



(請即時發佈)

TCL多媒體公佈2014年首季度業績

* * * * *

貫徹「智能+互聯網」及「產品+服務」的「雙+」戰略

提高經營效率和競爭力

目標成為全球化娛樂科技企業

集團回顧：

- 截至二零一四年三月三十一日止三個月，該集團錄得營業額約 78.89 億港元，同比下降 15.9%；毛利約 10.26 億港元，同比下降 33.7%；經營溢利約 0.31 億港元，同比下降 89.0%；持續經營業務之除稅後淨溢利約 0.12 億港元，同比下降 93.1%；持續經營業務之母公司擁有人應佔溢利約 0.15 億港元，同比下降 91.0%。
- 期內，該集團共售出 383 萬台 LCD 電視機，同比下降 2.2%。中國市場 LCD 電視機銷售量同比下降 29.0%至 180 萬台；海外市場 LCD 電視機銷售量同比增長 47.1%至 203 萬台，其中新興市場 LCD 電視機銷售量同比增長 5.4%至 96 萬台。產品組合持續優化，高端產品銷售量比重持續上升，智能電視機及 3D 電視機的銷售量佔今年首季度中國市場 LCD 電視機銷售量的比重分別上升至 37.2%及 27.6%。
- 該集團宣佈全新經營轉型戰略，將以「智能+互聯網」及「產品+服務」的「雙+」戰略作為未來轉型的主要方向，並且以用戶為中心，配合互聯網思維規劃極致體驗的智能產品和服務，逐步轉型為全球化娛樂科技企業。
- 該集團繼續致力構建產業生態圈，其遊戲新產品首度在第九屆全球移動遊戲渠道大會（「TFC」）亮相，並宣佈與聯通寬帶、時訊互聯科技（「ATET」）、京東商城及 Gameloft 攜手跨界啓動「TCL 遊戲電視生態圈戰略聯盟」。

（二零一四年四月二十四日，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）今天公佈截至二零一四年三月三十一日止三個月之未經審核綜合業績。

截至二零一四年三月三十一日止三個月，該集團錄得營業額約78.89億港元，同比下降15.9%。毛利約10.26億港元，同比下降33.7%，毛利率由去年同期的16.5%下降至13.0%，費用率則由去年同期的14.3%下降至12.7%。經營溢利約0.31億港元，同比下降89.0%。持續經營業務之除稅後淨溢利約0.12億港元，同比下降93.1%。持續經營業務之母公司擁有人應佔溢利約0.15億港元，同比下降91.0%。該集團之每股基本盈利及持續經營業務之每股基本盈利分別為1.14港仙及1.14港仙（二零一三年同期：每股基本盈利及持續經營業務之每股基本盈利：分別為14.73港仙及12.64港仙）。



回顧期內，該集團共售出383萬台LCD電視機，同比下降2.2%。由於市場需求持續疲軟、新品上市延誤以及終端銷售能力不足，該集團於中國市場之LCD電視機的銷售量為180萬台，較去年同期下降29.0%；營業額較去年同比下降35.0%至43.47億港元。根據DisplaySearch最新資料，該集團二零一三年全球LCD電視機市場佔有率為6.5%，名列全球第三位。同時，該集團以18.1%的市場佔有率排名中國LCD電視機市場第一位。

該集團於第一季度在中國市場共推出8個系列20款新產品，而4K超高清電視機共佔9款。智能電視機銷售量由去年同期的55萬台上升至67萬台，佔中國市場LCD電視機銷售量比重上升至37.2%。同時，繼去年九月與百度旗下的愛奇藝合作推出「TCL愛奇藝TV+」（「TV+」）後，該集團於二零一四年二月發佈全新TV+共9款新產品，全面覆蓋32吋至55吋的主流產品，從2D到4K的顯示技術全覆蓋

進軍遊戲產業為該集團互聯網化及娛樂化轉型的重要舉措之一。於二零一四年三月，該集團宣佈與聯通寬帶、ATET、京東商城及Gameloft跨界啓動「TCL遊戲電視生態圈戰略聯盟」，聯手打造雙屏融合遊戲平台。TCL遊戲主機T²遊戲硬件產品於TFC上首度亮相，給用戶帶來震撼的視聽感受。作為該集團進軍遊戲產業踏出的重要一步，預期該遊戲產品系列將成為全新的業務增長動力，開啓遊戲娛樂市場的藍海。

另一方面，回顧期內，海外市場錄得良好增長及業績改善。海外市場LCD電視機的銷售量達203萬台，同比上升47.1%；海外市場營業額為29.82億港元，同比上升16.4%。海外市場毛利率較去年同期提升1.8個百分點，海外市場首季度扭虧為盈。新興市場二零一四年首季度LCD電視機銷售量達96萬台，較去年同期上升5.4%。策略OEM業務銷售量同比增長208.9%。該集團於二零一四年三月起在澳洲市場推出多款40吋至85吋4K超高清電視機，市場初步反應熱烈，增強了該集團於海外市場推出高端產品之信心。同時，該集團發佈了TCL Roku智能電視機，率先開拓北美互聯網智能電視機市場。

展望未來，該集團將扎實提高基礎能力，儘快改善經營效益，並積極落實以「智能+互聯網」及「產品+服務」的「雙+」轉型戰略，由以經營產品為中心轉向同時經營好產品和使用者，開發極致體驗的智能產品與服務，為用戶提供全方位的娛樂解決方案，由傳統電視機製造企業逐步轉變成為全球化娛樂科技企業。

TCL多媒體首席執行官郝義先生表示：「面對行業的競爭態勢，我們將加強基礎能力建設，提高經營效率與競爭力及改善經營質量，儘快改善經營效益。同時，我們將貫徹實施品牌全球化戰略，並整合全球化資源和繼續加強海外市場業務，強化產業協同效應，打造TCL成為全球領先品牌，致力提升TCL品牌在全球的市場份額和知名度，逐步轉型成為全球化娛樂科技企業，為股東創造長遠的企業價值和回報。」



該集團於回顧期內按區域劃分之電視機銷售量載列如下：

	二零一四年 首季度 (千台)	二零一三年 首季度 (千台)	變動
LCD電視機	3,826	3,912	(2.2%)
其中：LED背光液晶電視機	3,825	3,541	+8.0%
智能電視機	720	591	+21.8%
3D電視機	500	772	(35.2%)
— 中國市場	1,801	2,535	(29.0%)
— 海外市場	2,025	1,377	+47.1%

~ 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。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，該集團二零一三年全球LCD電視機市場佔有率為6.5%，名列全球第三位。同時，該集團以18.1%的市場佔有率繼續高踞中國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 / 余艾汾 / 鄧穎童

電話：(852) 2169 0467 / 2136 6176 / 3920 7640

電郵：tclmultimedia@iprogilvy.com