



创意感动生活  
The Creative Life

TCL 集团股份有限公司 2016 年半年度报告

证券代码：000100

证券简称：TCL 集团

公告编号：2016-076

# TCL 集团股份有限公司 TCL CORPORATION



创意感动生活  
The Creative Life

## 2016 年半年度报告摘要

二零一六年八月二十三

## 一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于巨潮资讯网或深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的半年度报告全文。

## 公司简介

股票简称	TCL 集团	股票代码	000100
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	廖骞	王建勋	
电话	0755-33311666	0755-33311668	
传真	0755-33313819	0755-33313819	
电子信箱	ir@tcl.com	ir@tcl.com	

## 二、主要财务数据及股东变化

### 1、主要财务数据

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

是  否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	48,342,464,177.00	46,683,833,755.00	3.55%
归属于上市公司股东的净利润（元）	605,705,752.00	1,621,394,128.00	-62.64%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	88,573,260.00	1,207,431,129.00	-92.66%
经营活动产生的现金流量净额（元）	1,901,400,480.00	4,660,014,158.00	-59.20%
基本每股收益（元/股）	0.0496	0.1436	-65.46%
稀释每股收益（元/股）	0.0496	0.1436	-65.46%
加权平均净资产收益率	2.43%	6.70%	-4.27%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	129,000,800,897.00	111,754,820,447.00	15.43%
归属于上市公司股东的净资产（元）	24,072,651,053.00	24,210,106,339.00	-0.57%

### 2、前 10 名普通股股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数						531,039
前 10 名普通股股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持普通股数量	持有有限售条件的普通股数量	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	364,980,000

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		
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		
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	境内非国有法人	2.67%	326,100,699			
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	1.69%	206,456,500			
上述股东关联关系或一致行动的说明	惠州投控、北京紫光、东兴华瑞、九天联成、国开创新、上银基金、国开精诚因认购公司非公开发行股票成为前 10 名股东，持股锁定期为 2015 年 02 月 26 日至 2018 年 02 月 26 日。详情请见公告《TCL 集团非公开发行股票发行情况报告暨上市公告书》					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无					

### 3、前 10 名优先股股东持股情况表

适用  不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

### 4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用  不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用  不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

## 三、管理层讨论与分析

### 1、概述

报告期内，集团实现营业收入483.42亿元，同比增长3.55%；净利润7.88亿元，同比下降62.3%；归

属于上市公司股东的净利润为**6.06**亿元，同比下降**62.6%**。集团第二季度实现净利润**4.33**亿元，较第一季度增长**21.7%**；实现归属于上市公司股东净利润**3.45**亿元，较第一季度增长**32.4%**。资本结构稳健，现金流充裕，资产运营效率稳中有升。

报告期内集团净利润同比下滑的主要原因有：（一）液晶面板价格与去年同期相差较大，导致华星光电净利润同比下降**54.9%**；（二）受海外市场需求低迷以及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滑**94.7%**。

面对产业环境变化，集团持续推进“智能+互联网”战略转型及建立“产品+服务”商业模式的“双+”转型战略，提升各产业的工业能力、技术能力、品牌及全球化能力和互联网应用服务能力。报告期内，主要产业的经营明显改善：（一）通过持续的产品结构和客户结构优化，快速提升t2工厂产能，华星光电的规模优势和成本优势得以加强，经营效率业内领先。随着第二季度面板行业供需关系逐步改善，液晶面板价格企稳回升，华星光电第二季度实现盈利**3.58**亿元，环比增长**78.1%**。（二）快速推动TCL通讯科技中国区业务的重组。目前TCL通讯中国区管理团队和组织架构已基本确定，并以“宛如生活”的全新品牌理念发布了TCL750初现手机，针对国内开放市场的运营规划已有序展开。

集团通过投资和战略合作，布局液晶面板、芯片设计及智能制造领域，以进一步提升产业链一体化优势。报告期内，集团与紫光集团、长江引导基金和湖北科投分别组建了两只目标百亿规模的产业并购基金，聚焦于TMT、工业4.0、中国制造2025等行业的直接投资和并购，完善集团产业生态布局。同时，集团围绕转型战略下核心能力的重塑推动产业重组，优化中长期权益管理效率。报告期内，TCL通讯科技启动从香港主板市场私有化事宜，拟通过产品结构、区域结构、渠道结构的优化及面向全球移动互联网用户服务业务的成长，建立可持续竞争优势，创造更大的股东价值。近期，集团引入希杰大韩通运(中国)作为旗下物流业务平台速必达的战略投资者，拟结合希杰大韩通运领先的解决方案和物流体系，将速必达打造为顶级的社会化家电物流服务平台。

在显示技术领域，公司投资的华星光电8.5代产线（t1与t2产线）的产能稼动率和产品综合良率继续保持行业领先水平，定位于中小尺寸LTPS显示技术的6代线（t3产线）试产顺利。公司现有量子点技术的色域、亮度、使用寿命等指标国际领先。公司通过与全球知名高校和企业合作，大力投资和发展下一代显示技术，重点布局印刷式OLED技术、电致发光量子点显示技术和柔性显示技术等。

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。借助中欧班列的开通，集团将积极提升波兰基地运营效率，继续拓展欧洲市场。TCL多媒体将与巴西家电龙头企业SEMP合作，拓展巴西及南美家电市场。上半年，集团海外业务销售收入**224.0**亿元，同比增长**3.19%**。

以用户体验为核心，基于智能电视、智能家电、智能移动终端、智能家居等产品和服务平台，围绕移动、家庭和商用三大场景，集团大力提升在视听体验、操控和交互领域的的能力，加强OS、ROM、Launcher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、智能家居的全面解决方案以及行业互联网领域的系统解决方案。

报告期内，TV+智能电视及欢网协同构建了面向家庭全网用户的客厅经济平台，通过全球播、慕课网、

互联网金融、电商开展垂直服务，向视频、游戏、音乐、教育等内容子生态拓展；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6月末，公司通过TV+智能网络电视平台运营的激活用户达1,455.8万，日均活跃用户达624.5万；通过欢网运营的智能网络电视平台累计激活用户达2,368.9万，日均活跃用户数880.3万；通过与战略合作伙伴联合运营开关机广告，智能电视广告运营业务取得显著进展；游戏应用用户规模已达707.1万；全球播成为中国最大的家庭同步电影院线，累计激活用户数突破1,000万。

移动互联网应用与服务业务通过工具型、内容型和系统支持型产品的持续迭代优化，逐步建立APP生态矩阵，并对用户数据进行深度挖掘、建模及可视化分析，提高用户使用时长和粘性，为全球用户提供极致的本地化体验。报告期末，移动互联网应用平台累计激活用户数达3,453.8万，月活跃用户1,177.7万，应用累计下载量3.63亿次。

金控集团以产融协同的商业模式推动金融服务业务布局，建立面向集团产业及产业链合作伙伴的供应链金融服务平台，并通过投资和战略合作持续推动支付金融、小额贷、互联网金融及消费金融、资产管理等个人业务发展，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。

## 2、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1-6月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	119.7	-1.63%	0.83	-23.9%
	TCL通讯科技	92.8	-11.8%	0.19	-94.7%
	华星光电	90.8	11.2%	5.59	-54.9%
	家电产业集团	67.7	10.6%	0.69	13.1%
	通力电子	14.7	-18.6%	0.55	-20.3%
	商用系统业务群	8.23	29.8%	-0.67	下滑0.63亿
	部品及材料	25.9	16.2%	0.08	-81.8%
服务业务	互联网应用及服务事业本部	6.50	不适用	-0.81	不适用
	销售及物流服务业务群	98.6	10.3%	0.7	21.3%
	TCL金融控股集团	-	-	4.67	43.1%
创投及投资业务群		-	-	0.65	不适用
其他及抵消		-55.7	不适用	-4.63	不适用
集团合并		469.1	2.93%	7.88	-62.3%

### （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，并为其用户提供家庭互联网增值服务。

报告期内，TCL多媒体电子实现销量855.7万，同比增长10.9%；由于主要原材料价格下跌，产品销售均价同比下降，TCL多媒体电子实现销售收入119.7亿元（142.3亿港元），同比下降1.63%。通过改善产品结构，提升运营效率，TCL多媒体的毛利率由去年同期16.6%上升至17.8%；但受国内市场需求放缓、行业竞争加剧影响，实现归属于母公司净利润0.83亿元（0.95亿港元<sup>1</sup>），同比下降23.9%。

TCL多媒体加强研发投入，从视听技术、外观工艺设计、系统优化等方面提升产品力。报告期内，TCL多媒体发布了全新的量子点系列产品，搭载TV+ OS3.0系统，配备行业顶级硬件配置以及哈曼卡顿音响设备。受益于产品力提升，TCL多媒体在中国市场的4K电视占品牌销量的比重上升至33.9%；55吋及以上产品销量占比提升至25.4%，产品平均尺寸提升至43.7吋，产品结构明显改善。据中怡康统计，TCL曲面电视6月份市场占有率30.8%，保持国内品牌市场排名第一。

报告期内，TCL多媒体海外市场竞争力不断增强，电视机销量同比增长18.0%至427.6万台，其中，北美市场产品销量同比增长165.0%，新兴市场同比增长36.4%，欧洲市场销量同比增长13.1%。海外市场产品毛利率由去年同期7.5%增长至12.5%。随着中欧班列的开通以及埃及基地的设立，公司在欧洲以及中东、非洲市场的经营效率有望进一步提升。TCL多媒体还将与巴西家电龙头企业SEMP合作，拓展巴西及南美家电市场。

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1-6月	2015年1-6月	同比变化(%)
LCD电视机	880.7	790.2	11.5
其中：智能/网络电视	450.5	286.6	57.24
-中国市场	428.1	409.2	4.6
-海外市场	427.6	362.4	18.0
-商业显示器	25.0	18.6	34.4

注：以上数据包含本公司商业显示器的销量。

TCL多媒体电子以TV+为智能电视运营平台，基于视频、广告、游戏、教育、生活等生态建立系统的用户价值变现体系，上半年来自TV+用户运营及服务业务的收入为2,545万元，全年收入目标为10,000万元。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。

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”模式快速发展。

## 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。

受海外手机市场低迷态势延续及TCL通讯中国区全面业务重组等因素的影响，TCL通讯科技上半年智能终端销量同比下降16.5%，整体销售均价由去年同期的50.7美元下降至42.6美元。报告期内，TCL通讯科技实现主营业务收入92.8亿元（109.3亿港元<sup>1</sup>），同比下降11.8%；归属于母公司净利润为0.19 亿元（0.22 亿港元<sup>1</sup>），同比下降94.7%。

TCL通讯科技产品按区域销售构成（单位：万台）

	2016年1-6月	2015年1-6月	变化(%)
-中国市场	184.1	484.5	-62.0%
-海外市场	3,132.1	2,999.0	4.44%
合计	3,316.2	3,483.5	-4.80%
其中：智能终端	1,743.0	2,088.0	-16.5%

面对全球竞争激烈的智能手机市场环境，TCL通讯科技通过加强产品研发和品牌建设，打造优质的高端明星产品，不断优化产品组合。报告期内，年度旗舰产品Alcatel IDOL 4系列智能手机在全球陆续上市，包括配备VR盒子的IDOL 4S 智能手机；在中国区发布了业务重组后的第一款产品TCL750初现手机；推出了首款搭载Windows 10操作系统的二合一平板电脑PLUS 10以及内置GPS、具备快捷拨号功能的儿童手表。TCL通讯科技不断加大VR技术及设备开发方面的资源投入，并将支持谷歌Daydream平台。

市场拓展方面，TCL通讯科技深化与全球运营商的合作，加强公开渠道和线上渠道建设，巩固海外市场份额。北美、欧洲及拉美市场作为TCL通讯的前三大市场，销售额合计占比为83.7%，其中北美市场凭借与运营商长期紧密的关系实现销售收入同比增长13.7%，欧洲和拉美市场受汇率波动及竞争加剧等影响，销售收入同比分别减少7.78%和21.4%；TCL通讯科技通过长期在公开市场及电商渠道的投入，亚太市场业绩持续改善，报告期内实现销售收入同比增长57.9%。中国区由于实施全面业务重组和策略调整，报告期内销售收入同比下滑67.3%，至期末，重组基本完成，将专注实施精品战略，提升品牌形象，并积极增加渠道覆盖。

报告期末，TCL通讯科技的移动互联网业务激活用户增长至3,453.8万，但通过运营获得持续用户服务收入的能力仍在建设中。TCL通讯科技于报告期内完成了移动互联网业务三年规划，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。2016年将重点加强移动互联网应用平台基础能力建设。

### 3. 华星光电

华星光电主要从事半导体显示面板的研发、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124.1万张，实现销售收入90.8亿元，同比增长11.2%，净利润5.59亿元，同比下降54.9%。报告期净利润同比下降，主要是由于产品价格下降所致。进入二季度以来，华星光电主要产品价格回升，t2工厂产能、良率进一步提高，材料成本环比下降，经营效益明显提高。华星光电第二季度实现净利润3.58亿元，环比提升78.1%。

报告期内，华星光电t1与t2工厂继续保持满产满销，48吋以上的大尺寸产品面积占比达到48.7%，其中55吋全球市场占有率21.6%，国内排名第一。报告期内，华星光电主要运营、财务指标保持全球同行业领先水平。

武汉t3工厂试产顺利，成功导入了5.5吋和5.2吋全高清、窄边框面板产品，产品已进入验证阶段。针对小尺寸面板OLED趋势，华星光电积极在深圳4.5代实验线进行OLED产品技术验证，同时在武汉建设4.5代实验线进行量产技术验证，针对柔性可折叠产品进行积极的技术准备。

截止6月30日，华星光电累计申请中国专利6402件，美国专利4653件，PCT5235件，其中中国专利已授权2091件，美国专利已授权1412件。依托集团在新材料、新技术及终端产品的研发优势，华星光电投资广东聚华印刷显示技术有限公司，与全球知名高校和企业合作，在印刷式OLED技术、电致发光量子点显示技术和柔性显示技术方向做产业开发。华星光电已成功研发出国内首台印刷式31吋OLED电视。

业界预计液晶电视大尺寸化趋势仍将延续，下半年供需关系继续改善。华星光电将继续推进产品线优化和成本降低工作，致力为客户提供高附加值、高性价比的显示产品，保持经营效率和效益的领先优势。

#### 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，家电产业集团各产品销量实现较好增长，完成销售收入67.7亿元，同比增长10.6%，实现净利润0.69亿元，同比增长13.1%。

家电集团主要产品销售（单位：万台）

产品	2016年1-6月	2015年1-6月	同比变化(%)
空调	419.3	329.5	27.3%
冰箱	92.6	81.1	14.2%
洗衣机	74.8	56.0	33.5%

TCL空调以提高产品力和改善销售渠道为核心工作，以智能环保、健康时尚为方向，不断提高变频、高效能、智能化产品占比，满足语音控制、智能安防、智能呵护等多层次的用户需求，产品力显著增强。在国内市场，公司深耕传统渠道，丰富线上产品阵容，提高用户转化率，实现了逆势增长19.7%。受益于集团国际化战略，TCL空调与TCL多媒体和TCL通讯市场联动，海外销量同比增长32.0%，其中欧洲市场销量同比增长133.7%。

报告期内，TCL冰洗业务加大研发投入，推出多款创新产品，其中的全封桶免污洗衣技术解决了长期困扰行业的污水洗衣问题，荣获2016德国IF设计大奖。渠道建设方面，TCL冰洗实施全渠道覆盖，线上、线下重点渠道突破的战略，并提高线上销售占比。受益于产品结构优化、销售渠道改善和运营效率提高，TCL冰洗业务产品销量和经营业绩同比提升较大。

健康电器以健康、环保、智能为研究方向，聚焦于空净和水净产品。TCL健康电器将重点实现产品升级，提高中高端产品占比，持续提升产品竞争力。

#### 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。报告期内，通力电子实现销售收入14.7亿元（17.5亿港元<sup>1</sup>），同比下降18.6%，实现净利润0.55亿元（0.66亿港元<sup>1</sup>），同比下降20.3%。由于某一主要客户业务未达预期，通力电子业绩出现下滑。



通力电子加快向互联网及智能终端产品相关新业务转型，以产品创新为拓展策略，基于声学 and 无线互联技术，加强产品设计和核心技术开发能力，大力发展声霸、无线音箱、语音智能音响、耳机等新型音频产品，以多元化产品组合为核心竞争力，扩大市场占有率及带动整体增长。除优化产品组合外，通力电子还积极拓展及优化客户组合，加强与战略客户的合作关系，并挖掘新客户抢占市场。

## 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、照明和美瑞光电等企业。报告期内，商用系统业务的销售收入为8.23亿元,同比增长29.8%。

### 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，聚焦于智慧酒店显示、智慧安防显示和智能警用装备三大核心业务。TCL商用信息持续开拓行业渠道，大力发展代理商，挖掘垂直大客户，优化客户结构，同时积极拓展系统集成业务，实现销售增长。

### 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。

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，并引入了思科协作云服务(HCS)系统，丰富了协作服务品类。同时，科天智慧云的作为集团重要的公有云平台，将与集团的云平台协同合作，共同为互联网应用及服务平台、O2O平台、金融服务平台及大数据运营等增值业务提供后台支持、应用场景和聚合数据服务。

### 6.3 军工电子业务

集团持有天津七一二通信广播股份有限公司21.9%的股权。七一二公司主要从事军用无线通信、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，七一二公司完成股份制改造，创立了天津七一二通信广播股份有限公司。七一二公司积极推进研发体系改革，拓展产品销售渠道，在卫星通信领域和军用应用市场份额提升，警用通信市场开拓进展顺利，轨道交通通信（铁路交通、城市轨道交通）市场进展顺利。

### 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。

报告期内，普放产品渠道改善，销售同比大幅增长；超声和核磁产品研发工作进展顺利，无锡基地主体工程完成，工业能力和技术能力有效提升。

### 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照明聚焦于地产和连锁商超两大重点行业，大客户销

售同比显著增长，海外战略OEM业务拓展获得突破，销售收入同比增长42.0%。

## 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，材料毛利率显著提升，产品竞争力大幅增强。华瑞光电发挥与TCL多媒体的产业协同效应，并积极拓展外部客户。

## 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25.9亿元，同比增长16.2%。

### 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14.5亿元，同比增长51.0%。

报告期内，TCL显示科技致力于提升产品结构并初见成效，高端产品（In/On-cell、FHD）销售占比超过50%，同时通过拓展新客户，客户结构不断优化。2016年6月，TCL显示以每股0.62港元的价格配售股份25,822.4万股，募集资金1.57亿港元用于与武汉华星光电合资设立LTPS LCD模组工厂，年均产能约为5,000万片5.5寸全贴合手机显示模组。随着华星光电t3项目的产能稳步提升，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，推动产品结构和客户调整。

### 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TV+规划与运用中心运营智能电视TV+平台，建立产业生态圈。TV+

平台以网格化launcher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。

截至报告期末，集团智能网络电视的累计激活用户数为1,455.8万，6月份日均活跃用户数为624.5万。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，游戏平台用户数为707万，日均使用时长68.7分钟；教育平台累计激活用户309万，日均使用时长51.2分钟；生活平台累计用户210万。

智能网络电视用户数据（单位：万）

	2016年6月份	2015年6月份	同比增减（%）
智能网络电视激活用户数（期末累计数）	1,455.8	906.3	60.63%
智能网络电视日均活跃用户数	624.5	344.0	81.52%
游戏应用用户规模	707.1	233.5	202.78%

报告期内，TV+平台继续提升服务运营和内容整合能力，升级智能大数据推荐系统，并完成生活平台“T惠购”的开发，TV+平台还通过与乐视合作，逐步打通智能电视广告的联合运营，提升商业变现能力。上半年互联网应用平台实现收入2,545万元。

## 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包括App应用商店、Smartlive、One Touch Stream及中国区应用市场等核心产品。截至6月底，移动互联网应用平台累计激活用户3,453.8万，应用下载量累计3.63亿，报告期内实现服务收入1,189万元。

2016年7月，集团成立豪客互联网有限公司发展移动互联网应用及服务业务，基于公司软硬件入口优势，围绕基础应用、优化清理、系统安全及内容服务等领域加强应用开发，构建TCL全球应用产品矩阵，并逐步拓展外部市场，快速提升可运营用户规模，将于2017年开始基于广告、游戏联运及增值服务的移动变现运营。

移动互联网应用平台用户数据（单位：万）

	2016年6月30日	2015年6月30日	增减（%）
累计激活用户数	3,453.8	1,313.2	163.0%
月活跃用户数（MAU）	1,177.7	456.0	158.3%
应用累计下载量	36,337.5	11,503.6	215.9%

## 1.3 云服务平台

TCL云平台以内部云服务为基础业务，结合TCL生态链提供通用服务和解决方案。TCL云平台基于集

团资源和需求，建立规模化并具备良好扩展性的基础设施云服务（IaaS），提供通用的平台服务（PaaS），支持业务的软件应用服务（SaaS）发展，为集团各产业提供可靠优质的云服务。在此基础上，云平台通过大数据平台汇集集团各产业的数据，通过分析挖掘完成跨产业的统一用户画像，优化用户体验，提升精准营销效果及产品变现能力。

报告期内，TCL云平台完成基础设施云服务的研发与上线，针对各产业的需求不断增加新功能，升级扩容硬件资源；在PaaS层提升了统一账号的安全性，优化了消息推送系统，实现海外支付平台多个渠道的接入和上线；大数据平台初步搭建完成。

#### 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，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，主要业务包括智能导视、大数据平台、增值业务，以及应用商店等。

报告期内，智能导视业务已导入多家电视和OTT厂商，并与东方卫视、湖南卫视等多家电视台十几档节目合作，在电视台的影响力迅速上升；同时，通过加速运营商布局，拓展了河北广电运营商以及江苏移动的电信、移动等运营用户。报告期内，欢网科技与央视-索福瑞签订《实时收视数据平台合作协议》，基于欢网海量客厅用户数据，双方共同推出实时收视数据，推进中国智能电视实时收视数据的标准化建设；双方联合运营的CSM-huan全国实时收视平台已正式上线，可发布分钟级的实时收视率数据。欢网乐学教育产品可针对用户特征分时段进行launcher自主化运营，日活用户和收入大幅提高。欢视商店也开始探索付费推广+分成合作的盈利模式，并取得了一定成效，同时加强渠道合作获得更多的目标用户，实现产品的良性发展。

目前，欢网科技已覆盖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，平台级合作已连接智能终端超过4,200万台，智能网络电视终端累计激活用户已达2,368.9万，日均活跃用户数880.3万。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。

#### 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，及向海外地区提供高清在线视频的云服务。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。

报告期内，全球播与全球最大的智能电视芯片厂商Mstar合作，将KDM加密驱动预先植入芯片，打通与全球智能终端厂家的系统对接；5月下旬，全球播与乐视开展全面推广合作，至6月末带来新增乐视电视用户数115万。全球播尝试多种变现途径，推行以电商购物为主，结合品牌广告和电影宣发，积极探索流量货币化途径。

截至6月30日，全球播家庭同步电影院线激活用户达1,062.9万，月活跃用户峰值364.1万，院线上映影片累计达552部，同步电影36部。同时，作为全球最大的海外华语视频直播版权集成运营方，全球播拥有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。

## 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，招生缴费人数达到16万人，同比增长41%，学历教育的在学人数达到75.2万；职业教育取得突破，教师培训业务同比增长84.5%；截至6月底，公司互联网IT职业教育平台用户数突破562万人，日活跃用户数9.6万，在同类行业应用中用户数排名第一；网络孔子学院以HSK汉语等级考试作为主线拓展业务，考试区域以东南亚和中国境内为主，将逐步在欧洲和北美进行考试拓展。

## 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、影片内容和服务解决方案。

报告期内，TCL-IMAX产品已推向市场，正在积极拓展国内销售渠道，加大海外市场的产品推广，并已签约多家国内外高端客户。TCL-IMAX 将加大产品和服务系统的研发投入，推进产品多元化，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，并基于网关核心产品、智慧社区服务平台、跨厂商智能家电互联互通平台等方式提供跨品牌产品的智能化连接和服务系统，逐步通过技术与产品集成、系统与通讯集成、技术与物业集成、技术服务与开发集成，成为智慧生活解决方案提供商。

报告期内，智能家居发布多项技术标准和协议，已完成集团内部各智能终端产品智能化标准的统一，并以全面开放的技术架构推进多维度的外部合作，包括与厂商和智能硬件平台在产品层面直接互联互通、与通讯公司的智能网关标准共享，与京东等电商平台协议标准开放。TCL智能家居与物业公司、房地产企业合作推进B端业务，通过垂直电商平台、智能家居体验店等推进C端业务。截至报告期末，TCL智能家居已对接合作生活增值服务商60多家。

## 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，已投资北京太美慧谷文化传媒有限公司。

## 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98.6亿元，同比增长10.3%。

### 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，笔记本市场份额进一步提升，逐步扩大零售业务的销售渠道，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，翰林汇重点推动电商服务和供应链金融服务等创新业务发展，持续加快智能产品和企业级产品的引入，优化公司的产品结构，并联合金控集团定制金融产品，服务供应链下游用户，提升公司平台价值。

## 2.2 酷友科技（O2O平台）

酷友科技包括十分到家（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（www.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支持，构建基于TCL产业生态的社会化O2O平台，截至6月底，累计用户数量达到4,831万。报告期内，酷友科技推动线上线下销售一体的垂直电商平台建设，产品销售同比增长28.1%；加强用户运营，会员积分商城正式上线；提升用户服务能力，线下服务应用“十分到家”快速推广，业务量大幅增长。为提升物流业务能力，旗下物流平台速必达引入希杰大韩通运（中国）为战略投资者，拟结合希杰大韩通运在物流领域的资质、资源和能力，推动速必达从内部服务平台向社会化服务平台转型。

## 3. TCL金融控股集团

TCL金融控股集团立足产业金融协同优势，为集团产业及产业链合作伙伴和消费者用户提供结算、融资、消费信贷、理财等金融服务。上半年，TCL金融实现净利润4.67亿元，同比增长43.1%。

TCL金融依托核心产业，洞察用户需求，有序与核心产业合作定制开发产品并推进产品迭代，业务规模不断增长。其中，供应商金融服务平台“简单汇”业务规模爆发式增长；经销商融资产品“T微贷”、“T票通”等顺利推广，同比增长323%；TCL小额贷款公司定位于消费金融，为产业终端消费者提供增值服务，用户呈几何级数增长，业务规模快速增长；公司打造的理财平台“T金所”顺利上线，合规经营，不断丰富产品系列。同时，TCL金融不断加强风控、数据等基础能力建设，受益于产业链信息流、物流、商流、资金流数据分析，金融资产质量控制良好，明显优于行业平均水平。

集团战略投资的上海银行、湖北消费金融公司、惠州农商行等业务发展良好；并积极参与发起设立上银金融租赁股份公司、粤财信用保证保险公司，布局融资租赁和保险类业务。

### （三）集团创投及投资业务群

集团的创投业务以TCL创投公司为载体，借助集团在新型显示及智能终端垂直整合的产业背景和专业的管理团队，聚焦前瞻性及技术创新性产业布局的创业投资业务。集团直接投资业务围绕集团产业链布局和整合能力，在有前景的非主营业务领域寻找直接投资机会。报告期内，创投与投资业务群实现净利润0.65亿元。

截至报告期末，TCL创投管理的基金规模为70.65亿元人民币，累计投资项目69个，重点投资于新材料、新能源、消费及高端制造行业。截至报告期末，TCL创投持有百勤油服（HK.02178）、天华阳光（NASDAQ.SKYS）、鼎立股份（SH.600614）、创意信息（SZ.300366）的股份，所投资的纳晶科技、

中北通磁、赛特斯、多维度、理工字龙、掌慧纵盈、思比科、捷佳伟创等8个项目已在新三板挂牌。

集团直接投资的外部项目公司，以财务投资模式运营，一般以参股方式持有，不介入经营管理。集团已有的直接投资项目包括地产类的花样年（HK.01777）、万达商业（HK.03699）、工业地产和资源公司等。

#### 四、主要财务数据同比变动情况

单位：元

	本报告期	上年同期	同比增减	变动原因
营业收入	48,342,464,177	46,683,833,755	3.55%	
营业成本	41,039,418,999	38,307,562,656	7.13%	
销售费用	4,120,841,294	4,174,241,520	-1.28%	
管理费用	3,433,745,671	3,061,019,118	12.18%	
财务费用	487,187,848	237,221,253	105.37%	主要为汇兑收益及利息收入减少所致
所得税费用	153,655,423	284,182,394	-45.93%	主要为本报告期净利润下滑所致
经营活动产生的现金流量净额	1,901,400,480	4,660,014,158	-59.20%	主要为经营活动流出的现金增加所致
投资活动产生的现金流量净额	-14,891,135,109	-14,479,943,883	2.84%	
筹资活动产生的现金流量净额	15,198,995,455	13,635,854,470	11.46%	
现金及现金等价物净增加额	1,950,007,925	3,860,255,962	-49.49%	经营、投资、筹资等活动综合影响所致

#### 五、主营业务构成情况

单位：元

	销售收入	销售成本	毛利率	销售收入比上年同期增减	销售成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						
多媒体	11,973,136,066	9,843,335,193	17.79%	-1.63%	-3.04%	1.20%
通讯	9,282,925,313	6,822,057,807	26.51%	-11.84%	-14.26%	2.07%
华星	9,079,398,843	8,620,583,173	5.05%	11.17%	30.99%	-14.37%
家电	6,768,176,772	5,595,874,200	17.32%	10.65%	10.52%	0.10%
通力电子	1,467,727,186	1,249,209,060	14.89%	-18.66%	-19.86%	1.27%
部品及材料	2,584,719,815	2,451,116,940	5.17%	16.19%	19.91%	-2.95%
销售及物流服务	9,858,138,175	9,415,403,998	4.49%	10.31%	10.88%	-0.49%
其他及合并抵消	-4,099,458,713	-4,273,640,794	不适用	不适用	不适用	不适用
合计	46,914,763,457	39,723,939,577	15.33%	2.93%	6.12%	-2.55%
分地区						
主营业务国内	24,514,282,279	21,498,947,524	12.30%	2.69%	7.12%	-3.63%
主营业务海外	22,400,481,178	18,224,992,053	18.64%	3.19%	4.97%	-1.38%

## 1、涉及财务报告的相关事项

### (1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用  不适用

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

### (2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用  不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

### (3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用  不适用

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。

### (4) 董事会、监事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明

适用  不适用