

证券代码：000100

证券简称：TCL 集团

公告编号：2016-030

TCL 集团股份有限公司 2015 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 12,213,681,742 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.8 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

公司简介

股票简称	TCL 集团	股票代码	000100
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	廖骞	王建勋	
办公地址	广东省深圳市科技园高新南一路 TCL 大厦 B 座 19 楼	广东省深圳市科技园高新南一路 TCL 大厦 B 座 19 楼	
传真	0755-33313819	0755-33313819	
电话	0755-33968898	0755-33313811	
电子信箱	ir@tcl.com	ir@tcl.com	

二、报告期主要业务或产品简介

本公司主营业务主要包括11（7+3+1）个业务板块，具体情况如下：

1、产品业务（7个板块）：TCL多媒体电子（1070.HK）、TCL通讯科技（2618.HK）、华星光电、家电产业集团、通力电子（1249.HK）5家产业集团，以及商用系统业务群和部品及材料业务群（含TCL显示科技（0334.HK））；

2、服务业务（3个板块）：互联网应用及服务事业本部、销售及物流服务业务群（含翰林汇（835281））、以及金融控股集团；

3、创投及投资业务群。

公司全面启动了“智能+互联网”转型及建立“产品+服务”的商业模式的“双+”转型战略，围绕集团三条主要产品线，打造四大服务平台，构筑内容提供商、服务营运商、应用开发者的生态圈，为用户提供信息通讯、家庭娱乐、健康生活、智能家居的全方位解决方案。

关于本公司业务的详尽讨论，请参见本报告第四节的“管理层讨论与分析部分”。

三、主要会计数据和财务指标

1、近三年主要会计数据和财务指标

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

□ 是 √ 否

单位：人民币元

	2015 年	2014 年	本年比上年增减	2013 年
营业收入	104,579,482,205.00	101,028,675,160.00	3.51%	85,324,085,862.00
归属于上市公司股东的净利润	2,567,003,368.00	3,183,206,215.00	-19.36%	2,109,067,120.00
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,680,063,730.00	1,823,294,263.00	-7.86%	908,973,127.00
经营活动产生的现金流量净额	7,394,076,454.00	5,412,244,498.00	36.62%	5,181,613,549.00
基本每股收益（元/股）	0.2141	0.3480	-38.48%	0.2484
稀释每股收益（元/股）	0.2141	0.3475	-38.39%	0.2481
加权平均净资产收益率	10.40%	18.21%	-7.81%	15.84%
	2015 年末	2014 年末	本年末比上年末增减	2013 年末
总资产	111,754,820,447.00	92,876,886,421.00	20.33%	78,080,636,656.00
归属于上市公司股东的净资产	24,210,106,339.00	18,194,348,691.00	33.06%	14,168,316,437.00

2、分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	23,310,170,004.00	23,373,663,751.00	27,426,829,059.00	30,468,819,391.00
归属于上市公司股东的净利润	754,102,240.00	867,291,888.00	443,179,372.00	502,429,868.00
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	528,179,296.00	679,251,833.00	268,450,003.00	204,182,593.00
经营活动产生的现金流量净额	785,853,373.00	3,874,160,785.00	548,352,360.00	2,185,709,936.00

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

四、股本及股东情况

1、普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	586,602	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	566,476	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
惠州市投资控股有限公司	国有法人	7.18%	878,419,747	47,846,889			
李东生	境内自然人	5.22%	638,273,688	489,683,288	质押	473,483,388	
北京紫光通信科技集团有限公司	国有法人	3.96%	484,468,900	478,468,900			
新疆东兴华瑞股权投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	3.70%	452,660,287	452,660,287			
新疆九天联成股权投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	3.34%	408,899,521	408,899,521			
国开创新资本投资有限责任公司	国有法人	3.13%	382,775,119	382,775,119			
上银基金—浦发银行—上银基金财富 10 号资产管理计划	境内非国有法人	3.13%	382,775,119	382,775,119			
中国证券金融股份有限公司	国有法人	2.99%	365,516,818				
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	1.69%	206,456,500				
国开精诚（北京）投资基金有限公司	国有法人	1.57%	191,387,559	191,387,559			
上述股东关联关系或一致行动的说明	国开创新、国开装备的控股股东均为国开金融有限责任公司，国开精诚为国开金融有限责任公司的子公司管理的投资公司，国开创新、国开装备、国开精诚为一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无						

2、公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

五、管理层讨论与分析

1、总述

报告期内，本集团实现营业收入1,045.79亿元，同比增长3.51%，其中销售收入1,014.59亿元，同比增长4.00%；净利润32.3亿元，同比下降23.7%；其中归属于上市公司股东的净利润为25.94亿元，同比下降19.4%，扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润16.80亿元，同比下降7.86%。

集团利润同比下滑的主要原因有：（一）报告期内，华星光电继续保持运营效率、产能稼动率和经营效益的领先优势，但受市场需求不足、产品价格持续下降的影响，华星光电盈利同比下降14.9%；（二）报告期内，TCL多媒体电子在国内市场采取了更为积极主动地竞争策略以应对激烈的市场竞争，导致全年净利同比下降86.8%；但通过持续优化产品结构和提升运营效率，经营质量在四季度开始出现明显改善；（三）非经常性收益同比明显减少。

2015年，集团以“双+”转型和国际化的双轮驱动战略为核心，加强产品技术能力、工业能力、品牌及全球化能力和互联网应用服务能力建设，全面推进“智能+互联网”战略转型及建立“产品+服务”的商业模式，致力于成为领先的全球化智能产品制造及互联网应用服务的企业集团。

公司2015年研发投入37.7亿元，用于下一代新型显示技术、下一代通讯技术、多媒体应用技术、创新智能技术、互联网技术以及新材料等方面的研究，以巩固和提升集团在显示器件、芯片及软件、核心部件、整机生产工艺与互联网服务的技术优势。公司共申请发明专利3,758项，获得授权发明专利2,780项，TCL在中国企业中的国际发明专利申请量排名领先。

报告期内，公司的工业能力进一步提升。华星光电t1工厂最大产能达到15万片玻璃基板/月，成为世界最大的G8.5代液晶面板生产线；t2工厂1期产线投产后，产能和良品率提升顺利；华星光电为高端智能手机及平板等移动设备提供LTPS/AMOLED 显示面板的t3产线也于2016年2月10日点亮试产。TCL通讯科技惠州基地自动化水平进一步提升。

集团积极把握全球产业结构调整的机会，加快发展海外业务，制订了“巩固欧美市场，拓展新兴市场”的海外基本策略，提升全球竞争力。2015年TCL多媒体电子在北美市场销量突破100万台，TCL通讯科技在北美市场和欧洲市场销量分别达到1,454万台和2,110万台；TCL多媒体电子、TCL通讯科技和TCL家电产业集团在新兴市场协同联动，重点开拓印度、巴西市场，建立本地工业能力，规划TCL品牌及渠道建设。报告期内，集团海外业务销售收入达

到471.6亿元，同比增长3.73%。

为推进“智能+互联网”战略转型及建立“产品+服务”的商业模式，集团基于智能电视、智能移动终端、智能家电三大硬件平台，大力提升在视听体验、操控和交互领域的的能力；同时，基于一云多屏跨终端的全网用户运营的目标，组建了互联网应用及服务事业本部，以创新突破、开放合作、重组整合为原则，培育有竞争力的垂直应用业务，搭建互联网生态；通过云计算和大数据分析技术，构建基于各种智能终端的海量互联网的用户资产管理平台。

公司聚焦于家庭场景和移动场景，基于硬件入口优势，通过孵化、整合自有及第三方的服务和内容，搭建TCL智能生态圈，全网用户实现快速增长。截至2015年12月31日，智能电视TV+平台激活用户数1,192.5万，日均活跃用户数达到480.1万，同比增长111.6%，围绕视频、教育、游戏、生活的四大垂直子生态逐渐成熟，全年实现依据流量、内容分发及大数据分析等与合作伙伴的平台收益分成4,269万元。全球播作为公司孵化的垂直服务平台之一，至2015年底激活用户突破475万，票房收入快速提升，业务范围逐步向全球拓展。欢网科技在智能导视和增强电视领域获得进一步突破，与央视索福瑞共同开展智能电视大数据在电视收视行为、广告效果评估与受众研究领域的合作。报告期内，TCL多媒体电子引入乐视为战略投资者，积极提升智能电视应用和服务及内容运营、商业变现等能力，建立互利共赢的生态模式，创造新的商机和价值。

集团以产融协同的商业模式推动金融服务业务布局，建立面向产业链合作伙伴的供应链金融服务平台，并继续推动支付金融、小额贷、互联网金融及消费金融业务发展，与集团O2O平台共同构建起面向家庭用户和移动用户的服务闭环。

在全球经济动荡，国内经济结构亟需调整的背景下，集团将继续强化面板、芯片设计、核心部品及智能终端产品垂直一体化的工业优势，以用户体验为核心，围绕移动场景、家庭场景和商用场景，加强基础技术平台及用户系统、UI运营、垂直应用、内容整合的研究开发，为用户提供信息通讯、家庭娱乐、健康生活、智能家居的全方位解决方案以及行业互联网领域的系统解决方案。

2、报告期经营情况简介

集团产业及业务架构为“7+3+1”：

1、产品业务：TCL多媒体电子（1070.HK）、TCL通讯科技（2618.HK）、华星光电、

家电产业集团、通力电子（1249.HK）5家产业集团，以及商用系统业务群和部品及材料业务群（含TCL显示科技（0334.HK））。

2、服务业务：互联网应用及服务事业本部、销售及物流服务业务群、以及TCL金融控股集团。

3、创投及投资业务群。

TCL集团2015年各产业收入及利润变动情况（单位：亿元）

主要产业		销售收入	同比变动	净利润	同比变动
产品业务	TCL多媒体电子	273.84	3.08%	0.25	-86.8%
	TCL通讯科技	231.85	-5.46%	8.53	-1.27%
	家电产业集团	98.41	-1.96%	0.48	-15.8%
	通力电子	38.65	-9.02%	1.35	5.47%
	商用系统业务群	15.25	不适用	0.18	不适用
	华星光电	180.28	0.36%	20.70	-14.95%
	部品及材料	47.70	不适用	-0.34	-124.8%
服务业务	互联网应用及服务事业本部	12.11	不适用	-1.28	不适用
	销售及物流服务业务群	207.59	20.90%	1.61	-6.40%
	TCL金融控股集团	-	-	6.60	90.07%
创投及投资业务群		-	-	4.42	-0.97%

1. TCL多媒体电子

TCL多媒体电子主要从事LCD电视产品的生产与销售。报告期内，TCL多媒体电子实现销售收入273.84亿元（340.17亿港元¹），同比增长3.08%；实现净利润0.25亿元（0.26亿港元），同比下降86.8%，其中经营性盈利为0.93亿元，同比下降69%。

TCL多媒体的盈利下降，主要是因为TCL多媒体电子第三季度在国内市场采取了更为积极主动地竞争策略影响了毛利率水平，加之同期汇率剧烈变动的损失，三季度单季亏损4.38亿元。通过对产品结构的优化和运营效率的提升，TCL多媒体第四季度毛利率环比提升6.48个百分点，同时通过对冲手段降低汇率波动的影响，当季实现净利润2.63亿元（3.28亿港元¹）。

TCL多媒体电子LCD电视机产品按技术功能和市场区域构成（单位：万台）

	2015年	2014年	同比变化(%)
LCD电视机	1734.3	1657.4	4.6%
其中：智能/网络电视	626.5	375.5	66.8%
-中国市场	871.5	850.9	2.4%
-海外市场	862.8	806.5	7.0%

2015年，为了更好的应对国内电视机市场销售放缓、竞争加剧的环境，TCL多媒体电子采取了积极主动的销售策略，实现销量同比增长2.4%。同时，TCL多媒体电子积极调整运营效率和产品结构，推进线上线下一体化运营，深化渠道变革，提升电商渠道以及高端产品的销售占比。报告期内，TCL多媒体电子电商渠道占比提升至16.1%；推出了多款行业领先产品，包括结合了当今电视机行业顶尖的量子点和曲面两大核心技术的H8800系列电视及创曲面超薄电视新纪录的C1系列电视；中国市场智能电视及4K电视的销量占比分别增长至53.7%和19.9%；曲面电视累计销售21.8万台，在中国市场占有率达17.5%。

报告期内，TCL多媒体电子海外市场销量同比提升7.0%。其中，北美市场受益于全国性连锁销售渠道的拓展，LCD电视机销量同比增加180.2%；新兴市场产品结构改善，销量同比增长8.1%；欧洲市场由于汇率波动及竞争激烈影响，销量同比减少7.1%。

TCL多媒体电子全方位推进TV+战略，持续提升产品力。TCL多媒体电子于2015年12月公布引入乐视为战略投资者，乐视以每股6.50港元认购TCL多媒体电子3.49亿股股份，交易完成后持股比例约为20.1%。双方未来将围绕客厅互联网大屏用户，探索创新产品的共同研发、优质内容和垂直服务领域的用户联合营运、打通用户价值变现体系，拓展旗下产品的市场潜力。同时，TCL多媒体电子与全球知名内容服务商合作，联合开发新一代的智能电视产品。

TCL多媒体电子将继续把优化产品结构和销售渠道作为工作重点，加强产品技术的创新能力，提高运营效率，进一步巩固和提高电视机市场份额。2016年TCL多媒体电子液晶电视机的销售量目标为2,000万台。

2、TCL通讯科技

TCL通讯科技主要从事TCL和Alcatel 两个品牌移动终端的生产和销售，并为其用户提供互联网增值服务。

报告期内，TCL通讯科技实现主营业务收入231.9亿元（285.6亿港元¹），同比下降5.46%；净利润为8.51亿元（10.6亿港元¹），同比下降1.52%。受全球经济增长放缓、竞争更趋激烈及货币汇率波动等因素影响，TCL通讯科技产品销售均价由去年同期的53.5美元下降至46美

元。

TCL通讯科技产品按区域销售构成（单位：万台）

	2015年	2014年	变化(%)
-中国市场	932.7	762.7	22.3%
-海外市场	7,421.9	6,596.0	12.7%
合计	8,354.6	7,348.7	13.7%
其中：智能终端	4,800.4	4,146.5	15.8%

注：以上数据包含集团控股的么么哒手机销量。

TCL通讯科技专注于优化产品设计和改善产品结构，报告期内推出多款配备最新技术和功能的智能终端。TCL通讯科技在中高端市场推出具备眼纹识别技术和反转接听功能的IDOL 3手机，并于2016年世界移动通信大会上发布新一代手机IDOL 4和配备VR体验设备的IDOL 4S；针对户外用户推出拥有IP67级别防震、防水及防尘功能的GO PLAY手机。平板电脑及可穿戴设备方面，TCL通讯科技推出了10.1吋的平板电脑POP 10、全球首款兼容iOS和安卓系统的“三防”智能手表GO WATCH，以及全新智能触控家庭生活大屏终端Xess。

TCL通讯科技积极把握全球市场的结构性机会，持续优化不同区域的产品组合，获得全球主要运营商和分销商的认可。报告期内实现手机及其他产品销量8,354.6万台，同比增长13.7%。根据IDC及公司数据，TCL通讯科技2015年整体手机销量在全球手机制造商中位列第5位。其中，北美、欧洲等重点市场表现良好，分别销售1,454.3万台和2,110.5万台，同比增长73.2%和39.2%，智能终端占比约50.0%；中东及非洲销售1,010.0万台，同比增长7.21%；拉丁美洲受经济增长放缓及货币汇率波动影响，销售2,636.7万台，同比下降7.38%；亚太地区受到行业竞争白热化及货币汇率波动影响，销售210.4万台，同比下降52.3%；中国市场需求增速放缓，行业竞争激烈，销售310万台，同比下降37%。

面对全球智能手机增长放缓、行业竞争加剧的趋势，TCL通讯科技将持续提升产品技术创新能力和品牌力，积极把握4G网络普及带来的机遇，改善产品结构，持续提升欧美市场份额，抓住新兴市场及发展中国家对入门级智能手机的需求，抢占新兴战略市场份额，并加快开放渠道建设，突破中高端产品市场。

3、华星光电

华星光电从事液晶面板研发、生产和销售业务，现有三条液晶面板生产线，产

品全线覆盖大尺寸电视面板和中小尺寸移动终端面板。

报告期内，华星光电共投入玻璃基板192.15万张，同比增长19.7%，实现销售收入180.28亿元，净利润20.70亿元，因全球宏观经济低迷，液晶电视面板需求转弱，产品价格低于去年同期，华星光电盈利同比有所下降。

华星光电t1工厂最大产能达到15万片玻璃基板/月，成为世界最大的8.5代液晶面板生产线，其主要产品良率接近98%。t2工厂采用铜制程、COA、GOA、超窄边框、曲面、氧化物半导体、AMOLED等工艺技术，主要生产55吋超高清电视面板；t2工厂第一阶段已于2015年4月24日投产，产能爬坡和良率达到预定目标，产品受到国内外客户欢迎。

2015年，为顺应市场发展趋势，华星光电积极贯彻“从效率领先到产品领先”的竞争策略，通过导入新的技术工艺和开发中高端新品，提升产品性能以及大尺寸、超高清等产品的占比。报告期内，华星光电48吋以上大尺寸产品出货同比增长46.9%，超高清产品销售同比增长18%，其中55吋电视面板在2015年四季度共出货125万片，全球市场占比 17%，位列全球市场占有率前三名。在运营策略上，华星光电深度整合供应链资源，进一步降低生产成本，提升产品竞争力。华星光电t1产线的产能稼动率和产品综合良率以及主要运营、财务指标继续保持全球领先水平。

定位于6代LTPS (OXIDE) •LCD/AMOLED面板生产的武汉t3工厂已于2016年2月10日点亮试产，将与TCL通讯科技形成产业链一体化优势。2015年度在4.5代研发线上成功开发5吋、5.5吋、6吋等多种高分辨率、超窄边框、超薄LTPS FFS手机显示模组，为t3工厂的量产打下良好的基础。

报告期内，华星光电新增专利申请4,634项，累计申请中国专利5,744件，美国专利4,232件，PCT4,592件，其中中国专利已授权742件，美国专利已授权501件。

业界预计液晶电视大尺寸化趋势仍将延续，超高清、曲面、超薄、无边框、高色域、HDR大尺寸电视将供不应求，华星光电继续推进产品线优化和成本降低工作，保持经营效率和效益的领先优势。

4、家电集团

家电产业集团从事空调、冰箱、洗衣机及健康电器的生产和销售。报告期内，家电产业集团销售收入98.4亿元，同比基本持平，受合肥冰洗产业基地建设及投产前期成本摊销影响，家电集团净利润同比下滑15.8%至0.48亿元。

家电集团主要产品销售（单位：万台）

产品	2015年	2014年	变化(%)
空调	502.3	505.2	-0.56
冰箱	132.2	109.5	8.23
洗衣机	153.9	142.2	20.72

面对空调整体市场下滑的严峻环境，TCL空调重点优化销售渠道和推动增长模式转型。在销售渠道上，TCL空调把握国内市场新兴渠道的增长机遇，加强电商渠道建设；在海外市场与TCL多媒体电子联合拓展渠道，积极开拓战略客户。同时，TCL空调贯彻“产品领先”策略，产品结构向变频、高能效、智能化转型，并探索基于“智能互联”的用户经营模式，向产品力驱动和用户驱动的新型增长模式转型。

TCL冰洗业务聚焦智能、变频等新技术，扩充中高端产品线，持续提升产品力，获得多项IF设计大奖；以中高端产品为依托，优化销售渠道，全面进入全国家电连锁及部分地方电器连锁，拓展优质县级渠道及线上渠道，提升市场占有率。同时，TCL冰洗业务积极搭建智能家庭平台系统，提升用户体验。

健康电器聚焦于空净、水净、饮水机三大业务，以健康、智能为产品驱动力。报告期内，空净业务加深与电商渠道合作，拓展市场份额；净水业务重点通过线下渠道推广，并积极搭建净水服务平台。

5、通力电子

通力电子为全球消费电子一线品牌企业提供研发、生产及销售优质音视频产品和无线智能互联产品的ODM服务，主要产品包括音频产品、视盘机产品及流媒体播放机等。

报告期内，通力电子实现销售收入**38.65**亿元（**48.57**亿港元¹），同比下降**9.02%**，实现净利润**1.35**亿元（**1.68**亿港元¹），同比增长**5.47%**。受益于互联网和无线技术的快速发展，市场对智能手机和电视等相关的新型音频配套产品需求增加，通力电子紧跟市场发展趋势，积极加大无线技术及电声方面的研发力度，开发多款无线音箱、耳机等产品，新型音频业务得到快速发展；通过与国内外互联网企业合作拓展运营商业务，流媒体播放机销售持续上升；视盘机业务由于市场萎缩，销售同比下降。

通力电子在内生转型增长同时，还通过并购重组实现垂直资源整合，扩大业务规模。报告期内，通力电子重组广东瑞捷光电股份有限公司的模具及塑胶零部件制造业务；收购普笙集团股份有限公司**100%**股权；并与深圳前海浩方科技有限公司等共同成立创业投资基金，将

依托通力电子产业链优势进行创新型智能硬件和相关互联网服务业务布局。

通力电子将坚持以产品创新为发展策略，积极拓展新型音频和流媒体播放机业务，提升电声及相关技术的创新能力，对物联网行业持续投入，整合研发及供应链，为业内品牌企业及用户提供优质的产品与服务。

6、商用系统业务群

商用系统业务群负责B2B领域的业务，包括商用显示、科天智慧云、军工电子、医疗电子、照明和华瑞光电等企业。报告期内，商用系统业务的销售收入15.25亿元。

6.1 商用显示业务

集团通过TCL商用信息科技（惠州）股份有限公司运营商用显示业务，主要包括智慧商显业务和可视化业务。智慧商显业务集成多种信息技术及应用，以“系统+智能显示终端+服务”的业务模式，为酒店、教育、信息发布等行业用户提供系统产品与服务。可视化业务通过提供拼接屏、安防监视、执法仪和其他专业显示产品和相应系统，为公安、金融、交通等行业用户提供系统解决方案，报告期内，TCL商用显示作为起草单位参与公安部公共安全行业标准修订。

6.2 云服务及相关终端方案业务

集团与思科合资成立的科天智慧云致力于为中国企业和行业用户提供基于云端、支持多种终端接入的多场景视频通讯和协同办公系统，包括网络会议、在线培训、网络直播和远程支持，搭建的科天云是公司重要的公有商用云服务平台。报告期内，科天智慧云的数据中心、计费系统和客户系统上线，第一款WebEx产品于三季度正式商用，与多家企业开展合作。科天智慧云已同集团内的智能家庭、TCL多媒体电子、教育网和医疗电子等产业开展合作和协同。

6.3 军工电子业务

集团持有天津七一二通信广播有限公司21.9%的股权。七一二公司主要从事军用无线设备、卫星通信导航设备，以及专用、民用通信产品的研制生产。报告期内，七一二公司凭借在通信和商用系统领域的技术和渠道优势，把握专用及民用通信设备、集群移动通信等系统集成通信领域的发展机遇，继续扩大卫星通信领域和军用应用市场份额，并成功打开了警用通信市场。

6.4 医疗电子业务

集团通过TCL医疗控股有限公司运营医疗电子业务，聚焦于大型医疗影像诊断产品，包

括医用磁共振成像系统、CT、数字X射线诊断设备、X射线介入设备、医用超声诊断设备等与医疗影像相关的系统解决方案。

6.5 照明业务

集团通过惠州TCL照明电器有限公司运营照明业务，为用户提供从产品定义、光环境设计、节能方案、到售后维护的光环境整体解决方案。报告期内，TCL照明销售渠道拓展工作取得良好进展，与多家国内地产企业开展合作；海外OEM客户拓展初见成效，订单逐步交付，LED灯具销量同比增长28.8%。

6.6 光电业务

集团与瑞丰光电（300241.SZ）、晶元光电合资设立华瑞光电（惠州）有限公司，主要从事液晶电视背光灯条、手机背光LED、照明LED、LED光源模组生产及应用方案设计。2015年各方资源整合初见成效，生产的TV LED背光源已具有行业较强的产品竞争力，发展趋势良好。

7、部品及材料业务群

部品及材料业务群主要为终端产品提供材料、部品和附件产品，包括TCL显示科技、金能电池和环保业务。报告期内，部品及材料业务群实现销售收入47.7亿元。

7.1 TCL显示科技

TCL显示科技（0334.HK）主要从事中小尺寸TFT-LCD/CTP/OLED显示模组的研发、生产和销售。报告期内，TCL显示科技实现销售收入22.43亿元，同比下降14.2%，净利润0.70亿元。

报告期内，TCL显示科技重点推进工业能力和技术能力建设，加强后端模组自动化一体线的建设和On/In-cell产品研发工作，中高端产品比重持续增长，产品力持续提升。同时，TCL显示科技积极开拓高端客户市场，已成为国内主流智能手机厂商的深度合作伙伴，在交付周期、产品品质、以及服务方面深获客户好评。

7.2 金能电池

TCL金能电池聚焦于聚合物锂离子电池的研发、制造和销售。报告期内，金能电池继续加大研发投入，提高自动化能力与规模，随着技术能力和工业能力的提升，金能电池已陆续获得多家一线品牌客户的批量订单，客户结构和产品结构得到改善。

7.3 环保业务

集团通过惠州TCL环保资源有限公司运营环保业务，包括工业固废综合利用与处理处置，

家电拆解及深加工回收利用，改性塑料生产以及对外提供环保技术服务。

（二）服务业务

1、互联网应用及服务事业本部

互联网应用及服务业务涵盖集团面向用户提供家庭互联网和移动互联网各项应用及服务、及其支撑平台，包括互联网应用平台、移动互联网应用平台和云服务平台的运营，以及欢网科技、全球播、TCL教育网及在线教育项目、IMAX家庭影院、智能家庭项目公司和TCL文化传媒公司等企业。报告期内，集团组建了互联网应用及服务事业本部，负责通过云计算和大数据分析技术，构建基于各类智能终端的海量互联网用户资产管理平台，并通过开放合作及培育有竞争力的垂直应用业务搭建互联网生态。

1. 互联网应用平台

集团主要通过TCL多媒体电子的互联网业务中心运营智能电视TV+平台，进行产业生态建设。TV+平台以网格化launcher智能推荐系统作为用户导流基础，依托智能电视、智能机顶盒、IMAX家庭影院系统、游戏主机、游戏附件等智能终端搭建用户运营平台，基于付费内容分成、业务流量分成、服务内广告分成及有偿增值服务等商业模式，构建以“视频+游戏”子生态为基础服务、以“教育+生活”子生态为差异化服务的客厅经济生态圈。

截至2015年12月末，集团智能网络电视的累计激活用户数为1,192.5万，12月份日均活跃用户数为480.1万。用户粘性不断提升，视频平台日人均点播时长达到4.4小时，日均点播次数20.2次；游戏平台用户数为438.5万，周内日均使用时长已突破75分钟；教育平台累计激活用户152.4万；生活平台自7月底上线，已累计用户110万。

智能网络电视用户数据（单位：万）

	2015年	2014年	增减（%）
智能网络电视激活用户数（期末累计数）	1192.5	674.7	76.7
智能网络电视日均活跃用户数	4,80.1	226.9	111.6
游戏应用用户规模	438.5	29.2	1402.6

TCL多媒体电子于2015年12月公布引入乐视为战略投资者，通过在战略资源和商业模式方面多维度的深度战略合作，双方将在用户、产业链和企业价值有效互补和全面提升，引领客厅经济生态的发展。借助双方在内容及平台的优势，TCL将进一步丰富可运营的内容资源，提升TV+用户的体验，深度挖掘并创造更多的盈利模式，为全球家庭的大屏娱乐生活创造新价值。

互联网应用平台自二季度正式商业运营以来，全年实现服务分成收入4,269万元。2016年互联网应用平台将继续深化与生态圈各方的合作，推进全球播、网络教育、游戏等垂直应用业务，提升经营用户规模和终端ARPU值，预计全年主要基于智能电视平台分成的服务业务收入将过亿元。

1. 移动互联网应用平台

集团主要通过TCL通讯科技的移动互联网新兴业务中心运营移动互联网应用服务业务。移动互联网应用服务业务以云平台 and 大数据为基础，整合自有及第三方的内容与服务，构建移动互联网生态圈。

报告期内，移动互联网新兴业务中心加强了应用商店和游戏模块的运营，推出了包括Launcher应用的“小T桌面”，基于云相册照片、视频编辑与分享类应用“美丽故事”，以及面向海外用户服务的“User Care”等应用。截至12月末，移动互联网应用平台累计激活用户2,364.4万，应用下载量累计近2.3亿。

移动互联网应用平台用户数据（单位：万）

	2015年	2014年	增减（%）
累计激活用户数	2,364.4	713.3	231.5%
月活跃用户数（MAU）	894.2	293.1	205.1%
应用累计下载量	22,625.9	5,613.1	303.1%

搭建移动互联网应用服务平台将是集团2016年“双+”转型的重要工作，移动互联网新兴业务中心将依托公司强大的智能硬件入口优势，加强移动互联网应用开发，构建TCL应用产品矩阵，快速提升用户规模；并加强移动互联网用户运营能力，逐步建立基于广告、游戏联运及增值服务的移动变现渠道，提升移动终端ARPU值。

1.3 云服务平台

作为“双+”转型战略的重要组成部分，TCL云平台致力于打造“移动场景、家庭场景和商用场景”无缝衔接的统一平台，为TCL智能终端、内容和服务提供云存储、云计算等基础资源服务；并为TCL集团互联网应用及服务平台、O2O平台、金融服务平台等增值业务的开展提供通用后台服务支持；构建大数据平台，融合集团各产业公司数据，通过用户画像和统计/分析/挖掘的方法为业务运营和产品体验优化提供决策支撑和精准营销服务。报告期内，TCL云平台北京运营中心已开始为用户提供各项服务。

1.4 欢网科技

欢网科技是中国境内最大的第三方智能电视服务商，主要提供智能电视及OTT的整体业务解决方案以及相关的运营服务，重点发展智能导视、教育等增值业务，以及应用商店等业务。

欢网科技目前已覆盖17家智能电视终端厂商、20多家OTT厂商、12省广电运营商和11省电信运营商。截至12月末，欢网科技已连接智能终端超过3,900万台，激活用户已突破2,000万，日活跃用户超过600万，覆盖人群超过一个亿。其智能导视和应用商店等业务在广电运营商市场份额排在第一，教育在OTT市场覆盖率达到第一。

报告期内，欢网科技围绕用户运营持续开发迭代服务应用。智能导视业务可通过云端服务实现观众与节目内容的实时互动，节目商业转化率明显提升；基于网格化的新版应用商店可根据运营需求进行定制；教育、游戏和广告平台可针对用户大数据分析进行个性化升级优化。此外，欢网科技与央视-索福瑞达成战略合作，并共同开展智能电视大数据在电视收视领域的研究，推动和建立智能电视收视大数据的标准化应用，并开展智能电视多维数据的研究应用，其中已登陆央视猴年春晚进行实时动态收视服务。

欢网科技已完成B轮融资，引进腾讯作为战略投资者，进一步推动TCL客厅经济生态圈的建设。

1.5 全球播

全球播业务包括在全球（先以中国地区为主）提供智能家庭院线同步电影/首轮电影点播付费运营，以及向海外地区提供高清在线视频云服务。全球播院线业务采用票房分账模式，与电影制片方、发行方及终端厂商分成，并首创了广告积分兑换观影券的商业模式，目前已成为中国大陆地区最大的同步家庭电影院线运营平台。

报告期内，全球播持续拓展生态圈建设，在上游与广电总局旗下的唯一技术平台中国电影科学技术研究所达成排他战略合作，获得国内独家的电视电影院线实验牌照，并与中影、华夏等内容方广泛合作；下游已覆盖国内主流智能电视厂商的绝大部分机型。截至12月31日，全球播院线已上映影片累计达到293部，同步电影11部，激活用户达到476万，月活跃用户峰值170万；广告平台与多家广告商签订了合作协议，广告片数量累计452部。

全球播在覆盖国内主流厂商的基础上逐步进行海外渠道拓展，积极扩充资源库，“GOLIVE TV”运营体系已集成中国大陆及港澳台的200多路优质华语直播频道资源，拥有最丰富的海外集成华语视频直播版权。全球播于8月和美国Roku公司签署了全球战略合作协议，加速国

际化拓展布局进程；于12月与腾讯签署战略合作，将极大丰富海外运营的内容供应。

全球播致力于建设面向全球的开放生态，构建涵盖十大语系的正版视频优质内容体系；并以电影内容同步分发、海外华语电视直播运营和新媒体版权内容点播等运营模式，提供全新的用户观影体验，建立创新的商业模式。

1.6 教育网业务

TCL教育网是中国最大的网络学历教育服务运营机构，在网络学历教育服务、汉语言水平考试（网考）服务方面居领先地位，并加大在互联网教育和职业教育方面的投资。

报告期内，奥鹏学历教育和职业教育工作进展顺利，学历教育的学习人数达到66.2万，职业教育的学习人数为31万；移动互联网业务慕课网APP、同学APP、奥鹏学吧APP等均取得了阶段性的成果。12月末，移动互联网教育业务累计注册用户数达到382万人，日活跃用户达到7.8万，在同类行业应用中用户数排名第一。

TCL教育网将运用自身在教育资源及线上线下运营能力方面的领先优势，在高成长的在线教育细分市场持续创新。

1.7 TCL-IMAX娱乐科技

集团与IMAX共同投资设立的TCL-IMAX娱乐有限公司定位于向高端用户提供私人影院的集成产品和服务解决方案。

TCL-IMAX的生产车间已通过测试，并在报告期内正式向市场投放产品和服务，正在积极拓展销售渠道。

1.8 TCL智能家居

TCL智能家居业务定位于为集团全线产品提供智能化解决方案，并通过标准化的通信手段和开放的技术架构，将全产业链产品、第三方硬件产品接入智能家居平台，以智能人机交互提升产品竞争力，加强客户粘性，以基于服务平台的数据分析获取用户、产品、服务的关联资料，实现产品、服务与用户三者的互动。

报告期内，TCL智能家居确立了智能化解决方案的技术架构、主要通信协议和软件接口的通用标准，并深化与第三方硬件厂商、平台提供商与内容提供方的合作，建立产品和系统的市场推广和销售渠道。

TCL智能家居将加强从核心通信控制模块、APP、通信协议到跨厂商设备互联、多服务共享的平台建设能力，提升智能家居系统解决方案和部分智能化单品的销售，搭建涵盖智能化系统、社区弱电系统、服务运营商等参与方在内的生态圈，加快智能家居行业标准建立和

市场应用。

1.9 TCL文化传媒公司

TCL文化传媒（深圳）有限公司主要从事文化影视投资、媒体运营、特许商品销售等业务，整合内外部专业资源进行数字广告资源开发和增值服务，并在符合TCL品牌发展和“双+”战略转型方向的影视和新媒体等领域开展战略投资。

TCL文化传媒参股北京太美慧谷文化传媒有限公司，与IMAX、华纳等共同投资拍摄《熊猫》纪录片。

1. 销售及物流服务业务群

销售及物流服务业务群包括翰林汇和酷友科技（O2O平台），报告期内，实现销售收入207.59亿元，同比增长20.9%。

2.1 翰林汇

翰林汇是专业从事IT产品销售与服务的业务平台，覆盖国内外一线品牌笔记本电脑、数码产品和相关配件。2015年12月29日，翰林汇正式挂牌新三板，证券代码为“835281”。

报告期内，翰林汇积极调整经营结构，不断丰富产品线，分销和零售业务均实现了高于行业的增长，市场竞争力与份额不断提升。同时积极开拓新业务，推动与京东和苏宁电商业务的全面合作，并协同TCL金融控股集团的金融资源，试点供应链金融服务业务。

翰林汇将着力于打造“销售+服务”为核心的线上线下销售服务平台，加大电商代运营和供应链金融服务的投入，推动业务战略转型。

2.2 酷友科技（O2O平台）

酷友科技包括客音（服务网）、速必达（物流网）、酷友电商（虚拟网）、体验店（实体网）四个业务板块，是集团O2O平台。

O2O业务平台以经营用户和服务用户为中心，构建以“产品+服务”为核心的生态系统，通过官网商城（mall.tcl.com）的运营为集团提供线上线下融合方案及相关专业运营，截至2015年底，O2O业务平台累计用户数量达到4,082万，注册会员524万人，初步构建了大会员体系，并推动大数据系统建设。垂直电商系统于2015年8月15日上线，以TCL产品为核心，构建同时面向消费者、经销商及零售商的电商平台，实行智能仓储管理，并提升物流配送能力，目前推广工作进展顺利。

O2O平台将重点聚焦于B2B2C双向电商平台建设，推动垂直电商系统向集团产业更大范围推广，建成以“TCL产品+服务”为核心的O2O生态系统。

3、TCL金融控股集团

报告期内，集团正式组建TCL金融控股集团，立足产业金融协同优势，建立面向产业链合作伙伴和个人用户的金融服务平台，在支持产业发展的同时，拓展金融业务空间。报告期内，TCL金融控股集团实现净利润6.7亿元。

TCL金融控股集团通过财务公司、保理公司、小贷公司、支付公司、T金所等企业为产业链合作伙伴和个人用户提供全线金融服务。报告期内，TCL金融控股集团资金结算金额达到3.1万亿元，同比增长55%。对公业务领域，针对供应商的互联网金融服务平台“简单汇”于6月份正式上线，全年交易额达10亿元，并针对经销商推出了“T票通”、“T发贷”等融资产品；个人业务以小贷公司为主体，积极发展个人贷款和消费金融，推出“员工贷”满足员工资金周转需求，并与奥鹏教育合作推出学费分期产品“E学贷”；支付金融拓展取得较大突破，全年交易额快速增长。

金融投资方面，集团战略入股上海银行，以提升金融服务板块的业务能力和技术平台能力，结合双方资源优势，共同探索基于智能硬件平台的金融服务模式；与上海银行、上海文化广播影视集团有限公司共同投资设立上银金融租赁股份有限公司。集团前期参股的湖北消费金融公司、惠州农商行等业务发展良好。

（三）集团创投及投资业务群

集团的创投业务以TCL创投公司为载体，借助集团在半导体显示、芯片设计及智能终端垂直整合的产业背景和专业的管理团队，聚焦前瞻性及相关技术创新性产业布局的创业投资业务。集团直接投资业务围绕集团产业链布局和整合能力，在有前景的非主营业务领域寻找直接投资机会。报告期内，创投与投资业务群实现净利润4.42亿元。

截止报告期末，TCL创投管理的基金规模为25.1亿元人民币，其中2015年新成立基金规模9.8亿元；累计投资项目65个，其中2015年完成投资项目15个，集中于新材料、信息服务业及新能源领域。TCL创投持有百勤油服（HK.02178）、天华阳光（NASDAQ.SKYS）、鼎立股份（SH.600614）、胜宏科技（SZ.300476）和创意信息（300366.OC）的股份，另有纳晶科技、中北通磁、赛特斯、多维度等7个项目陆续在新三板挂牌。

集团直接投资的外部项目公司，以财务投资模式运营，一般以参股方式持有，不介入经营管理。集团已有的直接投资项目包括地产类的花样年（HK.01777）、万达商业（HK.03699）、工业地产和资源公司等。

3、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

4、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
电视	27,383,550,418.00	22,634,459,537.00	17.34%	3.08%	2.56%	0.41%
手机	23,185,415,311.00	16,913,024,343.00	27.05%	-5.46%	-7.75%	1.81%
液晶面板	18,027,588,212.00	15,623,915,220.00	13.33%	0.36%	1.90%	-1.32%
冰箱、洗衣机、空调	9,841,125,400.00	8,232,170,193.00	16.35%	-1.96%	3.06%	-4.08%
DVD 产品	3,865,455,440.00	3,383,704,744.00	12.46%	-9.01%	-9.16%	0.14%
电脑分销	15,847,071,164.00	15,277,801,984.00	3.59%	20.94%	20.82%	-0.36%
其他及合并抵消	6,429,276,260.00	18,963,599,139.00	-194.96%	145.64%	140.84%	4.80%

5、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

6、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

7、面临暂停上市和终止上市情况

适用 不适用

六、涉及财务报告的相关事项

1、与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

2、报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

3、与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

2015年与2014年相比，新增合并子公司64家，增加原因为：新设立43家子公司，购买子公司14家，因取得控制权而纳入合并范围的子公司7家；减少合并单位7家，减少原因：3家子公司清算注销，4家子公司股权转让。

4、董事会、监事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明

适用 不适用