

实时发布

腾讯公布二零二零年第一季度业绩

香港，二零二零年五月十三日 – 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三月三十一日止第一季未经审核综合业绩。

二零二零年第一季度业绩摘要

总收入：同比增长 26%，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 1,080.65 亿元（152.52 亿美元²），较二零一九年第一季度（“同比”）增长 26%。
- 按非国际财务报告准则，撇除若干一次性及非现金项目的影响，以体现核心业务的业绩：
 - 经营盈利为人民币 355.75 亿元（50.21 亿美元），同比增长 25%；经营利润率为 33%，同比持平。
 - 期内盈利为人民币 279.84 亿元（39.50 亿美元），同比增长 29%；净利润率由去年同期的 25% 上升至 26%。
 - 期内本公司权益持有人应占盈利为人民币 270.79 亿元（38.22 亿美元），同比增长 29%。
 - 每股基本盈利为人民币 2.858 元，每股摊薄盈利为人民币 2.817 元。
- 按国际财务报告准则：
 - 经营盈利为人民币 372.60 亿元（52.59 亿美元），同比增长 1%；经营利润率由去年同期的 43% 下降至 34%。
 - 期内盈利为人民币 294.03 亿元（41.50 亿美元），同比增长 6%；净利润率由去年同期的 33% 下降至 27%。
 - 期内本公司权益持有人应占盈利为人民币 288.96 亿元（40.78 亿美元），同比增长 6%。
 - 每股基本盈利为人民币 3.049 元。每股摊薄盈利为人民币 2.999 元。
- 期末总现金为人民币 2,205.84 亿元（311.34 亿美元）

董事会主席兼首席执行官马化腾表示：“在全球团结一心对抗新型冠状病毒疫情之际，我们谨此向遭受疫情影响的所有人表示衷心的关怀慰问。在此艰难时刻，我们通过提供线上服务，让人们保持紧密联系，及时获取准确信息，高效工作并得到适当娱乐。迄今，我们的业务展现了较强的抗压性和产生现金流的能力。这使我们能够进一步加大投入，践行‘科技向善’的使命。我们全力以赴投入时间和资源，包括超过 20 亿元人民币的捐助，为中国乃至全球齐心抗疫作出贡献。”

二零二零年第一季度财务分析

增值服务业务收入同比增长 27% 至人民币 624.29 亿元。网络游戏收入同比增长 31% 至人民币 372.98 亿元。智能手机游戏在中国市场表现强劲，包括《和平精英》、《王者荣耀》；同时海外手游贡献同比提升，包括《PUBG Mobile》以及《Clash of Clans》等；但部分个人电脑客户端游戏如《地下城与勇士》的收入减少。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）为人民币 347.56 亿元。个人电脑客户端游戏收入为人民币 117.95 亿元。社交网络收入同比增长 23% 至人民币 251.31 亿元，主要受游戏内虚拟道具销售、音乐及视频订阅等数字内容服务推动。

网络广告业务同比增长 32% 至人民币 177.13 亿元。社交及其他广告收入同比增长 47% 至人民币 145.92 亿元，

¹ 非国际财务报告准则撇除股份酬金、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，以及所得税影响。

² 美元数据基于 1 美元兑人民币 7.0851 元计算。

主要反映移动广告联盟及微信朋友圈因广告库存及曝光量增加而实现收入增长。媒体广告收入同比下降 10% 至人民币 31.21 亿元。受宏观经济疲弱及体育赛事停播影响，视频及新闻平台广告收入减少。

金融科技及企业服务的收入同比增长 22% 至人民币 264.75 亿元，主要由于商业支付及理财平台收入增长，以及因云服务进一步把握视频、教育及零售等垂直行业机会而带来的收入增长推动。

二零二零年第一季度其他主要财务信息

EBITDA 为人民币 422.28 亿元，同比增加 26%。经调整的 EBITDA 为人民币 451.90 亿元，同比增加 27%。

资本开支为人民币 61.51 亿元，同比增加 37%。

自由现金流*为人民币 392.10 亿元，同比增加 133%。

于二零二零年三月三十一日，本公司的债务净额为人民币 57.16 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 4,102.99 亿元。

* 自 2020 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 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 三月三十一日	于二零一九年 三月三十一日	同比变动	于二零一九年 十二月三十一日	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	1,202.5	1,111.7	8.2%	1,164.8	3.2%
QQ 的智能终端月活跃账户数	693.5	700.4	-1.0%	647.0	7.2%
收费增值服务注册账户数	197.4	165.5	19.3%	180.1	9.6%

业务回顾及展望

二零二零年第一季度，我们凭借科技的力量让用户保持联系，为用户提供及时准确的信息及适度的娱乐，协助广告主有效触达目标受众，并帮助企业实现服务的连续性。值此共克时艰之际，我们全力以赴投入大量时间和资源，包括慈善捐助，为中国乃至全球抗疫作出贡献。我们实现了稳健的运营及财务增长，展现了我们业务模式的抗压性及我们的平台价值。展望未来，我们预期游戏内消费活动随着各地复工将很大程度回复到正常水平，同时，预期网络广告行业也将面临挑战。以下为我们主要产品及业务的重点表现：

通信及社交

微信及 QQ 让用户在居家防疫期间与亲友保持联系，两者各自的每日总消息数及使用时长同比均实现双位数增长。我们的通信平台推出新功能，以满足用户在不同垂直领域的最新需求。在线教育方面，教师可利用相关小

程序对 QQ 群组工具栏进行个性化配置，例如加入在线测验及作业收集工具，从而更高效地管理在线课堂；QQ 家校群已成为主流的网上学习平台，每日为数千万师生及家长提供服务。随着用户行为呈现从线下转移至线上的结构性改变，微信亦通过小程序进一步融入日常生活服务，尤其是在日用品购买及民生服务方面。这令小程序用户迅速增长，日活跃账户数超过 4 亿。此外，凭借对消费者及商户的广泛覆盖，我们帮助地方政府及商户高效派发电子消费券，从而协助促进消费复苏，特别是在零售及餐饮行业。

网络游戏

游戏在为用户排忧解难及让他们互相陪伴方面发挥了重要的作用，尤其在居家防疫期间。在手机游戏方面，我们的工作室推出了引人入胜的游戏内容，发行团队亦举办了精彩的游戏内活动，从而提高了日活跃账户数。例如，升级后的《王者荣耀》游戏引擎，使游戏内道具的音频与视觉效果质量大大提升；此外，基于玩家定位的新团队玩法也有效促进了用户互动。《和平精英》与火箭少女 101（腾讯旗下的偶像少女组合，来自我们大受欢迎的综艺节目）的合作相当成功，推动用户活跃度再创新高，也显示出腾讯内部跨 IP 合作的协同效应。个人电脑游戏方面，由于中国不少网吧在疫情期间的暂停营业，加上《地下城与勇士》表现逊色，国内业务受到影响。国际方面，《PUBG Mobile》两周年庆祝活动大获成功，我们也增强了本地化能力，以满足不同地区用户的多元化品味。《荒野乱斗》通过优化玩家匹配算法，提升了用户体验。Riot Games 推出《云顶之弈》手机游戏，拉动《英雄联盟》系列的用户留存率及游戏时长提升；并在今年四月推出另一款卡牌手游《符文大地传说》及开始测试新游戏《Valorant》。展望未来，我们预期随着各地陆续复工，游戏行业的用户使用时长及游戏内消费活动将大致回复正常水平，但我们也相信，游戏行业已从结构上扩大了其长期受众及吸引力。

数字内容

由于自制视频内容备受欢迎，付费音乐库内容日益丰富，以及用户在居家防疫期间互联网使用时长增加，视频及音乐服务会员数大幅上升，推动收费增值服务账户数同比增长 19% 至 1.97 亿。视频服务会员数同比增长 26% 至 1.12 亿，音乐服务会员数同比增长 50% 至 4,300 万。腾讯视频日活跃账户数及流量上升，体现自制中国动画及电视剧成功吸引用户，例如《斗罗大陆第三季》及《三生三世枕上书》。我们加强了短视频内容，微视、新闻信息流平台及小程序的用户流量及短视频浏览量均有所提升。随着阅文集团新管理团队上任，我们将深化与该附属公司的合作，将其文学类 IP 改编为各类媒体形式，例如电视剧、动画及游戏等，利用我们的分发能力扩大其用户覆盖范围，并探索产品创新及新技术，强化其内容生态。

网络广告

我们的网络广告收入录得同比增长，反映居家防疫期间消费者在我们主要应用内的使用时长增加，以及我们为广告主提供了具备吸引力的广告投放效率。第一季是市场推广活动的传统淡季，因此网络广告收入环比下跌。就行业而言，游戏、互联网服务及在线教育在居家防疫期间消费出现增长，这些行业在我们平台上的广告开支有所上升；而快速消费品、汽车及旅游行业的广告开支则有所下降。

由于广告曝光量上升，尤其是朋友圈广告曝光量，社交及其他广告收入录得同比及环比增长。移动广告联盟流量上升，同时由于视频广告占其广告曝光量超过三分之一，eCPM 上升，共同推动其收入增长。媒体广告方面，受广告主预算削减、综艺节目拍摄延期及 NBA 赛事停播等影响，赞助广告收入同比及环比下跌。而由于头部电视剧大受欢迎，加上居家防疫期间用户对可靠新闻及信息的需求增加，视频和新闻平台的信息流广告收入录得同比及环比增长。

展望未来，我们认为广告行业可能面临多重阻力，包括消费者的互联网使用时长回复正常水平，导致广告曝光量增幅回落；互联网服务广告主重新调整获客预算，以反映对客户生命周期价值假设的修订；以及跨国品牌受

到本土市场疫情的影响，大幅削减其全球推广预算。

金融科技

金融科技服务的收入环比下降，主要由于春节及居家防疫期间，支付活动（特别是线下交易）及提现均有所减少。尽管收入下降，该业务的利润率仍保持稳定，主要因为理财平台及贷款等利润率较高的业务持续增长，同时我们对市场推广及补贴开支有所控制。在四月最后一周，我们的日均商业交易额已恢复至二零一九年底的水平。我们的理财平台在第一季稳步扩大业务，资产保有量取得同比及环比增长。微粒贷的贷款状况保持健康，体现了微众银行审慎的风险管理原则。

云及其他企业服务

受疫情影响，云业务的项目交付及新客户获取均有所延迟，导致收入环比下降。尽管如此，腾讯会议仍取得突破性成功，已成为中国领先的视频会议应用。我们加强了该产品的安全性，并新增了多项功能，方便用户进行讨论及会议管理。二零二零年三月，我们还推出了其国际版 **VooV Meeting**。另外，企业微信优化了其行业解决方案，并进一步加强与微信的互通，吸引了更多头部客户，特别是在零售、教育及公共领域，推动其日活跃账户数显著上升。我们加大了相关投入，以推广上述远程办公产品，并维护我们强大的云基础设施，从而确保为用户提供安全可靠的服务。展望未来，我们预期短期内云行业仍将面临挑战，但长远而言，我们会继续增加在这方面的投入，并预计云服务及企业软件将在线下行业及公共领域加速普及。

有关更详细的披露，请浏览 www.tencent.com/ir 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	
		1Q2020	1Q2019
收入		108,065	85,465
增值服务		62,429	48,974
金融科技及企业服务		26,475	21,789
网络广告		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
其他收益净额		4,037	11,089
销售及市场推广开支		(7,049)	(4,244)
一般及行政开支		(14,158)	(11,331)
经营盈利		37,260	36,742
	经营利润率	34%	43%
财务成本净额		(1,684)	(1,117)
分占联营公司及合营公司亏损		(281)	(2,957)
除税前盈利		35,295	32,668
所得税开支		(5,892)	(4,812)
期内盈利		29,403	27,856
	净利润率	27%	33%
下列人士应占：			
本公司权益持有人		28,896	27,210
非控制性权益		507	646
非国际财务报告准则本公司权益持有人应占盈利		27,079	20,930
归属于本公司权益持有人的			
每股盈利（每股人民币元）			
- 基本		3.049	2.877
- 摊薄		2.999	2.844

综合全面收益表

人民币百万元（特别说明除外）

未经审核	
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

期内盈利

其他全面收益（除税净额）：

其后可能会重新分类至损益的项目

分占联营公司及合营公司其他全面亏损

外币折算差额

其他公允价值亏损

其后不会重新分类至损益的项目

以公允价值计量且其变动计入

其他全面收益的金融资产的公允价值变动(亏损)/收益净额

其他公允价值亏损

期内全面收益总额

下列人士应占：

本公司权益持有人

非控制性权益

其他财务数据

人民币百万元（特别说明除外）

	未经审核		
	1Q2020	4Q2019	1Q2019
EBITDA (a)	42,228	35,675	33,566
经调整的 EBITDA (a)	45,190	38,572	35,598
经调整的 EBITDA 比率 (b)	42%	36%	42%
利息及相关开支	2,006	2,348	1,499
债务净额 (c)	(5,716)	(15,552)	(9,595)
资本开支 (d)	6,151	16,869	4,506

附注：

(a) EBITDA 乃按经营盈利扣除利息收入及其他收益/亏损净额，加回物业、设备及器材、投资物业及使用权资产的折旧以及无形资产摊销计算。经调整的 EBITDA 乃按 EBITDA 加按权益结算的股份酬金开支计算。

(b) 经调整的 EBITDA 比率乃按经调整的 EBITDA 除以收入计算。

(c) 债务净额为期末余额，乃根据现金及现金等价物加定期存款及其他，减借款及应付票据计算。

(d) 资本开支包括添置（不包括业务合并）物业、设备及器材、在建工程、投资物业、土地使用权以及无形资产（不包括视频及音乐内容、游戏特许权及其他内容）。

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 三月三十一日	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	48,557	46,824
土地使用权	15,685	15,609
使用权资产	10,677	10,847
在建工程	4,371	3,935
投资物业	641	855
无形资产	127,718	128,860
于联营公司的投资	224,505	213,614
于合营公司的投资	7,485	8,280
以公允价值计量且其变动计入损益的金融资产	149,929	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	80,176	81,721
预付款项、按金及其他资产	22,265	23,442
递延所得税资产	20,928	18,209
定期存款	21,210	19,000
	734,147	700,018
流动资产		
存货	601	718
应收账款	42,869	35,839
预付款项、按金及其他资产	34,856	27,840
其他金融资产	489	375
以公允价值计量且其变动计入损益的金融资产	6,571	7,114
定期存款	57,968	46,911
受限制现金	2,174	2,180
现金及现金等价物	135,270	132,991
	280,798	253,968
资产总额	1,014,945	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 三月三十一日	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	38,687	35,271
股份奖励计划所持股份	(3,873)	(4,002)
其他储备	9,129	16,786
保留盈利	413,881	384,651
	457,824	432,706
非控制性权益	55,719	56,118
权益总额	513,543	488,824
负债		
非流动负债		
借款	124,125	104,257
应付票据	84,640	83,327
长期应付款项	3,958	3,577
其他金融负债	6,538	5,242
递延所得税负债	13,512	12,841
租赁负债	8,274	8,428
递延收入	6,961	7,334
	248,008	225,006
流动负债		
应付账款	88,176	80,690
其他应付款项及预提费用	40,619	45,174
借款	16,441	22,695
应付票据	1,094	10,534
流动所得税负债	12,911	9,733
其他税项负债	1,048	1,245
其他金融负债	6,006	5,857
租赁负债	3,383	3,279
递延收入	83,716	60,949
	253,394	240,156
负债总额	501,402	465,162
权益及负债总额	1,014,945	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 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 12 月 31 日止三个月未经审核							
经营盈利	28,604	3,269	(2,340)	701	72	–	30,306
期内盈利	22,372	3,965	(1,412)	1,667	140	(93)	26,639
本公司权益持有人应占盈利	21,582	3,756	(1,403)	1,406	133	10	25,484
经营利润率	27%						29%
净利润率	21%						25%
截至 2019 年 3 月 31 日止三个月未经审核							
经营盈利	36,742	2,033	(10,546)	114	127	–	28,470
期内盈利	27,856	2,868	(10,374)	1,084	589	(350)	21,673
本公司权益持有人应占盈利	27,210	2,782	(10,351)	1,033	589	(333)	20,930
经营利润率	43%						33%
净利润率	33%						25%

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