

(請即時發佈)

TCL 多媒體公佈 2015 年首季度業績

母公司擁有人應佔溢利同比增長 **200.1%**至 **4,558** 萬港元
中國市場 LCD 電視機營業額同比上升 **24.5%**至 **54.1** 億港元

「雙+」戰略有序推進 打造成為「全球化娛樂科技企業」

該集團截至二零一五年三月三十一日止首季度業績回顧

- 該集團實現營業額 82.9 億港元，同比上升 5.0%。毛利率由去年同期的 13.0% 提升至 14.3%。經營溢利 8,957 萬港元，母公司擁有人應佔溢利 4,558 萬港元。
- 該集團銷售 416 萬台 LCD 電視機，同比上升 8.8%。中國市場 LCD 電視機銷售量同比上升 20.5%* 至 217 萬台，海外市場 LCD 電視機銷售量同比下降 1.6% 至 199 萬台。
- 該集團之 TCL 智能電視機歷史累計激活用戶總數量為 7,769,780，二零一五年三月日均活躍用戶數量為 2,899,924（來源：廣州歡網科技有限責任公司）。
- 該集團中國市場以 TV+ 為主線，聚焦曲面、大屏幕、超高清、售價人民幣七仟元以上及高色域的中高端產品，產品結構得以改善，LCD 電視機平均售價同比上升 3.3%。中國市場智能電視機銷售量佔比從二零一四年全年 41.0% 提升至 47.2%，4K 電視機銷售量佔比從 9.7% 提升至 12.9%。

附註：

* 自二零一四年五月九日，東芝視頻產品（中國）有限公司（「東芝視頻」）已成為該集團擁有 70% 股本權益之附屬公司。因此，二零一五年首季度，該集團中國市場的 LCD 電視機總銷售量中已包括東芝視頻的銷售量。若扣除東芝視頻的銷售量，二零一五年首季度中國市場的 LCD 電視機總銷售量為 211 萬台，同比增長 17.2%。

（二零一五年四月二十三日，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）今天公佈截至二零一五年三月三十一日止三個月之未經審核綜合業績。

截至二零一五年三月三十一日止首季度業務回顧

該集團錄得營業額 82.9 億港元，同比上升 5.0%。毛利為 11.9 億港元，同比上升 15.9%，毛利率由去年同期的 13.0% 上升至 14.3%。費用率則由去年同期的 12.7% 增加至 13.1%。經營溢利為 8,957 萬港元，同比上升 191.9%。母公司擁有人應佔溢利為 4,558 萬港元，同比增長 200.1%。每股基本盈利為 3.45 港仙。

該集團深化銷售渠道和組織變革，LCD 電視機銷售量同比上升 8.8%至 416 萬台。中國市場 LCD 電視機銷售量同比上升 20.5%*至 217 萬台，海外市場 LCD 電視機銷售量同比下降 1.6%至 199 萬台，其中策略 ODM 業務 LCD 電視機銷售量同比下降 34.7%至 52 萬台，新興市場銷售量同比增長 22.8%至 117 萬台。根據 DisplaySearch 最新資料，該集團二零一四年全球 LCD 電視機市場佔有率為 5.4%，名列第四，中國 LCD 電視機市場佔有率為 16.0%，排名第三。

為進一步加強產品技術創新能力，二零一五年首季度該集團推出一系列創新產品，包括 TV+旗艦新產品，中國首款量子點電視機 H9700 系列，以及全球首款擁有 4000R 最佳曲率屏、量子點技術及哈曼卡頓音響的 TV+曲面電視機 H8800 系列。該系列結合了當今電視機行業頂尖的量子點和曲面兩大核心技術，色域覆蓋率達到行業領先的 110%，並使用 4000R 曲率，打造了迄今為止弧度最大的新紀錄，大幅度提升畫質，配備哈曼卡頓音響，帶來影院般的視聽體驗。

另外一款創新產品，真彩系列模組電視機 E6800，可以通過自由插拔智能卡，擁有不同規格配置的智能電視機性能，並享用海量視頻內容和多種智能服務，為用戶提供真正的個性化服務。

中國市場

自去年十月份開始，該集團對中國市場的業務流程進行重組，減少其組織架構的中間層級，提高了運營效率，聚焦曲面、大屏幕、超高清、售價人民幣七仟元以上及量子點等高色域的中高端產品。中國市場營業額同比增長 24.5%至 54.1 億港元，毛利率亦同比上升 1.1 個百分點至 17.9%。LCD 電視機銷售量同比增加 20.5%*至 217 萬台，平均售價同比上升 3.3%。智能電視機銷售量同比上升 51.8%至 102 萬台，佔該集團中國市場 LCD 電視機銷售量的 47.2%。而且，透過加強線上銷售管理及豐富線上產品線，該集團首季度線上銷售量佔比從二零一四年的 7.8%提升至 11.0%。

互聯網以及服務策略方面，該集團繼續打造 TV+內容生態圈，通過 Launcher 智能推薦系統以及大數據的運用，提升用戶體驗和黏合度。TCL 智能電視機歷史累計激活用戶總數量為 7,769,780，二零一五年三月日均活躍用戶數量同比增加 79.8%至 2,899,924。

海外市場

回顧期內，該集團海外市場營業額為 28.6 億港元，同比下降 4.0%，毛利率下降 3.0 個百分點至 7.3%。LCD 電視機銷售量 199 萬台，同比下降 1.6%，平均售價同比下降 1.9%。海外市場銷售量和毛利率下降的主要原因是策略 ODM 業務受大客戶影響導致 LCD 電視機銷售量同比下跌 34.7%至 52 萬台。歐洲市場亦受匯率波動的影響導致銷售收入與毛利率下滑。

該集團積極調整新興市場產品結構。LCD 電視機銷售量同比增長 22.8%至 117 萬台，平均售價同比上升 6.7%。北美市場 TCL Roku TV 的合作效應逐步展現，該集團北美市場的 LCD 電視機銷售量同比增長 85.1%。

展望

展望未來，該集團將會持續推行如下戰略，一是繼續落實「雙+」戰略轉型，增強產品技術創新能力，增強軟件能力、各類應用及內容服務能力，建立有競爭力的 O2O 商業模式，建立經營用戶的能力。二是加強基礎能力建設，改善其經營品質，充分利用今年 LCD 面板基本供求平衡及局部尺寸短缺的機會，把產業鏈垂直整合的效益最大化。三是繼續推進國際化，在海外重點市場導入新產品，並適度加大其品牌業務的投入和推廣力度，力爭重點市場突破，堅持「增收入，調結構」的業務策略，提高海外業務經營效益及開拓印度等新興市場。該集團將致力實現二零一五年全年之銷售收入 20.8% 的增長目標及 LCD 電視機 1,750 萬台的銷售量目標。

TCL 多媒體首席執行官郝義先生表示：「當前電視機行業正在步入競爭多元化及激烈化的『新常態』，傳統電視機行業正面臨產業變革，從單純的產品競爭轉變為『產品+服務』的競爭。未來，本集團通過『產品+服務』的戰略佈局，有望在『互聯網+』的大背景下，實現品牌與產品的持續突破。並繼續充分利用 TCL 集團股份有限公司的資源優勢，將 TCL 多媒體打造成為『全球化娛樂科技企業』，以回饋股東支持。」

該集團於回顧期內按區域劃分之電視機銷售量以及 TCL 智能電視機用戶數量如下：

	二零一五年 首季度 (千台)	二零一四年 首季度 (千台)	變動
LCD電視機	4,164	3,826	+8.8%
其中：LED 背光液晶電視機	4,159	3,825	+8.7%
智能電視機	1,173	720	+63.0%
— 中國市場	2,171	1,801	+20.5%*
— 海外市場	1,993	2,025	(1.6%)
電視機總銷售量	4,182	3,870	+8.1%

	截至二零一五年 三月三十一日 歷史累計	二零一五年 三月	二零一四年 三月	二零一五年 首季度	二零一四年 首季度	變動
TCL智能電視機 激活用戶數量⁽¹⁾	7,769,780	226,198	168,721	1,022,710	698,730	+46.4%
日均活躍用戶數量⁽²⁾	不適用	2,899,924	1,613,234	不適用	不適用	+79.8%

附註：

(1) TCL 智能電視機激活用戶數量指曾經使用一次以上互聯網電視網絡服務的用戶數量

(2) 日均活躍用戶數量指七天內來訪的不重複的獨立用戶數量

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，從事研發、生產及銷售消費電子產品，是全球電視機行業的領先企業之一。通過「智能+互聯網」及「產品+服務」的「雙+」戰略構建以同時經營產品和用戶為中心的新商業模式，致力於成為「全球化娛樂科技企業」，為用戶提供一體化的娛樂解決方案。根據 DisplaySearch 最新資料，該集團二零一四年全球 LCD 電視機市場佔有率為 5.4%，名列第四。中國 LCD 電視機市場佔有率為 16.0%，排名第三。如欲查詢更多資料，請瀏覽：<http://multimedia.tcl.com>。

此新聞稿由基石傳訊有限公司代表 TCL 多媒體發佈，如欲索取進一步資料，請聯絡：

基石傳訊有限公司

楊嘉茵 / 寇文樂 / 石亭

電話：(852) 2903 9293 / 2903 9285 / 2903 9283

傳真：(852) 2887 1712

電郵：tcl.multimedia@cornerstonescom.com