



# TCL多媒體科技控股有限公司

股份代號：01070

二零一三年中期  
業績報告



## 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。



TCL

创意感动生活  
The Creative Life



# 目錄

一、業績概覽

二、財務摘要

三、業務回顧

四、未來展望

截至6月30日止6個月財務業績為未經審核之資料



TCL

创意感动生活  
The Creative Life



# 業績概覽

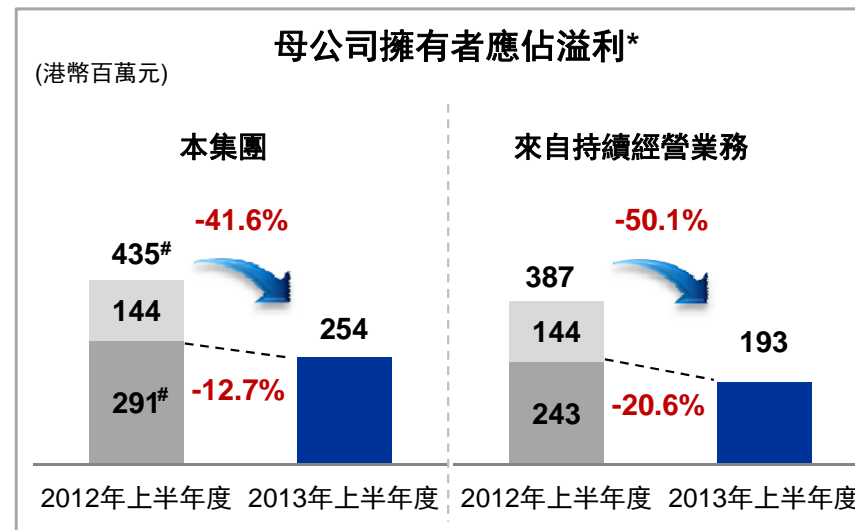
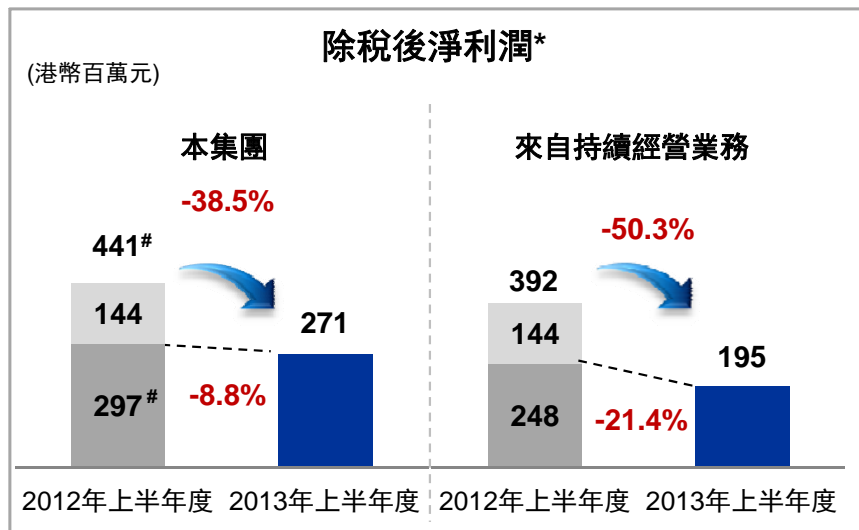
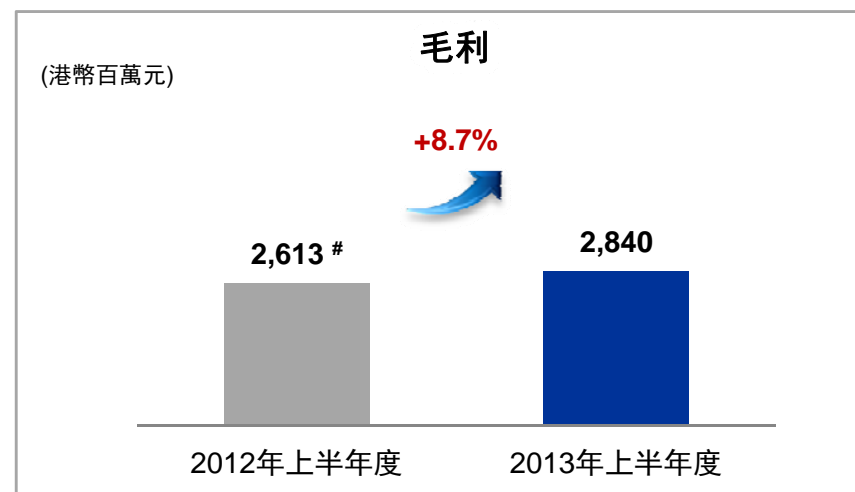
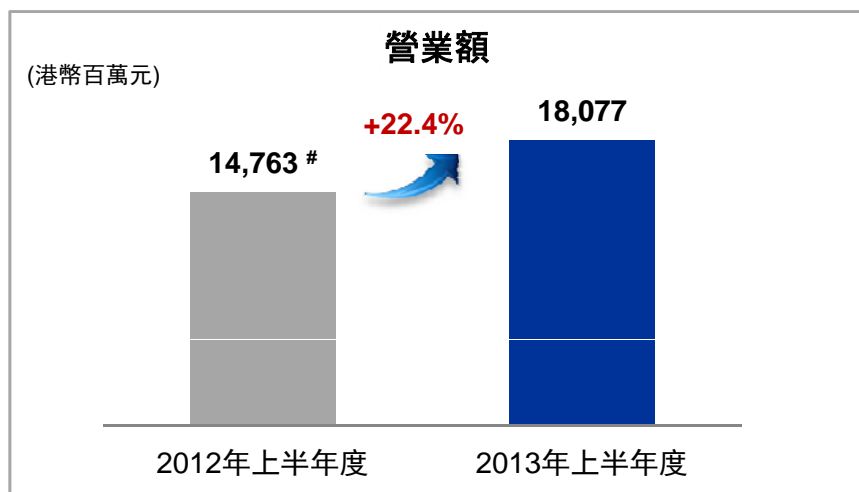




# 業績概覽 (截至2013年6月30日止6個月)

二零一三年中期業績

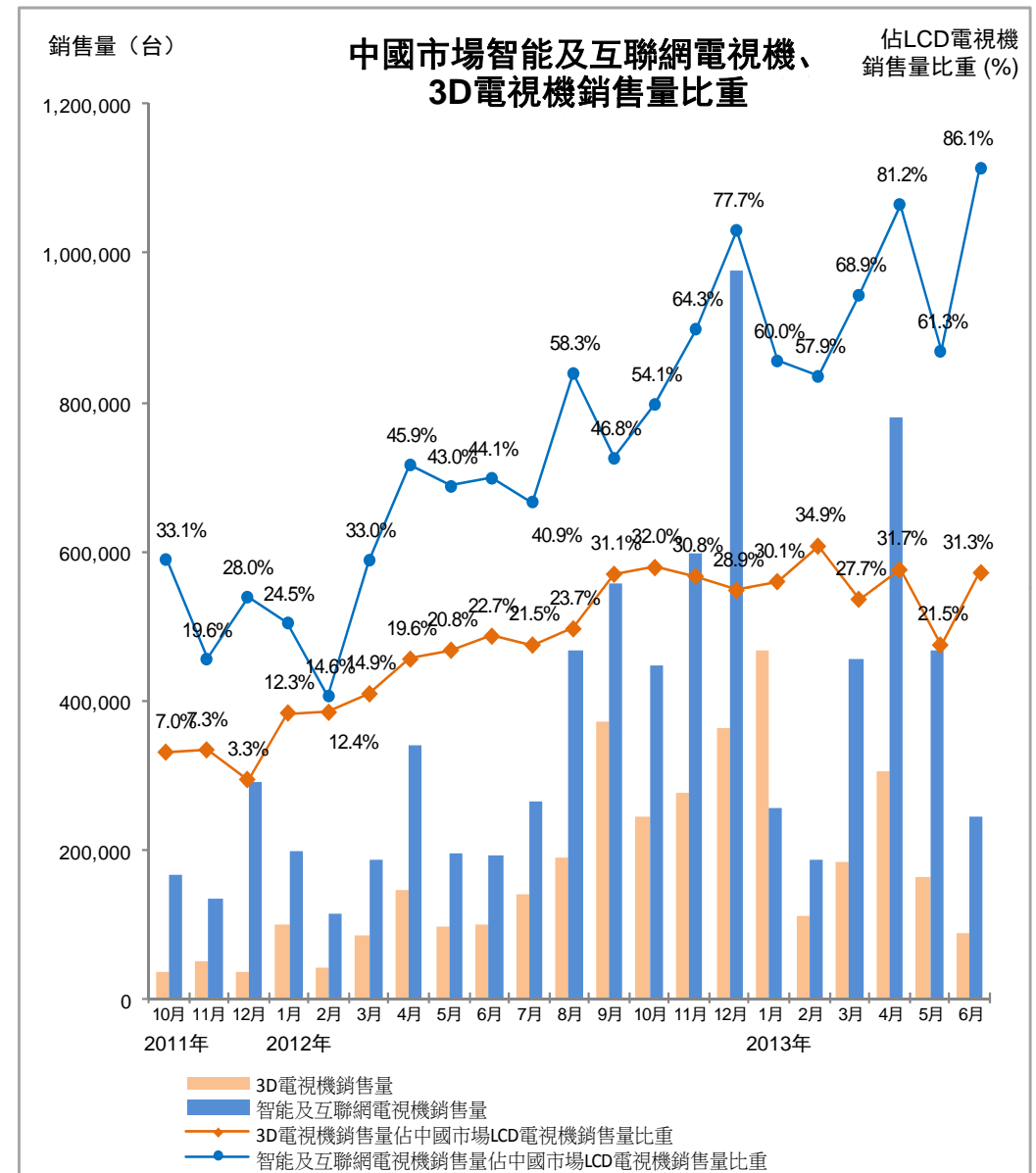
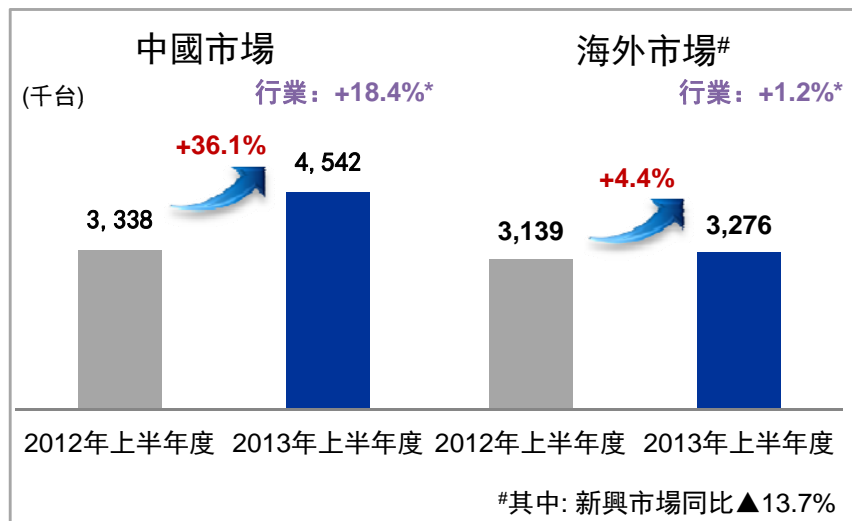
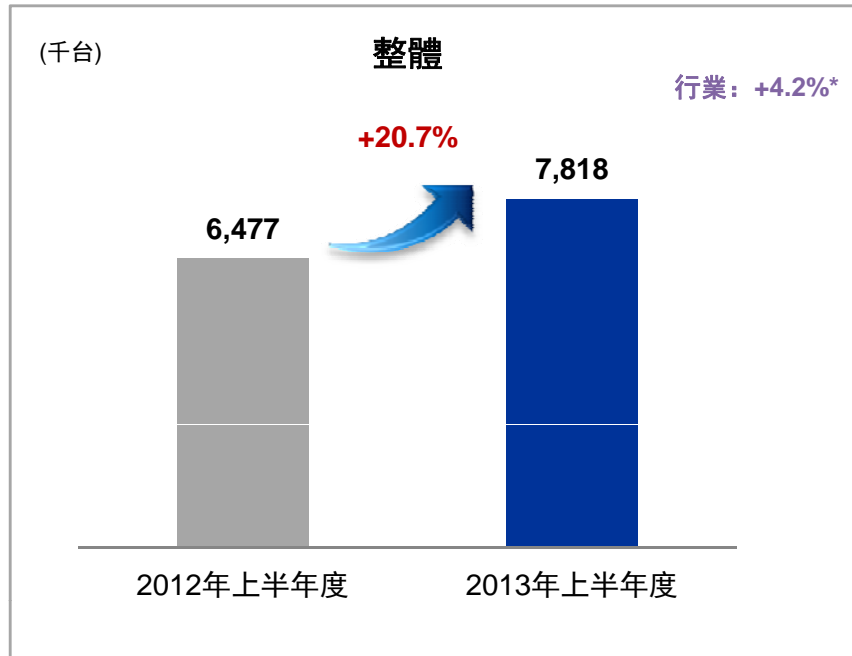
- ▶ 宣派有條件特別中期股息，將由本公司以通力控股之全部已發行股本作實物分派的形式而作出及支付，每持有十股本公司之股份將可享有一股通力控股之股份
- ▶ 通力控股獲香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）批准並於2013年8月15日於主板上市，股份代號：01249



#經重列 (營業額、毛利不包含通力控股業務，通力控股業績歸為「已終止經營業務」，包含於本集團整體業績中)

\* 包括於2012年1月18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%股本權益的附屬公司惠州TCL聚宇光電有限公司而產生之一次性收益1.44億港元

# 2013年上半年度LCD電視機銷售量



\*資料來源: DisplaySearch 2013年第二季度

TCL

创意感动生活  
The Creative Life



# 財務摘要



# 綜合業績(截至2013年6月30日止6個月)

(港幣百萬元)	2013年 上半年度	2012年 上半年度	變動
營業額	18,077	14,763 <sup>#</sup>	+22.4%
毛利	2,840	2,613 <sup>#</sup>	+8.7%
經營溢利	331	483 <sup>#*</sup>	(31.5%)
母公司擁有人應佔溢利			
- 本期利潤 <sup>^</sup>	254	291 <sup>#*</sup>	(12.7%)
- 持續經營業務利潤	193	243 <sup>*</sup>	(20.6%)
每股基本盈利(港仙)			
- 本期利潤 <sup>^</sup>	19.11	33.58 <sup>#</sup>	(43.1%)
- 持續經營業務利潤	14.51	29.84	(51.4%)
每股中期現金股息(港仙)	-	10.00	不適用

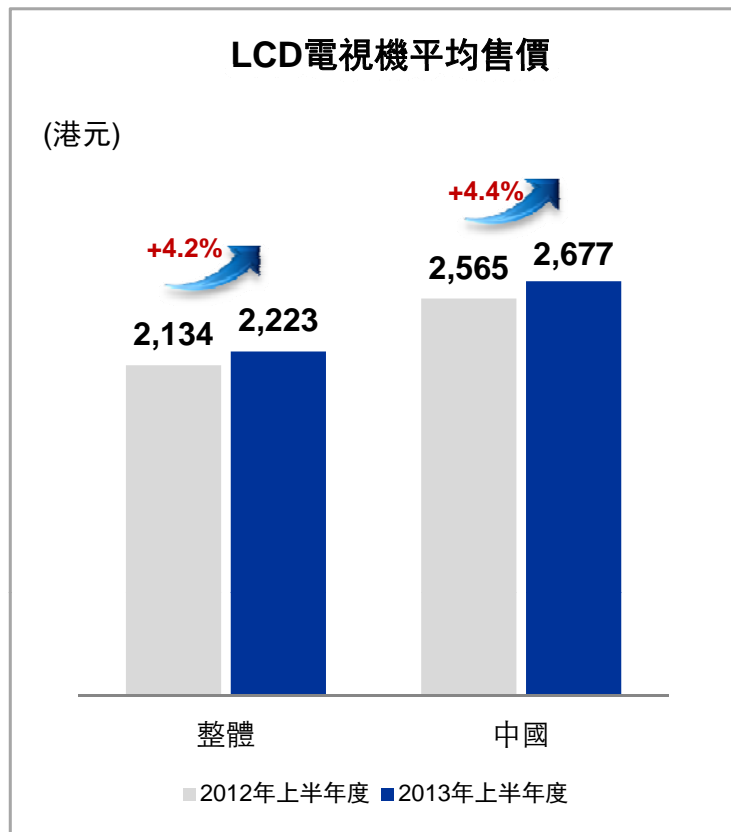
<sup>#</sup> 經重列

<sup>\*</sup> 已扣除於2012年1月18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%股本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

<sup>^</sup> 包含通力控股業務。本集團已於2013年8月14日成功分拆通力控股於聯交所主板獨立上市



# 平均售價及利潤率



### 利潤率

	2013年 上半年度	2012年 上半年度	變動 (百分點)
毛利率	15.7%	17.7%#	(2.0)
費用率*	14.6%	14.8%#	(0.2)
經營溢利率	1.8%	3.3%#**	(1.5)

\* 費用率 = (銷售及分銷成本 + 行政支出) / 營業額

# 經重列

\*\* 已扣除於2012年1月18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%股本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

# 資產負債表摘要

(港幣百萬元)	2013年 6月30日	2012年 12月31日 (經重列)*	變動	2012年 12月31日
非流動資產	2,914	2,847	+2.4%	3,078
存貨	6,975	6,387	+9.2%	6,732
現金及銀行結存	4,740	2,434	+94.7%	3,431
流動資產	25,085	25,173	(0.3%)	24,942
- 持續經營業務	21,656	21,735	(0.4%)	不適用
- 已終止經營業務 (通力集團)	3,429	3,438	(0.3%)	不適用
流動負債	22,427	22,583	(0.7%)	22,580
- 持續經營業務	19,998	19,987	+0.1%	不適用
- 已終止經營業務 (通力集團)	2,429	2,596	(6.4%)	不適用
淨流動資產	2,658	2,590	+2.6%	2,362
非流動負債	350	445	(21.3%)	448
淨資產	5,222	4,992	+4.6%	4,992

\* 只作演示用途。2012年12月31日之金額已獲重新分類以符合本期之呈報。

# 主要財務指標

	2013年 6月30日	2012年 12月31日	變動
存貨周轉期(天)*	58	51#	▲7天
應收賬款周轉期(天)*	31	31#	不變
應付賬款周轉期(天)*	67	67#	不變
現金周轉周期(天)	22	15#	▲7天
流動比率(倍)	1.1	1.1	不變
資本負債比率(%)**	0###	0	不變

# 經重列

\* 以上周轉期以12個月平均結餘計算

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

### 於2013年6月30日，本集團（包括通力控股業務）之已抵押存款及現金及銀行結存共61.90億港元，較計息貸款總額23.02億港元為高，因此，本集團之資本負債比率為零

## 各區域業績 (截至2013年6月30日止6個月)

(港幣百萬元)		2013年 上半年度	2012年 上半年度	變動
中國市場電視機業務	營業額	12,162	8,641	+40.7%
	毛利	2,361	2,015	+17.2%
	經營業績	439	473	(7.2%)
海外市場電視機業務	營業額	5,546	5,784	(4.1%)
	毛利	442	614 <sup>#</sup>	(28.0%)
	經營業績	(113)	106 <sup>#</sup>	不適用
通力控股業務 (前稱AV業務)	營業額	1,864	1,647 <sup>#</sup>	+13.2%
	毛利	239	162 <sup>#</sup>	+47.5%
	經營業績	75	48 <sup>#</sup>	+56.3%

<sup>#</sup> 經重列

TCL

创意感动生活  
The Creative Life



# 業務回顧





# 全球及中國電視機市場佔有率穩步上升

## 2013年首季度全球LCD電視機市佔率（TCL排名第三）

排名	品牌	2013年首季度	2012年全年
1	Samsung	20.4%	20.0%
2	LGE	14.6%	13.1%
<b>3</b>	<b>TCL</b>	<b>7.3%</b>	<b>5.8%</b>
4	Sony	5.0%	7.4%
5	Toshiba	5.0%	5.5%
6	Hisense	5.0%	4.7%
7	Skyworth	4.7%	4.1%
8	Sharp	4.3%	4.1%
9	Panasonic	4.1%	5.0%
10	AOC	3.9%	4.0%

## 2013年首季度中國市場LCD電視機市佔率（TCL排名第一）

排名	品牌	2013年首季度	2012年全年
<b>1</b>	<b>TCL</b>	<b>20.2%</b>	<b>18.0%</b>
2	Hisense	16.3%	16.3%
3	Skyworth	16.0%	16.6%
4	Konka	12.5%	11.7%
5	Changhong	8.3%	10.7%
6	Haier	6.1%	6.5%
7	Sharp	3.5%	3.2%
8	Samsung	3.3%	3.1%
9	LGE	2.5%	1.6%
10	Sony	2.4%	3.8%

## 電視機銷售量（截至2013年6月30日止6個月）

電視機總銷售量(千台)	2013年 上半年度	2012年 上半年度	變動
整體	8,487	7,748	+9.5%
中國	4,551	3,482	+30.7%
海外	3,936	4,266	(7.7%)

LCD電視機銷售量(千台)	2013年 上半年度	2012年 上半年度	變動
整體	7,818	6,477	+20.7%
其中: LED背光液晶電視機	7,328	4,307	+70.1%
智能電視機	1,138	324	+251.2%
3D電視機	1,335	592	+125.5%
中國	4,542	3,338	+36.1%
海外	3,276	3,139	+4.4%

CRT電視機銷售量(千台)	2013年 上半年度	2012年 上半年度	變動
整體	669	1,271	(47.4%)
中國	9	144	(93.8%)
海外	660	1,127	(41.4%)

# 電視機業務 — 中國市場

上半年度經營溢利：4.39億港元，同比下跌7.2%  
上半年度LCD電視機銷量：454萬台，同比增長36.1%

## 持續推出新品

- ▶ 推出30個系列共85款新產品
- ▶ 2013年6月份智能電視機與3D電視機銷售量佔LCD電視機銷售量比重分別上升至31.5%及31.3%
- ▶ LCD電視機平均售價同比增長4.4%

## 費用率同比下降

- ▶ 通過有效的成本控制，費用率同比下降

## 加強銷售渠道及銷售網點的建設

- ▶ 與大型家電連鎖店及網上銷售渠道達成了全面戰略合作
- ▶ 持續強化銷售網點建設，增加專賣店1,150家
- ▶ 單店銷售效率和市場滲透率提升

# 電視機業務 — 海外市場

上半年度經營虧損：1.13億港元  
上半年度LCD電視機銷量：328萬台；同比增長4.4%

## 產品結構進一步改善

- ▶ 歐洲市場上半年智能電視機銷售量佔LCD電視機銷售量比重達22.1%
- ▶ 在新興市場成功導入基於Android平台的智能電視機
- ▶ LED背光液晶電視機銷售量佔LCD電視機銷售量比重提升至91.5%

## 新興市場及策略OEM

- ▶ 新興市場LCD電視機銷量同比增長13.7%
- ▶ 巴西LCD電視機市場銷量同比增長91.0%
- ▶ 澳洲LCD電視機市場份額進一步提升，從2.4%\*升至4.7%#。泰國LCD電視機市場份額從5.7%\*升至6.5%# (資料來源: GfK)
- ▶ 策略OEM第二季度銷售量增長強勁

## 歐洲及北美市場

- ▶ 法國LCD電視機市場份額進一步提升，從5.5%\*升至6.2%# (資料來源: GfK)
- ▶ TCL品牌知名度在北美市場得以提升

\* 2012年1月至6月

# 2013年1月至6月

# 持續提升產品競爭力



全新高端電視機子品牌Viveza  
iCE SCREEN「冰激凌」

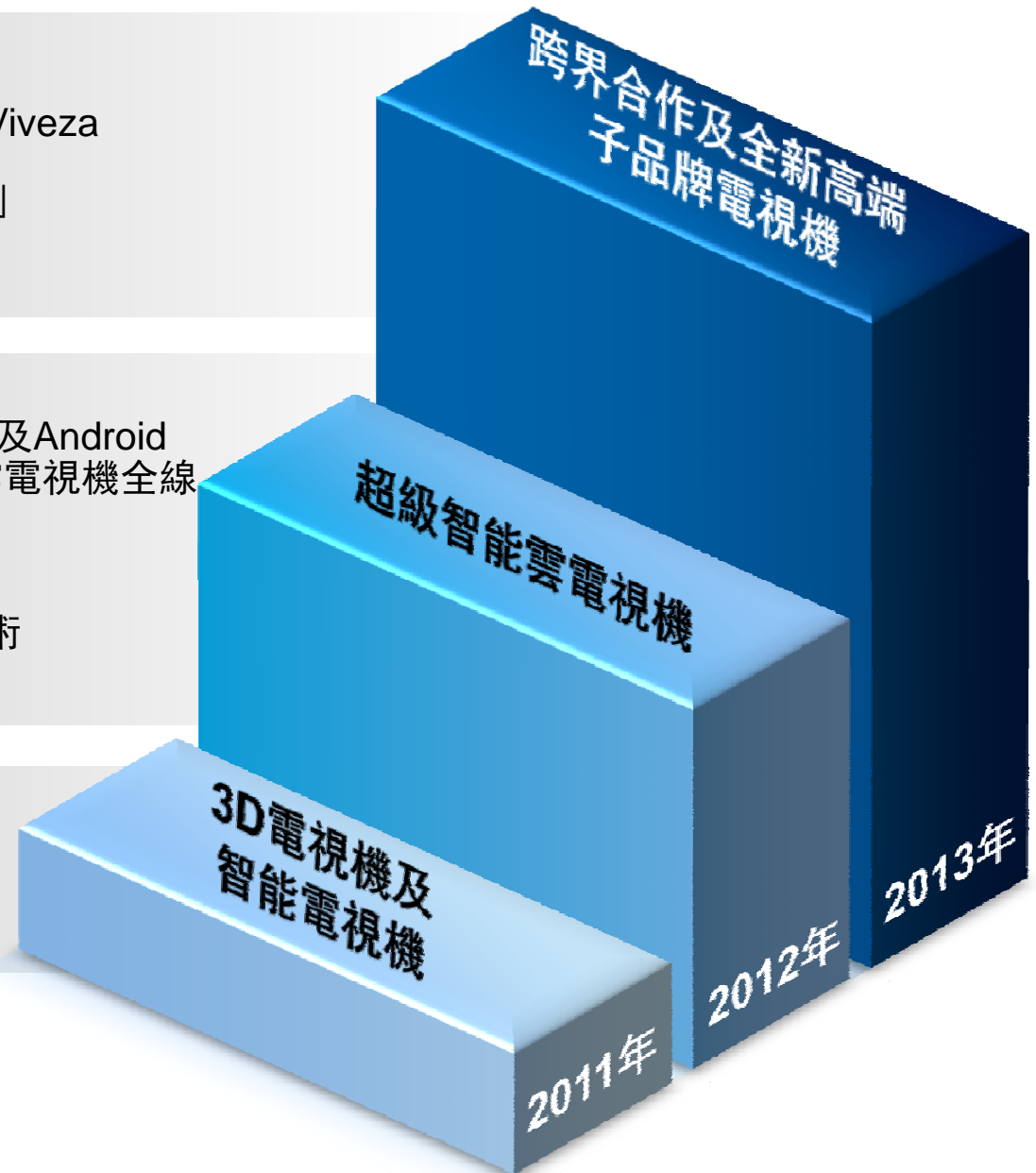


雙核CPUs、雙核GPUs及Android  
4.0+ 操作系統3D智能雲電視機全線  
升級、一屏雙顯技術

運用雲計算、雲儲存技術



智能及3D技術融合





# 提升創新能力

2013年3月26日在北京舉行「真的不一樣 -TCL 2013春季發佈會」  
品牌戰略升級，打造「年輕化、時尚化、國際化」的品牌形象

## 真正實現消費電子全產品線聯合發佈

- ▶ 發佈「火球計劃」，通過產品群規劃、群設計、群生產，將要實現八大系列智能雲電視機新品的群發佈和群上市
- ▶ 推出全新高端電視機子品牌Viveza及首款高端電視機產品Viveza V101，打造全球首款高端奢華超薄電視機
- ▶ 兩款產品獲得「2013 CITE創新產品與應用獎」金獎



# 加強推廣力度 提升品牌影響力

參加2013年美國  
拉斯維加斯國際  
消費類電子產品  
展覽會 (2013  
International  
CES)



COLOR YOUR WORLD

TCL冠名「TCL中國大劇院」



與「鐵甲奇俠3」建立戰略合作，進行品牌植入、聯合推廣  
及創意元素授權使用



成為中國首家以其電視機產品進駐香港國際機場  
的電視機企業





# 整合上下游產業鏈 一體化垂直整合之協同效應優勢將更為突顯

## 穩定原材料供應及成本控制 一體化垂直整合之協同效應優勢將更為突顯

### 華星光電8.5代 液晶面板項目

- ▶ 持續加大協同力度，獲取規劃、製造、成本控制、質量控制及運輸所帶來的協同收益
- ▶ 確保原材料供應及有效的成本控制

### TCL光電科技 (LCD模組業務)

- ▶ 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，並創造新的收入來源

### LED背光模組 生產線

- ▶ TCL光電科技 + TCL聚宇 + 惠州智翔光電
- ▶ 全工序質量控制



已成為中國唯一  
能掌控液晶全產業鏈  
的電視機生產  
和銷售企業



# 通力控股

- ▶ 成功分拆 AV業務，通力控股於2013年8月15於聯交所主板獨立上市



股份代號：01249

- ▶ 通過分拆通力控股獨立上市，清晰區分電視機及AV業務，為兩者各自建立獨立的業務平台

- ▶ 將繼續專注核心業務發展，從而提升決策過程及應對市場變動的能力

TCL

创意感动生活  
The Creative Life



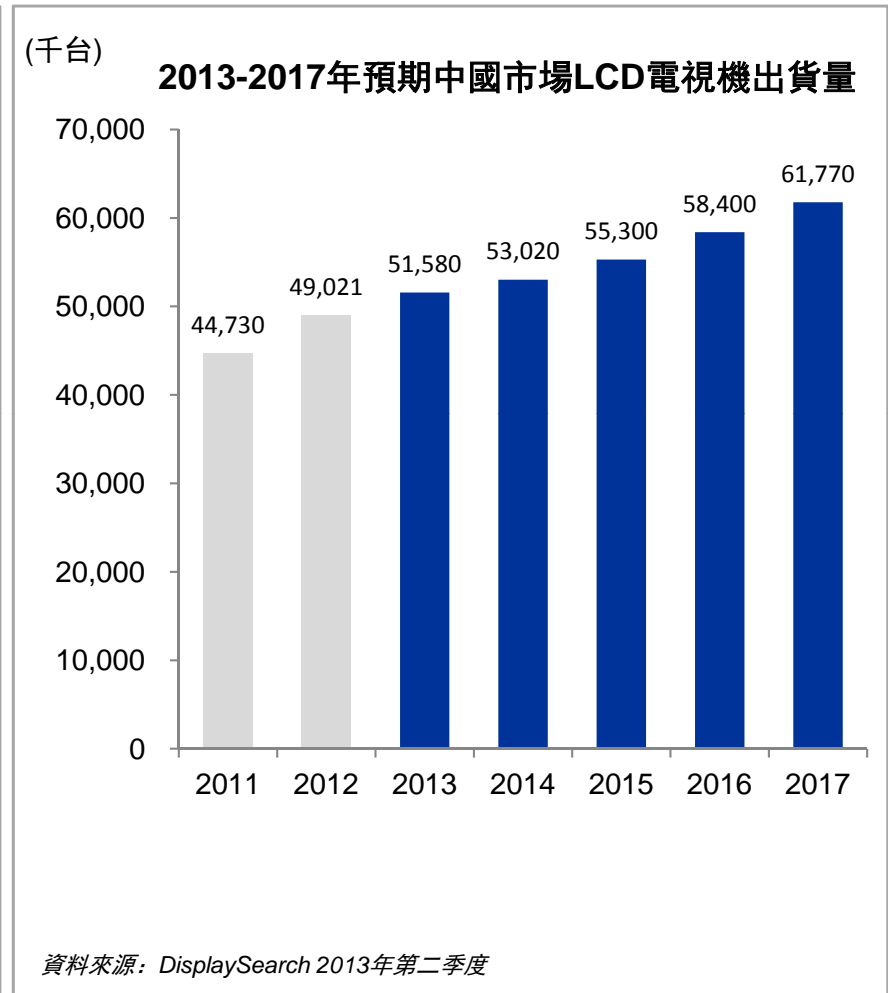
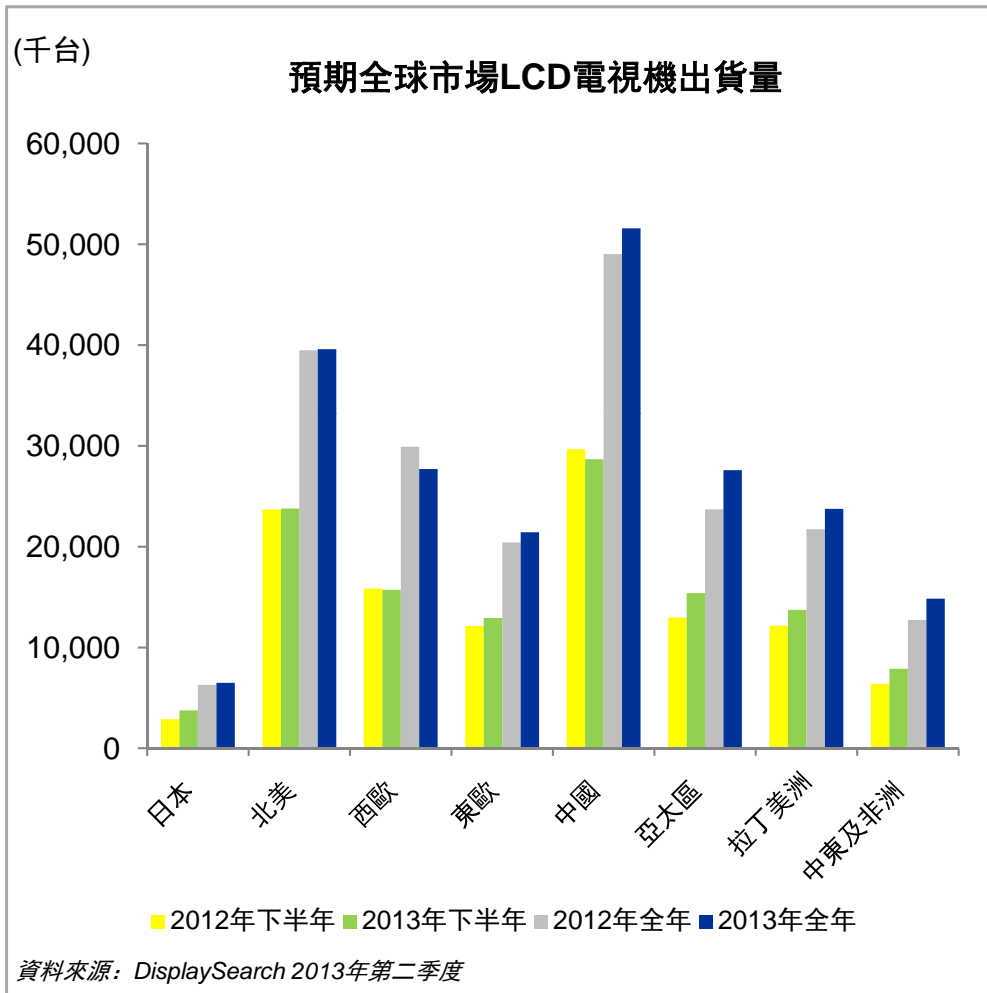
# 未來展望





# 未來展望 — 全球及中國市場之LCD電視機出貨量預測

- ▶ 預計全球2013年下半年LCD電視機出貨量為1.22億台，同比增長5.2%；2013年全年LCD電視機預計出貨量為2.13億台，同比增長4.9%
- ▶ 預計中國市場2013年下半年LCD電視機出貨量同比下降3.4%。除西歐外的其他區域市場保持穩定升幅



# 未來展望 — 中國市場之市場預測

大尺寸是未來幾年電視機行業的趨勢

2012年五一期間 # 液晶平均尺寸	2013年五一期間## 液晶平均尺寸
39.9"	41.4"

# 2012年第18至20週

## 2013年第18至20週

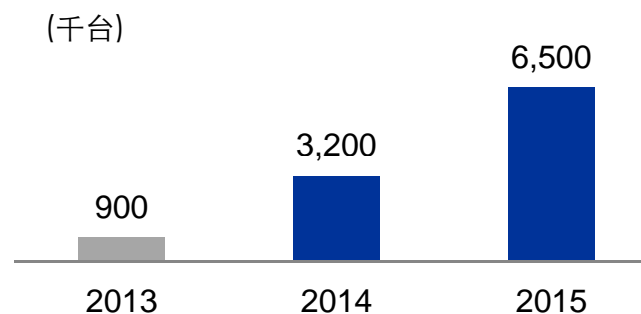
一及二級市場渠道轉移：電子商務

電商發酵年

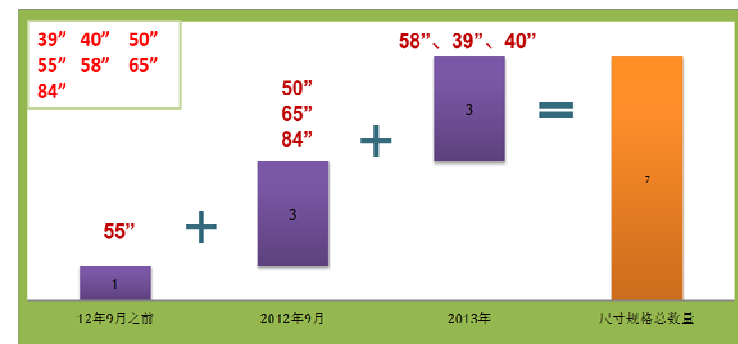


價格、內容、產品、面板供應等決定  
2013年超高清電視機的發展

超高清電視機市場規模 — 零售量



超高清電視機尺寸分佈圖



資料來源：中怡康測算資料

# 未來展望 — 電視機業務

2013年全球LCD電視機銷售量目標為1,800萬台，  
同比增長15.9%\*

持續堅持以  
「速度與效率」  
為核心的發展策略

打造高性價比的產品，  
積極拓展銷售渠道和  
改善營運效率



\*與2012年的實際銷售量1,553萬台比較

# 未來展望 — 中國市場電視機業務

## 鞏固中國市場領導地位

搶高端

+

穩增長

+

高盈利



### 產品策略

- ▶ 深化「全雲戰略」，以改善用戶體驗為核心
- ▶ 提升高端產品的競爭力及銷售量比重
- ▶ 抓住4K產品發展機會，成為超高清電視機市場的領先者

### 品牌與推廣策略

- ▶ 創新營銷模式，支持品牌成長
- ▶ 強化品牌形象及認知度

### 渠道策略

- ▶ 持續加強專賣店建設，爭取於2013年年末達到3,000家
- ▶ 提升單店效率及管理水平
- ▶ 促進電子商務渠道發展及加強線上線下資源整合
- ▶ 提升三至六級市場滲透率

### 營運策略

- ▶ 提升營運管理和整體競爭力
- ▶ 通過產業鏈整合降低成本和費用率，加快周轉速度

# 未來展望 – 海外市場電視機業務

- 增加品牌建設和市場推廣投入，塑造「年輕化、時尚化、國際化」的品牌形象
- 優化產品組合，推出高端產品包括智能電視機系列
- 繼續實行穩健的經營策略，以成本、速度、效率為核心

揚品牌

+

高增長

+

高效管理



## 新興市場

增加高端產品的銷售比重

- ▶ 提高LED背光液晶電視機及智能電視機的銷售量比重

開拓銷售渠道和提升整體營運效率

## 歐洲市場

提升營運效率

- ▶ 繼續提升營運效率，積極優化產品組合及加強庫存管理
- ▶ 提升新品在重點市場主流渠道的上市速度及銷售量

## 北美市場

加強品牌投入，穩健經營

- ▶ 持續提升品牌影響力

## 策略OEM

優化策略OEM客戶組合

- ▶ 協同供應鏈及產業鏈資源以及優化成本



# 未來展望 - 智能產品戰略 | 未來智能產品設想

用戶體驗最好的智能電視機

用戶感知

好看

好用

好玩

技術研發

用戶界面

屏顯示質量

內容

直觀

反應快

容錯

好找

視頻流暢

人工智慧

遊戲

娛樂

即時通訊

購物消費

信息諮詢

4K畫質

全球播放

電子節目功能表

搜索

音質

操作邏輯

感知技術

多樣化應用程式

體感

社交電視

戰略

使用者界面及用戶體驗

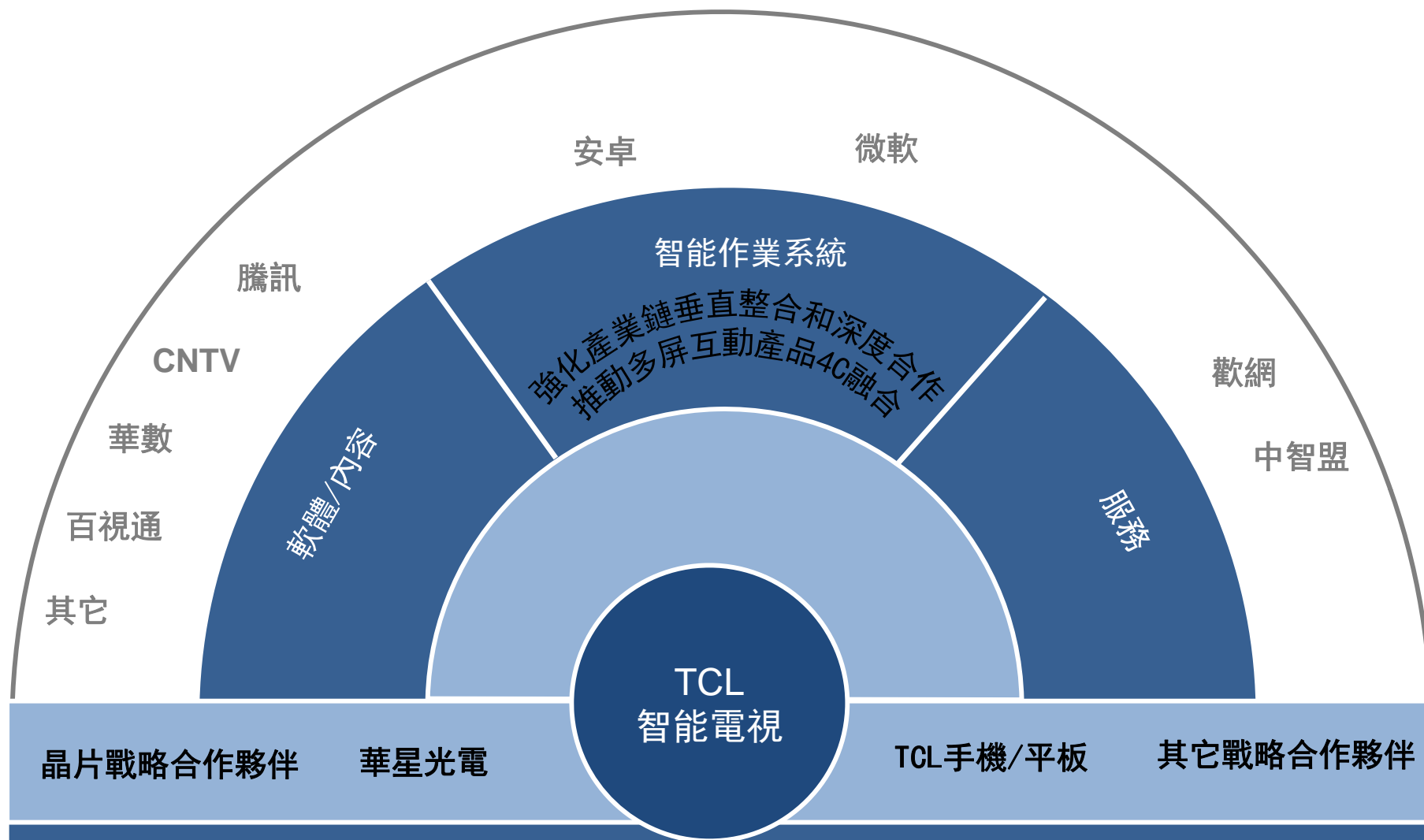
系統晶片

操作系統

系統性產品規劃

生態構建

# 未來展望 – 智能產品戰略 | 構建智能電視生態系統



## 構建有競爭優勢的產品生態系統

智能電視機的競爭已經不再是單純的終端產品與終端產品之間的競爭，  
而是一個產品生態系統與另一個產品生態系統之間的競爭

# 經營思路

## 質量型增長

保持銷量和銷售收入的  
行業領先地位，追求利潤最大化

## 精細化管理

通過工業能力提升、信息系統升級完善和  
專業化管理，進一步提升營運效率和效益

快速

速度 + 效率

價值

# 謝 謝

TCL多媒體科技控股有限公司

