

(請即時發佈)

TCL多媒體二零一三年首季度錄得母公司擁有人應佔溢利約1.96億港元

* * * * *

扣除一次性收益，同比增長18.8%

業績摘要：

- 截至二零一三年三月三十一日止三個月，該集團錄得營業額約102.60億港元，較去年同比上升23.6%，毛利約16.64億港元，較去年同比上升11.2%，經營溢利約3.41億港元，較去年同比下降29.0%。淨利潤約2.10億港元，若扣除去年同期因完成收購TCL光電科技（惠州）有限公司全部股本權益及其擁有60%股本權益之惠州TCL璨宇光電有限公司而產生之一次性收益（「一次性收益」）約1.44億港元，淨利潤較去年同比增長25.7%。母公司擁有人應佔溢利約1.96億港元，若扣除去年同期一次性收益，母公司擁有人應佔溢利同比增長18.8%。
- 整體LCD電視機銷售量達391萬台，較去年同比增長21.5%。中國市場之LCD電視機銷售量同比增長48.6%，海外市場之LCD電視機銷售量同比下降9.0%，其中新興市場LCD電視機銷售量同比增長2.4%。產品組合持續優化，高端產品銷售量比重持續提升，中國市場智能電視機及3D電視機銷售量佔LCD電視機銷售量的比重分別達21.5%及30.1%。
- TCL通過國際化娛樂行銷和品牌升級，快速提升其全球品牌影響力。繼與荷里活電影《鐵甲奇俠3》、美國「荷里活中國大劇院」等達成戰略合作後，TCL於北京舉行的二零一三年春季發佈會上宣佈其「年輕化、時尚化、國際化」品牌戰略升級，啟用新的品牌視覺識別(Visual Identity)系統，同時發佈「火球計劃」多個系列新產品，並推出全新高端電視機子品牌Viveza及其首款高端電視機產品Viveza V101，獲得市場好評。

(二零一三年四月二十四日，香港) – **TCL多媒體科技控股有限公司**（「TCL多媒體」或「該集團」，香港聯交所股份編號：01070）今天公佈截至二零一三年三月三十一日止首季度之未經審核綜合業績。

截至二零一三年三月三十一日止三個月，該集團錄得營業額約102.60億港元，較去年同比上升23.6%。毛利約16.64億港元，較去年同比上升11.2%。期內，毛利率雖然由去年同期的18.0%下降至16.2%，但費用率亦由去年同期的14.9%下降至13.7%，抵銷了毛利率下跌的影響。經營溢利約3.41億港元，較去年同比下降29.0%。淨利潤約2.10億港元，若扣除去年同期因完成收購TCL光電科技（惠州）有限公司全部股本權益及其擁有60%股本權益之惠州TCL璨宇光電有限公司而產生之一次性收益（「一次性收益」）約1.44億港元，淨利潤較去年同比增長25.7%。母公司擁有人應佔溢利約1.96億港元，若扣除去年同期一次性收益，

母公司擁有者應佔溢利同比增長**18.8%**。每股基本盈利為**14.83**港仙（二零一二年首季度：**24.32**港仙）。

二零一三年首季度，該集團持續以「速度與效率」為核心的發展策略，致力提升產品競爭力、強化銷售渠道及品牌建設，進一步提高高端產品佔比及市場份額。此外，該集團通過整合產業鏈以降低成本和加快周轉速度，並充分利用一體化垂直整合的優勢，打造具有市場競爭力的產品以提升盈利能力。

電視機業務方面，中國市場LCD電視機銷售量同比大幅增長**48.6%**達**254**萬台。海外市場LCD電視機銷售量同比下降**9.0%**至**138**萬台，其中新興市場LCD電視機銷售量同比增長**2.4%**至**91**萬台。**LED**背光液晶電視機佔LCD電視機的銷售量比重為**90.5%**。同時，智能電視機及**3D**電視機佔LCD電視機總銷售量的比重亦分別上升至**15.1%**及**19.7%**。

TCL致力於品牌文化、娛樂行銷領域打造「年輕化、時尚化、國際化」的品牌形象，藉以擴大品牌影響力。回顧期內，TCL於北京舉行的二零一三年春季發佈會上宣佈其「年輕化、時尚化、國際化」品牌戰略升級，啟用新的品牌視覺識別（**Visual Identity**）系統，而且更與荷里活電影巨製《鐵甲奇俠**3**》進行包括品牌植入、聯合推廣、創意元素授權使用等多方面合作，而TCL的智能電視機尤其是其全球最大的**110**吋四倍全高清**3D**液晶顯示屏、雲技術以及手機在《鐵甲奇俠**3**》中露面，以全面展示TCL的創新產品和技術實力。同時，TCL更取得美國荷里活明星大道的地標性建築「荷里活中國大劇院」的冠名權，該建築物正式更名為「**TCL中國大劇院**」（**TCL Chinese Theatre**）。除此之外，該集團已正式成為香港國際機場新的電視機贊助商，成為首家中國電視機品牌以其電視機產品進駐香港國際機場的企業，讓來自世界各地的消費者和旅客感受到TCL產品的非凡魅力。

此外，該集團的通力電子有限公司（「通力電子」）業務繼續加大在軟件開發和電聲研發方面的投入，以進一步提升在智能化配套產品的技術設計能力，豐富其產品組合。**AV**產品銷售量較去年同比下降**3.4%**至**325**萬台，但銷售額同比增長**11.5%**至**8.76**億港元。該集團持續推行產品及客戶多元化策略，積極促進產品轉型，智能化配套產品及新型音訊產品等取得良好的發展。

展望未來，電視機業務方面，該集團將繼續透過實行以「速度和效率」為主導的營運及營銷策略，致力通過產品創新、成本優化、產品競爭力及價格策略為消費者帶來高性價比的產品，並繼續強化銷售渠道和品牌建設，進一步提高銷售量及市場份額，力爭完成該集團二零一三年全年**1,800**萬台LCD電視機的銷售量目標，並努力改善產品組合達成質量性增長的目標。通力電子業務方面，該集團將繼續加大在軟件開發和電聲研發方面的投入，以進一步提升在智能化配套產品的技術設計能力，同時，該集團將大力發展智能化配套產品及新型音訊產品如環繞聲產品（**Sound Bar**），豐富其產品組合。

TCL多媒體首席執行官趙忠堯先生表示：「我們將充分利用TCL集團的資源優勢，與深圳華星光電技術有限公司及TCL通訊科技控股有限公司在產品、研發和管理等多方面尋求更多戰略合作，充分利用一體化垂直整合的優勢，致力提升我們在全球電視機市場的領先地位，將TCL打造成更具國際影響力的全球品牌，為股東帶來豐厚的回報。」



該集團按區域劃分之電視機及 AV 產品銷售量載列如下：

	二零一三年 首季度	二零一二年 首季度	變動
	(千台)	(千台)	
LCD電視機	3,912	3,219	+21.5%
其中：LED背光液晶電視機	3,541	2,022	+75.1%
智能電視機	591	112	+427.7%
3D電視機	772	250	+208.8%
— 中國市場	2,535	1,706	+48.6%
— 海外市場	1,377	1,513	(9.0%)
CRT電視機	343	765	(55.2%)
— 中國市場	-	86	(100.0%)
— 海外市場	343	679	(49.5%)
電視機總銷售量	4,255	3,984	+6.8%
AV產品總銷售量	3,253	3,368	(3.4%)

~ 完 ~

有關TCL多媒體

TCL多媒體科技控股有限公司（香港聯交所股份代號：01070）總部設於中國，是全球電視機行業的領先企業之一。TCL多媒體從事研發、生產及銷售消費電子產品包括電視機及影音產品。TCL集團股份有限公司為該集團之最終控股公司。根據DisplaySearch最新資料，該集團全球LCD電視機市場佔有率從二零一一年的4.8%提升至二零一二年的5.8%，排名上升至第四位，該集團以18.0%的市場佔有率，高踞中國LCD電視機市場第一位。

如欲查詢更多資料，請瀏覽其網站：<http://multimedia.tcl.com>。

投資者及媒體垂詢

iPR 奧美公關

李亦斯 / 張安琦

電話：(852) 2169 0467 / 3920 7626

電郵：tclmultimedia@iprogilvy.com

iPR Ogilvy