



信用等级通知书

信评委函字[2016]G371号

TCL集团股份有限公司：

受贵公司委托，中诚信证券评估有限公司对贵公司及贵公司拟发行的“TCL集团股份有限公司2016年面向合格投资者公开发行公司债券（第二期）”的信用状况进行了综合分析。经中诚信证评信用评级委员会最后审定，贵公司主体信用等级为AAA，评级展望稳定；本次债券的信用等级为AAA。

特此通告。

中诚信证券评估有限公司

信用评级委员会

二零一六年六月二十四日

TCL 集团股份有限公司 2016 年面向合格投资者公开发行公司债券（第二期）信用评级报告

债券级别	AAA
主体级别	AAA
评级展望	稳定
发行主体	TCL集团股份有限公司
发行总额	不超过20亿元
债券期限	5年期
债券利率	本期债券采用固定利率方式，终票面利率将根据簿记建档结果，由发行人与主承销商按照国家有关规定协商一致确定，并报国家有关主管部门备案，在债券存续期固定不变。
偿还方式	本期债券采用单利按年计息，不计复利。每年付息一次，到期一次还本，最后一期利息随本金的兑付一起支付。

概况数据

TCL 集团	2013	2014	2015	2016.3
所有者权益（亿元）	199.58	268.60	376.29	403.55
总资产（亿元）	780.81	928.77	1,117.5	1,244.2
总债务（亿元）	276.49	323.78	342.27	397.36
营业总收入（亿元）	855.04	1012.9	1,048.7	234.51
营业毛利率（%）	17.67	17.74	16.54	14.93
EBITDA（亿元）	80.47	97.91	84.86	-
所有者权益收益率（%）	14.45	15.76	8.58	3.52
资产负债率（%）	74.44	71.08	66.33	67.57
总债务/EBITDA（X）	3.44	3.31	4.03	-
EBITDA 利息倍数（X）	7.56	8.34	8.59	-

注：1、所有者权益包含少数股东权益，净利润包含少数股东损益；
2、2016 年第一季度所有者权益收益率指标经年化处理。

基本观点

中诚信证券评估有限公司（以下简称“中诚信证评”）评定“TCL 集团股份有限公司 2016 年面向合格投资者公开发行公司债券（第二期）”信用等级为 AAA，该级别反映了本期债券的信用质量高，信用风险极低。

中诚信证评评定发行主体 TCL 集团股份有限公司（以下简称“TCL 集团”或“公司”）主体信用等级为 AAA，评级展望为稳定，该级别反映了发行主体 TCL 集团偿还债务的能力极强，基本不受不利经济环境的影响，违约风险极低。中诚信证评肯定了 TCL 集团多元化及全球化运营、较强的市场竞争力、稳固的行业地位以及畅通的融资渠道等因素对公司业务发展和信用质量的支持。同时，中诚信证评也关注到黑电行业竞争日趋激烈，公司未来仍面临一定的资本支出等因素对其整体信用状况的影响。

正面

- 多元化、全球化的运营策略。公司参与多种家电及消费类电子产品的生产和经销，并已在中国、欧洲、北美及广义新兴市场形成了较为完整的全球市场布局。多元化和全球化的运营有助于公司规避单一外部风险因素，降低整体盈利能力的波动风险。
- 稳固的行业地位。凭借多年的经营积累，TCL 电视产品已建立了较高的品牌认知度和广泛的营销网络，黑电行业龙头企业的市场地位稳固。
- 融资渠道畅通。近年来，公司于资本市场使用多种金融工具顺利募集资金；此外，截至 2015 年末，公司获得各家银行授信总计 820.5 亿元，尚未使用授信额度为 559.5 亿元，直接和间接融资渠道畅通。

关注

- 黑电行业竞争日趋激烈，产品价格面临较大的

分析师

张 和 hzhang@ccxr.com.cn

罗彬璐 blluo@ccxr.com.cn

梁晓佩 xpliang@ccxr.com.cn

Tel: (021)51019090

Fax: (021)51019030

www.ccxr.com.cn

2016年6月24日

下行压力。电视市场竞争日趋激烈，显示技术的飞速发展、电视智能化大屏化趋势和互联网公司的进入打破了原有的竞争格局，产品价格面临一定的下行压力，利润空间被压缩。

- 净利润下滑幅度较大。受液晶电视板价格下行、市场需求低迷以及公司业务转型影响，2016年1~3月，公司实现净利润3.55亿元，比去年同期下降63.81%。
- 面临一定的资本支出压力。2016~2017年公司液晶面板仍有约130亿投资规划，公司面临一定的资本支出压力。

信用评级报告声明

中诚信证券评估有限公司（以下简称“中诚信证评”）因承做本项目并出具本评级报告，特此如下声明：

1、除因本次评级事项中诚信证评与评级对象构成委托关系外，中诚信证评、评级项目组成员以及信用评审委员会成员与评级对象不存在任何影响评级行为客观、独立、公正的关联关系。

2、中诚信证评评级项目组成员认真履行了尽职调查和勤勉尽责的义务，并有充分理由保证所出具的评级报告遵循了客观、真实、公正的原则。

3、本评级报告的评级结论是中诚信证评遵照相关法律、法规以及监管部门的有关规定，依据合理的内部信用评级流程和标准做出的独立判断，不存在因评级对象和其他任何组织或个人的不当影响而改变评级意见的情况。本评级报告所依据的评级方法在公司网站（www.ccxr.com.cn）公开披露。

4、本评级报告中引用的企业相关资料主要由评级对象提供，其它信息由中诚信证评从其认为可靠、准确的渠道获得。因为可能存在人为或机械错误及其他因素影响，上述信息以提供时现状为准。中诚信证评对本评级报告所依据的相关资料的真实性、准确度、完整性、及时性进行了必要的核查和验证，但对其真实性、准确度、完整性、及时性以及针对任何商业目的的可行性及合适性不作任何明示或暗示的陈述或担保。

5、本评级报告所包含信息组成部分中信用级别、财务报告分析观察，如有的话，应该而且只能解释为一种意见，而不能解释为事实陈述或购买、出售、持有任何证券的建议。

6、本评级报告所示信用等级自本评级报告出具之日起至本期债券到期兑付日有效；同时，在本期债券存续期内，中诚信证评将根据《跟踪评级安排》，定期或不定期对评级对象进行跟踪评级，根据跟踪评级情况决定是否调整信用等级，并按照相关法律、法规对外公布。

概 况

发债主体概况

TCL 集团股份有限公司(以下简称“公司”或“TCL 集团”)是根据《中华人民共和国公司法》(以下简称“公司法”)于 1997 年 7 月 17 日在中华人民共和国(以下简称“中国”)注册成立的有限责任公司,经广东省人民政府粤办函[2002]94 号文、粤府函[2002]134 号文及广东省经济贸易委员会粤经贸函[2002]112 号文和粤经贸函[2002]184 号文批准,公司在原 TCL 集团有限公司基础上,整体变更为股份有限公司,注册资本人民币 15.92 亿元。

2004 年 1 月,公司获得中国证券监督管理委员会签发的证监发行字[2004]1 号文批复,于深交所成功发行 5.9 亿股上市。后多次向特定投资者非公开发行股票,截至 2016 年 3 月 31 日,公司累计股本总数为 122.14 亿股。

公司主营业务范围包括公司主要经营彩电、家庭网络影音、手机、空调、白色家电、小家电、照明、压缩机以及电子产品物流服务等。

截至 2015 年 12 月 31 日,公司资产总额 1,117.55 亿元,所有者权益(含少数股东权益)合计 376.29 亿元,资产负债率为 66.33%;2015 年全年,公司实现营业总收入 1,048.77 亿元,净利润 32.29 亿元,经营活动净现金流 73.94 亿元。

截至 2016 年 3 月 31 日,公司资产总额 1,244.29 亿元,所有者权益(含少数股东权益)403.55 亿元,资产负债率 67.57%。2016 年 1~3 月,公司实现营业总收入 234.51 亿元,取得净利润 3.55 亿元,经营活动现金净流量为 2.38 亿元。

本期债券概况

表 1: 本期债券基本条款

基本条款	
发行主体	TCL 集团股份有限公司
债券名称	TCL 集团股份有限公司 2016 年面向合格投资者公开发行公司债券(第二期)
发行规模	不超过人民币 20 亿元(含 20 亿元)
债券期限	不超过 5 年
债券利率	本期债券采用固定利率方式,终票面利率将根据簿记建档结果,由发行人与主承销商按照国家有关规定协商一致确定,并报国家有关主管部门备案,在债券存续期固定不变。
偿还方式	本期债券采用单利按年计息,不计复利。每年付息一次,到期一次还本,最后一期利息随本金的兑付一起支付。
募集资金用途	用于补充营运资金、偿还债务等符合国家相关法律法规及政策要求的企业生产经营活动,具体由股东大会授权董事会根据公司财务状况与资金需求情况,在上述范围内确定

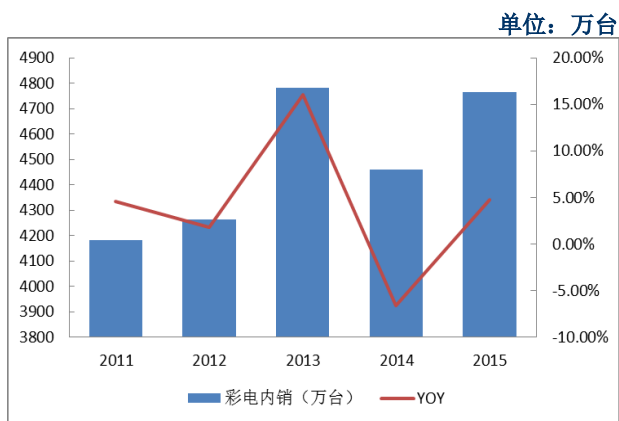
资料来源:公司提供,中诚信证评整理

行业分析

彩电行业

近来全球以及国内黑电市场景气度有所下滑,根据 Trend Force 旗下光电事业处 Wits View 报告显示,2013~2015 年全球液晶电视总出货量增长率分别为-1.7%、5.4%和-0.6%。2015 年成为继 2013 年后,再次出现年度出货负增长的一年。虽然国际彩电市场景气度不高,但中国彩电企业积极探索转型道路并拓展大尺寸高端产品。根据国家统计局数据显示,2013~2015 年中国彩电产量分别为 12,745 万台、14,129 万台和 16,207 万台。2015 年,彩电出货量达 1.45 亿台,同比增长 2.8%;彩电内销市场规模约为 5,434 万台,同比增长 4.5%。彩电零售量 4,674 万台,同比增长 4.8%。长期来看,近年来我国城镇化水平和人均可支配收入呈现稳步增长态势,家电首次购置需求和产品更新换代需求将进一步增强,这将为我国家电行业的长期发展提供有效支撑。

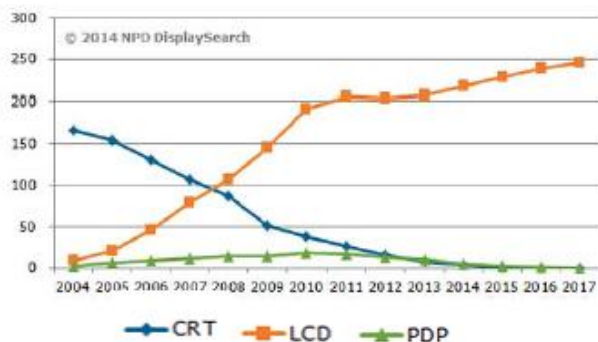
图 1: 2011~2015 年国内彩电内销情况



资料来源: 产业在线, 中诚信证评整理

从产品结构来看, 近年来液晶 (LCD) 电视对传统 CRT 电视和等离子 (PDP) 电视的替代效果明显, 内销市场 LCD 电视占比为 97% 以上, 其余为 PDP 电视, CRT 电视已基本退出, LCD 电视已成为影响整个电视行业变化的主导产品。未来, 电视机主机厂商将逐步停止 CRT 和 PDP 电视的生产, 预计到 2016 年上述两种产品将完全消失。

图 2: 2004~2017 年 CRT、LCD、PDP 电视出货量对比



资料来源: DisplaySearch, 中诚信证评整理

从显示技术分类来看, 近年来 3D 电视和 4Kx2K 全高清电视快速发展, OLED 技术成为各大厂商研发的重点之一。但考虑到 OLED 技术难度大、制造成本仍处于较高水平等因素, 中诚信证评认为 OLED 电视的大规模产业化仍需要一段时间, 短期内 4Kx2K 将成为市场主流。随着 4K 面板技术的提升和产能的扩充, 4K 面板成本大幅下降, 4K 超清电视价格也由上市之初的 10 万元以上降至目前的最低 3,000 元左右。虽然目前 4K 电视仍面临片源匮乏、信号普及难等问题, 但随着互联网电视服务商与彩电企业的合作加深、在线影视平台及部分有线电视台建设 4K 频道, 未来片源和渠道问题或将得以较快解决。

随着智能时代的到来, 互联网技术越来越多地应用到家电行业, “智能电视” 的提出重新定义了电视产品的功能和概念, 对电视产品的要求不仅仅局限于良好的硬件配置, 对内容和平台也存在较高要求, 技术发展将呈现跨界融和的新趋势。新的模式将使得行业竞争格局趋于复杂, 越来越多的非传统家电企业加入到市场竞争中来, 行业竞争主体趋向多元。短期来看, 以乐视、大麦为代表的新进入者愿意以较低的价格获取智能电视市场份额和用户数量, 从而促进以用户规模为基础的服务费、应用分成及终端广告的增长。竞争的加剧使得电视产品价格面临一定下行压力, 黑电行业的利润空间被压缩。

从产业布局来看, 液晶电视产业链较长, 技术要求高, 整个产业链具有全球化特征。用于生产面板的基材技术主要来源于美国和日本, 存在较多的技术和专利门槛; 液晶面板制造商主要集中在日本、韩国和台湾地区, 以韩国的 LG 和三星电子、台湾的奇美和友达、日本的夏普为首的前五大 LCD 面板厂商占全球市场份额的 80% 以上; 中国目前在产业链中主要集中于整机制造。目前, 国内大尺寸液晶面板较多的依赖于进口, 向产业链上游拓展将成为国内彩电龙头企业发展的趋势, 完善的产业链也将增强其核心竞争力。近年来, TCL 等国内彩电已经逐步向产业链上游发展, 完善行业产业链布局, 增强了企业的盈利能力和抗风险能力。

总体来看, 受政策退出等因素的影响, 2015 年国际黑电市场景气度依然不高, 但中国彩电企业积极探索高端产品使得当年彩电出货量以及内销量同比有所上升, 同时, 长期来看我国城镇化水平的提升和人均可支配收入的稳步增长为家电行业的发展提供有效支撑。此外, 2013 年 1 月, 工信部、发改委和财政部等六部委联合发布《关于普及地面数字电视接收机的实施意见》, 意见指出在 3~5 年内普及地面数字电视接收机, 实现境内销售的所有电视机都具备地面数字接收功能, 到 2020 年全面实现地面数字电视接收。目前, 我国数字电视渗透率仍处于较低水平, 这也将进一步促进存量 CRT 电视的更替, 刺激 LCD 电视等新型电视的市场需求。

面板行业

大尺寸面板是平板电视生产的核心部件，占液晶电视生产成本比重超过 60%，其生产具有投入规模大、周期性強和盈利波动幅度大等特点，经过数十年的发展，生产技术不断改进、市场普及程度不断提高，目前仍处于快速发展阶段。

从需求端来看，全球范围内大尺寸面板需求主要来源于液晶电视和显示器，两者合计需求占大尺寸面板总需求的比例超过 80%，其中液晶电视是决定全球大尺寸面板需求的最关键要素。2013 年以来，受家电补贴政策退出的影响，各大液晶电视厂商对短期市场需求预测较为谨慎，对面板的补货需求不高；与此同时，平板电脑对笔记本电脑的替代作用日趋明显，且平板电脑面板出货量也由于产品轻便化和小型化趋势呈现下降趋势。

从供给端来看，近两年国外各大面板厂商的经营策略由扩大生产规模以降低成本转变为新技术的研发，这导致了大尺寸面板产能增幅的大幅下滑。2015 年上半年起，京东方、LG、三星电子、龙飞光电和中电熊猫等各大厂商建设的高世代线将陆续投产，国内大尺寸面板的产能将大幅增加。根据群智咨询(Sintell)调查数据显示，2015 年 7 英寸以上的大尺寸液晶面板出货数量达到 8.4 亿片，同比下降 5%。其中国大陆面板厂的出货量达到 2.1 亿片，全球市占率提升到 25%。

总体来看，近年来得益于大尺寸电视价格快速下滑，电视大尺寸化趋势明显，40 英寸以上电视占比逐步攀升。2015 年，4Kx2K 电视、智能电视等市场热点对于 50 寸及以上大尺寸液晶电视需求存在较强的推动作用，出货面积增长将成为当期大尺寸面板市场的主流现象，并有望在一定程度上缓解未来两、三年内由于新建 8 代线产能逐渐释放所带来的产能过剩压力。

从全球竞争格局来看，中国作为全世界最大的电视机生产和消费国家，对面板的需求一直保持在较高水平。但过去很长一段时期内，日韩和台湾地区面板企业持续垄断面板生产和销售，并根据自身利益需要增减液晶面板供应、调整面板供应规格和时间等，严重限制了我国黑电行业的发展。2007 年以来，国家陆续出台各项政策在引导产业需求、完

善产业配套、提供资金支持和优化产业环境等各方面对面板行业大力扶持，并通过关税调整和垄断经济制裁等手段对国外面板厂商施加压力，加大了对国内面板企业的扶持力度。

2012 年 3 月，财政部公布自 2012 年 4 月 1 日起，对 4 个税目商品进口关税暂定税率进行调整，其中“32 英寸及以上不含背光模组的液晶显示板”的进口关税取消了原先的 3% 优惠税率，恢复至 5%。此前国内进口液晶面板的关税以 32 英寸为分界线，32 英寸以下的面板进口关税税率为 5%，32 英寸及以上的为 3%。2013 年 1 月，国家发改委针对台湾地区的友达、群创（奇美）、华映、彩晶和韩国的三星、LG 合计处以 3.53 亿元人民币的面板价格垄断经济制裁。关税调整和垄断经济制裁等措施有助于国产液晶面板替代进口面板，促进了国内面板企业的市场需求，为已投产的京东方和华星光电 8.5 代线提供了政策支持。

总体来看，近年来大陆企业在国家政策扶持和市场优势下快速发展，竞争力逐渐增强，中国大陆未来有可能成长为全球最大的液晶面板制造基地。未来新兴市场 LCD 电视需求增长和电视的大尺寸化趋势有助于提升对大尺寸面板的需求。中诚信证评也注意到随着新一批生产线的集中建设和投产，未来一段时间内中国面板行业可能面临新一轮的产能过剩风险。

通讯设备行业

随着全球电信运营商陆续投入 4G 商用网络业务，智能型手机等智能终端的市场将继续蓬勃发展。2013~2015 年全球智能型手机出货量分别为 10.04 亿部、11.67 亿部和 12.93 亿部，年均复合增长率为 13.48%。2015 年，来自中国地区的手机品牌合计出货量高达 5.39 亿部，占全球比重超过四成。此外，印度、拉美、中东和非洲等新兴市场将成为主要成长动力。

全球市场竞争来看，随着智能手机的迅速普及，三星、苹果、LG、HTC 等国际传统品牌厂商凭借强大的技术实力和品牌号召力，仍拥有较高的市场占有率；但国内品牌手机已经对国际大品牌手机造成了很大冲击，酷派、华为、中兴以及联想等

国内手机厂商发力 4G，凭借快速的市场反应能力、较高的性价比和与运营商良好的合作关系，在国内甚至全球的通讯行业竞争力逐步增强。

表 2：2014~2015 年全球智能手机出货量排名

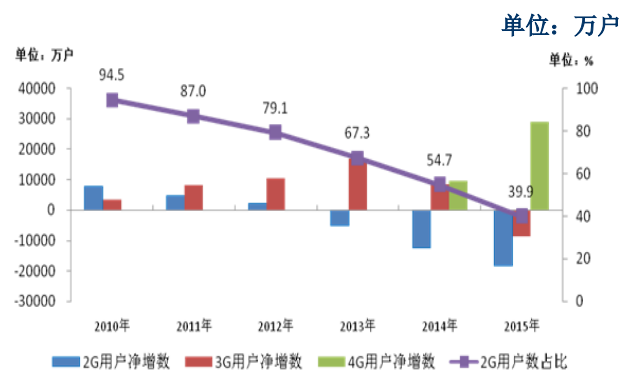
单位：万台

2014		2015	
厂商	份额(%)	厂商	份额(%)
三星	27.80	三星	24.80
苹果	16.40	苹果	17.50
联想	7.90	华为	8.40
华为	6.20	联想	5.60
LG	5.40	小米	5.40
其他	36.30	其他	38.30

资料来源：Trend Force，中诚信证评整理

国内方面，中国是全球最大的手机用户国家，移动电话用户保持较快增长。2015 年，我国移动电话用户净增 1,964.5 万户，其中，2G 移动电话用户减少 1.83 亿户，是上年净减数的 1.5 倍，占移动电话用户的比重由上年的 54.7% 下降至 39.9%。4G 移动电话用户新增 28,894.1 万户，总数达 38,622.5 万户，在移动电话用户中的渗透率达到 29.6%。

图 3：2010~2015 年我国移动电话用户数量



我国手机市场 2015 年销售手机 3.86 亿部，同比降低 0.8%。手机产量增速放缓显示出我国手机市场正在趋于饱和状态，手机用户增长的总量效应已结束，手机市场销量开始小幅下滑。但 4G 手机呈爆发式增长态势，其销量占比由 2014 年的 21.4% 达到 2015 年的 77.9%，而 3G、CDMA、GSM 制式的手机销量都有下滑，其中 4G 多模手机替代 3G 手机效果明显，三大运营商已全面开启 4G 网络建设，CDMA 手机销量减少的同时，也助力 4G 制式手机的销量增加。随着移动互联产业发展完善，用户使用智能手机的网络互联需求也急剧上升，4G 手机

对其以下制式手机的替代形势必然会进一步加剧。

总的来看，随着新兴市场对高性价比的智能手机需求持续增长，以及全球电信运营商陆续投入 4G 商用网络业务，全球智能机市场保持较高的增长速率；目前我国手机行业已趋近饱和状态，但 4G 手机由于其代替效应依旧是手机销售市场的主力军。

白电行业

白色家电是指冰箱、空调和洗衣机等家用电器。在经历 2013 和 2014 年行情稳步发展后，2015 年白电行业景气度明显下降。2015 年白电行业总体趋势是：行业普降，高端上涨。从销量来看，2015 年全国家用空调、冰箱和洗衣机的销量分别为 1.07 亿台、0.73 亿台和 0.56 亿台，同比分别下降 8.6%、3.7% 和 0.4%。产生这种趋势的原因第一，经济下滑是重要的背景因素。一方面，定位于中低端的中国白电产品，受利率波动影响了在欧美市场的销售。因此，中国传统白电外销疲软，出口下跌。另一方面，低端市场的低利润率，也是困扰着传统白电企业的主要问题。

第二，中国政府为了拉动需求，放开了改善型住房政策。2015 年，部分二线城市、大多数三四线城市房地产市场增长明显放缓，这导致白电需求总量下滑。同时，由于政府放开了改善型住房的政策，积累了三年的改善型需求释放，导致中高端白电产品不降反升。

第三，互联网与移动互联网快速发展，逐步改变了消费者信息获取渠道，改变了供应链规则。2015 年是一个家电行业“价格战”打的异常激烈的一年。当商品的信息不再是秘密的时候，没有个性的产品只有一步又一步地比拼价格，直至走上绝路。于是低端将只剩下几家管理与成本控制达到极致的企业，剩者为王。而高端产品则需要核心竞争力的支撑，体现出产品为王的特征，影响高端产品销售的，本质上就是产品本身，绝对不是价格或者渠道。

近年来，我国白色家电行业形成了以格力、海尔和美的三大企业为龙头，奥玛、美菱和 TCL 等多家企业激烈竞争的市场竞争格局。三大龙头企业在渠道、品牌、管理和规模等方面的优势明显，已经

占据国内白色家电行业 50% 以上的市场份额，行业集中度较高，预计未来还将进一步提升。

竞争优势

品牌及规模优势

公司创立于 1981 年，前身系中国首批 13 家盒子企业之一——TTK 家庭电气（惠州）有限公司，经过三十几年的品牌发展，TCL 集团自身知名度得到较大水平的提升。此外，由于近年来公司不断收购海外已有一定知名度的成熟品牌，公司在海外市场品牌优势亦较为突出，现旗下品牌包括“ROMA”、“RCA”、“Thomson”、“Onetouch”和“Palm”等。

TCL 集团通过多年的发展，现已形成产品、服务以及投资三大业务领域，包括多媒体、通讯、通力、华星光电、家电、商用系统部品及材料、互联网应用及服务、金融事业本部、销售及物流服务、创投及投资等十一大业务板块，规模优势较为明显。近三年，公司营业收入分别为 855.04 亿元、1,012.97 亿元以及 1,048.77 亿元，年均复合增长率 10.75%，业务规模呈现快速增长趋势。

研发优势

公司拥有雄厚的研发实力，通过自主研发，竞争实力不断提升，技术水平已跻身全球一流企业。

公司现为中国重点高新技术企业，且在美国、欧洲、东南亚以及中国等地共设有 23 个全球研发机构，约 6,697 名国内外研发人员专注于行业技术创新。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，公司每年投入较大规模的科研经费为公司未来的技术领先优势奠定了坚实基础。公司通过全国多个研发中心实现创新协同，在技术领域持续取得一系列的重大科技成果。

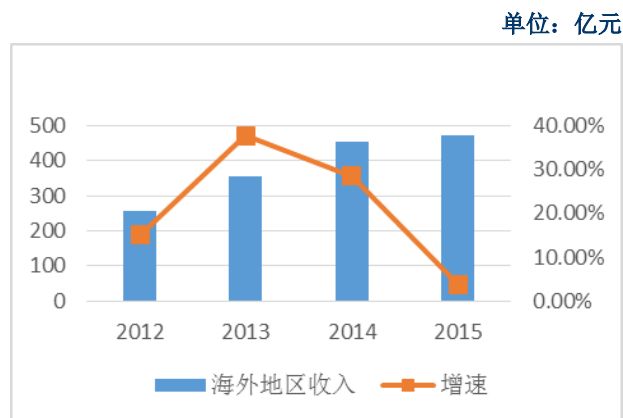
国际化市场优势

公司于全球 80 多个国家和地区设立销售机构，业务遍及全球 160 多个国家和地区，已建立了较强

的品牌认知度和广泛的营销网络。

近两年，公司不断加强海外市场的拓展，已在亚太、拉美、欧美、中东等地区开展海外业务，涉及范围涵盖发达国家和新兴国家。今后，公司还将继续加大海外市场的投入。2013 年~2015 年，公司海外市场分别实现营业收入 353.71 亿元、454.62 亿元和 471.60 亿元，同比增速分别为 37.76%、28.53% 和 3.73%，增长速度逐渐放缓。从占比来看，2015 年公司海外地区收入占比为 44.97%。总体看，公司收入中海外地区业务稳定增长，全球业务布局正在完善中。

图 4：2012~2015 年海外地区业务收入以及增速

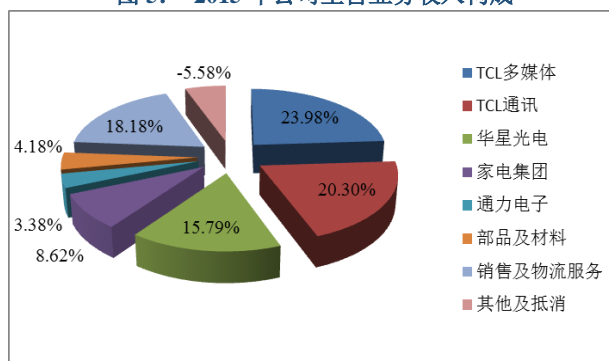


资料来源：公司定期报告，中诚信证评整理

业务运营

2015 年，公司各板块业务稳定发展，全年实现营业收入 1,045.79 亿元，同比增长 3.51%，其中多媒体、移动通讯、华星光电、家电业务和通力电子合计对主营业务收入贡献比超过 80%。

图 5：2015 年公司主营业务收入构成



资料来源：公司定期报告，中诚信证评整理

多媒体业务

公司多媒体业务的运营主体 TCL 多媒体科技控股有限公司（以下简称“TCL 多媒体”）以彩电的

生产销售为主，旗下拥有 TCL、ROWA、RCA 和 Thomson 多个品牌。在中国，公司以 TCL 品牌和 ROWA 品牌进行销售；在北美主要使用 RCA 品牌；在欧洲市场目前主要使用 Thomson 品牌和以 OEM 方式销售，未来 Thomson 品牌将向 TCL 品牌转型；在新兴市场则主要使用 TCL 品牌或以 OEM 形式销售。

TCL 多媒体目前拥有华南（惠州）、华东（无锡）、西北（内蒙）和华西（成都）四大液晶电视生产基地，合计拥有 35 条生产线。在波兰、越南、巴基斯坦等地也建有海外生产基地；截至 2015 年末，公司拥有 3,660 万台 LCD 液晶电视的生产能力，其中惠州作为公司最大的液晶电视制造基地，拥有 1,470 万台产能，产品覆盖 28、32、46、48、55 等多个尺寸。

2013~2015 年 TCL 多媒体 LCD 电视销量分别为 1,718 万台、1,657 万台和 1,734 万台。2013 年多媒体业务销售收入达到 314.57 亿元，但当期该业务整体却亏损 0.92 亿元。一方面，“节能产品惠民”政策退出后国内黑电市场需求明显下降，但在前期乐观市场预期下，TCL 多媒体已囤积了大量的原材料，大额的存货跌价使得其损失较大；另一方面，由于外部供应商提供的配件引发当期某产品线出现批次性质量问题，额外增加的售后成本也在一定程度上弱化 TCL 多媒体的盈利能力。2014 年，受新产品上市延期和下游需求持续疲软等因素的影响，TCL 多媒体销售收入亦下降至 265.66 亿元，但受益于公司加大了产品结构调整和优化力度，并逐步通过加强供应链管理、费用控制等手段提升自身经营效率，该板块全年扭亏为盈实现净利润 1.90 亿元。2015 年，为更好的应对国内电视机市场销售放缓、竞争加剧的环境，TCL 多媒体电子采取更为积极主动的销售策略，全年实现营业收入 273.84 亿元，同比增长 3.08%。

从产品构成来看，近年来公司通过对原有产品线的梳理，淘汰销量低、盈利差的产品，补充有竞争力的新品，附加值较高的产品收入占比稳步提升。2015 年公司完成 LCD 电视销售 1,734 万台，其中 LED 电视和智能电视销售量分别达到 1,732 万台和 636.5 万台，在 TCL 多媒体电视机产品总销量

中的占比分别为 99.88%和 36.13%，产品结构调整稳步推进。新产品推广方面，2014 年公司在全球率先推出量子点电视，量子点显示技术在色域覆盖率、色彩控制精确性、红绿蓝色彩纯净度等各个维度全面超越 OLED；此外，TCL 多媒体亦全方位推进 TV+战略，持续提升产品力。2015 年 12 月，TCL 多媒体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。

表 3: 2013~2015 年 TCL 多媒体产品销量

	单位：万台		
	2013	2014	2015
LCD电视	1,718	1,657	1,734
其中：中国市场	991	851	871.5
海外市场	728	807	862.8
其中：LED电视	1,666	1,652	1,732
其中：智能电视	280	376	626.5
3D电视	267	123	-
CRT电视	106	17	3.5
合计	1,824	1,674	1737.5

注：公司定期报告中披露的智能电视销量中涵盖智能电视及网络电视两大类，而该表格中智能电视销量已剔除网络电视的影响。
资料来源：公司提供，中诚信证评整理

原材料采购方面，华星光电投产前，公司 LCD 面板的主要供应商包括三星电子、奇美、友达等，另外一些是 IC、芯片、塑胶粒等电子料的供应商，其中 LCD 电视的境外采购（主要为 LCD 面板）占比约为 61%。华星光电 2011 年投产后，已开始向公司的多媒体业务提供液晶面板，目前华星光电提供的面板约占公司 LCD 电视生产所需面板总数的 40%左右（主要是供应 32 寸面板）。凭借公司在彩电行业中的龙头地位，供应商均会优先满足公司生产需要，上下游供应销售链关系良好。公司与主要核心部件的供应商合作时间都在 10 年左右，形成了较为稳固的战略合作伙伴关系，供货情况稳定，渠道顺畅。

产品销售方面，公司的彩电在全球范围内的主要销售对象为 Wal-Mart、PHILCO ELETRONICOS LTDA.、Philips Electronics HongKong Ltd、国美、

苏宁、麦德龙等国内外知名企业，其中苏宁、国美和惠州酷友网络科技有限公司分别占 2015 年多媒体业务收入的 9%、4%和 9%。公司境内销售主要通过境内分公司销往大型连锁客户及终端客户；境外销售主要是通过当地业务中心销往 Wal-Mart 等世界 500 强大型优质企业，这些客户的信用良好，一般以 120 天以内账期的赊账交易方式结算，且公司均购买了出口信用保险。

总体来看，随着公司积极应对电视智能化和技术更新换代的新趋势，进行产品结构调整，并坚持落实以“智能+互联网”和“产品+服务”为核心的“双+”战略转型，产品技术创新能力不断增强；公司以客户为中心，增强各类应用及内容服务能力，逐步增大服务收入的占比，为未来业务的持续健康发展奠定了基础。

华星光电

华星光电主要从事液晶面板的生产和液晶模组组装，2009 年由公司和深超公司共同发起成立。经过多次股权变更，截至 2016 年 3 月末，华星光电的注册资本为 163 亿元人民币，TCL 集团和三星电子株式会社（以下简称“三星电子”）分别持有华星光电 85%和 9%的股权¹，为华星光电第一和第二大股东。2015 年，受市场需求转弱影响，华星光电盈利略有下降，当年实现销售收入 180.28 亿元，净利润 20.70 亿元（上年度实现销售收入 179.64 亿元，净利润 24.34 亿元）。

华星光电 8.5 代 TFT-LCD 液晶面板项目（即“t1 项目”）于 2012 年 9 月实现 10 万张玻璃大板/月的满产目标。在此基础上，2015 年，华星光电通过技术改造和生产工艺优化使得华星光电 8.5 代 TFT-LCD 液晶面板项目（即“t1 项目”）最大产能提升到 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，四季度产能爬坡和良率达到预定目标并实现满产，第二阶段计划于

2016 年 5 月投产。2015 年全年，华星光电投入玻璃基板 192.15 万片，同比增长 19.7%，全年基本实现满产满销。

从产品结构来看，目前 32 寸液晶面板仍是华星光电的主要产品，截至 2015 年底，全球市场占有率 9%，在中国 6 大电视机品牌厂商采购份额中占比 23%，连续两年行业排名第一；2015 年 48 寸以上大尺寸产品销量同比增长 46.9%，超高清产品销量同比增长 18%。受液晶电视以大尺寸为主流趋势的影响，2013 年公司正式启动了华星光电第二期 8.5 代 TFT-LCD（含氧化物半导体及 AMOLED）生产线建设项目（即“t2 项目”）。t2 项目设计产能为 10 万片/月，将增加一期项目中缺失的 42 寸、65 寸等主流尺寸产品，进一步深化产品结构调整。此外，t2 项目规划中还包括新型显示技术产品，计划氧化物半导体玻璃基板投入量为 3 万片/月，用于生产新一代技术的 TFT-LCD 电视面板以及 OLED 电视面板。t2 项目土建工程已于 2014 年 9 月完成封顶，2015 年 3 月提前完成首片 55 寸 Cu+COA 面板，并于 4 月底实现量产。此外，华星光电第 6 代 LTPS•LCD/AMOLED 显示面板生产线项目（即“t3 项目”）已于 2014 年 9 月在武汉启动，已于 2016 年 2 月投产，将供应高端 LTPS 手机及平板电脑触控显示屏，与 TCL 通讯形成产业链垂直一体化优势。

面板及模组生产加工的主要原材料包括玻璃基板、偏光片、液晶、Mask、背光源等，其中玻璃基板在采购成本中占比较高。目前除背光源外，玻璃基板、液晶等主要原材料的制造仍被欧美及日本少数几家企业垄断，因此华星光电主要原材料供应商非常单一，玻璃基板全部采购自日本旭硝子公司（以下简称“旭硝子”），液晶则全部采购自德国默克公司。经过前期的积累，华星光电已与旭硝子等主要供应商建立了良好稳定的合作关系，2011 年 6 月，旭硝子在华星光电厂址附近建立了玻璃基板生产基地，专门供应华星光电，目前该基地基本可以满足华星光电近一半的玻璃基板采购需求。

华星光电所有产品销售均遵循市场定价原则，其主要客户包括 TCL 集团、三星电子、海信、长虹、康佳、创维和 LG 等主流电视主机厂商。对面板厂

¹ 华星光电是 2009 年由公司和深超公司共同发起成立的，初始持股比例为 50%:50%；2011 年 4 月，深超公司将其持有的 15%的华星光电股权转让给三星电子；2013 年 9 月，公司回购了深超公司持有的 35%的华星光电股权。

商而言，其盈利能力与出货量及产能利用率直接相关，虽然华星光电产品定价遵守市场定价原则，但与 TCL 多媒体及三星电子之间的关系有助于其出货量一直保持在较高水平。

表 4：华星光电 2015 年前五大客户情况

		单位：亿元
2015 年销售收入		占比
第一名	36.75	20.36%
第二名	17.50	9.69%
第三名	16.37	9.07%
第四名	11.93	6.61%
第五名	9.61	5.32%

资料来源：公司提供，中诚信证评整理

技术研发方面，华星光电不断进行技术创新与拓展，截至 2015 年末，华星光电累计申请中国专利 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。

总体来看，受液晶市场需求转弱影响，华星光电 2015 年盈利略有下降，但仍然是 TCL 集团最主要的利润贡献主体之一。目前，华星光电 t1 项目产能利用率已达到行业领先水平，t2、t3 项目也在按计划推进中。华星光电与 TCL 集团的协同效应为面板的销售提供了有力支持，但考虑到目前我国大陆地区尚有多条 8.5 代线正处于建设或爬坡期，中诚信证评将持续关注液晶面板市场供需变化及其价格走势情况。

通讯业务

公司通讯业务的运营主体为 TCL 通讯科技控股有限公司（以下“TCL 通讯”），旗下拥有 Alcatel、TCL 两个品牌，其中在海外市场的手机品牌以 Alcatel 为主，在国内市场以 TCL 为主。受通讯行业竞争日趋激烈以及货币汇率波动影响，2015 年 TCL 通讯实现业务收入 231.85 亿元，较上年度同比下降 5.46%，实现净利润 8.51 亿元，同比下降 1.52%。TCL 通讯产品销售均价由去年同期的 53.5 美元下降至 46 美元。

近年来 TCL 通讯 80% 以上销售来自海外市场；主要运营模式是根据海外运营商需求进行新机型的定制研发。凭借稳定的产品质量，TCL 通讯与海外众多主流运营商建立了良好的合作关系，这成为

公司在过去很长一段时期内保持稳步增长的主要支撑。但 2012 年在欧债危机、拉美国家汇率波动及公司产品从功能机向智能机转型速度较慢等因素的影响下，TCL 通讯业务面临了较大压力。2015 年，TCL 通讯实现产品销量达 8,354 万台，同比上升 13.70%，其中海外市场实现销售 7,421 万台，中国市场实现销售 932 万台。

表 5：2013~2016.3TCL 通讯产品销量

				单位：万台
	2013	2014	2015	2016.1~3
海外市场	5,037	6,586	7,421	1,609.3
中国市场	483	763	932	111.7
合计	5,520	7,349	8,354	1,720.9
其中：智能手机	1,756	4,147	4,800	886.1

资料来源：公司定期报告，中诚信证评整理

从产品结构来看，2011 年起，TCL 通讯加大了产品结构调整的力度，但转型初期其产品价格及出货量均面临较大下行压力，较高的研发投入使得 2012 年 TCL 通讯业务整体业绩亏损。2013 年以来，公司先后推出了 HERO、IDOL 和 POP 系列智能手机，新产品的推出得到了市场的普遍认可。2015 年 TCL 通讯销售智能终端 4,800 万台，占总出货量比重的 57.46%。新产品开发方面，2015 年 TCL 通讯推出能上下倒转接听电话的 IDOL 3 智能手机，同时发布的 Alcatel Onetouch Watch 成为全球首款可兼容 iOS 和安卓系统的智能穿戴设备；2016 年 TCL 通讯于世界移动通信大会上发布新一代手机 IDOL4 和配备 VR 体验设备的 IDOL4S；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。此外，TCL 通讯于 2015 年 1 月收购 Palm 品牌及商标，将充分利用其创新的产品概念和以线上销售为主的商业模式，为 TCL 集团在全球构建以用户体验为核心的智能及互联网产业平台提供有力补充。

原材料采购方面，公司通讯业务主要采购的原材料包括 LCD 液显模块、IC、壳料、模具等电子料件，境外采购占比约为 30%。主要供应商包括 Media Tek Inc，高通、AVP Electronics Limited 等，前 5 大供应商占 2015 年总采购成本比约为 30%。通过多年的合作，公司已经与主要供应商结成了较为稳固的战略合作关系。

产品销售方面，手机及其他通讯产品 70% 以上的销量来自运营商渠道，主要包括 T-Mobile PCS Holdings LLC、America Movil SAB de CV、Vodafone Procurement Company S.A.R.L 等，这些企业多与公司合作时间长，信用良好。此外，为加快资金周转，降低回款时间，TCL 通讯在境外开展了部分应收账款的保理业务。

总体来看，目前 TCL 通讯手机及其他通讯产品市场仍主要定位在海外市场，产品销量持续上升，但行业竞争日趋激烈以及货币汇率波动使得通讯产品单价下滑。未来，TCL 通讯将充分挖掘新兴市场 and 智能机终端更新换代的消费需求，有效整合国内外线上线下的销售渠道。中诚信证评将持续关注外汇波动、全球 4G 网络建设等因素可能给 TCL 通讯带来的影响。

家电业务

公司家电业务的运营主体为惠州 TCL 家电集团有限公司（以下简称“TCL 家电集团”），产品涵盖空调、冰箱、洗衣机及小家电等，其中空调是 TCL 家电主要的产品，销量占比超过 60%。2015 年，国内空调市场景气度略有下滑，受此影响，公司当年空调实现 502.3 万台销售，此外，冰箱和洗衣机销量分别为 132.2 万台和 153.9 万台，家电业务当年实现销售收入 98.40 亿元，基本与上年度持平。

表 6：2013-2015 年公司家电产品销量

	单位：万台			
	2013	2014	2015	2016.1~3
空调	450.2	505.2	502.3	179.2
冰箱	109.0	109.5	132.2	36.5
洗衣机	125.6	142.2	153.9	41.9

资料来源：公司定期报告，中诚信证评整理

面对市场变化，TCL 家电集团在销售策略上做出相应变化。空调销售方面，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 冰洗业务方面，则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。总体看，家电业务 2015 年整体发展较为平稳，冰洗产品保持增长态势。

通力电子

通力电子控股有限公司（以下简称“通力电子”）是从 TCL 多媒体中分拆出来的经营主体，2013 年 8 月在香港联交所主板独立上市（股票代码：01249.HK）。通力电子主要为全球消费电子一线品牌提供优质音视频产品的 ODM 服务，主要产品包括视盘机产品、音频产品、流媒体播放器和其他产品。通力电子是目前全球最大的视频产品制造商及全球第四大家庭影院制造商。

2015 年，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。通力电子当年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。受 2015 年视盘机市场萎缩影响，通力电子 2015 年实现销售收入 38.65 亿元，同比下降 9.02%，实现净利润 1.35 亿元，同比增长 5.46%。

其他业务

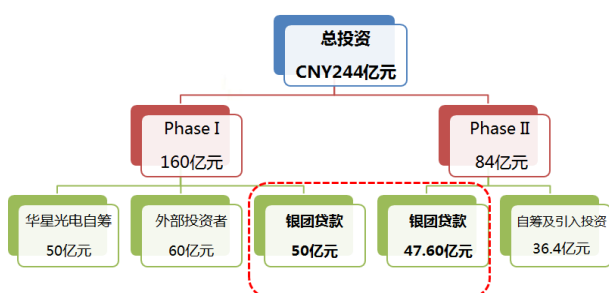
2014 年 1 月，公司将惠州 TCL 房地产开发有限公司的业务和资产出售给香港花样年控股集团有限公司（以下简称“花样年集团”，联交所上市公司，股票代码 01777HK）；与此同时，公司通过 TCL 实业控股（香港）有限公司认购花样年集团 15% 的股份。自此，TCL 集团全面退出房地产业务，集中精力和资金发展主业，公司只通过参股专业房地产公司获得投资收益。

尽管公司全面退出房地产业务在一定程度上减少了未来的资本支出，2013 年四季度以来，公司先后公告了多个项目的拟投资计划，仍面临较大的资本支出压力。首先，公司计划在安徽合肥设立大型家电生产基地，该项目计划总投资 13 亿元，项目规划用地 2,000 亩，计划分两期滚动开发。目前，

该基地已于 2014 年 10 月投产，后期仅剩部分设备投资。

2013 年 10 月，公司宣布子公司华星光电拟投资 244 亿人民币实施第二期 8.5 代 TFT-LCD（含氧化物半导体及 AMOLED）生产线建设项目。其中项目自筹资金 146.4 亿元，包括华星光电自有资金 82.7 亿元、引进战略投资者投资 60 亿元，员工持股 3.7 亿元，自筹资金占总投资比例为 60%；自筹资金以外的投资资金来源于向银团申请贷款，贷款金额 97.6 亿元，占总投资比例 40%。

图 6：华星光电二期项目投资资金匹配方案



资料来源：公司提供，中诚信证评整理

2014 年 4 月，公司又宣布子公司华星光电将联合湖北省科技投资集团有限公司（以下简称“湖北

科投”）成立子公司共同建设第 6 代 LTPS（OXIDE）•LCD/AMOLED 面板生产线。合资公司计划投资 145 亿元用于上述项目建设，注册资本为 70 亿元，合作双方按 50%:50%的比例出资，项目建设所需其它资金由合资公司向银行、银团进行贷款解决。

2015 年 4 月，公司公告拟以现金形式认购不超过 2.01 亿股上海银行定向增发的股份（不超过 33.39 亿元），此次定向增发完成后，公司将持有上海银行 3.7% 的股份，成为其第六大股东，并有权提名一名董事。此次入股上海银行，双方将结合各自的资源优势开展合作，共同探索基于智能硬件平台的金融服务模式，开展面向移动场景和家庭场景的支付和消费信贷等金融服务，通过资源优化配置为产业链合作伙伴及社会客户提供金融增值服务，打造公司产融结合的竞争优势。

除上述项目外，公司在建项目亦包括西丽项目，数字化 X 射线机项目以及环境科技惠台基地项目。截至 2015 年末，公司在建项目预计总投资 384.00 亿元，已投资 184.25 亿元，未来尚有较大的资金需求。

表 7：截至 2015 年末底公司主要在建和拟建项目投资规划

单位：亿元

	预计投资总额	公司持股比例	已完成投资	预计完工时间	未来投资规划		资金来源
					2016	2017	
华星光电 t2 项目	244.00	100%	115.00	阶段 1 已实现量产	67.00	22.00	60% 自筹资金 40% 银团贷款
华星光电 t3 项目	145.00	华星光电:湖北科投=50%:50%	65.00	预计 2016 年	43.00	-	项目资本金及银团贷款
西丽项目	10.50	100%	0.25	-	-	-	自有资金及贷款
数字化 X 射线机项目	1.50	100%	1.80	预计 2016 年	0.20	-	自有资金及贷款
环境科技惠台基地项目	3.00	100%	2.20	-	0.80	-	自有资金及贷款
合计	384.00		184.25		111.00	22.00	

资料来源：公司提供，中诚信证评整理

总体来看，根据自身业务运营的情况，公司制定了较为明确的发展目标。目前合肥家电基地已实现投产，华星光电 t2 项目已正式投产，t3 项目建设也将采取分期逐步投资的形式；但整体来看，公司未来仍面临较大规模的资本支出压力，中诚信证评将持续关注公司未来实际资本支出变化情况。

战略规划

经过数年的发展，公司整体实力不断增强，成为行业结构的整合者。未来，公司将继续推进“双+”以及深化战略转型。

2015~2020 年，公司转型战略目标包括：（1）成为全球智能终端产品主流厂商，其中智能电视和智能手机销量达到全球前 3 名；（2）通过“产品+服

务”，发展有 ARPU 值贡献的 1 亿家庭用户和 1 亿移动用户。(3) 通过各种服务能力的建设，实现来自产品和服务的收益贡献各占 50%。(4) 构建新的核心能力，使公司价值增长超越销售收入增长，实现市值超千亿元。

公司管治

治理结构

根据相关法律法规以及证监会有关规范性文件要求，公司已建立健全了股东大会、董事会、监事会以及经营管理层的治理架构，并且制定了较为规范和完善的制度。上市以来，公司制定并完善了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《信息披露事务管理制度》以及《董事会专门委员会工作细则》等规章制度，已形成了比较系统的公司治理框架。

日常运作中，股东大会、董事会、监事会等机构和人员均能够按照有关法律、法规、公司章程和相关议事规则的规定开展工作并切实履行应尽的职责和义务，没有违法、违规的情形发生。

公司现任董事会由 12 名成员组成，设董事长 1 名。董事会的人数及人员构成符合相关法律法规要求。公司全体董事能够依据相关法律法规开展工作，认真出席董事会，积极参加培训。公司监事会由 3 名成员组成，监事会设主席 1 名。监事会能够认真履行自己的职责，按规定的程序召开了监事会，对公司重大事项、财务状况、董事和高级管理人员的履行职责的合法合规性进行监督，维护公司的合法权益。

为加强内部控制，防范经营风险，公司按照《公司法》等法律法规和规范性文件的相关要求，根据业务实际情况，建立了较为完善的内部控制制度和内部管理体系，对公司的日常经营起到了重要的指导、规范、控制和监督作用。

内部管理

公司 2006 年成立了 TCL 集团财务有限公司（以下简称“财务公司”），财务公司对公司国内的下属企业的资金实行集中管理，境内下属企业资金存入财务公司比例达 90% 以上。财务公司按照金融企

业的运作模式进行资金管理。境外下属企业部分也已纳入财务公司统一管理，大部分境外下属企业目前暂由各企业按照集中资源的方式自行管理货币资金，并定期将存款情况报备财务公司与报表核对。通过财务公司的运作，每年可为公司节约一定规模的融资成本，更好地保证了公司的资金流转安全，提高了公司资金的运作效率。

公司本部的财务管理中心作为总部的职能部门，负责制定公司统一的财务政策、编制公司合并报表及财务报告、规范公司整体预算管理体系、组织公司绩效考核、实施财务监控、规范公司固定资产投资、税务管理与筹划、考核各产业财务主管以及处理总部财务日常事务。

总体来看，公司内部治理结构完善，对下属企业的投资和资金控制严格，但同时存在下属企业数量较多，管理链条较长的问题。

财务分析

下列财务分析基于公司提供的经大华会计师事务所（特殊普通合伙）审计并出具标准无保留意见的 2013~2015 年审计报告和未经审计的 2016 年 3 月财务报表。

资本结构

近年来，受益于业务发展，公司近三年总资产分别为 780.81 亿元、928.77 亿元和 1,117.55 亿元，三年年均复合增长率为 19.64%。所有者权益方面，得益于未分配利润的增加及非公开股票的成功发行，2013~2015 年末，公司所有者权益分别为 199.58 亿元、268.60 亿元和 376.29 亿元，三年年均复合增长率为 37.31%。截至 2016 年 3 月末，公司总资产为 1,244.29 亿元，所有者权益为 403.55 亿元，分别较年初增长 11.34% 和 7.24%。

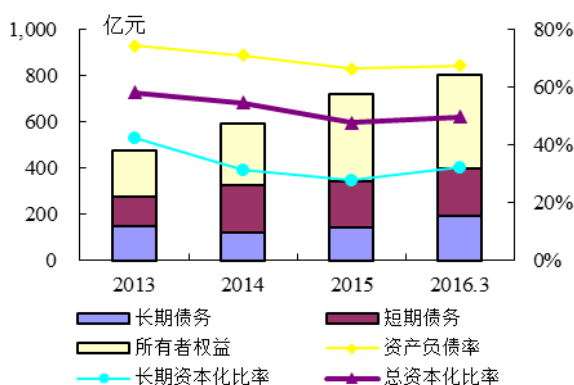
资产结构方面，2013~2015 年末，公司流动资产占总资产的比例分别为 61.38%、59.74% 和 48.10%。公司流动资产主要由货币资金、应收票据及应收账款和存货构成，截至 2015 年末，上述三项分别占流动资产的 28.54%、24.76% 和 16.80%。公司应收账款中账龄一年以内的应收账款占比为 96.33%，应收账款回收风险很小。公司存货主要包括原材料和产成品，占比分别为 20.84% 和 69.39%。

公司基于谨慎性原则计提了一定的存货跌价准备，截至 2015 年末，存货跌价准备占存货账面余额的比例为 7.66%。非流动资产方面，截至 2015 年末，公司非流动资产占总资产的比例为 51.90%。公司非流动资产主要由固定资产构成，截至 2015 年末，固定资产合计占非流动资产的 65.88%。

负债方面，2013~2015 年末，公司总负债分别为 581.23 亿元、660.16 和 741.25 亿元，总债务分别为 276.49 亿元、323.78 亿元和 342.27 亿元，同期资产负债率分别为 74.44%、71.08% 和 66.33%，总资本化比率分别为 58.08%、54.66% 和 47.63%。截至 2016 年 3 月末，公司资产负债率和总资本化比率分别为 67.57% 和 49.61%。公司财务杠杆比率保持在较合理水平。

负债结构方面，公司以流动负债为主，2013~2015 年末，公司流动负债分别为 371.50 亿元、479.76 亿元和 539.73 亿元，分别占负债总额的 64.92%、72.67% 和 72.81%，主要由短期借款、应付账款和其他应付款构成，截至 2015 年末，上述三项在流动负债中的占比分别为 21.19%、25.24% 和 25.35%。其中短期借款主要包括 23.15 亿元的质押借款和 85.65 亿元的信用借款；应付账款和其他应付款主要是公司业务往来款项。2013~2015 年末，公司非流动负债分别为 209.72 亿元、180.40 亿元和 201.53 亿元，主要由长期借款构成，占非流动负债的 59.29%。截至 2015 年末，长期借款 119.49 亿元，主要为 95.02 亿元的长期抵押借款。截至 2016 年 3 月末，公司的流动负债和非流动负债分别为 591.09 亿元和 249.65 亿元。

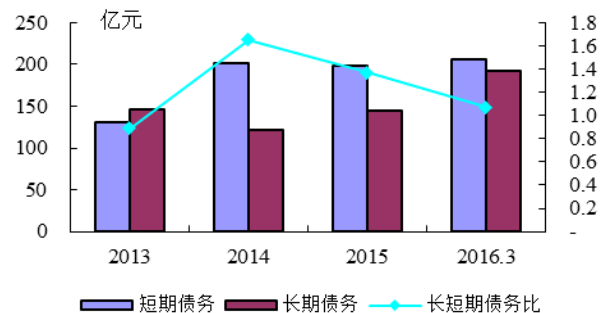
图 7：2013~2015 年末及 2016 年 3 月末公司资本结构分析



资料来源：公司定期报告，中诚信证评整理

债务结构方面，2013~2015 年末，公司短期债务分别为 130.12 亿元、201.56 亿元和 197.94 亿元；长期债务分别为 146.38 亿元、122.22 亿元和 144.33 亿元，长短期债务比（短期债务/长期债务，下同）分别为 0.89、1.65 和 1.37。截至 2016 年 3 月末，公司短期债务和长期债务分别为 205.78 亿元和 191.58 亿元，长短期债务比为 1.07。

图 8：2013~2015 年及 2016 年 3 月公司债务结构分析



资料来源：公司定期报告，中诚信证评整理

总体来看，随着业务规模的扩大，公司资产模持续上升。得益于自有资本实力的持续增强，公司负债水平保持下降趋势，财务结构稳健。

盈利能力

2013~2015 年，受益于业务的有序发展，公司分别实现营业总收入 855.04 亿元、1,012.97 亿元和 1,048.77 亿元，三年年均复合增长率为 10.75%。2016 年 1~3 月，公司实现营业总收入 234.51 亿元，较上年同期增长 0.23%。

表 8: 2013~2015 年公司分板块营业收入和毛利率情况

单位: 亿元

	2013		2014		2015	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
TCL 多媒体	314.57	14.71%	265.66	16.93%	273.84	17.34%
TCL 通讯	152.95	25.68%	245.24	25.24%	231.85	27.05%
华星光电	155.31	13.37%	179.64	14.65%	180.28	13.33%
家电集团	93.23	19.09%	100.38	20.43%	98.41	16.35%
通力电子	36.26	11.09%	42.48	12.32%	38.65	12.46%
泰科立	36.69	9.15%	45.70	8.67%	-	-
翰林汇	124.25	3.96%	135.67	3.95%	-	-
部品及材料	-	-	-	-	47.70	6.58%
销售及物流服务	-	-	-	-	207.59	4.40%
其他及抵消	-58.22	-	-1.80	-	-63.73	-

资料来源: 公司定期报告, 中诚信证评整理

综合毛利率方面, 2013~2015 年, 公司营业毛利率分别为 17.54%、17.57% 和 16.54%。2015 年综合毛利率较上年度下降主要是由于占收入比重较大的 TCL 多媒体、TCL 通讯和华星光电毛利率下降所致。

期间费用方面, 近年来公司业务规模持续扩大, 期间费用规模相应逐年增长, 2013~2015 年分别合计 132.56 亿元、158.54 亿元和 167.92 亿元, 三费收入占比分别为 15.50%、15.65% 和 16.01%, 2015 年三费收入占比较上年增加 0.36 个百分点, 其中, 销售费用和管理费用上升主要系由于采取更为积极主动的竞争策略, 人工费用相对较大所致; 财务费用上升至 9.67 亿元主要系由于利息支出增加所致。2016 年 1~3 月, 公司期间费用合计 39.45 亿元, 三费收入占比为 16.82%。总体看, 公司期间费用控制能力有待增强。

表 9: 2013~2015 年及 2016 年 1~3 月公司期间费用情况

单位: 亿元、%

	2013	2014	2015	2016.1~3
销售费用	80.81	88.15	90.32	19.43
管理费用	49.97	60.89	67.93	16.58
财务费用	1.78	9.51	9.67	3.44
三费合计	132.56	158.54	167.92	39.45
三费收入占比	15.50	15.65	16.01	16.82

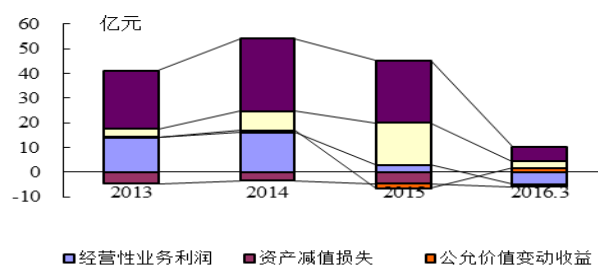
资料来源: 公司定期报告, 中诚信证评整理

利润总额构成方面, 2013~2015 年, 公司利润总额分别为 36.28 亿元、50.59 亿元和 38.68 亿元,

2015 年利润总额同比下降 23.55%。其中经营性业务利润分别为 13.87 亿元、15.95 亿元和 2.86 亿元, 由于 2015 年公司下游需求不足、市场竞争激烈和业务成本的增加, 使其经营性业务利润受到一定程度侵蚀。同时, 营业外损益在公司利润总额中占比较大, 2013~2015 年分别为 23.53 亿元、29.46 亿元和 25.28 亿元, 包括公司取得的软件产品等增值税退税、战略新兴产业建设补助、生产性水电费返还等。此外, 2013~2015 年公司投资收益分别为 3.26 亿元、7.73 亿元和 17.10 亿元, 对其利润总额形成一定补充。2016 年 1~3 月, 受液晶面板产品价格和去年同期差异较大、海外市场需求低迷以及 TCL 通讯科技中国区业务重组和期间公司持续加大“双+”战略转型业务的投入的影响, 公司实现利润总额 4.40 亿元, 同比下滑 63.30%。

图 9: 2013~2015 年及 2016 年 1~3 月

公司利润总额构成情况



资料来源: 公司定期报告, 中诚信证评整理

总体来看, 近年来公司继续坚持多元化经营路线, 尤其在 TCL 通讯和华星光电的带动下, 公司收入规模逐年扩大。但公司 2015 年营业毛利率有所

下降，且其采取更为积极主动的竞争策略使得期间费用有所上升，导致整体盈利能力较上年度有所弱化。2016年1~3月，受液晶面板产品价格和去年同期差异较大、海外市场需求低迷以及TCL通讯科技中国区业务重组和期间公司持续加大“双+”战略转型业务的投入的影响，盈利较上年同期也有所弱化，但竞争策略和战略转型业务未来或将提升总体销售数量，为整体盈利能力的稳定或提升提供有效支撑。

偿债能力

获现能力方面，公司EBITDA主要由利润总额构成，2013~2015年分别为80.47亿元、97.91亿元和84.86亿元，2015年同比下降13.33%，主要系利润总额下降所致。从主要偿债能力指标表现来看，2013~2015年公司总债务/EBITDA分别为3.44倍、3.31倍和4.03倍；EBITDA利息保障倍数分别为7.56倍、8.34倍和8.59倍，公司经营所得对其债务本息的偿还提供了良好保障。

从现金流来看，经营活动现金流方面，公司主营业务收现能力较强，加之每年可获得大额的政府补助，其经营活动现金流呈现持续净流入状态，2013~2015年分别为51.82亿元、54.12亿元和73.94亿元。同期经营活动净现金流/总债务分别为0.19、0.17和0.22倍；经营活动净现金流/利息支出分别为4.87倍、4.61倍和7.48倍，公司经营活动净现金流对债务本息的保障程度很好。

表 10：2013~2015 年公司部分偿债指标

指标	2013	2014	2015
EBITDA (亿元)	80.47	97.91	84.86
总债务/EBITDA (X)	3.44	3.31	4.03
长期债务/EBITDA (X)	1.82	1.25	1.70
EBITDA 利息倍数 (X)	7.56	8.34	8.59
经营活动净现金流/总债务 (X)	0.19	0.17	0.22
经营活动净现金流/利息支出 (X)	4.87	4.61	7.48
资产负债率 (%)	74.44	71.08	66.33
总资本化比率 (%)	58.08	54.66	47.63
长期资本化比率 (%)	42.31	31.27	27.72

资料来源：公司定期报告，中诚信证评整理

财务弹性方面，公司与国家开发银行、进出口银行、工商银行等多家银行机构建立了良好的合作

关系。截至2015年12月31日，公司获得各家银行授信总计820.50亿元，已使用授信额度为261.00亿元，尚有559.50亿元人民币额度未使用。

整体来看，公司业务具有极强的综合竞争实力，近年业务规模持续增长，资产规模持续提升，公司通过定向增发等多种资本运作方式筹集项目资金，保持财务结构的相对稳健。公司未来仍有较大规模的在建项目和资本支出，未来其债务规模或将有所增长，但同时，在建项目达产后，公司收入规模、盈利能力和经营活动现金流均有望进一步提升，为债务的偿还和公司的稳定发展提供支持。

结论

综上，中诚信证评评定TCL集团股份有限公司主体信用等级为AAA，评级展望为稳定；评定“TCL集团股份有限公司2016年面向合格投资者公开发行公司债券（第二期）”信用等级为AAA。

关于TCL集团股份有限公司

2016年面向合格投资者公开发行公司债券（第二期）的跟踪评级安排

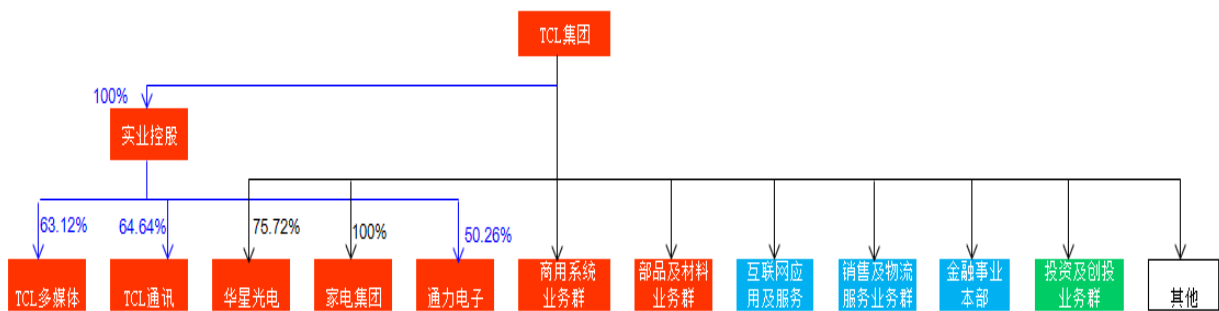
根据中国证监会相关规定、评级行业惯例以及本公司评级制度相关规定，自首次评级报告出具之日（以评级报告上注明日期为准）起，本公司将在本期债券信用级别有效期内或者本期债券存续期内，持续关注本期债券发行人外部经营环境变化、经营或财务状况变化以及本期债券偿债保障情况等因素，以对本期债券的信用风险进行持续跟踪。跟踪评级包括定期和不定期跟踪评级。

在跟踪评级期限内，本公司将于本期债券发行主体及担保主体（如有）年度报告公布后两个月内完成该年度的定期跟踪评级，并发布定期跟踪评级结果及报告。此外，自本次评级报告出具之日起，本公司将密切关注与发行主体、担保主体（如有）以及本期债券有关的信息，如发生可能影响本期债券信用级别的重大事件，发行主体应及时通知本公司并提供相关资料，本公司将在认为必要时及时启动不定期跟踪评级，就该事项进行调研、分析并发布不定期跟踪评级结果。

本公司的定期和不定期跟踪评级结果等相关信息将在本公司网站（www.ccxr.com.cn）和交易所网站予以公告，且交易所网站公告披露时间不得晚于在其他交易场所、媒体或者其他场合公开披露的时间。

如发行主体、担保主体（如有）未能及时或拒绝提供相关信息，本公司将根据有关情况进行分析，据此确认或调整主体、债券信用级别或公告信用级别暂时失效。

附一：TCL 集团股份有限公司股权结构图（截至 2016 年 3 月 31 日）



附二：TCL 集团股份有限公司组织结构图（截至 2016 年 3 月 31 日）



附三：TCL 集团股份有限公司主要财务数据及指标

财务数据(单位：万元)	2013	2014	2015	2016.Q1
货币资金	1,231,773.50	1,579,099.10	1,534,041.50	1,804,109.64
应收账款净额	1,026,713.30	1,330,881.40	1,330,777.80	1,354,089.90
存货净额	1,218,300.40	942,314.50	902,855.60	949,046.08
流动资产	4,792,861.80	5,548,029.80	5,374,948.9	6,246,453.88
长期投资	389,488.70	577,882.70	1,115,340.40	1,129,189.29
固定资产合计	2,186,311.80	2,450,730.40	3,821,222.90	2,596,865.10
总资产	7,808,063.70	9,287,688.60	11,175,482.10	12,442,895.79
短期债务	1,301,169.20	2,015,623.50	1,979,397.20	2,057,794.86
长期债务	1,463,759.80	1,222,204.60	1,443,264.80	1,915,809.52
总债务（短期债务+长期债务）	2,764,929.00	3,237,828.10	3,422,662.00	3,973,604.38
总负债	5,812,254.40	6,601,639.10	7,412,538.00	8,407,439.37
所有者权益（含少数股东权益）	1,995,809.30	2,686,049.50	3,762,944.10	4,035,456.42
营业总收入	8,550,434.50	10,129,662.00	10,487,663.10	2,345,097.42
三费前利润	1,464,248.90	1,744,968.30	1,707,802.80	344,210.87
投资收益	32,624.40	77,349.50	170,988.20	26,862.43
净利润	288,468.90	423,272.70	322,900.90	35,544.98
息税折旧摊销前盈余 EBITDA	804,671.48	979,131.30	848,613.00	-
经营活动产生现金净流量	518,161.00	541,224.10	739,407.50	23,841.39
投资活动产生现金净流量	-451,245.80	-1,086,275.40	-1,949,768.50	-1,030,366.85
筹资活动产生现金净流量	-104,941.00	654,948.20	1,376,687.70	1,279,868.96
现金及现金等价物净增加额	-52,496.10	114,575.20	221,912.40	257,761.75
财务指标	2013	2014	2015	2016.Q1
营业毛利率（%）	17.67	17.74	16.54	14.93
所有者权益收益率（%）	14.45	15.76	8.58	3.52
EBITDA / 营业总收入（%）	9.41	9.67	8.09	-
速动比率（X）	0.96	0.96	0.83	0.90
经营活动净现金/总债务（X）	0.19	0.17	0.22	0.02
经营活动净现金/短期债务（X）	0.40	0.27	0.37	0.05
经营活动净现金/利息支出（X）	4.87	4.61	7.48	-
EBITDA 利息倍数（X）	7.56	8.34	8.59	-
总债务/ EBITDA（X）	3.44	3.31	4.03	-
资产负债率（%）	74.44	71.08	66.33	67.57
总资本化比率（%）	58.08	54.66	47.63	49.61
长期资本化比率（%）	42.29	31.27	27.72	32.19

注：所有者权益包含少数股东权益，净利润包含少数股东损益。

2、2016 年第一季度所有者权益收益率、经营活动净现金/短期债务、经营活动净现金/总债务指标经年化处理。

附四：基本财务指标的计算公式
$$\text{货币资金等价物} = \text{货币资金} + \text{交易性金融资产} + \text{应收票据}$$
$$\text{长期投资} = \text{可供出售金融资产} + \text{持有至到期投资} + \text{长期股权投资}$$
$$\text{固定资产合计} = \text{投资性房地产} + \text{固定资产} + \text{在建工程} + \text{工程物资} + \text{固定资产清理} + \text{生产性生物资产} + \text{油气资产}$$
$$\text{短期债务} = \text{短期借款} + \text{交易性金融负债} + \text{应付票据} + \text{一年内到期的非流动负债} + \text{其他一年内到期的付息债务}$$
$$\text{长期债务} = \text{长期借款} + \text{应付债券} + \text{其他长期付息债务}$$
$$\text{总债务} = \text{长期债务} + \text{短期债务}$$
$$\text{净债务} = \text{总债务} - \text{货币资金}$$
$$\text{三费前利润} = \text{营业总收入} - \text{营业成本} - \text{利息支出} - \text{手续费及佣金收入} - \text{退保金} - \text{赔付支出净额} - \text{提取保险合同准备金净额} - \text{保单红利支出} - \text{分保费用} - \text{营业税金及附加}$$
$$\text{EBIT (息税前盈余)} = \text{利润总额} + \text{计入财务费用的利息支出}$$
$$\text{EBITDA (息税折旧摊销前盈余)} = \text{EBIT} + \text{折旧} + \text{无形资产摊销} + \text{长期待摊费用摊销}$$
$$\text{资本支出} = \text{购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金} + \text{取得子公司及其他营业单位支付的现金净额}$$
$$\text{营业毛利率} = (\text{营业总收入} - (\text{营业成本} + \text{利息支出} + \text{手续费及佣金支出} + \text{退保金} + \text{赔付支出净额} + \text{提取保险合同准备金净额} + \text{保单红利支出} + \text{分保费用})) / \text{营业总收入}$$
$$\text{EBIT 率} = \text{EBIT} / \text{营业总收入}$$
$$\text{三费收入比} = (\text{财务费用} + \text{管理费用} + \text{销售费用}) / \text{合同销售收入}$$
$$\text{所有者权益收益率} = \text{当期净利润} / \text{期末所有者权益 (含少数股东权益)}$$
$$\text{流动比率} = \text{流动资产} / \text{流动负债}$$
$$\text{速动比率} = (\text{流动资产} - \text{存货}) / \text{流动负债}$$
$$\text{存货周转率} = \text{主营业务成本 (营业成本)} / \text{存货平均余额}$$
$$\text{应收账款周转率} = \text{主营业务收入净额 (营业总收入净额)} / \text{应收账款平均余额}$$
$$\text{资产负债率} = \text{负债总额} / \text{资产总额}$$
$$\text{总资本化比率} = \text{总债务} / (\text{总债务} + \text{所有者权益 (含少数股东权益)})$$
$$\text{长期资本化比率} = \text{长期债务} / (\text{长期债务} + \text{所有者权益 (含少数股东权益)})$$
$$\text{EBITDA 利息倍数} = \text{EBITDA} / (\text{计入财务费用的利息支出} + \text{资本化利息支出})$$
$$\text{净负债率} = (\text{总债务} - \text{货币资金}) / \text{所有者权益}$$

附五：信用等级的符号及定义
债券信用评级等级符号及定义

等级符号	含义
AAA	债券信用质量极高，信用风险极低
AA	债券信用质量很高，信用风险很低
A	债券信用质量较高，信用风险较低
BBB	债券具有中等信用质量，信用风险一般
BB	债券信用质量较低，投机成分较大，信用风险较高
B	债券信用质量低，为投机性债务，信用风险高
CCC	债券信用质量很低，投机性很强，信用风险很高
CC	债券信用质量极低，投机性极强，信用风险极高
C	债券信用质量最低，通常会发生违约，基本不能收回本金及利息

注：除 AAA 级和 CCC 级以下（不含 CCC 级）等级外，每一个信用等级可用“+”、“-”符号进行微调，表示信用质量略高或略低于本等级。

主体信用评级等级符号及定义

等级符号	含义
AAA	受评主体偿还债务的能力极强，基本不受不利经济环境的影响，违约风险极低
AA	受评主体偿还债务的能力很强，受不利经济环境的影响较小，违约风险很低
A	受评主体偿还债务的能力较强，较易受不利经济环境的影响，违约风险较低
BBB	受评主体偿还债务的能力一般，受不利经济环境影响较大，违约风险一般
BB	受评主体偿还债务的能力较弱，受不利经济环境影响很大，有较高违约风险
B	受评主体偿还债务的能力较大地依赖于良好的经济环境，违约风险很高
CCC	受评主体偿还债务的能力极度依赖于良好的经济环境，违约风险极高
CC	受评主体在破产或重组时可获得的保护较小，基本不能保证偿还债务
C	受评主体不能偿还债务

注：除 AAA 级和 CCC 级以下（不含 CCC 级）等级外，每一个信用等级可用“+”、“-”符号进行微调，表示信用质量略高或略低于本等级。

评级展望的含义

评级展望是评估发债人的主体信用评级在中至长期的评级趋向。给予评级展望时，中诚信证评会考虑中至长期内可能发生的经济或商业基本因素的变动。

正面	表示评级有上升趋势
负面	表示评级有下降趋势
稳定	表示评级大致不会改变
待决	表示评级的上升或下调仍有待决定