



**TCL 電子 2018 年首三季度電視機銷售量逾 2,112 萬台超預期
營業額達 328 億港元創同期歷史新高**

**海外市場表現持續強勁 調高原定全年銷售量目標 2,560 萬台至 2,830 萬台
互聯網業務表現亮眼 調升原定互聯網業務收入目標人民幣 2.2 億至 2.6 億**

截至2018年9月30日止九個月及三個月之若干未經審核財務及運營數據

| | | 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 個百分點 | 14.9 | 14.2 | 0.7 個百分點 |
| | 中國 | 19.4 | 19.3 | 0.1 個百分點 | 17.7 | 18.8 | (1.1 個百分點) |
| | - 中國* | 22.6 | 21.4 | 1.2 個百分點 | 20.4 | 20.2 | 0.2 個百分點 |
| | 海外 | 12.3 | 11.0 | 1.3 個百分點 | 13.2 | 10.7 | 2.5 個百分點 |
| - 海外* | 14.6 | 12.0 | 2.6 個百分點 | 15.5 | 12.2 | 3.3 個百分點 | |

*不包括 ODM 業務

（2018 年 10 月 29 日，香港） – TCL 電子控股有限公司（「TCL 電子」或「公司」，港交所股份編號：01070.HK）今天公佈截至 2018 年 9 月 30 日止九個月及三個月未經審核之最新財務及運營數據。

業績回顧

隨著 TCL 電子完成更名，在鞏固和提升現有電視機業務的同時，公司逐步落實戰略轉型及發展多元化業務，增加盈利增長點。公司 2018 年首三季度業務運營表現理想，銷售量和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，首三季度 LCD 電視機銷售量突破 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%；第三季度 LCD 電視機銷售量為 795 萬台，同比增長 22.1%，創單季歷史新高。有鑒於銷售表現超預期，公司欣然宣佈調升全年銷售目標至 2,830 萬台。
- 首三季度營業額同比提升 16.1%至 327.9 億港元，創首三季度歷史新高；毛利同比增長 17.7%至 49.7 億港元，毛利率同比增長 0.2 個百分點至 15.1%。
- 整體產品結構持續優化，產品力不斷提升，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 1,521 萬台及 611 萬台，同比分別增長 49.1%及 63.6%。
- 海外市場銷售規模增勢持續，表現亮眼，印證全球化戰略佈局成效顯著。首三季度 LCD 電視機銷售量同比大幅提升 34.5%達 1,354 萬台，營業額同比亦顯著上升 32.3%至 195.7 億港元。產品及品牌升級策略效

果顯著，各重點市場排名靠前。

- 中國市場銷量繼續提升，首三季度中國市場的 LCD 電視機銷售量為 758 萬台，同比增長 25.4%；首三季度自有品牌毛利率同比增長 1.4 個百分點至 22.8%。
- 互聯網商業變現能力進一步突顯，首三季度收入達人民幣 2.0 億元，已完成原定目標的 90.9%，同比大幅增長 205.0%，全年收入目標由人民幣 2.2 億元調升至人民幣 2.6 億元。
- 國際產品和品牌升級策略顯著，今年 7 月，TCL R6 系列獲譽滿業界的美國電子產品媒體評審機構 CNET 的年度編輯精選大獎（Editor's Choice）；春季新品 C6 於 8 月在歐洲 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；同時 X8 QLED TV 一舉斬獲代表顯示技術創新前沿的 IFA 產品技術創新大獎中的“顯示技術金獎”。連獲業界肯定，是對 TCL 電視機產品畫質和音質的高度認可。
- 全面加速落實多元化發展戰略，進軍智能 AV 市場、商用藍海市場，建立以智能電視為終端的開放式智能家居系統。

首三季度電視機銷售量突破 2,112 萬台 營業額創同期歷史新高 調升全年銷售量目標至 2,830 萬台

TCL 電子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 LCD 電視機銷售量 2,112 萬台，同比升 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 LCD 電視機銷售量為 795 萬台，同比增長 22.1%，創單季歷史新高。有鑒於銷售表現超預期，公司欣然宣佈調升全年銷售量目標至 2,830 萬台。據群智諮詢數據，TCL 電子 2018 年上半年全球電視機銷售量市場佔有率為 11.8%，位列第三，唯一躋身全球前三的中國電視品牌。

公司堅持精品策略，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%。

公司持續降本增效，規模效應優勢突顯，費用受控，盈利能力持續增強。首三季度營業額同比提升 16.1%至 327.9 億港元，創首三季度歷史新高；毛利同比增長約 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。

海外市場業務：規模效應優勢突顯 各區域經營表現持續大幅提升

TCL 電子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：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。

- **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，公司於今年 7 月和 8 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，公司 2018 年 1 至 8 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：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。

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，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度增加 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。

中國市場業務：堅持精品戰略 持續優化產品結構

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

銷售量：首三季度中國市場的 LCD 電視機銷售量為約 758 萬台，同比增長 25.4%。

營業額：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。

毛利率：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，2018 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：商業變現能力強勁提升 調升全年收入目標至人民幣 2.6 億元

TCL 電子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 2018 年 9 月 30 日，TCL 智能電視機歷史累計激活用戶總數量同比提升 34.7% 至 29,310,181，2018 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提升 調升全年收入目標至人民幣 2.6 億元

TCL 電子互聯網平台運營能力持續增強，2018 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人民幣 2.2 億元的 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%。互聯網業務首三季度表現亮眼，變現能力持續增強，全年收入目標由人民幣 2.2 億元調升至人民幣 2.6 億元。

產品及品牌升級策略成效顯著 品牌實力獲各界認可

今年 7 月，TCL R6 系列獲譽滿業界的美國電子產品媒體評審機構 CNET 的年度編輯精選大獎 (Editor's Choice)；8 月，TCL 電子春季新品 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；同時 X8 QLED TV 一舉斬獲代表顯示技術創新前沿的 IFA 產品技術創新大獎中的“顯示技術金獎”；TCL 電子連獲業界肯定，是對 TCL 電視機產品畫質和音質的高度認可；9 月，TCL 電子正式獲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，TCL 電子產品及品牌升級策略成效顯著，品牌實力獲各界認可。

持續推進多元化戰略 開啟商用顯示和智能家居業務

TCL 電子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。公司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，公司與陽光 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公寓正式落地。

未來，TCL電子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，TCL電子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。

~完~

有關 TCL 電子

TCL 電子控股有限公司（1070.HK）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，為用戶提供極致體驗的智能產品和服務。根據群智諮詢數據，TCL 電子 2018 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，公司 2018 年首三季度中國市場電視機銷售額市場佔有率為約 12.6%，位列第三。TCL 電子獲納入深港通之合資格港股通股份名單及恒生港股通指數。如欲查詢更多資料，請瀏覽其網頁：<http://electronics.tcl.com>。

新聞垂詢：

縱橫財經公關顧問（中國）有限公司

| | |
|-------|-----------------|
| 李玉冰小姐 | (852) 2864 4835 |
| 劉婉君小姐 | (852) 2864 4876 |
| 李凱琳小姐 | (852) 2864 4837 |
| 黃安琪小姐 | (852) 2864 4839 |
| 劉慧君小姐 | (852) 2114 4907 |
| 趙玥琦小姐 | (852) 2114 4949 |
| 馬桂平小姐 | (852) 2114 4954 |
| 傅君瑜小姐 | (852) 2864 4860 |
| 黎倚新小姐 | (852) 2864 4850 |
| 楊 昱先生 | (852) 2864 4846 |

電郵：sprg-tcl@sprg.com.hk