

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



TCL COMMUNICATION TECHNOLOGY HOLDINGS LIMITED
TCL 通訊科技控股有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)
 (股份代號: 02618)

業績公佈
截至二零一五年三月三十一日止三個月

財務摘要			
<i>截至三月三十一日止三個月未經審核的業績</i>			
	二零一五年	二零一四年	變動
	千港元	千港元	(%)
營業額	6,689,533	5,540,655	21%
毛利	1,278,170	1,086,974	18%
毛利率(%)	19.1%	19.6%	-0.5%
除息稅折攤前利潤	276,365	250,814	10%
母公司所有者應佔利潤	184,961	176,645	5%
歸屬於母公司普通股股東的基本每股收益(港仙)	15.11	15.05	0%
歸屬於母公司普通股股東的攤薄每股收益(港仙)	14.74	14.22	4%

經營摘要

- 二零一五年第一季度，本集團的手機及其他產品總銷售量達 1,580 萬台，按年增加 16%。
- 二零一五年第一季度，智能終端總銷售量按年增加 54%至 970 萬台。
- 整體平均銷售價格由二零一四年第一季度的 52.2 美元增長至二零一五年第一季度的 54.7 美元。
- 二零一五年第一季度營業額按年增長 21%至 67 億港元。
- 毛利率由二零一四年第一季度的 19.6%輕微下調至二零一五年第一季度的 19.1%。
- 二零一五年第一季度實現淨利潤 1 億 8,500 萬港元，相比去年同期上升了 3%。基本每股收益由去年同期的 15.05 港仙上升至 15.11 港仙。

TCL 通訊科技控股有限公司（「TCT」或「本公司」）董事會（「董事會」）公佈本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）截至二零一五年三月三十一日止三個月未經審核的簡明綜合業績及財務狀況，連同去年同期的比較數字如下，而該等簡明綜合財務報表乃未經審核，惟已經本公司審核委員會審閱：

綜合損益表

	附註	截至三月三十一日止三個月	
		二零一五年 (未經審核) 千港元	二零一四年 (未經審核) 千港元
營業額	3	6,689,533	5,540,655
銷售成本		(5,411,363)	(4,453,681)
毛利		1,278,170	1,086,974
其他收入及收益	3	154,856	96,807
研究及開發支出	5	(420,031)	(255,053)
銷售及分銷支出		(451,092)	(465,541)
行政支出		(314,714)	(234,778)
其他營運支出		(22,788)	(15,799)
融資成本	4	(35,151)	(24,445)
分佔聯營企業之虧損		(1,041)	(447)
稅前利潤	5	188,209	187,718
所得稅項	6	(2,782)	(7,485)
本期利潤		185,427	180,233
歸屬於：			
母公司所有者		184,961	176,645
非控股權益		466	3,588
		185,427	180,233
歸屬於母公司普通股股東的每股收益	7		
基本		15.11港仙	15.05港仙
攤薄		14.74港仙	14.22港仙

綜合全面損益表

	截至三月三十一日止三個月	
	二零一五年 (未經審核) 千港元	二零一四年 (未經審核) 千港元
本期利潤	<u>185,427</u>	<u>180,233</u>
其他全面虧損		
其後可能重分類至損益之其他全面虧損：		
可供出售的投資：		
公平值變動	<u>2,852</u>	<u>-</u>
現金流量對沖：		
本期對沖工具之公平值變動的有效部分	209,343	(81,380)
對確認為綜合損益表中的收益部分重分類調整	<u>(166,988)</u>	<u>(13,770)</u>
	42,355	(95,150)
外幣報表折算差額	<u>(101,933)</u>	<u>(58,400)</u>
其後可能重分類至損益之其他全面虧損淨值	<u>(56,726)</u>	<u>(153,550)</u>
本期稅後其他全面虧損	<u>(56,726)</u>	<u>(153,550)</u>
本期全面收益總額	<u>128,701</u>	<u>26,683</u>
歸屬於：		
母公司所有者	128,235	23,095
非控股權益	<u>466</u>	<u>3,588</u>
	<u>128,701</u>	<u>26,683</u>

綜合財務狀況表

		二零一五年 三月三十一日 (未經審核) 千港元	二零一四年 十二月三十一日 (經審核) 千港元
	附註		
非流動資產			
物業、廠房及設備		1,435,847	1,439,029
投資物業		50,753	43,117
預付土地租賃費		115,074	116,086
其他無形資產		1,343,863	1,260,093
商譽		253,954	253,954
於聯營企業的投資		66,478	52,925
可供出售的投資		229,919	227,738
遞延所得稅資產		292,413	297,641
其他非流動資產		14,580	-
非流動資產合計		<u>3,802,881</u>	<u>3,690,583</u>
流動資產			
存貨		2,664,201	3,293,292
應收貿易賬款	8	6,630,656	7,872,681
保理應收貿易賬款		207,874	371,380
應收票據		42,277	95,546
預付賬款、訂金和其他應收款項		1,899,458	1,492,170
應收關連公司款項		109,469	62,382
可退回稅項		7,534	11,111
衍生金融工具		409,630	419,240
已抵押銀行存款		1,781,539	1,914,380
現金及現金等價物		844,736	473,391
流動資產合計		<u>14,597,374</u>	<u>16,005,573</u>
流動負債			
計息銀行貸款		3,307,841	3,940,791
應付貿易賬款及票據	9	5,020,291	5,166,744
銀行預支保理應收貿易賬款		207,874	371,380
其他應付及預提款項		4,688,290	4,953,416
衍生金融工具		59,755	49,391
保用撥備		447,974	462,500
應付關連公司款項		151,356	416,086
應付稅項		30,438	47,717
流動負債合計		<u>13,913,819</u>	<u>15,408,025</u>
淨流動資產		<u>683,555</u>	<u>597,548</u>
資產總額減流動負債		<u>4,486,436</u>	<u>4,288,131</u>

綜合財務狀況表 (續)

	附註	二零一五年 三月三十一日 (未經審核) 千港元	二零一四年 十二月三十一日 (經審核) 千港元
資產總額減流動負債		<u>4,486,436</u>	<u>4,288,131</u>
非流動負債			
退休賠償		4,294	4,827
長期服務獎金		1,794	2,017
遞延所得稅負債		<u>102,205</u>	<u>102,205</u>
非流動負債合計		<u>108,293</u>	<u>109,049</u>
淨資產		<u>4,378,143</u>	<u>4,179,082</u>
權益			
歸屬於母公司所有者的權益			
已發行股本	10	1,238,942	1,220,766
股份獎勵計劃持有之股份		(9,629)	(9,629)
儲備		2,739,772	2,559,353
擬派期末股息		<u>318,358</u>	<u>318,358</u>
		4,287,443	4,088,848
非控股權益		<u>90,700</u>	<u>90,234</u>
權益合計		<u>4,378,143</u>	<u>4,179,082</u>

附註

1. 編製基準

此等財務報表乃根據香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈之香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）（亦包括香港財務報告準則，香港會計準則（「香港會計準則」）及詮釋）及香港公認會計原則而編製。該等財務報表亦符合香港公司條例有關編製財務報表的適用規定（按載列香港公司條例（香港法例第622章）附表11第76至87條條文內有關第9部「賬目及審計」的過渡性及保留安排的規定，該等財務報表於本財政年度及比較期間繼續根據前公司條例（香港法例第32章）的規定而作出披露）。除遠期合約、利率掉期及一項上市權益投資是採用公平值核算以外，財務報表乃根據歷史成本法編製。除另有說明者外，此等財務報表以港元（「港元」）呈列，所有價值均已湊整至最接近千位。編制財務報表時所採納之會計政策及編制基礎，與截至二零一四年十二月三十一日止之全年財務報表所用者一致。

2. 經營分類資料

基於管理之目的，管理層並不單獨復核中國及海外業務之表現，而認為手機及其他產品的研發、製造和銷售手機和其他產品及提供服務為本集團業務唯一分類。本集團所有產品屬於同類性質，且風險及回報亦大致相若。

地理分類資訊

(a) 來自外部客戶的收入

	截至三月三十一日止三個月	
	二零一五年 (未經審核)	二零一四年 (未經審核)
	千港元	千港元
南美地區	2,113,899	1,795,847
北美地區	1,764,353	1,396,459
歐洲地區	1,115,173	1,331,025
中國地區	837,724	321,052
中東及非洲地區	713,654	260,587
亞洲及太平洋地區	144,730	435,685
總計	6,689,533	5,540,655

以上收入資料乃根據客戶所在地區得出。

(b) 非流動資產

由於本集團大部分的非流動資產及資本開支都位於/產生於中國，因此並無呈列非流動資產相關的地理分類資訊。

附註 (續)

3. 收入、其他收入及收益

收入，亦即本集團營業額，指期內扣除退貨及貿易折扣後已售手機、其他產品及提供服務的發票淨值。集團內公司間的所有重大交易已於綜合賬目時抵銷。

有關收入、其他收入及收益的分析如下：

	截至三月三十一日止三個月	
	二零一五年 (未經審核) 千港元	二零一四年 (未經審核) 千港元
收入		
銷售手機及其他產品、提供服務之收入	6,689,533	5,540,655
其他收入及收益		
利息收入	21,614	14,277
租賃收入總額	3,024	-
補貼收入*	24,277	6,484
增值稅返還**	51,485	59,970
加工收入	3,399	11,252
匯兌淨收益	18,096	-
處置物業、廠房及設備之收益	69	-
可供出售的投資的股息收入	-	275
其他	32,892	4,549
	154,856	96,807

* 補貼收入主要為本集團收取的各類中國政府補助金，管理層認為該等補助金並無不符合確認之條件或或然事項。

** 截至二零一五年及二零一四年三月三十一日止三個月期間，本公司在中國的多家被認定為軟件企業的附屬公司可獲得已支付法定增值稅率17%而實際稅率超過3%的部分的增值稅返還收益。

附註 (續)

4. 融資成本

融資成本分析如下：

	截至三月三十一日止三個月	
	二零一五年 (未經審核) 千港元	二零一四年 (未經審核) 千港元
須於二年內全數償還的貸款的利息	29,058	22,472
貼現票據及保理應收貿易賬款之利息*	6,093	1,973
	<u>35,151</u>	<u>24,445</u>

* 保理應收貿易賬款的有效利率為每月0.15% (截至二零一四年三月三十一日止三個月：0.15%)。

5. 稅前利潤

本集團的稅前利潤已經扣除/(計入)下列各項：

	截至三月三十一日止三個月	
	二零一五年 (未經審核) 千港元	二零一四年 (未經審核) 千港元
已售存貨成本	5,411,363	4,453,681
物業、房屋及設備之折舊	59,921	40,673
投資物業之折舊	480	-
預付土地租賃費之攤銷	527	603
電腦軟件、知識產權及阿爾卡特品牌許可之攤銷	13,691	11,652
研究和開發支出：		
遞延支出攤銷	318,739	223,844
本期支出	101,292	31,209
	<u>420,031</u>	<u>255,053</u>
品牌管理費/TCL品牌共同基金	931	2,587
按經營租賃就土地及樓宇的最低租賃付款	33,018	21,660
應收貿易賬款的減值虧損(撥回)/計提	(2,895)	591
處置物業、廠房及設備之(收益)/損失	(69)	58

附註（續）

6. 所得稅項

本集團按適用於預計之全年收益之所得稅率計算本期間之所得稅項。本期間綜合損益表中之所得稅的主要組成項目如下：

	截至三月三十一日止三個月	
	二零一五年 (未經審核) 千港元	二零一四年 (未經審核) 千港元
本期間		
撥備：		
中國	2,866	986
法國	4,155	2,764
俄羅斯	655	2,722
美國	15	-
以前年度低估	91	1,013
	<u>7,782</u>	<u>7,485</u>
遞延稅項	<u>(5,000)</u>	<u>-</u>
本期間稅項支出	<u>2,782</u>	<u>7,485</u>

附註（續）

7. 歸屬於母公司普通股股東的每股收益

基本每股收益乃根據歸屬於母公司普通股股東應佔本期利潤及期內已發行普通股加權平均數1,224,458,097股（截至二零一四年三月三十一日止三個月：1,174,066,716股）計算。

攤薄每股收益乃根據歸屬於母公司普通股股東應佔利潤計算。計算所用之普通股加權平均數乃為用於計算基本每股收益時所用之期內已發行普通股數目，以及假設行使或轉換所有潛在攤薄股份為普通股而無償發行之普通股加權平均數。

基本及攤薄每股收益乃按下列各項計算：

	截至三月三十一日止三個月	
	二零一五年 (未經審核) 千港元	二零一四年 (未經審核) 千港元
利潤		
用作計算基本及攤薄每股收益的歸屬於母公司 普通股股東應佔利潤	184,961	176,645
股份		
期內用作計算基本每股收益的已發行普通股 加權平均數	1,224,458,097	1,174,066,716
攤薄影響－普通股之加權平均數：		
購股權	24,459,406	54,947,150
獎勵股份	5,603,492	12,784,450
	30,062,898	67,731,600
用作計算攤薄每股收益之普通股加權平均數	1,254,520,995	1,241,798,316

附註 (續)

8. 應收貿易賬款

於報告期末，按發票日期列出的本集團應收貿易賬款的賬齡分析如下：

	二零一五年 三月三十一日 (未經審核) 千港元	二零一四年 十二月三十一日 (經審核) 千港元
三個月內	5,177,451	6,497,374
四個月至十二個月	1,436,366	1,360,026
超過十二個月	34,211	35,640
	6,648,028	7,893,040
減值虧損	(17,372)	(20,359)
	6,630,656	7,872,681

本集團給予客戶信用期。信用期一般為 30 至 180 天。每名客戶均有最高信貸額。本集團對未償還之應收賬款進行嚴格控制，及設立信貸控制部將信貸風險降至最低。高級管理人員定期檢討逾期款項。鑒於上述措施且本集團之應收賬款涉及眾多客戶，本集團並無重大信貸集中風險。本集團概未就有關結餘持有任何抵押品或其他信貸增級。應收貿易賬款不計息。

9. 應付貿易賬款及票據

於報告期末，按發票日期列出的本集團應付貿易賬款及票據的賬齡分析如下：

	二零一五年 三月三十一日 (未經審核) 千港元	二零一四年 十二月三十一日 (經審核) 千港元
六個月內	4,961,797	5,130,897
七個月至十二個月	32,522	20,721
超過十二個月	25,972	15,126
	5,020,291	5,166,744

應付貿易賬款及票據不計息，並通常在90天內清償。

附註（續）

10. 股本

	股份數目	已發行股本 千港元	股本溢價賬 千港元
法定：			
於二零一四年一月一日，二零一四年十二月三十一日，二零一五年一月一日及二零一五年三月三十一日每股面值 1 港元之普通股	2,000,000,000	2,000,000	
已發行及繳足或入賬列作繳足：			
於二零一四年一月一日	1,162,460,227	1,162,460	417,664
已行使的購股權	51,439,915	51,440	173,433
股份獎勵計劃新發行之股份	6,866,266	6,866	14,749
已失效購股權之重分類	-	-	636
已歸屬獎勵股份之重分類	-	-	24,494
擬派二零一四年期末股息	-	-	(84,704)
於二零一四年十二月三十一日及二零一五年一月一日	1,220,766,408	1,220,766	546,272
已行使的購股權*	18,175,367	18,176	47,847
於二零一五年三月三十一日	1,238,941,775	1,238,942	594,119

- * 於截至二零一五年三月三十一日止三個月期間，18,175,367 股購股權以每股 2.740 港元至 6.472 港元不等的行使價格獲行使，因此發行了每股面值 1 港元之 18,175,367 股普通股，並獲得 66,023,000 港元的現金總款項。

管理層討論及分析

行業回顧

二零一五年第一季，全球政局動盪及貨幣匯率波動對市場繁榮造成一定影響。儘管如此，經濟環境的不穩並未很大影響消費者將功能手機更換為配備最新功能的智能手機的趨勢。同時在世界各地加快推進和落實的網絡基建投資的推動作用下，全球智能終端出貨量仍保持上升趨勢，其中 4G 智能手機及平板電腦仍然是二零一五年的主要增長引擎。

隨著手機製造商技術差距收窄，高科技產品已成為大眾化的消費品；加上更多中國及各國的當地品牌推出大量低價手機搶佔市場，傳統手機品牌的銷售價及毛利率會受到影響，預計今年行業整合是必然趨勢。故此，部份品牌開始轉攻手機周邊的可穿戴式智能產品來豐富產品組合，如智能手錶等；並通過搭建全新的互聯網生態圈，積極拓展新電子商務市場，發掘新的業務增長點。

據調研機構 Gartner 預計，二零一七年之前，全球移動交易量與交易額將以 35% 的年增幅成長。至二零一七年，移動支付總市值將達到 7,210 億美元，全球覆蓋人數接近 5 億。特別是在擁有全球最大的移動互聯網用戶群的中國，由於中央政府大力推動「互聯網+」行動計劃，積極將移動互聯網、雲計算、大數據、物聯網等與現代製造業結合，中國將於全球電子商務市場的地位不斷提升。

業務回顧

截至二零一五年三月三十一日，在手機市場的競爭激烈中，本集團成功將產品結構從功能手機轉型升級，不單把ALCATEL ONETOUCH及TCL培育成為主流智能手機品牌，其智能終端產品更獲得物有所值的市場美譽。報告期內本集團於各個市場的手機銷量依然取得出色表現。本集團的手機及其他產品總銷量按年上升16%至1,580萬台。其中，海外市場銷售1,350萬台，中國市場銷量約為230萬台。

為充份運用資源以加快業務擴展的步伐，讓每一業務區域都能專注在較為一致的市場，報告期內本集團進行了業務區域的重新規劃。由四大業務區域分拆為六大地區－北美洲、南美洲、歐洲、中東及非洲、亞太和中國。原美洲區銷售總經理 Nicolas ZIBELL 先生於二零一五年第一季起擔任國際業務總經理，主力打理海外業務，且暫任歐洲市場和中東及非洲市場業務總經理。而其他四大地區則分別由 Steve CISTULLI 先生擔任北美市場業務總經理、Christian GATTI 先生擔任南美洲市場業務總經理、王國聰先生擔任亞太市場業務總經理、王激揚博士擔任中國市場業務總經理。

管理層討論及分析（續）

業務回顧（續）

期內，本集團把握市場對高性價比且多功能的智能手機需求增長的趨勢，繼續擴大全球市場份額。智能終端總銷量按年上升54%至970萬台，佔本集團總銷量的62%。整體平均銷售價格從二零一四年第一季度的52.2美元上升至二零一五年第一季度的54.7美元，帶動本集團的整體營業額按年增長21%至67億港元。其中，北美洲及南美洲持續增長，營業額按年增幅分別達26%及18%；而中東及非洲地區及中國之營業額則分別按年強勁上升174%及161%。

本集團持續加強產品研發及品牌推廣力度，以提升產品質量及品牌知名度。因此，截至二零一五年三月三十一日止三個月，本集團研發開支和銷售及營銷費用分別為4億2,000萬港元及4億5,100萬港元，進一步鞏固本集團的核心基礎，為二零一五年未來數季的業務發展做好準備。

儘管行業競爭趨於白熱化，本集團積極優化產品組合，使整體毛利率維持於穩健的水平。整體毛利率從二零一四年第一季度的19.6%輕微下調至二零一五年第一季度的19.1%。此外，受惠於智能手機銷售的持續增長及各項業務戰略的高效執行，本集團於二零一五年第一季度實現淨利潤為1億8,500萬港元。本集團將憑藉自身規模效益優勢，通過不斷的產品技術創新，進一步提高運營效益，繼續保持業務增長。

此外，本集團於期內獲選為恒生環球綜合指數（「HSGCI」）、恒生廣義消費指數（「HSBCI」）、恒生綜合指數、恒生綜合行業指數 - 資訊科技業，以及恒生綜合小型股指數之成份股，代表資本市場對本集團出色表現的認同。

區域營業額比例分佈

手機及其他產品營業額			
截至三月三十一日止三個月			
(港幣百萬元)	二零一五年	二零一四年	變動 (%)
北美洲	1,764	1,396	+26%
南美洲	2,114	1,796	+18%
歐洲	1,115	1,331	-16%
中東及非洲	714	261	+174%
亞太	145	436	-67%
中國	838	321	+161%
總計	6,690	5,541	+21%
其中：智能終端	6,020	4,262	+41%

管理層討論及分析（續）

業務回顧（續）

北美洲

二零一五年第一季度，本集團於北美市場的手機及其他產品銷量按年增加 87% 至 350 萬台，其中智能終端銷量按年上升 43% 至 190 萬台，佔本集團北美市場總出貨量的 54%。營業額按年上升 26% 至 18 億港元，並佔本集團總營業額的 26%。

北美市場對智能手機的需求旺盛，本集團亦緊握此商機，針對北美市場的需求特點，推出多款入門級至中高端智能手機產品。然而，市場競爭異常激烈，為本集團產品的價格帶來很大壓力。有鑑於此，本集團將制定有針對性的價格策略，不斷優化產品設計和功能，同時深化與運營商的關係，以繼續拓展北美地區業務。

本集團於期內積極開展市場推廣活動，如贊助 *The Color Run 2015* 及贊助本集團品牌大使 *AVICII* 的全球音樂活動，不斷強化市場營銷和提高品牌認知度，以獲得一線運營商的支持。此外，本集團正著力構建電子商務渠道和加強線上品牌推廣，為客戶提供更多樣的產品及配件。

南美洲

二零一五年第一季度，本集團於南美洲市場的手機及其他產品銷量按年減少 6% 至 540 萬台，但其中智能終端銷量則按年上升 54% 至 340 萬台，佔本集團於南美洲市場總出貨量的 63%。本集團持續優化產品組合，使營業額按年上升 18% 至 21 億港元，佔本集團總營業額的 31%。

由於該地區經濟增長放緩及其部分地區貨幣出現貶值，削弱了當地的購買力，影響到該地區的需求。另外，由於該地區本土品牌憑藉地域優勢不斷發力功能手機和入門級智能手機的市場，同時在中高端智能手機方面一線品牌競爭強勢，從而對本集團的產品從技術到價格方面提出了挑戰。本集團將針對南美洲市場的不同需求特點推出多款創新的入門級至中高端智能手機和終端產品組合，並針對不同國家的特點制定不同的價格策略，以繼續保持本集團於南美洲市場的強勢增長。

管理層討論及分析（續）

業務回顧（續）

歐洲

回顧期內，歐洲市場的手機及其他產品銷量按年增加 1%至 290 萬台，其中智能終端銷量則按年上升 18%至 180 萬台，佔本集團於歐洲市場總銷量的 60%。營業額按年減少 16%至 11 億港元，佔本集團總營業額的 17%。

由於歐洲經濟持續疲弱，全面影響該市場內整個行業的經營狀況，本集團於歐洲市場的增長較其他市場遜色；加上異常激烈的價格戰，歐洲市場的平均售價因此面對壓力。得益於上年度較好的經營表現，本集團仍有實力在第一季度將不利影響降至最低。鑑於入門級 4G 智能手機是歐洲市場的主要增長動力，本集團將繼續深化與運營商及分銷商的關係，並於今年三月初在法國成立分銷中心，強化公開市場渠道，建立新的供應鏈模式，為接下來兩個季度推出的新產品鋪路。本集團將於第二季度整合在歐洲市場的定位及銷售渠道，發掘利潤增長點以鞏固品牌地位，應對該市場激烈的價格競爭。

中東及非洲

回顧期內，中東及非洲市場的手機及其他產品銷量按年增加 47%至 140 萬台，其中智能終端銷量則按年上升 133%至 80 萬台，佔本集團於中東及非洲市場總銷量的 62%。營業額按年上升 174%至 7 億港元，佔本集團總營業額的 11%。

匯率疲軟和油價暴跌影響了新興市場對消費電子產品的需求，亦對本集團的產品價格造成壓力。儘管如此，本集團通過策略性增加平板電腦銷售以優化產品組合，同時整合銷售渠道獲得有力的營銷支持，使期內中東及非洲市場的營業額上升。

亞太

回顧期內，亞太地區的手機及其他產品銷量為 30 萬台，按年減少 73%，其中智能終端銷量按年減少 55%至 20 萬台。營業額則按年減少 67%至 2 億港元，佔本集團總營業額 2%。

由於一眾中國品牌陸續推出有競爭力的產品及推廣策略發力亞太市場，該市場面對越來越激烈的產品價格及設計的競爭。第一季度，因本集團的產品不適合此區域的需求導致銷售下降，但是亞太區機會眾多，本集團從第二季將推出適合此區域的多款產品，抓住商機。另外，印度及東南亞國家等市場對入門級智能手機需求尤其強勁，該類型的智能手機將會是本集團二零一五年業務增長的重點。本集團將專注提升在緬甸及泰國的運營商渠道的滲透率，以把握 3G 手機在當地的巨大商機。

此外，本集團致力於發展線上及線下的銷售渠道，以不斷開拓市場，尋找新的增長動力。其中包括於緬甸與一家運營商展開合作，以及加強與各地的龍頭電子商務平台合作以提升本集團的線上銷售。

管理層討論及分析（續）

業務回顧（續）

中國

二零一五年第一季度，中國市場的手機及其他產品銷量按年上升 118% 至 230 萬台，其中智能終端銷量按年上升超過兩倍至 160 萬台。營業額按年增加 161% 至 8 億港元，佔本集團總營業額 13%。

以往，本集團一直自行在中國進行銷售。然而，由於中國的營商環境與世界其他地方相比較為特殊，本集團於中國的業務並不是十分理想，為了進一步優化本集團於中國的銷售策略，深圳麼麼噠互聯通信有限公司（深圳麼麼噠互聯通信，本集團的聯屬公司）於二零一五年第一季度成立，並預期將於第二季度展開運作。在此之後，深圳麼麼噠互聯通信會被委任為本集團在中國市場的代理商。深圳麼麼噠互聯通信將以智能終端為入口，配合可穿戴設備、第三方移動支付系統、智能家庭系統以及雲平台，將會與合作夥伴共同打造一個基於智能終端 + 雲平台 + 互聯網服務的開放式智能生態圈。

以上所述的銷售模式轉變的目的是透過提升成本效益以增加本集團於中國市場的盈利，而且以上的安排並不會為本集團與深圳麼麼噠互聯通信帶來直接競爭。

預期深圳麼麼噠互聯通信將高效利用不同政策的支持來加快落實創新的「雙+」轉型戰略（即「智能+互聯網」和「產品+服務」），成為 TCL 品牌在國內市場拓展智能家居業務的先鋒，全力發展推進電子商務銷售模式，擴寬移動互聯網平台上的內容、終端和應用。深圳麼麼噠互聯通信設有員工股權激勵機制以激勵員工建立深圳麼麼噠互聯通信的業務。因此，相信這將可從而幫助將 TCL 通訊發展得更強大、更專注、更具競爭力。

同時，本集團將不斷豐富和創新互聯網平台上的內容、終端和應用，將業務拓展至多方視訊會議、線上教育、遠端客服支援、遠端醫療、家庭/個人視頻通訊等不同領域，加速完成中國區的戰略佈局。

另外，本集團與各主要電訊運營商維持緊密且穩定的合作關係，充分把握中國 4G 網絡的發展機遇。本集團在陝西、江蘇及湖南等省市的智能手機銷售均錄得理想增幅。憑藉與中國移動的深入合作，本集團的手機型號 TCL P301 的銷量在入門級 4G 市場中迅速擴大，成為本集團首季在區內銷量最高的手機型號。

管理層討論及分析（續）

業務回顧（續）

中國（續）

為把握線上銷售渠道迅速崛起的機遇，本集團已與中國移動河南、山西及廣東三省終端公司簽訂了戰略合作協議，充分實踐 O2M 模式。鑑於去年第四季推出的 TCL 麼麼噠線上專屬商城「mmd.cn」營運平穩暢順，集團更與蘇寧聯合主推麼麼噠系列最新產品麼麼噠 3N。本集團在首季舉辦了多個互聯網促銷活動，並與營運商開展了數個終端市場推廣活動，充分把握線上與線下銷售的黃金商機。本集團基於硬件渠道和市場客戶的優勢，著力通過軟件和其他多層次的移動互聯網應用服務來進一步豐富用戶體驗，培養用戶的生態習慣。從而建立從硬件到軟件，再到移動互聯網的全面發展模式，打造世界領先的移動互聯網企業。

產品研發

在「產品技術提升」策略的引導下，本集團持續加大研發投入，於二零一五年第一季度成功推出一系列配備最新技術和功能的智能終端產品，並獲得全球主要運營商和分銷商的認可。此外，本集團全面推進「雙+」轉型策略，打造移動互聯網應用和服務能力，以及智能雲服務能力。

本集團在二零一五年三月舉行的國際消費電子、通信及資訊技術博覽會（CeBIT 2015）上展示了兩項全新的互聯網應用及服務：「TCL 智能家庭系統」以及基於商用雲平台的高清視頻通訊解決方案。

「TCL 智能家庭系統」以移動智能終端為入口，通過預載的「智能管家」這一管理平台，實現對 TCL 全系列智能家電的即時監控及遠程控制。商用雲服務平台則是本集團與 TCL 集團及思科公司的合資項目，為面向中國市場共同開發的公有商用雲服務平台，以推出基於雲端的視頻通訊和協同辦公系統。

而於三月舉行的 2015 世界移動通訊大會（MWC 2015）上，本集團推出了年度旗艦新品 ALCATEL ONETOUCH IDOL 3。以其優化的產品體驗、功能、設計及價格定位獲得市場的高度關注，更榮獲由 Android Authority, Android Central, Know Your Mobile 和 Mashable 頒發的獎項。此外，本集團開發的可穿戴式智能產品亦獲多方美譽。其中，於 2015 國際消費電子展（CES 2015）上首次亮相的智能手錶 ALCATEL ONETOUCH WATCH，其設計絢麗非凡，價格平易近人，成功囊獲六大獎項：包括 *Stuff* 雜誌頒發的「可穿戴科技大獎」、*Review.com* 認可的「CES 編輯之選」、*Engadget.com* 頒布的 CES2015 年度「最佳穿戴產品名單」、*Tom's Guide* 頒布的「CES 2015 年度首選」、*GSMARENA* 頒發的「CES 2015 最佳可穿戴式產品獎」以及享譽國際的「iF 設計大獎」。

另一方面，現時最輕巧 10 吋顯示屏的平板電腦—ALCATEL ONETOUCH POP 10，僅重 406 克，均於 CES2015 及 MWC 2015 獲得一致好評。

管理層討論及分析（續）

業務回顧（續）

市場推廣及品牌建設

回顧期內，本集團繼續秉承「SMART MOVE」的市場推廣理念，參與多個主要消費類電子產品展覽會，如 2015 國際消費電子展及 2015 世界移動通訊大會。並於會上分別展出智能手錶 **ALCATEL ONETOUCH WATCH** 及旗艦新品 **ALCATEL ONETOUCH IDOL 3**，此兩款產品均獲獎無數，其設計、功能及價格定位獲得市場及業界肯定。

另外，本集團也參與了全球規模最大的國際消費電子、通信及資訊技術博覽會。在展會上，本集團展示了兩項全新的互聯網應用及服務：「TCL 智能家庭系統」及基於商用雲平台的高清視頻通訊解決方案。本集團將在現有穩健的智能終端業務的基礎上，向移動互聯網業務全面延伸，借助產業優勢打造開放的智能生態系統。

為了進一步推廣旗艦新品 **ALCATEL ONETOUCH IDOL 3**，本集團舉行了全球新聞發佈會，吸引過百記者親臨感受，並獲媒體廣泛報導。此外，本集團為 **HERO** 及 **IDOL** 系列的品牌大使 **AVICII** 策劃了盛況空前的數碼活動，參加者反應熱烈。

本集團將繼續強調五個品牌元素：簡約、驚喜、務實、脫俗、炫目，持續加強營銷力度，精準市場定位，不斷提高品牌知名度。

「雙+」轉型戰略

在過往數年成功轉型之後，本集團自二零一四年起積極實踐「雙+」轉型戰略（即「智能+互聯網」和「產品+服務」），致力於將產品導向轉移至以客戶為本，打造建立移動互聯網應用和智能雲服務的能力，使本集團成為新一代的移動互聯網企業。

TCL 集團、TCL 通訊和 TCL 多媒體於去年成立合資公司，聯手推動 TCL 智能家庭項目，整合移動互聯網、大數據和雲計算，進軍前景亮麗的物聯網市場。TCL 智能家庭系統是 TCL 通訊落實「雙+」戰略轉型的重要戰略舉措，將推進 TCL 集團內部產業升級。在二零一五年三月的 *CeBIT 2015* 上，該項目獲得中德兩國副總理的讚譽。TCL 智能家庭以移動智能終端機為入口，致力於實現各類家電產品的智能連接以及雲端服務。該項目將陸續推出智能模組、超級管家、超級 APP 應用服務中心以及智能雲，全面滿足使用者對於家庭服務應用互聯網化及智能化需求。

管理層討論及分析（續）

業務回顧（續）

「雙+」轉型戰略（續）

本集團另一佈局移動健康醫療的力作—幸福醫生應用程式（APP）。幸福醫生的開發團隊由醫療、雲計算、互聯網行業精英組成，擁具有十一項核心專利。幸福醫生首先是使用者的「健康助理」，不僅能即時監測日常健康指數，更能提供運動、久坐、睡眠等全面嚮導和提醒；其次幸福醫生依託 TCL 通訊的大數據平台還能成為使用者的「私人醫生」，為客戶實現以「自助健康」為目的「自查自診」；幸福醫生目前還提供「預約掛號」、「線上購藥」以及「電子病歷」等功能，支持全國 50 多個城市預約掛號和 8,000 多種藥品的線上購買，讓使用者享受到足不出戶的便利。幸福醫生的手機版和 TV 版還可以與家庭常用醫療設備連接，隨時檢測和記錄體征信息。幸福醫生後續會與好藥師、就醫 160、倍泰等合作夥伴一起，推出圖文、線上視頻問診等服務，整合優質的醫療資源，提供更全面的移動醫療服務。

另外，本集團亦與 TCL 集團及思科公司攜手投資建設商用雲服務平台，並在雲計算、新一代視頻通訊和互動技術等領域展開深入探索與發展。TCL 和思科合作開發的科天視頻雲服務平台，是基於雲端的互聯網高清視頻通訊雲服務系統，能夠為國內的企業使用者、行業使用者和個人使用者提供多方高清視頻通訊服務。這款可支援 25 方高清視頻同時接入的科天視頻雲服務平台，還可廣泛應用於線上教育、遠端客服支援、遠端醫療等領域。

此外，本集團和母公司合力發展新的互聯網金融服務平台（第三方移動支付），把握未來的新商機。相關業務已經展開，二零一五年第一季度的結算金額達到 5 億 6,300 萬元人民幣。預計該平台年內將獲批准得到相關金融服務資質。

本集團於去年設立了移動互聯網業務中心，截至二零一五年第一季度，移動互聯網應用平台已累計激活用戶達 820 萬，服務收入按年增加 135% 至 540 萬港元（70 萬美元）。預計今年智能終端活躍使用者將大幅增加，相應的服務收入也會明顯增長。根據「雙+」轉型戰略的目標，本集團將努力在未來數年逐步開發和積累一億有 ARPU（每戶平均收入值）貢獻的移動智能終端用戶。

二零一五年 TCL 通訊定能在複雜的行業競爭中傲踞群雄，不僅繼續保持通信終端出貨優勢，還將在互聯網+大趨勢下，營造更強優勢的智能生態平台。

管理層討論及分析（續）

業務展望

儘管目前全球經濟增長溫和，但各國央行貨幣政策不一，對二零一五年全球經濟構成風險。美元持續走強可能使美國經濟表現降溫，加上商品價格表現疲弱，通貨緊縮日益逼近，全球各國央行紛紛放寬貨幣政策，各國市場貨幣因而面臨不同程度的沖擊，進一步影響全球經濟穩定，削弱消費者的購買力。本集團一向對全球市場環境保持高度的敏感和反應能力，不斷採用積極有效的信貸調控及匯率對沖政策來迎接有可能增大的匯率及信貸風險。在不明朗的環球經濟及複雜多變的行業競爭格局下，市場需求可能趨於平緩。而充滿挑戰的營商環境為手機銷售價格及毛利帶來壓力。新興市場貨幣持續走弱，當地手機的需求可能受到影響。但本集團對二零一五年未來數季的經營前景仍充滿信心，並將抓住挑戰中的機遇，保持二零一五年的業務增長勢頭。

隨著更多一線品牌和本土品牌不斷加入到中低端手機市場的角逐之中，激烈的市場競爭對產品售價和毛利率形成壓力。然而，本集團一直對市場環境持謹慎態度，積極透過自身優勢，保持其與眾不同的市場定位；並且有信心在挑戰中不斷夯實企業發展基礎，進一步提高競爭力和創造力。

本集團將採用雙輪驅動的發展戰略，一方面繼續投入資源，推出更多以用戶為中心的創新智能產品、創新技術和創新商業模式，全面覆蓋由入門至高端智能終端設備；另一方面採取有針對性的市場投放策略，擴大本集團的市場佔有率，加快完善全球業務佈局。本集團將繼續鞏固和提升北美、歐洲等發達國家市場份額，保持拉美、中東等新興市場作為集團未來的增長重點，著力提升國際業務競爭力和海外市場份額，以保持強勁的業務增長勢頭。同時在經營方面，本集團將繼續執行降本增效策略，保證全年營運費用增幅低於營業額增長，打造精簡高效的企業架構以及時應對市場變化。

本集團的業務已經由智能終端快速地向移動互聯網業務延伸。本集團以智能終端為入口，大力推動7個以移動互聯網應用及服務為中心的創新項目，配合可穿戴設備、已建立的第三方移動支付系統、智能家居系統及雲平台，與合作夥伴共同打造一個基於「智能終端+雲平台+互聯網服務」的開放式智能生態。此外，本集團在今年一月宣佈收購美國 Palm 品牌及其商標，擬重建 Palm 商業模式，對本集團在全球構建以用戶體驗為核心的智能及互聯網產業平台形成有力的補充。

管理層討論及分析（續）

業務展望（續）

展望未來，憑藉本集團在產品研發、供應鏈管理、生產、銷售和市場推廣等多方面的競爭優勢，加上「雙+」轉型戰略，打造新的業務佈局。同時，本集團將繼續嚴守行之有效的「產品技術提升」策略，為產品質量和技術創新奠定堅實的基礎，同時注重提高本集團營運效率，進一步支持本集團的業務表現，著力打造移動互聯網領先企業，為股東創造最大的價值。本集團有信心在二零一五年實現營售額按年增長 30% 的目標。

財務回顧

業績

截至二零一五年三月三十一日止三個月，本集團之未經審核綜合收入達到 66 億 9,000 萬港元（截至二零一四年三月三十一日止三個月：55 億 4,100 萬港元），較去年同期增長 21%。

本集團之產品毛利率由去年同期之 19.6% 下降至 19.1%。

除息稅折攤影響前利潤和歸屬於母公司所有者應佔利潤分別為 2 億 7,600 萬港元（截至二零一四年三月三十一日止三個月：2 億 5,100 萬港元）和 1 億 8,500 萬港元（截至二零一四年三月三十一日止三個月：1 億 7,700 萬港元）。基本每股收益為 15.11 港仙（截至二零一四年三月三十一日止三個月：15.05 港仙）。

存貨

本期內，本集團存貨（僅包括工廠存貨）週轉期為 35 天（截至二零一四年十二月三十一日止全年：37 天）。

應收貿易賬款

平均應收賬款的信用期限為 30 至 180 天，本期內應收貿易賬款（不包括保理應收貿易賬款）的週轉期為 72 天（截至二零一四年十二月三十一日止全年：72 天）。

重大投資及收購

截至二零一五年三月三十一日止三個月及截至本公告日止期間，本集團並無重大投資及收購業務。

集資

截至二零一五年三月三十一日止三個月及截至本公告日止期間，本集團並無進行集資。

管理層討論及分析（續）

財務回顧（續）

流動資金及財務資源

本集團於回顧年內之流動資金保持穩健狀況。本集團之主要財務工具包括現金及現金等價物、已抵押銀行存款、計息銀行貸款及銀行預支保理應收貿易賬款。本集團於二零一五年三月三十一日的現金及現金等價物結存共 8 億 4,500 萬港元，其中 20% 為人民幣，55% 為美元，4% 為歐元及 21% 為港元及其它貨幣。於二零一五年三月三十一日，本集團計息貸款總額為 35 億 1,600 萬港元，其中計息銀行貸款為 33 億零 800 萬港元及銀行預支保理應收貿易賬款為 2 億零 800 萬港元。本集團於本期內的財務狀況仍然穩健，歸屬於母公司所有者的權益總值為 42 億 8,700 萬港元（二零一四年十二月三十一日：40 億 8,900 萬港元），資本負債率為 19%（二零一四年十二月三十一日：22%）。資本負債率乃根據本集團的計息貸款總額除以資產總值計算。

已抵押銀行存款

已抵押銀行存款餘額 17 億 8,200 萬港元（二零一四年十二月三十一日：19 億 1,400 萬港元），其中關於計息銀行貸款，銀行授信及其他金融工具的已抵押銀行存款為 17 億 4,600 萬港元（二零一四年十二月三十一日：18 億 5,800 萬港元）。保理應收貿易賬款的留存保證金為 3,600 萬港元（二零一四年十二月三十一日：5,600 萬港元）。

資本承擔及或然負債

於二零一五年三月三十一日，本集團之資本承擔如下列示：

	本集團	
	二零一五年 三月三十一日 (未經審核) 千港元	二零一四年 十二月三十一日 (經審核) 千港元
已訂約，但未撥備：		
物業、廠房及設備	9,015	7,103
對聯營企業之資本承擔	107,846	123,217
	<u>116,861</u>	<u>130,320</u>

於二零一五年三月三十一日，本集團無或然負債（二零一四年十二月三十一日：無）。

外匯風險

本集團有交易上的貨幣風險。此風險源自於營運單位使用該單位功能貨幣以外的貨幣進行銷售或採購，而其收入以歐元、巴西雷亞爾、英鎊、馬來西亞林吉、俄羅斯盧布、美元和人民幣為主。本集團傾向於訂立採購和銷售合同時，接受避免或分攤外幣兌換風險的條款。本集團對外幣收入和費用採用流動預測，配對所產生的貨幣和金額，以減輕由於匯率波動所導致對業務的影響。此外，本集團以穩健的財務管理策略為目標，故並無參與任何高風險的衍生工具交易或槓桿式外匯買賣合約。

僱員及酬金政策

於二零一五年三月三十一日，本集團共有超過15,000名僱員。回顧期內的員工總成本為5億1,000萬港元。本集團已經參照現行法例、市況以及僱員與公司的表現，檢討酬金政策。

購買、出售或贖回本公司之上市證券

於截至二零一五年三月三十一日止三個月內，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司之任何上市證券。

企業管治守則

於截至二零一五年三月三十一日止三個月內，本公司已完全遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)附錄十四《企業管治守則》所載之守則條文規定(「守則條文」)，惟偏離守則條文第 D.1.4 條及第 F.1.1 條之情況除外。該等偏離之原因將於下文進一步說明。

守則條文第 D.1.4 條

就此項守則條文而言，本公司並無正式的董事委任書(閔曉林先生除外)，因大部分董事均已服務本公司一段頗長時間，本公司與董事之間均瞭解委任條款及條件，因此本公司並無安排有關的書面記錄。惟所有董事須根據本公司之組織章程細則及守則條文第 A.4.2 條的規定，至少每三年輪值退任一次。

守則條文第 F.1.1 條

就此項守則條文而言，本公司之公司秘書彭小燕女士(「彭女士」)為本公司法律顧問張秀儀唐滙棟 羅凱栢 律師行之合夥人。彭女士自二零零四年起獲委任為本公司的公司秘書。本公司亦已指派本公司的全球財務管控中心總經理及投資者關係副總裁王培先生作為彭女士的聯絡人。有關本集團表現、財務狀況及其他主要發展及事務的資料會盡快通過委派的聯絡人送交予彭女士。因此，彭女士可即時掌握本集團的發展而不會出現重大延誤，加上彼所擁有之專業知識及經驗，本公司深信彭女士擔任公司秘書，將有利於本集團遵守相關董事會程序、適用法律、規則及規例。

董事進行證券交易之標準守則

本公司已就董事進行證券交易採納一套較之上市規則附錄十《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》(「標準守則」)所訂標準至少同樣嚴格的行為守則。經向全體董事作出詳細查詢後，彼等確認，於截至二零一五年三月三十一日止三個月內，各董事已遵守標準守則及本公司所訂有關董事進行證券交易的行為守則。

審核委員會

本公司審核委員會由四名成員組成，包括獨立非執行董事劉紹基先生（主席）、陸東先生及郭海成先生，以及非執行董事黃旭斌先生。

本公司審核委員會已審閱本公司截至二零一五年三月三十一日止三個月之未經審核綜合業績。

代表董事會
TCL通訊科技控股有限公司
主席
李東生

香港，二零一五年四月二十三日

於本公告刊發日期，董事會成員包括執行董事李東生先生、郭愛平先生及王激揚先生；非執行董事黃旭斌先生、閔曉林先生及許芳女士；以及獨立非執行董事劉紹基先生、陸東先生及郭海成先生。