# TCL集团股份有限公司

证券代码:000100　证券简称:TCL集团　公告编号:2011-076

## 2011 半年度报告摘要

**§1 重要提示**

1.1 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证本报告所载资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

本半年度报告摘要摘自半年度报告全文,报告全文同时刊载于巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn),投资者欲了解详细内容,应当仔细阅读半年度报告全文。

1.2 没有董事、监事、高级管理人员对半年度报告内容的真实性、准确性、完整性无法保证或存在异议。

1.3 所有董事均出席了审议本次半年报的董事会会议。

1.4 本公司2011年半年度财务报告未经审计。

1.5 公司董事长李东生先生、主管会计工作负责人、会计机构负责人(财务总监CFO)黄旭斌先生声明:保证半年度报告中财务报告的真实、完整。

**§2 上市公司基本情况**

2.1 基本情况简介

| | |
|---|---|
| 公司法定中文名称 | TCL集团股份有限公司 |
| 中文名称缩写: | TCL集团 |
| 公司法定英文名称 | TCL Corporation |
| 英文名称缩写 | TCL Corp. |
| 公司法定代表人 | 李东生 |
| 公司注册地址 | 广东省惠州市仲恺高新技术开发区十九号小区 |
| 公司办公地址 | 广东省惠州市仲恺高新区惠风三路17号TCL科技大厦 |
| 邮政编码 | 516006 |
| 公司国际互联网网址 | http://www.tcl.com |
| 电子信箱 | ir@tcl.com |
| 公司选定的信息披露报纸名称 | 《证券时报》、《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》 |
| 公司年报刊登之互联网网址 | http://www.cninfo.com.cn |
| 公司年报报告备置地点 | TCL集团股份有限公司董事会办公室 |
| 公司股票上市交易所 | 深圳证券交易所 |
| 股票简称 | TCL集团 |
| 股票代码 | 000100 |

| | 董事会秘书 | 证券事务代表 |
|---|---|---|
| 姓　名 | 屠树毅 | 何静华 |
| 电　话 | 0755-33968898 | 0755-33313801 |
| 传　真 | 0755-33313819 | 0755-33313819 |
| 电子邮箱 | ir@tcl.com | ir@tcl.com |
| 联系地址 | 广东省深圳市南山区科技园高新南一路TCL大厦B座19楼 | 广东省深圳市南山区科技园高新南一路TCL大厦B座19楼 |
| 邮政编码 | 518057 | 518057 |

2.2 主要财务数据和指标

2.2.1 主要会计数据和财务指标

单位:(人民币)元

| | 本报告期末 | 上年度期末 | 本报告期末比上年度期末增减 |
|---|---|---|---|
| 总资产(元) | 61,793,204,805 | 53,478,059,361 | 15.55% |
| 归属于上市公司股东的所有者权益(元) | 10,836,593,609 | 10,274,347,533 | 5.47% |
| 股本(股) | 8,476,218,834 | 4,238,109,417 | 100% |
| 归属于上市公司股东的每股净资产(元/股) | 1.2785 | 2.4243 | 不适用 |
| | 报告期(1-6月) | 上年同期 | 本报告期比上年同期增减 |
| 营业总收入(元) | 27,354,897,907 | 23,166,483,067 | 18.08% |
| 营业利润(元) | 557,980,258 | -146,013,896 | 不适用 |
| 利润总额(元) | 1,011,696,071 | 288,661,883 | 250.48% |
| 归属于上市公司股东的净利润(元) | 538,507,495 | 157,609,223 | 241.67% |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润(元) | 279,107,333 | -103,496,629 | 不适用 |
| 基本每股收益(元/股) | 0.0635 | 0.0268 | 136.94% |
| 稀释每股收益(元/股) | 0.0635 | 0.0268 | 136.94% |
| 加权平均净资产收益率 | 5.10% | 2.90% | 2.20% |
| 扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率 | 2.64% | -1.90% | 4.54% |
| 经营活动产生的现金流量净额(元) | 578,881,428 | 158,249,800 | 265.80% |
| 每股经营活动产生的现金流量净额(元/股) | 0.0683 | 0.0269 | 153.90% |

注:1、2010年8月3日,本公司采取非公开发行股票方式发行了1,301,178,273股股份,发行完成后,公司总股本由2,936,931,144股变更为4,238,109,417股;

2、本公司于2011年5月19日实施2010年度资本公积每10股转增股份10股的分配方案,本次转增完成后,公司总股本由4,238,109,417股增加为8,476,218,834股。

本报告期内的基本每股收益、稀释每股收益以及每股经营活动产生的现金流量净额按照新股本数(8,476,218,834股)计算,上年同期的基本每股收益、稀释每股收益以及每股经营活动产生的现金流量净额以原股本数(2,936,931,144股)为基础,按同比例资本公积转增测算的股本数(5,873,862,288股)重新计算。

2.2.2 非经常性损益项目

√ 适用 □ 不适用

单位:(人民币)元

| 非经常性损益项目 | 金额 | 附注(如适用) |
|---|---|---|
| 非流动资产处置损益 | 78,053,437.00 | |
| 财政专项项目补助 | 269,298,438.00 | |
| 企业重组费用,如安置职工的支出、整合费用等 | -54,653,156.00 | |
| 除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外,持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益,以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益 | -13,255,852.00 | 注 |
| 除上述各项之外的其他营业外收入和支出 | 42,161,137.00 | |
| 所得税影响额 | -7,322,212.00 | |
| 少数股东权益影响额 | -54,881,630.00 | |
| 合计 | 259,400,162.00 | - |

注:持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益,以及处置交易性金融资产取得的投资收益:

(1)本报告期内公司投资交易性金融资产(债券投资)取得投资收益及公允价值变动收益约1,007万元,按照证监会关于非经常性损益的规定,确认为非经常性损益。

(2)本报告期内公司通过远期结、售汇方式规避汇率变动风险,未到期的外汇远期合约产生公允价值变动损失及已到期合约的交割损失共计约2332万元,按照证监会关于非经常性损益的规定,确认为非经常性损益。

**§3 股本变动及股东情况**

3.1 股份变动情况表

√ 适用 □ 不适用

单位:股

| | 2010年12月31日 | | 本次变动增减(+,-) | | | | | 2011年6月30日 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 数量 | 比例 | 发行新股 | 送股 | 资本公积转增 | 其他 | 小计 | 数量 | 比例 |
| 一、有限售条件股份 | 1,436,632,871 | 33.90% | 0 | 0 | 1,436,632,871 | -36,704,400 | 1,399,928,471 | 2,836,561,342 | 33.46% |
| 1.国家持股 | 0 | 0.00% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0.00% |
| 2.国有法人持股 | 375,728,325 | 8.87% | 0 | 0 | 375,728,325 | 0 | 375,728,325 | 751,456,650 | 8.87% |
| 3.其他内资持股 | 988,549,948 | 23.32% | 0 | 0 | 988,549,948 | 0 | 988,549,948 | 1,977,099,896 | 23.32% |
| 其中:境内非国有法人持股 | 853,195,548 | 20.13% | 0 | 0 | 853,195,548 | 0 | 853,195,548 | 1,706,391,096 | 20.13% |
| 境内自然人持股 | 135,354,400 | 3.19% | 0 | 0 | 135,354,400 | 0 | 135,354,400 | 270,708,800 | 3.19% |
| 4.外资持股 | 0 | 0.00% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0.00% |
| 其中:境外法人持股 | 0 | 0.00% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0.00% |
| 境外自然人持股 | 0 | 0.00% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0.00% |
| 5.高管股份 | 72,354,598 | 1.71% | 0 | 0 | 72,354,598 | -36,704,400 | 35,650,198 | 108,004,796 | 1.27% |
| 二、无限售条件股份 | 2,801,476,546 | 66.10% | 0 | 0 | 2,801,476,546 | 36,704,400 | 2,838,180,946 | 5,639,657,492 | 66.54% |
| 1.人民币普通股 | 2,801,476,546 | 66.10% | 0 | 0 | 2,801,476,546 | 36,704,400 | 2,838,180,946 | 5,639,657,492 | 66.54% |
| 2.境内上市的外资股 | 0 | 0.00% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0.00% |
| 3.境外上市的外资股 | 0 | 0.00% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0.00% |
| 4.其他 | 0 | 0.00% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0.00% |
| 三、股份总数 | 4,238,109,417 | 100.00% | 0 | 0 | 4,238,109,417 | 0 | 4,238,109,417 | 8,476,218,834 | 100.00% |

2011年4月15日公司2010年度股东大会审议通过《本公司2010年度利润分配及资本公积转增股本预案》,本次分配以公司2010年12月31日股份总数4,238,109,417股为基数,以资本公积向全体股东每10股转增股份10股,共计转增4,238,109,417股,本次转增完成后公司总股本增加为8,476,218,834股,本次转增股本于2011年5月19日完成。

3.2 前10名股东、前10名无限售条件股东持股情况表

单位:股

| 股东总数 | | | | | 522,377户 |
|---|---|---|---|---|---|
| 前10名股东持股情况 | | | | | |
| 股东名称 | 股东性质 | 持股比例(%) | 持股总数(股) | 持有有限售条件股份数量(股) | 质押或冻结的股份数量(股) |
| 惠州市投资控股有限公司 | 国有法人 | 9.80 | 830,572,858 | 173,439,308 | 328,000,000 |
| 深圳市平安创新资本投资有限公司 | 境内一般法人 | 5.69 | 482,566,472 | 482,566,472 | - |
| 李东生 | 境内自然人 | 5.42 | 459,833,600 | 349,375,200 | 76,458,400 |
| 西部建元控股有限公司 | 境内一般法人 | 3.78 | 320,000,000 | 320,000,000 | 320,000,000 |
| 盟科投资控股有限公司 | 境内一般法人 | 3.78 | 320,000,000 | 320,000,000 | 320,000,000 |
| 苏宁电器集团有限公司 | 境内一般法人 | 3.41 | 289,017,342 | 289,017,342 | - |
| 深圳市远致投资有限公司 | 国有法人 | 3.41 | 289,017,342 | 289,017,342 | - |
| 广东恒健投资控股有限公司 | 国有法人 | 3.41 | 289,000,000 | 289,000,000 | - |
| 上海浦东发展银行-长信金利趋势股票型证券投资基金 | 基金 | 2.10 | 177,778,800 | - | - |
| 上海融晟置业投资顾问有限公司 | 境内一般法人 | 2.05 | 173,420,000 | 173,420,000 | 173,420,000 |
| 前10名无限售条件股东持股情况 | | | | | |
| 股东名称 | | | 持有无限售条件股份数量 | 股份种类 | |
| 惠州市投资控股有限公司 | | | 657,133,550 | 人民币普通股 | |
| 上海浦东发展银行-长信金利趋势股票型证券投资基金 | | | 177,778,800 | 人民币普通股 | |
| 李东生 | | | (注)110,458,400 | 人民币普通股 | |
| 中国银行-易方达深证100交易型开放式指数证券投资基金 | | | 64,426,590 | 人民币普通股 | |
| 中国工商银行-融通深证100指数证券投资基金 | | | 52,102,341 | 人民币普通股 | |
| TCL集团股份有限公司工会工作委员会 | | | 48,800,642 | 人民币普通股 | |
| 惠州弘日投资有限公司 | | | 44,250,000 | 人民币普通股 | |
| 中国银行-嘉实沪深300指数证券投资基金 | | | 26,791,900 | 人民币普通股 | |
| 株式会社东芝 | | | 23,733,446 | 人民币普通股 | |
| 中国工商银行-华夏沪深300指数证券投资基金 | | | 19,160,000 | 人民币普通股 | |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明 | 1、惠州弘日投资有限公司的法定代表人李海英女士为李东生先生之胞妹。<br>2、未知其他持无限售条件流通股股东之间是否存在关联关系以及是否属《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。<br>3、惠州市投资控股有限公司系国有法人股股东。 | | | | |

注:本公司董事长、CEO(首席执行官)李东生先生持有本公司股份459,833,600股。其中有限售条件的流通股共计349,375,200股,包括:2010年度认购非公开发行144,508,800股、高管股78,666,400股以及2009年度认购非公开发行126,200,000股,剩余110,458,400股为年内自动解禁25%的无限售条件流通股份之余额。

3.3 控股股东及实际控制人变更情况

截至报告期末,本公司第一大股东惠州市投资控股有限公司持有本公司830,572,858股股份,占公司总股本的9.8%。

根据《公司法》第217条的规定(“控股股东”是指:其出资额占有限责任公司资本总额百分之五十以上或者其持有的股份占股份有限公司股本总额百分之五十以上的股东;出资额或者持有股份的比例虽然不足百分之五十,但依其出资额或者持有的股份所享有的表决权已足以对股东会、股东大会的决议产生重大影响的股东”。“实际控制人”是指:虽不是公司的股东,但通过投资关系、协议或者其他安排,能够实际支配公司行为的人”),本公司不存在控股股东或实际控制人。

**§4 董事、监事和高级管理人员情况**

4.1 董事、监事和高级管理人员持股变动

√ 适用 □ 不适用

单位:股

| 姓名 | 职务 | 年初持股数 | 本期增加股份数量 | 本期减少股份数量 | 期末持股数 | 其中:持有限制性股票数量 | 期末持有股票期权数量 | 变动原因 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 李东生 | 董事长、CEO(首席执行官) | 232,916,800 | 232,916,800 | 6,000,000 | 459,833,600 | 0 | 0 | 资本公积转增股本、二级市场出售 |
| 杨小鹏 | 副董事长、执行董事 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 无变动 |
| 韩方明 | 副董事长、执行董事 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 无变动 |
| 薄连明 | 执行董事、总裁(COO) | 534,894 | 401,170 | 133,724 | 802,340 | 0 | 0 | 资本公积转增股本、二级市场出售 |
| 赵忠尧 | 执行董事、高级副总裁 | 2,371,652 | 2,371,652 | 0 | 4,743,304 | 0 | 0 | 资本公积转增股本 |
| 丁远 | 独立非执行董事 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 无变动 |
| 陈盛泅 | 独立非执行董事 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 无变动 |
| 叶月坚 | 独立非执行董事 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 无变动 |
| YingWu(吴鹰) | 独立非执行董事 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 无变动 |
| 杨杏华 | 监事会主席(股东代表监事) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 无变动 |
| 米新滨 | 职工代表监事 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 无变动 |
| 张东华 | 股东代表监事 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 无变动 |
| 黄旭斌 | 财务总监(CFO) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 无变动 |
| 史万文 | 高级副总裁 | 1,712,599 | 1,712,599 | 0 | 3,425,198 | 0 | 0 | 资本公积转增股本 |
| 贺成明 | 高级副总裁 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 无变动 |
| 郑爱平 | 高级副总裁 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 无变动 |
| 袁冰 | 高级副总裁 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 无变动 |
| 屠树毅 | 董事会秘书 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 无变动 |
| 合计 | -- | 237,535,945 | 237,402,221 | 6,133,724 | 468,804,442 | 0 | 0 | -- |

注:根据公司《章程》(2011年6月20日修订),公司高级管理人员包括CEO(首席执行官)、总裁(COO)、财务总监(CFO)、高级副总裁、董事会秘书。

**§5 董事会报告**

(一)公司总体经营情况概述

公司于2007年末通过建立“四大产业集团”和“两个业务群”的“4+2”产业模式,将公司所有业务分类,聚焦核心产业,并在2009年底按“国际化、液晶产业链垂直拓展和自主创新三条主线”的立体模型来描述公司的发展战略。经过几年的发展,原来的产业模式和战略描述已不能涵盖公司目前的发展现状,为了更清晰描述公司未来发展的战略,公司将按照基于“三个能力”(工业能力、技术能力、全球化运营能力)的新的立体价值模型来描述企业发展战略,其中,“工业能力”包括效率、速度和成本控制、制造工艺与质量、关键部品开发与创新、产业链纵深拓展;“技术能力”包括知识产权保护及标准制定、基础软/硬件平台开发、消费者洞察和创意设计、新技术快速集成和应用、工业设计、云端内容服务;“全球化运营能力”包括全球市场运作、全球供应链整合、全球化资源布局及利用、全球化文化组织、产业内部及外部协同。公司并根据各产业企业的自身特点和发展现状,搭建以“TCL多媒体、TCL通讯、华星光电和TCL家电集团”为四大产业,以“系统科技事业本部、泰科立集团、新兴业务群、投资业务群、翰林汇公司、房地产”为六大业务的“4+6”的新产业组织架构,使公司业务架构更为清晰。

2011年上半年公司实现营业总收入273.55亿元,同比增长18.08%;销售收入266.39亿元,同比增长17.45%。其中,多媒体电子产业实现销售收入110.27亿元,占比41.40%;移动通讯产业实现销售收入38.55亿元,占14.47%;家电产业实现销售收入40.86亿元,占15.34%。按区域划分,国内实现销售收入163.63亿元,占61.43%,同比增长24.62%;海外实现销售收入102.75亿元,占38.57%,同比增长7.60%。2011年上半年公司实现净利润5.39亿元,同比增长241.67%,其中二季度比一季度环比增长41.44%;扣除非常性损益的净利润为2.79亿元(去年同期为-1.03亿元)。

报告期内,公司各业务持续提升运营效率和管理能力,以市场为导向进行产品布局,重点加强市场拓展和网点建设,提高营销质量,提升了公司的内含增长率;同时,公司积极增强国际化经营能力,推进研发、采购、生产及销售的全球化,不断提升品牌力和产品力,使得报告期内集团各主营业务海外市场实现全面提升。从各产业经营表现来看,公司多媒体电子业务(即TCL多媒体“剔定了以‘速度和效率’为主导的营运和营销策略,重点从营销力、产品力和后台营运能力等方面提升整体竞争力,通过资源整合降低产品成本,加快营运周转,并且不断优化产品结构,以加强产品竞争力。同时,亦加强中国农村市场的渠道建设及增加二、四级城市的网点建设,加上成功的市场推广策略,同时遵循“营销CE化、运营IT化的主导思想,实现了整体相乃为益,移动通讯业务(即TCL通讯)积极强化研发能力,在保持低端市场优势地位的同时,向中高端产品延伸,推进智能手机的开发,取得销量和业绩的双增长;家电业务重点加强了产品开发团队、供应商体系和销售网络的建设工作,国内空调和冰洗的销售网店数量同比增长59%和12%,成功推动业绩大幅增长;华星光电8.5代液晶面板生产线项目进展顺利,8月8日项目投产启动,点亮了首块产品,这标志着华星光电从项目建设阶段正式转向全面生产经营阶段,标志着公司的自主创新项目取得了重大突破,是公司构建液晶显示全产业链战略和华星光电发展史上的重要里程碑。此外,公司的系统科技、房地产、翰林汇等其他业务在经营业绩上也是稳中有升,有力地促进了公司的整体发展。

报告期内,公司被认定为首批国家级创新型企业,推出了一系列符合消费者需求的创新性产品,受到业内好评。年初,公司的创新产品智能互联网3D电视在美国第四十四届国际消费电子展(CES)上荣膺“2011CES全球年度品质平板电视”和“2011CES年度最佳全能3D电视”双项大奖,P6100系列摘得2010年度最佳满意度产品”奖和“先驱中国”2010-2011年度最佳全能3D技术大奖;5月,公司产品还在2011智能电视市场发展论坛“智能之纹视觉之妙”一举包揽了“最具影响力智能电视品牌”和“2011年最佳画质智能3D电视”双项大奖。

2011年,公司加大实施品牌战略,将企业形象、产品推广与品牌宣传同步推进。期内,公司继续与中国男篮携手合作,以主赞助商身份支持中国男篮备战即将到来的亚锦赛和奥运会,致力于推动国家体育事业的同时打造积极进取的企业形象;TCL还成为《歌华金刚3》的国际联合推广伙伴,以更具国际化和感染力的方式向全球消费者展示TCL先进的3D显示技术,成功地进行了产品品牌与企业形象的宣传。同时,公司作为拥有30年发展历程的民族企业,也积极投身于希望工程、环境保护、资助贫困学子等社会公益活动,充分履行企业的社会责任。

(二)公司主营业务及其经营情况

5.1 主营业务分行业、产品情况表

单位:(人民币)万元

| | 主营收入 | 主营成本 | 毛利率 | 主营业务收入同比变化 | 主营业务成本同比变化 | 毛利率增减 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| TCL多媒体 | 1,102,744 | 925,278 | 16.09% | 2.65% | 0.53% | 1.77% |
| TCL通讯 | 385,454 | 273,427 | 29.06% | 27.21% | 24.24% | 1.69% |
| 家电集团 | 408,645 | 362,182 | 11.37% | 92.26% | 89.91% | 1.09% |
| 泰科立集团 | 86,189 | 80,942 | 6.09% | 14.65% | 21.23% | -5.09% |
| 翰林汇 | 560,119 | 534,516 | 4.57% | 12.00% | 11.56% | 0.37% |
| 房地产 | 16,174 | 10,172 | 37.11% | 733.94% | 593.50% | 12.74% |

5.2 主营业务分地区情况

单位:(人民币)万元

| | 2011年上半年 | | 2010年上半年 | | 主营收入比上年增减 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 主营收入 | 比重 | 主营收入 | 比重 | |
| 中国内地 | 1,636,330 | 61.43% | 1,313,098 | 57.90% | 24.62% |
| 香港及海外 | 1,027,525 | 38.57% | 954,909 | 42.10% | 7.60% |
| 合计 | 2,663,855 | 100% | 2,268,007 | 100.00% | 17.45% |

5.2.2.主要财务指标分析

(1)销售收入同比增长:

上半年公司实现销售收入266.39亿元,同比增长17.45%,其中,国内收入同比增长24.62%,海外收入同比增长7.6%。

(2)经营业绩同比改善

上半年公司整体实现净利润5.39亿元,较上年同期增长241.67%,扣除非经常性收益后的净利润2.79亿元(去年同期为-1.03亿元)。

(3)应产周转加快

报告期内公司存货周转同比加快13天,应收帐款周转同比加快4天。

(三)主营业务回顾与展望

多媒体电子产业

报告期内,TCL多媒体遵循“速度效率”、“团队担当”的工作主题,实施有效的“端到端”业务模式和“全民看周转”计划,对供应链系统进行全面改善,优化产品结构、缩减运营环节,加快周转,提高运营效率,实现了市场导向型的组织构架。1-6月份,多媒体产业实现销售收入110.27亿元(人港币计131.56亿元),较2010年上半年增长2.65%(人港币折算增长7.5%),实现净利1.23亿元(人港币计1.31亿元),实现扭亏为盈。

期内,TCL多媒体持续优化产品组合和型号,重点开发LED背光液晶电视机、3D电视机、互联网及智能电视机,推出几大系列多个型号的新产品,实现液晶电视销量403.26万台,较2010年同期上涨23.93%,其中,LED背光液晶电视机占比快速提升,报告期内的销售比重已提升至34.19%;另外,TCL多媒体还率先将行业领先的逐行扫描3D技术运用于LED超级智能电视机,并在中国市场首家同时推出Windows和Android操作系统智能电视机,实现了两个操作系统自动识别及切换的技术突破,还在电视机全封闭设计、互联网升级支持APP应用及拉丝铍印工艺等重要技术上实现突破。

在AV产品方面,TCL多媒体在稳定去年业务的基础上,与国际品牌开拓合作关系,令客户层面进一步扩大。期内共推出了152个新产品,包括DVD、蓝光、影音及数码多媒体广播产品。虽然销售量较去年同期上升22.31%,达约950万台,但由于成本上升以及客户对低成本方案的产品需求增加,导致毛利率同比下降。因此在成本和物流具有优势的区域筹建了海外工业基地并已批量出货,加上实行提高人均生产效率等措施,一定程度纾缓了成本上升的压力,加强了产品竞争力。

多媒体产品按区域销售构成:

单位:(千台)

| | 2011年1-6月 | 2010年1-6月 | 变动 |
|---|---|---|---|
| LCD电视机 | 4,033 | 3,254 | 23.93% |
| 其中:LED背光液晶电视机 | 1,379 | - | - |
| 中国市场 | 2,527 | 2,055 | 22.98% |
| 海外市场 | 1,506 | 1,199 | 25.60% |
| CRT电视机 | 2,243 | 2,836 | -20.91% |
| 中国市场 | 601 | 993 | -39.48% |
| 海外市场 | 1,642 | 1,843 | -10.91% |
| 电视机总销售量 | 6,276 | 6,090 | 3.05% |
| AV产品总销售量 | 9,504 | 7,770 | 22.32% |

中国市场

报告期内,TCL多媒体积极改善产品组合,精简产品线,大力提升LED背光液晶电视机于LCD电视机的销售结构比重,加大3D电视机的推广力度,同时通过资源整合降低成本及加快存货周转速度,取得理想表现,销售收入较去年同期上升9.76%。上半年,多媒体共推出13个新系列,31个新产品,液晶电视机的销售量达252.67万台,较去年同期上升22.98%,LED背光液晶电视机已占比提升至36.21%,销售量达91.50万台,其中,二季度销量比一季度环比增长26.92%。

上半年,TCL多媒体改革初见成效,推广质量明显提高,周转率显著提升,通过大幅优化产品组合和型号,集中资源打造明星产品,产品生命周期得到有效管理。期内TCL多媒体在国内推出一系列新产品并发布全球首款3D用户接口的超级智能互联网电视机,受到市场欢迎。随着三、四线城市及乡、镇、农村市场进一步崛起,TCL多媒体正积极进行渠道建设,提升农村销售网络的覆盖率及单店效率,推动乡镇加盟店建设、建立城市渠道可控性管理、全面推动电子商务和直销渠道发展。重点提升农村渠道网点的覆盖率及单店效率,上半年已增加约2,990个网点,同时,积极强化城市及农村终端销售能力并进行标准化管理,不但提高了门店销售数量及销售效益,而且提升了集团品牌认知度及美誉度,进一步强化品牌优势。

海外市场

为满足消费者对LCD电视机产品的需求,TCL多媒体在海外市场加大LCD电视机和LED背光液晶电视机的销售,海外市场表现理想。期内LCD电视机销售量达150.59万台,较去年同期上升25.60%。由于新兴市场需求保持强劲增长,TCL多媒体通过持续提升渠道管理和产品推广能力,成功推行以市场为导向的市场推广策略及推出多元化产品组合,以提升品牌形象和市场份额,同时改善供应链管理,以实现加快存货周转速度的目标,因而带动新兴市场LCD电视机销售量较去年同期大幅上升124.3%,其中巴西、印度尼西亚、泰国等重点市场实现销售量突破。

此外,TCL多媒体在欧洲市场加强销售管理,继续加大TCL品牌产品的销售比重,并强化风险控制,改善存货周转成效显现;同时,在北美市场开拓区域性销售渠道并开始销售TCL品牌产品。

展望

下半年,TCL多媒体的经营环境仍然充满机遇与挑战。随着传统销售旺季的来临,预期下半年产品销售量将优于上半年,基于报告期内的销售表现及下半年的预测,TCL多媒体已将2011年LCD电视机全年的销售目标由850万台上调至960万台。然而,进一步严峻的通胀形势和国家对房地产市场的调控措施又将一定程度上影响市场对电视机的消费需求。为了实现全年的经营目标,TCL多媒体将继续贯彻“速度效率”、团队担当”工作主题,持续改善运营效率。首先通过与华星光电联动,在产品规划上紧密合作,加大垂直一体化整合力度,增强对产业链的控制和影响,提升产品竞争力;其次,全面提升高端电视(含3D智能电视)的占比,强化获硬件的开发、丰富内容及应用,推进智能化的发展。另外,持续提升中国市场销售力,加强提升销售公司运营效率,深化TCL王牌专卖店建设,提升农村有效网点数等工作。在海外业务上,TCL多媒体将继续把握新兴市场产品转型及连锁销售渠道迅速发展的时机,提升渠道管理和加大产品推广力度,以争取市场份额及提升盈利能力。同时,在欧洲市场进一步优化供应链,继续实行双品牌策略,以自有品牌和工业销售的业务模式经营。另外,TCL多媒体在北美市场将持续控制经营风险,并加强TCL品牌建设,通过寻求创新销售渠道,拓展全国性销售渠道,以及对策略OEM重点客户提供工业支持,进一步加强策略性合作关系。

AV业务方面,TCL多媒体将凭借积累的技术和客户优势,拓展新产品线,其中具备网络功能的媒体播放器将投入市场。同时,开拓TCL自有品牌产品,包括卫星机顶盒、环绕声(Sound Bar)产品等,面对经营成本不断增加,TCL多媒体持续通过生产工艺的改善、生产效率的提高及全球化产业链的布局,以降低生产成本,加强产品竞争力。

移动通讯产业

虽然受到全球手机需求增长放缓及日本地震的影响,TCL通讯2011年上半年销量依然保持了稳定的增长,期内,TCL通讯实现销售收入38.55亿元(人港币计46亿元),同比增长27.21%(人港币折算增长33.19%);实现净利润3.27亿元(人港币计3.91亿元),同比增长48.64%(人港币折算增长55.85%)。

2011年上半年手机分区域的销量及同比增长:

单位:(千台)

| | 2011年1-6月 | 2010年1-6月 | 同比增减% |
|---|---|---|---|
| 海外市场 | 17,758 | 12,899 | 37.67% |
| 中国市场 | 1,693 | 1,329 | 27.39% |
| 合计 | 19,451 | 14,228 | 36.71% |

2011年,TCL通讯确定了“保持在低端机型的优势,巩固在中端机型的强势,提升3G及Android产品的开发能力”的整体经营策略,在丰富中低端产品结构的同时加大对高端智能手机的研发投入。报告期内,TCL通讯持续提升内部研发能力,于2011年2月及5月分别在宁波及成都成立研发中心,加快高端智能手机开发速度,现在拥有技术研发人员达2000人,为通讯业务向高端化、智能化发展奠定了基础。TCL通讯上半年已推出57款新品,包括多个3G、Android产品,受到市场一致好评,并与Orange、Vodafone、T-Mobile、Telefonica及America Movil等全球主要电讯运营商取得合作。TCL通讯还加强对供应链的管理,在改善生产工艺和流程的基础上,强化供应商的保障能力以及前后台的协作能力,在人力成本大幅上升的情况下,单台制造成本稳定可控,保持行业领先优势。

针对中国市场异常激烈的竞争环境,TCL通讯通过开放渠道拓展、提升终端销售力、加大网络建设、并与主要运营商建立紧密合作,针对性地进行市场开拓等方式,有效推动了销售的持续增长。同时,公司加快高端产品推出步伐,在中国市场推出的WCDMA制式3G智能手机TCL A906,标志着TCL通讯的战略性开发迈出了重要的一步。随着销售网点的增加和营销渠道的扩大,公司功能手机的销量也稳步增长。与此同时,公司积极进行海外市场拓展,加强营销渠道建设,加深与海外运营商的合作,积极挖掘具发展潜力市场,持续推动海外销售的稳步增长,其中,拉美地区同比增长35.57%,欧洲、中东及非洲地区同比增长45.19%。

下半年,TCL通讯将继续坚持高、中、低端结合的多元化产品策略,加强与运营商的合作,挖掘潜在的广阔市场,通过加强对3G和Android产品的投入,不断提升产品定义能力和研发能力,缩短与竞争对手的差距,并持续完善供应链管理,加强成本控制能力,提升公司产品竞争力;同时,加大中国区市场投入,争取在下半年有进一步的突破。

华星光电

本公司投资建设的华星光电8.5代液晶面板项目(下称“华星光电”)是深圳市建市以来投资额最大的工业项目,也是依靠自主创新、独立建设的国内最高世代液晶面板生产线项目。华星光电于2010年3月15日开始打桩建设,通过项目管理、经营体系建设、技术创新、专利策略等方面的积极创新,以及科学合理的设计生产工艺流程,在17个月的时间内完成了包括阵列厂、成盒厂及彩膜厂、模组厂等72万平方米主体厂房的基建和装修、设备和动力安装,供排水和化学气体设施建设、生产设备调试和联动,制程工艺的调整和完善等工作,已于2011年8月8日启动首期设备投产,这标志着华星光电从项目建设阶段逐步转向生产经营阶段。

华星光电现有员工2,295人,其中来自台湾、韩国等海外专业人员192人,来自国内具有相关产业经验的专业人员110人,核心团队拥有多年液晶面板高世代线的工作实践经验,具有较高的研发、生产能力及技术水平。目前,华星光电已申请技术专利276项,其中发明专利231项;另外已从海外购买技术专利101项。华星光电技术研发中心成立了四个特别实验室,已经完成了32寸和46寸LED电视模组的研发。并以国际标杆企业为目标,开展最新的生产制程和工艺以及最新产品技术的研究和导入。

与此同时,与华星光电有关的配套厂商的建设也顺利进行。华星光电将同步内置生产彩色滤光膜;旭硝子TFT-LCD玻璃基板项目于2011年6月23日正式开工建设,预计2012年3季度实现量产;近期,华星光电还与LG化学签署战略合作意向书,在平板显示用偏光片、光阻等材料方面展开技术和生产业务合作。本公司和台湾宏齐科技有关LED光源的合资项目也在6月签约。

预计华星光电今年四季度末开始量产(18,000张玻璃大板/月),并继续进行后期的设备安装调试,计划明年底项目将全部达产(100,000张玻璃大板/月)。届时,公司将实现打通液晶显示全产业链的战略目标,成为国内首家拥有液晶电视全制程和大规模生产能力的企业。华星光电与TCL多媒体的联动将增强公司的供应链管控能力,发挥研发一体化的优势,提升运营效率,在成本控制、节约物流费用,切实提高了企业的综合竞争能力。

家电产业

TCL家电在2011年提出了以“市场为导向”的理念,大力拓展三、四级市场,战略联盟关键供应商,完善产品规划及品质管控能力,有效提升了经营管理效率,同时受益于消费升级,以及“家电下乡”、“节能惠民”等扶持政策的拉动,TCL家电期内销售收入同比增长92.26%,达到40.86亿元。

TCL家电产品销售数据

(单位:千台)

| | 2011年1-6月 | 2010年1-6月 | 同比增减% |
|---|---|---|---|
| 空调 | 1,940 | 1,109 | 74.93 |
| 冰箱 | 426 | 357 | 19.33 |
| 洗衣机 | 283 | 192 | 47.40 |

报告期内,TCL家电加强了产品研发力度,推出了多款新产品,提升了公司产品竞争力,同时加强了中国市场销售网点建设力度,空调和冰洗的销售网店数量较去年同期快速增长59%和12%,使得空调、冰箱、洗衣机产品销量较去年同期实现大幅增长。TCL家电目前有空调217款、冰箱117款(包含冷柜)、洗衣机73款,电磁炉4款中标“家电下乡”,为更好地支持“家乡下乡”,TCL家电加大资金投入力度用于产品研发、技术改进及人才招募,并在农村四、五级市场共计拓展农村新网点6000多家,同时根据农村市场客户需求,公司进行了店面形象改造,并专门成立家电下乡小组,建立网络问题快速反应通道,力争最短时间内解答并解决客户问题。

下半年,TCL家电继续加强在三、四级市场的渠道建设,拓展渠道数量,提高渠道质量,推进TCL王牌专卖店,以专卖店建设为切入点,发挥协同效应,整合客户资源。同时,加大新品研发投入力度,提升产品竞争力,积极推进“创建产品低成本、运营低费用率的发展模式”。

系统科技

系统科技事业本部主要从事商用显示、安防产品和民用数码等业务,期内公司增强研发骨干力量,加大研发投入,申请专利27项,并持续提升产品研发和设计能力,协同整合供应链,实现产品(系统、终端)销售新突破,上半年新产品上市57个,新品收入比重达18.83%;在行业渠道方面,公司通过探索变革商用显示和智能家居业务经营模式,已签约行业代理和SI近400家,全年计划拓展至1000家;公司还开展技术培训,打造营销工程师队伍,同时加强财务管理,提高资产运营效率与经营效益,确保业绩稳定增长。

下半年,公司将梳理事业本部整体战略,进一步大力强化人力资源与专业团队建设,继续推进商用显示经营模式变革,逐步向中高端市场拓展;并加强与相关企业的技术和产品合作,加强技术积累和产品突破,提升产品竞争力,实现规模突破。增强安防产品的竞争力,积极推动渠道建设,提升各产品在细分市场的占有率,确保安防监视器下半年稳居安防行业前三名,执法记录仪力争成为行业第一位。

部品业务

公司部品业务持续围绕家电部品产业链及手持终端部品产业链进行产品结构调整与升级,报告期内实现销售收入8.62亿元,较2010年同期略有增长。