

二零一二年第一季度 業績報告



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為未經審計之資料



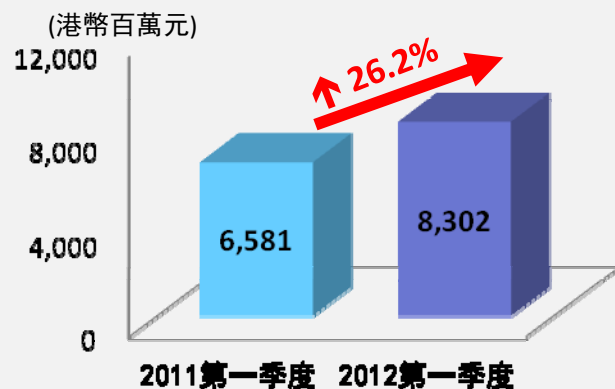
業績概覽



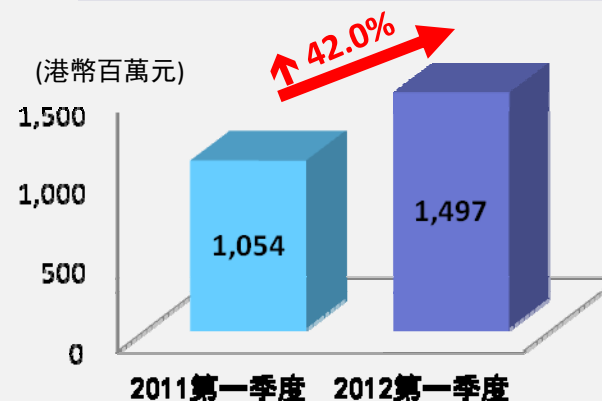
業績概覽

- 營業額與毛利率均提升，錄得理想業績

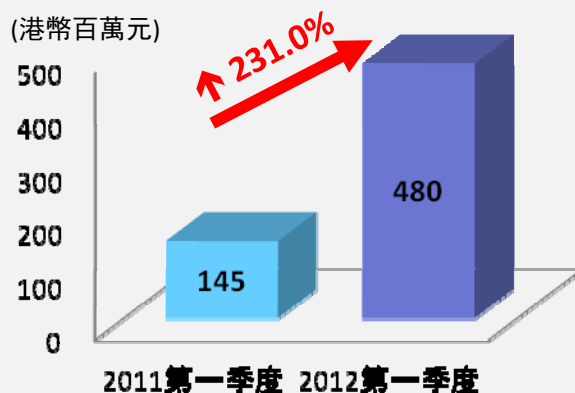
營業額



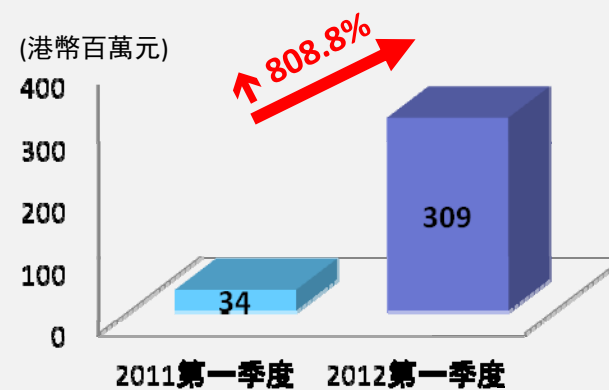
毛利*



經營溢利**



母公司擁有人應佔溢利**

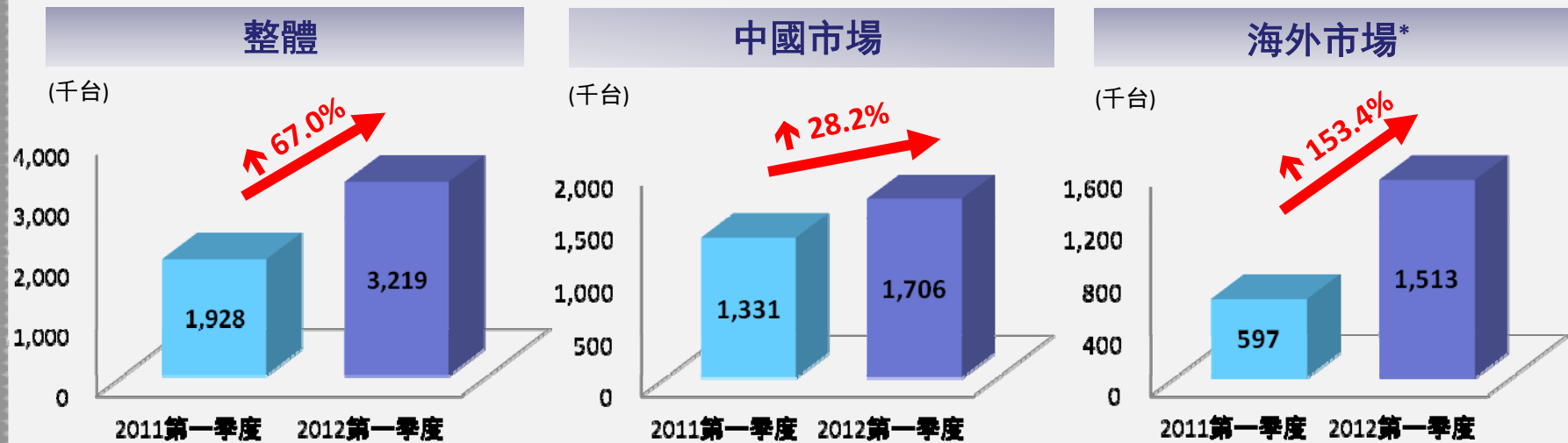


*毛利率由去年同期16.0%提升到18.0%

** 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1.44億港元

業績概覽(續)

2012年第一季度LCD電視機銷售量



*其中: 新興市場同比↑ 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%和65.2%
- 推行產品及客戶多元化策略，並通過運營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
- 二零一二年一月十八日，完成收購TCL光電科技（惠州）有限公司之全部權益及其擁有60%權益的附屬公司惠州TCL璨宇光電有限公司



財務摘要



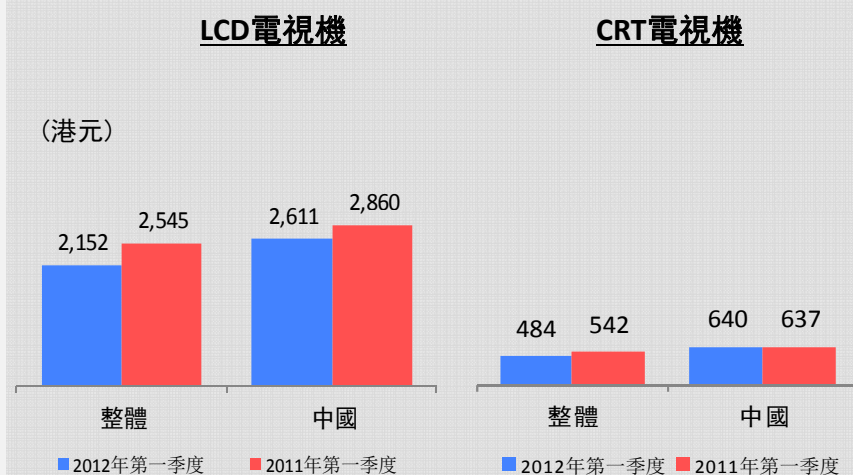
綜合業績

(港幣百萬元)	2012年 第一季度	2011年 第一季度	變動
營業額	8,302	6,581	+26.2%
毛利	1,497	1,054	+42.0%
經營溢利	480*	145	+231.0%
母公司擁有人應佔溢利	309*	34	+808.8%
每股基本盈利(港仙)	24.32	3.13	+677.0%

* 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1.44億港元

平均售價及利潤率

平均售價



利潤率

	2012年 第一季度	2011年 第一季度	變動
毛利率	18.0%	16.0%	+2.0%
費用率*	14.9%	15.2%	(0.3%)
經營溢利率	5.8%	2.2%	+3.6%

*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)	2012年 3月31日	2011年 12月31日	變動
非流動資產	2,454	1,797	+36.6%
流動資產	21,134	22,335	(5.4%)
- 存貨	3,902	4,298	(9.2%)
- 現金及銀行結存	5,492	4,452	+23.4%
流動負債	18,227	19,749	(7.7%)
淨流動資產	2,907	2,586	+12.4%
非流動負債	740	730	+1.4%
淨資產	4,621	3,653	+26.5%

主要財務指標

	2012年 3月31日	2011年 12月31日	變動
存貨週轉期(天)*	51	49	↑ 2天
應收賬款週轉期(天)*	43	35	↑ 8天
應付賬款週轉期(天)*	83	65	↑ 18天
流動比率(倍)	1.2	1.1	+0.1
資本負債比率**	0 [#]	0	不變

*以上週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

[#]於2012年3月31日，本集團之已抵押存款、現金及銀行結存共68.72億港元，較計息貸款總額51.77億港元為高，因此，本集團之資本負債比率為零。

各區域業績

(港幣百萬元)		2012年 第一季度	2011年 第一季度	變動
中國電視機業務	營業額	4,509	4,046	+11.4%
	毛利	1,139	883	+29.0%
	經營業績	216	162	+33.3%
海外電視機業務	營業額	2,789	1,487	+87.6%
	毛利	291	113	+157.5%
	經營業績	45	(90)	不適用
AV業務	營業額	693	919	(24.6%)
	毛利	73	52	+40.4%
	經營業績	36	21	+71.4%



業務回顧



業績和主要財務指標持續優化

- 以「速度和效率」主導營運及行銷策略，成效顯著

中國及新興市場LCD電視機銷售保持強勁增長

- 中國市場：171萬台，↑ 28.2%
- 海外市場：151萬台，↑ 153.4%
 - 其中：新興市場：89萬台，↑ 181.3%

(與Q1 2011比較)

優化產品結構及提升產品競爭力

- LED背光液晶電視機、智能及互聯網電視機以及3D電視機佔LCD電視機銷售量比重持續增長

2012年第一季度：

LED: 整體62.8%；中國市場65.2%

智能及互聯網：中國市場32.3%

3D: 中國市場13.2%

盈利能力大幅提升

- 毛利率↑ 2.0個百分點
- 費用率↓ 0.3個百分點
- 經營溢利率↑ 3.6個百分點
- 母公司擁有人應佔溢利:3.09億港元，↑ 808.8%

(與Q1 2011比較)

降低庫存及應收賬款金額

- 存貨↓ 3.96億港元
- 存貨週轉期↑ 2天
- 應收賬款↓ 3.98億港元

(與2011年末比較)

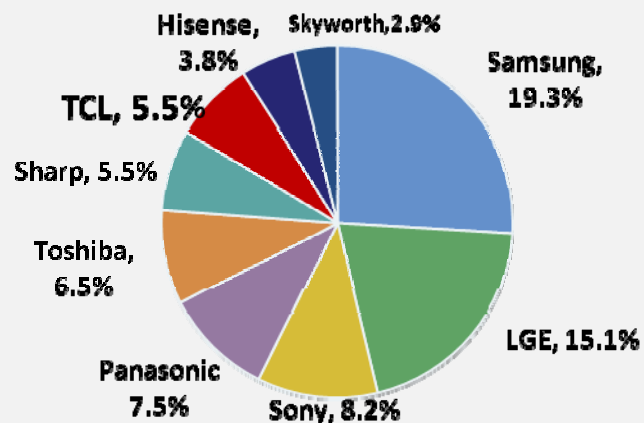
持續穩健的財務狀況

- 現金及銀行結存：54.92億港元，↑ 10.40億港元
- 流動比率1.2 (2011: 1.1)
- 資本負債比率：0(不變)

(與2011年末比較)

電視機市場佔有率及排名

2011年全年全球電視機市佔率(TCL排名第七)



2011年全年中國區電視機市佔率(TCL排名第二)

排名	品牌	2011年 電視機市佔率	2010年 電視機市佔率
1	Hisense	16.8%	16.7%
2	TCL	15.6%	16.1%
3	Skyworth	14.4%	15.0%
4	Changhong	13.8%	12.5%
5	Konka	11.0%	11.4%
6	Haier	5.4%	4.8%
7	Sharp	4.4%	4.6%
8	Sony	4.3%	4.5%
9	Samsung	3.5%	3.9%
10	Panasonic	3.2%	2.2%

2011年全年全球LCD電視機市佔率(TCL排名第七)

排名	品牌	2011年 LCD電視機市佔率	2010年 LCD電視機市佔率
1	Samsung	18.8%	17.9%
2	LGE	12.1%	12.1%
3	Sony	9.9%	11.3%
4	Toshiba	7.2%	7.3%
5	Sharp	6.6%	7.4%
6	Panasonic	6.2%	5.0%
7	TCL	4.9%	3.6%
8	Hisense	4.5%	3.9%
9	Skyworth	3.5%	3.3%
10	Philips	3.5%	3.8%

2011年全年中國區LCD電視機市佔率(TCL排名第三)

排名	品牌	2011年 LCD電視機市佔率	2010年 LCD電視機市佔率
1	Hisense	18.2%	18.1%
2	Skyworth	15.8%	16.6%
3	TCL	14.9%	13.6%
4	Changhong	11.4%	10.5%
5	Konka	10.7%	10.8%
6	Haier	5.9%	5.4%
7	Sharp	4.8%	5.3%
8	Sony	4.8%	5.2%
9	Samsung	3.3%	4.3%
10	Panasonic	2.1%	0.9%

資料來源: DisplaySearch



電視機銷售量

電視機總銷售量(千台)	2012年第一季度	2011年第一季度	變動
整體	3,984	3,091	+28.9%
中國	1,792	1,708	+4.9%
海外	2,192	1,383	+58.5%
LCD電視機銷售量(千台)	2012年第一季度	2011年第一季度	變動
整體	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	1,706	1,331	+28.2%
海外	1,513	597	+153.4%
CRT電視機銷售量(千台)	2012年第一季度	2011年第一季度	變動
整體	765	1,163	(34.2%)
中國	86	377	(77.2%)
海外	679	786	(13.6%)



電視機業務 - 中國市場

持續優化產品結構

- 第一季度推出三個系列新品，其中兩個系列為3D電視機
- 第一季度LED背光液晶電視機銷售量佔LCD電視機銷售量比重提升至65.2%
- 第一季度3D電視機與智能及互聯網電視機銷售量佔LCD電視機銷售量比重分別達13.2%及32.3%
- 毛利率由去年同期的21.8%提升3.5個百分點至25.3%

加強銷售渠道及網點的建設

- 繼續提升三至六級市場的銷售網點及建設專賣店

速度與效率大幅提升

- 存貨週轉天數較去年同期加快13天
- 經營溢利率由去年同期的4.0%提升至4.8%

■ LCD電視機銷售量達171萬台，較去年同期增長28.2%

■ 錄得經營溢利2.16億港元，較去年同期上升33.3%

電視機業務 – 海外市場

持續優化產品結構

- LCD電視機佔整體電視機銷售量比重：69.0%
- LED背光液晶電視機佔LCD電視機銷售量比重：60.1%

新興市場LCD電視機銷售量同比大幅增長181.3%

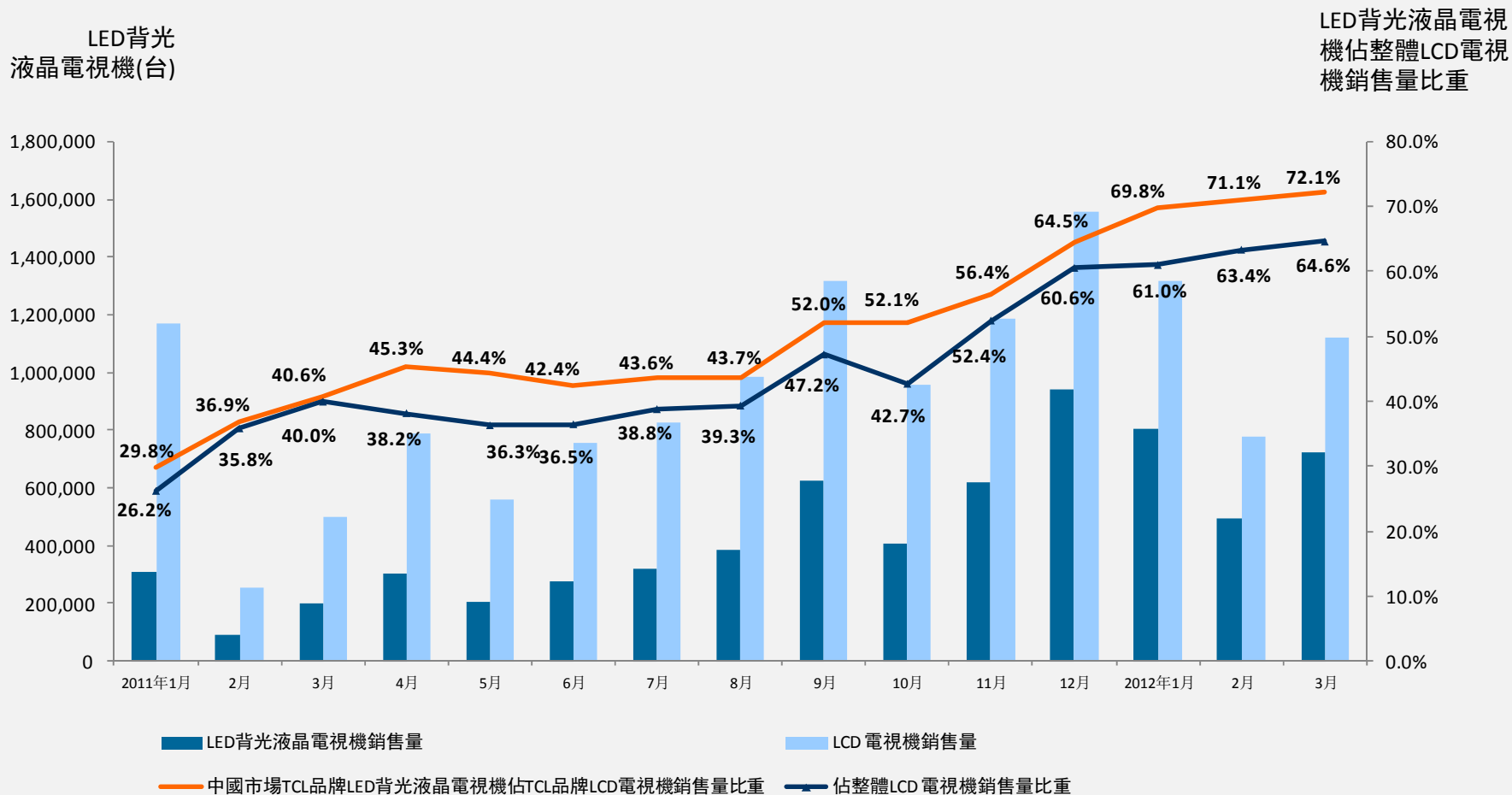
- 產品結構改善, LED背光液晶電視機佔LCD電視機銷售量比重上升
- 積極開拓銷售渠道及客戶
- 對重點城市的重點門店進行品牌形象改造
- 非洲、巴西及泰國等地區的銷售表現理想

策略OEM客戶結構優化已見成效, LCD電視機銷售量持續增長

歐洲市場受歐洲國家盃帶動需求增長, 同時產品組合改善令LCD電視機銷售量同比增長50.7%

■ LCD 電視機銷售量達151萬台, 較去年同期增長 153.4%

LED背光液晶電視機銷售量比重持續提升



持續提升產品競爭力

產品功能性



自主研發



互聯互動



影像生動



智能融合3D技術



運用雲計算、
雲儲存技術

電視機發展

互聯網LCD電視機

自然藍光LCD電視機
LED背光LCD電視機

3D互聯網LCD電視機
智能電視機

超級智能「雲」電視機

2009年

2010年

2011年

2012年



AV業務

加強研發投入，進一步提高產品競爭力，
共推出25個新產品系列

持續推行產品和客戶多元化策略，通過提升效率
及建立海外供應鏈降低成本

儘管受全球經濟不穩定及DVD機市場持續萎縮的影響
總銷售量下降，但藍光產品和電聲產品銷售量均錄得
大幅增長

通過運營效率的提升及有效的成本控制，依然保
持健康的盈利增長

■ AV產品銷售量達
337萬台，較去年
同期下降23.5%

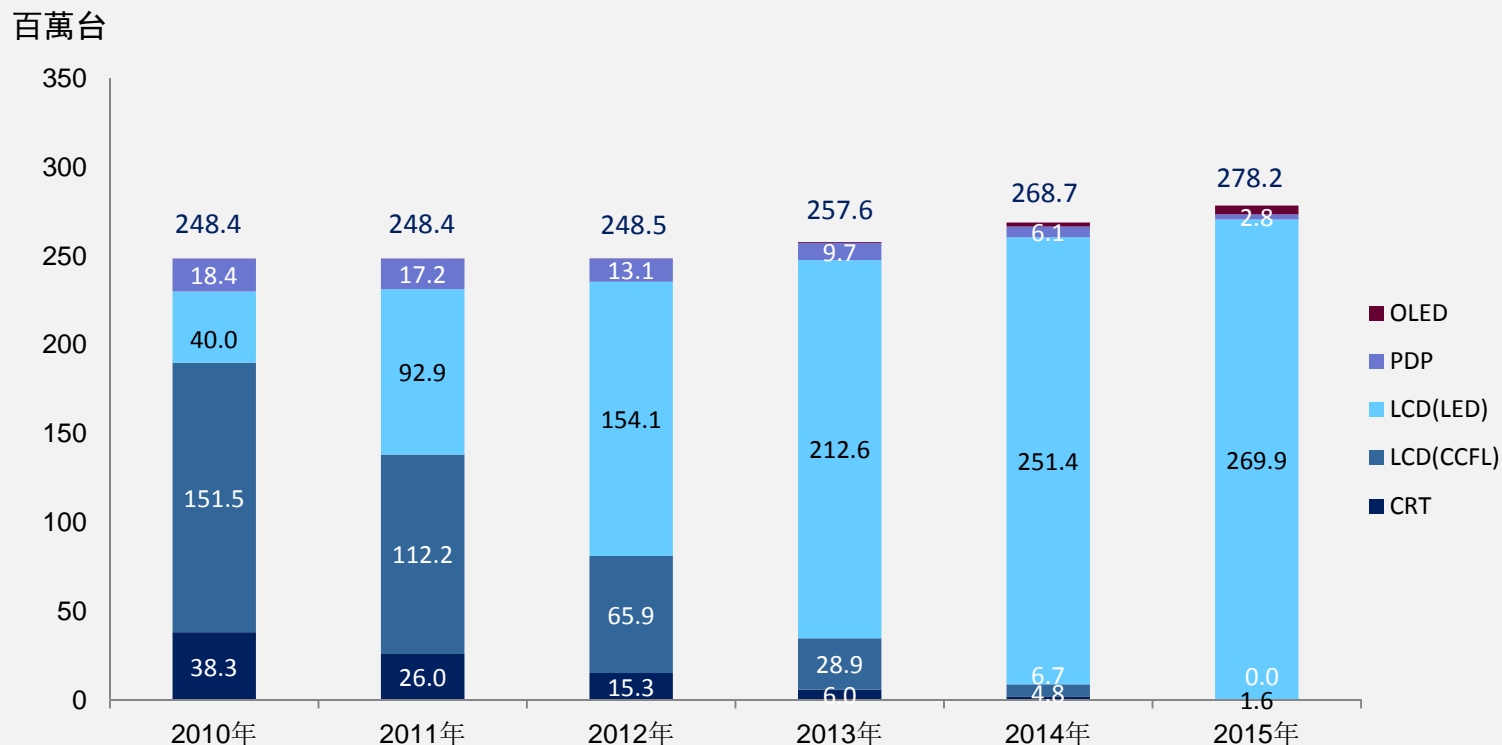


未來展望



行業分析 – 全球電視機市場容量

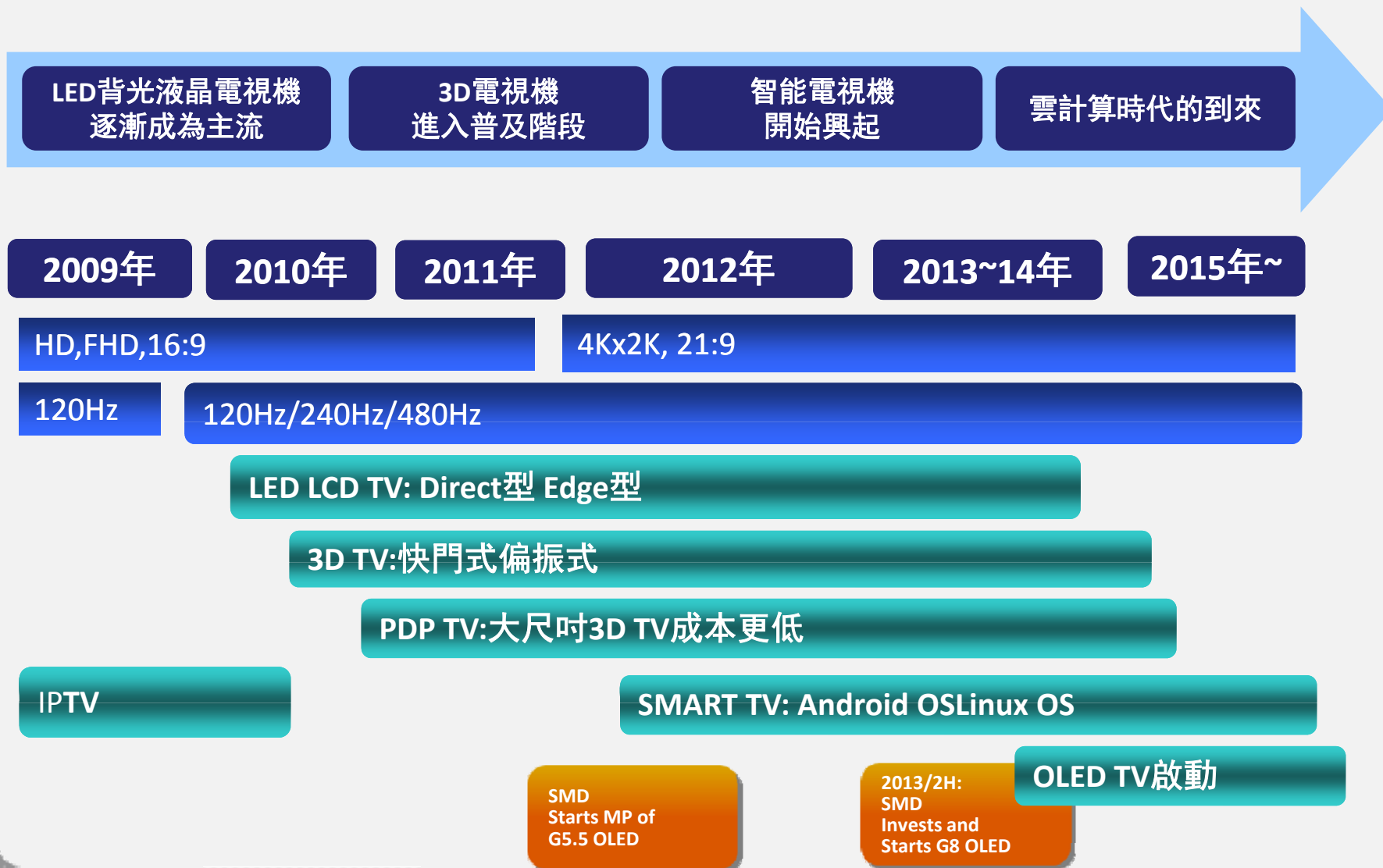
全球電視機市場分技術產品出貨量



3D電視機與智能及互聯網電視機日漸普及，
LED背光液晶電視機已成主流

*資料來源：DisplaySearch

行業分析 – 產品發展趨勢



未來展望 - 電視機業務

1,380萬台

2012年全球LCD電視機銷售目標

同比增長27.1%

貫徹以「速度與效率」為主導的營運及行銷策略
強化產品技術創新能力，繼續提升企業核心競爭力及盈利能力

全球產業鏈整合

全球行銷體系搭建

全產品線結構優化

未來展望 - 中國市場電視機業務

貫徹以「速度與效率」為主導的營運及行銷策略
擴大市場份額及提升盈利能力

中國市場
鞏固市場領導地位

繼續提升營運效率

- 持續降低費用率
- 加快存貨和應收賬款週轉

繼續加強渠道發展

- 進一步滲透三至六級城市和鄉鎮農村市場，力爭網點從2011年底的26,000家增加至2012年的30,000家

優化產品結構及提升品牌影響力

- 積極推廣3D電視機和智能「雲」電視機
- 藉成為中國中央電視台(CCTV)3D頻道獨家合作夥伴以提升品牌影響力

未來展望 - 「全雲戰略」

將配合六大系列的3D智能「雲」電視機，並圍繞產品、價格、渠道和促銷四大核心環節，全面打造雲時代核心競爭力



雲•博V8200S



雲•峰 V7500



雲•悅 E5390



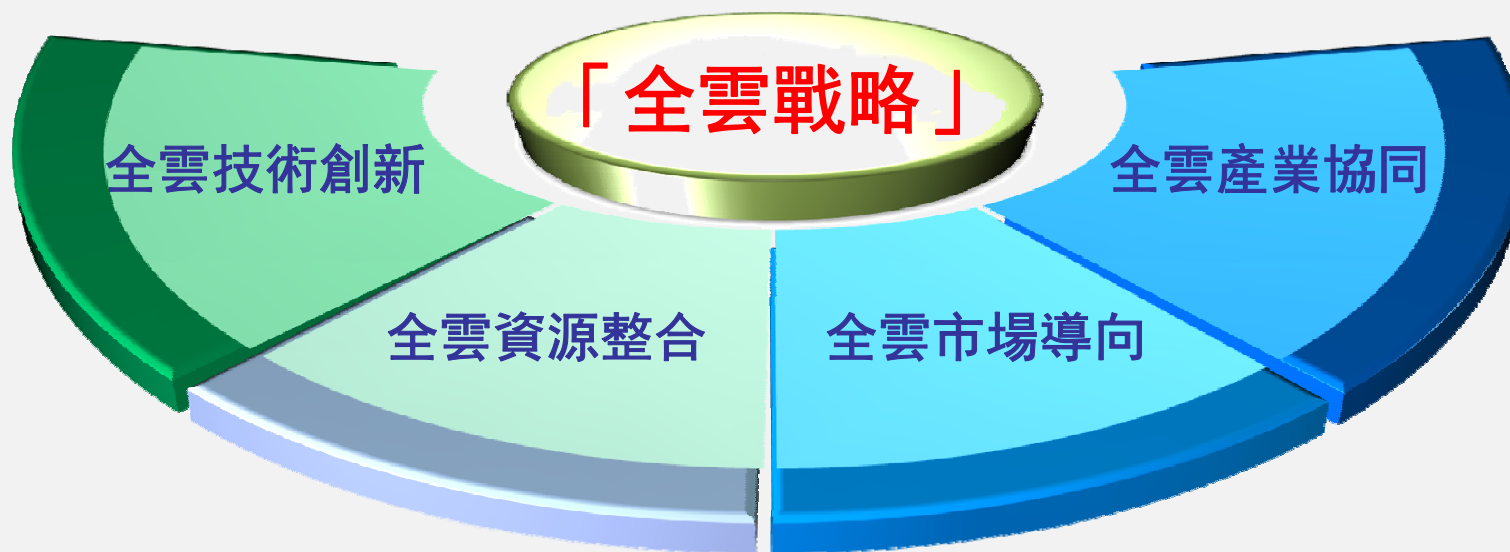
雲•卓V7300



雲•雅 F3390



雲•尚 E5300



未來展望 – 海外市場電視機業務

海外市場
2012年力爭全年
整體扭虧為盈

- 1.繼續執行穩健的經營策略
- 2.專注發展新興市場及其它盈利市場
- 3.加大LCD電視機和LED背光液晶電視機的銷售量比重

給量給利

- 策略調整已見成效
- 優化OEM客戶結構
- 加強策略性合作

策略
OEM

新興
市場

致力提升巴西、中美洲及非洲等地區的銷售

- 加大品牌推廣力度，塑造全球化及年輕化的品牌形象，以擴大品牌影響力

創新業務模式

- TCL品牌建設
- 鞏固和客戶的戰略性合作關係
- 進一步拓展銷售渠道

北美

歐洲

健康經營，持續改善

- 提升營運效率
- 積極調整產品結構及加強庫存管理

未來展望- AV業務

AV業務

- 鞏固與現有重點客戶的戰略合作並積極擴大客戶群
- 加強研發投入及優化全球供應鏈
- 產品多元化

- 繼續加大在軟件開發和電聲研發方面的投入
- 提升產品競爭力及成本優勢

整合上下游產業鏈 把握LCD電視機市場增長潛力

深圳市華星光電
技術有限公司
8.5代液晶面板項目



TCL光電科技
LCD模組業務



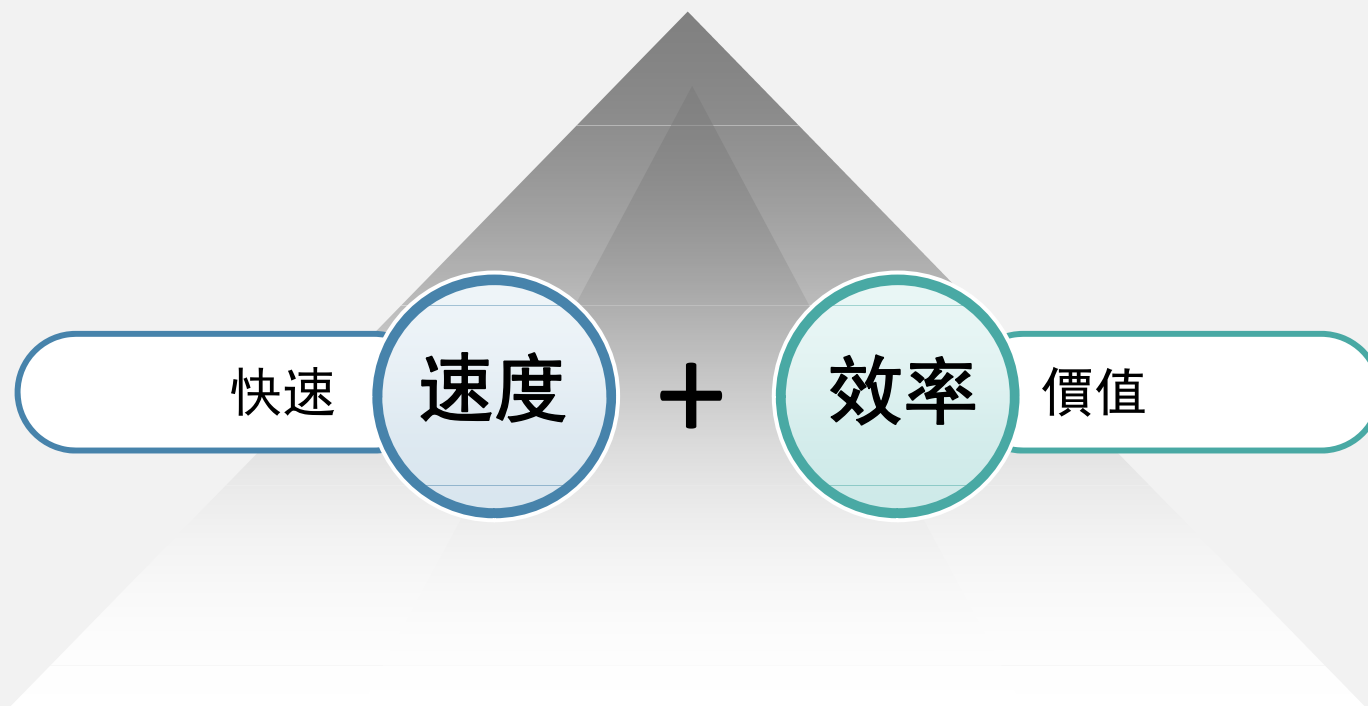
LED背光
模組生產線

- 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成立
- 已於2011年第四季度量產
- 中國首家內資企業投資興建的大屏幕LCD模組工廠，擁有目前中國最先進的LCD模組生產線
- 通過與華星光電的戰略合作提升產能利用率，並創造新的收入來源
- TCL光電科技+ TCL 璨宇 + 惠州智翔光電

上下游產業鏈的垂直整合進入新的發展階段，
對穩定原材料供應和成本控制發揮了戰略性作用

TCL已成為唯一能掌控全產業鏈的中國電視機生產和銷售企業

速度和效率是致勝的關鍵





謝謝

