

实时发布

腾讯公布二零二零年第二季及中期业绩

香港，二零二零年八月十二日 – 中国领先的互联网增值服务提供商——腾讯控股有限公司（“腾讯”或“本公司”，香港联交所股票编号: 00700）今天公布截至二零二零年六月三十日止第二季及上半年未经审核综合业绩。

二零二零年上半年业绩摘要

总收入：同比增长 28%；按非国际财务报告准则¹的本公司权益持有人应占盈利：同比增长 29%

- 总收入为人民币 2,229.48 亿元（314.92 亿美元²），较二零一九年上半年（“同比”）增长 28%。
- 按非国际财务报告准则，撇除若干一次性及/或非现金项目的影响，以体现核心业务的业绩：
 - 经营盈利为人民币 732.04 亿元（103.4 亿美元），同比增长 31%；经营利润率由去年同期的 32% 上升至 33%。
 - 期内盈利为人民币 592.04 亿元（83.63 亿美元），同比增长 29%；净利润率由去年同期的 26% 上升至 27%。
 - 期内本公司权益持有人应占盈利为人民币 572.32 亿元（80.84 亿美元），同比增长 29%。
 - 每股基本盈利为人民币 6.038 元，每股摊薄盈利为人民币 5.945 元。
- 按国际财务报告准则：
 - 经营盈利为人民币 765.71 亿元（108.16 亿美元），同比增长 19%；经营利润率由去年同期的 37% 下降至 34%。
 - 期内盈利为人民币 618.57 亿元（87.37 亿美元），同比增长 18%；净利润率由去年同期的 30% 下降至 28%。
 - 期内本公司权益持有人应占盈利为人民币 620.03 亿元（87.58 亿美元），同比增长 21%。
 - 每股基本盈利为人民币 6.541 元。每股摊薄盈利为人民币 6.440 元。
- 期末总现金为人民币 2,810.86 亿元（397.04 亿美元）

二零二零年第二季业绩摘要

总收入：同比增长 29%，按非国际财务报告准则的本公司权益持有人应占盈利：同比增长 28%

- 总收入为人民币 1,148.83 亿元（162.28 亿美元），较二零一九年第二季（“同比”）增长 29%。
- 按非国际财务报告准则，撇除若干一次性及/或非现金项目的影响，以体现核心业务的业绩：
 - 经营盈利为人民币 376.29 亿元（53.15 亿美元），同比增长 38%；经营利润率由去年同期的 31% 上升至 33%。
 - 期内盈利为人民币 312.2 亿元（44.1 亿美元），同比增长 29%；净利润率为 27%，与去年同期持平。
 - 期内本公司权益持有人应占盈利为人民币 301.53 亿元（42.59 亿美元），同比增长 28%。
 - 每股基本盈利为人民币 3.180 元，每股摊薄盈利为人民币 3.130 元。
- 按国际财务报告准则：
 - 经营盈利为人民币 393.11 亿元（55.53 亿美元），同比增长 43%；经营利润率由去年同期的 31% 上升至 34%。

¹ 非国际财务报告准则（过往称为非通用会计准则）撇除股份酬金、并购带来的效应，如来自投资公司的（收益）/ 亏损净额、无形资产摊销及减值拨备/（拨回），以及所得税影响。

² 美元数据基于 1 美元兑人民币 7.0795 元计算。

- 期内盈利为人民币 324.54 亿元（45.84 亿美元），同比增长 31%；净利润率为 28%，与去年同期持平。
- 期内本公司权益持有人应占盈利为人民币 331.07 亿元（46.76 亿美元），同比增长 37%。
- 每股基本盈利为人民币 3.491 元。每股摊薄盈利为人民币 3.437 元。

董事会主席兼首席执行官马化腾表示：“自年初以来，新型冠状病毒疫情席卷全球，影响民众的日常工作及生活规律。值此充满挑战之际，我们利用自身的平台和技术帮助用户通过在线工具适应新常态，支持企业的数字化升级，广泛助力经济复苏。在第二季，我们的运营及财务业绩整体上保持强劲，反映我们的团队坚持不懈和业务模式的韧性。我们会一如既往地人才、技术和平台等方面进行高效的投入，拥抱新兴的结构性机会，迎接未来挑战。”

二零二零年第二季财务分析

增值服务业务的收入同比增长 35%至人民币 650.02 亿元。网络游戏收入增长 40%至人民币 382.88 亿元。该项增长主要由包括《和平精英》及《王者荣耀》在内的国内游戏及海外市场的智能手机游戏的收入增加所推动，部分被个人电脑客户端游戏（如《地下城与勇士》及《穿越火线》）收入减少所抵销。二零二零年第二季，智能手机游戏收入总额（包括归属于我们社交网络业务的智能手机游戏收入）及个人电脑客户端游戏收入分别为人民币 359.88 亿元及人民币 109.12 亿元。社交网络收入增长 29%至人民币 267.14 亿元。该项增长主要由数字内容服务包括 HUYA Inc.（“虎牙”，自二零二零年四月起作为附属公司合并）直播服务的贡献、音乐会员数增长以及游戏虚拟道具销售收入增长所推动。

金融科技及企业服务业务的收入同比增长 30%至人民币 298.62 亿元。该项增长主要反映因日均交易量和单笔交易金额增加带动商业支付收入的增长，理财平台收入的增长，以及因公有云消耗量增多（尤其是互联网服务及民生服务）带动云服务收入增长。

网络广告业务的收入同比增长 13%至人民币 185.52 亿元。社交及其他广告收入增长 27%至人民币 152.62 亿元。该项增长主要由于流量上升及价格较高的视频广告的占比上升推动移动广告联盟收入增长，亦受惠于微信朋友圈因广告库存及曝光量增长而带动收入的增加。媒体广告收入下降 25%至人民币 32.90 亿元。该减少主要反映充满挑战的宏观环境下品牌广告需求疲弱，以及部分内容制作及上线时间延迟导致腾讯视频的广告收入下降。

二零二零年第二季其他主要财务信息

EBITDA 为人民币 405.25 亿元，同比增加 24%。经调整的 EBITDA 为人民币 437.42 亿元，同比增加 25%。

资本开支为人民币 94.66 亿元，同比增加 117%。

自由现金流*为人民币 284.51 亿元，同比增加 127%。

于二零二零年六月三十日，本公司的现金净额为人民币 72.12 亿元。我们于上市投资公司（不包括附属公司）权益的公允价值合共为人民币 7,262.44 亿元。

* 自二零二零年起，自由现金流调整为：经营活动所得现金流量在减去所支付的资本开支基础上，再减去所支付的媒体内容开支及租赁负债。于二零一九年第一季、第二季、第三季及第四季，重新呈列的自由现金流分别为人民币 168 亿元、126 亿元、281 亿元及 313 亿元。

经营数据

	于二零二零年 六月三十日	于二零一九年 六月三十日	同比变动	于二零二零年 三月三十一日	环比变动
(百万计, 另有指明者除外)					
微信及 WeChat 的 合并月活跃账户数	1,206.1	1,132.7	6.5%	1,202.5	0.3%
QQ 的智能终端月活跃账户数	647.6	706.7	-8.4%	693.5	-6.6%
收费增值服务注册账户数	203.4	168.9	20.4%	197.4	3.0%

业务回顾及展望

自年初以来, 新型冠状病毒疫情席卷全球, 影响民众的日常工作及生活规律。值此充满挑战之际, 我们利用自身的平台和技术帮助用户通过在线工具适应新常态, 支持企业的数字化升级, 广泛助力经济复苏。以下为我们主要产品及业务的重点表现:

通信及社交

微信方面, 我们发布了版本更新, 以增强其在通信、内容及服务方面的功能。在通信层面, 最新的“拍一拍”功能激发了许多创意互动, 而在微信家校群内新增的直播功能也使通过微信进行在线教育更加便利。月活跃账户数及日均消息数均取得同比增长。在内容方面, 我们升级了公众号的视频内容发布功能, 通过强化推荐算法, 并推出内容聚合工具以提高用户发现内容的效率。这些举措使公众号的内容消费重焕活力, 推动浏览量同比增长。在服务方面, 我们助力传统零售商进行数字化转型, 通过小程序协助其恢复营业。随着经济活动复苏, 通过小程序产生的交易额环比有所回升。我们推出了一项免费且简单易用的小程序功能“小商店”, 助力长尾商家建立及运营线上店铺, 为商户提供订单管理、售后服务及直播等多种能力。

QQ 方面, 我们增添了功能让用户在未能与朋友及家人相聚之际, 可以在线上有更好的互动。用户可以发起线上派对, 在视频聊天中与朋友一起玩人工智能的社交游戏。为了进一步吸引正在增长的二次元文化(“ACGN”, 即动画、漫画、游戏及小说) 粉丝群, 我们推出了可在 QQ 聊天使用的定制化漫画表情包, 并丰富了二次元相关小程序的内容, 深受年轻用户的欢迎。

网络游戏

在中国, 智能手机游戏的用户时长同比增加, 但由于季节性以及复工因素而环比下降。《王者荣耀》在其周年活动“五五开黑节”期间发布多款顶级皮肤, 提升了用户活跃度。《和平精英》在一周年庆以全新的内容及游戏模式, 提升了玩家的竞技游戏体验。此外, 我们与特斯拉合作, 于七月份在《和平精英》游戏内推出特斯拉汽车的皮肤, 广受玩家欢迎。第二季, 我们在中国推出了战略游戏《战歌竞技场》、基于流行中国漫画 IP 改编的动作游戏《一人之下》以及 Supercell 开发的《荒野乱斗》。《荒野乱斗》荣登今年六月 iOS 中国下载排行榜榜首, 进一步延续了其在快节奏 3v3 MOBA 类型游戏中的全球领导地位。

国际市场上, 新游戏的推出以及随着用户在居家令期间的使用时长增加, 我们的月活跃账户数同比及环比显著增长。我们发布了一款沉浸式队制动作类的个人电脑游戏《Valorant》, 一款卡牌类跨个人电脑端和智能手机的游戏《符文大地传说》, 以及代理的角色扮演手游《CODE:D Blood》。Valorant 已在第二季成为 Twitch 上全球观看时长最高的游戏, 反映该游戏对喜爱沉浸式动作类游戏玩家的即时吸引力。

数字内容

我们的收费增值服务账户数同比增长 20%至 2.03 亿，主要来自视频及音乐内容服务会员数的增长。视频服务会员数同比增长 18%至 1.14 亿，受益于自制国漫及电视剧，例如《斗罗大陆第三季》、《龙岭迷窟》及《传闻中的陈芊芊》。中国长视频网站（包括腾讯视频）的流量随着人们逐渐复工，以及若干著名综艺节目及电视剧延迟播放而环比下跌。受益于热播剧集如《三十而已》的推动，腾讯视频的流量在第二季结束后已见上升，反映我们视频平台的韧性。腾讯音乐扩充了付费曲库内容，音乐服务会员数同比增长 52%至 4,700 万。

网络广告

社交及其他广告业务持续强劲，推动网络广告业务收入同比增长。网络广告收入环比增长率相对过往同期的环比增长率有所放缓，原因是在二零二零年首季，游戏及互联网服务行业受益于居家办公，纷纷大幅增加广告开支，但是踏入第二季，其广告开支回落至较为正常的水平。然而，在二零二零年第二季，我们的广告主行业更趋多元化，电子商务及教育行业广告主重度推广 618 的促销活动及暑期课程，汽车及消费电子品牌等广告主亦随着消费回升而增加广告开支。

为了加强在效果广告领域的长远竞争力，我们在七月推出了整合的广告投放管理平台，广告主可通过该平台更有效率地在腾讯所有资源位投放广告，包括我们的移动广告联盟，新平台亦将增强竞价效率及为广告主提供更精准的定向投放服务。

社交及其他广告方面，微信广告资源（尤其是朋友圈）推动了广告曝光量迅速增长，而移动广告联盟的 eCPM 亦有所增加，原因是视频广告在移动广告联盟收入的占比由二零一九年第二季的单位数百分比增长至二零二零年第二季的 40%以上。我们认为，微信生态正重新定义中国的网络广告，令广告主可在其私域，例如公众号及小程序，与用户建立关系，使其投放可有效维护长远而忠诚的客户关系，而非只是单次交易的广告投放。

媒体广告方面，由于品牌广告主需求疲弱，及部分综艺节目与电视剧的制作和播放延迟影响，收入同比大幅下跌，我们预期部分综艺节目及电视剧将于二零二零年下半年播放。

金融科技

商业支付及理财平台业务在用户及业务规模上均有所增长，推动金融科技收入同比及环比上升。由于线下商户（特别是中小企业）加快接入我们的支付服务及商户管理工具，以便通过手机触达客户并完成交易，实现数字化升级。在本季，商户对我们支付解决方案的需求上升，尤其是在零售及餐饮等行业。因此，我们在商业支付的日均交易量及单笔交易金额同比均有所增长。

理财平台业务方面，随着越来越多用户认同我们安全而精心聚合的理财平台之便利性，资产保有量及活跃客户量同比均有所增长。

云及其他企业服务

云及其他企业服务收入录得同比及环比增长，主要受互联网公司及公共服务领域客户的云服务用量提升带动。在新型冠状病毒疫情的持续影响下，线下项目的交付工作尚未在第二季完全恢复，但我们与金融机构及公共服务领域客户签订了重大合同，同时扩大了在医疗、教育、会议及展览等新兴垂直领域的业务，协助客户实现数字化转型。在技术和基础建设方面，我们采用定制化的设备，以及建立和扩充自有的超大型数据中心，有助长远提升我们云服务的性能表现及优化成本。

有关更详细的披露，请浏览 <https://www.tencent.com/zh-cn/investors.html> 或通过微信公众号关注我们：



###

关于腾讯

腾讯以技术丰富互联网用户的生活。

通过通信及社交平台微信和QQ，促进用户互相连接，并助其连接数字内容、网上及线下服务。通过定向广告平台，助力广告主触达数以亿计的中国消费者。通过金融科技及企业服务，促进合作伙伴业务增长，助力实现数字化升级。

腾讯大力投资于人才队伍和推动科技创新，积极参与互联网行业协同发展。腾讯于 1998 年在中国深圳成立，腾讯的股份 (00700.HK) 在香港联合交易所主板上市。

如有查询，请联系：

陈慧芬 电话: (86) 755 86013388 / (852) 3148 5100 内线 888369 电邮: cchan@tencent.com
黄志芸 电话: (86) 755 86013388 / (852) 3148 5100 内线 850839 电邮: wendyyhuang@tencent.com
叶帼贞 电话: (86) 755 86013388 / (852) 3148 5100 内线 868961 电邮: janeyip@tencent.com
张沛恒 电话: (86) 755 86013388 / (852) 3148 5100 内线 868919 电邮: phcheung@tencent.com

非国际财务报告准则财务计量

为补充根据国际财务报告准则编制的本公司综合业绩，若干额外的非国际财务报告准则财务计量（经营盈利、经营利润率、期内盈利、净利润率、本公司权益持有人应占盈利、每股基本盈利及每股摊薄盈利）已于本公布内呈列。此等未经审核非国际财务报告准则财务计量应被视为根据国际财务报告准则编制的本公司财务业绩的补充而非替代计量。此外，此等非国际财务报告准则财务计量的定义可能与其他公司所用的类似词汇有所不同。

本公司的管理层相信，非国际财务报告准则财务计量藉排除若干非现金项目及并购交易的若干影响为投资者评估本公司核心业务的业绩提供有用的补充数据。此外，非国际财务报告准则调整包括本集团主要联营公司的相关非国际财务报告准则调整，此乃基于相关主要联营公司可获得的已公布财务资料或本公司管理层根据所获得的资料、若干预测、假设及前提所作出的估计。

重要注意事项

本新闻稿载有前瞻性陈述，其涉及业务展望、预测业务计划及本公司的增长策略。该等前瞻性陈述是根据本公司现有的资料，亦按本新闻稿刊及之时的展望为基准，在本新闻稿内载列。该等前瞻性陈述是根据若干预测、假设及前提，其中，若干部份为主观性或不受我们控制。该等前瞻性陈述或会证明为不正确及可能不会在将来实现。该等前瞻性陈述之内大部分为风险及不明朗因素。该等风险及不明朗因素的其他详情载于我们的其他公开披露档和公司网站。

综合收益表

人民币百万元（特别说明除外）

	未经审核		未经审核	
	2Q2020	2Q2019	2Q2020	1Q2020
收入	114,883	88,821	114,883	108,065
增值服务	65,002	48,080	65,002	62,429
金融科技及企业服务	29,862	22,888	29,862	26,475
网络广告	18,552	16,409	18,552	17,713
其他	1,467	1,444	1,467	1,448
收入成本	(61,673)	(49,695)	(61,673)	(55,271)
毛利	53,210	39,126	53,210	52,794
	<i>毛利率</i>			
	46%	44%	46%	49%
利息收入	1,749	1,652	1,749	1,636
其他收益净额	8,607	4,038	8,607	4,037
销售及市场推广开支	(7,756)	(4,718)	(7,756)	(7,049)
一般及行政开支	(16,499)	(12,577)	(16,499)	(14,158)
经营盈利	39,311	27,521	39,311	37,260
	<i>经营利润率</i>			
	34%	31%	34%	34%
财务成本净额	(2,005)	(1,982)	(2,005)	(1,684)
分占联营公司及合营公司(亏损)/ 盈利	(295)	2,370	(295)	(281)
除税前盈利	37,011	27,909	37,011	35,295
所得税开支	(4,557)	(3,225)	(4,557)	(5,892)
期内盈利	32,454	24,684	32,454	29,403
	<i>净利润率</i>			
	28%	28%	28%	27%
下列人士应占：				
本公司权益持有人	33,107	24,136	33,107	28,896
非控制性权益	(653)	548	(653)	507
非国际财务报告准则本公司权益持有人应占盈利	30,153	23,525	30,153	27,079
归属于本公司权益持有人的				
每股盈利（每股人民币元）				
- 基本	3.491	2.550	3.491	3.049
- 摊薄	3.437	2.520	3.437	2.999

综合财务状况表

人民币百万元 (特别说明除外)

	未经审核	经审核
	于二零二零年 六月三十日	于二零一九年 十二月三十一日
资产		
非流动资产		
物业、设备及器材	52,565	46,824
土地使用权	15,822	15,609
使用权资产	10,622	10,847
在建工程	5,217	3,935
投资物业	635	855
无形资产	135,260	128,860
于联营公司的投资	224,753	213,614
于合营公司的投资	7,053	8,280
以公允价值计量且其变动计入损益的金融资产	162,391	128,822
以公允价值计量且其变动计入 其他全面收益的金融资产	139,021	81,721
预付款项、按金及其他资产	22,588	23,442
递延所得税资产	20,974	18,209
定期存款	21,210	19,000
	818,111	700,018
流动资产		
存货	988	718
应收账款	40,384	35,839
预付款项、按金及其他资产	36,233	27,840
其他金融资产	1,585	375
以公允价值计量且其变动计入损益的金融资产	6,327	7,114
定期存款	79,920	46,911
受限制现金	2,278	2,180
现金及现金等价物	173,718	132,991
	341,433	253,968
资产总额	1,159,544	953,986

综合财务状况表 (续上)

人民币百万元 (特别说明除外)

	未经审核	经审核
	于二零二零年 六月三十日	于二零一九年 十二月三十一日
权益		
本公司权益持有人应占权益		
股本	-	-
股本溢价	41,701	35,271
股份奖励计划所持股份	(3,959)	(4,002)
其他储备	61,056	16,786
保留盈利	436,611	384,651
	535,409	432,706
非控制性权益	70,864	56,118
权益总额	606,273	488,824
负债		
非流动负债		
借款	131,988	104,257
应付票据	126,785	83,327
长期应付款项	4,675	3,577
其他金融负债	7,016	5,242
递延所得税负债	13,434	12,841
租赁负债	8,143	8,428
递延收入	6,638	7,334
	298,679	225,006
流动负债		
应付账款	86,433	80,690
其他应付款项及预提费用	43,675	45,174
借款	15,101	22,695
应付票据	-	10,534
流动所得税负债	10,813	9,733
其他税项负债	1,133	1,245
其他金融负债	5,746	5,857
租赁负债	3,474	3,279
递延收入	88,217	60,949
	254,592	240,156
负债总额	553,271	465,162
权益及负债总额	1,159,544	953,986

非国际财务报告准则财务计量与根据国际财务报告准则编制的计量的调节

人民币百万元 百分比除外	已报告	调整					非国际财务报告准则
		股份酬金 (a)	来自投资公司的 (收益) / 亏损净额 (b)	无形资产摊销 (c)	减值拨备/(拨回) (d)	所得税影响 (e)	
截至 2020 年 6 月 30 日止三个月未经审核							
经营盈利	39,311	3,507	(14,672)	870	8,613	-	37,629
期内盈利	32,454	4,225	(16,108)	1,886	9,268	(505)	31,220
本公司权益持有人应占盈利	33,107	4,019	(15,436)	1,503	7,310	(350)	30,153
经营利润率	34%						33%
净利润率	28%						27%
截至 2020 年 3 月 31 日止三个月未经审核							
经营盈利	37,260	3,435	(5,272)	639	(487)	-	35,575
期内盈利	29,403	4,198	(6,992)	1,572	(18)	(179)	27,984
本公司权益持有人应占盈利	28,896	3,957	(6,976)	1,338	(18)	(118)	27,079
经营利润率	34%						33%
净利润率	27%						26%
截至 2019 年 6 月 30 日止三个月未经审核							
经营盈利	27,521	2,453	(4,950)	118	2,139	-	27,281
期内盈利	24,684	2,373	(6,523)	1,486	2,492	(321)	24,191
本公司权益持有人应占盈利	24,136	2,296	(6,522)	1,432	2,492	(309)	23,525
经营利润率	31%						31%
净利润率	28%						27%

附注：

- (a) 包括授予投资公司雇员的认沽期权（可由本集团收购的投资公司的股份及根据其股份奖励计划而发行的股份）及其他奖励
- (b) 包括视同处置 / 处置投资公司、投资公司的公允价值变动的（收益）/ 亏损净额以及与投资公司股权交易相关的其他开支
- (c) 因收购而产生的无形资产摊销
- (d) 于联营公司、合营公司、商誉及收购产生的无形资产的减值拨备/(拨回)
- (e) 非国际财务报告准则调整的所得税影响