

# 二零一一年 第一季度業績報告



追梦  
30年



创意感动生活  
The Creative Life

TCL多媒體科技控股有限公司

股份代號：01070

# 免責聲明

- 本文所載資料不得用於與任何投資者之投資決定或結果有關之法律用途。具體而言，本文件概不構成認購或出售或購入任何TCL多媒體科技控股有限公司(「本公司」)任何證券之任何推薦或邀請。本公司謹此明確表示，概不就因任何投資者依賴本文所載內容而引致或與此有關之任何損失或損害承擔任何責任
- 本演示或會作出多項前瞻性陳述。前瞻性陳述乃對非歷史事實作出之陳述。該等前瞻性陳述乃以本公司現時之預期為基準，不能保證該等預期完全正確。由於前瞻性陳述涉及風險及不明朗因素，本公司之實際業績或會與該等陳述有重大出入

# 內容

- 業績概覽
- 財務摘要
- 業務回顧
- 未來展望

截至三月三十一日止三個月財務業績資料為未經審核資料



# 業績概覽



TCL多媒體科技控股有限公司



# 業績概覽

- 第一季度財務表現
  - 營業額：65.81億港元，同比下跌2.7%
  - 毛利：10.54億港元，同比下跌3.9%
  - 經營溢利：1.45億港元，同比上升17.9%
  - 母公司擁有人應佔溢利：3,400萬港元，同比下跌22.7%
- LCD電視機銷售量達192.8萬台，同比增長0.1%
  - 中國市場LCD電視機銷售量：同比上升12.0%
  - 新興市場LCD電視機銷售量：同比上升111.4%
- 推出一系列新產品並發佈全球首款3D用戶界面的超級智能互聯網電視機
- LED背光液晶電視機的銷售量佔LCD電視機總銷售量的比重由去年十二月份的27.6%上升至今年三月份的40.0%



# 財務摘要



TCL多媒體科技控股有限公司



# 綜合業績

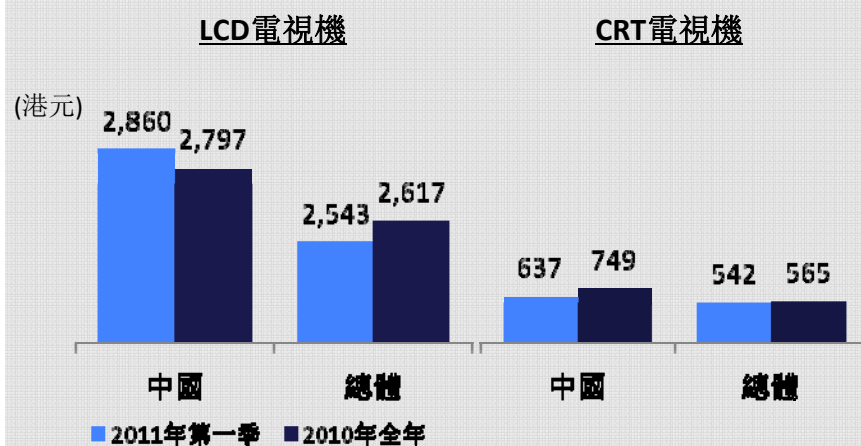
(港幣百萬元)	2011年 第一季	2010年 第一季	變動(%)
營業額	6,581	6,761	-2.7
毛利	1,054	1,097	-3.9
經營溢利	145*	123	+17.9
母公司擁有人應佔溢利	34*	44	-22.7
每股基本盈利 (港仙)	3.13	4.32	-27.5

\*已包含回顧期內就TTE歐洲訴訟案的第一及第二項令狀和解方案約1,835萬港元之撥備。



# 平均產品售價及利潤率

## 平均產品售價



## 利潤率

	2011年 第一季	2010年 全年	變動
毛利率	16.0%	14.0%	+2.0%
費用率*	15.2%	16.6%	-1.4%
經營溢利率	2.2%	(2.2%)	+4.4%

\*費用率=(銷售及分銷成本+行政支出)/營業額



# 資產負債表摘要

(港幣百萬元)	2011年 3月31日	2010年 3月31日	2010年 12月31日
非流動資產	1,906	1,982	1,931
流動資產	14,230	13,354	16,569
- 存貨	3,210	4,922	4,925
- 現金及銀行結存	1,990	2,541	2,133
流動負債	11,977	11,188	14,966
淨流動資產	2,253	2,166	1,603
非流動負債*	873	376	284
淨資產	3,286	3,772	3,250

\*於二零一一年三月三十一日，本集團已遵從貸款協議之所有財務契諾（於二零一零年十二月三十一日則違反了若干財務契諾），故此，總賬面值6.16億港元之銀團貸款獲重分類至非流動負債。

# 主要財務指標

	2011年 3月31日	2010年 3月31日	2010年 12月31日
存貨周轉期(天)*	59	79	68
應收賬款周轉期(天)*	42	52	47
應付賬款周轉期(天)*	72	86	72
流動比率	1.2	1.2	1.1
資本負債比率**	30.0%	26.7%	38.5%

\*以上周轉期以年度平均結餘計算

\*\*資本負債比率=淨借貸/母公司擁有人應佔權益。淨借貸=計息貸款總額 - 現金及銀行結存 - 已抵押存款

# 各區域業績

(港幣百萬元)		2011年 第一季	2010年 第一季	變動(%)	2010年 第四季	變動(%)
中國電視機業務	營業額	4,046	3,715	+8.9	5,039	-19.7
	毛利	883	697	+26.7	1,056	-16.4
	經營業績	173	56	+208.9	201	-13.9
海外電視機業務	營業額	1,487	2,185	-31.9	1,768	-15.9
	毛利	113	262	-56.9	183	-38.3
	經營業績	(69)	28	不適用	(161)	+57.1
AV產品	營業額	919	701	+31.1	936	-1.8
	毛利	52	113	-54.0	98	-46.9
	經營業績	15	75	-80.0	56	-73.2



## 業務回顧



TCL多媒體科技控股有限公司



# 電視機及LCD電視機銷售量

電視機總銷售量 (千台)	2011年 第一季	2010年 第一季	按年增長 (%)	2010年 第四季	按季增長 (%)
總體	<b>3,091</b>	3,539	-12.7	3,446	-10.3
中國	<b>1,708</b>	1,757	-2.8	2,007	-14.9
海外	<b>1,383</b>	1,782	-22.4	1,439	-3.9

LCD電視機銷售量 (千台)	2011年 第一季	2010年 第一季	按年增長 (%)	2010年 第四季	按季增長 (%)
總體	<b>1,928</b>	1,927	+0.1	2,273	-15.2
其中: LED背光液晶電視機	<b>599</b>	-	不適用	504	+18.8
中國	<b>1,331</b>	1,188	+12.0	1,622	-17.9
海外	<b>597</b>	739	-19.2	651	-8.3

# 中國市場電視機業務

持續提高LED背光液晶電視機佔整體LCD電視機的比重，至今年三月份已達**43.4%**，互聯網電視機比重佔**21.6%**

優化產品線，從去年同期推出**467**個型號精減至回顧期內約**270**個型號(不包括庫存)，其中主打機型**165**個

積極擴展內地三、四線城市及鄉鎮農村市場銷售渠道

- 重點拓展鄉鎮加盟店網絡，提高農村渠道有效網的覆蓋率及單店效率
- 有效網點覆蓋率同比增加25%

■ LCD電視機銷售量達**133.1**萬台，較去年同期增長**12.0%**

■ 經營業績錄得**1.73**億港元，同比上升**208.9%**

# 海外市場電視機業務

新興市場：聚焦巴西、印度、俄羅斯、中東等重點市場，推出LED背光液晶電視機

歐洲市場：於西班牙、波蘭、比利時、瑞士、烏克蘭等市場推廣TCL品牌電視機業務，雙品牌營運模式初見成效

北美市場：CES展會期間備受關注，同時順利引入TCL品牌產品，並發展多家地區性客戶

調整策略OEM客戶結構

通過本地化採購及部件標準化，改善海外供應鏈效率

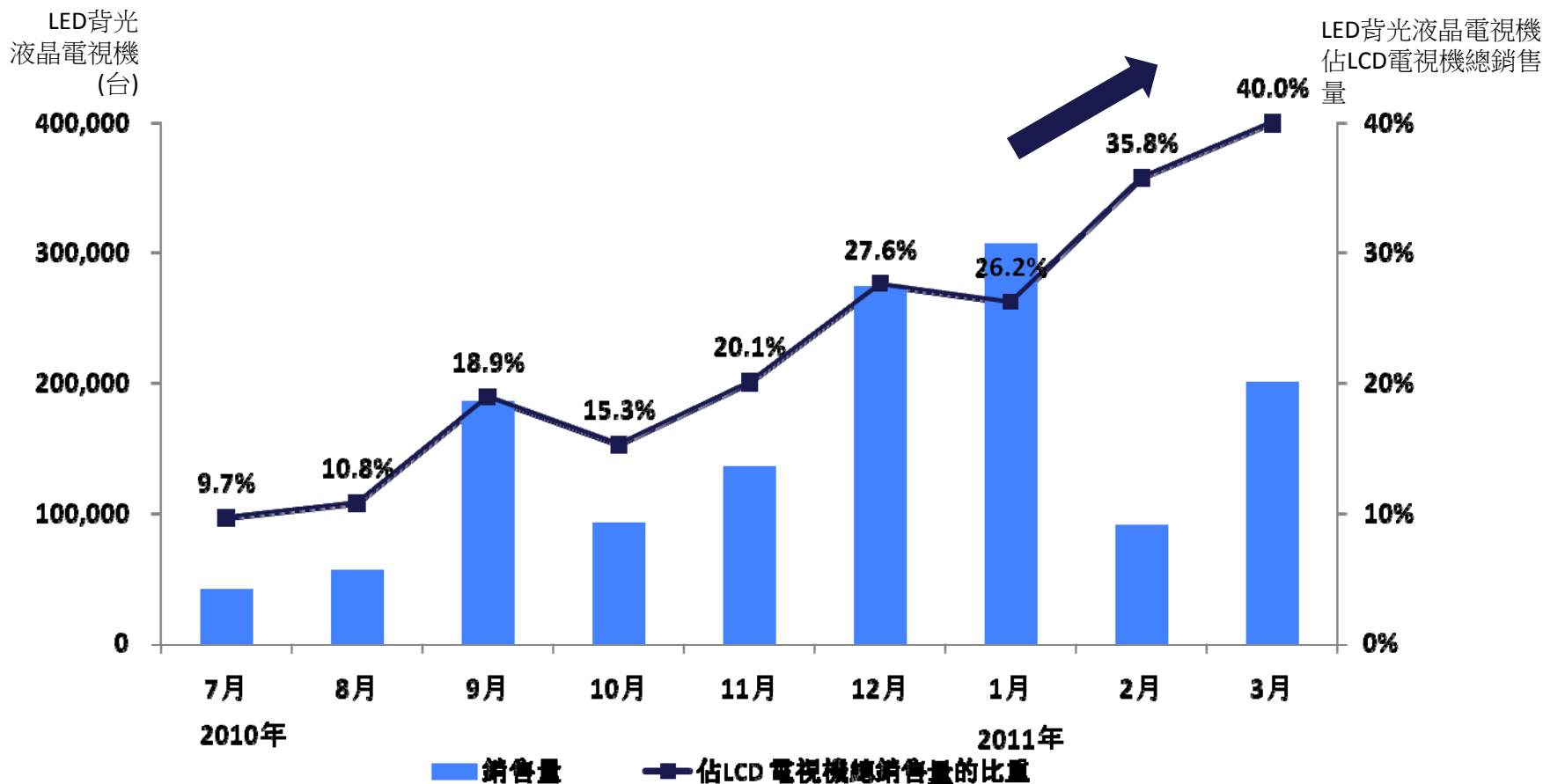
■ LCD電視機銷售量達59.7萬台，新興市場LCD電視機銷售量按年大幅上升111.4%

■ 經營虧損較去年第四季度收窄至6,900萬港元



# LED背光液晶電視機銷售佔比上升

三月份LED背光液晶電視機銷售量比重升至40.0%



# 新產品發佈

共推出16款3D液晶電視機、LED背光液晶電視機及  
CCFL液晶電視機系列新產品，市場反應良好



V 6200



V 8200



E 5200



F 3200

# AV業務

與國際品牌開拓合作機會，促進產品多元化，共推出了約**130**個新產品系列

面臨成本上升以及客戶對低成本方案的產品需求增加，導致毛利率同比有所下降

在成本和物流有優勢的區域籌建了海外工業基地並已批量出貨，一定程度舒緩了成本上升的壓力，加強了產品競爭力

- AV產品銷售量達**440.3**萬台，較去年同期增長**32.6%**
- 營業額同比上升**31.1%**，經營業績同比下跌**80.0%**

# 業績和主要財務指標持續改善

- 管理層努力調整經營策略，以“速度和效率”主導營運和營銷策略

## 中國市場銷售持續增長

- LCD電視機銷售量達**133.1**萬台，較去年同期增長**12.0%**
- 中國市場LCD電視機平均銷售價格上升至**2,860**港元，增幅達**2.3%** (2010年全年比較)

## 優化產品結構

- LED背光液晶電視機銷售量佔LCD電視機總銷售量比重大幅增長至今年三月份的：
- 總體：**40.0%**
- 中國市場：**43.4%**

## 提升盈利能力

- 毛利率上升**2.0%** (2010年全年比較)
- 費用率下跌**1.4%** (2010年全年比較)
- 經營溢利率上升**4.4%** (2010年全年比較)
- 母公司擁有者應佔溢利為**3,400**萬港元，扭轉2010年全年之虧損

## 加快庫存及應收賬款周轉

- 存貨和存貨周轉期分別下降**17.15**億港元及下降**9**天 (2010年年底比較)
- 應收賬款和應收賬款周轉期分別下降**7.79**億港元及下降**5**天 (2010年年底比較)

## 穩健的財務狀況

- 資本負債比率下跌**8.5%**至**30.0%** (2010年年底比較)
- 現金及銀行結存：約**19.90**億港元
- 流動比率由2010年底的**1.1**改善至2011年第一季的**1.2**



# 未來展望

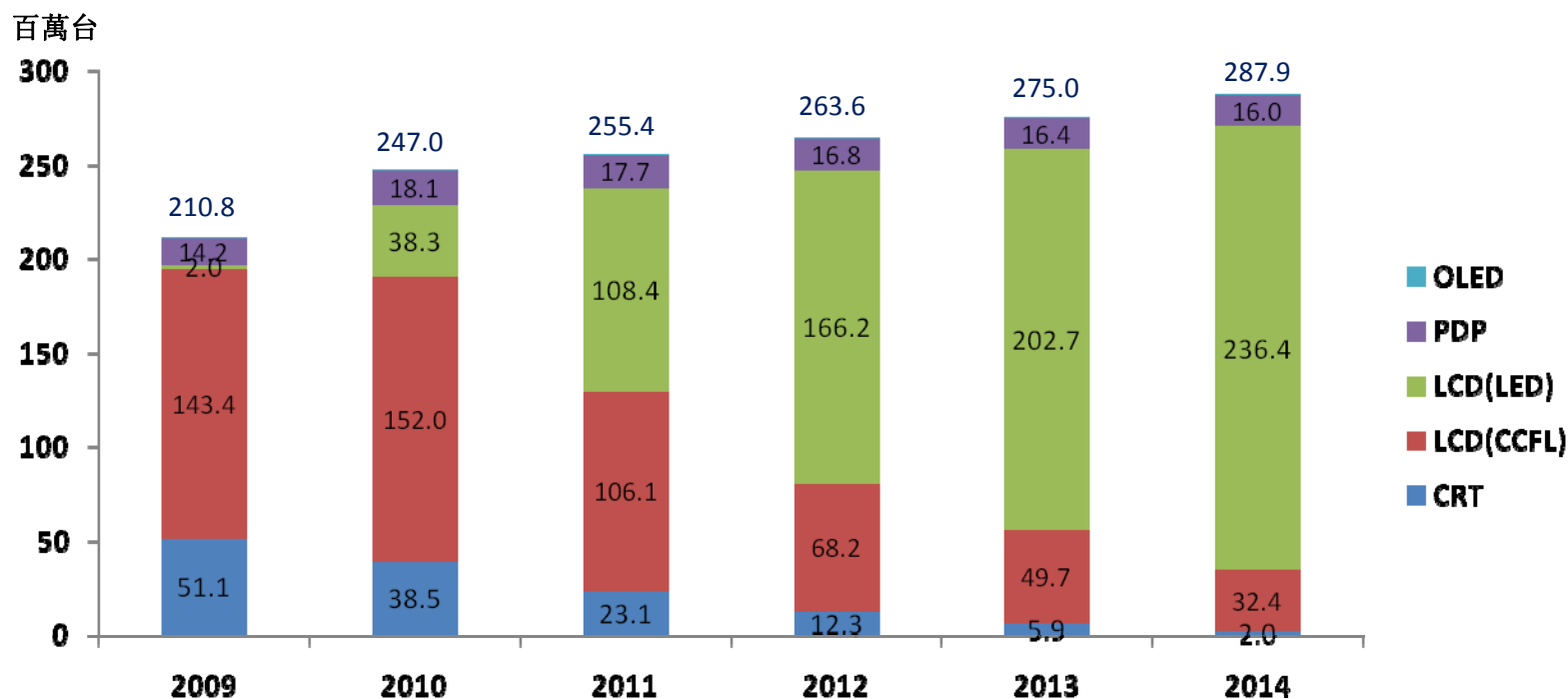


TCL多媒體科技控股有限公司



# 行業分析-全球電視機市場容量

全球市場分技術產品出貨量



數據來源: DisplaySearch, Q4'10

3D及智能互聯網電視機技術漸趨成熟，  
LED背光液晶電視機將成主流

# 行業分析- 產品發展趨勢





# 未來展望

## 以速度和效率為主導，實現營銷CE化、運營IT化

### 中國市場 為主要業務增長動力

以超級智能互聯網電視機及逐行3D技術為推廣主線

加強渠道發展，推動三、四線城市和鄉鎮農村市場的銷售增長

優化產品線，打造明星產品

### 海外市場

加強TCL自有品牌的推廣力度，進一步強化海外營銷網絡建設

進一步聚焦資源和市場，把握從CCFL液晶電視機向LED背光液晶電視機升級的市場機遇，積極發展巴西、印度、俄羅斯、中東等地區重點客戶潛力

以自有品牌業務和工業銷售同步發展的模式提升銷售量，改善盈利能力

### AV業務

利用積累的技术和客戶優勢，拓展新的產品線，加強產品競爭力

通過生產工藝的改善、生產效率的提高和全球化的產業鏈佈局，降低成本壓力

# 整合上下游產業鏈 以把握LCD電視機市場增長潛力



**TCL將成為唯一能掌控產業鏈的中國電視機生產和銷售企業**

# 整體發展方向

- 通過自主創新和研發，促進上下游產業鏈整合，戰略性拓展海外市場，致力成為受人尊敬和最具創新能力的全球領先企業





謝謝



TCL多媒體科技控股有限公司

