

(請即時發放)

TCL 多媒體 2011 年全年錄得母公司擁有人應佔溢利 4.53 億港元

成功扭虧為盈 銷售量與盈利實現突破

2012 年 LCD 電視機銷售目標為 1,380 萬台

業績摘要：

- 截至二零一一年十二月三十一日止年度，錄得營業額約329.32億港元，較去年同期上升22.2%；毛利約為52.89億港元，較去年同期增加40.5%。母公司擁有人應佔溢利錄得約4.53億港元，成功扭虧為盈。董事會建議派發末期股息每股16.00港仙。
- 整體 LCD 電視機銷售量達 1,086 萬台，較去年同期增長 45.5%，成為首家躋身全球 LCD 電視機年銷售量突破一千萬台的中國電視機企業。中國市場及海外市場全年之 LCD 電視機銷售量分別同比上升 28.9%及 81.8%，其中新興市場 LCD 電視機銷售量大幅上升 144.3%。
- 根據DisplaySearch最新資料，二零一一年全球LCD電視機市場佔有率為4.9%，排名由去年全年的第十位上升至第七位，而中國電視機市場佔有率為15.6%，排名第二，其中LCD電視機的中國市場佔有率為14.9%，排名第三。
- 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43.1%及45.7%，而二零一一年十二月份整體及中國市場之LED背光液晶電視機銷售量比重分別達60.6%及62.1%，並率先推出智能「雲」電視機系列，獲得市場好評。
- 二零一二年 LCD 電視機年銷售目標為 1,380 萬台，將進一步實現全球產業鏈整合、全球行銷體系搭建和全產品線結構優化，從而提升企業競爭力及盈利能力。

(二零一二年二月二十七日，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十二月三十一日止年度之已審核綜合業績。該集團以「速度與效率」主導營運及行銷策略，致力於產品、市場策略、銷售渠道、成本及品牌影響力等各方面進行優化，銷售量與盈利能力均實現突破。

截至二零一一年十二月三十一日止年度，該集團共錄得營業額約329.32億港元，較二零一零年同期上升22.2%。毛利約為52.89億港元，較去年同期增加40.5%。母公司擁有人應佔溢利更由去年的淨虧損轉為淨溢利，達約4.53億港元。每股基本盈利為41.80港仙(二零一零年：每股基本虧損為92.05港仙)。董事會建議派發末期股息每股16.00港仙。

回顧期內，該集團共售出1,086萬台LCD電視機，較去年同期上升45.5%。同時，LED

背光液晶電視機銷售量由二零一零年的84萬台上升至二零一一年的468萬台，佔整體LCD電視機銷售量的比重為43.1%。而二零一一年十二月份LCD電視機銷售量較去年同期增長57.1%至156萬台，繼二零一一年九月份後再創單月銷售量新高。而二零一一年十二月份單月LED背光液晶電視機銷售量佔整體LCD電視機銷售量的比重更達60.6%。

TCL多媒體首席執行官趙忠堯先生表示：「過去一年，縱使面對極具挑戰的經營環境及市場多項不利因素影響，我們堅定不移地以『速度與效率』主導營運及行銷策略，同時著重提升產品競爭力及持續優化銷售渠道，因此實現銷售量與盈利能力的突破，順利實現扭虧為盈。年內，我們的LCD電視機銷售量不但超額完成1,020萬台的全年目標，增長遠超行業平均水平，而且成為首家躋身全球LCD電視機年銷售量突破一千萬台的中國電視機企業。此外，我們致力於加強供應鏈管理，通過資源整合降低成本，並大力推廣3D電視機及智能「雲」電視機等高端產品，令毛利率由去年的14.0%改善至今年的16.1%。」

根據DisplaySearch最新資料，該集團二零一一年全球LCD電視機市場佔有率為4.9%，排名由去年全年的第十位上升至第七位，而中國電視機市場佔有率為15.6%，排名第二，其中LCD電視機的中國市場佔有率為14.9%，排名第三。根據睿富全球排行榜於二零一一年九月份發佈的年度報告，TCL以人民幣501億元的品牌價值蟬聯中國彩電第一品牌。

該集團於回顧期內在中國市場及海外市場之銷售均錄得理想增長。中國市場LCD電視機的銷售量達661萬台，較去年同期上升28.9%，LED背光液晶電視機由去年全年的59萬台上升至今年全年的302萬台，大幅增長411.9%，增幅超過行業平均水平，佔二零一一年全年中國LCD電視機銷售量的比重亦上升至45.7%，而二零一一年十二月份單月LED背光液晶電視機銷售量佔中國LCD電視機銷售量的比重更增長至62.1%。該集團於海外市場實行穩健的經營策略，並通過「速度與效率」的提升改善盈利能力。年內，海外市場LCD電視機的銷售量達425萬台，較去年同期上升81.8%，其中LED背光液晶電視機佔整體LCD電視機銷售量的比重上升至39.1%。拉丁美洲、中東及東南亞市場實現快速增長，因而拉動新興市場LCD電視機銷售量較去年同期大幅上升144.3%，達237萬台。

AV業務方面，該集團持續推行產品多元化和客戶多元化策略，積極開拓新客戶，拓展現有客戶的新產品業務，通過初步建立海外供應鏈以降低成本，以及加強研發能力，進一步提高了產品競爭力，AV產品銷售量較去年同期增長25.8%至2,000萬台。

展望二零一二年，儘管全球經濟不明朗及中國經濟增長放緩等因素對電視機行業的影響仍然存在，但該集團將繼續採取積極而審慎的業務發展策略，貫徹實行「一體化整合、創新和國際化」的長遠發展策略，持續增強自主創新的能力，促進產業鏈轉型升級，走向產業高端化、經營國際化的戰略發展之路，在強化中國市場的領導地位的同時，亦將繼續以穩健的發展策略拓展海外業務。該集團二零一二年全年LCD電視機銷售目標為1,380萬台，預期較二零一一年全年LCD電視機銷售量的1,086萬台增長27.1%。

該集團將繼續加強中國市場的銷售渠道，進一步滲透三至五級城市和鄉鎮農村市場，擴大中國的市場份額和品牌影響力，以把握中國城鎮化進程的逐步推進，以及巨大存

量的傳統 CRT 電視機更新換代需求的機會。海外市場方面，該集團將繼續實行穩健的經營策略，重點發展新興市場及其它盈利市場，致力提升巴西、中美洲、非洲等地區的銷售，加大品牌宣傳力度和資源的投入，藉此塑造全球化及年輕化的品牌形象，以擴大品牌影響力。同時，該集團將繼續提升北美及歐洲的運營效率，力爭二零一二年海外市場業務整體實現扭虧為盈。

該集團一直積極推行「一體化整合、創新和國際化」的長遠發展策略，並進一步完善電視機產業鏈佈局，於二零一二年一月十八日完成收購 TCL 光電科技（惠州）有限公司（其主要經營 LCD 模組業務）之權益後，連同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合資的深圳市華星光電技術有限公司的 8.5 代液晶面板項目正式投產，將促進上下游產業鏈的垂直整合，對穩定原材料供應和成本控制發揮戰略性作用，並通過「速度與效率」的提升及成本協同效益，從而提升產業的整體競爭力。

TCL 多媒體主席李東生先生說：「二零一二年是機遇與挑戰並存的一年。儘管電視機行業競爭依然激烈，本集團將會繼續實行以『速度與效率』為主導的營運及行銷策略，進一步實現全球產業鏈整合、全球行銷體系搭建和全產品線結構優化，並憑藉最終控股公司 TCL 集團公司垂直整合的產業鏈優勢，繼續提升企業核心競爭力及盈利能力。展望未來，本集團致力再創佳績，為股東帶來長期的回報。」

該集團電視機及 AV 產品之銷售量載列如下：

	2011 年 (千台)	2010 年 (千台)	變動
LCD 電視機	10,860	7,464	+45.5%
其中：LED 背光液晶電視機	4,682	843	+455.4%
- 中國市場	6,606	5,124	+28.9%
- 海外市場	4,254	2,340	+81.8%
CRT 電視機	4,185	5,548	(24.6%)
- 中國市場	1,006	1,947	(48.3%)
- 海外市場	3,179	3,601	(11.7%)
電視機總銷售量	15,045	13,012	+15.6%
AV 產品總銷售量	20,000	15,893	+25.8%

~ 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，請聯絡偉達公共關係顧問：

電郵：tclmultimedia@hkstrategies.com

李安健

電話：(852) 2894 6239 / 9652 9002

梁杏玲

電話：(852) 2894 6208 / 9627 7524