

(請即時發佈)

## TCL多媒體公佈2013年全年業績

\*\*\*\*\*

致力提升基礎能力  
構建智能電視機生態系統  
目標成為全球化的多媒體娛樂科技企業

2014年LCD電視機銷售量目標為1,850萬台

### 集團回顧：

- 根據DisplaySearch最新資料，本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，以18.1%的市場佔有率繼續高踞中國LCD電視機市場第一位。
- 整體LCD電視機銷售量達1,718萬台，同比增長10.7%。高端產品銷售量比重進一步提升，二零一三年十二月份單月智能電視機佔中國市場LCD電視機銷售量的比重達36.5%。
- 本集團繼續打造集「平台、內容、終端及應用」於一身的跨界智能終端產品，同時加強與業務夥伴的戰略合作，構建縱貫垂直產業鏈，橫跨系統、內容及服務的智能電視機生態系統，加速企業互聯網化發展，以實現成為全球化的多媒體娛樂科技企業。
- 本集團與百度旗下中國第一網絡視頻平台愛奇藝建立戰略合作，共同發佈具有行業前瞻性的跨界新產品「TCL愛奇藝TV+」，上市四個月內的銷售量已突破十萬台，成為中國市場銷售量最高的智能電視機型號。
- 本集團與世界領先的娛樂科技公司IMAX Corporation成立「TCL-IMAX娛樂有限公司」，將於二零一五年起在中國以至世界其他選定之市場共同開發、生產及銷售頂尖的家庭影院系統。

(二零一四年二月二十四日，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十二月三十一日止年度之已審核綜合業績。

截至二零一三年十二月三十一日止年度，該集團共售出1,718萬台LCD電視機，同比上升10.7%。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。

該集團在中國市場於二零一三年度的LCD電視機銷售量達991萬台，同比上升11.9%。該集

團持續深化「全雲戰略」，加速智能電視機的戰略佈局，並持續加大推廣力度，帶動智能電視機及3D電視機的銷售量比重持續上升。二零一三年十二月份單月智能電視機及3D電視機銷售量佔中國市場LCD電視機銷售量的比重分別達36.5%及30.1%。

但由於中國政府的節能家電補貼推廣政策在二零一三年六月份退出後，中國市場對LCD電視機的需求持續下降，該集團中國市場於二零一三年的銷售量未達預期目標。此外，該集團於二零一三年初對市場需求判斷較為樂觀，原材料庫存較多，原材料價格下跌導致相關庫存需作出較大減值；加上由外部供應商提供零部件而導致個別產品出現品質問題，額外增加售後服務成本。因此，雖然該集團錄得營業額約394.95億港元，同比上升9.6%，但毛利及經營溢利分別同比下跌11.9%及78.5%至約54.14億港元及2.52億港元，導致持續經營業務之母公司擁有者應佔虧損約1.19億港元（二零一二年：溢利約8.16億港元）。

該集團致力提升產品競爭力和品牌影響力。為搶佔先機打造智能電視機生態系統，該集團攜手百度旗下中國第一網絡視頻平台愛奇藝共同發佈具有行業前瞻性的跨界新產品「TCL愛奇藝TV+」（「TV+」），開創跨界化智能雲終端產品的新形態，是第一款真正具備互聯網元素的電視機產品。TV+上市四個月內的銷售量已突破十萬台，成為中國市場銷售量最高的智能電視機型號。同時，該集團積極發展4K超高清電視機，推出雲晰E5690、雲清V8500和雲幕H9500三個系列共八款4K超高清電視機，從39吋到85吋屏幕，全規格通過中國國家4K電視機標準認證。該集團亦推出全球首款可有效保護並提升兒童視力的TCL迪士尼兒童電視機。除此之外，該集團與世界領先的娛樂科技公司IMAX Corporation成立「TCL-IMAX娛樂有限公司」，將於二零一五年起在中國以至世界其他選定之市場共同開發、生產及銷售頂尖的家庭影院系統。

品牌推廣方面，TCL致力於通過國際化娛樂營銷，藉以擴大其於全球電視機行業的品牌影響力，並且與荷里活電影巨製《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。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）。於二零一三年九月十五日，「TCL中國大劇院」內全球最大的IMAX影院正式啟用，而位於「TCL中國大劇院」前院的「TCL Square產品體驗館」亦於同日正式開業。

另一方面，該集團於二零一三年度海外市場LCD電視機的銷售量同比增長9.1%至728萬台，其中新興市場LCD電視機銷售量同比增長13.0%至455萬台，巴西的銷售表現最為理想，銷售量同比增長72.6%。歐洲市場方面，該集團繼續致力優化產品組合，加速導入智能電視機等新產品。該集團在法國市場份額由二零一二年的5.7%上升至二零一三年的7.1%（根據GfK數據），並繼續拓展銷售網點和銷售渠道，在法國、波蘭、德國、西班牙和意大利等市場增加店鋪樣品的展示數量，以擴大與消費者接觸的機會。

展望未來，該集團將繼續貫徹以「速度與效率」為核心的發展策略，銳意通過產品創新、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和全新生活體驗，並且以成為全球化的多媒體娛樂科技企業為戰略目標。該集團二零一四年全年之LCD電視機的銷售量目標訂為1,850萬台。

TCL多媒體首席執行官郝義先生表示：「面對行業的競爭態勢，本集團已訂定未來三大發展方向，分別是構建基於市場洞察的產品驅動型組織、互聯網化的佈局和品牌全球化。第一，我們將致力建立消費者洞察與用戶體驗機制，通過消費者需求為導向的產品規劃，實現產品



經理制及精簡產品線，以完善該集團之產品規劃和開發模式。第二，我們將以互聯網的思維進行產品的研發、製造和行銷。第三，我們將整合全球化資源，構建全球化營銷管理平台，致力提升經營效率和TCL品牌在全球的市場份額和知名度。總結而言，本集團期望通過近期、中期和長期的整體業務規劃，實現持續的盈利性增長，致力於成為全球化的多媒體娛樂科技企業，為股東帶來豐厚的回報。」

該集團於回顧年內按區域劃分之電視機銷售量載列如下：

	二零一三年 (千台)	二零一二年 (千台)	變動
<b>LCD電視機總銷售量</b>	<b>17,184</b>	<b>15,527</b>	<b>+10.7%</b>
其中：LED背光液晶電視機	<b>16,661</b>	<b>11,828</b>	<b>+40.9%</b>
智能電視機	<b>2,800</b>	<b>1,471</b>	<b>+90.3%</b>
3D電視機	<b>2,669</b>	<b>2,179</b>	<b>+22.5%</b>
— 中國市場	<b>9,908</b>	<b>8,856</b>	<b>+11.9%</b>
— 海外市場	<b>7,276</b>	<b>6,671</b>	<b>+9.1%</b>

~ 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](mailto:tclmultimedia@iprogilvy.com)