

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份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 GROUP LIMITED

創維集團有限公司

(於百慕達註冊成立之有限公司)

(股份代號：00751)

截至2022年3月31日止三個月 未經審核業績公佈

創維集團有限公司（「本公司」，連同其附屬公司統稱「本集團」）乃一間投資控股公司，其附屬公司主要從事生產及銷售智能電視系統、家庭接入系統、智能白家電產品、智能製造、互聯網增值服務、物業發展、持有物業、光伏產品、現代服務及買賣其他產品。

財務摘要

	截至3月31日止三個月		
	2022年	2021年	變動
	人民幣百萬元	人民幣百萬元	
總營業額	10,890	9,943	9.5%
毛利	1,787	1,687	5.9%
本期溢利	170	284	-40.1%
本公司股權持有人應佔之本期溢利	69	170	-59.4%

董事會已批准，在合適的市場條件下，本公司會動用現金進行股份回購。

本公司之董事會（「**董事會**」）欣然宣佈本集團截至 2022 年 3 月 31 日止三個月（「**本期**」）的未經審核綜合業績連同截至 2021 年 3 月 31 日止三個月（「**去年同期**」）的比較數字。此三個月業績已經由本公司之審核委員會（「**審核委員會**」）審閱。本公司之核數師德勤•關黃陳方會計師行已根據香港會計師公會頒佈之香港審閱委聘準則第 2410 號「實體之獨立核數師審閱中期財務資料進行審閱」審閱於 2022 年 3 月 31 日的簡明綜合財務狀況表，以及截至該日止三個月期間的相關簡明綜合損益及其他全面收入表及現金流量表。

簡明綜合損益及其他全面收入表
截至 2022 年 3 月 31 日止三個月
以人民幣百萬元列值

	截至 2022 年 3 月 31 日 止三個月 (未經審核)	截至 2021 年 3 月 31 日 止三個月 (未經審核)
營業額		
銷售貨品	10,750	9,823
租賃	130	114
按實際利率法計算之利息	10	6
總營業額	10,890	9,943
銷售成本	(9,103)	(8,256)
毛利	1,787	1,687
其他收入	351	315
其他收益及虧損	(256)	159
銷售及分銷費用	(750)	(889)
一般及行政費用	(351)	(305)
研發費用	(465)	(492)
融資成本	(120)	(120)
分佔聯營公司及合資企業之業績	(6)	1
除稅前溢利	190	356
所得稅支出	(20)	(72)
本期溢利	170	284

	截至 2022 年 3 月 31 日 止三個月 (未經審核)	截至 2021 年 3 月 31 日 止三個月 (未經審核)
其他全面（支出）收入		
<i>可能於其後重新分類至損益之項目：</i>		
換算海外業務時所產生之匯兌差額	(2)	(8)
於出售按公允值計入其他全面收入之 應收貿易款項後重新分類至損益之累計虧損	1	5
於其後會重新分類之項目有關的所得稅	-	(1)
	<u>(1)</u>	<u>(4)</u>
<i>不會重新分類至損益之項目：</i>		
按公允值計入其他全面收入之 股權工具投資之公允值（虧損）收益	(317)	197
於其後不會重新分類之項目有關的所得稅	39	(31)
	<u>(278)</u>	<u>166</u>
本期之其他全面（支出）收入	<u>(279)</u>	<u>162</u>
本期之全面（支出）收入總額	<u>(109)</u>	<u>446</u>
本期下列各項應佔之溢利：		
本公司股權持有人	69	170
不具控制力權益	101	114
	<u>170</u>	<u>284</u>
本期下列各項應佔之全面（支出）收入總額：		
本公司股權持有人	(212)	330
不具控制力權益	103	116
	<u>(109)</u>	<u>446</u>
每股盈利（以人民幣仙列值）		
基本	<u>2.63</u>	<u>6.45</u>
攤薄	<u>2.62</u>	<u>6.45</u>

簡明綜合財務狀況表
 於 2022 年 3 月 31 日
 以人民幣百萬元列值

	於 2022 年 3 月 31 日 (未經審核)	於 2021 年 12 月 31 日 (已審核)
非流動資產		
物業、廠房及設備	6,774	6,619
使用權資產	2,606	2,539
購置物業、廠房及設備之已付按金	482	426
投資物業	1,470	1,487
商譽	463	465
其他無形資產	98	100
聯營公司及合資企業權益	266	267
按公允值計入損益之金融資產	1,638	1,318
按公允值計入其他全面收入之股權工具	1,594	1,593
應收貸款	254	25
遞延稅項資產	728	683
其他非流動資產	339	309
	<u>16,712</u>	<u>15,831</u>
流動資產		
存貨	8,716	7,791
物業存貨	6,303	5,612
按公允值計入損益之金融資產	1,326	1,538
應收貿易款項及應收票據	11,363	12,142
其他應收款項、按金及預付款	4,861	4,092
應收貸款	604	977
預繳稅項	231	159
已抵押及受限銀行存款	2,298	2,128
銀行結餘及現金	9,652	10,611
	<u>45,354</u>	<u>45,050</u>

	於 2022 年 3 月 31 日 (未經審核)	於 2021 年 12 月 31 日 (已審核)
流動負債		
應付貿易款項及應付票據	12,359	11,869
其他應付款項	5,757	6,092
其他金融負債	374	375
租賃負債	53	56
合約負債	4,214	3,291
保修費撥備	274	224
遞延收入	175	210
稅項負債	217	239
銀行借款	9,115	8,892
公司債券	846	77
	<u>33,384</u>	<u>31,325</u>
流動資產淨值	<u>11,970</u>	<u>13,725</u>
總資產減流動負債	<u>28,682</u>	<u>29,556</u>
非流動負債		
其他應付款項	113	83
其他金融負債	454	340
租賃負債	83	95
保修費撥備	104	135
遞延收入	292	265
銀行借款	5,417	5,370
可轉換債券	965	956
公司債券	-	798
遞延稅項負債	346	428
	<u>7,774</u>	<u>8,470</u>
資產淨值	<u>20,908</u>	<u>21,086</u>
資本及儲備		
股本	272	273
儲備	17,490	17,772
本公司股權持有人應佔之權益	17,762	18,045
不具控制力權益	3,146	3,041
	<u>20,908</u>	<u>21,086</u>

簡明綜合現金流量表
截至 2022 年 3 月 31 日止三個月
以人民幣百萬元列值

	截至 2022 年 3 月 31 日 止三個月 (未經審核)	截至 2021 年 3 月 31 日 止三個月 (未經審核)
經營業務所得(所用)現金淨額	210	(1,061)
投資業務所用現金淨額		
已收利息	71	74
收購使用權資產	(99)	-
購置及就物業、廠房及設備之已付按金	(524)	(365)
已授出貸款	(251)	(82)
應收貸款之償還	403	68
按公允值計入損益之金融資產投資	(806)	(572)
出售按公允值計入損益之金融資產所得款項	480	171
按公允值計入其他全面收入之金融資產投資	(320)	-
存入已抵押及受限銀行存款	(529)	(55)
存入其他存款	-	(680)
提取已抵押及受限銀行存款	359	474
其他投資現金流量	(3)	(37)
	<u>(1,219)</u>	<u>(1,004)</u>
融資活動所得現金淨額		
已付利息	(145)	(151)
本公司購回股份	(121)	-
新增借款	3,707	6,275
償還銀行借款	(3,429)	(4,289)
租賃負債付款	(16)	(21)
其他融資現金流量	47	(83)
	<u>43</u>	<u>1,731</u>
現金及現金等值之減少淨額	(966)	(334)
於期初之現金及現金等值	10,611	8,214
外匯匯率變動之影響	7	45
於期末之現金及現金等值(即銀行結餘及現金)	<u>9,652</u>	<u>7,925</u>

業務表現回顧

營業額

截至2022年3月31日止三個月，本集團的整體營業額為人民幣10,890百萬元，截至2021年3月31日止三個月的整體營業額則為人民幣9,943百萬元。

截至2022年及2021年3月31日止三個月，本集團的智能電視系統銷售量按市場劃分如下：

	2022年3月31日止三個月	2021年3月31日止三個月	2022年3月31日止三個月 與 2021年3月31日止三個月 比較 增幅/(減幅)
	千台	千台	
中國市場	1,167	1,250	(6.6%)
海外市場	1,614	1,991	(18.9%)
智能電視系統總銷售量	2,781	3,404	(18.3%)

(a) 業務分析—按地區劃分

本集團的業務遍佈世界各地，包括中國大陸及其他亞洲地區、非洲、歐美等。當中以中國大陸市場為主要業務市場。

中國大陸市場

截至2022年3月31日止三個月，中國大陸市場的營業額為人民幣7,361百萬元，較去年同期的人民幣6,247百萬元增加人民幣1,114百萬元或17.8%。

於本期，在本集團的中國大陸市場營業額中，多媒體業務佔中國大陸市場營業額的40.3%（去年同期：58.6%）、智能系統技術業務佔中國大陸市場營業額的23.8%（去年同期：23.7%）、智能電器業務佔中國大陸市場營業額的10.1%（去年同期：9.4%）、新能源業務佔中國大陸市場營業額的20.6%（去年同期：2.5%）、現代服務業業務及其他佔餘下的5.2%（去年同期：5.8%）。

海外市場

截至2022年3月31日止三個月，來自海外市場的營業額為人民幣3,529百萬元，佔本集團總營業額的32.4%，較去年同期的人民幣3,696百萬元減少人民幣167百萬元或4.5%。

海外市場營業額的地區分佈

本集團的主要海外市場為亞洲、歐洲、美洲及非洲。海外市場營業額的地區分佈比率說明如下：

	截至 3 月 31 日止三個月	
	2022 年 (%)	2021 年 (%)
亞洲（中東除外）	56	57
歐洲	12	11
美洲	12	11
非洲	10	7
中東	9	13
大洋洲	1	1
	100	100

關於中國大陸市場及海外市場營業額按業務板塊作出分析，請參考「業務分析－按業務板塊劃分」部分。

(b) 業務分析－按業務板塊劃分

本集團公佈了未來五年轉型升級的總體戰略規劃，包括：1. 多媒體業務、2. 智能系統技術業務、3. 智能電器業務、4. 新能源業務、及 5. 現代服務業業務。

1. 多媒體業務

本集團的多媒體業務主要包括智能電視系統及酷開系統的互聯網增值服務等。

截至 2022 年 3 月 31 日止三個月，本集團的多媒體業務的營業額錄得人民幣 5,184 百萬元；較去年同期的人民幣 6,153 百萬元減少人民幣 969 百萬元或 15.7%。

1.1 智能電視系統產品（中國市場）

截至 2022 年 3 月 31 日止三個月，本集團智能電視系統產品在中國大陸市場的營業額錄得人民幣 2,252 百萬元；較去年同期的人民幣 2,787 百萬元減少人民幣 535 百萬元或 19.2%。

於本期，由於持續受到新冠肺炎變種病毒奧米克戎（Omicron）侵襲，本集團於中國大陸市場的銷售量同比下降 6.6%。為應對疫情的影響及激烈的市場競爭，本集團將繼續對銷售策略作出相應變化，把重心轉移至 OLED 等高端電視產品，調整銷售單價，以提高市場佔有率。

1.2 智能電視系統產品（海外市場）

截至 2022 年 3 月 31 日止三個月，本集團智能電視系統產品於海外市場的營業額為人民幣 1,659 百萬元，較去年同期的人民幣 2,262 百萬元減少人民幣 603 百萬元或 26.7%。

於本期，COVID-19 疫情轉趨嚴重，大部分海外國家仍然遭受 Omicron 侵襲，面對海運價格高企、貨物運輸嚴重受阻等諸多不利因素影響，本集團於海外市場的銷售量同比下降 18.9%。為應對疫情影響，本集團將繼續優化各國的客戶及銷售渠道，並積極擴展電商業務，以降低疫情持續肆虐對線下業務的負面影響。

1.3 酷開系統的互聯網增值服務

截至 2022 年 3 月 31 日止三個月，本集團酷開系統的互聯網增值服務收入錄得人民幣 370 百萬元，較去年同期的人民幣 376 百萬元減少人民幣 6 百萬元或 1.6%。

隨著中國網絡通信技術逐步從 4G 過渡到 5G 時代，互聯網線上內容服務迎來蓬勃發展。截至 2022 年 3 月 31 日止，酷開系統在中國市場累計覆蓋智能終端逾 1.28 億台。本集團「硬件+內容」的產業佈局得到互聯網企業的青睞，深圳市酷開網絡科技股份有限公司（「酷開科技」，本公司的間接非全資附屬公司）先後獲得了北京愛奇藝科技有限公司、騰訊控股有限公司的關聯公司及百度控股有限公司的關聯公司投資。

於本期，受新冠肺炎疫情影響，中國市民均減少外出，留在家中觀看電視時間大幅增加，因此，內容營運業務及酷開系統的活躍用戶收入均錄得持續增長。然而，在新冠肺炎疫情衝擊下，廣告收入同比減少 25.8%，導致整體收入較去年同期輕微下跌。

2. 智能系統技術業務

智能系統技術業務包括家庭接入系統、智能製造、汽車電子系統及其他電子產品等。

截至 2022 年 3 月 31 日止三個月，本集團的智能系統技術業務的營業額錄得人民幣 2,750 百萬元，較去年同期的人民幣 2,260 百萬元增加人民幣 490 百萬元或 21.7%。其中，於中國大陸市場的營業額錄得人民幣 1,753 百萬元，較去年同期的人民幣 1,477 百萬元增加人民幣 276 百萬元或 18.7%。於海外市場的營業額為人民幣 997 百萬元，較去年同期的人民幣 783 百萬元增加人民幣 214 百萬元或 27.3%。

3. 智能電器業務

智能電器業務主要從事智能空調、智能冰箱、智能洗衣機、智能廚電及平板電腦等研發、生產及銷售。

截至 2022 年 3 月 31 日止三個月，本集團的智能電器業務的營業額錄得人民幣 991 百萬元，較去年同期的人民幣 961 百萬元增加人民幣 30 百萬元或 3.1%。其中，在中國大陸市場的營業額錄得人民幣 741 百萬元，較去年同期的人民幣 591 百萬元增加人民幣 150 百萬元或 25.4%。海外市場的營業額為人民幣 250 百萬元，較去年同期的人民幣 370 百萬元減少人民幣 120 百萬元或 32.4%。

由於創維電器的自主品牌及 ODM 業務在近年增長迅速，為了應對業務產能飽和限制，以及加大智能產品的研發力度、提升產品的智能化、高端化水平和增強產品競爭力等需要，創維電器股份有限公司（「創維電器」，本公司的間接非全資附屬公司）於本年度將繼續推進於深圳證券交易所（「深交所」）申請獨立上市的申請。透過於深交所上市募集資金，將有力支撐創維電器於未來繼續在智能電器穩步擴張。募集資金將用作生產商用冷櫃、多門冰箱、乾衣機與雙子星洗衣機等暢銷產品。在南京工業園內，亦同步建設一個先進研發中心，進一步加強創維電器的研發實力。本集團會繼續以優秀的運營能力研發新產品、加強渠道運營和實現規模製造，務求使業務規模持續增長。

4. 新能源業務

截至 2022 年 3 月 31 日止三個月，本集團新能源業務收入錄得人民幣 1,516 百萬元，較去年同期的人民幣 155 百萬元大幅增加人民幣 1,361 百萬元或 878.1%。

隨著全球氣候變化，各主要國家紛紛提出各自的新能源戰略。「十三五」以來，中國政府對環保和新能源的政策導向明確。面對如此巨大的市場潛力，本集團積極考慮進入清潔能源行業。其中，本集團順應了現代能源、智能製造和數字科技融合發展的大趨勢，以戶用光伏為開端，為電站開發、設計、建設、運營、管理、諮詢服務等一系列環節提供完整解決方案，並且以能源物聯網為依託，搭建智慧清潔能源全流程資產開發建設運營管理平台。於本期，本集團的分佈式光伏電站裝機總量規模仍為行業龍頭之一，已實現運營且並網發電的家庭戶用光伏電站新增超過 20,000 戶。此外，本集團已與金融機構合作，為建設光伏電站提供融資租賃服務，致力發展為從金融、安裝到售後的一站式解決方案提供商，確立「互聯網+光伏+惠民金融」的商業模式。

未來，本集團將致力於佈局綜合新能源發展，立足戶用光伏業務，逐步開拓工商業光伏、用電側綜合智慧能源管理等業務，逐步發展成為用電側清潔能源產業互聯網的行業領導者。

5. 現代服務業業務

現代服務業業務包括家電保養維修、大物流服務業、對外貿易、建設發展、融資租賃、園區物業經營等業務。

本集團現代服務業業務主要集中在中國大陸市場。截至 2022 年 3 月 31 日止三個月，現代服務業業務在中國大陸市場的營業額錄得人民幣 338 百萬元，較去年同期的人民幣 337 百萬元增加人民幣 1 百萬元或 0.3%。海外市場的營業額為零，較去年同期的人民幣 11 百萬元減少人民幣 11 百萬元或 100.0%。

本集團仍然重點投入資源以整合各項現代服務業業務，務求加強供應鏈管理，推進與主要供應商的戰略合作以提供多元化服務予客戶並持續優化現代服務業業務的各項產業，包括金融服務業、大物流服務業、供應鏈業務、對外貿易、園區物業經營、園區建設開發等專業化隊伍。

毛利率

截至 2022 年 3 月 31 日止三個月，本集團之整體毛利率為 16.4%，較去年同期的 17.0% 下降 0.6 個百分點。

於本期，毛利率較去年同期輕微下跌，主要由於環球供應鏈受疫情影響，上游材料如銅、IC 等價格仍處於較高水平，拉低了智能電視系統、智能系統技術及智能電器等產品毛利率。另外新業務如光伏產品正處於急速發展階段，毛利率亦相對地低於本集團平均水平。

本集團將繼續加強銷售價格管控、提高高毛利產品佔比及投入更高的研發費用以提升產品質素，藉此提高本集團定價能力及毛利水平。

其他收益及虧損

截至 2022 年 3 月 31 日止三個月，本集團之其他收益及虧損為淨虧損人民幣 256 百萬元，較去年同期的淨收益人民幣 159 百萬元減少人民幣 415 百萬元。其中，按公允值計入損益之金融資產之公允值變動為虧損人民幣 212 百萬元，較去年同期的收益人民幣 97 百萬元減少人民幣 309 百萬元。可換股債券衍生部分的衍生金融工具公允值變動為虧損人民幣 99 百萬元，較去年同期的收益人民幣 3 百萬元減少人民幣 102 百萬元。

費用

截至 2022 年 3 月 31 日止三個月，本集團之銷售及分銷費用為人民幣 750 百萬元，較去年同期的人民幣 889 百萬元減少人民幣 139 百萬元或 15.6%。截至 2022 年 3 月 31 日止三個月之銷售及分銷費用與營業額比率為 6.9%，較去年同期的 8.9% 下降 2.0 個百分點。

截至 2022 年 3 月 31 日止三個月，本集團之一般及行政費用為人民幣 351 百萬元，較去年同期的人民幣 305 百萬元增加人民幣 46 百萬元或 15.1%。截至 2022 年 3 月 31 日止三個月之一般及行政費用與營業額比率為 3.2%，較去年同期的 3.1% 上升 0.1 個百分點。

本集團於本期繼續投入大量資金於研發不同的高智能優質產品，以提高企業競爭力。截至 2022 年 3 月 31 日止三個月，本集團之研發費用為人民幣 465 百萬元，較去年同期的人民幣 492 百萬元減少人民幣 27 百萬元或 5.5%。截至 2022 年 3 月 31 日止三個月之研發費用與營業額比率為 4.3%，較去年同期的 4.9% 下降 0.6 個百分點。

前瞻

2022年，創維集團董事會提出的「加快轉型發展年」，積極推進智能化、精細化、國際化三大戰略，擴大在多媒體、智能系統技術、智能電器、新能源及現代服務業五大業務板塊上精耕細作，堅持創新思維和發展模式，進一步推動信息化建設、控制成本、提升效率，積極促進製造業向現代服務業、硬件業向軟件業、終端產品向智能系統三大轉型。在穩固家電行業領先優勢的前提下，持續發掘如光伏業務、創投業務、產業園開發及物流業務等強勢項目，並爭取如酷開科技及創維電器一樣發展成潛在IPO項目，繼續提升本集團價值。

本集團憑藉其多媒體產業及數字技術產業在國內的領先地位，配合酷開系統的大數據內容，協同硬件及軟件以滿足多元場景需要。通過「連接、智能、生態」三大要素，大力推進「健康、安全、便捷、舒適、節能」的綠色建築的建設，大力研發和推廣智能系統控制中心（系統）產品，拓展全方位的智能家庭內容服務，以「綠色建築+智能系統+內容服務」為核心，達至家居、辦公及汽車的智控一步到位，帶來互動無界的共用體驗。本集團亦會全力開拓海外市場，重點開拓表現良好的印度、東南亞、非洲市場及持續開發歐洲與拉丁美洲市場，加強營銷渠道佈局和投入，推進創維旗下三大品牌（SKYWORTH創維、Coocaa、Metz）產品和OEM業務的協同發展，努力實現海外業務快速增長。

報告期後事項

COVID-19疫情及其變種病毒如Omicron等仍於世界各地持續，近期國際局勢緊張同樣亦對營商環境帶來不明朗因素。直至本公告日期，COVID-19疫情並無導致本集團面臨重大財務困難，但預期未來一段時間內仍會對本集團之業務帶來一定影響，但其影響的確切時間及規模難以預測，需要依據實際情況發展而定。

致謝

本人謹代表董事會感謝本公司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本期努力不懈及盡心效力為本集團所作出的貢獻表達衷心致謝。

承董事會命
創維集團有限公司
董事會主席
賴偉德

香港，2022年4月27日

於本公告日期，本公司董事會成員包括董事會主席賴偉德先生；執行董事兼行政總裁劉棠枝先生；執行董事林衛平女士、施馳先生、林勁先生及林成財先生；以及獨立非執行董事李偉斌先生、張英潮先生及洪嘉禧先生。