TCL集团股份有限公司

2016 第一季度报告

证券代码:000100　证券简称:TCL 集团　公告编号:2016-043

第一节 重要提示、目录和释义

本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证季度报告内容的真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

公司负责人李东生、主管会计工作负责人黄旭斌及会计机构负责人杨安明声明:保证季度报告中财务报表的真实、准确、完整。

释义

释义项	指	释义内容
公司、本公司、集团	指	TCL集团股份有限公司
报告期、报告期内	指	2016年1月1日至2016年3月31日
TCL多媒体电子	指	TCL多媒体科技控股有限公司,为本公司在香港联交所上市的控股子公司,股票代码01070.HK
TCL通讯科技	指	TCL通讯科技控股有限公司,为本公司在香港联交所上市的控股子公司,股票代码02618.HK
华星光电	指	深圳市华星光电技术有限公司
家电集团	指	TCL家电产业集团
通力电子	指	通力电子控股有限公司,为本公司在香港联交所上市的控股子公司,股票代码01249.HK
商用显示、商显	指	TCL商用信息科技(惠州)股份有限公司
科天智慧云	指	广州科天智慧云信息科技有限公司
TCL照明	指	惠州TCL照明电器有限公司
华瑞光电	指	华瑞光电(惠州)有限公司
泰科立、泰科立集团	指	惠州泰科立电子集团有限公司
显示科技	指	TCL显示科技控股有限公司,为本公司在香港联交所上市的控股子公司,股票代码00334.HK
金能电池	指	惠州TCL金能电池有限公司
医疗电子	指	TCL医疗集团
环保业务	指	惠州TCL环保资源有限公司
翰林汇	指	翰林汇信息产业股份有限公司,为本公司在全国中小企业股份转让系统挂牌的控股子公司,股票代码835281
乐视、乐视网	指	乐视网信息技术(北京)股份有限公司
TCL创投	指	新疆TCL股权投资有限公司
TCL实业控股	指	T.C.L.实业控股(香港)有限公司
紫光集团	指	紫光集团有限公司
上海银行	指	上海银行股份有限公司
TCL金融控股集团、金控集团	指	TCL金融控股集团(深圳)有限公司
花样年	指	花样年控股集团有限公司为香港联交所上市公司,股票代码:01777.HK,本公司为该公司第二大股东,持有其17.95%股权
欢网	指	广州欢网科技有限责任公司
教育网	指	TCL教育网有限公司
奥鹏教育	指	北京奥鹏文化传媒有限公司
全球播	指	全球播有限公司
TCL-IMAX娱乐科技	指	TCL-IMAX Entertainment Co., Limited
酷友、O2O、酷友科技	指	惠州酷友网络科技有限公司
速必达物流	指	深圳速必达商务服务有限公司
客音服务	指	惠州客音商务服务有限公司
思科	指	Cisco Systems,Inc.思科系统公司,是全球领先的网络解决方案供应商,为美国NASDAQ上市公司(股票代码为:CSCO).
激活用户	指	曾经使用一次以上互联网电视网络服务的用户
活跃用户	指	活跃用户数是七天内来访的不重复的独立用户数,七天之内同一用户来访一次及多次都计为一个用户数
前海启航	指	深圳前海启航供应链管理有限公司
t1工厂、t1项目	指	华星光电第8.5代TFT-LCD生产线建设项目
t2工厂、t2项目	指	华星光电第8.5代TFT-LCD(含氧化物半导体及AMOLED)生产线建设项目
t3工厂、t3项目	指	华星光电第6代LTPSo LCD/AMOLED显示面板生产线建设项目

第二节 主要财务数据及股东变化

一、主要会计数据和财务指标

1、主要会计数据和财务指标

序号	项目	2016年1-3月	上年同期	增减变动(%)
1	营业收入(元)	23,399,109,354	23,310,170,004	0.38
2	利润总额(元)	440,245,072	1,199,424,566	-63.3
3	净利润(元)	355,449,801	982,205,588	-63.81
	归属于上市公司股东的净利润(元)	260,576,600	754,102,240	-65.45
	扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润(元)	64,154,562	528,179,296	-87.85
4	基本每股收益(元/股)注	0.0213	0.0686	-68.95
	稀释每股收益(元/股)	0.0213	0.0685	-68.91
	扣除非经常性损益后的基本每股收益(元/股)	0.0053	0.0481	-88.91
5	加权平均净资产收益率(%)	1.06%	3.69%	下降2.63个百分点
	扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率(%)	0.26%	2.59%	下降2.32个百分点
6	经营活动产生的现金流量净额(元)	238,413,868	785,853,373	-69.66
	每股经营活动产生的现金流量净额(元/股)	0.0195	0.0644	-69.72
		本报告期末	上年度期末	增减变动(%)
7	总资产(元)	124,428,957,923	111,754,820,447	11.34
8	负债总额(元)	84,074,393,685	74,125,378,338	13.42
9	资产负债率	67.57%	66.33%	上升1.24个百分点
	剔除存款质押借款和递延收益后的资产负债率	62.61%	60.79%	上升1.82个百分点
10	所有者权益总额(元)	40,354,564,238	37,629,442,109	7.24
	归属于上市公司股东的所有者权益(元)	24,618,717,896	24,210,106,339	1.69
11	股本(股)	12,213,681,742	12,228,359,702	-0.12
12	归属于上市公司股东的每股净资产(元/股)	2.0157	1.9798	1.81

2、截止披露前一交易日的公司总股本:

截止披露前一交易日的公司总股本(股)	12,213,681,742
用最新股本计算的全面摊薄每股收益(元/股)	0.0213

3、非经常性损益项目和金额

单位:元

项目	年初至报告期期末金额	说明
非流动资产处置损益(包括已计提资产减值准备的冲销部分)	9,760,307	--
计入当期损益的政府补助(与企业业务密切相关,按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外)	283,601,907	--
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	33,392,527	--
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外,持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益,以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-25,857,797	报告期的外汇远期合约产生公允价值变动损失及已到期合约的交割损失共计2,586万元,按照证监会关于非经常性损益的规定,确认为非经常性损益。
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	19,850,180	--
所得税影响额	-44,475,064	--
少数股东权益影响额(税后)	-79,850,022	--
合计	196,422,038	--

二、报告期末股东总数及前十名股东持股情况表

1、普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

单位:股

报告期末普通股股东总数	545,114

前10名股东持股情况

股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
惠州市投资控股有限公司	国有法人	7.19	878,419,747	47,846,889	质押	332,660,000
李东生	境内自然人	5.23	638,273,688	478,705,266	质押	386,980,800
广东省广新控股集团有限公司	国有法人	5.01	611,690,581	--	--	--
北京紫光通信科技集团有限公司	国有法人	3.97	484,468,900	478,468,900	--	--
新疆东兴华瑞股权投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	3.71	452,660,287	452,660,287	质押	452,660,287
新疆九天联成股权投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	3.35	408,899,521	408,899,521	质押	408,899,521
国开创新资本投资有限责任公司	国有法人	3.13	382,775,119	382,775,119	--	--
上银基金-浦发银行-上银基金财富10号资产管理计划	境内非国有法人	3.13	382,775,119	382,775,119	--	--
中国证券金融股份有限公司	国有法人	2.47	301,477,974	--	--	--
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	1.69	206,456,500	--	--	--

前10名无限售条件股东持股情况

股东名称	持有无限售条件股份数量	股份种类	
		股份种类	数量
惠州市投资控股有限公司	830,572,858	人民币普通股	830,572,858
广东省广新控股集团有限公司	611,690,581	人民币普通股	611,690,581
中国证券金融股份有限公司	301,477,974	人民币普通股	301,477,974
中央汇金资产管理有限责任公司	206,456,500	人民币普通股	206,456,500
李东生	159,568,422	人民币普通股	159,568,422
惠州市投资开发有限公司	105,504,587	人民币普通股	105,504,587
中国银行股份有限公司-招商丰庆灵活配置混合型发起式证券投资基金	92,411,008	人民币普通股	92,411,008
工银瑞信基金-农业银行-工银瑞信中证金融资产管理计划	74,761,500	人民币普通股	74,761,500
南方基金-农业银行-南方中证金融资产管理计划	74,761,500	人民币普通股	74,761,500
中欧基金-农业银行-中欧中证金融资产管理计划	74,761,500	人民币普通股	74,761,500
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、未知上述境内非国有法人股东之间是否存在关联关系以及是否属《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。2、惠州市投资控股有限公司、惠州投资开发有限公司、中国证券金融股份有限公司、中央汇金资产管理有限公司系国有法人股股东。		

第三节 董事会报告

一、 总述

报告期内,集团实现营业收入234.0亿元,同比增长0.38%;其中销售收入230.0亿元,同比增长1.07%;净利润3.55亿元,同比下降63.8%;归属于上市公司股东的净利润为2.61亿元,同比下降65.4%;扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润0.64亿元,同比下降87.9%。

集团净利润同比下滑的主要原因有:(一)液晶电视面板价格自2015年起持续下行,由于报告期内价格与去年同期差异较大,华星光电盈利同比下降67.6%;(二)受海外市场需求低迷以及TCL通讯科技中国区业务重组的影响,TCL通讯科技报告期内净利润同比下降91.8%;(三)报告期内,集团持续加大"双+"战略转型业务上的投入。

报告期内,集团继续加强产品技术能力、工业能力、品牌及全球化能力、互联网应用服务能力四项基础建设,全面推进"双+"转型和国际化的双轮驱动战略。

为提高品牌及全球化能力,集团继续执行"巩固欧美市场,拓展新兴市场"的全球化策略。报告期内,集团海外业务销售收入109.7亿元,同比增长0.51%。

为推进"智能+互联网"战略转型及建立"产品+服务"的商业模式,集团基于智能电视、智能移动终端、智能家电三大硬件平台,大力提升在视听体验、操控和交互领域的能力;基于一云多屏跨终端的全网用户运营的目标,以创新突破、开放合作、重组整合为原则,培育有竞争力的垂直应用业务,搭建互联网生态。目前,集团已组建移动互联网应用及服务平台、TV+智能电视及欢网协同的客厅经济平台,通过全球播、慕课网、互联网金融、电商等开展垂直服务,并逐步向视频、游戏、阅读、音乐、教育等内容子生态延伸;通过云计算和大数据分析技术,构建基于各种智能终端及垂直应用的海量互联网用户资产管理平台。

截至2016年3月底,公司的TV+智能电视平台激活用户数已达1,350.0万,3月份日均活跃用户数达到576.2万,同比增长98.7%。移动互联网应用与服务平台激活用户数已达2,936.3万,月均活跃用户数达到1,035.6万,同比增长181.9%。

报告期末,集团客厅视频生态下的全球播同步家庭院线激活用户数已达758.5万,票房收入快速提升,并开始在全球范围拓展业务。欢网科技在智能导视和增强电视领域取得突破,并与央视索福瑞共同开展在电视收视行为、广告效果评估与受众研究领域的智能电视大数据合作。金控集团以产融协同的商业模式推动金融服务业务布局,建立面向产业链合作伙伴的供应链金融服务平台,并继续推动支付金融、小额贷、互联网金融及消费金融等个人业务发展,与集团O2O平台共同构建起面向家庭用户和移动用户的服务闭环。

集团将继续强化面板、芯片设计、核心部品及智能终端产品垂直一体化的工业优势,以用户体验为核心,围绕移动场景、家庭场景和商用场景,加强基础技术平台及用户账户系统、UI运营、垂直应用、内容整合的研究开发,为用户提供信息通讯、家庭娱乐、健康生活、智能家居的全方位解决方案以及行业互联网领域的系统解决方案,致力于成为领先的全球化智能产品制造及互联网应用服务的企业集团。

二、 主营业务分析

集团产业及业务架构为"7+3+1":

1、产品业务:TCL多媒体电子(1070.HK)、TCL通讯科技(2618.HK)、华星光电、家电产业集团、通力电子(1249.HK)5家产业集团,以及商用系统业务群和部品及材料业务群(含TCL显示科技(0334.HK))。

2、服务业务:互联网应用及服务事业本部、销售及物流服务业务群、以及TCL金融控股集团。

3、创投及投资业务群。

TCL集团2016年第一季度各产业收入及利润变动情况(单位:亿元)

主要产业		销售收入	同比变动	净利润	同比变动
产品业务	TCL多媒体电子	61.7	-5.99%	0.64	73.0%
	TCL通讯科技	46.9	-12.2%	0.12	-91.8%
	华星光电	43.2	1.23%	2.01	-67.6%
	家电产业集团	29.5	9.38%	0.38	改善0.32亿
	通力电子	6.16	-31.9%	0.22	-26.7%
	商用系统业务群	3.88	42.0%	0.02	改善0.12亿
	部品及材料	11.4	11.1%	0.09	改善0.10亿
服务业务	互联网应用及服务事业本部	2.61	不适用	-0.69	不适用
	销售及物流服务业务群	49.3	12.3%	0.37	12.1%
	TCL金融控股集团	-	-	2.25	164.6%
创投及投资业务群		-	-	0.50	不适用

(一)产品业务

1、TCL多媒体电子

TCL多媒体电子主要从事LCD电视产品的生产与销售,并为其用户提供互联网增值服务。报告期内,由于主要原材料价格下跌,电视机产品售价同比下降,TCL多媒体电子实现销售收入61.7亿元(73.6亿港元[1]),同比下降5.99%。通过改善产品结构,提升运营效率,TCL多媒体报告期内的毛利率由去年同期15.2%上升至19.3%;实现归属于母公司净利润0.64亿元(0.74亿港元1),同比增长73.0%,经营业绩大幅改善。

[1](以香港会计准则计算)

TCL多媒体电子积极调整产品结构,提升高端产品的销售占比。报告期内,TCL多媒体电子推出3大系列共13款QUHD产品,其中旗舰产品X1在2016年CES上荣获"全球年度技术创新影响力金奖";TCL多媒体在中国市场4K电视和曲面电视的品牌产品销量占比分别增长至32.5%和6.5%,产品平均尺寸由2015年一季度的40.9吋上升至43.8吋。

TCL集团LCD电视机产品按技术功能和市场区域构成(单位:万台)

	2016年1-3月	2015年1-3月	同比变化(%)
LCD电视机	434.4	426.0	2.0
其中:智能/网络电视	234.9	159.7	47.1
-中国市场	240.1	232.4	3.33
-海外市场	180.2	184.0	-2.04
-商业显示器	14.1	9.7	46.1

注:以上数据包含本公司商业显示器的销量。

在继续提升电视硬件产品的工业能力及视听、交互技术能力的同时,报告期内TCL多媒体电子围绕家庭用户构建客厅经济生态,致力于快速提升TV+智能电视平台的运营水平,建立系统的用户价值变现体系,来自TV+用户运营及服务业务的收入持续增长。报告期内,TCL多媒体电子与乐视、腾讯等互联网生态合作伙伴共同在创新产品研发、优质内容共享、垂直服务领域的用户联合运营等多个领域开展深度合作,并取得了实质性进展。

根据3053战略规划,集团及TCL多媒体电子将继续加大资源投入,把握客厅经济成长红利,推动"产品+服务"商业模式的落地。

2、TCL通讯科技

TCL通讯科技主要从事TCL和alcatel品牌移动终端的生产和销售,并为其用户提供互联网增值服务。报告期内,TCL通讯科技实现主营业务收入46.9亿元(55.5亿港元1),同比下降12.2%;归属于母公司净利润为0.12亿元(0.14亿港元1),同比下降91.8%。全球智能手机增长放缓的趋势仍在延续,TCL通讯科技第一季度智能终端销量同比下降9.49%,整体销售均价由去年同期的54.7美元下降至41.8美元。

TCL通讯科技产品按区域销售构成(单位:万台)

	2016年1-3月	2015年1-3月	变化(%)
-中国市场	111.7	239.9	-53.5
-海外市场	1,609.3	1,343.1	19.8
合计	1,720.9	1,583.0	8.71
其中:智能终端	886.1	979.1	-9.49

注:以上数据包含集团控股的么么哒手机销量。

面对全球竞争激烈的智能手机市场环境,TCL通讯科技加强与全球运营商的合作,巩固海外市场份额,打造优质的中高端明星产品,并加强公开渠道和线上渠道建设。报告期内,TCL通讯推出了内置全球定位系统、具备快捷拨号功能的儿童手表;发布了alcatel IDOL 4系列新品手机,包括配备VR盒子的IDOL 4S智能手机,并推出了搭载Windows 10操作系统的PLUS 10二合一平板电脑。在欧洲和北美等重点市场,TCL通讯科技维持了良好表现,销量同比分别增长68%和13%,中东及非洲、亚太市场受需求拉动实现增长38%和132%,拉丁美洲受经济增长放缓及货币汇率波动影响,销量同比下降13%;中国区正在实施全面业务重组和策略调整,报告期内销量出现较大程度的下滑。

报告期末,TCL通讯科技的移动互联网业务激活用户为2,936.3万,保持较快增长,但比照TCL通讯科技全球智能移动终端出货量,仍有很大的成长空间。同时,通过运营获得持续用户服务收入的能力亟待加强。公司已推动移动互联网业务重组,计划持续投入资源以把握海外移动互联网产业的成长机会,推动可运营移动互联网用户数量快速增长并切实提升用户运营水平和价值变现能力。

3、华星光电

华星光电主要从事液晶面板的研发、生产和销售业务,现有两条8.5代和一条6代液晶面板生产线,产品线覆盖电视面板和移动终端面板。报告期内,华星光电共投入玻璃基板60.3万张,t1与t2工厂的产能稼动率和产品综合良率继续保持了较高水平,大尺寸、中高端产品销量占比持续提升。

受全球宏观经济低迷、液晶面板需求不旺影响,液晶电视面板价格自2015年起持续下行,至报告期末已现企稳态势。但因产品价格与去年同期差异较大,报告期内,华星光电实现销售收入43.2亿元,同比增长1.23%,净利润2.01亿元,同比下降67.6%。

报告期内,华星光电贯彻"从效率领先到产品领先"的竞争策略,导入新的技术工艺,开发中高端新品,提升产品性能以及大尺寸、超高清等产品的占比。华星光电48吋以上大尺寸产品出货同比增长191.5%,超高清产品销量同比增长350.8%,其中55吋超高清电视面板出货量全球市场份额19%,全球市场占有率排名第三。武汉t3工厂也已点亮试产,并导入了5.5吋和5.2吋全高清低温多晶硅显示面板。

产品领先的竞争策略和产品综合良率的不断提高带来了客户结构的持续优化。报告期内,华星光电大尺寸产品销量面积占比已达45%,一线客户销量占比超过60%,继续保持满产满销。

4、家电集团

家电产业集团从事空调、冰箱、洗衣机及健康电器的生产和销售。报告期内,家电产业集团销售收入29.5亿元,同比增长9.38%,实现净利润0.38亿元,同比增加0.32亿元。

家电集团主要产品销售(单位:万台)

产品	2016年1-3月	2015年1-3月	同比变化(%)
空调	179.2	135.4	32.3
冰箱	36.5	33.4	9.4
洗衣机	41.9	33.1	26.6

报告期内,受益于集团国际化战略,通过与TCL多媒体和TCL通讯的三军联动,TCL空调海外销量同比增长34.3%,其中欧洲市场销量同比增长102%。TCL空调贯彻"产品领先"策略,以智能环保、健康时尚为研发方向,提高变频、高能效、智能化产品的销售占比,并把握国内市场新兴渠道的增长机遇,加强电商渠道建设。

TCL冰洗业务重点优化产品结构、改善销售渠道和提高运营效率。报告期内,TCL冰洗业务推出多款新品,其中全封桶免污洗衣机解决了长期困扰用户的污水洗衣问题,并获得了2016德国iF设计大奖;渠道建设方面,线上销售占比继续扩大,海外市场获得突破。

健康电器聚焦于空净、水净、饮水机三大业务,以健康、智能为产品驱动力。报告期内,TCL空净产品销量快速增长,天猫销量位列同行业第二名。

5、通力电子

通力电子为全球消费电子一线品牌企业提供研发、生产及销售优质音视频产品和无线智能互联产品,主要产品包括音频产品、视讯产品、智能家居产品等。

报告期内,通力电子实现销售收入6.16亿元(7.41亿港元1),同比下降31.9%,实现净利润0.22亿元(0.27亿港元1),同比下降26.7%。受某客户重组业绩未达预期的影响,加之传统音视频产品业务整体下降,通力电子一季度销售收入和净利润下滑。

通力电子积极加快向互联网及智能终端产品相关联的新型产品转型,继续大力发展无线音箱、耳机等新型音视频产品;同时加大智能家居业务投入,聚焦于解决用户在智能网络、安全、健康、智能语音控制管理等多方面的需求,提供各类智能产品及服务。

6、商用系统业务群

商用系统业务群负责B2B领域的业务,包括商用显示、科天智慧云、军工电子、医疗电子、照明和华瑞光电等企业。报告期内,商用系统业务的销售收入为3.88亿元,同比增长42.0%。

6.1 商用显示业务

集团通过TCL商用信息科技(惠州)股份有限公司运营商用显示业务,主要包括智慧商显业务和可视化业务。智慧商显业务集成多种信息技术及应用,以"系统+智能显示终端+服务"的业务模式,为酒店、教育、信息发布等行业用户提供系统产品与服务。可视化业务通过提供拼接屏、安防监视、执法仪和其他专业显示产品和相应系统,为公安、金融、交通等行业用户提供系统解决方案。

6.2 云服务及相关终端方案业务

集团与思科合资成立的科天智慧云致力于为中国企业和行业用户提供基于云端、支持多种终端接入的多场景视频通讯和协同办公系统,包括网络会议、在线培训、网络直播和远程支持业务。科天云是公司重要的公有商用云服务平台。

报告期内,科天智慧云重点开拓市场销售渠道,已与多家企业合作,并同集团内的智能家庭、TCL多媒体电子、教育网和医疗电子等产业开展合作和协同。科天智慧云还引入了思科协作云服务(HCS)系统,丰富了协作服务品类。

6.3 军工电子业务

集团持有天津七一二通信广播有限公司21.9%的股权。七一二公司主要从事军用无线设备、卫星通信导航设备,以及专用、民用通信产品的研制生产。报告期内,七一二公司继续扩大卫星通信领域和军用应用市场份额,警用通信市场开拓进展顺利。

6.4 医疗电子业务

集团通过TCL医疗控股有限公司运营医疗电子业务,聚焦于大型医疗影像诊断产品,包括医用磁共振成像系统、CT、数字X射线诊断设备、X射线介入设备、医用超声诊断设备等与医疗影像相关的系统解决方案。

6.5 照明业务

集团通过惠州TCL照明电器有限公司运营照明业务,为用户提供从产品定义、光环境设计、节能方案、到售后维护的光环境整体解决方案。报告期内,TCL照明销售渠道拓展工作取得良好进展,国内销售稳中有升,海外OEM客户拓展初见成效,订单逐步交付,LED产品销售收入同比增长92.2%。

6.6 光电业务

集团与瑞丰光电(300241.SZ)、晶元光电合资设立华瑞光电(惠州)有限公司,主要从事液晶电视背光灯条、手机背光LED、照明LED、LED光源模组生产及应用方案设计。报告期内,通过整合股东资源,有效控制材料成本,提高生产效率和出货率,产品竞争力大幅提升,以TV-LB(灯条)为主的产品销售收入明显提升。

7、部品及材料业务群

部品及材料业务群主要为终端产品提供材料、部品和附件产品,包括TCL显示科技、金能电池和环保业务。报告期内,部品及材料业务群实现销售收入11.4亿元,同比增长11.1%。

7.1 TCL显示科技

TCL显示科技(0334.HK)主要从事中小尺寸TFT-LCD/CTP/OLED显示模组的研发、生产和销售。报告期内,TCL显示科技实现销售收入6.26亿元,同比增长50.9%。

报告期内,TCL显示科技通过拓展新客户、优化显示模组技术及大力推进高端产品销售,产品销量和销售收入均实现大幅增长,其中贴合LCD模组产品销售收入占比提升至64.6%。随着华星光电t3项目的投产,TCL显示科技LTPS面板供应将获得更好保障,带动LTPS高端模组产品的销售增长,TCL显示科技与华星光电及TCL通讯科技的手机全产业链协同效应将逐步显现。

7.2 金能电池

TCL金能电池聚焦于聚合物锂离子电池的研发、制造和销售。报告期内,金能电池继续加大研发投入,提升技术能力和工业能力,改善客户结构。

7.3 环保业务

集团通过惠州TCL环保资源有限公司运营环保业务,包括工业固废综合利用与处理处置,家电拆解及深加工回收利用,改性塑料生产以及对外提供环保技术服务。

(二)服务业务

1、互联网应用及服务事业本部

互联网应用及服务业务涵盖集团面向用户提供家庭互联网和移动互联网各项应用及服务及其支撑平台,包括互联网应用平台、移动互联网应用平台和云服务平台的运营,以及欢网科技、全球播、TCL教育网及在线教育项目、IMAX家庭影院、智能家庭项目公司和TCL文化传媒公司等企业。集团互联网应用及服务事业本部负责通过云计算和大数据分析技术,构建基于各类智能终端及垂直应用的海量互联网用户资产管理平台,并通过开放合作及培育有竞争力的垂直应用业务共同搭建互联网生态。

1.1 互联网应用平台

集团主要通过TCL多媒体电子的互联网业务中心运营智能电视TV+平台,进行产业生态建设。TV+平台以网格化launcher智能推荐系统作为用户导流基础,依托智能电视、智能机顶盒、IMAX家庭影院系统、游戏主机、游戏附件等智能终端搭建用户运营平台,基于付费内容分成、业务流量分成、服务广告分成及有偿增值服务等商业模式,构建以"视频+游戏"子生态为基础服务、以"教育+生活"子生态为差异化服务的客厅经济生态圈。

截至2016年3月末,集团智能网络电视的累计激活用户数为1,350.0万,3月份日均活跃用户数为576.2万。用户粘性不断提升,视频平台日人均点播时长增长至4.7小时,日均点播次数21次;游戏平台用户数为579.1万,周内日均使用时长已突破70分钟;教育平台累计激活用户230万;生活平台累计用户140万。

智能网络电视用户数据(单位:万)

	2016年3月份	2015年3月份	同比增减(%)
智能网络电视激活用户数(期末累计数)[2]	1,350.0	777.0	73.8
智能网络电视日均活跃用户数[3]	576.2	290.0	98.7
游戏应用用户规模[4]	579.1	135.9	326.2

[2]激活用户是指曾经使用一次以上互联网电视网络服务的用户。

[3]活跃用户数是七天内来访的不重复的独立用户数,七天之内同一用户来访一次及多次都计为一个用户数。

[4]游戏业务自2014年8月正式上线,相应数据自2014年8月起开始统计。

报告期内,TV+平台继续提升服务运营和内容整合能力,智能大数据推荐系统持续升级,生活平台完成"T惠购"的开发,将在二季度上线服务。TV+平台还将通过与乐视合作,逐步打通智能电视广告的联合运营,提升商业变现能力。

1.2 移动互联网应用平台

移动互联网应用服务业务以云平台和大数据为基础,整合自有及第三方的服务与内容,构建移动互联网生态圈。

报告期内,移动互联网应用平台通过运营App Center、Smartlive、One Touch Stream、WAP Portal等核心产品,用户数快速增长。截至3月底,移动互联网应用平台累计激活用户2,936.3万,应用下载量累计近3亿。

移动互联网应用平台将依托公司硬件入口优势,围绕基础应用、优化清理及系统安全等加强应用开发,构建TCL应用产品矩阵,快速提升可运营用户规模;并加强移动互联网用户运营能力,逐步建立基于广告、游戏联运及增值服务的移动变现渠道。

移动互联网应用平台用户数据(单位:万)

	2016年3月31日	2015年3月31日	增减(%)
累计激活用户数	2,936.3	1,008.1	191.3
月活跃用户数(MAU)	1,035.6	367.4	181.9
应用累计下载量	29,878.6	8,027.9	272.2

1.3 云服务平台

作为"双+"转型战略的重要基础设施,TCL云平台致力于建立规模化并具良好扩展性的基础设施云服务(Iaas),提供通用的平台服务(Paas),以提升资源利用率和业务开发效率,为集团各产业提供可靠优质的云服务。此外,云平台正积极提升TCL跨屏全网大数据平台的能力,与相关产业数据团队协作完成用户画像,提升应用业务推荐效果及用户体验。

报告期内,TCL云平台上线了Iaas层的负载均衡及数据库服务,加速互联网产品的迭代开发;完成基础云平台第3期的硬件选型及软件的研发与测试;在Paas层提升了统一账号的安全性,实现海外支付平台多个渠道的接入和上线;初步完成大数据平台的搭建。

1.4 欢网科技

欢网科技是中国最大的第三方智能电视服务商,主要提供智能电视及OTT的整体业务解决方案以及相关的运营服务,重点发展智能导视、增值业务、大数据平台,以及应用商店等业务。

欢网科技目前已覆盖17家智能电视终端厂商、20多家OTT厂商、13省广电运营商和14省电信运营商。截至3月末,欢网科技已连接智能终端超过4,000万台,激活用户2,185.5万,日均活跃用户数811.3万。欢网教育业务在OTT市场覆盖率达到第一,智能导视和应用商店等业务在广电运营商市场份额排名第一。

报告期内,欢网科技围绕用户运营持续开发并迭代服务应用,根据多省广电要求研发和连调智能导视系统。欢网科技还发布了智能导视2.0,利用大数据分析实现基于用户画像的精准内容推送;迭代优化后的乐学教育业务增长迅猛;欢网科技与央视-索福瑞合作的实时收视数据平台发布了央视2016年春晚的实时收视数据统计。同时,双方签订《实时收视数据平台合作协议》,基于欢网采集的海量大数据,与央视-索福瑞共同推出实时收视数据产品,推进中国智能电视实时收视数据的标准化建设。

1.5 全球播

全球播业务包括在全球提供智能家庭院线同步电影/首轮电影点播付费运营,以及向海外地区提供高清在线视频云服务。全球播院线业务采用票房分账模式,与电影制片方、发行方及终端厂商分成,并首创了广告积分兑换观影券的商业模式,目前已成为中国大陆地区最大的家庭同步电影院线运营平台。

截至3月31日,全球播家庭同步电影院线激活用户达758.5万,月活跃用户峰值309.0万,院线上映影片累计达413部,同步电影21部,一季度上映同步电影10部,呈快速增长趋势;旗下广告平台已与多家广告商签署合作协议,广告片数量累计670部。全球播海外直播是最大的海外华语视频直播版权集成运营方,已集成中国大陆及港澳台的200多路优质华语直播频道资源。与美国Roku合作产品已经进入最后测试阶段,与腾讯、中视国际等海外内容合作进展顺利。

报告期内,全球播与全球最大的智能电视芯片厂商Mstar签署战略合作协议,从电视芯片植入层面实现重大突破,解决与硬件终端厂家逐个对接的瓶颈,加速全球布局。通过与乐视的深度战略合作,全球播将完成在乐视全终端的升级,并获得乐视优质内容导入。此外,全球播已整合宣发资源投资电影内容制作产业,进一步完善TCL客厅经济视频生态。

1.6 教育网业务

TCL教育网是中国最大的网络学历教育服务运营机构,在网络学历教育服务、汉语言水平考试(网考)服务方面居领先地位,并积极发展互联网教育和职业教育。

报告期内,奥鹏学历教育进展顺利,完成春季招生目标,学历教育的累计学习人数达到75.2万;截至3月底,互联网IT职业教育平台用户数突破466万人,日活跃用户数8.9万,在同类行业应用中用户数排名第一。

1.7 TCL-IMAX娱乐科技

集团与IMAX共同投资设立的TCL-IMAX娱乐有限公司定位于向高端用户提供私人影院的集成产品和服务解决方案。报告期内,TCL-IMAX产品已推向市场,正在积极开拓国内外市场,加大产品和服务系统的研发投入,为用户提供更好的视听体验。

1.8 TCL智能家居

TCL智能家居业务定位于为集团全线产品提供智能化解决方案,并通过标准化的通信手段和开放的技术架构,将全产业链产品、第三方硬件产品接入智能家居平台,以智能人机交互提升产品竞争力,加强客户粘性,以基于服务平台的数据分析获取用户、产品、服务的关联资料,实现产品、服务与用户三者的互动。

报告期内,智能家居业务已完成基础平台的搭建,与集团各业务开展多品类产品的技术合作,并与多家第三方在互联互通方面签订了协议并进行了技术对接。截至报告期末,已对接生活增值服务商50家,接入100多种生活增值服务;在前装业务上,已与多家大型地产商深度合作,将TCL智能家居解决方案植入六千余户家庭。

1.9 TCL文化传媒公司

TCL文化传媒(深圳)有限公司主要从事文化影视投资、媒体运营、特许商品销售等业务,整合内外部专业资源进行数字广告资源开发和增值服务,并在符合TCL品牌发展和"双+"战略转型方向的影视和新媒体等领域开展战略投资。

TCL文化传媒参股北京太美慧谷文化传媒有限公司,与IMAX、华纳等共同投资拍摄《熊猫》纪录片。

2、销售及物流服务业务群

销售及物流服务业务群包括翰林汇和酷友科技(O2O平台),报告期内,实现销售收入49.3亿元,同比增长12.3%。

2.1 翰林汇

翰林汇(835281)是专业从事IT产品销售与服务的业务平台,覆盖国内外一线品牌笔记本电脑、台式电脑、数码产品和相关配件。

报告期内,翰林汇通过丰富产品线及扩张分销渠道,业务保持稳定增长,并扩大零售业务的销售渠道,逐步建立在移动互联产品零售领域专业、独特的服务模式和品牌形象。围绕"销售+服务"的商业模式,重点发力电商服务和供应链金融服务等创新业务。

2.2 酷友科技(O2O平台)

酷友科技包括客音(服务网)、速必达(物流网)、电商(虚拟网)、体验店(实体网)四大业务板块,共同构成集团的O2O平台。

酷友科技以经营用户和服务用户为中心,通过官网商城(mall.tcl.com)的运营为集团提供线上线下融合方案及相关专业运营。截至3月底,O2O业务平台累计用户数量达到4,685万,注册会员703万。报告期内,酷友科技以推进垂直电商一体化项目为主线