

TCL

TCL多媒體科技控股有限公司

股份代號：01070



二零一三年第三季度業績報告

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。

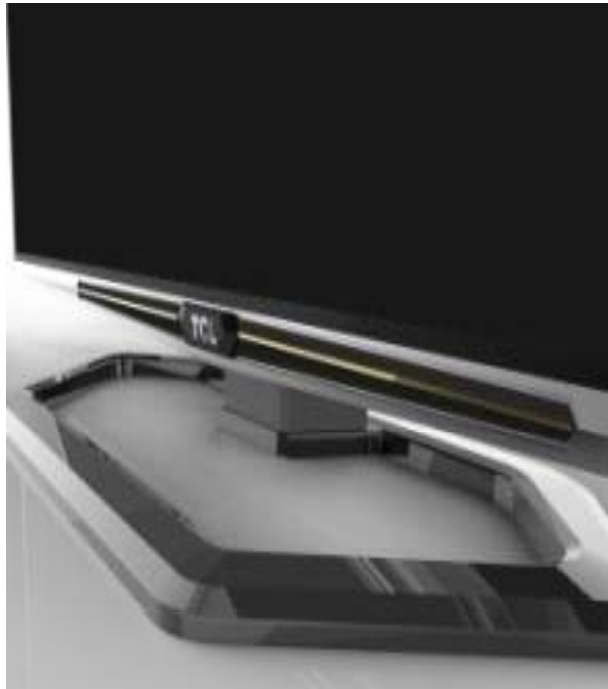
議程

業績概覽

財務摘要

業務回顧

未來展望



截至9月30日止9個月財務業績為未經審核之資料

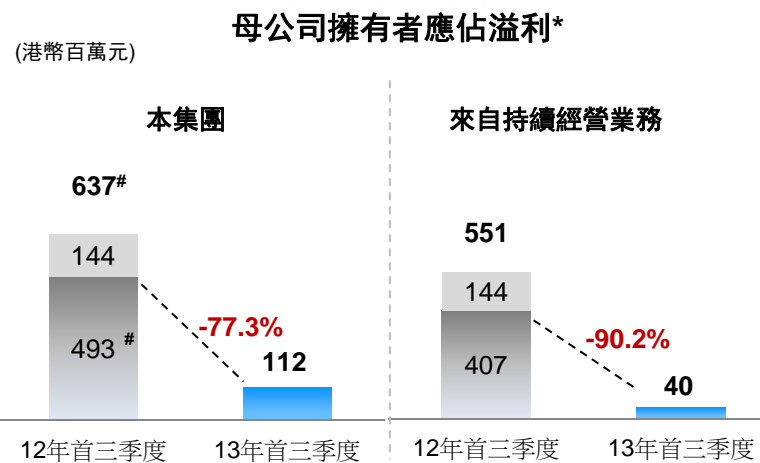
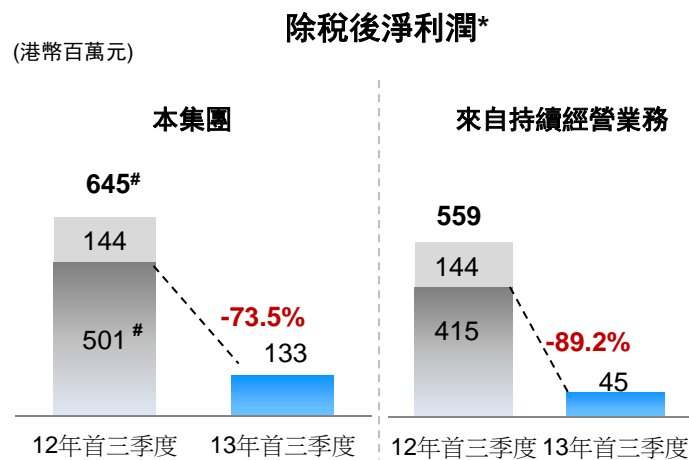
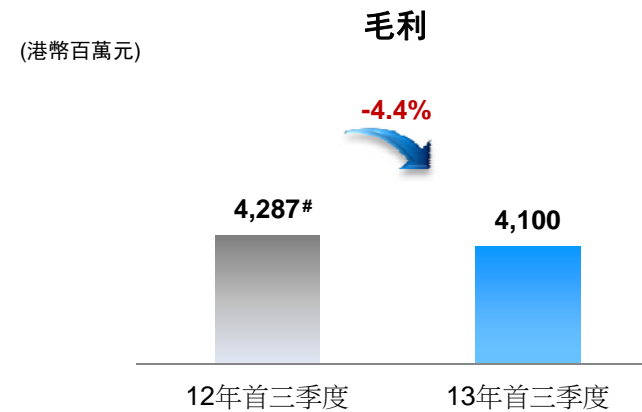
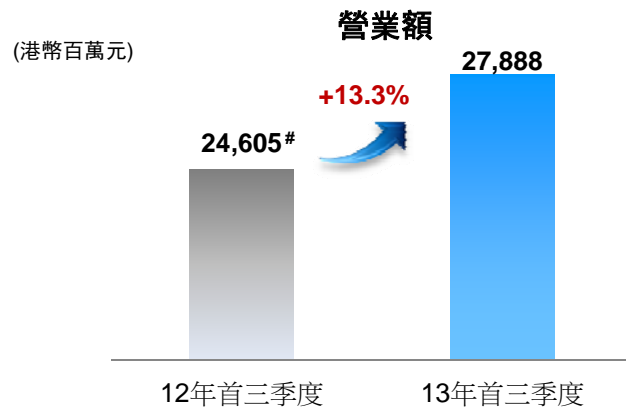


L85H9500A-UD 85吋4K超高清電視機

業績概覽



業績概覽(截至2013年9月30日止9個月)

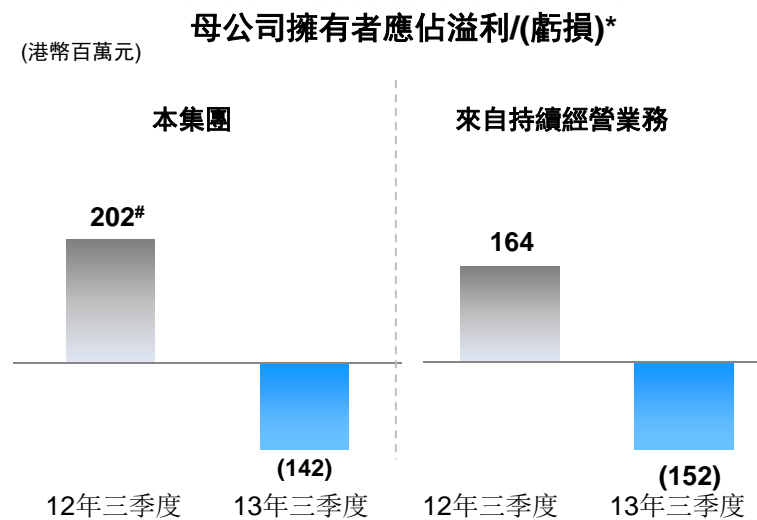
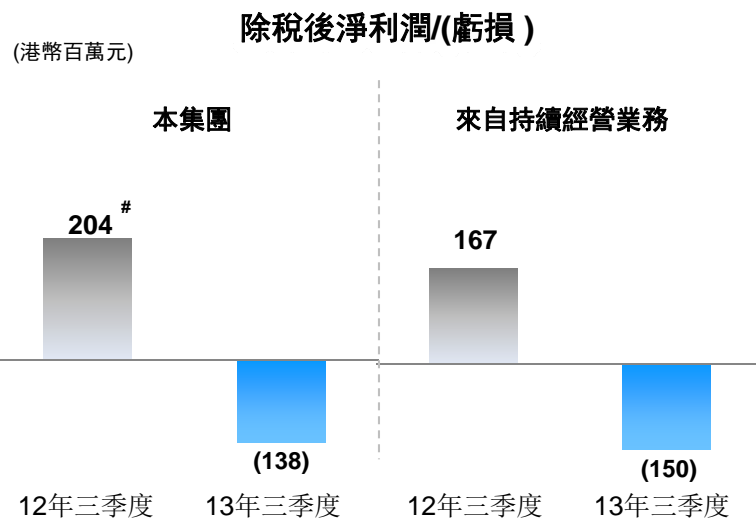
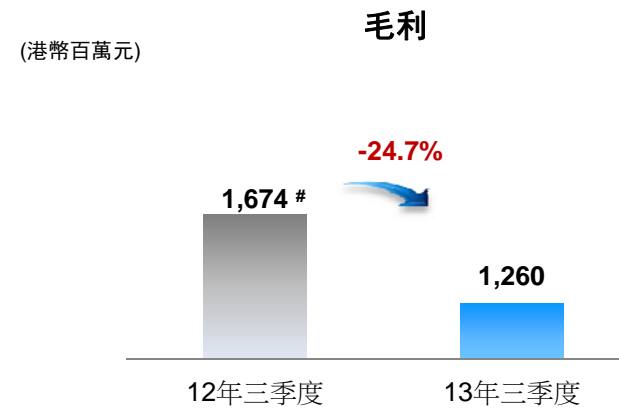
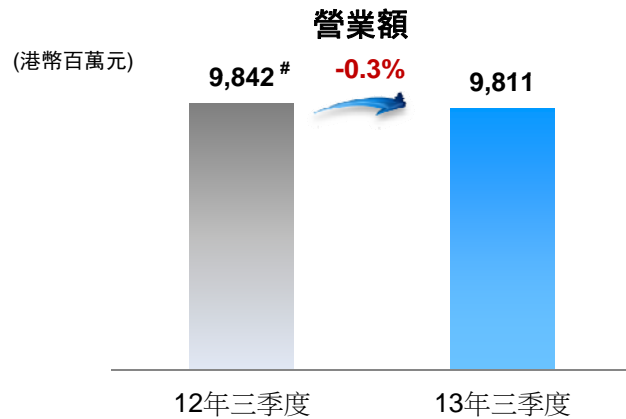


[#]經重列(營業額及毛利不包含通力控股業務。通力控股業績歸為「已終止經營業務」，包含於本集團整體業績中)

*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



業績概覽(截至2013年9月30日止3個月)



#經重列(營業額及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)

第三季度虧損的主要原因

主要原因

- 年初對市場需求判斷較為樂觀，原材料及產品庫存較多，原材料及產品價格下跌導致相關庫存需作出較大減值
- 由外來供應商提供配件而導致個別產品出現質量問題，額外增加售後服務成本
- 中國政府的節能家電補貼推廣政策在二零一三年六月份退出後，LCD電視機需求下降，因此本集團第三季度中國市場銷售量未達預期目標



E5690A-3D 4K超高清3D電視機

財務摘要



綜合業績(截至2013年9月30日止9個月)

(港幣百萬元)	2013年 首三季度	2012年 首三季度	變動
營業額	27,888	24,605 [#]	+13.3%
毛利	4,100	4,287 [#]	(4.4%)
經營溢利	220	686 ^{#*}	(67.9%)
母公司擁有人應佔溢利			
- 本期利潤 [^]	112	493 ^{#*}	(77.3%)
- 持續經營業務利潤	40	407 [*]	(90.2%)
每股基本盈利(港仙)			
- 本期利潤 [^]	8.39	48.85 [#]	(82.8%)
- 持續經營業務利潤	3.04	42.25	(92.8%)

[#]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

[^]包含通力控股業務。本集團已於2013年8月15日成功分拆通力控股於聯交所主板獨立上市



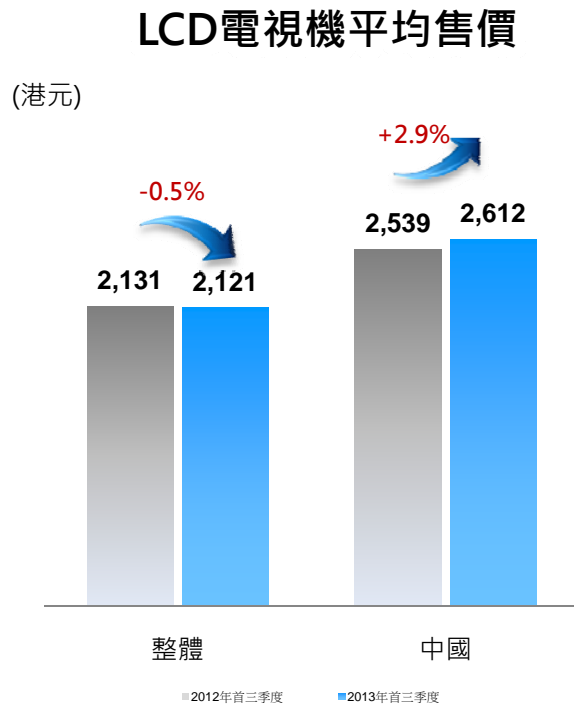
綜合業績(截至2013年9月30日止3個月)

(港幣百萬元)	2013年 第三季度	2012年 第三季度	變動
營業額	9,811	9,842 [#]	—
毛利	1,260	1,674 [#]	(24.7%)
經營溢利/(虧損)	(111)	203 [#]	不適用
母公司擁有人應佔溢利/(虧損)			
- 本期利潤/(虧損) [^]	(142)	202 [#]	不適用
- 持續經營業務利潤/(虧損)	(152)	164	不適用
每股基本盈利/(虧損) (港仙)			
- 本期利潤/(虧損) [^]	(10.66)	15.49 [#]	不適用
- 持續經營業務利潤/(虧損)	(11.42)	12.60	不適用

[#]經重列

[^]包含通力控股業務。本集團已於2013年8月15日成功分拆通力控股於聯交所主板獨立上市

平均售價 | 利潤率及費用率



利潤率及費用率

	2013年首三季度	2012年首三季度	變動 (百分點)
毛利率	14.7%	17.4% [#]	(2.7)
費用率*	14.4%	14.7% [#]	(0.3)
經營溢利率	0.8%	2.8% ^{***}	(2.0)

* 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環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 9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	3,071	2,847	+7.9%	3,078
存貨	5,882	6,387	(7.9%)	6,732
現金及銀行結存	3,925	2,434	+61.3%	3,431
流動資產	21,336	25,173	(15.2%)	24,942
- 持續經營業務	21,336	21,735	(1.8%)	不適用
- 已終止經營業務(通力控股)	0	3,438	不適用	不適用
流動負債	18,641	22,583	(17.5%)	22,580
- 持續經營業務	18,641	19,987	(6.7%)	不適用
- 已終止經營業務(通力控股)	0	2,596	不適用	不適用
淨流動資產	2,695	2,590	+4.1%	2,362
非流動負債	1,167	445	+162.2%	448
淨資產	4,599	4,992	(7.9%)	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 9月30日	2012年 12月31日	變動
存貨周轉期(天)*	65	51 [#]	▲14天
應收賬款周轉期(天)*	33	31 [#]	▲2天
應付賬款周轉期(天)*	66	67 [#]	▼1天
現金周轉週期(天)	32	15 [#]	▲17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9月30日，本集團（不包括通力控股業務）之已抵押存款及現金及銀行結存共39.25億港元，較計息貸款總額29.78億港元為高，因此本集團之資本負債比率為零



各區域業績 (截至2013年9月30日止9個月)

(港幣百萬元)		2013年 首三季度	2012年 首三季度	變動
中國市場電視機業務	營業額	18,352	15,242	+20.4%
	毛利	3,337	3,363	(0.8%)
	經營業績	397	613	(35.2%)
海外市場電視機業務	營業額	8,645	8,657	(0.1%)
	毛利	737	889 [#]	(17.1%)
	經營業績	(129)	152 [#]	不適用
通力控股業務 (前稱AV業務)	營業額	2,221 [*]	2,708 [#]	(18.0%)
	毛利	278 [*]	295 [#]	(5.8%)
	經營業績	92 [*]	88 [#]	4.5%

[#] 經重列

^{*} 截至通力控股獨立上市前資料



各區域業績 (截至2013年9月30日止3個月)

(港幣百萬元)		2013年 第三季度	2012年 第三季度	變動
中國市場電視機業務	營業額	6,190	6,601	(6.2%)
	毛利	976	1,348	(27.6%)
	經營業績	(42)	140	不適用
海外市場電視機業務	營業額	3,099	2,873	+7.9%
	毛利	295	275 [#]	+7.3%
	經營業績	(16)	46 [#]	不適用
通力控股業務 (前稱AV業務)	營業額	357 [*]	1,061 [#]	(66.4%)
	毛利	39 [*]	133 [#]	(70.7%)
	經營業績	17 [*]	40 [#]	(57.5%)

[#] 經重列

^{*} 截至通力控股獨立上市前資料



V8500A-3D 4K超高清3D電視機

業務回顧



2013年上半年度全球LCD電視機市佔率

排名	品牌	2013年上半年度	2012年度
1	Samsung	20.3%	20.0%
2	LGE	14.7%	13.1%
3	TCL	6.7%	5.8%
4	Sony	5.9%	7.4%
5	Hisense	5.0%	4.7%
6	Skyworth	4.6%	4.1%
7	Toshiba	4.5%	5.5%
8	Panasonic	4.3%	5.0%
9	AOC/TP Vision	4.1%	4.0%
10	Changhong	3.0%	2.8%

2013年上半年度中國市場LCD電視機市佔率

排名	品牌	2013年上半年度	2012年度
1	TCL	18.2%	18.0%
2	Skyworth	15.9%	16.6%
3	Hisense	15.7%	16.3%
4	Konka	12.1%	11.7%
5	Changhong	10.3%	10.7%
6	Haier	6.2%	6.5%
7	Samsung	3.8%	3.1%
8	Sony	3.1%	3.8%
9	Sharp	2.9%	3.2%
10	Panasonic	2.1%	2.1%



電視機銷售量 (截至2013年9月30日止9個月)

電視機總銷售量(千台)	2013年 首三季度	2012年 首三季度	變動
整體	13,415	12,507	+7.3%
中國	7,040	6,121	+15.0%
海外	6,375	6,386	(0.2%)

LCD電視機銷售量(千台)	2013年 首三季度	2012年 首三季度	變動
整體	12,520	10,849	+15.4%
其中: LED背光液晶電視機	12,003	7,731	+55.3%
智能電視機	1,782	726	+145.5%
3D電視機	1,911	1,295	+47.6%
中國	7,022	5,971	+17.6%
海外	5,498	4,878	+12.7%

CRT電視機銷售量(千台)	2013年 首三季度	2012年 首三季度	變動
整體	895	1,658	(46.0%)
中國	18	150	(88.0%)
海外	877	1,508	(41.8%)



電視機銷售量 (截至2013年9月30日止3個月)

電視機總銷售量(千台)	2013年 第三季度	2012年 第三季度	變動
整體	4,928	4,759	+3.6%
中國	2,489	2,639	(5.7%)
海外	2,439	2,120	+15.0%

LCD電視機銷售量(千台)	2013年 第三季度	2012年 第三季度	變動
整體	4,702	4,372	+7.5%
其中: LED背光液晶電視機	4,675	3,424	+36.5%
智能電視機	644	402	+60.2%
3D電視機	576	703	(18.1%)
中國	2,480	2,633	(5.8%)
海外	2,222	1,739	+27.8%

CRT電視機銷售量(千台)	2013年 第三季度	2012年 第三季度	變動
整體	226	387	(41.6%)
中國	9	6	+50.0%
海外	217	381	(43.0%)

中國市場電視機業務

亮點

- 第三季度推出5個系列共12款新產品
- 9月份智能電視機銷售量佔LCD電視機銷售量比重達29.8%
- 4K*2K產品在行業處於領先地位
- TCL愛奇藝電視機TV+成為中國單月出貨量最高的智能電視機

暗點

- 節能惠民補貼政策退出後，第三季度中國市場整體銷售量同比下降14.0%*，導致第三季度LCD電視機銷售量未達預期目標
- 預期過於樂觀，造成原材料庫存過高，原材料價格下跌影響毛利率

*資料來源: DisplaySearch

海外市場電視機業務

亮點

- 歐洲市場首三季智能電視機銷售量佔LCD電視機銷售量比重達18.2%
- 本集團於法國的市場份額進一步提升至二零一三年一月至八月份之6.7% *
- 策略OEM業務第三季度銷售量增長強勁

暗點

- 高端產品比重有待提升
- 新興市場部分國家匯率大幅波動，嚴重影響銷售量和盈利能力

* 資料來源: GfK

與百度愛奇藝共同推出體驗最好的跨界新品「TCL愛奇藝電視機TV+」

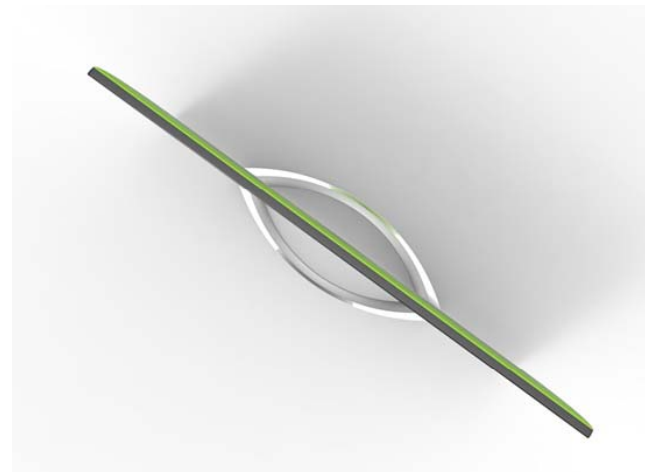
TCL



TCL愛奇藝電視機TV+成為中國單月出貨量最高的智能電視機



截止10月8日，TCL愛奇藝電視機TV+
出货量突破2.2萬台，成為上市首月出
销量最高的智能電視機產品





加強推廣力度 提升品牌影響力



2013年德國柏林國際消費電子展覽會(「IFA 2013」)



「TCL中國大劇院」內全球最大IMAX影院正式啟用



好萊塢TCL微電影節



北美TCL Square 產品體驗館



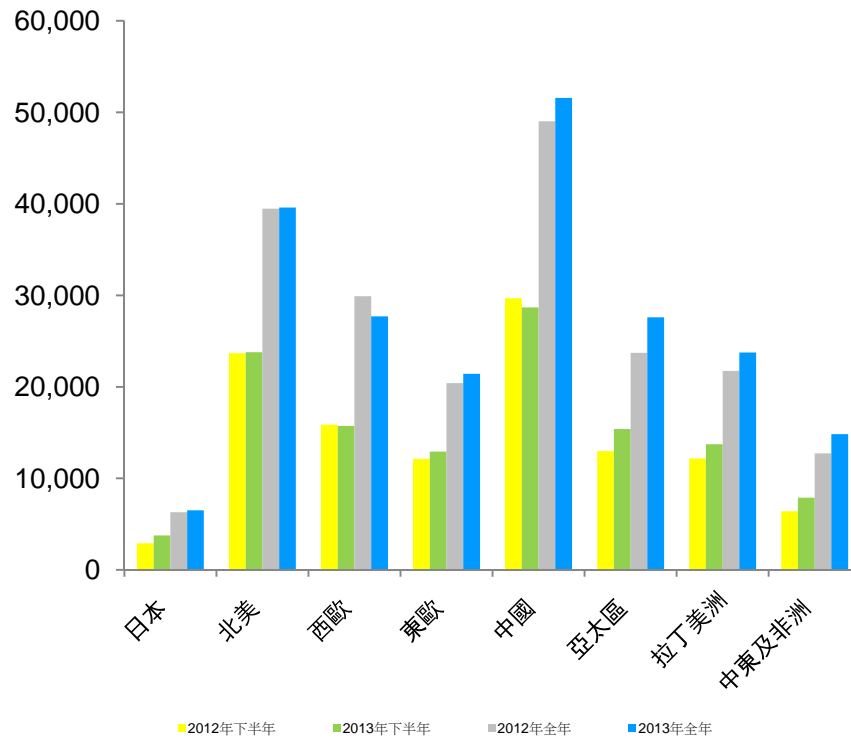
TCL愛奇藝電視機TV+

未來展望

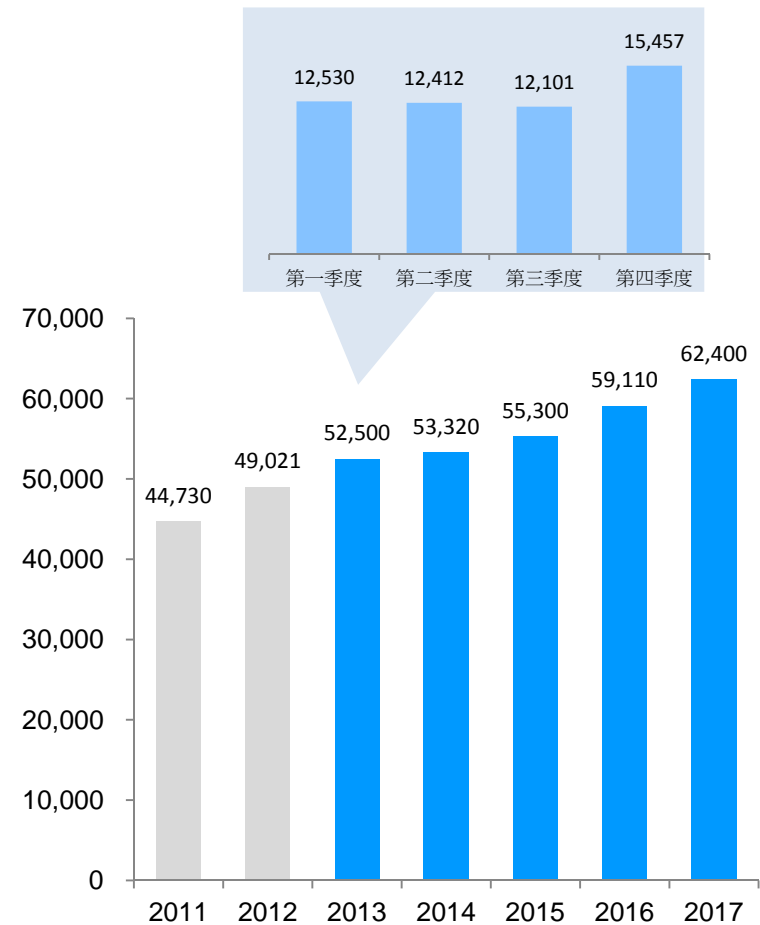


全球及中國市場之LCD電視機出貨量預測

(千台) 預期全球市場LCD電視機出貨量



(千台) 2013-2017年預期中國市場LCD電視機出貨量



資料來源: DisplaySearch 2013年第2季度

中國市場之市場預測

大尺寸電視機將會是未來幾年電視機行業的趨勢

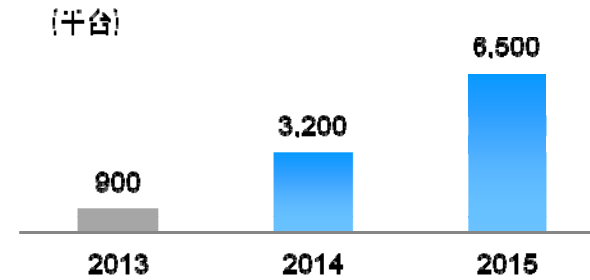
2012年五一期間# LCD電視機面板 平均尺寸	2013年五一期間## LCD電視機面板 平均尺寸
39.9"	41.4"

2012年第18至20週

2013年第18至20週

價格、內容、產品及面板供應等將決定
2013年超高清電視機的發展

超高清電視機市場規模 — 零售量

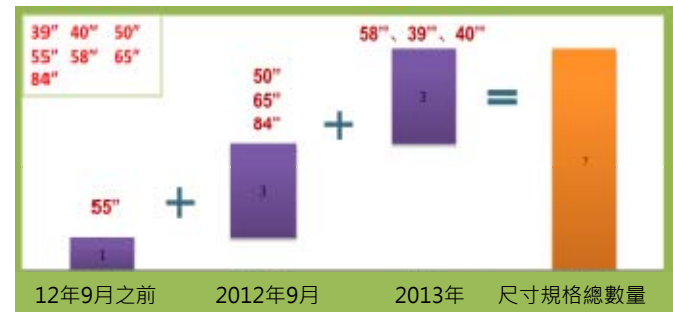


一及二級市場銷售渠道轉移：電子商務

電商發酵年



超高清電視機尺寸分佈圖



資料來源：中怡康

* 佔中國市場總電視機銷售量的比重

未來計劃

中國市場

鞏固電視機市場
領導地位

- 繼續完善4K超高清電視機的產品佈局
- 深化「全雲戰略」，構建智能電視機的生態系統，加強TCL愛奇藝電視機TV+等創新網路產品的規劃，提升銷售表現
- 加強專賣店建設，促進電子商務渠道發展，加強O2O線上線下資源整合
- 擴大產業鏈整合，降低成本和費用率，加快周轉速度

海外市場

增加品牌建設和
市場推廣投入，
塑造「年輕化、
時尚化及國際
化」形象

- 繼續實行穩健的經營策略，以速度、效率及成本控制為核心
- 增加新興市場高端產品的銷售量比重，開拓銷售渠道和提升整體營運效率
- 優化策略OEM客戶組合和成本結構
- 繼續提升營運效率，加強品牌投入，提升新產品的上市速度及銷售量

未來計劃 (續)

加強品質管控

- 完善品質管控體系

加強庫存管理

- 第四季度將原材料的庫存消化完畢
- 內部啟動供應鏈改善項目，涵蓋研發、採購、製造及銷售

提升產品競爭力

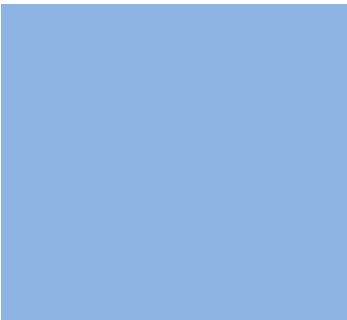
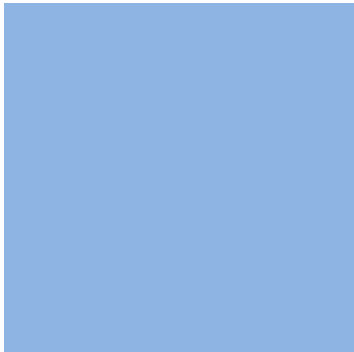
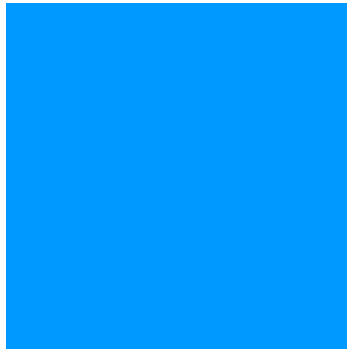
- 啟動產品生命週期管理系統
- 完善新產品開發管理流程，簡化產品系列及型號

加速企業 互聯網化的發展

- 通過TCL愛奇藝電視機TV+以及更多創新產品加速互聯網化發展及生態系統搭建

智能產品戰略|構建智能電視機生態系統





TCL多媒體科技控股有限公司

