

(請即時發佈)

**TCL多媒體二零一三年上半年錄得  
持續經營業務之母公司擁有人應佔溢利約1.93億港元**

\*\*\*\*\*

**中國市場LCD電視機銷售量同比增長36.1%**

<b>財務摘要</b>			
<i>截至六月三十日止六個月未經審核業績</i>			
	<b>二零一三年 (百萬港元)</b>	<b>二零一二年 (百萬港元) (經重列)</b>	<b>變動</b>
營業額	<b>18,077</b>	14,763	+22.4%
毛利	<b>2,840</b>	2,613	+8.7%
經營溢利	<b>331</b>	627	(47.2%)
除稅後淨利潤			
— 本期	<b>271</b>	441	(38.5%)
— 來自持續經營業務	<b>195</b>	392	(50.3%)
母公司擁有人應佔溢利			
— 本期	<b>254</b>	435	(41.6%)
— 來自持續經營業務	<b>193</b>	387	(50.1%)
每股基本盈利 (港仙)			
— 本期	<b>19.11</b>	33.58	(43.1%)
— 來自持續經營業務	<b>14.51</b>	29.84	(51.4%)
每股中期現金股息 (港仙)	-	10.00	不適用

(二零一三年八月十五日，香港) – **TCL多媒體科技控股有限公司**（「TCL多媒體」或「該集團」，香港聯交所股份編號：01070）今天公佈截至二零一三年六月三十日止六個月之未經審核中期綜合業績。

截至二零一三年六月三十日止六個月，該集團錄得營業額約**180.77**億港元，同比上升**22.4%**，毛利約**28.40**億港元，同比上升**8.7%**。然而，由於受到中國政府節能家電補貼推廣政策影響，該集團中小尺寸電視機銷售量比重相對較大，加上新產品導入進度不如預期，導致毛利率由去年同期的**17.7%**下降至**15.7%**，費用率則由去年同期的**14.8%**下降至**14.6%**。

截至二零一三年六月三十日止六個月，該集團錄得經營溢利約**3.31**億港元，同比下降**47.2%**。持續經營業務之除稅後淨利潤約**1.95**億港元，同比下降**50.3%**，淨利潤率為**1.1%**，若扣除去年同期因完成收購**TCL光電科技（惠州）有限公司**全部股本權益及其擁有**60%**股本權益之**惠州TCL瓏宇光電有限公司**而產生之**一次性收益**（「**一次性收益**」）約**1.44**億港元，持續經營業務之經營溢利及除稅後淨利潤同比分別下降**31.5%**及**21.4%**。持續經營業務之母

公司擁有者應佔溢利約**1.93**億港元，若扣除去年同期一次性收益，母公司擁有者應佔溢利同比下降**20.6%**。

二零一三年上半年，該集團持續貫徹以「速度與效率」為核心的發展策略，致力於提升產品競爭力、強化銷售渠道及品牌建設，進一步提高銷售量及市場份額。該集團於二零一三年上半年共售出**782**萬台LCD電視機，同比增長**20.7%**。根據DisplaySearch最新資料，該集團全球LCD電視機市場佔有率從二零一二年的**5.8%**提升至二零一三年首季度的**7.3%**，增長**1.5**個百分點，排名上升至全球第三位。同時，該集團以**20.2%**的市場佔有率繼續穩踞LCD電視機中國市場第一位。

電視機業務方面，中國市場LCD電視機銷售量同比增長**36.1%**達**454**萬台，LCD電視機平均售價同比增長**4.4%**。該集團持續深化「全雲戰略」，加速智能電視機的戰略佈局，積極完善3D電視機的開發，並持續加大推廣力度，帶動智能電視機及3D電視機的銷售量比重持續上升，二零一三年六月份單月智能電視機及3D電視機銷售量佔LCD電視機銷售量的比重分別達**31.5%**及**31.3%**。同時，該集團繼續強化銷售網點的建設，增設**1,150**家專賣店，提升單店效率和進一步加強三至六級市場的滲透率，並持續加強供應鏈管理，通過有效的成本控制令費用率同比下降，提升產品競爭力。

海外市場LCD電視機銷售量同比增長**4.4%**至**328**萬台，其中新興市場LCD電視機銷售量同比增長**13.7%**至**207**萬台。巴西的銷售表現最為理想，LCD電視機銷售量同比增長**91.0%**。該集團積極把握新興市場向高端產品轉型的契機，除了拓展LCD電視機及LED背光液晶電視機業務之外，更成功導入基於Android平台的智能電視機，令高端產品比重及市場份額均有所提升。根據GfK數據，該集團於澳洲LCD電視機市場份額從二零一二年一月至六月的**2.4%**進一步提升至二零一三年一月至六月的**4.7%**，而泰國LCD電視機市場份額亦從二零一二年一月至六月的**5.7%**上升至二零一三年一月至六月的**6.5%**。歐洲市場方面，該集團致力於優化產品組合，通過加速導入智能電視機等新產品以提高高端產品的銷售量比重，該集團於歐洲市場智能電視機銷售量比重達**22.1%**，同時提升了法國LCD電視機市場份額，從二零一二年一月至六月的**5.5%**上升至二零一三年一月至六月的**6.2%**(資料來源:GfK)。

此外，該集團已成功分拆AV產品的ODM業務，通力控股於二零一三年八月十五日於聯交所主板獨立上市，股份代號：**01249**。該集團通過分拆通力控股獨立上市，清晰區分其電視機及AV業務，為兩者各自建立獨立的業務平台。該集團將繼續專注其核心業務電視機的發展，從而提升決策效率及應對市場變動的能力。

展望未來，電視機業務方面，該集團將貫徹以「速度與效率」為核心的發展策略，銳意通過產品創新、成本優化、產品競爭力及價格策略為消費者帶來高性價比的產品，積極強化銷售渠道和品牌建設，進一步提高銷售量及市場份額，同時充分發揮垂直整合一體化的優勢，持續提升其核心競爭力及盈利能力，全力爭取實現二零一三年全年**1,800**萬台LCD電視機的銷售量目標。

TCL多媒體首席執行官郝義先生表示：「我們將充分利用TCL集團股份有限公司的資源優勢，與TCL通訊科技控股有限公司和深圳市華星光電技術有限公司在產品、研發和管理等多



方面增加戰略合作協同效應，充分利用一體化垂直整合的優勢，並構建有競爭力的智能電視生態系統，致力提升我們在全球電視機市場的領先地位，將TCL打造成更具國際影響力及綜合競爭力的全球品牌，為股東帶來豐厚的回報。」

該集團按區域劃分之電視機及 AV 產品銷售量載列如下：

	二零一三年 上半年 (千台)	二零一二年 上半年 (千台)	變動
<b>LCD電視機</b>	<b>7,818</b>	<b>6,477</b>	<b>+20.7%</b>
其中：LED背光液晶電視機	<b>7,328</b>	4,307	+70.1%
智能電視機	<b>1,138</b>	324	+251.2%
3D電視機	<b>1,335</b>	592	+125.5%
— 中國市場	<b>4,542</b>	3,338	+36.1%
— 海外市場	<b>3,276</b>	3,139	+4.4%
<b>CRT電視機</b>	<b>669</b>	1,271	(47.4%)
— 中國市場	<b>9</b>	144	(93.8%)
— 海外市場	<b>660</b>	1,127	(41.4%)
<b>電視機總銷售量</b>	<b>8,487</b>	7,748	+9.5%
<b>AV產品總銷售量</b>	<b>7,601</b>	6,791	+11.9%

~ 完 ~

## 有關TCL多媒體

TCL多媒體科技控股有限公司（香港聯交所股份代號：01070）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。TCL集團股份有限公司為該集團之最終控股公司。根據DisplaySearch最新資料，該集團全球LCD電視機市場佔有率從二零一二年的5.8%提升至二零一三年首季度的7.3%，排名上升至第三位，該集團以20.2%的市場佔有率，繼續穩踞中國LCD電視機市場第一位。

如欲查詢更多資料，請瀏覽其網站：<http://multimedia.tcl.com>。

投資者及媒體垂詢：

### **iPR 奧美公關**

李亦斯 / 張安琦 / 余艾汾

電話：(852) 2169 0467 / 3920 7626 / 2136 6176

電郵：[tclmultimedia@iprogilvy.com](mailto:tclmultimedia@iprogilvy.com)

iPR *Opilvy*