

TCL集团(000100)动态点评

# 牵手腾讯打造智能电视, 加快互联网电视市场新布局

2017年07月06日

## 【事项】

- ◆ 7月3日, TCL集团及TCL多媒体同时发布公告, 旗下互联网电视公司深圳市雷鸟科技有限公司以增资扩股的方式引入战略投资者腾讯数码(深圳)有限公司, 后者以4.5亿元人民币认购雷鸟科技新增注册资本2027万元, 获得本次增资后雷鸟科技16.67%的股权。这是继投资酷开后, 腾讯再次入股传统电视厂商。
- ◆ TCL集团在公告中称, 公司目前正大力推进“智能+互联网”及构建“产品+服务”商业模式的“双+”战略转型。通过雷鸟科技运营的TV+智能电视平台是其中一个重要部分。截至2016年12月底, 公司TV+智能网络电视平台的累计激活用户为1729万, 日均活跃用户数747万, 全年实现服务业务收入7229万元。目前TV+智能电视平台的可运营终端及活跃用户数快速增长, 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的商业模式也在快速推进。同时TCL集团称, 本次合作不仅为雷鸟科技的业务发展提供了资金支持, 公司和腾讯也将在内容共享、产品创新、市场推广、会员运营等方面开展战略合作, 实现双方资源优势互补和协同。
- ◆ **传统电视机行业已进入发展瓶颈期, 电视机厂商联手互联网公司将成为电视机行业新趋势。**受科技发展的影响, 随着用户尤其是新一代年轻消费者生活习惯和消费习惯的不断变化, 对电视机的需求度逐渐下降。目前中国的电视机市场已进入饱和阶段, 增速逐渐放缓, 2016年中国市场电视出货量为5089万台, 同比增长7.8%, 而乐视开创的互联网电视市场则迎来了高速增长, 出货量达到600万, 同比增长约一倍, 接近国产第一大电视品牌海信的一半。同时近两年来占液晶电视成本比重最大的面板价格不断上涨, 给两大国产电视品牌海信和TCL的利润带来增长压力, 2016年海信的利润同比减少49.53%, TCL集团的利润同比下降38%。同时台湾鸿海收购夏普后对其产品进行降价销售策略, 抢占了一部分国内电视市场份额。这样的情况下, 互联网电视模式逐渐被传统电视品牌所重视, 并被视为打开国内电视市场僵局的突破口。



挖掘价值 投资成长

## 增持 (首次)

### 东方财富证券研究所

证券分析师: 马建华

证书编号: S1160516090001

联系人: 张加代

电话: 021-23586479

### 相对指数表现

### 基本数据

总市值(百万元)

流通市值(百万元)

52周最高/最低(元)

52周最高/最低(PE)

52周最高/最低(PB)

52周涨幅(%)

52周换手率(%)

### 相关研究

**【点评】**

就电视机厂商而言，在传统电视机业务利润空间被挤压的背景下，寻找新的利润增长点迫在眉睫。乐视电视开创了国内互联网电视市场，强调的是性价比，通过电视搭载的广告和互联网视频内容获得的收入补贴硬件缺口，给传统电视机市场造成了很大的冲击。在乐视的刺激以及面板成本上升的驱动下，传统电视机厂商海信、TCL、创维等纷纷推出自己的互联网电视品牌。

国内互联网公司也在积极布局互联网电视行业。腾讯除了入股雷鸟外，还投资了酷开和微鲸，另一个互联网巨头阿里巴巴也投资了微鲸，视频行业巨头爱奇艺则以1.5亿元投资酷开占股5%。在如今乐视电视经营出现问题的情况下，对雷鸟、酷开等企业而言，抢占国内互联网市场份额将是一个绝佳时点。

图表1: 智能电视机 左: 雷鸟超薄4K曲面电视 右: 康佳安卓智能电视



资料来源: 雷鸟官网, 康佳官网, 东方财富证券研究所

TCL集团(000100)去年全球出货量突破2000万台，同时旗下拥有面板企业华星光电，在成本方面，无论是供货能力还是价格都比同行具有明显的优势。作为一个实力雄厚的传统电视机制造厂商，TCL将智能终端引入腾讯后，能够利用腾讯的流量优势扩大自身的商业发展模式，带来新的利润增长点，并有望在互联网电视领域抢占更多市场份额。雷鸟电视凭借自有的先天技术研发优势，依托TCL的品牌、制造和研发能力，在互联网电视领域的竞争中将具有得天独厚的优势。

我们看好在用户习惯改变、互联网技术加速发展趋势下，传统电视机厂商和互联网公司合作带来的新机会。基于未来对互联网电视和智能终端的持续性需求，我们首次给予TCL集团(000100)以“增持”评级。目前国内十大互联网电视品牌排行中，海信电器(600060)的网络电视销量全网第一；TCL集团(000100)去年全球出货量突破2000万台；深康佳A(000016)的互联网业务混改方案已基本确定且正积极推进。

西藏东方财富证券股份有限公司（以下简称“本公司”）具有中国证监会核准的证券投资咨询业务资格  
**分析师申明：**

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，保证报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于作者的职业理解，本报告清晰准确地反映了作者的研究观点，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

#### **投资建议的评级标准：**

报告中投资建议所涉及的评级分为股票评级和行业评级（另有说明的除外）。评级标准为报告发布日后3到12个月内的相对市场表现，也即：以报告发布日后的3到12个月内的公司股价（或行业指数）相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅作为基准。其中：A股市场以沪深300指数为基准；新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准；香港市场以恒生指数为基准；美国市场以标普500指数为基准。

#### **股票评级**

买入：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅15%以上；  
增持：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅介于5%~15%之间；  
中性：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅介于-5%~5%之间；  
减持：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅介于-15%~-5%之间；  
卖出：相对同期相关证券市场代表性指数跌幅15%以上。

#### **行业评级**

强于大势：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅10%以上；  
中性：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅介于-10%~10%之间；  
弱于大势：相对同期相关证券市场代表性指数跌幅10%以上。

#### **免责声明：**

本研究报告由西藏东方财富证券股份有限公司制作及在中华人民共和国（香港和澳门特别行政区、台湾省除外）发布。

本研究报告仅供本公司的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本研究报告是基于本公司认为可靠的且目前已公开的信息撰写，本公司力求但不保证该信息的准确性和完整性，客户也不应该认为该信息是准确和完整的。同时，本公司不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。本公司会适时更新我们的研究，但可能会因某些规定而无法做到。除了一些定期出版的报告之外，绝大多数研究报告是在分析师认为适当的时候不定期地发布。

在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议，也没有考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需求。客户应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况，若有必要应寻求专家意见。本报告所载的资料、工具、意见及推测只提供给客户作参考之用，并非作为或被视为出售或购买证券或其他投资标的的邀请或向人作出邀请。

本报告中提及的投资价格和价值以及这些投资带来的收入可能会波动。过去的表现并不代表未来的表现，未来的回报也无法保证，投资者可能会损失本金。外汇汇率波动有可能对某些投资的价值或价格或来自这一投资的收入产生不良影响。

那些涉及期货、期权及其它衍生工具的交易，因其包括重大的市场风险，因此并不适合所有投资者。

在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任，投资者需自行承担风险。

本报告主要以电子版形式分发，间或也会辅以印刷品形式分发，所有报告版权均归本公司所有。未经本公司事先书面授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、转发或公开传播本报告的全部或部分内容，不得将报告内容作为诉讼、仲裁、传媒所引用之证明或依据，不得用于营利或用于未经允许的其它用途。

如需引用、刊发或转载本报告，需注明出处为东方财富证券研究所，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。