

(請即時發佈)

TCL多媒體二零一二年錄得母公司擁有人應佔溢利9.11億港元

按年大幅增長101.1%

二零一三年全年LCD電視機銷售量目標為1,800萬台

業績摘要：

- 截至二零一二年十二月三十一日止年度，該集團錄得營業額約396.85億港元，較去年同期上升20.5%，該集團盈利能力持續改善，毛利約65.78億港元，較去年同比上升24.4%，經營溢利約12.86億港元，較去年同比上升45.6%。母公司擁有人應佔溢利約9.11億港元，較去年同比大幅增長101.1%。董事會建議派發末期股息每股14.80港仙。
- 二零一二年全年整體LCD電視機銷售量達1,553萬台，較去年同期增長43.0%，超額完成該集團全年1,520萬台LCD電視機的銷售量目標，並成為首家LCD電視機年銷售量超過1,500萬台的中國電視機企業，締造中國電視機行業新佳績。中國市場及海外市場之LCD電視機銷售量分別同比上升34.1%及56.8%，高於行業平均水平，其中新興市場LCD電視機銷售量更同比增長70.4%。
- 根據DisplaySearch最新資料，該集團全球LCD電視機市場佔有率從二零一一年的4.8%提升至二零一二年的5.8%，排名上升至第四位，該集團以18.0%的市場佔有率高踞LCD電視機中國市場第一位。
- 產品組合持續優化，十二月份單月中國市場智能及互聯網電視機以及3D電視機銷售量佔整體LCD電視機銷售量的比重分別達77.7%及28.9%。
- 根據當前的市場形勢及需求，該集團定下二零一三年全年LCD電視機銷售量目標為1,800萬台，較二零一二年的實際LCD電視機總銷售量1,553萬台，預期增長約15.9%。

(二零一三年二月二十六日，香港) – **TCL 多媒體科技控股有限公司** (「TCL 多媒體」或「該集團」，香港聯交所股份編號：01070) 今天公佈截至二零一二年十二月三十一日止年度之已審核綜合業績。

截至二零一二年十二月三十一日止年度，該集團共錄得營業額約 396.85 億港元，較去年同期上升 20.5%。毛利約 65.78 億港元，較去年同比上升 24.4%。經營溢利及母公司擁有人應佔溢利分別約 12.86 億港元及 9.11 億港元，較去年同比分別增加 45.6%及 101.1%。毛利率由二零一一年的 16.1%上升至二零一二年的 16.6%，費用率亦由二零一一年的 14.1%下降至二零一二年的 13.7%。每股基本盈利為 69.65 港仙（二零一一年：41.80 港仙），較去年同期增長 66.6%。董事會建議派發末期股息每股 14.80 港仙，連同中期股息每股 10.00 港仙，截至二零一二年十二月三十一日止年度全年股息合共為每股 24.80 港仙，較去年同比增長 55.0%。全年度派息比率約為 35.6%。

回顧二零一二年，該集團致力優化產品組合及拓展銷售渠道，配合積極進取的市場策略，促進 LCD 電視機銷售量的增長。該集團於二零一二年全年共售出 1,553 萬台 LCD 電視機，較去年同期增長 43.0%，超額完成該集團全年 1,520 萬台 LCD 電視機的銷售量目標，並成為首家 LCD 電視機年銷售量超過 1,500 萬台的中國電視機企業，締造中國電視機行業新佳績。中國及海外市場的 LCD 電視機銷售量分別同比上升 34.1%及 56.8%。

TCL 多媒體首席執行官趙忠堯先生表示：「我們於二零一二年成功實現戰略轉型。儘管去年經營環境充滿挑戰，我們堅定不移地以『速度與效率』為導向，持續貫徹『上量、轉型、可持續』的發展策略，致力提升產品競爭力和優化銷售渠道，並充分發揮垂直整合一體化的優勢，持續提升核心競爭力及盈利能力。同時，我們進一步加強供應鏈管理，通過資源整合降低成本，並持續提升高端產品的銷售量比重。」

該集團在中國市場及海外市場均取得理想業績。中國市場營業額較去年同比上升 18.0%至 231.46 億港元，仍然是該集團最主要的收入及盈利來源。LCD 電視機的銷售量增加至 886 萬台，較去年同期上升 34.1%，增幅超過行業平均水平。其中 LED 背光液晶電視機銷售量由去年的 302 萬台，上升至今年的 725 萬台，大幅增長 140.0%。此外，3D 電視機銷售量由二零一一年的 31 萬台，上升至二零一二年的 214 萬台，佔中國市場 LCD 電視機總銷售量比重上升至 24.1%，而智能及互聯網電視機的銷售量為 451 萬台，佔中國市場 LCD 電視機總銷售量比重亦上升至 50.9%。

該集團海外市場之營業額為 119.40 億港元，較去年同期上升 36.6%。海外市場 LCD 電視機的銷售量達 667 萬台，較去年同比上升 56.8%，其中 LED 背光液晶電視機銷售量由去年的 166 萬台上升至今年的 458 萬台，佔海外市場 LCD 電視機總銷售量的比重亦上升至 68.6%。新興市場 LCD 電視機銷售量達 403 萬台，同比上升 70.4%，其中拉丁美洲、中東及東南亞市場實現快速增長。

此外，該集團的通力電子有限公司（「通力電子」）業務（前稱 AV 業務）也實現了產品轉型的新突破。儘管 AV 產品銷售量較去年同比下降 26.0% 至 1,480 萬台，但該集團持續推行產品及客戶多元化，積極促進產品轉型，智能化配套產品及新型音訊產品銷售量均取得理想的增長，並通過提升供應鏈效率，加快存貨週轉速度，減輕生產成本上升的壓力。

根據當前的市場形勢及需求，該集團定下二零一三年全年 LCD 電視機銷售量目標為 1,800 萬台，較二零一二年的實際 LCD 電視機總銷售量 1,553 萬台，預期增長約 15.9%。

中國市場電視機業務方面，該集團將因應電視機市場變化調整產品組合，加大研發投入及推廣力度，改善營運效率，並堅持多品牌的戰略營運模式，進一步提高產品的美譽度，以迎合消費者對 LED 背光液晶電視機及智能電視機等高端產品的殷切需求。另外，該集團將持續深化「全雲戰略」，矢志提升 LED 背光液晶電視機、3D 電視機及智能及互聯網電視機等高端及高附加值產品的銷售量比重，優化產品組合，維持產品平均售價，從而提升整體毛利率。此外，該集團將通過持續推進城市及農村專賣店的建設以增加銷售網點，提升單店銷售效率，藉以提高銷售量增長及市場佔有率。

海外市場方面，該集團將繼續實行穩健的經營策略，在新興市場抓緊向高端產品轉型的機會，致力提高 LED 背光液晶電視機的銷售量比重。二零一三年該集團將於海外市場加強智能電視機推廣和推出超窄邊系列產品，預期智能電視機將成為海外市場重要的增長點。該集團亦繼續在新興市場積極開拓銷售渠道和提升整體營運效率，以提高整體競爭力。在歐洲及北美市場，該集團將繼續提升營運效率，加速新產品導入及提高銷售服務水平，促進在北美市場的銷售力度和加強品牌建設的投入。

通力電子業務方面，該集團將繼續加大在軟件開發和電聲研發方面的投入，以進一步提升在智能化配套產品的技術設計能力。同時，該集團將大力發展與智能及互聯網電視機相關的環繞聲（Sound Bar）產品，豐富其產品組合。

此外，該集團之最終控股公司 TCL 集團公司是全球少數同時擁有多媒體、移動通訊及 8.5 代液晶面板業務的國際大型企業。因此，該集團將善用 TCL 集團公司的資源優勢，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尋求更多戰略合作，發揮和增加戰略協同效應，從而提升該集團以及 TCL 品牌在國際家電產業的整體競爭優勢。



TCL 多媒體首席執行官趙忠堯先生說：「我們將繼續貫徹『速度與效率』為導向，進一步優化產品結構，提升品牌影響力，繼續優化供應鏈管理和提高周轉速度，降低生產成本及費用率，並充分利用一體化垂直整合的優勢。展望未來，我們將繼續致力提升其在全球電視機市場的領先地位，於二零一三年再創佳績，為股東帶來更豐厚的回報。」

該集團按區域劃分之電視機及 AV 產品銷售量載列如下：

	2012年 (千台)	2011年 (千台)	變動
LCD電視機	15,527	10,860	+43.0%
其中：LED背光液晶電視機	11,828	4,682	+152.6%
智能及互聯網電視機	4,637	1,492	+210.8%
3D 電視機	2,179	326	+568.4%
— 中國市場	8,856	6,606	+34.1%
— 海外市場	6,671	4,254	+56.8%
CRT 電視機	2,030	4,185	(51.5%)
— 中國市場	176	1,006	(82.5%)
— 海外市場	1,854	3,179	(41.7%)
電視機總銷售量	17,557	15,045	+16.7%
AV產品總銷售量	14,799	20,000	(26.0%)

~ 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。根據DisplaySearch最新資料，該集團全球LCD電視機市場佔有率從二零一一年的4.8%提升至二零一二年的5.8%，排名上升至第四位，該集團以18.0%的市場佔有率，高踞中國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

電話：(852) 2169 0467 / 3920 7626

電郵：tclmultimedia@iprogilvy.com

iPR Ogilvy