

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。

**Skyworth**  
**SKYWORTH DIGITAL HOLDINGS LIMITED**  
**(創維數碼控股有限公司\*)**  
(於百慕達註冊成立之有限公司)  
(股份代號： 00751)

**截至二零一五年九月三十日止六個月的中期業績公佈**

創維數碼控股有限公司乃一間投資控股公司，其附屬公司主要從事生產及銷售消費類電子產品及上游配件、物業發展以及持有物業。

**業績摘要**

本集團截至二零一五年九月三十日止六個月錄得業績如下：

- 營業額為港幣195.49億元(78.2%為中國大陸市場的銷售)，較去年同期上升5.8%。
- 電視產品及數字機頂盒的銷售額，分別佔本集團總營業額73.3%及11.2%。
- 毛利達港幣40.23億元，上升11.4%；毛利率為20.6%，較去年同期上升1.1個百分點。
- 未扣除及已扣除不具控制力權益之本期末經審核溢利金額分別達港幣9.85億元及港幣8.69億元，較去年同期分別上升8.5%及5.5%。
- 董事會提議派發中期股息每股港幣9.6仙，並可選取以股代息。

董事會欣然宣佈本集團截至二零一五年九月三十日止六個月的未經審核中期業績。是次業績已經審核委員會及本公司之核數師德勤·關黃陳方會計師行審閱。

\*僅供識別

**簡明綜合損益及其他全面收入表**  
**截至二零一五年九月三十日止六個月**

以港幣百萬元列值（每股盈利資料除外）

	附註	截至九月三十日止六個月	
		二零一五年 (未經審核)	二零一四年 (未經審核)
營業額	3	19,549	18,478
銷售成本		(15,526)	(14,866)
毛利		4,023	3,612
其他收入		606	568
其他收益及虧損		(34)	45
銷售及分銷費用		(2,236)	(2,247)
一般及行政費用		(1,040)	(790)
融資成本		(85)	(85)
分佔聯營公司之業績		(2)	-
分佔合資企業之業績		4	(4)
除稅前溢利		1,236	1,099
所得稅支出	5	(251)	(191)
本期溢利	6	985	908
<b>其他全面（虧損）收入</b>			
<i>可能於其後重新分類至損益之項目：</i>			
換算本集團呈報貨幣時所產生之匯兌差額		(429)	124
可供出售之金融資產之公允值損失		(7)	(1)
因處置可供出售投資而將累計收益重分類至損益		(3)	-
重分類可供出售之金融資產之減值		10	1
本期之其他全面（虧損）收入		(429)	124
本期之全面收入總額		556	1,032
本期下列各項應佔之溢利：			
本公司股權持有人		869	824
不具控制力權益		116	84
		985	908
本期下列各項應佔之全面收入總額：			
本公司股權持有人		482	939
不具控制力權益		74	93
		556	1,032
<b>每股盈利（以港幣仙列值）</b>			
基本	7	30.66	29.13
攤薄	7	30.20	29.09

簡明綜合財務狀況表  
於二零一五年九月三十日

以港幣百萬元列值

	附註	二零一五年 九月三十日 (未經審核)	二零一五年 三月三十一日 (已經審核)
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		5,623	5,223
購買物業、廠房及設備之按金		88	56
投資物業		5	5
土地使用權預付租賃款項		595	550
商譽		506	411
無形資產	14	109	-
聯營公司權益		17	18
合資企業權益		56	54
持有至到期投資		1,700	325
可供出售投資		1,257	1,424
融資租賃應收款項		184	-
遞延稅項資產		194	195
		<u>10,334</u>	<u>8,261</u>
<b>流動資產</b>			
存貨		4,623	4,342
物業存貨		745	830
土地使用權預付租賃款項		16	14
衍生金融工具		-	1
持有至到期投資		1,160	653
可供出售投資		1,114	821
持作買賣投資		24	-
應收貿易及其他應收款項、按金及預付款	9	8,305	7,204
應收貸款		717	96
融資租賃應收款項		344	-
應收票據	10	5,015	7,297
貸款予一間合資企業		-	25
應收聯營公司款項		-	38
預繳稅項		24	-
已抵押銀行存款		365	423
銀行結餘及現金		4,163	3,317
		<u>26,615</u>	<u>25,061</u>
<b>流動負債</b>			
應付貿易及其他應付款項	11	9,762	9,154
應付票據	12	3,760	4,835
應付股息		312	-
衍生金融工具		2	2
保修費撥備		184	166
應付聯營公司款項		16	5
稅項負債		109	448
銀行貸款		3,877	1,274
遞延收入		190	185
		<u>18,212</u>	<u>16,069</u>
<b>流動資產淨值</b>		<u>8,403</u>	<u>8,992</u>
<b>總資產減流動負債</b>		<u>18,737</u>	<u>17,253</u>

簡明綜合財務狀況表 – 續  
於二零一五年九月三十日

以港幣百萬元列值

	附註	二零一五年 九月三十日 (未經審核)	二零一五年 三月三十一日 (已經審核)
<b>非流動負債</b>			
其他應付款項	11	116	-
保修費撥備		57	65
銀行貸款		2,469	1,312
遞延收入		502	522
遞延稅項負債		147	151
		<u>3,291</u>	<u>2,050</u>
<b>資產淨值</b>		<u>15,446</u>	<u>15,203</u>
<b>資本及儲備</b>			
股本		286	285
股份溢價		2,655	2,567
購股權儲備		200	221
股份獎勵計劃儲備		41	37
就股份獎勵計劃持有的股份		(105)	(76)
投資重估儲備		-	-
盈餘賬		38	38
資本儲備		1,165	1,165
匯兌儲備		695	1,082
累計溢利		8,979	8,420
本公司股權持有人應佔之權益		<u>13,954</u>	<u>13,739</u>
不具控制力權益		<u>1,492</u>	<u>1,464</u>
		<u>15,446</u>	<u>15,203</u>

## 附註：

### 1. 編製基礎

簡明綜合財務報表乃根據香港會計師公會頒佈之香港會計準則第 34 號「中期財務報告」以及上市規則附錄 16 之適用披露規定而編製。

編製簡明綜合財務報表需要管理層作出估計及假設，而該等估計及假設可影響於報表日止所呈報之資產與負債款額及所披露之或然負債，以及呈報期內所呈報之收益與開支款額。該等主要估計及假設乃與二零一五年三月三十一日之綜合財務報表一致。

本集團業務受季節因素影響，消費電子產品於中國國內之銷售旺季為每年九月至一月，此段期間之營業額比其他月份之銷售為高，故中期業績不一定能反映整個財政年度之業績。此中期報告應與本集團截至二零一五年三月三十一日止年度之年報（倘相關）一併閱讀。

### 2. 主要會計政策

除若干金融工具以公允值計量外，簡明綜合財務報表乃按歷史成本基礎編製。

除以下描述外，報告期間的簡明綜合財務報表所採用之會計政策與計算方法，與編製本集團截至二零一五年三月三十一日止年度之綜合財務報表所採用的一致。

#### **於一次企業合併中取得之無形資產**

於一次企業合併中取得之無形資產應與商譽分開確認，並於初次確認時以其在購買日的公允價值計量（確認為其成本）。

初始確認後，於一次企業合併中取得並不能確定使用壽命的無形資產，應當以成本減累計減值虧損計量。

無形資產應在出售或預期持續使用該資產不會產生未來經濟利益時終止確認。終止確認的無形資產應以其銷售所得款項與賬面值的差額去計算收益或虧損，並在該資產終止確認時於損益內確認。

不能確定使用壽命的無形資產最少應每年，或在有跡象顯示有資產可能出現減值時進行減值測試。

## 2. 主要會計政策 - 續

### 融資租賃安排

根據融資租賃合同應收承租人之款項應以集團淨投資於該租賃的金額確認為應收款項。融資租賃收入應分配到相應會計期間以反映集團淨投資於該租賃之固定週期收益率。

### 採納新修改的香港財務報告準則

於本中期，本集團已首次採用下列由香港會計師公會頒佈之新修訂香港財務報告準則。下列香港財務報告準則與編製集團的簡明綜合財務報表相關。

香港財務報告準則（修改）	二零一零至二零一二年 香港財務報告準則的年度改進
香港財務報告準則（修改）	二零一一至二零一三年 香港財務報告準則的年度改進
香港會計準則第 19 號（修改）	福利計劃的定義：僱員供款

於本中期採納上述新修訂的香港財務報告準則不會對簡明綜合財務報表所呈報的金額及/或所載的披露構成重大影響。

## 3. 營業額

營業額乃指本期間內商品及物業銷售總額減去退貨、返利、貿易折扣及銷售相關稅項之金額，出租物業租賃收入，以及提供加工服務收入。本集團在本期的營業額分析如下：

	截至九月三十日止六個月	
	二零一五年 港幣百萬元 (未經審核)	二零一四年 港幣百萬元 (未經審核)
製造及銷售電視產品	14,322	13,436
製造及銷售數字機頂盒	2,181	2,270
液晶模組加工收入及銷售	354	348
製造及銷售白家電產品	1,132	1,323
物業租賃收入	132	122
物業銷售	204	-
其他	1,224	979
	<u>19,549</u>	<u>18,478</u>

#### 4. 分部資料

下表是本集團的產品收入及收益分部分析：

截至二零一五年九月三十日止六個月（未經審核）

	電視產品 (中國市場)	電視產品 (海外市場)	數字 機頂盒	液晶模組	白家電產品	持有物業	其他	抵銷	總額
	港幣百萬元	港幣百萬元	港幣百萬元	港幣百萬元	港幣百萬元	港幣百萬元	港幣百萬元	港幣百萬元	港幣百萬元
<b>營業額</b>									
對外營業收入	11,241	3,081	2,181	354	1,132	132	1,428	-	19,549
內部分部收入	478	-	-	391	-	18	213	(1,100)	-
分部收入總額	<u>11,719</u>	<u>3,081</u>	<u>2,181</u>	<u>745</u>	<u>1,132</u>	<u>150</u>	<u>1,641</u>	<u>(1,100)</u>	<u>19,549</u>
<b>業績</b>									
分部業績	<u>858</u>	<u>79</u>	<u>212</u>	<u>42</u>	<u>56</u>	<u>95</u>	<u>(29)</u>	<u>-</u>	<u>1,313</u>
利息收入									157
未被分配之企業費用減去收入									(151)
融資成本									(85)
分佔聯營企業之業績									(2)
分佔合資企業之業績									4
本集團稅前綜合溢利									<u>1,236</u>

截至二零一四年九月三十日止六個月（未經審核）

	電視產品 (中國市場)	電視產品 (海外市場)	數字 機頂盒	液晶模組	白家電產品	持有物業	其他	抵銷	總額
	港幣百萬元	港幣百萬元	港幣百萬元	港幣百萬元	港幣百萬元	港幣百萬元	港幣百萬元	港幣百萬元	港幣百萬元
<b>營業額</b>									
對外營業收入	11,396	2,040	2,270	348	1,323	122	979	-	18,478
內部分部收入	344	-	-	456	-	11	150	(961)	-
分部收入總額	<u>11,740</u>	<u>2,040</u>	<u>2,270</u>	<u>804</u>	<u>1,323</u>	<u>133</u>	<u>1,129</u>	<u>(961)</u>	<u>18,478</u>
<b>業績</b>									
分部業績	<u>774</u>	<u>50</u>	<u>279</u>	<u>85</u>	<u>29</u>	<u>82</u>	<u>(21)</u>	<u>-</u>	<u>1,278</u>
利息收入									72
未被分配之企業費用減去收入									(162)
融資成本									(85)
分佔合資企業之業績									(4)
本集團稅前綜合溢利									<u>1,099</u>

分部業績代表每個分部之溢利（虧損），但不包括利息收入、未被分配之企業費用減去收入、融資成本、分佔聯營公司及合資企業之業績。這是主要經營決策者衡量資源調配和業績表現的評估報告。

內部分部收入是由市場價格議定。

5. 所得稅支出

相關扣除（計入）包括：	截至九月三十日止六個月	
	二零一五年 港幣百萬元 (未經審核)	二零一四年 港幣百萬元 (未經審核)
中國企業所得稅		
本期間	257	185
以往年度（超額）不足之撥備	(6)	10
	<u>251</u>	<u>195</u>
土地增值稅	5	-
中國境外產生的所得稅：		
本期間	2	-
	<u>258</u>	<u>195</u>
遞延稅項	(7)	(4)
	<u>251</u>	<u>191</u>

由於有關構成本集團之實體於本期及上期沒有在香港發生應評稅利潤，故並無為香港利得稅作出撥備。

本期間及上期間之中國所得稅是以企業估計的課稅收入按中國現行稅率計算。

經有關政府機構批准成為高新技術企業的附屬公司享有 15% 的優惠稅率。

土地增值稅是按土地價值的升值以 30% 到 60% 的累進稅率徵收，即以物業銷售收入減可抵扣支出（包括土地使用權的成本及所有物業發展支出）。

其他管轄區之稅務按相關管轄區的現行稅率計算。

稅務局於二零一一年對本公司幾家於香港及澳門之附屬公司的多個課稅年度進行稅務審查，被審查的課稅年度從二零零二/二零零三起開始。稅務局向有關附屬公司發出二零零二/二零零三至二零零八/二零零九的課稅年度的預估評稅。截至本報告日期，就有關額外評稅所購買的儲稅券總額為港幣 17,500,000 元。由於稅務審查仍處於初期的調查階段，有關資料和文件已提交給稅務局審閱或在稅務局內部進行交流。



6. 本期溢利

	截至九月三十日止六個月	
	二零一五年 港幣百萬元 (未經審核)	二零一四年 港幣百萬元 (未經審核)
本期溢利已扣除 (計入):		
確認存貨成本為支出	15,336	14,821
確認物業存貨成本為支出	137	-
物業、廠房及設備之折舊	284	227
非上市投資之股息收入	-	(8)
政府補貼		
- 資產相關	(93)	(84)
- 費用相關	(58)	(101)
	<u>(151)</u>	<u>(185)</u>
歸附於應收貿易款的利息收入	(4)	(6)
利息收入	(153)	(66)
	<u>(157)</u>	<u>(72)</u>
土地使用權預付租賃款項之轉出	8	8
出租物業租金收入減有關開支為港幣 53,000,000 元 (二零一四年九月三十日止六個月: 港幣 45,000,000 元)	(79)	(77)
員工成本, 包括董事酬金	1,900	1,717
增值稅返還	(190)	(153)
	<u><u></u></u>	<u><u></u></u>

## 7. 每股盈利

本公司股權持有人應佔之每股基本及攤薄後盈利乃根據以下資料計算：

	截至九月三十日止六個月	
	二零一五年	二零一四年
	港幣百萬元	港幣百萬元
	(未經審核)	(未經審核)
<b>盈利：</b>		
計算每股基本及攤薄後之盈利：		
本公司股權持有人應佔本期溢利	<b>869</b>	824
	<u>                    </u>	<u>                    </u>
<b>股份數目：</b>		
計算每股基本盈利之普通股加權平均數	<b>2,834,459,507</b>	2,828,715,220
未行使之購股權對普通股之潛在攤薄的影響	<b>21,974,073</b>	3,220,793
已授出股份獎勵對普通股之潛在攤薄的影響	<b>20,827,046</b>	864,786
	<u>                    </u>	<u>                    </u>
計算每股攤薄後盈利之普通股加權平均數	<b>2,877,260,626</b>	2,832,800,799
	<u>                    </u>	<u>                    </u>

上述列示之普通股加權平均數已經扣除本集團於股份獎勵計劃中持有的股份。

由於部份行使價較每股平均市場價值高，故此計算每股攤薄盈利時於截至二零一五年九月三十日及二零一四年九月三十日止兩個期間內並無假設行使本公司若干尚未行使之購股權。

## 8. 股息

	截至九月三十日止六個月	
	二零一五年	二零一四年
	港幣百萬元	港幣百萬元
	(未經審核)	(未經審核)
期內確認分派之股息：		
二零一五年年終股息 - 每股港幣 11.0 仙		
（二零一四年九月三十日止六個月：		
二零一四年年終股息 - 每股港幣 6.5 仙）	<b>315</b>	184
因完成購入附屬公司及出售一間附屬公司部份權益		
而派發之特別股息	-	114
減：於股份獎勵計劃中持有的股份		
之股息	<b>(3)</b>	-
	<u>                    </u>	<u>                    </u>
	<b>312</b>	298
	<u>                    </u>	<u>                    </u>

## 8. 股息 - 續

在二零一五年八月二十日於本公司之股東週年大會宣告派發截至二零一五年三月三十一日止年度之年終股息每股港幣 11.0 仙，合共港幣 312,000,000 元，該金額已獲得股東同意並於簡明綜合財務狀況表確認為分派及應付股息。該應付股息已於二零一五年十月二十日支付給股東，其中公司亦發行新股予選擇以股代息的股東，合共港幣 227,000,000 元，記入全額已支付之股本。

董事會決議派發報告期間之中期股息每股港幣 9.6 仙，合共金額約為港幣 280,000,000 給予於二零一五年十二月十一日已於本公司股東名冊內登記之股東。股東可選擇現金股息或以股代息收取。

## 9. 應收貿易及其他應收款項、按金及預付款

於中國銷售電視產品、液晶模組及白家電產品一般是貨到即付結算或以付款期為90天至180天之銀行承兌滙票支付。對若干中國零售商之銷售，一般貨款信用期為售後一至兩個月。而中國若干地區之銷售經理獲授權進行某金額內並於30天至60天內付款之信用銷售，所授權之信用額度是根據各辦事處銷售量而定。

部分數字機頂盒的銷售，信用期為90天至270天。部份中國客戶以分期方式銷售，年期由2年到4.5年。

本集團之出口銷售主要是以信用期為30天至90天之信用證來進行結算。

報告期末已減去撥備之應收貿易款項按發票日之賬齡分析，以及其他應收款、按金和預付款如下：

	二零一五年 九月三十日 港幣百萬元 (未經審核)	二零一五年 三月三十一日 港幣百萬元 (已經審核)
30 天以內	2,918	2,083
31 天至 60 天	1,017	701
61 天至 90 天	605	565
91 天至 365 天	1,399	1,403
366 天或以上	468	506
應收貿易款項	6,407	5,258
採購材料按金	288	367
處置物業、廠房及設備和土地使用權預付租賃款項 之應收款項	-	207
應收政府支付給客戶購買節能產品款項	153	157
應收增值稅	508	483
預付採購土地款項作為物業發展使用	240	-
其他已支付按金、預付款及其他應收款項	709	732
	<b>8,305</b>	<b>7,204</b>

## 10. 應收票據

報告期末應收票據之到期日分析如下：

	二零一五年 九月三十日 港幣百萬元 (未經審核)	二零一五年 三月三十一日 港幣百萬元 (已經審核)
30 天以內	610	601
31 天至 60 天	474	1,168
61 天至 90 天	922	1,511
91 天或以上	2,618	3,711
已背書給供應商附追索權之票據	4	5
貼現給銀行之附追索權票據	387	301
	<u>5,015</u>	<u>7,297</u>

已背書給供應商附追索權之票據及貼現給銀行之附追索權票據之賬面值於簡明綜合財務報表確認為資產，是因為本集團基於出票人的信貸評級未能將應收票據之重大的所有權風險及報酬轉移。相應地，有關票據之負債（主要是貸款及應付款項已於附註 11 披露）亦不會於簡明綜合財務報表終止確認。

於報告期末，已背書給供應商附追索權之票據及附追索權之貼現票據之到期日，均少於六個月。

所有報告期末之應收票據為未到期。

## 11. 應付貿易及其他應付款項

於報告期末以發票日呈列之應付貿易款項之賬齡分析，以及其他應付款項如下：

	二零一五年 九月三十日 港幣百萬元 (未經審核)	二零一五年 三月三十一日 港幣百萬元 (已經審核)
30 天以內	3,312	2,325
31 天至 60 天	750	897
61 天至 90 天	370	546
91 天或以上	367	323
已背書給供應商之票據	4	5
應付貿易款項	4,803	4,096
預提費用及其他應付款	990	1,046
預提員工成本	598	803
預提銷售及分銷費用	405	400
已收商品銷售按金	949	979
已收物業銷售按金	184	308
已收會員費	251	237
其他預收按金	423	407
收購附屬公司的應付款項 (附註 14)	209	-
購置物業、廠房及設備的應付款項	106	91
應付銷售回扣	916	766
應付增值稅	44	21
	<b>9,878</b>	<b>9,154</b>
減: 於報告期末一年後到期的非流動負債 (附註 14)	<b>(116)</b>	-
流動負債	<b>9,762</b>	<b>9,154</b>

於報告期末，已背書給供應商之票據之到期日為少於六個月。

## 12. 應付票據

於報告期末應付票據之到期日分析如下：

	二零一五年 九月三十日 港幣百萬元 (未經審核)	二零一五年 三月三十一日 港幣百萬元 (已經審核)
30 天以內	884	1,180
31 天至 60 天	641	952
61 天至 90 天	733	901
91 天或以上	1,502	1,802
	<u>3,760</u>	<u>4,835</u>

所有報告期末之應付票據為未到期。

## 13. 資產抵押

於二零一五年九月三十日，本集團之銀行貸款以下列項目作擔保：

- (a) 賬面值分別為港幣 68,000,000 元（二零一五年三月三十一日：港幣 71,000,000 元）及港幣 133,000,000 元（二零一五年三月三十一日：港幣 135,000,000 元）之土地使用權預付租賃款項及土地和樓宇已作押記；及
- (b) 已抵押銀行存款為港幣 365,000,000 元（二零一五年三月三十一日：港幣 423,000,000 元）。

## 14. 購入附屬公司

於二零一五年七月十日，由 (i) 才智，為一間本公司間接非全資附屬公司，及(ii) Strong Media 股東們簽訂一份關於才智向 Strong Media 股東們收購 Strong Media 權益的買賣協議（簡稱「收購交易」）。

根據買賣協議，(i) 才智於第一階段收購 Strong Media 80% 權益，及 (ii) 若協議下的相關條件達成，才智同意於第二階段收購 Strong Media 剩餘 20% 權益。

於報告期間，就買賣協議下的第一階段條件均已達成。因此，Strong Media 成為本公司間接非全資附屬公司。

#### 14. 購入附屬公司 - 續

收購交易總成本為歐元 30,000,000 (相等於港幣 262,000,000 元)，並以現金交收。當第一階段完成，將應付 80%總成本 (即港幣 209,000,000 元)。

Strong Media 及其附屬公司之主要業務為銷售及分銷數碼電視的接收設備。

##### 轉讓代價

	港幣百萬元 (未經審核)
現金作價：	
一年內支付	93
一年後支付	116
	<u>209</u>

與上述收購相關的費用金額沒有包含在收購成本內，並已於損益中確認為費用。

於收購日以公允價值確認的資產及負債如下 (按暫定基準釐定)：

	港幣百萬元 (未經審核)
<b>非流動資產</b>	
物業、廠房及設備	8
無形資產	109
<b>流動資產</b>	
存貨	127
應收貿易及其他應收款項	108
已抵押銀行存款	13
銀行結餘及現金	55
<b>流動負債</b>	
應付貿易及其他應付款項	(170)
銀行貸款	(100)
稅項負債	(3)
<b>非流動負債</b>	
銀行貸款	<u>(3)</u>
	<u>144</u>

#### 14. 購入附屬公司 - 續

收購應收貿易及其他應收款項於收購日的公允價值為港幣 108,000,000 元，原合約金額為港幣 108,000,000 元。

上述業務合併所收購的資產及負債是屬於初步核算階段，其港幣 144,000,000 元的公允價值是按暫定基準釐定並待專業評估完成後才能確認。因此，商譽金額可能出現變數。

收購產生的商譽如下（按暫定基準釐定）：

	港幣百萬元 (未經審核)
轉讓代價	209
減：已收購資產淨值	(144)
加：不具控制力權益	30
收購產生的商譽	<u>95</u>

收購產生的淨現金流入如下：

	港幣百萬元 (未經審核)
截止二零一五年九月三十日之支付現金作價	-
減：收購銀行結餘及現金	55
本期淨現金流入	<u>55</u>

於報告期間，Strong Media 及其附屬公司並沒有對本集團營業額和利潤有重大貢獻。



## 業務表現回顧

### (1) 營業額適度上升

本報告期間，本集團錄得整體營業額港幣 195.49 億元，較去年同期略為上升 5.8%。

本集團繼續聚焦於中國大陸彩電市場大螢幕及超高清電子產品，並不斷推出新產品以及加強推進線上線下垂直一體化的經營策略，令電子商務管道銷售量佔比持續增長，目前以酷開品牌銷售的電視佔內銷份額為 4.7%，比去年同期上升 1.6 百分點。加上本集團不斷發掘海外市場的併購項目，利用海外收購獲得的品牌及管道優勢，以此加強自有品牌於海外市場的佔有率及知名度。本報告期間，本公司更成功被獲選為「恒生可持續發展企業基準指數」成份股，進一步鞏固本集團的市場地位。在電視機總銷售量同比上升 11.0% 的推動下，本集團的整體營業額在行業中錄得升幅。

本報告期間，本集團按產品及市場劃分電視機銷售量如下：

	2015 年 4 月至 9 月	2014 年 4 月至 9 月	2015 年 4 月至 9 月 與 2014 年 4 月至 9 月 比較 增幅/(減幅)
	千台	千台	
<b>彩電事業部電視機銷售量</b>			
中國市場	4,452	4,328	3%
包括:			
- 智能電視機 (4K)	1,095.7	574.5	91%
- 智能電視機 (非 4K)	1,632.6	1,541.1	6%
- 其他平板電視機	1,723.7	2,212.8	(22%)
海外市場	2,143	1,610	33%
包括:			
- LED 液晶電視機	2,139.1	1,607.8	33%
- 其他電視機	3.4	2.3	48%
<b>電視機總銷售量</b>	<b>6,595</b>	<b>5,938</b>	<b>11%</b>

### (2) 營業額分析 — 按地區及產品分佈

#### (a) 中國大陸市場

本報告期間，中國大陸市場的營業額佔集團總營業額的 78.2%，由去年同期的港幣 148.56 億元增加至港幣 152.96 億元，升幅 3.0%。

本集團的彩電業務佔中國大陸市場營業額的 73.5%。數字機頂盒、白家電產品及液晶器件分別佔中國大陸市場營業額的 9.3%、6.4%及 1.9%。其他業務包括從事物業租賃、物業發展、照明、安防系統、空調、其他電子產品以及金融類業務等，佔餘下的 8.9%。

## 彩電產品

面對中國大陸彩電市場進入高階產品及內容服務的競爭階段，本集團堅持技術創新並成功轉型智慧化產品。本報告期間，本集團以產品差異化為賣點，不斷強化高端品牌的實力與地位，大力推廣高毛利及平均售價較高的智能產品，令 4K 智能電視機於中國大陸市場的銷售量佔比大幅升至 24.6%，同比則上升 90.7%，從而減輕了平均銷售單價持續下跌的影響，使營業額只由去年同期的港幣 113.96 億元輕微下跌至港幣 112.41 億元，下跌 1.4%。

隨著互聯網的普及和網絡用戶數量的不斷增加，為電子商務市場的發展和壯大提供良好的契機。本集團及時抓住此契機，把旗下的互聯網子公司 — 酷開公司，定位為互聯網品牌。隨著智能電視機的銷售持續增加，本集團不斷針對互聯網轉營的發展策略，從八方面的營運體系發展服務性收入，包括：視頻、廣告、教育、購物、遊戲、旅遊、應用圈及音樂，酷開公司持續推進智能平台服務的開發；另一方面不斷完善後台內容服務的建設，包括支付體系、內容服務運營體系、線上售後服務體系等，落實貨幣化的經營策略。酷開品牌以年輕群體為主，為了吸引年輕人關注，酷開公司建立了一個高黏性的粉絲社區，並真正參與到粉絲的生活中，藉此創造用戶想要的生活方式。

根據中國電子視像行業協會發起和宣導成立的一家專注於消費電子和家電行業的市場研究和行銷諮詢公司，北京奧維營銷諮詢有限責任公司，在中國 711 個城市包括 6,023 個零售門店進行的推總數據統計，本集團於截至二零一五年九月三十日的十二個月在中國大陸電視機市場，包括國內和外國電視品牌的佔有率如下：

	排名	市場佔有率
所有電視機		
- 銷售量	1	17.3%
- 銷售額	1	16.8%
液晶電視機 (包括 CCFL 及 LED 背光)		
- 銷售量	1	17.4%
- 銷售額	1	16.9%
4K 超高清電視機		
- 銷售量	1	20.0%
- 銷售額	2	17.9%

## 數字機頂盒

數字機頂盒在中國大陸市場的營業額錄得港幣 14.29 億元，較去年同期的港幣 10.98 億元增加港幣 3.31 億元或 30.1%。

多年來，本集團基於廣電網、電信網及互聯網，圍繞「平臺+內容+終端+應用」的體系，聯合運營商、內容商、應用商、管道商等戰略夥伴，打造智能生態鏈。本集團先後推出數字電視、智慧型網路、IPTV 等全系列機頂盒，智慧型網路接入設備、智慧車聯網、物聯網等系列的智慧產品，令系統與運營服務全面滿足運營商與終端使用者的需求。本報告期間，在業務覆蓋度及高端市場佔有率提升的帶動下，令營業額錄得理想的成績。

## 白家電產品

白家電產品在中國大陸市場的營業額錄得港幣 9.83 億元，較去年同期的港幣 11.0 億元下跌 10.6% 或港幣 1.17 億元。

本報告期間，本集團為更快速擴大白家電的市場份額、組建專業銷售團隊及專業維修團隊等，同時提出產品升級、品質升級、製造升級、市場升級、品牌升級的五大升級戰略，令白家電產品的知名度迅速提升，並取得消費者的信任。

為了促進創維及東芝產品在中國及日本市場的銷售及發展，本集團將收購東芝家用電器製造(南海)有限公司及東芝家用電器製造(深圳)有限公司各自5%股權，並與東芝生活電器株式會社簽署戰略合作協定。根據戰略合作協議，本集團獲得由該兩家東芝公司生產的指定型號冰箱、洗衣機及吸塵器於中國國內的獨家銷售權，因此，這將進一步提升白家電的營業額及鞏固其市場地位。

## 液晶器件

液晶器件在中國大陸市場的營業額錄得港幣 2.87 億元，較去年同期的港幣 2.92 億元下跌港幣 500 萬元或 1.7%。

本報告期間，受市場需求疲弱影響，電視機及 LED 模組客戶的訂單量同比下跌，導致營業額同比略為下降。雖然自主中小尺寸產品的銷售升幅理想，但未能完全彌補部份產品的跌幅。不過，本集團具有多年 LED 背光產品開發經驗及技術成熟，而且擁有良好的客戶基礎，產品深受客戶的信賴和支持，預期下半財年可扭轉劣勢。

## (b) 海外市場

於本報告期間，來自海外市場的營業額為港幣42.53億元，佔本集團總營業額的21.8%，較去年同期的港幣36.22億元，上升17.4%。

### 彩電產品

於本報告期間，彩電產品於海外市場的營業額為港幣 30.81 億元，佔海外市場總營業額的 72.4%，較去年同期的港幣 20.40 億元，上升 51.0%。

於本報告期間，本集團成功收購德國美茲的電視業務。於德國設立分公司後，及借助德國美茲品牌在德國及歐洲的美譽度及銷售渠道，本集團將實行雙品牌並行的銷售策略，把本集團的產品向歐洲市場推廣。本集團還參加柏林 IFA 電子展，並於展覽會上展示多款自主研發具有最新技術的高智能產品，及設立智慧家庭體驗館，讓用戶充份體驗創維產品的功能，進一步提升集團在歐洲市場的品牌形象。

多來年本集團通過 OEM、ODM 及於海外成立分公司等方式大力宣傳及推廣集團的自有品牌，令自有品牌於海外市場具有一定的知名度及認受性，於本報告期間，自有品牌的海外市場營業額同比上升 43.2%。除此之外，本集團還配合各地市場所需調整產品結構，以及大力擴展中、高端電視機市場的佔有率，令海外市場的營業額上升。

預期下半財年，本集團於非洲及歐洲市場將繼續採用雙品牌的運營方式來提升海外營業額。於未來三至四年開拓歐洲市場，這將成為海外市場主要的增長動力之一。

### 數字機頂盒

本報告期間，數字機頂盒於海外市場的營業額由去年同期的港幣 11.72 億元下跌 35.8%至港幣 7.52 億元。

本報告期間，數字機頂盒於海外市場的發展戰略，採取先鞏固原有優勢市場的地位，繼而積極拓展歐洲及美洲市場。本集團致力建立國際化的銷售團隊，打造多元化的銷售渠道和服務平台。同時在銷售模式上從 B2B 向 B2C 延伸，為多業務運營商提供專業化、端到端的機頂盒分銷及交付等增值服務，從而提升集團品牌價值和議價能力。另一方面，本集團於歐洲收購 Strong Media，利用其原來渠道分佈和客戶關係加速進入歐洲市場，提升數字機頂盒的品牌形象和知名度。這些方面將令海外市場的銷售額於下半財年加快增長。

### 海外市場營業額的地區分佈

於本報告期間，本集團的主要海外市場為亞洲、非洲、美洲及歐洲，合共佔海外總營業額 96%。其中由於本集團大力擴張亞洲新興市場，亞洲市場急升 14 個百分點。海外市場營業額的地區分佈比率說明如下：

	截至九月三十日止六個月	
	二零一五年 (%)	二零一四年 (%)
亞洲	40	26
非洲	20	26
美洲	30	24
歐洲	6	17
中東	4	6
澳洲及新西蘭	0	1
	100	100

### (3) 毛利率

於本報告期間，本集團之整體毛利率較去年同期的 19.5% 上升 1.1 個百分點至 20.6%。

於本報告期間，本集團除了嚴控成本及費用外，還不斷調整產品銷售結構以配合市場需求。本集團集中推廣毛利率較高及大尺寸智能產品，49 吋或以上的明星產品銷售量按月增加，帶動毛利率同比上升。而且毛利較高的 4K 智能電視機的銷售量同比持續上升 90.7%，佔總銷售量 16.6%，這也是推高毛利率的重要因素之一。

### (4) 費用

於本報告期間，本集團之銷售及分銷費用較去年同期下跌港幣 1,100 萬元或 0.5% 至港幣 22.36 億元。銷售及分銷費用與營業額比率則下跌 0.8 個百分點，由 12.2% 跌至 11.4%。

於本報告期間，本集團之一般及行政費用較去年同期上升港幣 2.50 億元或 31.6% 至港幣 10.40 億元。一般及行政費用與營業額比率則上升 1.0 個百分點，由 4.3% 升至 5.3%。當中，研發費用增加港幣 2.01 億元或 62.6% 至港幣 5.22 億元。本集團於本報告期間投入大量資金於研發上，以開發不同的高智能優質產品。

## 流動資金、財務資源及現金流量管理

本集團維持穩固的財務狀況，於本報告期末的淨流動資產較二零一五年三月三十一日年終時減少港幣 5.89 億元或 6.6%至港幣 84.03 億元；於本報告期末的銀行結餘及現金達港幣 41.63 億元，較二零一五年三月三十一日年終增加港幣 8.46 億元，較截至二零一四年九月三十日增加港幣 11.61 億元；本報告期末的已抵押銀行存款為港幣 3.65 億元，較二零一五年三月三十一日年終減少港幣 5,800 萬元。

本集團以若干資產擔保由不同銀行提供的貿易融資額及貸款。於本報告期末，這些已抵押的資產包括銀行存款港幣 3.65 億元及集團於中國大陸和香港境內的若干土地使用權預付租賃款、土地及物業，賬面淨值合共港幣 2.01 億元（二零一五年三月三十一日：港幣 2.06 億元）。

本集團一向秉承審慎的財務管理原則，致力維持穩健的財務狀況。於本報告期末，銀行貸款總額為港幣 63.46 億元，本公司股權持有人應佔之權益為港幣 139.54 億元（二零一五年三月三十一日：港幣 137.39 億元）。負債與股權比率為 41.1%（二零一五年三月三十一日：17.0%）。

## 財資政策

本集團大部份的投資及收入均來源於中國大陸。本集團的主要資產及負債均以人民幣結算，其餘則以港元或美元結算。本集團通過一般貿易融資方式，以支援營運現金需要。為了減低融資成本，本集團運用銀行推出的貨幣理財政策及收益型理財工具，以平衡這方面的成本開支。由於人民幣於本報告期間明顯貶值，令一般營運兌換所產生的淨外匯收益減少至為港幣 1,900 萬元。

本集團管理層定期評估外幣及利息變化，以決定外匯對沖的需要。預期下半財年人民幣匯率維持現水準或輕微作出貶值，但由於主要交易貨幣為人民幣，相信對本集團的匯兌不會存在重大的風險。加上本集團積極減少以美元為單位的銀行貸款及採購業務，降低因強美元所導致的匯兌損失。

## 重大投資及收購

於本報告期間，為了配合生產規模擴大及提高智能產品的產出比例，本集團於廣州、南京、宜春及深圳擴建廠房等工程項目合共耗資約港幣 3.16 億元，並投資了約港幣 2.71 億元於生產線的配套機械和其他設備。而為了進一步提升產能及產品運轉效率和配合智能化、多元化及國際化的發展，本集團計劃繼續投放約港幣 9.53 億元用作物業、廠房建設及添置新設備。

於本報告期間，本集團全面落實國際化戰略，旗下的子公司先後以歐元 543 萬收購德國美茲電視業務的相關資產及以歐元 2,400 萬收購 Strong Media 80% 權益。

德國美茲是一家以高端電視機、照相機閃光燈及注塑件製造為主業的高科技公司。本集團收購德國美茲的電視相關業務，令彩電產業能快速搭建在歐洲市場的供應鏈體系，同時憑藉德國美茲的研發技術、著名品牌及現有的銷售管道，有助提升本集團自有品牌於歐洲市場的地位。

同時，本集團亦通過收購歐洲領先的機頂盒品牌企業 - Strong Media，將機頂盒的研究、開發、設計、供應鏈及製造能力與 Strong Media 的國際化品牌、銷售管道及分銷能力等互相結合，這對雙方的業務和資源帶來互補，充分發揮協同效應，為海外市場的拓展產生較大的推動力。這將有助提升本集團在歐洲、中亞及北非市場的佔有率。

## 或然負債

因本集團之經營運作中出現一些個別專利糾紛，本集團正在處理這些事宜。董事認為該等專利糾紛不會對本集團之中期財務報表構成重大不利影響。

## 人力資源

於二零一五年九月三十日，本集團於中國（包括香港及澳門）及海外的僱員逾 38,000 名，當中包括遍佈 41 間分公司及 217 個銷售辦事處的銷售人員。本集團關注基本僱員福利，並實行考核制度、訂立各項長期及短期的獎勵計劃，以表揚優秀和激勵具業務貢獻的員工。另外，平衡培訓資源的重要性，著重員工職前及在職培訓，並定期向全體員工及時傳達最新行業動向、政策和指引，提升團隊質素。同時，加強集團人力資源的基礎性建設，指導各產業公司職稱、薪酬規範，逐步建立集中選拔、培養、培訓產業領袖的長效機制及設立專業部門以提升員工的專業水準及中高層人才領導力。

本集團的薪酬政策是參照個人表現、職能及人力資源市場情況釐訂。

## 前瞻

本集團管理層認同中國彩電市場已經由產品競爭轉變為「產品 + 內容」的競爭，但海外市場仍有很大的增量空間，並處於高速增長期。加上日本品牌衰落也給國內彩電企業帶來拓展海外市場的契機。因此本集團將在產品創新、商業模式創新、產品多元化及國際化等四大方面進行佈局，除了積極打入國際化市場外，同時將會持續研發更多智能化產品以加強開拓互聯網業務。

二零一五年是本集團智能電視用戶運營的元年，預計從今年起計的三年內，我們將與更多網上平台商合作，在視頻、廣告、教育、購物、遊戲、旅遊、應用圈及音樂等八個領域通過大數據運營，壯大內容運營的收入。而隨著技術的創新變革，智能家居產品將成為主流，本集團會以彩電產品為軸心，結合機頂盒、冰箱、洗衣機、空調、照明、安防系統等產品，打造出健康及環保的智慧家庭。下半財年，本集團將加大力度推廣大尺寸及高端的電視機智能產品，並配合互聯網服務平台的搭建，提供更多的線上服務，以吸引消費者改用智能產品，令我們電視機的銷售量及銷售額達到全年預期目標。

其次，本集團將對海外市場實施三大發展策略：（一）建立海外銷售團隊，建立渠道和經銷商合作夥伴體系，搭建海外終端銷售網路；（二）加大產品和技術的投入；（三）佈局海外生產基地。本集團計劃通過自建、併購及合資等多種方式建立海外市場的供應鏈，目標在二零一七年完成整個海外生產佈局。同時海外的業務，將由彩電、機頂盒，擴展至冰箱、洗衣機和空調等白家電產品。彩電的海外銷售渠道及品牌推廣，也將與白家電業務共享，以達到協同效應，令我們的持份者獲得更理想的回報。



## 企業管治常規

本公司認同上市公司增加透明度及問責之重要性，致力維持高水準的企業管治，以符合股東的利益。本公司致力奉行最佳企業管治常規，並在切實可行情況下遵守企業管治守則之規定。

若想進一步瞭解有關本公司企業管治常規資料，請參閱載於本公司 2014/15 年報中的「企業管治報告」。

本公司於報告期間一直遵守企業管治守則中載列之所有守則條文。

## 審核委員會

審核委員會由董事會自本公司股份於二零零零年四月七日在聯交所上市時成立。審核委員會共有三名成員，包括張英潮先生（審核委員會主席）、李偉斌先生及魏煒先生，全部均為獨立非執行董事。

審核委員會於報告期間及至本公告日期，舉行過兩次會議並履行了下列職務：

- (a) 審閱及評論本公司的年終及中期財務報告草稿；
- (b) 持續監督本集團之財務報告系統、風險管理及內部監控系統；
- (c) 審閱財務匯報系統，以確保本集團有適當的資源，合資格及有經驗之會計及財務匯報人員；
- (d) 與風險管理部制定本集團內部審核計劃；及
- (e) 就本集團的核數工作與外聘核數師會面及交流。

## 標準守則

本公司所採納有關董事進行證券交易的操守準則條款並不遜於標準守則所要求的水準。經向本公司各董事個別查詢後，各董事透過確認函均確認於報告期間，彼等已遵守標準守則內所要求的標準及本公司所採納有關董事進行證券交易的操守準則條款。

## 買賣、出售或贖回本公司上市證券

於報告期間，本公司就股份獎勵計劃通過一個獨立信託人於市場上已購買共 13,344,000 股股份。除上文所披露者外，於報告期間，本公司及其附屬公司概無買賣、出售或贖回任何本公司之上市證券。

## 中期股息

董事會決議派付截至二零一五年九月三十日止六個月中期股息每股港幣 9.6 仙（二零一四年：港幣 9.5 仙），約總值港幣 280,000,000 元（二零一四年：港幣 270,000,000 元），並約於二零一六年二月三日（星期三）左右派發予於二零一五年十二月十一日（星期五）辦公時間結束時名列本公司股東名冊的股東。股東可選取以股代息、現金股息或現金加代息股份。

## 暫停辦理股份登記及過戶

本公司之股份登記及過戶處將於二零一五年十二月九日（星期三）至二零一五年十二月十一日（星期五）（包括首尾兩日）關閉，期間不會辦理任何股份過戶登記。如欲符合資格領取將於二零一六年二月三日（星期三）左右應付的中期股息，所有填妥之過戶表格連同有關股票最遲必須於二零一五年十二月八日（星期二）下午四時三十分送達本公司之香港股份登記及過戶分處香港證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東 183 號合和中心 1712 - 16 室。

## 公佈中期業績公告及中期報告

本中期業績公告刊載於本公司的網站（<http://investor.skyworth.com/c/index.php>）及聯交所的網站（[http://www.hkexnews.hk/index\\_c.htm](http://www.hkexnews.hk/index_c.htm)）。本公司之二零一五/一六年中期報告將於本公司及聯交所的網站上刊載，並在適當的時候將寄發予股東。

## 致謝

本人謹代表董事會感謝股東及業務夥伴一直以來的支持，以及對全體管理層及員工在報告期間之努力不懈及盡心效力為本集團作出貢獻致謝。

代表董事會  
創維數碼控股有限公司  
執行主席  
林衛平

香港，二零一五年十一月二十三日

## 詞彙

「董事會」	本公司之董事會
「CCFL」	冷陰極熒光燈管背光
「企業管治守則」	上市規則附錄十四所載之《企業管治守則》及《企業管治報告》
「本公司」	創維數碼控股有限公司
「酷開公司」	深圳市酷開網絡科技有限公司
「董事」	本公司之董事
「本集團」	本公司及其附屬公司
「港幣」	港幣，香港法定貨幣
「香港」	中國香港特別行政區
「IFA」	Internationale Funkausstellung, 於德國柏林舉行之電子展
「稅務局」	香港稅務局
「液晶」	液晶顯示器
「LED」	發光二極管背光
「上市規則」	聯交所證券上市規則
「澳門」	中國澳門特別行政區
「德國美茲」	METZ-Werke GmbH & Co. KG 之中文譯名，一家於德國註冊成立之公司
「標準守則」	上市規則附錄十所載之《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》
「中國」	中華人民共和國
「報告期間」	截至二零一五年九月三十日止六個月
「人民幣」	人民幣，中國法定貨幣
「股份」	本公司股本中每股面值港幣 0.10 元之普通股
「股東」	股份持有人
「才智」	才智商店有限公司，一家於香港註冊成立之公司
「股份獎勵計劃」	董事會於二零一四年六月二十四日批准及採納之股份獎勵計劃
「聯交所」	香港聯合交易所有限公司
「Strong Media」	Strong Media Group Limited, 一家於英屬處女島註冊成立之公司
「二零零八年購股權計劃」	於二零零八年九月三十日之股東周年大會上批准及採納之購股權計劃
「4K 智能電視機」	超高清面板（4Kx2K）的智能電視機
「%」	百分比

於本公告日期，董事會成員包括董事會執行主席林衛平女士，執行董事兼行政總裁楊東文先生，執行董事陸榮昌先生、施馳先生及陳蕙姬女士；以及獨立非執行董事李偉斌先生、魏煒先生及張英潮先生。