

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公佈之內容概不負責，  
對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就本公佈全部或任何部  
份內容而產生或因倚賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。



## TCL MULTIMEDIA TECHNOLOGY HOLDINGS LIMITED

### TCL 多媒體科技控股有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：01070)

#### 業績公佈

截至二零一三年三月三十一日止三個月

#### 財務摘要

截至三月三十一日止三個月未經審核業績

	二零一三年 (百萬港元)	二零一二年 (百萬港元)	變動
營業額	10,260	8,302	+23.6%
毛利	1,664	1,497	+11.2%
經營溢利	341	480	(29.0%)
淨利潤	210	311	(32.5%)
母公司擁有人應佔溢利	196	309	(36.6%)
每股基本盈利 (港仙)	14.83	24.32	(39.0%)

## 集團回顧

- 截至二零一三年三月三十一日止三個月，本集團錄得營業額約102.60億港元，較去年同比上升23.6%，毛利約16.64億港元，較去年同比上升11.2%，經營溢利約3.41億港元，較去年同比下降29.0%。淨利潤約2.10億港元，同比減少32.5%，淨利潤率為2.0%，若扣除去年同期因完成收購TCL光電科技(惠州)有限公司全部股本權益及其擁有60%股本權益之惠州TCL璨宇光電有限公司而產生之一次性收益(「一次性收益」)約1.44億港元，淨利潤較去年同比增長25.7%。母公司擁有者應佔溢利約1.96億港元，若扣除去年同期一次性收益，母公司擁有者應佔溢利同比增長18.8%。
- 整體LCD電視機銷售量達391萬台，較去年同比增長21.5%。中國市場之LCD電視機銷售量同比增長48.6%，海外市場之LCD電視機銷售量同比下降9.0%，其中新興市場LCD電視機銷售量同比增長2.4%。產品組合持續優化，高端產品銷售量比重持續提升，中國市場智能電視機及3D電視機銷售量佔LCD電視機銷售量的比重分別達21.5%及30.1%。
- TCL通過國際化娛樂行銷和品牌升級，快速提升其全球品牌影響力。繼與荷里活電影《鐵甲奇俠3》、美國「荷里活中國大劇院」等達成戰略合作後，TCL於北京舉行的二零一三年春季發佈會上宣佈其「年輕化、時尚化、國際化」品牌戰略升級，啟用新的品牌視覺識別(Visual Identity)系統，同時發佈「火球計劃」多個系列新產品，並推出全新高端電視機子品牌Viveza及其首款高端電視機產品Viveza V101，獲得市場好評。

TCL多媒體科技控股有限公司(「本公司」)董事會(「董事會」)欣然公佈本公司及其附屬公司(合稱「本集團」)截至二零一三年三月三十一日止三個月之未經審核綜合業績及財務狀況，連同去年同期之比較數字如下：

### 簡明綜合全面收益表

	附註	截至三月三十一日 止三個月	
		二零一三年 (未經審核) 千港元	二零一二年 (未經審核) 千港元
營業額	3	10,260,347	8,302,189
銷售成本		<u>(8,596,587)</u>	<u>(6,805,441)</u>
毛利		1,663,760	1,496,748
其他收入及收益		135,193	296,443
銷售及分銷支出		(1,164,157)	(1,064,426)
行政支出		(242,213)	(173,843)
研發成本		(51,679)	(71,765)
其他營運支出		<u>(201)</u>	<u>(3,080)</u>
		340,703	480,077
融資成本		(36,420)	(107,118)
分佔損益：			
一間合營企業		(895)	212
聯營公司		<u>2,623</u>	<u>(23,295)</u>
除稅前溢利		306,011	349,876
所得稅開支	4	<u>(96,121)</u>	<u>(38,615)</u>
本期溢利		<u><u>209,890</u></u>	<u><u>311,261</u></u>
其他全面收益／(虧損)			
其後可能重新歸類到溢利 或虧損的項目：			
現金流量對沖：			
本期內對沖工具產生之公平值 變動之有效部份		21,224	—
匯兌波動儲備：			
折算海外業務		<u>18,598</u>	<u>(2,098)</u>
本期其他全面收益／(虧損)		<u>39,822</u>	<u>(2,098)</u>
本期全面收益總額		<u><u>249,712</u></u>	<u><u>309,163</u></u>

		截至三月三十一日	
		止三個月	
		二零一三年	二零一二年
		(未經審核)	(未經審核)
附註		千港元	千港元
溢利歸屬於：			
母公司擁有着		196,244	308,856
非控股權益		13,646	2,405
		<u>209,890</u>	<u>311,261</u>
全面收益總額歸屬於：			
母公司擁有着		235,314	306,689
非控股權益		14,398	2,474
		<u>249,712</u>	<u>309,163</u>
母公司普通股股東應佔每股盈利			
基本	6	<u>14.83港仙</u>	<u>24.32港仙</u>
攤薄		<u>14.61港仙</u>	<u>24.26港仙</u>

股息之詳情披露於附註5。

## 簡明綜合財務狀況表

	二零一三年 三月三十一日 (未經審核) 千港元	二零一二年 十二月三十一日 (經審核) 千港元
	附註	
<b>非流動資產</b>		
物業、廠房及設備	2,544,445	2,484,028
預付土地租賃費	145,720	146,266
商譽	119,638	119,638
其他無形資產	384	419
於一間合營企業之投資	10,773	11,574
於聯營公司之投資	162,075	158,921
可供出售投資	6,677	6,677
遞延稅項資產	116,205	150,707
	<hr/>	<hr/>
非流動資產合計	3,105,917	3,078,230
	<hr/>	<hr/>
<b>流動資產</b>		
存貨	5,976,597	6,731,951
應收貿易賬款	4,245,699	4,338,139
應收票據	6,369,840	7,087,252
其他應收款項	2,553,234	2,502,247
可收回稅項	32,376	24,363
已抵押存款	828,726	826,220
現金及銀行結存	4,067,533	3,431,337
	<hr/>	<hr/>
流動資產合計	24,074,005	24,941,509
	<hr/>	<hr/>
<b>流動負債</b>		
應付貿易賬款	6,670,897	9,263,133
應付票據	7,494,420	5,176,951
其他應付款項及預提費用	3,996,909	4,974,350
計息銀行貸款及其他貸款	2,723,626	2,607,644
應付稅項	247,156	213,276
預計負債	389,740	345,020
	<hr/>	<hr/>
流動負債合計	21,522,748	22,580,374
	<hr/>	<hr/>
<b>淨流動資產</b>	2,551,257	2,361,135
	<hr/>	<hr/>
<b>總資產減流動負債</b>	5,657,174	5,439,365
	<hr/>	<hr/>

		二零一三年 三月三十一日 (未經審核) 千港元	二零一二年 十二月三十一日 (經審核) 千港元
總資產減流動負債		<u>5,657,174</u>	<u>5,439,365</u>
<b>非流動負債</b>			
計息銀行貸款及其他貸款	7	310,110	402,346
遞延稅項負債		37,585	38,873
退休金及其他退休後福利		6,310	6,301
		<u>354,005</u>	<u>447,520</u>
非流動負債合計			
淨資產		<u><u>5,303,169</u></u>	<u><u>4,991,845</u></u>
<b>權益</b>			
歸屬於母公司擁有人之權益			
已發行股本	8	1,328,262	1,321,003
儲備		3,733,911	3,444,244
		<u>5,062,173</u>	<u>4,765,247</u>
非控股權益		240,996	226,598
		<u>5,303,169</u>	<u>4,991,845</u>
權益合計		<u><u>5,303,169</u></u>	<u><u>4,991,845</u></u>

附註：

## 1. 編製基準

編製該等簡明綜合財務報告時所採納之會計政策及基準，除下文附註2所披露之新訂及經修訂香港財務報告準則，與編製本集團截至二零一二年十二月三十一日止年度之年度財務報告所採納者相符，而該等簡明綜合財務報告乃根據香港會計師公會頒佈之香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）（包括所有香港財務報告準則、香港會計準則（「香港會計準則」）及詮釋）、香港公認會計原則及香港公司條例之披露規定而編製。

除衍生金融工具以公平值計量外，該等簡明綜合財務報告乃根據歷史成本記賬法編製。除另有說明者外，該等簡明綜合財務報告以港元（「港元」）呈列，一切價值均已湊整至最接近千位。

## 2. 會計政策及披露之變動

本集團已就本期之簡明綜合財務報告首次採納下列新訂及經修訂香港財務報告準則。

香港財務報告準則第1號修訂	香港財務報告準則第1號首次採納香港財務報告準則 —政府貸款之修訂
香港財務報告準則第7號修訂	香港財務報告準則第7號金融工具：披露—抵銷金融資 產及金融負債之修訂
香港財務報告準則第10號	綜合財務報告
香港財務報告準則第11號	合營安排
香港財務報告準則第12號	於其他實體之權益披露
香港財務報告準則第10號、 香港財務報告準則第11號及 香港財務報告準則第12號修訂	香港財務報告準則第10號、香港財務報告準則第11號 及香港財務報告準則第12號—過渡指引之修訂
香港財務報告準則第13號	公平值計量
香港會計準則第1號修訂	香港會計準則第1號呈列財務報告—呈列其他全面收益 之項目之修訂
香港會計準則第19號（二零一一年）	僱員福利
香港會計準則第27號（二零一一年）	獨立財務報告
香港會計準則第28號（二零一一年）	於聯營公司及合營企業之投資
香港（國際財務報告詮釋委員會） —詮釋第20號	露天礦生產階段之剝採成本
二零零九年至二零一一年週期之 年度改進	於二零一二年六月頒佈之若干香港財務報告準則之修訂

採納經修訂香港財務報告準則並無對該等簡明綜合財務報告產生重大財務影響。

### 3. 經營分類資料

就管理而言，本集團根據地區電視機分類及其他產品類型組成業務單位，並分為下列三個可報告分類：

(a) 電視機業務—於下列地區製造及銷售電視機及貿易相關零件；

— 中華人民共和國（「中國」）市場

— 海外市場

(b) AV業務—製造及銷售影音產品；及

(c) 其他分類業務—包括資訊科技及其他業務，包括銷售白家電、手提電話以及空調等。

管理層獨立監察本集團經營分類之業績，以作出有關資源分配及表現評估之決策。分類表現乃根據可報告分類溢利／（虧損）（其為經調整除稅前溢利／（虧損）之計量）予以評估。經調整除稅前溢利／（虧損）乃貫徹以本集團之除稅前溢利計量，惟利息收入、融資成本、分佔一間合營企業及聯營公司之損益以及總部及企業收入及支出不包含於該計量。



有關該等可報告分類之資料(連同彼等之相關比較資料)呈列於下文。

截至三月三十一日止三個月  
(未經審核)

	電視機-中國市場		電視機-海外市場		AV		其他		綜合	
	二零一三年 千港元	二零一二年 千港元	二零一三年 千港元	二零一二年 千港元	二零一三年 千港元	二零一二年 千港元	二零一三年 千港元	二零一二年 千港元	二零一三年 千港元	二零一二年 千港元
銷售予外界客戶	<b>6,683,175</b>	4,508,869	<b>2,561,205</b>	2,789,425	<b>875,658</b>	785,627	<b>140,309</b>	218,268	<b>10,260,347</b>	8,302,189
分類業績	<b>362,782</b>	215,718	<b>(52,578)</b>	44,650	<b>45,748</b>	37,444	<b>(10,778)</b>	(15,642)	<b>345,174</b>	282,170
銀行利息收入									24,794	21,064
企業收入/ (支出)淨額									(29,265)	176,843
融資成本									(36,420)	(107,118)
分佔損益：										
一間合營企業	-	-	(895)	212	-	-	-	-	(895)	212
聯營公司	(404)	(26,779)	-	-	(38)	(88)	3,065	3,572	<b>2,623</b>	(23,295)
除稅前溢利									<b>306,011</b>	349,876
所得稅開支									<b>(96,121)</b>	(38,615)
本期溢利									<b>209,890</b>	311,261

#### 4. 所得稅開支

香港利得稅乃按期內在香港產生之估計應課稅溢利以16.5%(二零一二年三月三十一日:16.5%)之稅率計提撥備。其他地區之應課稅溢利稅項乃按本集團經營所在國家/司法權區當時之稅率計算。

	截至三月三十一日 止三個月	
	二零一三年 (未經審核) 千港元	二零一二年 (未經審核) 千港元
本期-香港	<b>670</b>	11,276
本期-其他地區	<b>61,952</b>	17,633
遞延稅項	<b>33,499</b>	9,706
本期稅項支出總額	<b>96,121</b>	38,615

## 5. 股息

董事會不建議就截至二零一三年三月三十一日止三個月派發任何股息(二零一二年三月三十一日：無)。

## 6. 母公司普通股股東應佔每股盈利

每股基本及攤薄盈利之金額乃根據以下各項計算：

	截至三月三十一日 止三個月	
	二零一三年 (未經審核) 千港元	二零一二年 (未經審核) 千港元
<b>盈利</b>		
用作計算每股基本及攤薄盈利之母公司普通股 股東應佔之溢利	<b>196,244</b>	<b>308,856</b>
<b>股份數目</b>		
截至三月三十一日 止三個月		
	二零一三年 (未經審核)	二零一二年 (未經審核)
<b>股份</b>		
用作計算每股基本盈利之期內已發行 普通股之加權平均數	<b>1,323,172,865</b>	1,270,144,701
攤薄影響－普通股之加權平均數： 假設期內全部尚未行使購股權被視為獲行使時 以無償代價發行之普通股	<b>20,330,229</b>	2,819,270
用作計算每股攤薄盈利之期內已發行 普通股之加權平均數	<b>1,343,503,094</b>	1,272,963,971

## 7. 計息銀行貸款及其他貸款

	二零一三年 三月三十一日 (未經審核) 千港元	二零一二年 十二月三十一日 (經審核) 千港元
<b>流動</b>		
銀行貸款－有抵押	106,357	106,198
銀行貸款－無抵押	1,663,284	2,156,914
信託收據貸款－無抵押	397,200	97,892
一間聯營公司之貸款－有抵押	247,460	246,640
一間聯營公司之貸款－無抵押	309,325	–
	<u>2,723,626</u>	<u>2,607,644</u>
<b>非流動</b>		
銀行貸款－無抵押	310,110	402,346
	<u>3,033,736</u>	<u>3,009,990</u>
分析為：		
償還銀行貸款：		
於一年內或按要求	2,166,841	2,361,004
於第二年內	310,110	402,346
	<u>2,476,951</u>	<u>2,763,350</u>
償還一間聯營公司之貸款：		
於一年內	556,785	246,640
	<u>3,033,736</u>	<u>3,009,990</u>

附註：

- (a) 於二零一三年三月三十一日，本集團之銀行貸款及其他貸款之賬面值貼近其公平值。
- (b) 本集團之若干銀行貸款以下列各項作抵押：
- (i) 本集團若干定期存款106,841,000港元(二零一二年十二月三十一日：106,486,000港元)之抵押；及
- (ii) 本集團若干應收票據247,460,000港元(二零一二年十二月三十一日：246,640,000港元)之抵押。
- (c) TCL集團股份有限公司(「TCL集團公司」)於報告期間末已為本集團若干銀行貸款作擔保，擔保金額達1,362,204,000港元(二零一二年十二月三十一日：1,355,187,000港元)。

## 8. 股本

	二零一三年 三月三十一日 (未經審核) 千港元	二零一二年 十二月三十一日 (經審核) 千港元
法定：		
2,200,000,000(二零一二年十二月三十一日： 2,200,000,000)股每股1.00港元 (二零一二年十二月三十一日： 每股1.00港元)之股份	<b>2,200,000</b>	2,200,000
已發行及已繳足：		
1,328,262,346(二零一二年十二月三十一日： 1,321,002,598)股每股1.00港元 (二零一二年十二月三十一日： 每股1.00港元)之股份	<b>1,328,262</b>	1,321,003

於截至二零一三年三月三十一日止三個月內，4,590,526、1,807,622及861,600份購股權所附帶之認購權分別按每股認購價2.45港元、3.17港元及3.60港元獲行使，引致以總現金代價(除費用前)20,079,000港元發行7,259,748股每股面值1.00港元之股份。

## 業務回顧

二零一三年首季度，全球及歐美經濟形勢持續複雜多變，中國經濟增速放緩，在充滿挑戰的市場環境下，本集團持續以「速度與效率」為核心的發展策略，致力提升產品競爭力、強化銷售渠道及品牌建設，進一步提高銷售量及市場份額。截至二零一三年三月三十一日止三個月，本集團錄得營業額約102.60億港元，較去年同比上升23.6%。毛利約16.64億港元，較去年同比上升11.2%。此外，本集團通過整合產業鏈以降低成本和加快周轉速度，並充分利用一體化垂直整合的優勢，以及提升高端產品的銷售量比重，以提升整體競爭力。期內，毛利率由去年同期的18.0%下降至16.2%，費用率則由去年同期的14.9%下降至13.7%。經營溢利約3.41億港元，較去年同比下降29.0%。淨利潤約2.10億港元，同比減少32.5%，淨利潤率為2.0%，若扣除去年同期一次性收益，淨利潤較去年同比增長25.7%。本集團母公司擁有者應佔溢利約1.96億港元，若扣除去年同期一次性收益，本集團於二零一三年首季度母公司擁有者應佔溢利同比增長18.8%。每股基本盈利為14.83港仙（二零一二年首季度：24.32港仙）。

本集團繼續優化產品組合、拓展銷售渠道、推行積極進取的市場策略，以提高LCD電視機銷售量的增長。本集團於期內共售出391萬台LCD電視機，較去年同比增長21.5%。中國市場的LCD電視機銷售量增長尤其顯著，同比上升48.6%。根據DisplaySearch最新資料，本集團全球LCD電視機市場佔有率從二零一一年的4.8%提升至二零一二年的5.8%，排名上升至第四位，同時，本集團以18.0%的市場佔有率高踞LCD電視機中國市場第一位。

此外，本集團的通力電子有限公司（「通力電子」）業務繼續加大在軟件開發和電聲研發方面的投入，以進一步提升在智能化配套產品的技術設計能力，豐富其產品組合。儘管AV產品銷售量較去年同比下降3.4%至325萬台，但銷售額同比增長11.5%至8.76億港元。本集團持續推行產品及客戶多元化策略，積極促進產品轉型，智能化配套產品及新型音訊產品等取得良好的發展。

## 電視機業務

截至二零一三年三月三十一日止三個月，本集團共售出391萬台LCD電視機，較去年同比上升21.5%。中國市場LCD電視機銷售量同比增長48.6%達254萬台，海外市場LCD電視機銷售量同比下降9.0%至138萬台，新興市場LCD電視機二零一三年首季度銷售量同比增長2.4%至91萬台，繼續成為本集團主要的海外市場，也是繼中國市場以外最重要的增長動力來源。LED背光液晶電視機佔LCD電視機的銷售量比重為90.5%。同時，智能電視機及3D電視機佔LCD電視機總銷售量的比重亦分別上升至15.1%及19.7%。

TCL亦致力於品牌文化、娛樂行銷領域打造「年輕化、時尚化、國際化」的品牌形象，藉以擴大品牌影響力。回顧期內，TCL於北京舉行的二零一三年春季發佈會上宣佈其「年輕化、時尚化、國際化」品牌戰略升級，啟用新的品牌視覺識別(Visual Identity)系統，而且更與荷里活電影巨製《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，而TCL的智能電視機尤其是其全球最大的110吋四倍全高清3D液晶顯示屏、雲技術以及手機在《鐵甲奇俠3》中露面，以全面展示TCL的創新產品和技術實力。同時，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) (「該劇院」)。在冠名後，TCL協助全面升級該劇院內的液晶和LED數字顯示屏、電子海報、廣告屏等設施。未來，TCL將利用世界頂尖的數碼顯示技術和設備，把該劇院打造成為荷里活歷史與現代科技相結合的地標。該劇院於二零一三年二月四日邀請電影巨星羅拔狄尼路(Robert De Niro)參加手印和足印採集典禮，這是TCL冠名該劇院後，首位巨星獲邀參加此項代表荷里活至高榮譽的儀式。除此之外，本集團已正式成為香港國際機場新的電視機贊助商，成為首家中國電視機品牌以其電視機產品進駐香港國際機場的企業，讓來自世界各地的消費者和旅客感受到TCL產品的非凡魅力。

本集團按區域劃分之電視機及AV產品銷售量載列如下：

	二零一三年 首季度 (千台)	二零一二年 首季度 (千台)	變動
<b>LCD電視機</b>	<b>3,912</b>	3,219	+21.5%
其中：LED背光液晶電視機	<b>3,541</b>	2,022	+75.1%
智能電視機	<b>591</b>	112	+427.7%
3D電視機	<b>772</b>	250	+208.8%
— 中國市場	<b>2,535</b>	1,706	+48.6%
— 海外市場	<b>1,377</b>	1,513	(9.0%)
<b>CRT電視機</b>	<b>343</b>	765	(55.2%)
— 中國市場	—	86	(100.0%)
— 海外市場	<b>343</b>	679	(49.5%)
<b>電視機總銷售量</b>	<b>4,255</b>	3,984	+6.8%
<b>AV產品總銷售量</b>	<b>3,253</b>	3,368	(3.4%)

### 中國市場

回顧期內，本集團於中國市場之銷售量和營業額錄得理想增長，其營業額較去年同比上升48.2%至66.83億港元，仍然是本集團最主要的收入及盈利來源。LCD電視機的銷售量達254萬台，較去年同期上升48.6%。其中LED背光液晶電視機佔中國市場LCD電視機銷售量比重為92.8%，而智能電視機及3D電視機的銷售量佔二零一三年首季度中國市場LCD電視機銷售量的比重分別上升至21.5%及30.1%。

本集團持續深化「全雲戰略」，並持續加大市場推廣的力度，帶動智能電視機及3D電視機的銷售量比重持續上升。智能電視機二零一三年首季度的銷售量為55萬台，佔中國市場LCD電視機銷售量比重亦上升至21.5%。而3D電視機銷售量由二零一二年同期的22萬台上升至二零一三年首季度的76萬台，佔中國市場LCD電視機銷售量比重上升至30.1%，同時，本集團持續加強供應鏈管理，通過資源整合降低生產成本，藉以進一步提升產品競爭力，實現規模、利潤、品牌提升等多方面的平衡發展，成功穩固在中國電視機市場上的領導地位。

此外，本集團通過持續推進城市及農村市場專賣店的建設以增加銷售網點，提升單店效率，進一步加強三至六級市場的滲透率，藉以提高銷售量及市場佔有率。與此同時，本集團拓展新興的業務渠道，全面開展網上電子商務，積極推行雙品牌策略及渠道優勢打造高性價比的產品，以進一步提升在中國市場的市場份額。

## 海外市場

回顧期內，本集團於海外市場之營業額為25.61億港元，較去年同比下降8.2%。海外市場LCD電視機的銷售量達138萬台，較去年同比下降9.0%，其中LED背光液晶電視機銷售量由去年同期的91萬台上升至二零一三年首季度的119萬台，佔海外市場LCD電視機銷售量的比重為86.3%。

本集團在新興市場充分把握向高端產品轉型的機會，於該市場積極拓展LCD電視機及LED背光液晶電視機業務，並持續加強供應鏈管理，因應市場需求，於該市場推廣智能電視機產品，進一步提升產品競爭力及擴大市場份額。本集團亦積極開發新客戶及拓展新銷售網點及提高重點銷售網點的數量，推動銷售量的增長。新興市場二零一三年首季度LCD電視機銷售量達91萬台，較去年同期上升2.4%。

歐洲市場方面，本集團致力於優化產品組合及強化銷售渠道建設，於意大利、西班牙等地開拓新的銷售渠道。同時，本集團持續改善渠道庫存，通過加速導入智能電視機等新產品，以及提高高端產品的銷售量比重，令毛利率得以改善。北美市場方面，本集團繼續加強與亞馬遜的戰略合作，並積極拓展其他銷售渠道以擴大銷售量，為推廣TCL品牌打下基礎。



## 通力電子業務

本集團因應產品轉型趨勢持續推行產品及客戶多元化策略，積極促進產品轉型，於回顧期推出基礎系列共24款新產品，智能化配套產品及新型音訊產品等取得良好的發展。雖然AV產品銷售量較去年同期下跌3.4%至325萬台，但銷售額同比增長11.5%至8.76億港元。同時，本集團積極改善供應鏈效率，加快周轉速度，並不斷加強基礎研發能力和新產品開發力度，進行供應鏈延伸佈局和製造能力拓展，以進一步提升產品競爭力。

## 研發

回顧期內，本集團積極加大研發投入，通過產品創新提升產品競爭力，從而增加中高端產品的市場份額。本集團致力於強化智能雲電視機和3D電視機的開發，並持續引入創新產品，在中國市場共推出3個系列14款新產品，包括E5500多尺寸中端3D雲電視機及其衍生升級系列E5590，更於二零一三年三月正式發佈了「火球計劃」和「V計劃」。「火球計劃」是本集團通過產品群規劃、群設計、群生產，將要實現八大系列智能雲電視機新產品的群發佈和群上市，在業界首次實現新舊產品的群更替。八大系列智能雲電視機新產品包括雲清V8500、雲晶V7600、雲顯H6600、雲聯E5590、雲樂E4650等，其中雲清V8500獨家配備了MSTAR四核處理器和Android 4.2操作系統，實現超高清信號從輸入、解碼到顯示的全程超高清處理，確保了最優化4K超高清顯示。而「V計劃」是本集團二零一三年另一重大戰略，並正式推出了全新首個高端電視機子品牌Viveza，發佈了首款高端電視機產品Viveza V101。Viveza V101具有極致超薄的時尚設計，整體厚度僅12.5毫米，為全球首款全平板超薄LED背光液晶電視機，為追求高品質生活的消費者提供專屬娛樂綜合服務的高端品牌。此外，本集團與全球領先的半導體晶片生產商Marvell聯合推出Google超智能電視機MoVo，成為中國首家推出Google TV一體機的電視機企業。

## 展望

展望未來，在全球經濟不穩定、中國經濟增長趨緩等不利因素影響下，預期全球電視機行業仍充滿挑戰。然而，隨著中國城鎮化進程的逐步推進，在傳統CRT電視機更新換代和智能電視機的不斷普及的需求帶動下，LCD電視機的市場需求仍然巨大。而中國政府實施節能補貼政策刺激消費，推廣符合節能標準的平板電視機等五類家電產品，也將成為帶動本集團電視機業務增長的動力。

本集團將繼續透過實行以「速度和效率」為主導的營運及營銷策略，致力通過產品創新、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，並繼續強化銷售渠道和品牌建設，進一步提高銷售量及市場份額，力爭完成本集團二零一三年全年1,800萬台LCD電視機的銷售量目標。

中國市場電視機業務方面，隨著高端及大屏幕電視機市場的需求穩定增長，將為本集團帶來更多契機。本集團將在品牌、產品、銷售方面鞏固智能雲電視機市場的領先優勢，持續深化「全雲戰略」，包括推出高端電視機子品牌Viveza及「火球計劃」八大系列智能雲電視新產品，為消費者帶來全新高端智能雲科技體驗。同時，本集團將繼續優化產品組合，提升智能雲電視機及3D電視機等高附加值產品的銷售量比重，並通過產業鏈整合降低成本及加快周轉速度，以維持產品平均售價及提升毛利率。此外，本集團將持續強化渠道建設，提升單店效率，以及積極把握第二季度多個黃金節日和假期的銷售機會，進行大規模的營銷推廣活動，藉以提高銷售量及市場佔有率。

海外市場方面，本集團將繼續實行穩健的經營策略，在新興市場抓緊向高端產品轉型的機會，致力提高LED背光液晶電視機及智能電視機的銷售量比重。本集團持續從兩個方面來提升競爭力，一方面堅持以速度、效率、成本控制為核心的策略，打造海外市場核心競爭力；另一方面持續增加對海外市場的品牌和市場推廣投入，塑造「年輕化、時尚化、國際化」的品牌形象，提升TCL品牌在海外市場的影響力。本集團亦繼續在新興市場積極開拓銷售渠道和提升整體營運效率，以提高整體競爭力。在歐洲及北美市場，本集團將繼續提升營運效率，加速新產品導入及提高銷售服務水平，促進在北美市場的銷售力度和加強品牌建設的投入。本集團將於海

外市場加強智能電視機推廣和推出超窄邊系列產品，預期智能電視機在新興市場將持續保持高速增長，而且將於第二季度起在各區域市場全面引入智能電視機產品，並加強在內容以及硬件、研發的投入來支援智能電視機在海外的銷售，加速海外市場智能電視機的普及。

通力電子業務方面，本集團將繼續加大在軟件開發和電聲研發方面的投入，以進一步提升在智能化配套產品的技術設計能力。同時，本集團將大力發展智能化配套產品及新型音訊產品如環繞聲產品(Sound Bar)，豐富其產品組合。

本集團將持續堅持以「速度與效率」為導向及實現質量型增長和精細化管理的目標，進一步優化產品組合，提升品牌影響力，繼續優化供應鏈管理和提高周轉速度，降低生產成本及費用率。同時，充分利用TCL集團公司的資源優勢，與深圳市華星光電技術有限公司和TCL通訊科技控股有限公司在產品、研發和管理等多方面尋求更多戰略合作，充分利用一體化垂直整合的優勢，致力提升其在全球電視機市場的領先地位，將TCL打造成更具國際影響力的全球品牌，為股東帶來豐厚的回報。

## 財務回顧

### 主要投資、收購及出售

截至二零一三年三月三十一日止三個月內並無重大投資、收購及出售。

### 流動資金及財務資源

本集團之主要金融工具包括銀行貸款、保理、現金和短期存款。使用這些金融工具之主要目的，是減低融資成本以維持本集團資金之延續性及以最低可行成本維持靈活性。

於二零一三年三月三十一日，本集團之現金及銀行結存共4,067,533,000港元，其中2.9%為港元、19.8%為美元、75.2%為人民幣、1.0%為歐元，而1.1%為其他貨幣以供海外業務所用。

可用信貸情況與截至二零一二年十二月三十一日止年度比較並無重大變化，於二零一三年三月三十一日亦概無任何根據融資租約持有之資產。

於二零一三年三月三十一日，由於本集團之已抵押存款及現金及銀行結存為4,896,259,000港元，較計息貸款額3,033,736,000港元為高，因此本集團之資本負債比率為零。借貸還款期為一至兩年。

### 資產抵押

於二零一三年三月三十一日，除附註7所披露外，本集團分別以132,304,000港元及721,885,000港元之若干金融工具及定期存款(二零一二年十二月三十一日：本集團分別以88,050,000港元及719,734,000港元之若干應收票據及定期存款)為852,403,000港元(二零一二年十二月三十一日：804,045,000港元)之若干應付票據作抵押。

### 資本承擔及或然負債

本集團之資本承擔及或然負債與二零一二年年報所概述之情況比較並無重大變化。

### 報告期後事項

於二零一三年四月十九日，深圳TCL新技術有限公司(「TCL新技術」，一間本公司之全資附屬公司)與深圳TCL光電科技有限公司(「深圳TCL光電科技」，一間TCL集團公司之非全資附屬公司)訂立一份俱樂部會籍收購協議，據此，TCL新技術同意進一步收購而深圳TCL光電科技同意出售高科技精英俱樂部之會籍權益(包括但不限於該位於中國深圳市南山區西麗中山園路1001號TCL科學園B8棟2-7層A-H型201-708單位及D4棟6層全層之物業的獨家佔用及使用權)作辦公室及工業研究用途，涉及之現金代價約為人民幣51,416,000元(相等於約63,756,000港元)。此交易已於二零一三年四月十九日完成。

### 外幣匯兌風險

本集團的業務及營運面向國際市場，因此亦需承受外匯交易及貨幣轉換的風險。

本集團的策略是中央處理外匯管理事宜，以監控公司所承受的總外匯風險，同時與銀行集中進行對沖交易。本集團強調以功能性貨幣進行貿易、投資及借貸的重要性，達致自然對沖效果。此外，本集團以穩健的財務管理策略為目標，故並無參與任何高風險的衍生工具交易或槓桿式外匯買賣合約。

## 僱員及酬金政策

本集團共有31,794名僱員，皆為幹勁十足之優秀人才。本集團僱員對工作充滿熱誠，致力確保產品及服務質優可靠。本集團已經參照現行法例、市況以及僱員及公司之表現，定期檢討酬金政策。為了令僱員與股東之利益一致，本公司根據購股權計劃向僱員授出購股權。已授出而於報告期間末尚未行使之購股權合共39,738,524股。

本公司亦於二零零八年二月六日採納了獎勵計劃（「獎勵計劃」），據此，受託人將於市場上以本集團授出之現金購入現有股份，並以信託形式代相關經甄選僱員持有，直至該等股份按該計劃之條文歸屬該相關經甄選僱員為止。

## 購買、出售或贖回股份

截至二零一三年三月三十一日止三個月內並無購買、出售或贖回股份。

## 企業管治

概無本公司之董事知悉任何資料合理顯示本公司於截至二零一三年三月三十一日止三個月內沒有全面遵守載於香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）附錄十四之企業管治守則及企業管治報告所載的守則條文（「守則條文」），惟偏離守則條文第D.1.4條及第F.1.1條除外。有關偏離之原因與本公司二零一二年年報所載者相同。

## 審核委員會

審核委員會已聯同本公司之管理層審閱本集團截至二零一三年三月三十一日止三個月之未經審核簡明綜合財務報表，包括本集團採納之會計原則。審核委員會由四名成員組成，包括本公司獨立非執行董事湯谷良先生（主席）、吳士宏女士及曾憲章博士以及本公司非執行董事黃旭斌先生。

## 本公司董事進行證券交易之標準守則

本公司已就本公司董事進行證券交易訂立標準守則，其條款不低於根據上市規則附錄十所載之上市公司董事進行證券交易之標準守則所規定之要求。經向全體董事作出特定查詢後，已確認彼等於回顧期內遵守標準守則所載之規定準則，以及本公司有關董事進行證券買賣之行為守則。

代表董事會  
主席  
李東生

香港，二零一三年四月二十四日

於本公佈日期，董事會成員包括執行董事李東生、趙忠堯、于廣輝；非執行董事羅凱栢、黃旭斌、薄連明、閔曉林；獨立非執行董事湯谷良、*Robert Maarten WESTERHOF*、吳士宏、曾憲章。