

TCL 電子 2019 年一至五月電視機銷售量達 1,341 萬台 同比顯著增長 24.2%

* * * * *

海外市場銷量未受貿易摩擦影響同比大幅增長超四成**互聯網業務用戶數突破 3,600 萬**

(2019年6月13日, 香港) **TCL 電子控股有限公司** (「**TCL 電子**」或「**公司**」, 01070.HK) 今天公佈二零一九年一至五月的電視機銷售量數據。公司銷售量維持迅猛增勢, 一至五月電視機銷售量達**1,341.4**萬台, 同比顯著增長**24.2%**, 完成全年目標的**42%**。其中, 海外市場電視機銷售量同比大幅增長**43.1%**至**954.4**萬台, 佔總銷量逾七成。

受益於公司全球化佈局及產品力和品牌力持續提升, **TCL 電子**二零一九年一至五月**LCD**電視機整體銷售量達**1,341.4**萬台, 同比增長**24.2%** (註: 去年同期有世界杯賽事); 其中智能電視機和**4K**電視機一至五月銷售量同比增長明顯, 銷售量分別為**1,078.9**萬台及**507.1**萬台, 同比增長**36.1%**及**62.1%**, 公司產品結構和渠道結構持續優化。

海外市場方面, 銷售量表現延續強勁增長勢頭。公司二零一九年一至五月銷售量同比大幅上升**43.1%**達**954.4**萬台, 海外市場銷量佔總銷量的**70%**以上。海外各區域均維持顯著增長趨勢, 其中, 受益於公司產能和供應鏈全球化佈局, 海外在墨西哥、波蘭、南美、東南亞、印度等地均設有工廠, 並持續優化產能和供應鏈佈局, 北美市場未受中美貿易摩擦影響, 業務表現持續向好, 一至五月銷售量同比近翻番, 增幅達**96.8%**。歐洲市場和新興市場持續拓展銷售渠道, 保持快速增長。歐洲市場一至五月銷售量同比增幅達**19.4%**, 其中德國和意大利增長顯著; 新興市場一至五月銷售量同比增幅達**30.6%**, 其中印度、印尼和阿根廷等市場為快速增長區域。

中國市場方面, 公司二零一九年一至五月**LCD**電視機總銷量為**386.9**萬台, 自有品牌實現同比增幅**5.0%**; 其中, 智能電視機和**4K**電視機銷售量佔比均持續提升, 分別佔一至五月**LCD**電視機銷售量的**83.9%** (不含**ODM**業務) 和**58.3%** (不含**ODM**業務)。與此同時, 一至五月中國區線上佔比進一步提升至**40.4%** (不含**ODM**業務)。TCL 電子堅持精品戰略, 產品結構和渠道結構持續優化, 在中國市場的競爭力不斷加強。

互聯網業務用戶規模持續擴大, 二零一九年一至五月通過歡網運營的激活新用戶數量為**412.2**萬, 同比提升**30.1%**; 歷史累計總用戶量突破**3,600**萬, 攀升至**3,602.9**萬, 同比提升**34.9%**; 日均活躍用戶數量躍升至**1,780.2**萬, 同比提升**40.9%** (來源: 廣州歡網科技有限責任公司「歡網」)。

2019年公司將繼續深耕北美市場和歐洲市場，深化與Google和Roku的戰略合作；積極拓展潛力巨大的印度、俄羅斯和南美等新興市場；優化中國市場產品結構和渠道結構；不斷推動品牌國際化和提升品牌影響力，持續優化全球產能佈局和擴大全球市場份額。同時大力推動「AI x IoT」戰略，致力實現硬件+軟件+萬物連接和各種場景的融合，為用戶提供智慧健康生活相關的產品與服務，成為全球領先的智能科技公司，為股東創造更大的價值。

二零一九年一月至五月（未經審核）

	截至 2019 年 5 月 歷史累計	2019 年 1-5 月	2018 年 1-5 月	同比 變動 (%)
LCD 電視機銷售量	不適用	13,413,843	10,798,328	24.2%
其中：智能電視機	不適用	10,789,365	7,925,554	36.1%
— 中國市場	不適用	3,869,348	4,130,801	-6.3%⁽⁴⁾
— 海外市場	不適用	9,544,495	6,667,527	43.1%
中國市場（不含 ODM 業務）智能電視機佔比 (%)	不適用	83.9%	82.4%	不適用
中國市場（不含 ODM 業務）4K 電視機佔比 (%)	不適用	58.3%	53.8%	不適用
互聯網電視激活用戶數量 ⁽¹⁾	36,029,229	4,121,809	3,168,872	30.1%
日均活躍用戶數量 ⁽²⁾⁽³⁾	不適用	17,801,782	12,630,766	40.9%

(1) TCL 互聯網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

(2) 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

(3) 2019年5月份數據

(4) 中國市場自有品牌銷量同比增長5.0%

-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年全球電視機銷售量市場佔有率為11.6%，位列第二；根據中怡康全渠道數據顯示，公司2018年中國市場電視機銷售額市場佔有率為約12.8%，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>。