

(請即時發佈)

TCL多媒體公佈2014年中期業績

母公司擁有人應佔溢利錄得約**1.69**億港元

中國市場第二季度毛利率由去年同期**18.9%**提升至**24.0%**

加快轉型成為全球化娛樂科技企業

集團回顧：

- 截至二零一四年六月三十日止六個月：
 - 營業額約**152.03**億港元，同比下降**15.9%**。
 - 毛利約**23.82**億港元，同比下降**16.1%**。經營溢利約**3.09**億港元，同比下降**6.6%**。
 - 持續經營業務之除稅後淨利潤約**1.68**億港元，同比下降**13.8%**。持續經營業務之母公司擁有人應佔溢利約**1.69**億港元，同比下降**12.4%**。
- 截至二零一四年六月三十日止三個月：
 - 受惠於優化產品組合，推出一系列大尺寸及高端新產品，中國市場於第二季度之毛利率提升至**24.0%**（二零一三年第二季度：**18.9%**）。
 - 海外市場於第二季度的經營虧損由去年同期的約**6,000**萬港元大幅減少至約**1,200**萬港元。
- 繼續加快轉型完成成為全球化娛樂科技企業的戰略部署，落實「雙+」戰略轉型：
 - 於二零一四年年六月正式完成注資惠州酷友網絡科技有限公司（「酷友」），並通過酷友的電商平台，快速切入線上線下（O2O）平台營運以謀求電商業務的快速發展。
 - 為謀求經常性收入及業務分成模式的進一步突破，期內推出TCL遊戲主機T²，與其他領域強手聯合跨界啟動「TCL遊戲電視生態圈戰略聯盟」，打造雙屏融合遊戲平台。同時，於本年七月發佈了新產品七V盒子，以其極致外觀和操控體驗、創新跨屏式交互功能和海量的視頻遊戲內容，引起行業及消費者的強烈關注。
 - 延續TCL愛奇藝TV+（「TV+」）產品線，進一步豐富TV+平台和推出TV+新產品。

（二零一四年八月十四日，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六月三十日止六個月之未經審核中期綜合業績。

業績概覽

截至二零一四年六月三十日止六個月，該集團錄得營業額約**152.03**億港元，同比下降**15.9%**。毛利約**23.82**億港元，同比下降**16.1%**，毛利率同比大致持平，第二季度毛利率則由第一季度的**13.0%**上升至**18.5%**。費用率同比大致持平。經營溢利約**3.09**億港元，同比下降**6.6%**。持續經



營業務之除稅後淨利潤約1.68億港元，同比下降13.8%。持續經營業務之母公司擁有者應佔溢利約1.69億港元，同比下降12.4%。期內，該集團錄得由若干附屬公司關閉而產生的一次性收益約1.59億港元。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12.78港仙及12.78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19.11港仙及14.51港仙）。

該集團於二零一四年上半年共售出756萬台LCD電視機，同比下降2.0%。該集團中國市場LCD電視機銷售量同比下降21.7%至356萬台；海外市場LCD電視機銷售量同比增長26.1%至400萬台，其中策略OEM業務LCD電視機銷售量同比增長109.1%至138萬台。根據DisplaySearch最新資料，該集團二零一四年首季度全球LCD電視機市場佔有率為5.4%，名列全球第五位。同時，該集團以16.0%的市場佔有率排名中國LCD電視機市場第三位。

中國市場

由於市場需求持續疲軟，第一季度新品上市延誤，加上去年五月底節能家電補貼推廣政策退出，中國市場銷售量未達預期。儘管如此，由於該集團持續優化產品組合，於第二季推出一系列大尺寸及高端新產品後業績明顯改善，中國市場第二季度之毛利率由去年同期的18.9%增長至24.0%，同比提升5.1個百分點。

該集團於二零一四年上半年在中國市場共推出8個系列26款新產品，4K超高清電視機佔13款，覆蓋40吋至65吋中屏幕、大屏幕及超大屏幕產品，佔新產品比重達50%。該集團於回顧期內延續TV+產品線，完成大尺寸的4K超高清電視機和智能電視機的產品補充，其中「A71」系列及遊戲電視機等新產品上市後更快速成為熱銷新產品，獲市場高度評價，而大尺寸產品銷售量佔比亦逐步提升。智能電視機銷售量由去年同期的104萬台上升至128萬台，佔中國市場LCD電視機銷售量比重上升至36.0%。

該集團於二零一四年三月宣佈與聯通寬帶、時訊互聯科技、京東商城及Gameloft跨界成立「TCL遊戲電視生態圈戰略聯盟」，聯手打造雙屏融合遊戲平台，E5700、E6700遊戲電視機及TCL遊戲主機T²上市以來均深受市場歡迎。該集團預期該遊戲產品系列將成為全新的業務增長動力，並將配合該集團互聯網化及娛樂化轉型，開啟遊戲娛樂市場的藍海。

此外，該集團於二零一四年四月宣佈聯同IMAX集團（「IMAX」）與華數簽訂有關高端家庭影院內容發行協定，授權華數在TCL與IMAX成立之一間合資公司TCL-IMAX娛樂有限公司的高端家庭影院系統平台上發行中國和荷里活最優質的數碼影視內容。

海外市場

該集團海外市場營業額及經營業績均錄得穩健的增長，二零一四年上半年LCD電視機的銷售量達400萬台，同比上升26.1%，主要由於以大尺寸產品、4K超高清電視機和智能電視機為導向，積極調整產品組合。期內，海外市場整體營業額為60.03億港元，同比上升8.2%，毛利率由去年同期的8.0%提升至10.7%，同比提升2.7個百分點。第二季度整體銷售量及中大尺寸產品銷售量比重未達預期導致海外市場的經營虧損約1,200萬港元，虧損較去年同期約6,000萬港元大幅減少。

新興市場於回顧期內LCD電視機銷售量達207萬台，與去年同期持平，策略OEM業務市場之LCD電視機銷售量同比增長109.1%，而歐洲和北美市場之LCD電視機銷售量則分別錄得11.3%和203.4%的增長。

該集團於新興市場密集召開各項新產品上市發佈會，並通過《變種特攻：未來同盟戰》電影於全球進行娛樂營銷活動，以及全面開展社交媒體的營銷，促進產品市場行銷，提升TCL品牌在國際市場的知名度。歐洲市場方面，該集團積極與當地主要連鎖零售商展開全面合作，大尺寸智能電視機的銷售量佔比得以提升，該集團更於法國的超高清電視機市場佔有率達11.6%，名列第三位（根據GfK數據）。北美市場方面，該集團不僅加強與亞馬遜的戰略合作，而且亦積極拓展其他銷售渠道，如美國領先的零售商Sam's Club等，該市場的LCD電視機銷售量錄得大幅增長。

展望

展望下半年，該集團將會在中國市場持續豐富產品線，同時繼續深化銷售渠道和組織變革，讓企業結構變得更加扁平化，提升終端銷售能力，加快對市場變化的回應。該集團於二零一四年七月聯袂中國超具人氣的專業音樂節目《中國好聲音》，宣布TCL成為「第三季中國好聲音電視行業獨家合作夥伴」，全面推動TV+的快速普及，向娛樂化企業轉型邁進。

此外，該集團於同月在中國上海參加第十二屆中國國際數碼互動娛樂展覽會(China Joy)。該集團與聯通寬頻及時訊互聯科技再度攜手，宣佈打造中國最大電視遊戲生態圈，並宣佈Gameloft、JJ International Company、Rovio、動視、Cyberfront Korea、J-FLOW等知名遊戲廠商也將加入「TCL遊戲電視生態圈聯盟」中，進一步推動生態圈的完善發展。同時，該集團在China Joy上發佈了新產品七V盒子，以其極致的外觀和操控體驗、創新跨屏式交互功能以及海量的視頻遊戲內容等驚喜引起行業及消費者的強烈關注。該集團致力提升新業務如遊戲、OTT等的產品能力，謀求經常性收入及業務分成模式的進一步突破。

海外市場方面，該集團將以產品資源、屏幕策略和價格聯動來驅動海外市場銷售增長及TCL品牌在重點市場的突破，並積極與TCL集團股份有限公司（「TCL集團公司」）的其他產業協同，在東南亞等市場導入TCL品牌手機、空調等產品，提升TCL品牌在海外的整體影響力。

TCL多媒體首席執行官郝義先生表示：「我們今年二月發佈的『智能+互聯網』及『產品+服務』的『雙+』戰略轉型，標誌著TCL從過去經營產品到同時經營產品和使用者為中心的新商業模式，也意味著其互聯網化之路正式啟程。我們一方面將加強互聯網生態系統的搭建，在鞏固硬體業務發展的同時，將加強橫向聯盟，深化與其他領域的跨界戰略合作。另一方面，我們將加強視頻平台、遊戲平台、教育平台、生活平台四大服務平台的佈局，為用戶提供全方位的娛樂解決方案。我們將繼續充分利用TCL集團公司的資源優勢，落實『雙+』戰略轉型，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 上半年 | 二零一三年 上半年 | 變動 |
|----------------|--------------|--------------|---------|
| | (千台) | (千台) | |
| LCD 電視機 | 7,557 | 7,715 | (2.0%) |
| 其中：LED 背光液晶電視機 | 7,558 | 7,328 | +3.1% |
| 智能電視機 | 1,412 | 1,138 | +24.1% |
| 3D 電視機 | 837 | 1,335 | (37.3%) |
| — 中國市場 | 3,557 | 4,542 | (21.7%) |
| — 海外市場 | 4,000 | 3,173 | +26.1% |

~ 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，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，致力於成為全球領先的娛樂科技企業，為用戶提供一體化的娛樂解決方案。根據 DisplaySearch 最新資料，該集團二零一四年首季度全球 LCD 電視機市場佔有率為 5.4%，名列全球第五位。同時，該集團以 16.0% 的市場佔有率排名中國 LCD 電視機市場第三位。

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