

新聞稿 — 供即時發放

TCL 多媒體公佈二零一零年中期業績 上半年專注進行業務梳理 下半年重點拓展 LED 電視機市場

摘要

- 二零一零年首六個月的LCD電視機銷售量保持平穩增長，較去年同期上升11.1%達325萬台
- 憑藉成功的體育營銷策略，包括有關「世界盃」的推廣以及積極拓展新客戶，新興市場今年首六個月的LCD電視機的銷售量較去年同期大幅增長294.1%，歐洲市場LCD電視機的銷售量亦較去年同期大幅增長124.9%
- 二零一零年首六個月的營業額較去年同期上升7.5%至122.41億港元，惟毛利較去年同期下跌17.4%，錄得經營虧損1.73億港元及母公司擁有人應佔虧損3.34億港元
- 今年四月成功完成配售及認購股份計劃，集資淨額約5.23億港元，加強了其財政狀況以進一步推動業務發展；截至二零一零年六月三十日止，現金及銀行結存達20.69億港元
- 自率先推出互聯網電視以來，該集團的MiTV互聯網電視在中國市場一直佔據絕對領導地位；下半年將積極拓展LED背光液晶電視機市場，並進一步在其電視機產品上應用互聯網功能
- 現任CEO于廣輝先生主動承擔責任引咎辭職，TCL集團執行董事兼高級副總裁趙忠堯先生被委任為TCL多媒體新CEO

(2010年8月26日，香港) – TCL多媒體科技控股有限公司（“TCL多媒體”或“該集團”，聯交所股份編號：01070）今日公佈截至二零一零年六月三十日止上半年之未經審核綜合業績。

首六個月業績：清理庫存、重組及歐元貶值導致經營虧損

二零一零年上半年期間，該集團之營業額較去年同期增長 7.5%至 122.41 億港元，LCD 電視機銷售量與去年同期按年增長 11.1%至 325 萬台。但由於為準備下半年增加 LED 背光液晶電視機產品的推出而利用第二季度集中清理舊機型庫存，以及根據品牌戰略的調整北美市場和策略 OEM 的電視機銷售量大幅下降，再加上歐元持續貶值的影響，該集團於回顧期內的毛利較去年同期下跌 17.4%，錄得經營虧損 1.73 億港元及母公司擁有人應佔虧損 3.34 億港元。

中國市場方面，該集團於回顧期內的營業額為65.13億港元，較去年同期增長約8.7%；以銷售量計，該集團中國區共售出約206萬台LCD 電視機，同比上升29.2%。但由於來自本地及國際品牌的競爭日趨激烈及中國電視機行業的增長遜於預期，加上該集團上半年的LED背光液晶電視機的銷售量低於市場平均水平，故該集團於回顧期內在中

國市場的電視機銷售未達目標。此外，該集團於第二季度集中清理舊機型庫存。以上綜合原因使得該區域在上半年產生了1.82億港元的經營虧損。不過，該集團借助於中國政府推行「家電下鄉」的機會，配合三、四和五級城市對CRT電視機向LCD電視機更新換代的需求，適時推出貼近消費者需求的相關產品，因此縣城和鄉鎮的銷售量增長顯著，在家電下鄉補貼項目下的銷售量佔到該集團在中國區電視機總銷量的45%。另一方面，自該集團率先推出互聯網電視以來，MiTV互聯網電視在中國市場一直佔據絕對領導地位；其上半年銷售量佔中國區LCD電視機整體銷售量的比重為25.1%。此外，該集團與中國最大視頻內容服務商華數傳媒集團的合作為未來積極拓展互聯網電視機打下了堅實的基礎。

海外市場方面，憑藉成功的體育營銷策略，包括有關「世界盃」的推廣以及積極拓展新客戶，該集團於新興市場LCD電視機的銷售量較去年同期大幅增長294.1%。在歐洲市場，LCD電視機的銷售量亦較去年同期大幅增長124.9%，特別值得一提的是，自去年推出自有品牌以來，TCL品牌在該區域的銷量快速上升，今年首六個月，TCL品牌電視機佔該區域的銷售佔比已經達到20%。在北美市場，為配合推廣自有品牌的發展策略，該區域自第二季度起停止RCA品牌電視機的銷售，預計銷售量於短期內將保持較低水平，但卻有利於公司的長遠發展及利益。策略OEM業務方面，本集團自二零一零年第一季度開始投放更多資源於自有品牌產品的推廣上，因此策略OEM業務在整體電視機業務中的比重進一步降低。

AV業務方面，由於傳統DVD向藍光DVD轉型而導致市場容量下降，該集團於二零一零年上半年的AV產品銷售量較去年同期下跌13.9%至約777萬台。然而，該集團透過產能的規模效益及有效的成本控制，AV業務仍帶來可觀的利潤，經營溢利與去年同期比較錄得大幅度的增長。

此外，為進一步推動該集團於LED背光液晶電視機的業務發展，以及為業務的可持續發展奠定穩固基礎，本集團於二零一零年四月成功完成配售事項及認購股份計劃，籌集了淨額約5.23億港元之資金。截至二零一零年六月三十日，本集團財務狀況穩健，持有20.69億港元的現金及銀行結存。

下半年展望：廣泛推出LED背光液晶電視機新產品，運營效率提升逐步體現

展望二零一零年下半年，全球電視機行業的經營環境仍然充滿機遇和挑戰。該集團將繼續把握電視機過渡升級的機遇，並實行向高端電視機產品轉型的策略，積極增加LED背光液晶電視機產品的比重及進一步在其電視機產品上應用互聯網功能，以鞏固其於中國互聯網電視機領域的領導地位。該集團亦將於下半年積極實行重點改進措施，當中包括提升產業鏈、整合產品綫、改善及拓展中國新興銷售渠道，改善庫存管理及優化歐洲業務等。該集團預計全年LCD電視機銷售目標800萬台，其中LED背光液晶電視機滲透率將達到約15%。該集團於LED背光液晶電視機的銷售量佔LCD電視機

總銷售量的比重於七月份達 9.7%，雖然與市場領先者尚有差距，但充分顯示了該集團積極調整產品組合已取得階段性的進展。

該集團與台灣友達合資生產 LED 背光模組的生產綫於今年八月投入量產，為公司的 LED 背光液晶電視機產品帶來穩定的主要部件供應，並有效提升效率及成本優勢。加上該集團於中國惠州的 LCD 電視整機一體化工廠已進入規模效益階段，控股母公司 TCL 集團投資的 8.5 代液晶面板生產綫也預計於二零一一年第三季度投產，該集團相信，通過掌握上下游產業鏈的競爭優勢，協同效益將在未來逐步體現。

現任 CEO 于廣輝先生自願承擔責任引咎辭職，TCL 集團執行董事兼高級副總裁趙忠堯先生被委任為新 CEO

該集團宣佈接受現任 CEO 于廣輝的引咎辭職，並委任趙忠堯先生接任，生效日期為二零一零年九月十日。趙忠堯先生現任 TCL 集團執行董事兼高級副總裁，他於一九九一年加入 TCL 集團，擁有豐富的市場管理及國際化運營經驗，並在二零零六年至二零零七年期間，參加美國波士頓麻省理工學院“創新與全球領導力”的課程進修，兼獲管理學碩士學位。

「上半年的虧損是TCL多媒體管理層對市場和產品判斷失誤而引發策略轉型所經歷的陣痛。值得欣慰的是上半年的努力為本集團之後的業務拓展鋪墊了穩健的基礎，我們將於下半年大力提升產業鏈、改善分銷渠道，整合產品線並優化海外業務，以鞏固本集團在中國及全球電視機市場的領導地位。」TCL 多媒體董事長李東生先生表示：「趙忠堯先生擁有豐富的行業及管理經驗，相信在新任管理層的堅定決心及不懈努力下，TCL 多媒體未來的銷售及盈利能力一定得到大幅度的提升。」

~ 完 ~

按區域劃分之銷售量載列如下：

	2010 年上半年 (千台)	2009 年上半年 (千台)	變動
LCD 電視機	3,254	2,930	+11.1%
- 中國市場	2,055	1,591	+29.2%
- 海外市場	1,199	1,339	(10.5%)
CRT 電視機	2,836	2,305	+23.0%
- 中國市場	993	1,426	(30.4%)
- 海外市場	1,843	879	+109.7%
電視機總銷售量	6,090	5,235	+16.3%
AV 產品總銷售量	7,770	9,029	(13.9%)

有關 TCL 多媒體

TCL 多媒體科技控股有限公司是目前全球最大的電視生產企業之一，其產品銷售遍及全球各主要市場。TCL 多媒體總部設在中國，其生產基地及研發中心分佈主要大洲。該集團之最大股東為 TCL 集團股份有限公司。

投資者及媒體查詢

博然思維集團有限公司

TCLMULTIMEDIA@brunswickgroup.com

王凱玲

電話：852 3512 5077

電郵：kwong@brunswickgroup.com

鄭小暉

電話：852 3512 5044

電郵：xzheng@brunswickgroup.com