

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之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就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之任何損失承擔任何責任。



TCL ELECTRONICS HOLDINGS LIMITED
TCL 電子控股有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號:01070)

截至2022年6月30日止六個月
業績公告

TCL電子控股有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然公告本公司及其附屬公司(合稱「本集團」)截至2022年6月30日止六個月之未經審核綜合業績及財務狀況，連同2021年同期之比較數字。

財務摘要

	截至6月30日止六個月		變動
	2022年	2021年	
	(未經審核)	(未經審核)	
	百萬港元	百萬港元	
收入	33,679	34,934	(3.6%)
毛利	5,782	5,566	3.9%
除稅後利潤 ^{1,2}	293	1,078	(72.8%)
歸母淨利潤 ^{1,2}	249	1,041	(76.1%)
扣非歸母淨利潤 ^{1,3}	257	245	4.9%

附註：

- 2021年上半年本集團出售晶晨半導體(上海)股份有限公司(「晶晨」，一間於中華人民共和國(「中國」)成立的股份有限公司，其股份在上海證券交易所的科創板上市(股份代號：688099.SH))部分權益產生一次性收益7.41億港元。
- 除稅後利潤和歸屬於母公司擁有人(「歸母」)淨利潤同比下降主要是由於2021年上半年包含本集團出售晶晨部分權益產生的一次性收益7.41億港元。
- 於報告期內本集團產生以股份為基礎的薪酬費用及其相關所得稅影響，若加回以上兩項調整，本集團經調整扣除一次性非經營性項目(「扣非」)歸母淨利潤由2021年上半年的2.79億港元同比增長19.1%至2022年上半年的3.32億港元。

業務回顧與展望

1. 綜述

2022年上半年市場環境動蕩多變，新冠疫情反覆、海外通貨膨脹、外匯市場震盪及國際物流成本高企等，均給消費需求及行業發展帶來巨大挑戰；但同時，上游供應鏈壓力有所緩解，且消費電子行業生態呈現裂變升級趨勢，整個行業加速向智能化、科技化轉型。本集團靈活應對市場挑戰與機遇，全面落實「品牌引領價值，相對成本優勢」戰略部署，持續聚焦中高端、全球市場和新賽道發展。依託TCL全球品牌力、全產業鏈垂直一體化優勢及完善的全球渠道優勢，2022年上半年本集團中高端突破戰略取得成效，產品高端化及大屏化顯著，經營質量明顯提升，同時本集團積極拓寬業務邊界，創新業務快速發展，為本集團帶來更多增長動力。

堅持中高端突破與國際化運營 經營質量改善 盈利逆勢回升

截至2022年6月30日止六個月，本集團收入達336.79億港元，同比微跌3.6%；受益於本集團產品結構改善及原材料成本下降，毛利同比增長3.9%達57.82億港元，整體毛利率同比提升1.3個百分點至17.2%；研發費用同比增長4.0%至10.70億港元，研發費用率達3.2%，較上年同期提升0.3個百分點。截至2022年6月30日止六個月，本集團扣非歸母淨利潤達2.57億港元，同比增長4.9%。

顯示業務全球市場地位保持領先 創新業務和互聯網業務成為增長引擎

2022年上半年，本集團積極推進全品類智能物聯全球化，智屏經營質量提升，新業務逆勢突破。於報告期內，創新業務收入達52.59億港元，同比顯著增長21.1%，其中光伏業務2022年第二季度正式營運，單季創收1.72億港元收入；全品類營銷業務規模持續擴大，收入同比增長26.7%至42.48億港元，且毛利率同比顯著提升2.5個百分點。互聯網業務收入達9.42億港元，同比大幅提升30.7%，且盈利貢獻進一步增強。顯示業務收入達269.71億港元，其中中小呎吋顯示業務和智慧商顯業務的收入分別同比提升16.4%和71.2%，同時得益於聚焦經營質量，顯示業務整體毛利率同比提升1.2個百分點至16.6%。此外，本集團顯示業務在全球的市場地位持續領先，TCL智屏¹市佔率穩居全球第三²，且在全球超20個國家及地區市佔率位列前五³並穩步提升、智能安卓平板市佔率⁴位居全球第五、手機在加拿大和美國分別位居第三和第四。

¹ 智屏主要指智能電視（「TV」）相關的大呎吋顯示產品，以出貨量計本集團超95%的TV為智屏產品。

² 數據源：Omdia, 2022年第一季度全球TV出貨量數據。

³ 數據源：NPD及GfK, 2022年1月至6月TV零售量數據。

⁴ 數據源：IDC, 2022年第一季度全球出貨量數據。

持續加大前沿技術研發投入 全品類新品屢獲國際獎項認可

在研發投入及成果方面，2022年上半年本集團不斷提升在前沿技術和產品的研發投入，推出了包括Mini LED智屏、5G手機、智能門鎖、增強現實（「AR」）／擴展現實（「XR」）眼鏡等多品類智能產品，並斬獲多個國際獎項。其中，在顯示業務方面，TCL Mini LED智屏X12和X11系列榮獲2022年德國「紅點獎」，TCL OD Zero Mini LED 8K TV X925 PRO憑藉多重技術優勢，榮獲國際消費電子產品展(CES)「2021-2022 Mini LED顯示技術創新獎」；在創新業務方面，TCL P73系列和93系列家庭影院立體環繞音箱、TCL NXTWEAR AIR智能眼鏡均榮獲2022年德國「iF設計大獎」，TCL新風空調小藍翼榮獲2022年德國「紅點獎」。各類智能新品屢獲獎項肯定，反映出本集團在前沿顯示和智能技術領域的領先實力。

2. 顯示業務

2.1 大吋吋顯示

2022年，受新冠疫情反覆、國際地緣政治及全球通貨膨脹影響，消費者需求較為低迷，TV行業整體銷售規模承壓。根據Omdia⁵最新數據顯示，2022年第一季度全球TV實際出貨量同比下降4.3%至4,907萬台，且Omdia預測2022年全球TV出貨量將同比下滑2.2%。面對市場環境的挑戰，本集團聚焦中高端突破並取得理想成效，產品大屏化加速發展。2022年上半年本集團TCL智屏全球銷量達1,015萬台，其中65吋及以上的TCL智屏銷量同比顯著增長36.9%至153萬台，其銷量佔比同比提升5.1個百分點至15.1%。同時，本集團2022年上半年的全球TCL Mini LED智屏銷量同比增長7.8%，且中國市場的TCL Mini LED智屏銷量同比增長31.2%，高端化成效顯著，有效提升了本集團的經營質量。

⁵ Omdia由研究部門 (Ovum、Heave Reading和Tractica) 與收購的IHS Markit International合併而成，是一家全球技術研究機構。

國際市場

2022年上半年，主要受歐美市場需求回落影響，本集團TCL智屏國際市場銷售收入同比下降19.9%至133.41億港元；但得益於本集團持續優化產品結構，65吋及以上TCL智屏銷量同比增長13.0%，大屏化、高端化成效顯著，帶動毛利率同比提升2.6個百分點至17.0%，經營質量大大提升。

根據GfK⁶和NPD⁷最新報告，本集團TCL智屏銷量市場份額在海外超過20個國家及地區排名位居前五且市場份額同比增長，其中：

- 北美市場：受疫情前置需求影響，北美TV市場規模有所回落，但本集團在北美市場的智屏業務穩步推進，2022年上半年毛利率同比增長0.9個百分點且市佔率保持領先；截至2022年6月30日止六個月，TCL智屏銷量市場份額排名在美國和加拿大位居第三，在墨西哥上升至第四（數據源：NPD⁸）；
- 新興市場⁹：持續深耕重點國家及地區，2022年上半年TCL智屏銷量同比逆勢上漲7.6%，且毛利率同比增長2.3個百分點。截至2022年6月30日止六個月，TCL智屏銷量市場份額排名在澳大利亞及巴基斯坦位居第一，在菲律賓及緬甸位居第二，在沙特阿拉伯及哈薩克斯坦位居第三，在泰國、巴西、越南、阿根廷及摩洛哥位居第四，在印尼、智利及阿聯酋位居第五（數據源：GfK）；及

⁶ GfK指Gesellschaft für Konsumforschung，一間總部位於德國紐倫堡的消費品市場研究公司及全球市場研究組織。

⁷ NPD指NPD集團，一間提供全球數據、行業專業知識及不同觀點分析的市場調研公司。

⁸ 此報告為NPD的美國／加拿大／墨西哥零售市場調查報告，基於2022年1月至6月和2021年1月至6月LCD TV銷量。

⁹ 新興市場包括亞太、拉丁美洲、中東亞等地區。

- 歐洲市場：2022年第一季度TCL智屏銷量增幅較大，但隨著通脹水平持續飆升，民眾購買力下降，2022年第二季度TCL智屏銷量承壓。2022年上半年TCL智屏整體銷量同比有所下降但毛利率同比持平。期內，TCL智屏在歐洲多國的銷量排名仍逆勢上升，截至2022年6月30日止六個月，TCL智屏銷量市場份額排名在法國升至第二，在捷克和意大利升至第三，在波蘭升至第四，在匈牙利升至第五（數據源：GfK）。

中國市場

2022年上半年，中國TV市場在疫情反覆、需求減弱的情況下，整體行業規模繼續承壓。根據群智諮詢¹⁰最新數據，2022年上半年中國市場TV行業出貨量同比下降1.4%至1,707萬台。本集團加速產品結構升級，強化線上線下渠道能力，帶動本集團2022年上半年中國市場TCL智屏整體銷量同比逆勢增長1.1%，TCL智屏出貨量市佔率同比提升0.7個百分點至13.9%，穩居中國市場前三¹¹。

2022年上半年，本集團中國市場TCL智屏產品結構改善顯著，65吋及以上TCL智屏銷量同比大幅增長58.8%，銷量佔比同比顯著提升14.3個百分點至39.4%；TCL Mini LED智屏銷量同比增長31.2%，且TCL Mini LED智屏和TCL量子點智屏零售量排名均位居國內全渠道第一¹²。2022年，本集團中國市場智屏銷售2022年上半年收入達63.19億港元，同比基本持平；得益於產品結構優化升級，毛利率同比顯著提升1.8個百分點至22.2%。

¹⁰ 群智諮詢是一家專注於全球高科技產業的信息技術研究及顧問公司。

¹¹ 數據源：群智諮詢，2022年上半年TV出貨量數據。

¹² 數據源：中怡康全渠道，2022年上半年零售量數據。

618購物節期間¹³，本集團抓住消費者喜好，堅守中高端戰略，TCL及雷鳥雙品牌同時突破，根據中怡康¹⁴數據，2022年618購物節期間本集團TCL智屏取得了線上銷售額排名第一、65吋及以上TV線上零售量市佔率第一、TCL Mini LED智屏和120 Hz+高刷TCL智屏雙雙位居零售量冠軍的好成績。

2.2 中小吋顯示

2022年上半年，本集團發佈了TCL Stylus 5G智能手機、TCL TAB Disney Edition平板等中小吋顯示智能新品，並持續強化與全球一線網絡運營商渠道合作，整體銷量在歐美市場位居領先地位。2022年上半年，本集團的中小吋顯示業務整體收入達70.62億港元，同比增長16.4%；其中北美地區銷售亮眼，收入同比增長超50%。

從全球重點市場來看，根據IDC¹⁵的最新報告，2022年第一季度本集團的手機銷量在加拿大排名第三，在美國和澳大利亞排名第四，在西歐排名第五；2022年第一季度本集團的智能安卓平板銷量在全球排名第五，其中在美國、西歐和拉丁美洲均排名第四。

¹³ 統計時間為2022年第23至25週（即2022年5月30日至2022年6月19日）和2021年第23至25週（即2021年5月31日至2021年6月20日）。

¹⁴ 中怡康指北京中怡康時代市場研究有限公司，一間專注於中國消費品及家電零售市場的研究機構。

¹⁵ IDC指國際數據集團，一家提供信息技術、電信行業和消費科技市場相關的市場信息和諮詢服務的全球供應商。

2.3 智慧商顯

2022年上半年，本集團繼續攜手釘釘、騰訊拓展國內智能會議生態，大力開拓商業交互平板市場，同時本集團成功切入國際商顯市場，快速累積海外市場產品和運營經驗。於報告期內，本集團推出了98吋的TCL NXTHUB 98V50智能交互平板和商用顯示屏98P60，配備4K高清巨幕顯示及高達125Hz的觸控刷新率，並搭載釘釘會議、騰訊文檔、WPS等多樣化辦公軟件服務，為用戶提供多場景高效應用；此外本集團還推出了TCL智能教育平板X60，搭載T雲智教系統，集合白板、班務管理、學情管理功能，助力穩定高效教學。2022年上半年本集團智慧商顯業務總收入達2.49億港元，同比增幅高達71.2%。

3. 創新業務

3.1 全品類營銷

本集團國際化發展二十年餘年，已在全球範圍內建立了完善的市場渠道佈局，TCL品牌知名度持續提升。2022年上半年，本集團憑藉全球品牌與渠道優勢，加速全球空冰洗分銷業務規模增長；期內本集團全品類營銷業務的分銷收入達42.48億港元，同比增長26.7%；分銷毛利額同比提升54.6%至5.86億港元，分銷毛利率同比顯著提升2.5個百分點。同時，TCL空冰洗產品多次獲國際獎項認可，TCL新風空調小藍翼和TCL Q系列直流變頻靜音窗機均榮獲2022年德國「紅點獎」。未來本集團將充分發揮品牌及渠道優勢，帶動全品類營銷業務全球發展。

3.2 光伏業務

本集團把握全球清潔能源與碳中和趨勢，發揮集團產業協同優勢，協同TCL中環新能源科技股份有限公司（「TCL中環」，一間根據中國法律成立之股份有限公司，於深圳證券交易所上市，股份代號：002129.SZ）光伏龍頭產業鏈及項目運營經驗，快速切入光伏賽道；同時本集團憑藉自身中國區渠道覆蓋滲透優勢，加速分佈式光伏B2B及B2C（企業對企業及企業對客戶）端落地。本集團以戶用光伏業務為首，以綠能科技及金融服務創新為核心，以融資租賃或經營租賃方式，為農戶提供綠能電站開發、投資、建設管理和運維等一站式服務；同時本集團亦開拓工商光伏業務，致力為工業園區、物流園區、專業園區以及商業綜合體提供綠能轉換服務。

本集團2022年第二季度正式運營光伏業務，實現單季度量利雙收。2022年上半年，本集團光伏業務實現收入1.72億港元，且月度裝機訂單量及收入呈指數型增長。未來本集團將加速分佈式光伏業務推進，致力成為鄉村零碳生活和零碳園區綠能一體化解決方案服務商的創新者及引領者。

3.3 智能連接及智能家居

本集團加速推進全品類智能物聯生態佈局，發力包括智能眼鏡¹⁶、路由器、智能穿戴在內的智能連接產品和智能門鎖、掃地機、空氣淨化器、智能音響在內的智能家居業務。2022年上半年，本集團於國內發售了全新消費級XR智能眼鏡雷鳥Air，為用戶提供觀影、手游、遠程辦公等多樣化場景服務。同時，本集團的智能門鎖銷量規模持續突破，上半年銷量位列國內市場行業前沿。2022年上半年本集團智能連接和智能家居業務收入達8.39億港元，其中智能家居業務收入同比增長25.8%至2.87億港元，智能連接業務受疫情和地緣衝突影響歐美MiFi¹⁷市場同比有所下滑但仍保持相對競爭優勢。

從全球重點市場及國家來看，根據TSR¹⁸報告最新的2021年全年全球出貨量數據，TCL移動路由器在全球位居第三，其中在歐洲市場位居第一；TCL CPE¹⁹在全球銷量位居第六。

4. 互聯網業務

本集團在全球範圍內深化佈局家庭互聯網業務，致力為用戶提供多屏即時互動、全場景智慧感知的產品與服務。截至2022年6月30日止六個月，本集團的全球互聯網業務收入達9.42億港元，同比提升30.7%。

¹⁶ 智能眼鏡業務由雷鳥創新技術(深圳)有限公司主要開展，本集團持有該公司約19.99%的股份。

¹⁷ MiFi指Mobile WiFi，即便攜式寬帶無線裝置。

¹⁸ TSR指TOKYO SHOKO RESEARCH, LTD.，即日本東京商工研究機構。

¹⁹ CPE指Customer Premise Equipment，即客戶終端設備，可將寬頻信號或者移動網路數據直接轉換為WiFi信號的終端。

4.1 中國市場互聯網業務

本集團國內互聯網業務（主要為深圳市雷鳥網絡科技有限公司及其附屬公司（統稱「雷鳥網絡科技集團」）中國國內業務）的變現能力和盈利能力持續增強，2022年上半年收入達8.14億港元，同比大幅增長35.7%。其中，雷鳥網絡科技集團持續豐富平台內容、提升內容推薦精準度和系統使用便捷度，2022年上半年會員業務收入和垂直類及創新業務收入同比分別增長19.0%和95.8%，且垂直類及創新業務實現規模化成長，成為新的增長引擎；受國內疫情影響，經濟下行，廣告業務收入同比下降19.7%。隨著軟件產品競爭力持續增強、創新業務不斷拓展以及用戶黏性進一步提升，2022年上半年雷鳥網絡科技集團的ARPU（每用戶平均收入）達39.3港元，同比增長25.3%；日均用戶時長達5.15小時。

4.2 國際市場互聯網業務

本集團積極保持與Roku和Google等互聯網巨頭的緊密合作，並自2021年持續獲得Google平台運營收入分成，同時不斷提升用戶服務體驗，2022年上半年本集團穩步拓展全球家庭互聯網業務的發展空間，國際市場的互聯網業務收入達1.28億港元，同比增長5.7%。同時，本集團雷鳥網絡科技集團的海外業務，通過合作夥伴OTT平台觸達海外龐大的TCL智屏用戶，快速累積TCL Channel用戶；截至2022年6月底，本集團的內容聚合應用TCL Channel已覆蓋北美、歐洲、中南美洲、亞太等地區的60個國家，累計用戶數超1,000萬。未來本集團將持續增強TCL Channel的流量變現能力，為各重要市場的用戶帶來高質量的體驗與服務。

5. 展望

展望2022年全年，預計全球消費市場結構升級勢頭不減，中國加速構建「國內大循環」新格局，國內經濟高質量發展具有堅實基礎，且數字化進程持續加快亦為本集團所處行業發展注入更多發展新動能。同時，全球地緣政治動蕩、疫情持續反覆、海外通脹高企背景下，國際化企業的經營仍面臨較多挑戰。

面對機遇與挑戰，2022年下半年本集團將充分發揮競爭優勢，靈活創新求變，繼續秉承「品牌引領價值、相對成本優勢」戰略發展路徑，以保持2022年全年市佔率全球領先為目標，持續改善產品結構以抵禦市場需求下行壓力，力爭提升全年收入和盈利表現。長遠來看，本集團將持續推進「全球化」和「科技化」戰略佈局，圍繞「顯示、連接、渠道」三大競爭核心，積極探索與拓展「智能物聯生態」全品類新賽道，持續深化全場景智慧健康生活戰略，致力成為全球領先的智能終端企業。

- 視技術研發能力為發展的關鍵要素，保持高研發投入，重視產品創新，持續調整產品結構，大力開發Mini LED、量子點和8K等高端顯示技術，同時加深對智能交互領域的前瞻性佈局，積極探索AI、互聯網大數據、5G、智能製造等前沿技術領域，繼續增強本集團的核心技術競爭實力；
- 擴大本集團獨特的全產業鏈垂直一體化優勢，夯實並擴大全球供應鏈和市場渠道優勢，不斷推進全球化擴張，提升本集團全球TV市場份額與品牌知名度，致力成為TV全球市場第一品牌；同時憑藉全球品牌、市場渠道等顯著優勢，本集團還將最大化發揮全品類協同效應，發力全品類營銷業務，持續提升該領域競爭優勢；
- 進一步擴大全球互聯網業務規模和服務邊界，穩步提升雷鳥網絡科技集團運營和盈利能力，同時大力拓展與海外互聯網夥伴合作的廣度與深度，強化對海內外內容資源的整合力度，積極拓展創新業務並持續優化業務生態，進一步提升全球互聯網業務的運營及盈利能力；
- 把握新興機遇(如碳中和國策、綠色清潔能源機遇)與社會經濟技術變革創新趨勢，充分發揮本集團垂直產業鏈、銷售渠道、金融資源及技術優勢，加快拓展光伏業務、AR/XR智能眼鏡等業務等多元化新型業務，驅動本集團長遠高質發展；及
- 緊抓社會經濟數字化、智能化轉型所帶來的有利契機，深化落實全場景智慧健康生活戰略，不斷深化拓展智慧家庭、移動服務和智慧商顯三大智能場景，為用戶實現「全場景、全品類、全連接」的智慧生活體驗，加快推進「智能物聯生態」全品類佈局，堅定邁向全球領先。

2022年上半年度與2021年上半年度比較

下表載列2022年上半年與2021年上半年的比較數字：

	截至6月30日止六個月	
	2022年 (未經審核) 千港元	2021年 (未經審核) 千港元
收入	33,679,256	34,933,848
銷售成本	<u>(27,897,694)</u>	<u>(29,368,005)</u>
毛利	5,781,562	5,565,843
其他收入及收益	1,272,650	1,810,251
銷售及分銷支出	(3,232,806)	(3,219,353)
行政支出	(1,923,484)	(1,744,368)
研發費用	(1,070,314)	(1,029,187)
其他營運支出	(14,760)	(31,982)
金融資產減值淨額	<u>(11,025)</u>	<u>(6,613)</u>
	801,823	1,344,591
融資成本	(253,912)	(216,944)
分佔損益：		
—合資公司	12,026	9,982
—聯營公司	<u>(58,176)</u>	<u>12,762</u>
除稅前利潤	501,761	1,150,391
所得稅	<u>(209,033)</u>	<u>(72,038)</u>
本期利潤	<u><u>292,728</u></u>	<u><u>1,078,353</u></u>
歸母淨利潤	248,962	1,041,140
扣非歸母淨利潤	256,806	244,718

收入

本集團收入由2021年上半年的349.34億港元同比下降3.6%至2022年上半年的336.79億港元。下表載列本集團截至2022年6月30日及2021年6月30日止六個月按業務劃分的收入：

	截至6月30日止六個月			
	2022年		2021年	
	千港元	佔總收入 百分比	千港元	佔總收入 百分比
顯示業務 ²⁰	26,970,990	80.1%	29,299,873	83.9%
創新業務 ²¹	5,258,525	15.6%	4,341,864	12.4%
互聯網業務 ²²	942,110	2.8%	720,772	2.1%
其他	507,631	1.5%	571,339	1.6%
總收入	<u>33,679,256</u>	<u>100.0%</u>	<u>34,933,848</u>	<u>100.0%</u>

顯示業務

顯示業務的收入由2021年上半年的293.00億港元同比下降7.9%至2022年上半年的269.71億港元，同比下降主要是受全球地緣政治風險加劇、國內疫情反覆及海外通貨膨脹等外部環境影響，消費市場整體需求走弱，本集團大呎吋顯示收入同比下降。

創新業務

創新業務的收入由2021年上半年的43.42億港元同比增長21.1%至2022年上半年的52.59億港元，主要是由於全品類營銷業務的快速發展和光伏業務新設佈局。

²⁰ 「顯示業務」指財務報告附註中經營分類資料的(i)「大呎吋顯示」；(ii)「中小呎吋顯示」；及(iii)「智慧商用顯示」。

²¹ 「創新業務」指財務報告附註中經營分類資料的(i)「全品類營銷」；(ii)「光伏業務」；及(iii)「智能家居、智能連接設備及其他」中的智能家居和智能連接設備相關業務。

²² 「互聯網業務」指財務報告附註中經營分類資料的「互聯網業務」。

互聯網業務

互聯網業務的收入由2021年上半年的7.21億港元同比增長30.7%至2022年上半年的9.42億港元，主要得益於雷鳥網絡科技集團旗下的垂直類及創新業務規模化增長、平台內容進一步豐富及整體平台效率明顯提升，本集團國內互聯網業務（主要為雷鳥網絡科技集團國內業務）收入顯著增長35.7%。

毛利及毛利率

整體毛利由2021年上半年的55.66億港元，同比增長3.9%至2022年上半年的57.82億港元。2022年上半年毛利率為17.2%，較2021年上半年增長1.3個百分點，主要由於本集團聚焦經營質量，堅持中高端突破同時強化降本增效，帶動本集團毛利率回升。

顯示業務

2022年上半年顯示業務的毛利率為16.6%，同比增長1.2個百分點，主要是由於本集團中高端突破取得成效，大呎吋和高端產品銷售表現突出，帶動本集團智屏業務毛利率顯著回升。

創新業務

2022年上半年創新業務的毛利率為14.2%，同比微增0.2個百分點，基本持平。

互聯網業務

2022年上半年互聯網業務的毛利率為52.2%，同比下跌3.7個百分點，主要是由於垂直類及創新業務收入佔比增加，該業務毛利相較廣告業務低。

其他收入及收益

其他收入及收益由2021年上半年的18.10億港元，同比下降29.7%至2022年上半年的12.73億港元，主要是由於出售本公司一間聯營公司部分權益之一次性收益²³及清算衍生金融工具時之變現收益²⁴因匯報分類同比減少；同時，來自匯兌收益²⁴同比增加6.23億港元。

銷售及分銷支出

銷售及分銷支出由2021年上半年的32.19億港元，同比微增0.4%至2022年上半年的32.33億港元。

行政支出

行政支出由2021年上半年的17.44億港元，同比增加10.3%至2022年上半年的19.23億港元，主要是由於期內對沖金融工具產生的公允價值損失²⁴及清算衍生金融工具時之變現損失淨額²⁴所引致。

研發費用

研發費用由2021年上半年的10.29億港元，同比增長4.0%至2022年上半年的10.70億港元，主要是由於本集團持續加大在Mini LED、量子點等高端顯示技術、智能交互、雲服務等其他前沿技術的研發投入。

²³ 2021年上半年本集團出售晶晨部分權益產生一次性收益7.41億港元。

²⁴ 2022年上半年外匯波動較大，本集團利用衍生金融工具合理對沖匯兌風險，抵消期內匯兌損益，截至2022年6月30日止對沖後結果為匯兌淨收益。

金融資產減值淨額

金融資產減值淨額由2021年上半年的約700萬港元，同比增加66.7%至2022年上半年的約1,100萬港元，主要是由於報告期內增加應收貿易賬款和其他應收款項預期信用損失撥備。

融資成本

融資成本由2021年上半年的2.17億港元，同比增長17.0%至2022年上半年的2.54億港元，主要是由於報告期內新增計息銀行貸款增加。

分佔損益－合資公司及聯營公司

2022年上半年分佔虧損約4,600萬港元，去年同期為分佔收益約2,300萬港元，主要是由於受市場需求疲軟影響，本集團於報告期內聯營公司分佔虧損增加。

除稅前利潤

除稅前利潤由2021年上半年的11.50億港元，同比下降56.4%至2022年上半年的5.02億港元，主要是由於去年同期包含了本集團出售晶晨部分權益產生的一次性收益7.41億港元。

所得稅

所得稅由2021年上半年的約7,200萬港元，同比增長190.2%至2022年上半年的2.09億港元，主要是由於本集團若干附屬公司除稅前利潤增加及補提以前年度所得稅。

本期利潤及歸母淨利潤

本期利潤由2021年上半年的10.78億港元，同比下降72.8%至2022年上半年的2.93億港元。歸母淨利潤由2021年上半年的10.41億港元，同比下降76.1%至2022年上半年的2.49億港元，主要是由於去年同期包含了本集團出售晶晨部分權益產生的一次性收益7.41億港元。

扣非歸母淨利潤

扣非歸母淨利潤由2021年上半年的2.45億港元，同比提升4.9%至2022年上半年的2.57億港元，主要得益於本集團中高端戰略成效顯著，經營質量提升，帶動盈利能力逆勢回升。

財務回顧

主要投資、收購及出售

於2022年5月13日(交易時間後)，TCL電子(惠州)有限公司(「TCL電子(惠州)」，為本公司之一間附屬公司)與T.C.L.實業控股(香港)有限公司(「T.C.L.實業(香港)」，為本公司之直接控股股東)訂立一份收購協議，據此，T.C.L.實業(香港)有條件同意出售，而TCL電子(惠州)有條件同意收購TCL數碼科技(深圳)有限責任公司(「TCL數碼科技」)的100%股權，代價為人民幣116,030,900元(相當於約136,731,000港元)。有關交易之進一步詳情請參閱本公司日期為2022年5月13日之公告。交易已於2022年5月完成。

除上文所述外，本集團於2022年6月30日並無持有其他重大投資，及截至2022年6月30日止六個月內並無任何重大收購或出售附屬公司、聯營公司或合資公司。

流動資金及財務資源

本集團管理流動性風險之主要金融工具包括銀行貸款、保理、現金和短期存款。使用這些金融工具之主要目的，是本集團可以以最低可行成本維持資金之延續性及靈活性。

於2022年6月30日，本集團之現金及銀行等值項目共約6,972,982,000港元，其中0.9%為港元、40.3%為美元、42.8%為人民幣、2.5%為歐元，而13.5%為其他貨幣以供海外業務所用。

為配合日常流動資金管理及未來擴展，本集團可動用銀行及其他貸款。本集團於2022年6月30日之銀行貸款為約7,259,277,000港元，其按介乎0.63%至6.30%之固定利率計息及以美元、人民幣、歐元及墨西哥比索計值。借貸到期日為按要求至7年內。為確保有效之資本架構及鑑於合理利率，本集團擬維持股本及債務組合。可用信貸融資與截至2021年12月31日止年度比較並無重大變化，於2022年6月30日亦概無任何根據融資租賃持有之資產。

於2022年6月30日，本集團按約47,739,000港元貸款淨額（按計息銀行貸款及租賃負債總額減現金及現金等值項目，及受限制現金及已抵押存款）及約17,171,293,000港元之歸屬於母公司擁有者之權益計算之資本負債比率為0.3%。借貸還款期為按要求至7年內。

資產抵押

於2022年6月30日，本集團有受限制現金及已抵押存款結餘約653,303,000港元（2021年12月31日：576,758,000港元）已作為本集團履約及質量保證結餘、金融資產及銀行授信等之抵押。

資本承擔及或然負債

於2022年6月30日，本集團已訂約但未撥備及已授權但未訂約之資本承擔分別為約725,923,000港元（2021年12月31日：400,089,000港元）及121,942,000港元（2021年12月31日：663,529,000港元）。

於2022年6月30日，本集團有以下尚未於財務報告計提撥備之或然負債：

SEMP TCL Mobilidade Ltda.（「SEMP Mobilidade」，為本公司之一間附屬公司）目前是巴西一項與巴西稅務機關的稅務評估爭議中的答辯人，其被指控在2012年和2013財政年度不正當地應用稅收抵免。截至2022年6月30日，該稅務評估爭議仍在進行。香港會計準則（「香港會計準則」）第37號撥備、或有負債及或有資產通常所需的資料並未披露，理由是披露可能會嚴重損害此爭議的結果。根據主理此爭議的獨立律師之回覆，預計爭議期將持續3至5年。本集團並無作出任何撥備，因為本集團根據其法律顧問的意見，認為SEMP Mobilidade對該指控能進行有效抗辯。

未決訴訟

除上文所述外，本集團於2022年6月30日並未牽涉任何重大訴訟。

外幣匯兌風險

本集團的業務及營運面向國際市場，因此亦需承受外匯交易及貨幣轉換的外幣匯兌風險。

本集團的策略是中央處理外匯管理事宜，以監控其所承受的整體外匯風險，抵銷各關聯公司之狀況及與銀行集中進行對沖交易。本集團強調以功能性貨幣進行貿易、投資及借貸的重要性，達到自然對沖效果。此外，為符合穩健的財務管理目標，本集團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2022年6月30日，本集團共有26,965名僱員，皆為幹勁十足之優秀人才。截至2022年6月30日止六個月，僱員成本總額為約2,412,979,000港元。本集團僱員對工作充滿熱誠，致力確保業務質優可靠。本集團根據僱員的表現及其於其所任職位的發展潛力擢升員工。為吸引並挽留高質素員工，本集團會提供具有競爭力的福利待遇（根據市場標準及個別僱員的表現、資歷以及經驗而定）。於基本薪金的基礎上，根據本集團業績及個別僱員表現，可給予花紅獎勵。本集團已經參照現行法例、市況以及個人及本集團之表現，定期檢討酬金政策。為了令僱員與本公司股東之利益一致，本公司根據於2016年5月18日採納購股權計劃（「購股權計劃」）向相關承授人（包括本集團僱員）授出購股權。於2022年6月30日，尚未行使之購股權可認購合共43,770,777股本公司股份。

本公司亦於2008年2月6日採納了股份獎勵計劃（「獎勵計劃」）並不時進行修訂。據此，指定受託人將以本公司提供之現金於市場上購入現有股份或認購新股份，並以信託形式代相關指定人士持有，直至該等股份按獎勵計劃之條文歸屬該相關指定人士為止。

財務資料

以下中期簡明綜合財務報告未經審核，但已經本公司審核委員會（「審核委員會」）審閱。

綜合損益及其他全面收益表

	附註	截至6月30日止六個月	
		2022年 (未經審核) 千港元	2021年 (未經審核) 千港元
收入	5	33,679,256	34,933,848
銷售成本		(27,897,694)	(29,368,005)
毛利		5,781,562	5,565,843
其他收入及收益		1,272,650	1,810,251
銷售及分銷支出		(3,232,806)	(3,219,353)
行政支出		(1,923,484)	(1,744,368)
研發費用		(1,070,314)	(1,029,187)
其他營運支出		(14,760)	(31,982)
金融資產減值淨額		(11,025)	(6,613)
融資成本	6	801,823	1,344,591
分佔損益：		(253,912)	(216,944)
合資公司		12,026	9,982
聯營公司		(58,176)	12,762
除稅前利潤	7	501,761	1,150,391
所得稅	8	(209,033)	(72,038)
本期利潤		292,728	1,078,353

截至6月30日止六個月
2022年 2021年
(未經審核) (未經審核)
 千港元 千港元

其他全面收益／(虧損)

於期後可能重新分類到損益

的其他全面收益／(虧損)：

現金流量對沖：

 本期內對沖工具產生之

 公平值變動之有效部分

132,245 25,470

 對已包括於損益表中之收益之

 重新分類調整

(59,652) (52,377)

 所得稅影響

258 4,808

72,851 (22,099)

匯兌差異：

 折算海外業務

(798,241) 235,681

 本期內海外業務清盤時之

 重新分類調整

31 16,750

 本期內聯營公司被視為部分出售、

 部分出售及清盤時之重新分類調整

(384) (6,572)

(798,594) 245,859

按公平值計入其他全面收益之金融資產：

 公平值變動，扣除所得稅後

6,360 8,099

於期後可能重新分類到損益的其他全面

收益／(虧損)淨額

(719,383) 231,859

	截至6月30日止六個月	
	2022年 (未經審核) 千港元	2021年 (未經審核) 千港元
於期後將不會被重新分類到損益的 其他全面收益：		
指定按公平值計入其他全面收益之 權益投資：		
公平值變動，扣除所得稅後	-	7,239
分佔聯營公司之其他全面收益	13,339	5,567
於期後將不會被重新分類到損益的 其他全面收益淨額	13,339	12,806
本期其他全面收益／(虧損)，除稅淨額	(706,044)	244,665
本期全面收益／(虧損)總額	(413,316)	1,323,018
利潤歸屬於：		
母公司擁有人	248,962	1,041,140
非控股權益	43,766	37,213
	292,728	1,078,353
全面收益／(虧損)總額歸屬於：		
母公司擁有人	(462,157)	1,269,949
非控股權益	48,841	53,069
	(413,316)	1,323,018
母公司普通股股東應佔每股盈利	11	
基本	10.35港仙	43.30港仙
攤薄	9.91港仙	42.29港仙

綜合財務狀況表

		2022年 6月30日 (未經審核) 千港元	2021年 12月31日 (經審核) 千港元
	附註		
非流動資產			
物業、廠房及設備		2,975,067	3,061,005
投資物業		556,484	569,177
使用權資產		1,012,200	1,079,530
商譽		3,265,146	3,322,316
其他無形資產		1,250,243	1,311,484
於合資公司之投資		90,000	80,852
於聯營公司之投資		1,838,428	1,600,929
指定按公平值計入其他全面收益之 權益投資		137,613	141,356
遞延稅項資產		371,867	336,792
其他遞延資產		212,436	179,210
非流動資產合計		<u>11,709,484</u>	<u>11,682,651</u>
流動資產			
存貨		12,102,109	13,555,596
應收貿易賬款	12	10,665,229	11,697,726
應收票據		1,556,460	1,901,694
預付款項、其他應收款項及其他資產		12,716,504	6,901,965
可收回稅項		136,218	122,154
按公平值計入損益之金融資產		2,112,893	1,342,088
衍生金融工具		341,569	240,587
受限制現金及已抵押存款		653,303	576,758
現金及現金等值項目		6,972,982	11,509,166
分類為持作出售之資產	9	47,257,267 <u>3,845</u>	47,847,734 <u>3,952</u>
流動資產合計		<u>47,261,112</u>	<u>47,851,686</u>

		2022年 6月30日 (未經審核) 千港元	2021年 12月31日 (經審核) 千港元
	附註		
流動負債			
應付貿易賬款	13	14,146,910	15,826,244
應付票據		2,615,750	3,599,248
其他應付款項及預提費用		15,271,441	12,743,589
計息銀行貸款及其他貸款	14	6,116,614	6,387,292
租賃負債		157,439	140,820
應付稅項		157,407	116,231
認沽期權金融負債		132,370	121,370
衍生金融工具		139,225	34,782
預計負債		908,049	971,448
		<u>39,645,205</u>	<u>39,941,024</u>
流動負債合計			
		<u>39,645,205</u>	<u>39,941,024</u>
淨流動資產			
		<u>7,615,907</u>	<u>7,910,662</u>
總資產減流動負債			
		<u>19,325,391</u>	<u>19,593,313</u>
非流動負債			
計息銀行貸款及其他貸款	14	1,142,663	492,825
租賃負債		257,308	319,684
遞延稅項負債		337,137	341,846
其他長期應付款項		40,132	48,715
衍生金融工具		-	17,579
		<u>1,777,240</u>	<u>1,220,649</u>
非流動負債合計			
		<u>1,777,240</u>	<u>1,220,649</u>
淨資產			
		<u>17,548,151</u>	<u>18,372,664</u>
權益			
歸屬於母公司擁有者之權益			
已發行股本	15	2,495,496	2,479,959
儲備		14,675,797	15,477,904
		<u>17,171,293</u>	<u>17,957,863</u>
非控股權益			
		<u>376,858</u>	<u>414,801</u>
權益合計			
		<u>17,548,151</u>	<u>18,372,664</u>

附註：

1. 編製基準

該等未經審核中期簡明綜合財務報告乃根據香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的香港會計準則第34號中期財務報告以及香港聯合交易所有限公司（「香港聯交所」）證券上市規則（「上市規則」）附錄十六之披露規定而編製。

未經審核中期簡明綜合財務報告不包括年度財務報告所需之所有資料及披露，及應與本集團截至2021年12月31日止之年度綜合財務報告一併閱覽。

編製該等未經審核中期簡明綜合財務報告時所採納之會計政策及編製基準，除下文附註2所披露之採納經修訂之香港財務報告準則外，與編製本集團截至2021年12月31日止年度之年度綜合財務報告所採納者相符，而該等未經審核中期簡明綜合財務報告乃根據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」）（包括所有香港財務報告準則、香港會計準則及詮釋）、香港公認會計原則及香港公司條例之披露規定而編製。

除衍生金融工具及若干金融資產以公平值計量外，該等未經審核中期簡明綜合財務報告乃根據歷史成本記賬法編製。分類為持作出售之資產按賬面值及公平值減銷售成本（以較低者為準）列賬。除另有說明者外，該等未經審核中期簡明綜合財務報告以港元（「港元」）呈列，所有價值均已湊整至最接近千位。

2. 會計政策及披露之變動

除採納於2022年1月1日生效之經修訂香港財務報告準則外，編製未經審核中期簡明綜合財務報告採納之會計政策與編製本集團截至2021年12月31日止年度之年度綜合財務報告所遵循者一致。

香港財務報告準則第3號修訂

提述概念框架

香港會計準則第16號修訂

物業、廠房及設備：作擬定用途前的所得款項

香港會計準則第37號修訂

虧損性合約—履行合約的成本

2018年至2020年週期香港財務報告準則之年度改進

香港財務報告準則第1號、香港財務報告準則第9號、香港財務報告準則第16號相關闡釋範例及香港會計準則第41號之修訂

香港財務報告準則第3號修訂旨在以2018年6月頒佈的引用*財務報告概念框架*取代引用先前*財務報表編製及呈列框架*，而毋須大幅度改變其規定。該等修訂亦就香港財務報告準則第3號就實體引用概念框架以釐定構成資產或負債之內容之確認原則增設一項例外情況。該例外情況規定，對於可能屬於香港會計準則第37號或香港(國際財務報告詮釋委員會)－詮釋第21號範圍內的負債及或然負債而言，倘該等負債屬單獨產生而非於企業合併中產生，則應用香港財務報告準則第3號的實體應分別參考香港會計準則第37號或香港(國際財務報告詮釋委員會)－詮釋第21號，而非概念框架。此外，該等修訂澄清或然資產於收購日期不符合確認條件。本集團已就自2022年1月1日或以後發生之企業合併提前採納該等修訂。因於期內未有在於該等修訂範圍內因企業合併而產生的或然資產、負債及或然負債，該等修訂對本集團的財務狀況及業績並無任何影響。

香港會計準則第16號修訂禁止實體從物業、廠房及設備的成本中扣除資產達到管理層預定的可使用狀態(包括位置與條件)過程中產生的全部出售所得款項。實體必須將該等資產的出售所得款項計入損益。本集團已追溯應用該等修訂於2021年1月1日或以後可供使用的物業、廠房及設備項目。由於於2021年1月1日或以後沒有出售可供使用的物業、廠房及設備項目，該等修訂對本集團的財務狀況或業績並無任何影響。

香港會計準則第37號修訂澄清，就根據香港會計準則第37號評估合約是否屬虧損性而言，履行合約的成本包括與合約直接相關的成本。與合約直接相關的成本包括履行該合約的增量成本(例如直接勞工及材料)及與履行合約直接相關的其他成本分配(例如分配履行合約所用物業、廠房及設備項目的折舊開支以及合約管理及監管成本)。一般及行政成本與合約並無直接關連，除非根據合約明確向對手方收取費用，否則不包括在內。本集團已追溯應用該等修訂於2022年1月1日或以後未有符合其所有義務之合同及沒有可辨認之虧損合同。因此，該等修訂對本集團的財務狀況或業績並無任何影響。

香港財務報告準則2018年至2020年週期之年度改進載列香港財務報告準則第1號、香港財務報告準則第9號、香港財務報告準則第16號相應闡釋範例及香港會計準則第41號之修訂。適用於本集團修訂的詳細內容如下：

- 香港財務報告準則第9號金融工具：闡明實體於評估新訂或經修訂金融負債條款是否明顯不同於原金融負債的條款時所包含的費用。該等費用僅包括借款人及貸款人之間支付或收取的費用，包括借款人及貸款人代表另一方支付或收取的費用。本集團已追溯應用該等修訂於2022年1月1日或以後之已修改或交換之金融負債。由於本集團於期內沒有修改或交換之金融負債，該等修訂對本集團的財務狀況或業績並無任何影響。
- 香港財務報告準則第16號租賃：刪除香港財務報告準則第16號隨附的說明性例子13中出租人與租賃物業裝修有關的付款說明。此舉消除應用香港財務報告準則第16號時對租賃激勵措施的潛在混淆。

3. 已頒佈但尚未生效之香港財務報告準則

本集團並無於該等未經審核中期簡明綜合財務報告內應用下列已頒佈但尚未生效之新訂及經修訂香港財務報告準則。

香港財務報告準則第10號及 香港會計準則第28號修訂（2011年）	投資者與其聯營公司或合資公司之間 資產出售或注資 ²
香港財務報告準則第17號	保險合同 ¹
香港財務報告準則第17號修訂	保險合同 ^{1,4}
香港財務報告準則第17號修訂	初始應用香港財務報告準則第17號及香港財務 報告準則第9號—比較資料 ¹
香港會計準則第1號修訂	分類負債為流動或非流動 ^{1,3}
香港會計準則第1號及香港財務 報告準則實務聲明第2號修訂	會計政策之披露 ¹
香港會計準則第8號修訂	會計估計之定義 ¹
香港會計準則第12號修訂	由單一交易引致與遞延稅項有關之資產及負債 ¹

¹ 於2023年1月1日或之後開始之年度期間生效

² 有待釐定強制生效日期，但可供採納

³ 作為於2020年8月香港會計準則第1號修訂的結果，香港詮釋第5號財務報表呈報—借款人對載有按要求償還條款的定期貸款的分類已於2020年10月進行修訂，以使相應措詞保持一致而結論保持不變

⁴ 作為於2020年10月頒佈的香港財務報告準則第17號修訂的結果，香港財務報告準則第4號已作出修訂，以延長允許保險人於2023年1月1日之前開始年度期間應用香港會計準則第39號而非香港財務報告準則第9號的暫時豁免

本集團正在評估初次應用該等新訂及經修訂香港財務報告準則之影響。迄今為止，本集團認為該等新訂及經修訂香港財務報告準則不大可能對本集團之經營業績及財務狀況產生重大影響。

4. 經營分類資料

為了更好地分配資源、評估業績以及幫助投資者了解本集團業績經營狀況，本集團對經營分類的劃分進行了重新梳理，按照業務屬性及發展階段、產品和勞務、風險和回報等，劃分了以下七個可報告經營分類：

- (a) 大呎吋顯示分類 — 於下列地區製造及銷售大呎吋智屏：
 - 大呎吋顯示 — 中國市場；及
 - 大呎吋顯示 — 國際市場；
- (b) 中小呎吋顯示分類 — 製造及銷售中小呎吋顯示；
- (c) 智慧商顯分類 — 製造及銷售智慧商用顯示業務；
- (d) 互聯網業務分類 — 會員卡、視頻點播、廣告、垂直類應用及其他新業務；
- (e) 全品類營銷分類 — TCL品牌空調、冰箱及洗衣機及其他家電銷售業務；
- (f) 光伏業務分類 — 戶用及工商類分布式光伏業務；及
- (g) 智能家居、智能連接設備及其他分類。

本公司之管理層個別監察本集團經營分類之業績，以作出有關資源分配及表現評估之決策。分類表現乃根據各經營分部的分部收入及毛利作出評估。

有關該等可報告分類之資料(連同彼等之相關比較資料)呈列於下文。

截至6月30日止六個月

	大呎吋顯示		中小呎吋顯示		智慧商顯		互聯網業務		全品類營銷		光伏業務		智能家居、智能連接設備及其他		綜合			
	中國市場		大呎吋顯示—國際市場		2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021		
	(未經審核) 千港元	(未經審核) 千港元	(未經審核) 千港元	(未經審核) 千港元	(未經審核) 千港元	(未經審核) 千港元	(未經審核) 千港元	(未經審核) 千港元	(未經審核) 千港元	(未經審核) 千港元	(未經審核) 千港元	(未經審核) 千港元	(未經審核) 千港元	(未經審核) 千港元	(未經審核) 千港元	(未經審核) 千港元		
銷售予外界客戶	6,318,720	6,428,749	13,341,230	16,656,831	7,062,502	6,069,136	248,538	145,157	942,110	720,772	4,247,585	3,352,343	172,199	-	1,346,372	1,560,860	33,679,256	34,933,848
毛利	1,402,823	1,310,957	2,267,406	2,397,501	770,576	771,660	39,485	20,642	491,909	403,159	585,720	378,979	14,204	-	209,439	282,945	5,781,562	5,565,843

5. 收入

收入分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2022	2021
	(未經審核)	(未經審核)
	千港元	千港元
來自客戶合約之收入	33,679,256	34,933,848

來自客戶合約的分類收入信息

截至2022年6月30日止六個月

分類	大呎吋顯示 (未經審核) 千港元	中小呎吋 顯示 (未經審核) 千港元	智慧商顯 (未經審核) 千港元	互聯網業務 (未經審核) 千港元	全品類營銷 (未經審核) 千港元	光伏業務 (未經審核) 千港元	智能家居、	合計 (未經審核) 千港元
							智能連接 設備及其他 (未經審核) 千港元	
貨物或服務類型								
銷售貨物	19,659,950	7,062,502	248,538	73,423	4,247,585	172,199	1,346,372	32,810,569
視頻點播服務	-	-	-	262,869	-	-	-	262,869
廣告、垂直類應用及 其他新業務	-	-	-	605,818	-	-	-	605,818
來自客戶合約之收入總額	19,659,950	7,062,502	248,538	942,110	4,247,585	172,199	1,346,372	33,679,256
地區市場								
中國內地	6,318,720	29,511	127,871	814,374	2,535,773	172,199	456,748	10,455,196
歐洲	2,329,455	1,038,346	17,959	-	172,507	-	486,073	4,044,340
北美	4,283,909	4,410,100	102,708	6,201	51,990	-	191,391	9,046,299
新興市場	6,727,866	1,584,545	-	121,535	1,487,315	-	212,160	10,133,421
來自客戶合約之收入總額	19,659,950	7,062,502	248,538	942,110	4,247,585	172,199	1,346,372	33,679,256
收入確認之時間								
在某一時間點轉讓貨物	19,659,950	7,062,502	248,538	73,423	4,247,585	172,199	1,346,372	32,810,569
服務隨時間轉移	-	-	-	262,869	-	-	-	262,869
在某一時間點轉讓服務	-	-	-	605,818	-	-	-	605,818
來自客戶合約之收入總額	19,659,950	7,062,502	248,538	942,110	4,247,585	172,199	1,346,372	33,679,256

截至2021年6月30日止六個月

分類	中小呎吋		智慧商顯 (未經審核) 千港元 (經重列)	互聯網業務 (未經審核) 千港元	全品類營銷 (未經審核) 千港元 (經重列)	智能家居、 智能連接	合計 (未經審核) 千港元
	大呎吋顯示 (未經審核) 千港元 (經重列)	顯示 (未經審核) 千港元 (經重列)				設備及其他 (未經審核) 千港元 (經重列)	
貨物或服務類型							
銷售貨物	23,085,580	6,069,136	145,157	98,869	3,352,343	1,560,860	34,311,945
視頻點播服務	-	-	-	182,149	-	-	182,149
廣告、垂直類應用及 其他新業務	-	-	-	439,754	-	-	439,754
來自客戶合約之收入總額	<u>23,085,580</u>	<u>6,069,136</u>	<u>145,157</u>	<u>720,772</u>	<u>3,352,343</u>	<u>1,560,860</u>	<u>34,933,848</u>
地區市場							
中國內地	6,428,749	27,427	145,157	599,930	1,724,033	552,610	9,477,906
歐洲	3,158,733	1,579,477	-	-	171,545	695,047	5,604,802
北美	6,869,276	2,914,345	-	10,157	288,289	280,534	10,362,601
新興市場	<u>6,628,822</u>	<u>1,547,887</u>	<u>-</u>	<u>110,685</u>	<u>1,168,476</u>	<u>32,669</u>	<u>9,488,539</u>
來自客戶合約之收入總額	<u>23,085,580</u>	<u>6,069,136</u>	<u>145,157</u>	<u>720,772</u>	<u>3,352,343</u>	<u>1,560,860</u>	<u>34,933,848</u>
收入確認之時間							
在某一時間點轉讓貨物	23,085,580	6,069,136	145,157	98,869	3,352,343	1,560,860	34,311,945
服務隨時間轉移	-	-	-	182,149	-	-	182,149
在某一時間點轉讓服務	-	-	-	439,754	-	-	439,754
來自客戶合約之收入總額	<u>23,085,580</u>	<u>6,069,136</u>	<u>145,157</u>	<u>720,772</u>	<u>3,352,343</u>	<u>1,560,860</u>	<u>34,933,848</u>

6. 融資成本

	截至6月30日止六個月	
	2022 (未經審核) 千港元	2021 (未經審核) 千港元
以下各項之利息：		
銀行及其他貸款	218,448	188,788
一間TCL科技集團股份有限公司(「TCL科技」) 控制之公司之貸款	625	4,550
TCL實業控股股份有限公司(「TCL控股」) 控制之公司之貸款	21,390	11,601
與認沽權有關之金融負債之估算利息	2,059	–
租賃負債之利息支出	11,390	12,005
	<u>253,912</u>	<u>216,944</u>
本期融資成本總額	<u>253,912</u>	<u>216,944</u>

7. 除稅前利潤

本集團除稅前利潤乃經扣除：

	截至6月30日止六個月	
	2022 (未經審核) 千港元	2021 (未經審核) 千港元
物業、廠房及設備折舊	199,953	172,214
投資物業折舊	7,420	7,437
使用權資產折舊	96,167	67,136
其他無形資產攤銷	298,728	284,686
獎勵計劃下以股份支付僱員薪酬福利	104,119	23,839
一間附屬公司之股權激勵福利	–	39,327
以股份支付之購股權開支	91	327
	<u>91</u>	<u>327</u>

8. 所得稅

香港利得稅乃按期內在香港產生之估計應課稅利潤以16.5%（2021年6月30日：16.5%）之稅率計提撥備，除本集團一間附屬公司（2021年6月30日：無附屬公司）為利得稅兩級制下之合資格實體外。該附屬公司截至2022年6月30日止六個月首2,000,000港元之應課稅利潤按稅率8.25%徵稅，而剩餘應課稅利潤按稅率16.5%徵稅。其他地區之應課稅利潤稅項乃按本集團經營所在國家／司法權區當時之稅率計算。

	截至6月30日止六個月	
	2022 (未經審核) 千港元	2021 (未經審核) 千港元
本期—香港		
期內稅項支出	61,189	22,369
過往期內超額撥備	—	(602)
本期—其他地區		
期內稅項支出	155,429	124,782
過往期內撥備不足／(超額撥備)	35,040	(10,276)
遞延	<u>(42,625)</u>	<u>(64,235)</u>
本期稅項支出總額	<u>209,033</u>	<u>72,038</u>

9. 分類為持作出售之資產

於2021年5月20日，本集團決定出售其位於中國境內的一幅土地及該土地上的樓宇。出售預計將於2022年完成。於2022年6月30日，有關出售的最終談判正在進行中，該土地及樓宇分類為持作出售之流動資產。

10. 股息

董事會已決議就截至2022年6月30日止六個月不宣派任何股息（2021年6月30日：無）。

11. 母公司普通股股東應佔每股盈利

每股基本及攤薄盈利乃根據以下各項計算：

	截至6月30日止六個月	
	2022 (未經審核) 千港元	2021 (未經審核) 千港元
盈利		
用作計算每股基本及攤薄盈利之 母公司普通股股東應佔之利潤：	<u>248,962</u>	<u>1,041,140</u>
股份		
用作計算每股基本盈利之期內已發行普通股減就獎勵計劃 而持有的股份之加權平均數	<u>2,406,385,683</u>	2,404,554,107
攤薄影響—普通股之加權平均數：		
購股權	<u>339,745</u>	21,671,544
獎勵股份	<u>106,721,621</u>	<u>35,966,063</u>
用作計算每股攤薄盈利之期內已發行普通股之加權平均數	<u>2,513,447,049</u>	<u>2,462,191,714</u>

12. 應收貿易賬款

本集團在中國內地之大部分銷售主要以貨到付款方式或以銀行擔保之商業票據結算，信貸期介乎於30日至90日。至於海外銷售方面，本集團一般要求以為期介乎90日至180日之信用證結賬。若干長期策略客戶之銷售按記賬形式進行，信貸期不超過180日。

除應收關聯方款項外，鑑於上文所述，且事實上本集團之應收貿易賬款與大量分散之客戶有關，故並無重大的信貸集中風險。本集團就一組客戶欠付之應收貿易賬款約374,334,000港元(2021年12月31日：443,049,000港元)持有一項商業物業作為抵押品，按年利率3%(2021年12月31日：3%)計息。本集團並無就其餘應收貿易賬款持有任何抵押品或其他加強信貸措施。其餘應收貿易賬款不計息。

於報告期間末，應收貿易賬款之賬齡分析(以發票日期計算)如下：

	2022年 6月30日 (未經審核) 千港元	2021年 12月31日 (經審核) 千港元
即期至90日	9,051,258	9,216,657
91日至180日	1,243,087	1,704,485
181日至365日	283,039	443,167
365日以上	<u>277,095</u>	<u>521,458</u>
	10,854,479	11,885,767
減值撥備	<u>(189,250)</u>	<u>(188,041)</u>
	<u><u>10,665,229</u></u>	<u><u>11,697,726</u></u>

本集團之應收貿易賬款中包括(i)將保理之應收款項940,701,000港元(2021年12月31日：955,454,000港元)，以及(ii)根據本集團持續參與本集團沒有保留也沒有實質上轉移絕大部分風險及回報的保理應收貿易賬款的程度而確認的資產以及相關負債38,391,000港元(2021年12月31日：9,016,000港元)。上述應收款項乃分類為按公平值計入損益之金融資產。其餘應收貿易賬款賬面總額9,875,387,000港元(2021年12月31日：10,921,297,000港元)按攤餘成本計量。

13. 應付貿易賬款

於報告期間末，應付貿易賬款之賬齡分析(以發票日期計算)如下：

	2022年 6月30日 (未經審核) 千港元	2021年 12月31日 (經審核) 千港元
即期至90日	11,613,992	13,976,830
91日至180日	2,104,298	1,468,244
181日至365日	93,711	145,062
365日以上	<u>334,909</u>	<u>236,108</u>
	<u>14,146,910</u>	<u>15,826,244</u>

應付貿易賬款為免息，信貸期一般介乎30日至120日。

14. 計息銀行貸款及其他貸款

	2022年 6月30日 (未經審核) 千港元	2021年 12月31日 (經審核) 千港元
流動		
銀行貸款—無抵押	6,078,223	6,356,258
其他貸款—無抵押	—	22,018
作為保理應收貿易賬款代價之銀行墊款	38,391	9,016
	<u>6,116,614</u>	<u>6,387,292</u>
非流動		
銀行貸款—無抵押	1,142,663	492,825
	<u>7,259,277</u>	<u>6,880,117</u>
分析為：		
償還銀行貸款：		
於一年內或按要求	6,116,614	6,365,274
於第二年内	148,854	117,057
於第三年至第五年內(包括首尾兩年)	934,180	253,448
五年以上	59,629	122,320
	<u>7,259,277</u>	<u>6,858,099</u>
分析為：		
償還其他貸款：		
於一年內或按要求	—	22,018
	<u>7,259,277</u>	<u>6,880,117</u>

附註：

- (a) 於2022年6月30日及2021年12月31日，本集團之銀行及其他貸款之賬面值貼近其公平值。
- (b) 於報告期間末，TCL控股連同TCL科技並未為本集團之任何銀行貸款作擔保(2021年12月31日：3,564,279,000港元)、TCL科技已個別為本集團之若干銀行貸款作擔保，擔保金額達145,724,000港元(2021年12月31日：1,598,204,000港元)及TCL控股已個別為本集團之若干銀行貸款作擔保，擔保金額達5,180,324,000港元(2021年12月31日：無)。

15. 股本

	2022年 6月30日 (未經審核) 千港元	2021年 12月31日 (經審核) 千港元
法定：		
3,000,000,000股(2021年12月31日： 3,000,000,000股) 每股1.00港元之股份	<u>3,000,000</u>	<u>3,000,000</u>
已發行及已繳足：		
2,495,495,667股(2021年12月31日： 2,479,959,408股) 每股1.00港元之股份	<u>2,495,496</u>	<u>2,479,959</u>

於2022年4月27日，本公司根據獎勵計劃(以新股份方式作出)配發及發行15,497,430股股份。

於截至2022年6月30日止六個月內，根據購股權計劃之條款，12,000股及26,829股購股權所附帶之認購權分別按行使價每股3.5700港元及4.1520港元獲行使，引致以總現金代價(除費用前)約154,000港元發行合共38,829股每股1.00港元之股份。

16. 比較金額

若干比較金額已獲重新分類以符合本期之呈列及披露。

購買、出售或贖回證券

於截至2022年6月30日止六個月期間，本公司或其任何附屬公司概無購買、贖回或出售本公司上市證券。

中期股息

董事會已決議就截至2022年6月30日止六個月不宣派任何股息(2021年6月30日：無)。

企業管治

本公司已建立並將持續優化風險管理及內部控制系統，管理層定期與董事會及審核委員會匯報本公司管治的情況及改進進展，以不斷加強董事會與管理層在企業管治上的協作，並履行各自在企業管治方面的職責。

概無董事知悉任何資料合理顯示本公司於截至2022年6月30日止六個月內沒有遵守載列於上市規則附錄十四《企業管治守則》(「企業管治守則」)第二部分之守則條文(「守則條文」)，惟偏離守則條文第C.3.3條之情況除外。

根據企業管治守則下守則條文第C.3.3條規定，全體董事應清楚了解既定的權力轉授安排，而本公司應有正式的董事委任書，訂明有關委任的主要條款及條件。

Albert Thomas DA ROSA, Junior先生（當時之非執行董事，於2022年6月17日退任）、Robert Maarten WESTERHOF先生（當時之獨立非執行董事，於2022年6月17日退任）及曾憲章博士（獨立非執行董事）並無正式的委任書。因上述三位董事均已服務本公司一段相當長的時間，本公司與董事之間均了解委任條款及條件，因此並無有關安排之書面記錄。在任何情況下，所有董事（包括無委任書及以特定年期委任之董事）均應根據本公司之組織章程細則所述的方式輪值退任；而於重選退任董事時，應給予本公司股東足夠資料，使其可就相關董事的重選作出知情決定。

審核委員會

審核委員會已聯同本公司之管理層審閱本集團截至2022年6月30日止六個月之未經審核中期簡明綜合財務報告，包括本集團採納之會計原則。於本公告日期，審核委員會由三名成員組成，包括獨立非執行董事劉紹基先生（主席）、曾憲章博士及王一江教授。

本公司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訂立行為守則，其條款不遜於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（「標準守則」）所載之規定準則。經向全體董事作出特定查詢後，已確認彼等於截至2022年6月30日止六個月內已遵守標準守則所載之規定準則，以及本公司有關董事進行證券交易之行為守則。

遵守不競爭契約

本公司已收到來自TCL控股及T.C.L.實業(香港)各自簽立的不競爭契據(該不競爭契據(「不競爭契據(2020)」)以本公司為受益人由TCL控股及T.C.L.實業(香港)及本公司於2020年6月29日簽訂)確認書,確認自2022年1月1日起至2022年6月30日止期間(包括首尾兩日),彼等均已充分遵守不競爭契據(2020)。

本公司已收到來自TCL科技簽立的終止契據(該終止契據(「終止契據(2020)」)由TCL科技、T.C.L.實業(香港)及本公司於2020年6月29日簽訂)確認書,確認自2022年1月1日起至2022年6月30日止期間(包括首尾兩日),彼已充分遵守終止契據(2020)。

獨立非執行董事已審閱不競爭契據(2020)及終止契據(2020)之相關確認書,且彼等均信納期內不競爭契據(2020)及終止契據(2020)下之不競爭承諾已獲遵守。

代表董事會
杜娟
主席

香港, 2022年8月19日

於本公告日期,董事會成員包括執行董事杜娟女士、閔曉林先生及胡殿謙先生;非執行董事王成先生、孫力先生及李宇浩先生;及獨立非執行董事曾憲章博士、王一江教授及劉紹基先生。