

(請即時發放)

TCL 多媒體二零一一年首九個月錄得母公司擁有人應佔溢利 3.91 億港元 中國市場和新興市場帶動強勁銷售增長

業績摘要：

- 截至二零一一年九月三十日止九個月，該集團錄得營業額約225.17億港元，較去年同期上升17.9%，毛利約為35.14億港元，較去年同期提高44.3%，經營溢利約為6.91億港元，母公司擁有人應佔溢利錄得約3.91億港元，成功扭虧為盈
- 整體 LCD 電視機銷售量 716.0 萬台，較去年同期增長 37.9%。中國市場及海外市場之 LCD 電視機銷售量分別同比上升 25.3%及 64.1%，其中新興市場 LCD 電視機銷售量大幅上升 136.4%
- 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 37.8%及 40.6%，其中二零一一年九月份整體及中國市場之 LED 背光液晶電視機銷售量比重創歷史新高，分別達 47.2%及 50.5%
- 根據 DisplaySearch 最新資料，該集團二零一一年第二季全球 LCD 電視機市場的佔有率為 4.8%，排名由二零一一年第一季的第八位上升至第七位，而中國電視機市場的佔有率為 16.1%，較去年年底上升 0.5 個百分點，排名第二，其中 LCD 電視機的中國市場佔有率為 15.3%，較去年年底上升 1.2 個百分點，名列第二位

(二零一一年十月二十六日，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)今天公佈截至二零一一年九月三十日止九個月之未經審核綜合業績。

該集團錄得未經審核之營業額約225.17億港元，較二零一零年同期上升17.9%。毛利約為35.14億港元，較去年同期提高44.3%；毛利率由去年同期的12.8%改善至本期內之15.6%，上升2.8個百分點。母公司擁有人應佔溢利更由去年同期的淨虧損轉為淨盈利，達3.91億港元。每股基本盈利為35.99港仙（二零一零年同期每股基本虧損為93.34港仙。）

回顧期內，該集團共售出LCD電視機716.0萬台，與去年同期相比上升37.9%。該集團LED背光液晶電視機銷售量由今年上半年的137.9萬台上升至首第三季度的270.9萬台，佔整體LCD電視機銷售量的37.8%。其中，二零一一年九月份整體LCD電視機銷售量較去年同期增長34.2%至131.9萬台，為歷來最高的單月LCD電視機銷售量。同時，該集團九月份LED背光液晶電視機銷售量亦增至62.3萬台，佔其LCD電視機總銷售量的47.2%，而中國市場LED背光液晶電視機銷售量比重更達50.5%，佔LCD電視機銷售量的一半以上，分別創下該集團LED背光液晶電視機銷售量比重的歷史新高。

根據DisplaySearch最新資料，該集團截至二零一一年第二季於全球LCD電視機市場的佔有率為4.8%，全球排名由二零一一年第一季的第八位上升至第七位；於中國電視機市場的佔有率為16.1%，排名第二，其中，LCD電視機的中國市場佔有率為15.3%，排名由二零一一年第一季的第三位上升至第二位。

電視機業務方面，該集團於回顧期內在中國市場之 LCD 電視機的銷售量達 438.8 萬台，

較去年同期上升 25.3%，增幅超過行業平均水平。其中 LED 背光液晶電視機銷售量由今年上半年的 91.5 萬台上升至第三季度末的 178.3 萬台，佔整體 LCD 電視機銷售量的 40.6%，而 3D 電視機銷售量亦增長迅速。中國市場仍然是該集團的主要市場。

海外市場方面，LCD 電視機的銷售量達 277.2 萬台，較去年同期上升 64.1%，其中 LED 背光液晶電視機銷售量由今年上半年的 46.4 萬台上升至第三季度末的 92.6 萬台，佔整體 LCD 電視機銷售量的 33.4%。新興市場佔該集團海外市場中最大的銷售量比重，也是繼中國市場以外新的業務增長動力。其中巴西市場的銷售量最為理想，而拉丁美洲、中東、東南亞等市場亦實現了 LCD 電視機銷售量的同比增長。此外，該集團策略 OEM 客戶結構調整的策略已見成效，為 LCD 電視機銷售帶來快速增長。

TCL 多媒體首席執行官趙忠堯先生表示：「今年第三季度，我們的『速度和效率』發展策略持續顯現成效，通過產品組合和渠道改善，以及有效的市場推廣，中國市場及新興市場的銷售表現出色，而策略 OEM 業務在客戶調整後亦開始恢復增長，不但為 LCD 電視機銷售量帶來增長動力，九月份集團整體 LCD 電視機銷售量及 LED 背光液晶電視機銷售比重更創歷史新高。我們同時加強供應鏈管理，通過資源整合降低成本及加快產品周轉以提升生產效率令毛利率得以改善，因此成功扭虧為盈。此外，我們亦積極促進上下游產業鏈整合，藉以創造協同效益，並提高營運能力和整體競爭力，從而實現『一體化整合、創新和國際化』的發展策略。」

AV 業務方面，儘管原材料及人力成本上升導致毛利受壓，但該集團積極發展新產品的業務和研發，實行成本控制措施，並將一體化的產品設計應用於生產過程，進一步降低了生產成本。由於第三季為 AV 銷售旺季，為該集團首三季度 AV 產品銷售量帶來顯著增長，較去年同期增長 29.3% 至 1,558.9 萬台。該集團於期內共推出 6 個新產品系列和超級 DVD (SDVD) 產品。

展望未來，隨著第四季的傳統銷售旺季的來臨，加上中國農村市場的人均收入持續增長和城鎮化進程加快，產品更新換代的需求亦隨之加快，市場將保持對中高端電視機產品的需求。該集團有信心憑藉更多具競爭力的產品以獲取更多的市場份額，因此將二零一一年全年 LCD 電視機銷售目標由 960 萬台上調至 1,020 萬台。

在中國市場，該集團將繼續因應市場變化來優化產品結構，以及進一步拓展 LED 背光液晶電視機和 3D 電視機的銷售比重。其中，該集團將重點開發以 Android+「雲概念」為主的智能電視機及高性價比的 3D 電視機，銳意提升整體競爭力及改善盈利能力。同時，該集團亦會繼續加強三至五級城市及農村市場的銷售渠道建設，並全面拓展電子商務等發展，以提升該集團在中國市場的整體市場份額。海外市場方面，由於第四季是傳統銷售旺季，該集團將繼續加大 LCD 電視機和 LED 背光液晶電視機的銷售比重，繼續加強渠道管理及加大品牌宣傳力度，積極發展拉丁美洲、中東、東南亞等快速增長的新興市場。同時，該集團將通過全球經銷商大會和秋交會等機會，以鞏固與客戶的合作關係，積極拓展全球性銷售渠道以提升銷售增長。AV 業務方面，該集團將加大研發方面的資源投入，致力開拓如具備網路功能媒體播放器的新產品線，及積極發展衛星機頂盒等 TCL 品牌產品。

隨著該集團最終控股公司 TCL 集團公司與深圳市政府及韓國三星共同投資的深圳市華星光電技術有限公司的 8.5 代液晶面板項目於今年八月開始投產，加上該集團擬向 TCL 集

團公司收購 TCL 光電科技(惠州)有限公司(其主要經營 LCD 模組業務)，標誌著其上下游產業鏈的垂直整合進入新的發展階段，未來將在產業鏈上建立領先優勢，對穩定原材料供應和成本控制發揮了戰略性作用，通過成本協同效應，將大大提升該集團在行業中的競爭力。

TCL 多媒體首席執行官趙忠堯先生充滿信心地續說：「我們將繼續執行以速度和效率為主導的營運及行銷策略，在鞏固中國市場領導地位的同時，堅定不移地走向國際化路線，整合全球的佈局和資源，進一步實現垂直整合所帶來的協同效應。我們相信，隨著產業鏈的延伸，我們的核心競爭力優勢和品牌影響力將在未來逐步釋放。我們對今年第四季以至未來一年的發展前景樂觀，並致力為股東創造更豐厚的投資回報。」

該集團電視機及 AV 產品之銷售量載列如下：

	2011 年首三季 (千台)	2010 年首三季 (千台)	變動
LCD 電視機	7,160	5,191	+37.9%
其中：			
LED 背光液晶電視機	2,709	339	+699.1%
- 中國市場	4,388	3,502	+25.3%
- 海外市場	2,772	1,689	+64.1%
CRT 電視機	3,343	4,375	(23.6%)
- 中國市場	821	1,562	(47.4%)
- 海外市場	2,522	2,813	(10.3%)
電視機總銷售量	10,503	9,566	+9.8%
AV 產品總銷售量	15,589	12,059	+29.3%

~ 完 ~

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機生產企業之一，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

如有垂詢，請聯絡偉達公眾關係顧問有限公司：

電郵：tclmultimedia@hillandknowlton.com.hk

楊靖俊

電話：(852) 2894 6391 / 6373 6676

沈一卉

電話：(852) 2894 6323 / 6764 0631