

(請即時發放)

TCL 多媒體二零一二年第一季度營業額及毛利率均錄得增長

中國市場及海外市場 LCD 電視機銷售量分別同比上升 28.2% 及 153.4%

業績摘要：

- 截至二零一二年三月三十一日止三個月，該集團錄得營業額約83.02億港元，較去年同期上升26.2%，毛利約14.97億港元，較去年同期增加42.0%，經營溢利約4.80億港元，較去年同期上升231.0%，母公司擁有人應佔溢利約達3.09億港元，較去年同期大幅增長808.8%。
- 整體 LCD 電視機銷售量達 322 萬台，較去年同期增長 67.0%。中國市場及海外市場 LCD 電視機銷售量分別同比上升 28.2% 及 153.4%，其中新興市場 LCD 電視機銷售量大幅上升 181.3%。
- 產品結構持續優化，整體及中國市場之 LED 背光液晶電視機銷售量佔 LCD 電視機銷售量的比重分別為 62.8% 及 65.2%，中國市場智能及互聯網電視機及 3D 電視機銷售量佔 LCD 電視機銷售量的比重分別達 32.3% 及 13.2%。
- 推行產品及客戶多元化策略，並通過營運效率的提升及有效的成本控制，AV業務保持健康的盈利增長。

(二零一二年四月二十六日，香港) – **TCL 多媒體科技控股有限公司** (「TCL 多媒體」或「該集團」，聯交所股份編號：01070) 今天公佈截至二零一二年三月三十一日止第一季度之未經審核綜合業績。

該集團錄得未經審核之營業額約83.02億港元，較去年同期上升26.2%。毛利約為14.97億港元，較去年同期增加42.0%。經營溢利及母公司擁有人應佔溢利分別約達4.80億港元及3.09億港元，較去年同期大幅增加231.0%及808.8%，其中包括於二零一二年一月十八日完成收購TCL光電科技(惠州)有限公司之全部股本權益及其擁有60%權益的附屬公司惠州TCL璨宇光電有限公司而產生之一次性收益約1.44億港元。每股基本盈利為24.32港仙(二零一一年第一季度：每股基本盈利為3.13港仙)。

回顧期內，該集團致力於產品、市場策略、銷售渠道及品牌影響力等各方面進行優化，整體LCD電視機銷售量較去年同期增長67.0%至322萬台。其中，中國市場及海外市場LCD電視機銷售量分別同比上升28.2%及153.4%至171萬台及151萬台。同時，LED背光液晶電視機銷售量佔整體LCD電視機銷售量的比重上升至62.8%。根據DisplaySearch最新資料，該集團二零一一年全球LCD電視機市場佔有率為4.9%，推動其排名由二零一零年的第十位上升至第七位。

TCL 多媒體首席執行官趙忠堯先生表示：「儘管全球電視機市場受到經濟疲弱的影響，我們仍然堅持以『速度與效率』主導營運及行銷策略，著重提升產品競爭力及持

續優化銷售渠道，因此實現了銷售、規模、利潤、品牌等多方面的平衡發展，營業額錄得理想增長。同時，我們透過精簡產品線，加快產品週轉速度，提升產品生產效率以提升經營能力。毛利率由去年同期的 16.0% 提升至 18.0%，費用率亦由去年同期的 15.2% 下降至 14.9%。」

電視機業務方面，中國市場及海外市場均取得快速增長及平衡發展。中國市場仍然是該集團最主要的收入來源。於回顧期內，該集團不斷完善產品結構，繼續強化銷售渠道的建設，並通過資源整合降低生產成本及提高經營效率，從而提升了整體競爭力。營業額較去年同期上升 11.4% 至 45.09 億港元。中國市場 LED 背光液晶電視機的銷售量由去年同期的 40 萬台上升至今年第一季度的 111 萬台，大幅增長 176.2%，佔今年第一季度中國市場 LCD 電視機銷售量的比重亦上升至 65.2%。此外，該集團積極把握成為中國中央電視台首個 3D 電視頻道獨家合作夥伴的機會，致力於開拓持續增長的 3D 電視機市場，今年第一季度 3D 電視機銷售量為 22 萬台，佔中國市場 LCD 電視機銷售量比重上升至 13.2%，而智能及互聯網電視機的銷售量為 55 萬台，佔中國市場 LCD 電視機銷售量比重為 32.3%。

海外市場方面，除了新興市場保持強勁的銷售增長及策略 OEM 客戶結構優化的策略已見成效之外，該集團亦於歐洲市場積極把握歐洲國家盃帶來的機會，加上產品組合的改善，海外市場之營業額為 27.89 億港元，較去年同期上升 87.6%。海外市場 LED 背光液晶電視機銷售量由去年同期的 20 萬台上升至 91 萬台，佔海外市場 LCD 電視機銷售量的比重為 60.1%。新興市場二零一二年第一季度 LCD 電視機銷售量達 89 萬台，較去年同期上升 181.3%，其中非洲、巴西及泰國等地區的銷售表現理想。

AV 業務方面，儘管受全球經濟環境不穩定及 DVD 機市場持續萎縮的影響，AV 產品整體銷售量較去年同期有所下降，但於回顧期內藍光產品及電聲產品銷售量分別錄得超過 80% 及 30% 的增長。該集團於回顧期內一共推出 25 個新產品系列，並通過營運效率的提升及有效的成本控制，AV 業務依然保持健康的盈利增長。

展望未來，雖然全球電視機行業的經營環境仍然充滿挑戰，但隨著中國城鎮化進程的逐步推進，以及傳統 CRT 電視機更新換代的需求帶動下，LCD 電視機產品的市場需求仍然巨大。該集團將繼續透過實行以「速度和效率」為主導的營運及行銷策略，強化產品技術創新能力，進一步提升企業核心競爭力及盈利能力。

於中國市場，該集團將以「全雲技術創新、全雲資源整合、全雲市場導向和全雲產業協同」為驅動，配合以全雲產品為主打的六大系列的 3D 智能「雲」電視機，並將圍繞產品、價格、渠道和促銷四大核心環節，實行未來「全雲戰略」，全面打造雲時代核心競爭力。此外，該集團將積極把握第二季度多個黃金節日和假期的促銷機會，進行大規模的營銷推廣活動，以實現同時提升銷售量和市場份額的目標。

海外市場方面，該集團將繼續執行穩健的經營策略，在保持新興市場持續增長的同時，大力提升歐洲及北美的營運效率，力爭海外市場業務二零一二年全年銷售量明顯增長及經營效益改善。該集團將加大品牌宣傳力度和資源的投入，進行國際性的營銷和市場推廣，以擴大品牌影響力和知名度。同時，該集團將加強中國和海外重點市場的銷售渠道建設，強化客戶基礎，提高銷售能力。

AV 業務方面，該集團將繼續鞏固與現有重點客戶的戰略合作，積極擴大客戶群，進行產品多元化，加強研發投入以提升新品的整體競爭力，繼續優化全球供應鏈。

該集團於二零一二年一月十八日完成收購 TCL 光電科技（惠州）有限公司（其主要經營 LCD 模組業務）之全部股本權益後，連同該集團最終控股公司 TCL 集團股份有限公司與深圳市政府及韓國三星合資的深圳市華星光電技術有限公司 8.5 代液晶面板項目，一體化垂直整合的協同效應將逐步體現。該集團將繼續致力於提升「速度與效率」，持續加強產品技術研發，進一步優化產品組合，以提高整體競爭力，致力提升該集團在全球電視機市場的領先地位，為長期持續發展奠定堅實基礎並為股東創造更豐厚的回報。

該集團按區域劃分之電視機及 AV 產品銷售量載列如下：

	二零一二年 第一季度 (千台)	二零一一年 第一季度 (千台)	變動
LCD 電視機	3,219	1,928	+67.0%
其中：LED 背光液晶電視機	2,022	599	+237.6%
智能及互聯網電視機	551	84	+556.0%
3D 電視機	250	0.5	+49,900.0%
- 中國市場	1,706	1,331	+28.2%
- 海外市場	1,513	597	+153.4%
CRT 電視機	765	1,163	(34.2%)
- 中國市場	86	377	(77.2%)
- 海外市場	679	786	(13.6%)
電視機總銷售量	3,984	3,091	+28.9%
AV 產品總銷售量	3,368	4,403	(23.5%)

~ 完 ~

有關 TCL 多媒體

TCL 多媒體科技控股有限公司（股份代號: 01070.HK）總部設於中國，是全球電視機行業的領先企業之一。TCL 多媒體從事研發、生產及銷售消費電子產品包括電視機及影音產品。TCL 集團股份有限公司為該集團之最終控股公司。如欲查詢更多資料，請瀏覽其網站: <http://multimedia.tcl.com>。

投資者及媒體查詢

如有垂詢，請聯絡偉達公共關係顧問：

電郵：tclmultimedia@hkstrategies.com

楊靖俊

電話：(852) 2894 6391 / 6373 6676

沈一卉

電話：(852) 2894 6323 / 6764 0631