

即時發佈

騰訊公佈二零二零年第一季度業績

香港，二零二零年五月十三日 – 中國領先的互聯網增值服務提供者–騰訊控股有限公司（「騰訊」或「本公司」，香港聯交所股票編號: 00700）今天公佈截至二零二零年三月三十一日止第一季未經審核綜合業績。

二零二零年第一季度業績摘要

總收入：同比增長 26%，按非國際財務報告準則¹的本公司權益持有人應佔盈利：同比增長 29%

- 總收入為人民幣 1,080.65 億元（152.52 億美元²），較二零一九年第一季度（「同比」）增長 26%。
- 按非國際財務報告準則，撇除若干一次性及非現金項目的影響，以體現核心業務的業績：
 - 經營盈利為人民幣 355.75 億元（50.21 億美元），同比增長 25%；經營利潤率為 33%，同比持平。
 - 期內盈利為人民幣 279.84 億元（39.50 億美元），同比增長 29%；淨利潤率由去年同期的 25% 上升至 26%。
 - 期內本公司權益持有人應佔盈利為人民幣 270.79 億元（38.22 億美元），同比增長 29%。
 - 每股基本盈利為人民幣 2.858 元，每股攤薄盈利為人民幣 2.817 元。
- 按國際財務報告準則：
 - 經營盈利為人民幣 372.60 億元（52.59 億美元），同比增長 1%；經營利潤率由去年同期的 43% 下降至 34%。
 - 期內盈利為人民幣 294.03 億元（41.50 億美元），同比增長 6%；淨利潤率由去年同期的 33% 下降至 27%。
 - 期內本公司權益持有人應佔盈利為人民幣 288.96 億元（40.78 億美元），同比增長 6%。
 - 每股基本盈利為人民幣 3.049 元。每股攤薄盈利為人民幣 2.999 元。
- 期末總現金為人民幣 2,205.84 億元（311.34 億美元）

董事會主席兼首席執行官馬化騰表示：「在全球團結一心對抗新型冠狀病毒疫情之際，我們謹此向遭受疫情影響的所有人表示衷心的關懷慰問。在此艱難時刻，我們通過提供線上服務，讓人們保持緊密聯繫，及時獲取準確信息，高效工作並得到適當娛樂。迄今，我們的業務展現了較強的抗壓性和產生現金流的能力。這使我們能夠進一步加大投入，踐行『科技向善』的使命。我們全力以赴投入時間和資源，包括超過 20 億元人民幣的捐助，為中國乃至全球齊心抗疫作出貢獻。」

二零二零年第一季度財務分析

增值服務業務收入同比增長 27% 至人民幣 624.29 億元。網絡遊戲收入同比增長 31% 至人民幣 372.98 億元。智能手機遊戲在中國市場表現強勁，包括《和平精英》、《王者榮耀》；同時海外手遊貢獻同比提升，包括《PUBG Mobile》以及《Clash of Clans》等；但部分個人電腦客戶端遊戲如《地下城與勇士》的收入減少。智能手機遊戲收入總額（包括歸屬於我們社交網絡業務的智能手機遊戲收入）為人民幣 347.56 億元。個人電腦客戶端遊戲收入為人民幣 117.95 億元。社交網絡收入同比增長 23% 至人民幣 251.31 億元，主要受遊戲內虛擬道具銷售、音樂及視頻訂閱等數字內容服務推動。

網絡廣告業務同比增長 32% 至人民幣 177.13 億元。社交及其他廣告收入同比增長 47% 至人民幣 145.92 億元。

¹ 非國際財務報告準則撇除股份酬金、併購帶來的效應，如來自投資公司的（收益）/ 虧損淨額、無形資產攤銷及減值撥備，以及所得稅影響。

² 美元數據基於 1 美元兌人民幣 7.0851 元計算。

主要反映移動廣告聯盟及微信朋友圈因廣告庫存及曝光量增加而實現收入增長。媒體廣告收入同比下降 10% 至人民幣 31.21 億元。受宏觀經濟疲弱及體育賽事停播影響，視頻及新聞平台廣告收入減少。

金融科技及企業服務的收入同比增長 22% 至人民幣 264.75 億元，主要由於商業支付及理財平台收入增長，以及因雲服務進一步把握視頻、教育及零售等垂直行業機會而帶來的收入增長推動。

二零二零年第一季度其他主要財務信息

EBITDA 為人民幣 422.28 億元，同比增加 26%。經調整的 EBITDA 為人民幣 451.90 億元，同比增加 27%。

資本開支為人民幣 61.51 億元，同比增加 37%。

自由現金流* 為人民幣 392.10 億元，同比增加 133%。

於二零二零年三月三十一日，本公司的債務淨額為人民幣 57.16 億元。我們於上市投資公司（不包括附屬公司）權益的公允價值合共為人民幣 4,102.99 億元。

* 自 2020 年起，自由現金流調整為：經營活動所得現金流量在減去所支付的資本開支基礎上，再減去所支付的媒體內容開支及租賃負債。於 2019 年第一季度、第二季度、第三季度及第四季，重新呈列的自由現金流分別為人民幣 168 億元、126 億元、281 億元及 313 億元。

經營資料

	於二零二零年 三月三十一日	於二零一九年 三月三十一日	同比變動	於二零一九年 十二月三十一日	環比變動
	（百萬計，另有指明者除外）				
微信及 WeChat 的 合併月活躍賬戶數	1,202.5	1,111.7	8.2%	1,164.8	3.2%
QQ 的智能終端月活躍賬戶數	693.5	700.4	-1.0%	647.0	7.2%
收費增值服務註冊賬戶數	197.4	165.5	19.3%	180.1	9.6%

業務回顧及展望

二零二零年第一季度，我們憑藉科技的力量讓用戶保持聯繫，為用戶提供及時準確的信息及適度的娛樂，協助廣告主有效觸達目標受眾，並幫助企業實現服務的連續性。值此共克時艱之際，我們全力以赴投入大量時間和資源，包括慈善捐助，為中國乃至全球抗疫作出貢獻。我們實現了穩健的運營及財務增長，展現了我們業務模式的抗壓性及我們的平台價值。展望未來，我們預期遊戲內消費活動隨著各地復工將很大程度回復到正常水平，同時，預期網絡廣告行業也將面臨挑戰。以下為我們主要產品及業務的重點表現：

通信及社交

微信及 QQ 讓用戶在居家防疫期間與親友保持聯繫，兩者各自的每日總消息數及使用時長同比均實現雙位數增長。我們的通信平台推出新功能，以滿足用戶在不同垂直領域的最新需求。在線教育方面，教師可利用相關小

程序對 QQ 群組工具欄進行個性化配置，例如加入在線測驗及作業收集工具，從而更高效地管理在線課堂；QQ 家校群已成為主流的網上學習平台，每日為數千萬師生及家長提供服務。隨著用戶行為呈現從線下轉移至線上的結構性改變，微信亦通過小程序進一步融入日常生活服務，尤其是在日用品購買及民生服務方面。這令小程序用戶迅速增長，日活躍賬戶數超過 4 億。此外，憑藉對消費者及商戶的廣泛覆蓋，我們幫助地方政府及商戶高效派發電子消費券，從而協助促進消費復蘇，特別是在零售及餐飲行業。

網絡遊戲

遊戲在為用戶排憂解悶及讓他們互相陪伴方面發揮了重要的作用，尤其在居家防疫期間。在手機遊戲方面，我們的工作室推出了引人入勝的遊戲內容，發行團隊亦舉辦了精彩的遊戲內活動，從而提高了日活躍賬戶數。例如，升級後的《王者榮耀》遊戲引擎，使遊戲內道具的音頻與視覺效果質量大大提升；此外，基於玩家定位的新團隊玩法也有效促進了用戶互動。《和平精英》與火箭少女 101（騰訊旗下的偶像少女組合，來自我們大受歡迎的綜藝節目）的合作相當成功，推動用戶活躍度再創新高，也顯示出騰訊內部跨 IP 合作的協同效應。個人電腦遊戲方面，由於中國不少網吧在疫情期間暫停營業，加上《地下城與勇士》表現遜色，國內業務受到影響。國際方面，《PUBG Mobile》兩周年慶祝活動大獲成功，我們也增強了本地化能力，以滿足不同地區用戶的多元化品味。《荒野亂鬥》通過優化玩家匹配算法，提升了用戶體驗。Riot Games 推出《雲頂之弈》手機遊戲，拉動《英雄聯盟》系列的用戶留存率及遊戲時長提升；並在今年四月推出另一款卡牌手遊《符文大地傳說》及開始測試新遊戲《Valorant》。展望未來，我們預期隨著各地陸續復工，遊戲行業的用戶使用時長及遊戲內消費活動將大致回復正常水平，但我們也相信，遊戲行業已從結構上擴大了其長期受眾及吸引力。

數字內容

由於自製視頻內容備受歡迎，付費音樂庫內容日益豐富，以及用戶在居家防疫期間互聯網使用時長增加，視頻及音樂服務會員數大幅上升，推動收費增值服務賬戶數同比增長 19% 至 1.97 億。視頻服務會員數同比增長 26% 至 1.12 億，音樂服務會員數同比增長 50% 至 4,300 萬。騰訊視頻日活躍賬戶數及流量上升，體現自製中國動畫及電視劇成功吸引用戶，例如《鬥羅大陸第三季》及《三生三世枕上書》。我們加強了短視頻內容，微視、新聞信息流平台及小程序的用戶流量及短視頻瀏覽量均有所提升。隨著閱文集團新管理團隊上任，我們將深化與該附屬公司的合作，將其文學類 IP 改編為各類媒體形式，例如電視劇、動畫及遊戲等，利用我們的分發能力擴大其用戶覆蓋範圍，並探索產品創新及新技術，強化其內容生態。

網絡廣告

我們的網絡廣告收入錄得同比增長，反映居家防疫期間消費者在我們主要應用內的使用時長增加，以及我們為廣告主提供了具備吸引力的廣告投放效率。第一季是市場推廣活動的傳統淡季，因此網絡廣告收入環比下跌。就行業而言，遊戲、互聯網服務及在線教育在居家防疫期間消費出現增長，這些行業在我們平台上的廣告開支有所上升；而快速消費品、汽車及旅遊行業的廣告開支則有所下降。

由於廣告曝光量上升，尤其是朋友圈廣告曝光量，社交及其他廣告收入錄得同比增長。移動廣告聯盟流量上升，同時由於視頻廣告佔其廣告曝光量超過三分之一，eCPM 上升，共同推動其收入增長。媒體廣告方面，受廣告主預算削減、綜藝節目拍攝延期及 NBA 賽事停播等影響，贊助廣告收入同比及環比下跌。而由於頭部電視劇大受歡迎，加上居家防疫期間用戶對可靠新聞及信息的需求增加，視頻和新聞平台的信息流廣告收入錄得同比及環比增長。

展望未來，我們認為廣告行業可能面臨多重阻力，包括消費者的互聯網使用時長回復正常水平，導致廣告曝光量增幅回落；互聯網服務廣告主重新調整獲客預算，以反映對客戶生命周期價值假設的修訂；以及跨國品牌受

到本土市場疫情的影響，大幅削減其全球推廣預算。

金融科技

金融科技服務的收入環比下降，主要由於春節及居家防疫期間，支付活動（特別是線下交易）及提現均有所減少。儘管收入下降，該業務的利潤率仍保持穩定，主要因為理財平台及貸款等利潤率較高的業務持續增長，同時我們對市場推廣及補貼開支有所控制。在四月最後一周，我們的日均商業交易額已恢復至二零一九年底的水平。我們的理財平台在第一季穩步擴大業務，資產保有量取得同比及環比增長。微粒貸的貸款狀況保持健康，體現了微眾銀行審慎的風險管理原則。

雲及其他企業服務

受疫情影響，雲業務的項目交付及新客戶獲取均有所延遲，導致收入環比下降。儘管如此，騰訊會議仍取得突破性成功，已成為中國領先的視頻會議應用。我們加強了該產品的安全性，並新增了多項功能，方便用戶進行討論及會議管理。二零二零年三月，我們還推出了其國際版 **VooV Meeting**。另外，企業微信優化了其行業解決方案，並進一步加強與微信的互通，吸引了更多頭部客戶，特別是在零售、教育及公共領域，推動其日活躍賬戶數顯著上升。我們加大了相關投入，以推廣上述遠程辦公產品，並維護我們強大的雲基礎設施，從而確保為用戶提供安全可靠的服務。展望未來，我們預期短期內雲行業仍將面臨挑戰，但長遠而言，我們會繼續增加在這方面的投入，並預計雲服務及企業軟件將在線下行業及公共領域加速普及。

有關更詳細的披露，請瀏覽 www.tencent.com/ir 或通過微信公眾號關注我們：



###

關於騰訊

騰訊以技術豐富互聯網用戶的生活。

通過通信及社交平台微信和QQ，促進用戶互相連接，並助其連接數字內容、網上及線下服務。通過定向廣告平台，助力廣告主觸達數以億計的中國消費者。通過金融科技及企業服務，促進合作夥伴業務增長，助力實現數字化升級。

騰訊大力投資於人才隊伍和推動科技創新，積極參與互聯網行業協同發展。騰訊於 1998 年在中國深圳成立，騰訊的股份 (00700.HK) 在香港聯合交易所主板上市。

如有查詢，請聯繫：

陳慧芬 電話: (86) 755 86013388 / (852) 3148 5100 內線 888369 電郵: cchan@tencent.com
黃志芸 電話: (86) 755 86013388 / (852) 3148 5100 內線 850839 電郵: wendyyhuang@tencent.com
葉嫻貞 電話: (86) 755 86013388 / (852) 3148 5100 內線 868961 電郵: janeyip@tencent.com
張沛恒 電話: (86) 755 86013388 / (852) 3148 5100 內線 868919 電郵: phcheung@tencent.com

非國際財務報告準則財務計量

為補充根據國際財務報告準則編制的本公司綜合業績，若干額外的非國際財務報告準則財務計量（經營盈利、經營利潤率、期內盈利、淨利潤率、本公司權益持有人應佔盈利、每股基本盈利及每股攤薄盈利）已於本公佈內呈列。此等未經審核非國際財務報告準則財務計量應被視為根據國際財務報告準則編制的本公司財務業績的補充而非替代計量。此外，此等非國際財務報告準則財務計量的定義可能與其他公司所用的類似詞彙有所不同。

本公司的管理層相信，非國際財務報告準則財務計量藉排除若干非現金項目及併購交易的若干影響為投資者評估本公司核心業務的業績提供有用的補充資料。此外，非國際財務報告準則調整包括本集團主要聯營公司的相關非國際財務報告準則調整，此乃基於相關主要聯營公司可獲得的已公佈財務資料或本公司管理層根據所獲得的資料、若干預測、假設及前提所作出的估計。

重要注意事項

本新聞稿載有前瞻性陳述，其涉及業務展望、預測業務計劃及本公司的增長策略。該等前瞻性陳述是根據本公司現有的資料，亦按本新聞稿刊及之時的展望為基準，在本新聞稿內載列。該等前瞻性陳述是根據若干預測、假設及前提，其中，若干部份為主觀性或不受我們控制。該等前瞻性陳述或會證明為不正確及可能不會在將來實現。該等前瞻性陳述之內大部分為風險及不明朗因素。該等風險及不明朗因素的其他詳情載於我們的其他公開披露檔和公司網站。

綜合收益表

人民幣百萬元（特別說明除外）

		未經審核	
		1Q2020	1Q2019
收入		108,065	85,465
增值服務		62,429	48,974
金融科技及企業服務		26,475	21,789
網絡廣告		17,713	13,377
其他		1,448	1,325
收入成本		(55,271)	(45,645)
毛利		52,794	39,820
	毛利率	49%	47%
利息收入		1,636	1,408
其他收益淨額		4,037	11,089
銷售及市場推廣開支		(7,049)	(4,244)
一般及行政開支		(14,158)	(11,331)
經營盈利		37,260	36,742
	經營利潤率	34%	43%
財務成本淨額		(1,684)	(1,117)
分佔聯營公司及合營公司虧損		(281)	(2,957)
除稅前盈利		35,295	32,668
所得稅開支		(5,892)	(4,812)
期內盈利		29,403	27,856
	淨利潤率	27%	33%
下列人士應佔：			
本公司權益持有人		28,896	27,210
非控制性權益		507	646
非國際財務報告準則本公司權益持有人應佔盈利		27,079	20,930
歸屬於本公司權益持有人的			
每股盈利（每股人民幣元）			
- 基本		3.049	2.877
- 攤薄		2.999	2.844

綜合全面收益表

人民幣百萬元（特別說明除外）

未經審核	
1Q2020	1Q2019
29,403	27,856
(30)	(26)
1,315	(1,999)
(1,357)	(648)
(7,850)	14,265
(54)	(1)
(7,976)	11,591
21,427	39,447
21,020	38,491
407	956

期內盈利

其他全面收益（除稅淨額）：

其後可能會重新分類至損益的項目

分佔聯營公司及合營公司其他全面虧損

外幣折算差額

其他公允價值虧損

其後不會重新分類至損益的項目

以公允價值計量且其變動計入

其他全面收益的金融資產的公允價值變動(虧損)/收益淨額

其他公允價值虧損

期內全面收益總額

下列人士應佔：

本公司權益持有人

非控制性權益

其他財務資料

人民幣百萬元（特別說明除外）

	未經審核		
	1Q2020	4Q2019	1Q2019
EBITDA (a)	42,228	35,675	33,566
經調整的 EBITDA (a)	45,190	38,572	35,598
經調整的 EBITDA 比率 (b)	42%	36%	42%
利息及相關開支	2,006	2,348	1,499
債務淨額 (c)	(5,716)	(15,552)	(9,595)
資本開支 (d)	6,151	16,869	4,506

附注：

- (a) EBITDA 乃按經營盈利扣除利息收入及其他收益/虧損淨額，加回物業、設備及器材、投資物業及使用權資產的折舊以及無形資產攤銷計算。經調整的 EBITDA 乃按 EBITDA 加按權益結算的股份酬金開支計算。
- (b) 經調整的 EBITDA 比率乃按經調整的 EBITDA 除以收入計算。
- (c) 債務淨額為期末餘額，乃根據現金及現金等價物加定期存款及其他，減借款及應付票據計算。
- (d) 資本開支包括添置（不包括業務合併）物業、設備及器材、在建工程、投資物業、土地使用權以及無形資產（不包括視頻及音樂內容、遊戲特許權及其他內容）。

綜合財務狀況表

人民幣百萬元 (特別說明除外)

	未經審核	經審核
	於二零二零年 三月三十一日	於二零一九年 十二月三十一日
資產		
非流動資產		
物業、設備及器材	48,557	46,824
土地使用權	15,685	15,609
使用權資產	10,677	10,847
在建工程	4,371	3,935
投資物業	641	855
無形資產	127,718	128,860
於聯營公司的投資	224,505	213,614
於合營公司的投資	7,485	8,280
以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產	149,929	128,822
以公允價值計量且其變動計入 其他全面收益的金融資產	80,176	81,721
預付款項、按金及其他資產	22,265	23,442
遞延所得稅資產	20,928	18,209
定期存款	21,210	19,000
	734,147	700,018
流動資產		
存貨	601	718
應收賬款	42,869	35,839
預付款項、按金及其他資產	34,856	27,840
其他金融資產	489	375
以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產	6,571	7,114
定期存款	57,968	46,911
受限制現金	2,174	2,180
現金及現金等價物	135,270	132,991
	280,798	253,968
資產總額	1,014,945	953,986

綜合財務狀況表 (續上)

人民幣百萬元 (特別說明除外)

	未經審核	經審核
	於二零二零年 三月三十一日	於二零一九年 十二月三十一日
權益		
本公司權益持有人應佔權益		
股本	-	-
股本溢價	38,687	35,271
股份獎勵計劃所持股份	(3,873)	(4,002)
其他儲備	9,129	16,786
保留盈利	413,881	384,651
	457,824	432,706
非控制性權益	55,719	56,118
權益總額	513,543	488,824
負債		
非流動負債		
借款	124,125	104,257
應付票據	84,640	83,327
長期應付款項	3,958	3,577
其他金融負債	6,538	5,242
遞延所得稅負債	13,512	12,841
租賃負債	8,274	8,428
遞延收入	6,961	7,334
	248,008	225,006
流動負債		
應付賬款	88,176	80,690
其他應付款項及預提費用	40,619	45,174
借款	16,441	22,695
應付票據	1,094	10,534
流動所得稅負債	12,911	9,733
其他稅項負債	1,048	1,245
其他金融負債	6,006	5,857
租賃負債	3,383	3,279
遞延收入	83,716	60,949
	253,394	240,156
負債總額	501,402	465,162
權益及負債總額	1,014,945	953,986

非國際財務報告準則財務計量與根據國際財務報告準則編制的計量的調節

人民幣百萬元 百分比除外	已報告	調整					非國際財務報告準則
		股份酬金 (a)	來自投資公司的 (收益) / 虧損淨額 (b)	無形資產攤銷 (c)	減值撥備/(撥回) (d)	所得稅影響 (e)	
截至 2020 年 3 月 31 日止三個月未經審核							
經營盈利	37,260	3,435	(5,272)	639	(487)	–	35,575
期內盈利	29,403	4,198	(6,992)	1,572	(18)	(179)	27,984
本公司權益持有人應佔盈利	28,896	3,957	(6,976)	1,338	(18)	(118)	27,079
經營利潤率	34%						33%
淨利潤率	27%						26%
截至 2019 年 12 月 31 日止三個月未經審核							
經營盈利	28,604	3,269	(2,340)	701	72	–	30,306
期內盈利	22,372	3,965	(1,412)	1,667	140	(93)	26,639
本公司權益持有人應佔盈利	21,582	3,756	(1,403)	1,406	133	10	25,484
經營利潤率	27%						29%
淨利潤率	21%						25%
截至 2019 年 3 月 31 日止三個月未經審核							
經營盈利	36,742	2,033	(10,546)	114	127	–	28,470
期內盈利	27,856	2,868	(10,374)	1,084	589	(350)	21,673
本公司權益持有人應佔盈利	27,210	2,782	(10,351)	1,033	589	(333)	20,930
經營利潤率	43%						33%
淨利潤率	33%						25%

附注：

- (a) 包括授予投資公司僱員的認沽期權（可由本集團收購的投資公司的股份及根據其股份獎勵計劃而發行的股份）及其他獎勵
- (b) 包括視同處置 / 處置投資公司、投資公司的公允價值變動的（收益）/ 虧損淨額以及與投資公司股權交易相關的其他開支
- (c) 因收購而產生的無形資產攤銷
- (d) 於聯營公司、合營公司及收購產生的無形資產的減值撥備/(撥回)
- (e) 非國際財務報告準則調整的所得稅影響