

TCL 实业控股股份有限公司

TCL Industries Holdings Co. Ltd



2019 年度报告

二零二零年三月二十九日

董事长致辞

变革创新 提质增效 迈向全球领先

尊敬的各位股东、合作伙伴和员工：

2019 年，面对复杂严峻的经营环境，公司以全球领先为发展目标，以客户为中心，以战略为牵引，以创新为驱动，打造 TCL 智能科技产业集团。公司全体员工以极致效率成本求生存，变革创新开拓谋发展，不断提升企业竞争力，实现各项经营指标的稳健增长。

2019 年回顾

2019 年，TCL 实业实现营业收入 800.7 亿元，净利润 21.1 亿元，归母净利润 10.3 亿元，同比增长 246.1%，保持良好增长势头。报告期内，TCL 电子电视机全球销售量达 3,200 万台，同比增长 11.9%，稳居全球第二位；营收 417.4 亿元，净利润 19.1 亿元，整体业绩实现了稳步增长；其中，以智能电视为基础的全球家庭互联网业务收入 6.7 亿元，同比大幅增长 108.7%；互联网电视累计激活用户总量攀升至 4,234 万，日均活跃用户数量跃升至 2,079 万，同比提升 36.1%。通力电子蓝牙音箱销售量全球市场占有率达 15%，Soundbar 销售量全球市场占有率为 9.6%，营收和净利润均创历史新高。TCL 空调实现销量 1,067 万套，同比增长 16.0%，净利润接近翻番。TCL 通讯实现手机销量 2,780 万台，净利润 1.6 亿元，实现扭亏为盈并重建竞争力。

2019 年研发费用投入同比增长 23.8%，我们加大在量子点、Mini LED 和 8K 等前沿显示科技领域的研发投入，推出多款中高端智能产品。TCL 电子于 2019 年 5 月率先在国内上市 8K Mini LED X10 智能电视，该款产品获得由 2019 IFA 和 IDG 颁发的私人影院旗舰产品金奖。TCL 空调洞察消费者需求，创新研发柔风空调技术，经国家相关专业部门鉴定为“国际领先”水平。TCL 通讯加快 5G 手机研发，发挥显示核心技术优势，加快最新屏下摄像头、大面积屏下指纹、瀑布屏、四曲面屏、各尺寸折叠屏的研发和应用，持续优化系统性能，增强用户体验。

公司在 TV 领域率先建立开放式的人工智能技术平台，并将新一代人工智能技术全面赋能到全品类智能产品中，公司人工智能应用已融入谷歌、亚马逊生态，且成为首家在海外安卓电视平台上搭载远场语音技术的企业。与此同时，以智能家居为核心，公司已完成核心三件套的平台建立，包括物联网连接模组和 StarLink 协议，物联网云平台，以及新上线的 TCL 智慧家居 App，实现语音控制全品类智能终端产品，扩展跨品牌产品互连范围。

全方位推进数字化转型，以数字化驱动业务发展，优化流程，降本增效，保持效率和效益

持续增长。在中国区大力推行“五个在线”（即员工在线、产品在线、客户在线、管理在线、用户在线），启动“数字工厂 2.0”项目，建立端到端的价值链数字化管理，实现内部高效协同。2019 年，TCL 电子应收周转加快、智能制造效率提升；TCL 通讯有效控制成本，运营效率持续提升，实现扭亏为盈；TCL 空调着力打造精益标杆线，新增 4 个实验室，完成 75 项技改项目，实现精益化生产。2019 年 TCL 实业人均收入同比增长 6%，人均扣非净利润增长 182%。

目前，公司业务已遍及全球 160 多个国家和地区，产品种类涵盖电视、空调、手机、冰箱、洗衣机、健康电器、智能语音产品，拥有 TCL、TCL·Xess、Falcon、Thomson、Alcatel 等 5 个品牌。2019 年，TCL 电视销量在海外市场多个区域均保持高速增长，市场占有率持续提升。北美市场销售量同比提升 14.3%，市场排名位居美国前二；新兴市场加速增长，销售量同比大幅提升 40.8%；欧洲市场销售量同比提升 35.0%，其中法国销售量市占率排名第三；阿根廷销量同比提升 121%，印度销量同比提升 151%。

2020 年展望

在 2020 年开局之时，新冠疫情加大了中国和世界经济的不确定性。但挑战往往也伴随着机遇，优秀的企业必能乘势发展，卓越的企业更能成就领先。我们将以智慧显示业务为核心，构建 AIxIoT 的全场景智慧生活，通过 TV 全球领先带动全品类业务发展，实现高质量增长。

创新驱动 研发投入未来

公司将继续以智能终端业务为核心，坚持技术领先、产品创新的核心理念，加大研发投入，前瞻性布局技术路线。在智慧显示领域，持续开发行业领先的量子点、Mini LED 和 8K 等高端技术；依托鸿鹄实验室，整合先进的 AI 算法，物联网云平台，数据平台，物联网互联互通的模组和协议，用户运营的 TCL 智慧家居 App，为公司的 AIxIoT 战略落地提供有力的技术保障。在通讯领域，持续加大对 5G 技术、显示和摄像技术的研究，聚焦打造 TCL 手机品牌核心竞争力。开发行业领先的智慧柔风空调，健康分类洗衣机，快速制冷冰箱，持续推进 AIxIoT 战略，打造 TCL 智慧家居互连互通生态系统。

深入推进全球化战略

公司将继续深入推进全球化战略，持续提升海外产品核心竞争力，巩固北美领先优势，重点突破欧洲、巴西、印度、俄罗斯、非洲市场，并延伸发展全品类品牌业务。发掘海外电商市场潜力，搭建全球电商运营体系，创新电商 2C/2B 模式，实现快速增量。同步完善全球供应链

布局，形成以中国、越南、墨西哥、波兰、印度等为核心的全球供应体系。

加速发展智能互联网业务

人工智能、万物互联、5G 等技术发展日新月异，将加速改变消费者行为，给包括内容运营、远程教育、智能会议、远程办公等在内的互联网业务带来新的商机，公司将加大投入，积极拓展智能互联网业务，提高用户黏性。在大力提升雷鸟网络科技运营能力的同时，凭借在海外市场的领先优势，进一步深化与海外互联网业务伙伴的战略合作，完善国内外内容资源的整合，建立全球互联网业务用户体系，持续提升全球互联网业务的盈利能力。

展望未来

公司将继续聚焦智慧显示和智能家电业务，构建 AIxIoT 全场景智慧生活，加快发展互联网业务，加大智慧商显业务投入，创新商业模式，推动智能制造，实现可持续的高质量发展。我们将变革创新，提质增效，不断提高核心竞争力，心无旁骛，扎实专注，全力以赴做好各项工作，坚定地向着全球领先智能科技公司的目标迈进。

最后，我谨代表 TCL 实业董事会感谢所有用户和合作伙伴的支持！感谢管理团队和全体员工的努力！感谢全体股东的信任！

李东生

2020 年 3 月 29 日

目 录

第一节 公司简介和释义.....	6
第二节 主要财务指标.....	7
第三节 经营情况讨论与分析.....	8
第四节 财务报告.....	15

第一节 公司简介和释义

一、公司简介

公司的中文名称	TCL 实业控股股份有限公司
公司的中文简称	TCL 实业
公司的外文名称	TCL Industries Holdings Co.,Ltd
公司的外文名称缩写	TCL Industries
公司的法定代表人	李东生
公司地址	惠州仲恺高新区惠风三路 17 号 TCL 科技大厦 22 层
联系电话	0755-3331 8888
公司网址	www.tcl.com

二、释义

释义项	指	释义内容
公司、本公司、集团	指	TCL 实业控股股份有限公司
报告期	指	2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日
TCL 实业	指	TCL 实业控股股份有限公司
TCL 电子	指	TCL 电子控股有限公司，为本公司在香港联交所上市的控股子公司，股票代码 01070.HK
TCL 通讯	指	TCL 通讯科技控股有限公司
通力电子	指	通力电子控股有限公司，为本公司在香港联交所上市的控股子公司，股票代码 01249.HK
TCL 空调	指	TCL 空调器(中山)有限公司
TCL 白电	指	TCL 家用电器（合肥）有限公司
产业园	指	TCL 科技产业园有限公司
科天云	指	Sky-Tech Holding Limited
格创东智	指	格创东智科技有限公司
环保资源	指	惠州 TCL 环保资源有限公司
TCL 健康电器	指	TCL 家用电器(中山)有限公司
简单汇	指	简单汇信息科技(珠海)有限公司

第二节 主要财务指标

一、主要会计数据和财务指标（注）

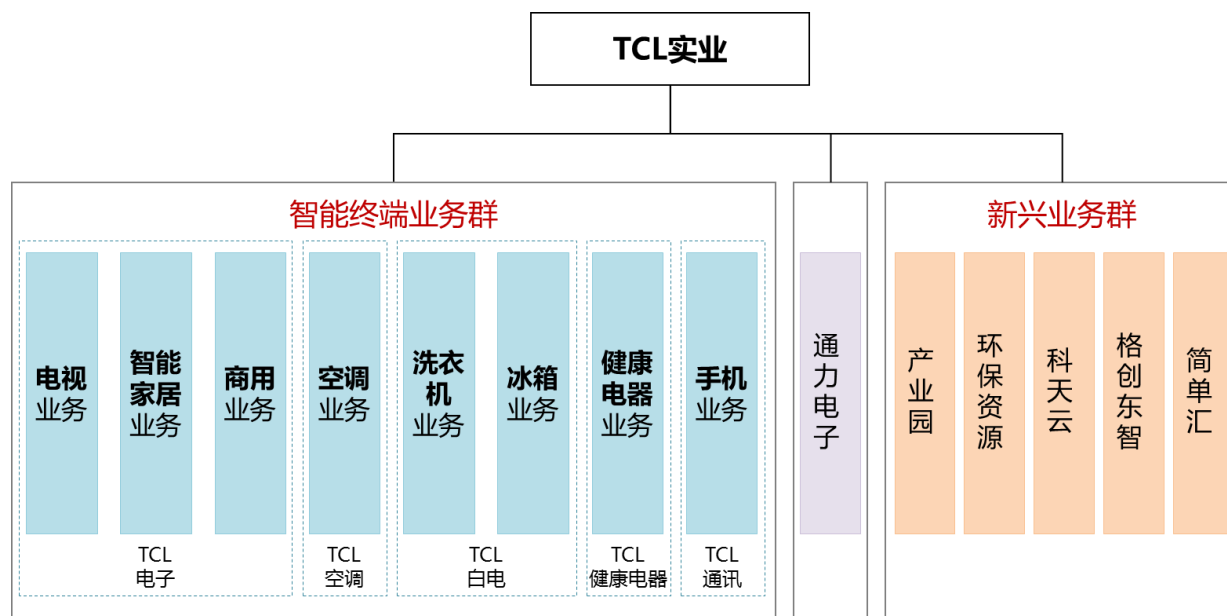
序号	项目	2019 年 1-12 月	2018 年 1-12 月	增减变动（%）
1	营业收入（千元）	80,068,025	77,791,560	2.93
2	净利润（千元）	2,114,839	512,009	313.1
	扣除非经常性损益后净利润（千元）	1,222,767	445,780	174.3
	归属于母公司股东的净利润（千元）	1,025,983	296,467	246.1
	扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（千元）	665,944	227,317	193.0
3	基本每股收益（元/股）	0.1591	0.0460	245.9
4	加权平均净资产收益率（%）	19.84	5.29	14.6
5	经营活动产生的现金流量净额（千元）	3,861,295	3,476,518	11.1
		本报告期末	上年末	增减变动（%）
6	总资产（千元）	65,312,164	75,375,158	-13.4
7	总负债（千元）	53,151,488	64,756,732	-17.9
8	资产负债率（%）	81.38	85.91	-4.53
9	所有者权益总额（千元）	12,160,676	10,618,426	14.5
	归属于母公司股东的所有者权益（千元）	4,961,564	5,379,603	-7.77
10	归属于母公司股东的每股净资产（元/股）	0.7692	0.8340	-7.77

注：2019 年 4 月，TCL 实业完成了重大资产重组交割。为保持 2019 年和 2018 年两年会计数据和财务指标同口径可比，公司按照同一合并范围编制模拟合并报表。

第三节 经营情况讨论与分析

2019 年业务概况

TCL 实业坚持“智能化+全球化”双引擎驱动，聚焦智能终端业务，以客户为中心，构建 AIxIoT 全场景智慧生活，致力于成为全球领先的智能科技产业集团。公司主要业务架构如下：



公司聚焦主业，收入稳中有升，利润稳健增长。2019 年，TCL 实业坚持产品领先，加大研发投入，坚定推进全球化品牌战略，大力发展互联网业务，完善全球供应链布局，加强业务协同和融合整合，积极推动降本增效，提高运营效率，实现稳健增长。报告期内，公司实现营收 800.7 亿元，同比增长 2.93%；净利润 21.1 亿元，归母净利润 10.3 亿元，同比增长 246.1%。

坚持产品领先，加大研发投入。TCL 实业坚持以产品创新为主要驱动力，以 AI 技术为 IoT 平台赋能，专注智能终端及智能家居全套产品的开发和制造，为用户提供极致的产品应用体验。公司在欧洲、美国、香港、西安、合肥、深圳、中山、惠州等多地设立研发中心，加大在人工智能、大数据、智能制造及工业互联网等领域的研发投入，组建鸿鹄实验室，构建未来竞争力。鸿鹄实验室在全球拥有 4 个技术中心，超过 200 人的大数据和云平台团队，400 多人的 AI 算法团队，致力推动“智能产品+智慧显示”的普及。2019 年，公司研发费用同比增加 4.8 亿元，同比增长 23.8%。

全球化业务取得新突破，供应链布局进一步完善。TCL 实业海外业务 2019 年保持持续增

长，业务遍及全球 160 多个国家和地区，产品销售种类涵盖电视、空调、手机、冰箱、洗衣机、健康电器、智能语音等，报告期内，海外销售收入占比超过 50%。经过不断努力，TCL 实业已形成全球相对完善的产业布局和供应链能力。彩电拥有 8 大制造基地：惠州、成都、内蒙、波兰、越南、墨西哥、巴西和印度，产能超过 3,000 万台；建设中的惠州潼湖基地，总面积 131 万 m²，规划年产能 3,500 万台，为国内唯一具备“面板+模组+整机”一体化制造基地。空调在中山、惠州、武汉、九江等地共布局 6 个生产基地，年产能 1,500 万套空调和 1,600 万台压缩机，海外印尼 Arisa 工厂已投入使用。通力电子在惠州、北海共布局 3 个生产基地，越南工厂正在建设中。合肥冰洗园区规划产能 800 万套，一期 430 万台已实现。

TCL 电子

2019 年，TCL 电子围绕“提效增长、突破瓶颈、创新升级”的经营策略，中国市场坚定推动业务模式变革和经营利润改善；海外深挖潜力国家和市场；积极优化用户体验，丰富平台内容，实现全球互联网业务高速发展；强化产品领先规划和开发能力建设，培育和巩固 AI、IoT 新技术；大力拓展商用、智能家居业务，布局 AIxIoT 战略落地应用。2019 年，TCL 电子经营业绩取得突破性增长，行业竞争力进一步增强。

坚实推进 AIxIoT 战略。2019 年 TCL 电子构建智能电视机的全生态圈，重点发展互联网服务、智能家居和商用系统，大力开拓智能物联网领域，致力将电视机发展成为未来家庭的物联网中心。2019 年，新增 AI 场景识别及 AI 人脸识别技术，可根据场景对画面效果进行智能调整，并根据用户喜好自动推荐内容，为用户提供更为真实且个性化的智能服务。物联网（IoT）技术方面，完成自身云平台的建立，实现以电视机为中心控制全品类智能终端产品，并通过云平台对接的方式进行生态拓展，已实现跨品牌扩展产品互联范围。海外方面，TCL 电子积极拓展人工智能生态应用，已融入谷歌、亚马逊生态，实现多种内容和场景的智能化连接，并实现以电视机作为家庭的智能语音大屏入口，为消费者提供简单便捷、个性化的生活体验。

持续推动全球化战略，品牌影响力不断提升。TCL 电子深耕海外市场，持续推进全球化战略，通过加速布局海外重点市场、优化产品与渠道结构，海外市场领先优势明显。2019 年，海外市场多个区域销售量保持高速增长，市场占有率持续提升；北美市场持续巩固领先优势，销售量同比提升 14.3%，全年销售量市场排名位居美国市场前二；新兴市场加速增长，销售量同比大幅提升 40.8%；欧洲市场销售量同比提升 35.0%。2019 年 TCL 品牌电视机销售量市占

率在全球多个国家稳步提升，且在 15 个国家位列前茅（数据来源：NPD, GfK）。

全球互联网运营业务快速发展。2019 年，TCL 电子在海外市场进一步深化与 Roku, Google 的互联网业务合作，并与 Netflix 开展全球合作，成功开拓海外互联网业务。雷鸟网络科技作为中国市场及部分海外新兴市场的互联网业务运营平台，通过与腾讯、南方新媒体等合作伙伴继续深化“1+1+N”的战略合作模式，并同步整合更多内容方资源，持续为用户提供优质的内容和服务。2019 年，TCL 电子实现以智能电视为基础的全球家庭互联网业务收入 6.7 亿元，同比大幅增长 108.7%，用户日均开机时长稳步增长至 5.7 小时。截至 2019 年底，TCL 互联网电视机历史累计激活用户总数量攀升至 4,234 万台，同比增长 32.7%；日均活跃用户数量 2,079 万台，同比上升 36.1%；互联网电视业务用户规模持续大幅增长。

持续产品创新升级。TCL 电子 2019 年 5 月率先在国内上市 8K Mini LED X10 智能电视，为全球首家实现 Mini LED 电视量产的彩电企业，该款产品获得由 2019 IFA 和 IDG 颁发的私人影院旗舰产品金奖。2019 年 8 月发布中国首款可旋转智慧大屏—TCL-XESS 智屏，升级大屏和手机的交互方式。2019 年 11 月上市中国首款消费级 8K 电视 TCL X9 8K QLED TV，该款产品实现了硬件全面升级，搭载了双屏双显和 AI 摄像头，并拥有目前最完整的一体化 8K 解决方案，获得 IDG 颁发的年度 8K QLED 电视金奖。同时，TCL 电子还荣获由 IDG 颁发的 2019-2020 年消费电子产业领先品牌 10 强、2019-2020 年全球消费电子领先品牌 50 强和 2019-2020 年全球电视品牌 10 强三项顶级奖项，产品力和研发能力获得行业高度认可。

持续优化全球供应链布局。TCL 电子在中国、墨西哥、越南、波兰、印度、南美均设有生产基地，其中，与华星光电携手新建 TCL 印度智能制造产业园，建成后电视整机年产量可达 600 万台。海外生产基地每年 1,500 万台的产能布局可完全覆盖海外市场的销售需求。同时，TCL 电子进一步推进降本增效，提高运营效率，为海外业务的高速发展提供了有力支持。

报告期内，TCL 电子全球电视机销售量达 3,200 万台，同比增长 11.9%，稳居全球第二位；营收 417.4 亿元，同比增长 6.76%；净利润 19.1 亿元，同比增长 141.4%，整体业绩实现稳步增长。

智能终端其他业务

TCL 通讯实现扭亏为盈。2019 年，TCL 通讯围绕“聚焦突破，效率驱动，蓄能转型”的经营策略，聚焦爆品及根据地国家的突破；2019 年四款明星产品在重点市场取得良好的销售量。在根据地国家方面，美国表现最为出色，净利润同比增长 80%；推动产品成本持续改善及运营

效率不断提升，并在 2019 年实现扭亏为盈；TCL 通讯着眼未来，持续打造品牌产品力，加快 5G 手机研发，发挥显示核心技术优势，加快最新屏下摄像头、大面积屏下指纹、瀑布屏、四曲面屏、各尺寸折叠屏的研发和应用，培养核心竞争力。5G 产品入围美国运营商 Verizon 和 T-Mobile，折叠屏产品受到客户的广泛欢迎。报告期内，TCL 通讯实现手机销售量 2,780 万台，营收 113.4 亿元；净利润 1.6 亿元，同比增加 4.9 亿元。

TCL 空调实现量利双增。2019 年，TCL 空调围绕“品牌发展、产品力驱动、调整产品结构、工厂精细化管理”经营策略，产品创新取得突破，自主研发的“高经济性舒适柔风空调技术”、“变频空调器全工况运行节能智能控制技术”、“负压强制通风散热模块关键技术”三项技术成果，经国家相关专业部门鉴定达到“国际领先”水平。精品制造“四美”文化建设取得初步成效，工序平衡率提升至 75%。坚持精益质量管理“四化”建设，产品质量同比改善 46%。TCL 空调着力打造精益标杆线，新增 4 个实验室，并完成 75 项技改项目，实现精益化生产；自主电控厂年产能超过 350 万。报告期内，TCL 空调实现销售量 1,067 万套，同比增长 16.0%；营收 146.0 亿元，同比增长 12.2%。

TCL 白电海外业务实现增长。2019 年，TCL 白电专注用户健康生活，以用户需求为起点，通过设计和技术创新，不断融入人性化、服务用户的科技功能，为用户提供极致体验的产品与服务。TCL 白电坚持产品驱动的经营策略，持续加大研发投入，促进产品结构不断优化，积极推进销售渠道的全品类融合，为中高端产品的布局、销售渠道稳步拓展打下坚实基础。在海外市场稳定增长的基础上，TCL 白电抢抓机遇，海外品牌和 ODM 业务实现阶段性突破，收入同比大幅增加。报告期内，TCL 白电实现冰箱销售量 167 万台，洗衣机销售量 208 万台，营收 33.7 亿元。

通力电子

2019 年，通力电子紧抓市场机会，大力拓展海外客户，发展音频产品、智能产品，IoT 产品以及部件业务，构建模塑、电声竞争力，巩固蓝牙音箱领域的市场领先地位，扩大在 Soundbar 领域的垂直整合优势。同时，通力电子在智能音箱、头戴式耳机及声霸等产品继续保持竞争优势，销售量大幅增长，并实现真无线立体声 (TWS) 蓝牙耳机的批量交付。此外，通力电子在越南建设自有海外工厂，持续提升海外供应链能力；并持续提升生产自动化、数字化能力，推动内部降本增效，不断改善生产效率。

通力电子在惠州、深圳及西安均设有研发基地，致力于技术创新，并与全球主流语音平

台的互联网企业保持紧密合作，逐步发展并丰富以其为中心的各生态场景；与客户共同开发的带屏智能音箱，让智能产品具备了能听、能看的感官能力。

报告期内，通力电子实现营收75.9亿元，同比增长18.3%，净利润2.41亿元，同比增长30.7%，营收和净利润均创历史新高；其中蓝牙音箱销售量全球市场占有率为15%；Soundbar销售量全球市场占有率为9.6%；耳机销售收入同比增长55%。

新兴业务

产业园实现业绩同比增长。产业园以需求为导向，开发运营工业产业园区，盘整和推进物业转型，持续提升物业品质，为用户提供更好地运营服务；加大投资产业不动产，依托 TCL 强大的供应链、金融资源和良好的政府关系，通过发现机遇、挖掘价值、共担风险、分享增值等措施，形成精准投资能力；并持续提供增值服务，利用产业集群的发展优势，深耕粤港澳大湾区。截止 2019 年年底，产业园资产规模达 98.1 亿元，同比增长 25.4%；报告期内实现营收 4.82 亿元，同比增长 79.2%，净利润同比增长 54.0%。

环保资源业务实现突破，营收及利润持续增长。2019 年，环保资源贯彻兼顾收入及利润、优结构、提效率、防风险的经营策略，全面达成经营目标。电废业务通过不断优化拆解结构、实施采产销联动机制，极大提高运营效益和效率，产成品周转天数降至 2 天，在产品结构、运营效率上，建立了行业内领先优势；危废业务通过技术改造、增资扩量，成功实现扭亏为盈。环保资源整体连续五年收入、利润实现增长；黄冈、南雄等新项目紧张有序推进，有望成为环保业务新的增长点。

科天云加大自主产品研发投入，营收稳步增长。科天云成立于 2014 年 12 月，与世界 500 强企业思科共同投资成立，专注于提供低成本高品质的软硬一体化协作方案，致力打造成中国领先的“人工智能+协作”全站式商用协作平台。2019 年科天云加大自主研发投入，独立开发出 SaaS 类产品和服务，包括 Webex 本土化行业应用、天客云 SaaS 服务、科天智能协作平板等。报告期内，科天云实现营收 3.16 亿元，同比增长 61.3%。

格创东智致力于提升数字化及智能制造能力，收入大幅增长。格创东智成立于 2018 年 9 月，聚焦工业互联网与智能制造解决方案，利用大数据和物联网技术，提供全套“IT（信息技术）+OT（运营技术）”的解决方案，帮助传统企业实现数字化、智能化转型，提高核心竞争力。报告期内，格创东智实现营收 3.30 亿元，同比增长 417.4%。

业务展望

2020 年，TCL 实业将继续坚持“技术领先、效率致胜、营销突破、全球领先”的经营策略，进一步发挥全球化产业布局的领先地位及产业链一体化的协同优势，深化落实多元化业务布局与发展战略。同时，积极推进 AIxIoT 战略构建智能家居生态圈，并提升互联网业务的运营能力，为全球用户提供更好的产品和服务，为股东创造更大价值。



推进 AIxIoT 全场景生态圈，打造 TCL 智慧家居互联互通生态系统。在巩固及提升现有业务的基础上，TCL 实业将进一步深入拓展智能家居、商用显示、通讯业务在内的多元化业务发展，提升整体盈利能力。在 AIxIoT 战略布局驱动下，新时代产品将体现为硬件+软件+万物连接和各种场景的融合，融合用户需求、IoT 设备功能和 AI 能力，创造丰富场景，积极推进向全球领先的智能科技产业集团转型。

发挥一体化协同优势，持续提升产品竞争力。TCL 实业持续以智能终端业务为核心，坚持技术领先、产品创新的经营理念，为用户带来更为极致真实的体验。未来将继续发挥产业链上下一体化的协同优势，在彩电领域，持续开发行业领先的量子点、Mini LED 和 8K 等高端显示技术，在 75 及以上尺寸上发挥成本优势，加速推动中高端彩电产品上市。在通讯领域，持续加大在显示技术投入，聚焦打造 TCL 手机品牌核心竞争力。

延续海外市场优势，巩固全球战略布局。未来将继续巩固中国市场品牌业务的竞争力，持续快速推动全球化经营战略，利用先发优势，增强在全球重点国家与区域的竞争力，同时

抓住全球经济格局和技术重构带来的机遇，加速开拓新兴市场，进一步提升全球市场份额与品牌影响力。并同步完善全球化供应链布局，形成以中国、印度、越南、墨西哥等为核心的全球产业体系。

大力拓展全球互联网业务，强化运营能力。TCL 实业以“产品+服务，智能+互联网”的双+战略为核心导向，全面丰富互联网业务内容，增强用户体验，扩大用户规模，增强用户粘性，提升互联网业务变现能力。在大力提升雷鸟网络科技运营及盈利能力的同时，进一步深化与海外互联网业务伙伴的战略合作，完善全球内容资源整合，建立全球互联网业务用户体系。

坚持提质增效，提升企业经营效率。TCL 实业将全面提升企业经营管理质量，一方面，强化战略规划与落地执行，搭建全球化研发体系和管理架构，紧贴用户和市场，全面提升产品竞争力、服务质量、资产质量、人才素质等方面能力。另一方面，创新商业模式，持续推动组织变革，适应市场环境变化和 product 技术迭代，并完善风险建设，实现企业高质量可持续的健康发展。

积极应对疫情，力争全年业绩保持同业领先。2020 年初始，新冠肺炎疫情引发全球市场震荡，公司预计智能终端产品、智能语音产品等需求短期内受到影响。中国市场一季度线下销售量同比下滑，但近期国内疫情发展趋稳，公司终端产品销售有望逐步恢复。互联网业务方面，由于疫情户外活动受限，消费者更频繁使用大屏电视作为信息获取、家庭娱乐及线上教育等应用载体，截止 2020 年 2 月底，TCL 电子存量会员数同比增长 139.0%，有望进一步养成用户将电视机作为家庭消费智能终端的使用习惯，有助于提升互联网业务获利能力。海外从 3 月开始爆发疫情并呈蔓延趋势，多国封锁国境并采取一系列措施应对疫情。世卫组织宣布新冠肺炎疫情成为“全球大流行病”，目前尚无法判断海外疫情结束时间，公司的海外业务遭受不同程度的影响。对此，公司正积极应对，继续夯实内功、推进营销变革和产品创新、进一步加大降本增效力度，快速响应市场变化，力争全年业绩保持同业领先。

第四节 财务报告

TCL 实业控股股份有限公司

合并财务报告（注）

（2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日止）

一、	财务报告目录	页次
	1. 合并资产负债表	16-17
	2. 合并利润表	18
	3. 合并现金流量表	19-20

注：

1.2019 年 4 月，TCL 实业完成了重大资产重组交割。为保持 2019 年和 2018 年两期数据同口径可比，公司按照同一合并范围编制模拟合并报表，真实、完整地反映了本公司 2019 年和 2018 年财务状况、经营成果及现金流量等相关信息。

2.披露财务数据基于中国会计准则编制，并已经大华会计师事务所（特殊普通合伙）审阅。

合并资产负债表

人民币千元

资产	2019 年 12 月 31	2018 年 12 月 31 日
流动资产		
货币资金	10,742,702	11,877,493
交易性金融资产	1,041,176	112,095
衍生金融资产	185,965	234,856
应收票据	4,621,940	3,375,208
应收账款	11,061,768	9,166,552
应收款项融资	31,161	47,087
预付款项	1,091,172	848,736
其他应收款	5,462,207	17,575,457
存货	11,402,817	15,448,178
持有待售资产	-	18,792
一年内到期的非流动资产	-	127
其他流动资产	2,043,331	2,470,557
流动资产合计	47,684,240	61,175,139
非流动资产		
债权投资	143,535	-
长期应收款	-	10,000
长期股权投资	3,002,810	2,520,628
其他权益工具投资	263,274	401,592
其他非流动金融资产	863,634	661,327
投资性房地产	4,340,604	3,454,162
固定资产	4,492,901	3,680,184
在建工程	881,500	1,143,518
无形资产	1,219,279	911,704
开发支出	208,487	160,274
商誉	1,444,056	428,787
长期待摊费用	307,780	244,520
递延所得税资产	325,280	432,866
其他非流动资产	134,785	150,458
非流动资产合计	17,627,925	14,200,020
资产总计	65,312,164	75,375,158

法定代表人：李东生

CEO：王成

财务总监：胡利华

合并资产负债表（续）

人民币千元

负债及股东权益	2019 年 12 月 31	2018 年 12 月 31 日
流动负债		
短期借款	7,788,037	7,987,519
保理借款	31,161	47,087
交易性金融负债	14,616	57,777
衍生金融负债	178,285	59,516
应付票据	3,112,271	2,285,241
应付账款	18,439,314	19,038,329
预收款项	1,153,556	1,289,126
应付职工薪酬	1,998,731	1,495,962
应交税费	697,994	535,808
其他应付款	9,711,446	20,405,395
一年内到期的非流动负债	394,420	298,414
其他流动负债	1,155,463	1,135,968
流动负债合计	44,675,294	54,636,142
非流动负债		
长期借款	7,563,711	8,000,841
长期应付款	113,154	1,382,284
递延收益	206,821	154,228
递延所得税负债	535,907	553,132
其他非流动负债	56,601	30,105
非流动负债合计	8,476,194	10,120,590
负债合计	53,151,488	64,756,732
所有者权益（或股东权益）：		
实收资本（或股本）	3,225,000	3,225,000
资本公积	1,405,063	2,150,000
其他综合收益	(640,328)	(291,864)
盈余公积	45,892	-
未分配利润	925,997	296,467
归属于母公司所有者权益合计	4,961,564	5,379,603
少数股东权益	7,199,112	5,238,823
所有者权益合计	12,160,676	10,618,426
负债和所有者权益总计	65,312,164	75,375,158

法定代表人：李东生

CEO：王成

财务总监：胡利华

合并利润表

人民币千元

	2019 年 1-12 月	2018 年 1-12 月
一、营业总收入	80,068,025	77,791,560
减：营业成本	64,486,492	64,191,112
税金及附加	497,839	467,561
销售费用	8,355,083	7,727,690
管理费用	3,030,211	2,806,122
研发费用	2,479,036	2,001,892
财务费用	(25,379)	(104,726)
其中：利息费用	834,519	771,648
利息收入	(508,240)	(565,321)
加：其他收益	396,673	411,730
投资收益	1,094,960	273,734
其中：对联营企业和合营企业 的投资收益	142,491	205,536
公允价值变动收益	(3,606)	(37,197)
信用减值损失	(66,503)	(87,817)
资产减值损失	(321,569)	(384,883)
资产处置收益	8,079	(7,656)
二、营业利润	2,352,777	869,820
加：营业外收入	137,548	129,965
减：营业外支出	60,875	66,533
三、利润总额	2,429,450	933,252
减：所得税费用	314,611	421,243
四、净利润	2,114,839	512,009
按所有权归属分类		
归属于母公司股东的净利润	1,025,983	296,467
少数股东损益	1,088,856	215,542

法定代表人： 李东生CEO： 王成财务总监： 胡利华

合并现金流量表

人民币千元

	2019 年 1-12	2018 年 1-
一、经营活动产生的现金流量：		
销售商品、提供劳务收到的现金	81,905,761	84,878,347
收到的税费返还	2,579,692	2,252,910
收到的其他与经营活动有关的现金	151,920	72,043
经营活动现金流入小计	84,637,373	87,203,300
购买商品、接受劳务支付的现金	(63,980,924)	(65,247,155)
支付给职工以及为职工支付的现金	(7,821,654)	(6,464,692)
支付的各项税费	(1,807,004)	(1,711,115)
支付的其他与经营活动有关的现金	(7,166,494)	(10,303,820)
经营活动现金流出小计	(80,776,079)	(83,726,782)
经营活动产生的现金流量净额	3,861,295	3,476,518
二、投资活动产生的现金流量：		
收回投资收到的现金	71,859,354	400,576
取得投资收益收到的现金	193,112	238,917
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	27,651	73,728
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	1,516,883	179,580
收到其他与投资活动有关的现金	-	1,562
投资活动现金流入小计	73,597,000	894,363
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	(2,328,589)	(1,102,851)
投资支付的现金	(78,447,098)	(722,377)
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	(219,932)	-
投资活动现金流出小计	(80,995,619)	(1,825,228)
投资活动产生的现金流量净额	(7,398,619)	(930,865)

法定代表人：李东生

CEO：王成

财务总监：胡利华

合并现金流量表（续）

人民币千元

	2019 年 1-12 月	2018 年 1-12
三、筹资活动产生的现金流量：		
吸收投资收到的现金	5,595,391	882,901
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	220,391	882,901
取得借款收到的现金	18,332,263	22,215,304
筹资活动现金流入小计	23,927,654	23,098,205
偿还债务支付的现金	(19,846,448)	(20,875,804)
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	(1,227,852)	(1,011,934)
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	(257,173)	(324,098)
支付其他与筹资活动有关的现金	(826,284)	(313,637)
筹资活动现金流出小计	(21,900,584)	(22,201,375)
筹资活动产生的现金流量净额	2,027,070	896,830
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	80,595	(9,343)
五、现金及现金等价物净增加额	(1,429,659)	3,433,140
加：年初现金及现金等价物余额	11,722,754	8,289,614
六、期末现金及现金等价物余额	10,293,095	11,722,754

法定代表人： 李东生CEO： 王成财务总监： 胡利华