



TCL多媒體科技控股有限公司

(股份代號: 01070)

二零一四年首季度業績報告

截至3月31日止3個月財務業績為未經審核之數據



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。



財務摘要



業務回顧



未來展望

業績概覽 (截至2014年3月31日止3個月)

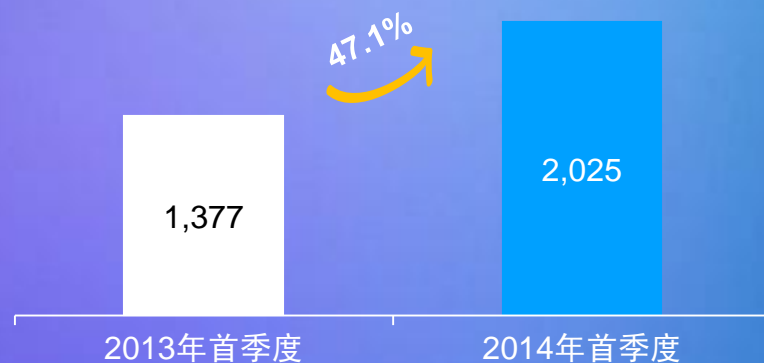
LCD電視機銷售量

(千台)

中國市場



海外市場



電視機營業額

(港幣百萬元)



綜合業績 (截至2014年3月31日止3個月)

(港幣百萬元)	2014年 首季度	2013年 首季度	變動
營業額	7,889	9,385 [#]	(15.9%)
毛利	1,026	1,547 [#]	(33.7%)
經營溢利	31	281 [#]	(89.0%)
除稅後淨利潤			
- 本期 [^]	12	208 [#]	(94.2%)
- 來自持續經營業務	12	173	(93.1%)
母公司擁有人應佔溢利			
- 本期 [^]	15	195 [#]	(92.3%)
- 來自持續經營業務	15	167	(91.0%)
每股基本盈利 (港仙)			
- 本期 [^]	1.14	14.73 [#]	(92.3%)
- 來自持續經營業務	1.14	12.64	(91.0%)

#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

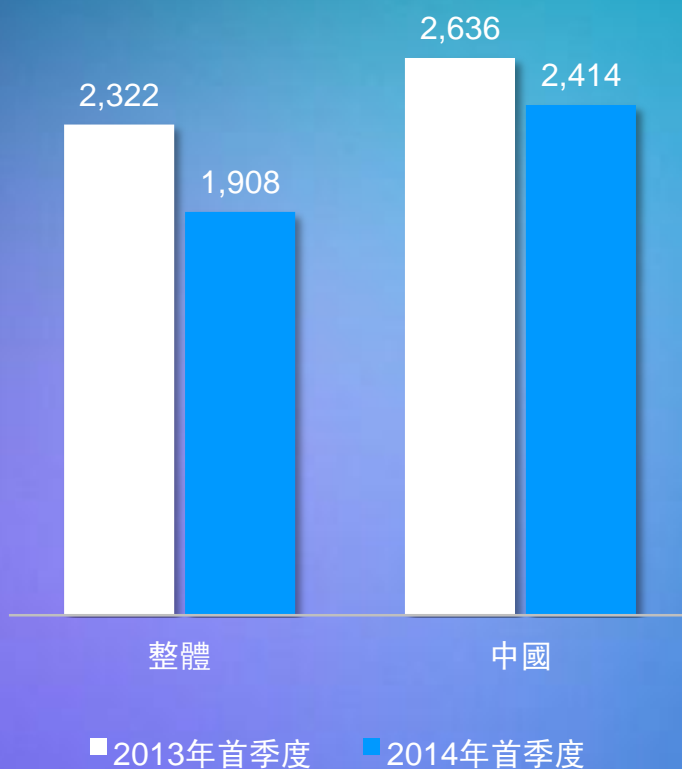
各區域業績（截至2014年3月31日止3個月）

(港幣百萬元)		2014年 首季度	2013年 首季度	變動
中國市場電視機業務	營業額	4,347	6,683	(35.0%)
	毛利	728	1,326	(45.1%)
	經營業績	(25)	363	不適用
海外市場電視機業務	營業額	2,982	2,561	+16.4%
	毛利	307	217	+41.5%
	經營業績	53	(53)	不適用

平均售價、利潤率及費用率

LCD電視機平均售價

(港元)



利潤率及費用率

	2014年首季度	2013年首季度	變動 (百分點)
毛利率	13.0%	16.5%#	(3.5)
費用率*	12.7%	14.3%#	(1.6)
經營溢利率	0.4%	3.0%#	(2.6)

* 費用率 = (銷售及分銷成本+行政支出) / 營業額

經重列 (不包含通力控股業務。通力控股業務歸為「已終止經營業務」, 包含於本集團整體業績內)

主要財務指標

	2014年 3月31日	2013年 12月31日	變動
存貨周轉期（天）*	60	64	▼4天
應收賬款周轉期（天）*	35	34	▲1天
應付賬款周轉期（天）*	58	62	▼4天
現金周轉週期（天）	37	36	▲1天
流動比率（倍）	1.2	1.1	▲9.1%
資本負債比率（總額）(%)**	65.0	55.4	▲9.6%
資本負債比率（淨額）(%)***	0	0	不變

* 以上周轉期以12個月平均結餘計算

** 資本負債比率（總額）= 計息貸款總額 / 母公司擁有人應佔權益

*** 資本負債比率（淨額）= 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2014年3月31日，本集團之已抵押存款及現金及銀行結存共45.78億港元，較計息貸款總額28.64億港元為高，因此本集團之資本負債比率（淨額）為零

資產負債表摘要

(港幣百萬元)	2014年 3月31日	2013年 12月31日	變動
非流動資產	3,214	3,230	(0.5%)
流動資產	18,350	18,925	(3.0%)
- 存貨	3,565	4,972	(28.3%)
- 現金及銀行結存	4,546	3,048	+49.1%
流動負債	15,875	16,510	(3.8%)
淨流動資產	2,475	2,415	+2.5%
非流動負債	1,165	1,163	+0.2%
淨資產	4,524	4,482	+0.9%



財務摘要



業務回顧



未來展望

全球LCD電視機市佔率

排名	品牌	2013年全年 LCD電視機市佔率	2012年全年 LCD電視機市佔率
1	Samsung	20.8%	20.0%
2	LGE	14.0%	13.1%
3	TCL	6.5%	5.8%
4	Sony	6.3%	7.3%
5	Hisense	4.8%	4.7%
6	Skyworth	4.5%	4.1%
7	Toshiba	4.2%	5.5%
8	AOC/TP Vision	4.1%	4.0%
9	Panasonic	4.0%	5.0%
10	Sharp	3.8%	4.1%

中國市場LCD電視機市佔率

排名	品牌	2013年全年 LCD電視機市佔率	2012年全年 LCD電視機市佔率
1	TCL	18.1%	18.0%
2	Skyworth	16.1%	16.6%
3	Hisense	15.1%	16.3%
4	Changhong	11.9%	10.7%
5	Konka	11.3%	11.7%
6	Haier	5.7%	6.5%
7	Samsung	4.1%	3.1%
8	Sharp	3.5%	3.2%
9	Sony	3.4%	3.8%
10	LGE	1.9%	1.6%

電視機銷售量（截至2014年3月31日止3個月）

電視機總銷售量（千台）

整體

中國

海外

2014年
首季度

3,871

1,801

2,070

2013年
首季度

4,255

2,535

1,720

變動

(9.0%)

(29.0%)

+20.3%

LCD電視機銷售量（千台）

整體

其中: LED背光液晶電視機

 智能電視機

 3D電視機

中國

海外

2014年
首季度

3,826

3,825

720

500

1,801

2,025

2013年
首季度

3,912

3,541

591

772

2,535

1,377

變動

(2.2%)

+8.0%

+21.8%

(35.2%)

(29.0%)

+47.1%

中國市場 – 挑戰與機遇

機遇



UHD產品價格下降
集中上樣



新技術產品上市



巴西世界盃拉動
高端產品

挑戰



消費者購買
意願低迷



市場需求
持續透支



住宅銷售面積、
新開工面積下降

來源：AVC

中國市場電視機業務



- 深化與愛奇藝合作，推出共9款TCL愛奇藝TV+（「TV+」）新產品，實現全面創新和升級
- 發佈全球首個雙屏融合的基於Android系統的遊戲平台
- 推動銷售公司組織變革，簡化分銷，強化直銷



- LCD電視機銷售量未達目標，同比下降29.0%
- 由於新產品延誤致新產品銷售量比重未達預期
- 毛利率同比下跌3.1個百分點

海外市場電視機業務



- ▶ 電視機營業額同比上升16.4%；LCD電視機銷售量同比增長47.1%
- ▶ 策略OEM業務LCD電視機銷售量同比增長208.9%
- ▶ 收購三洋墨西哥工廠，優化海外供應鏈佈局，提升生產效率，獲得穩定訂單



- ▶ 高端產品比重仍待提升

於2014年2月發佈全新TV+產品系列，實現全面創新和升級



2014年3月澳洲新產品發佈會



「雙+」戰略發佈



TCL與聯通寬帶、時訊互聯科技（「ATET」）、京東商城及Gameloft 攜手跨界啟動「TCL遊戲電視生態圈戰略聯盟」

TCL游戏生态圈

战略联盟

机

TCL · 联通宽带
公测大会暨双屏商



「TCL 2014春季發佈會ALL 4 U」

全球首个 **双屏融合**
专业游戏平台

高清远程视频通讯
零距离
办公体验

高清远程视频通讯
零距离
家庭体验

All 4 u

TCL 2014 春季发布会

TV+

A715 | 5700 | 6700 | A71UD | A71C

游戏内容
战略合作伙伴





財務摘要



業務回顧



未來展望

戰略目標

成為全球化娛樂科技企業



為用戶提供超越期望的
視聽產品及服務



中國領導品牌
躋身全球彩電綜合實力三強

2014年目標

LCD電視機銷量

1,850萬台

質量型增長
優化產品組合，提升平均售價

中國業務

繼續保持中國市場的領先地位，加快互聯網化的佈局

- 進行銷售管道的改革
- 繼續完善4K超高清電視機的產品佈局
- 深化「全雲戰略」，加強TV+等創新網絡產品的規劃
- 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

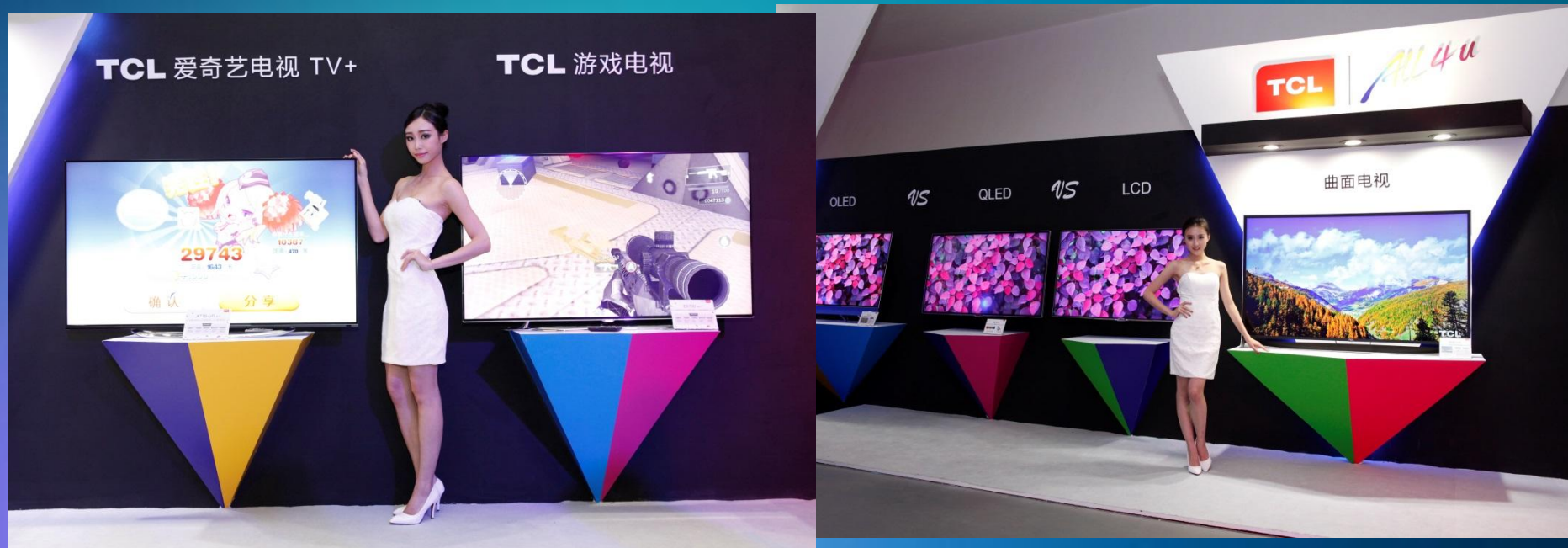
海外業務

提升全球市場份額及品牌影響力，改善獲利能力

- 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
- 加強品牌投入，提升新產品的上市速度及銷售量
- 優化策略OEM客戶組合和成本結構

改善策略

1.持續推出更有競爭力的新產品，改善產品結構，提升毛利



2.落實「速贏」項目，改善成本競爭力

落實「雙+」戰略



落實「雙+」戰略(續)

未來將會進一步豐富**TV+**系列產品



A71S | 5700 | 6700 | A71S-UD | A71C

落實「雙+」戰略——遊戲業務

遊戲主機



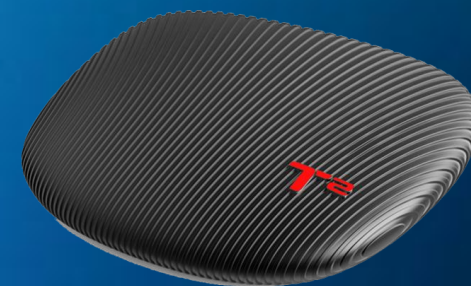
全球首個

雙屏融合

基於Android系統

的專業遊戲平台

全球首個基於Android系統的**專業遊戲平台**，未來將全面搭載在**TV+系列**產品上



落實「雙+」戰略——遊戲業務(續)

TCL遊戲電視生態圈戰略聯盟



落實「雙+」戰略——遊戲業務(續)

內容



與GAMELOFT全球首發4款大型遊戲，
目標推出每月至少1款

6^{Jun}
月

獨家發行10款

棋牌遊戲

9^{Sep}
月

獨家發行10款

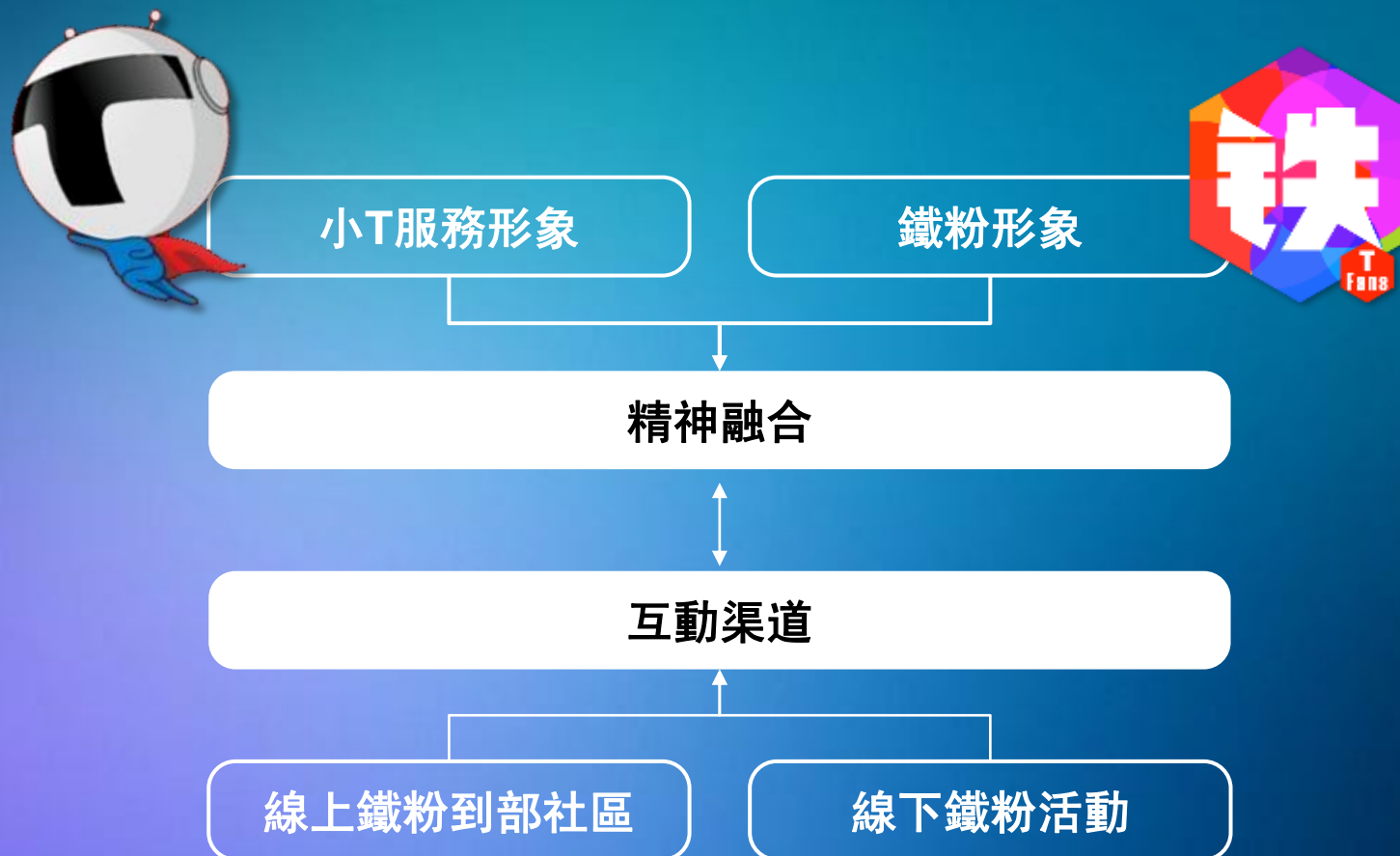
教育遊戲

落實「雙+」戰略——遊戲業務(續)

運營模式



落實「雙+」戰略——鐵粉平台



全方位的娛樂 解決方案



TCL多媒體

全球化娛樂科技企業

謝謝！