年第一季度，該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：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，該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%

該集團全球化佈局，近期的中美貿易爭端，對上半年美國業務不會有實際影響；該集團已經採取

積極行動，保證未來美國業務穩定增長。

- 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，該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

該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%。

該集團將更名為「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。該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。

該集團二零一八年四月十日發佈新聞稿宣佈獲得日本安橋集團（「安橋」或「Onkyo」）品牌授權，拓展智能 AV 市場。根據合作協定，安橋將授權該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，TCL 多媒體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，該集團將整合TCL集團股份有限公司（「TCL集團公司」）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集團公司，通過分別於國內及海外成立戰略投資基金，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。



與此同時，該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。

-完-

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，TCL 多媒體二零一七年全球 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。TCL 多媒體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 / 錢橙

電話：(852) 2903 9293 / 2903 9285 / 2903 9282

傳真：(852) 2887 1712

電郵：tcl.multimedia@cornerstonescom.com