证券代码:000100　证券简称:*ST TCL　公告编号:2007-053

TCL集团股份有限公司 2007年半年度报告摘要

§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。

本中期报告摘要摘自中期报告全文,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,应当仔细阅读中期报告全文。

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

未出席董事姓名	未出席会议原因	受托人姓名
曾宪章	出差	朱友植
Rudy Provoost	出差	李东生

1.4 本公司中期财务报告未经审计。

1.5 公司董事长李东生先生,会计机构负责人袁冰先生声明:保证本中期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

股票简称	*ST TCL	
股票代码	000100	
上市证券交易所	深圳证券交易所	
	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王红波	何陟华
联系地址	广东省深圳市科技园高新南一路TCL大厦	广东省深圳市科技园高新南一路TCL大厦
电话	0755-33313811	0755-33313801
传真	0755-33313819	0755-33313819
电子信箱	ir@tcl.com	ir@tcl.com

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(%)	
		调整前	调整后	调整前	调整后
总资产	18,582,110,524	22,020,429,390	22,051,909,707	-15.61%	-15.73%
所有者权益(或股东权益)	3,122,047,472	3,060,468,627	3,065,236,806	2.01%	1.85%
每股净资产	1.20713	1.18332	1.18517	2.01%	1.85%
	报告期(1-6月)	上年同期		本报告期比上年同期增减(%)	
		调整前	调整后	调整前	调整后
营业利润	-51,300,812	-1,584,534,593	-1,605,884,555	-96.76%	-96.81%
利润总额	16,197,276	-1,722,647,360	-1,743,997,322	不适用	不适用
净利润	45,093,771	-737,558,360	-746,408,920	不适用	不适用
扣除非经常性损益后的净利润	4,867,146	-609,275,632	-690,217,887	不适用	不适用
基本每股收益	0.0174	-0.28520	-0.2886	不适用	不适用
稀释每股收益	0.0174	-0.28520	-0.2886	不适用	不适用
净资产收益率	1.44%	-17.64%	-17.82%	19.08%	19.26%
经营活动产生的现金流量净额	178,480,445	-307,711,900			不适用
每股经营活动产生的现金流量净额	0.069	-0.119			不适用

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
非流动资产处置损益	-30,116,377
计入当期损益的政府补助,但与公司业务密切相关,按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外	118,544,553
企业重组费用,如安置职工的支出、整合费用等	-11,792,135
除上述各项之外的其他营业外收支净额	-4,548,924
可转换债券未实现公允价值变动损益	-6,697,611
所得税影响	-3,579,893
少数股东分占非经常性损益	-21,582,988
合计	40,226,625

2.2.3 国内外会计准则差异

□ 适用 √ 不适用

§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

	本次变动前		本次变动增减(+,-)						本次变动后	
	数量	比例	发行新股	送股	公积金转股	其他	小计		数量	比例
一、有限售条件股份	1,343,416,891	51.94%	0	0	0	-1,037,678,967	-1,037,678,967		305,737,924	11.82%
1.国家持股	332,176,676	12.84%	0	0	0	-129,336,568	-129,336,568		202,840,118	7.84%
2.国有法人持股	0	0.00%	0	0	0	0	0		0	0.00%
3.其他内资持股	626,690,614	24.23%	0	0	0	-557,351,990	-557,351,990		69,338,624	2.68%
其中:境内非国有法人持股	279,255,354	10.80%	0	0	0	-209,916,730	-209,916,730		69,338,624	2.68%
境内自然人持股	347,435,260	13.43%	0	0	0	-347,435,260	-347,435,260		0	0.00%
4.外资持股	384,549,601	14.87%	0	0	0	-351,010,419	-351,010,419		33,539,182	1.30%
其中:境外法人持股	384,549,601	14.87%	0	0	0	-351,010,419	-351,010,419		33,539,182	1.30%
境外自然人持股	0	0.00%	0	0	0	0	0		0	0.00%
二、无限售条件股份	1,242,914,253	48.06%	0	0	0	1,037,678,967	1,037,678,967		2,280,593,220	88.18%
1.人民币普通股	1,242,914,253	48.06%	0	0	0	1,037,678,967	1,037,678,967		2,280,593,220	88.18%
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	2,586,331,144	100.00%	0	0	0	0	0		2,586,331,144	100.00%

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	315,403				
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	持有有限售条件股份数量	质押或冻结的股份数量
惠州市投资控股有限公司	国有法人	12.84%	332,176,675	202,860,118	0
PHILIPS ELECTRONICS CHINA B.V.	境外法人	6.30%	162,855,739	69,338,624	0
TCL集团股份有限公司工会工作委员会	境内非国有法人	4.23%	109,468,667	33,539,182	0
李东生	境内自然人	3.77%	97,562,400	0	0
ALLIANCE FORTUNE INTERNATIONAL LIMITED	境外法人	1.55%	40,016,440	0	0
株式会社东芝	境外法人	1.04%	26,866,723	0	0
洪燕芬	境内自然人	0.92%	23,820,000	0	0
郑传烈	境内自然人	0.67%	17,318,987	0	0
吕忠丽	境内自然人	0.58%	14,916,740	0	0
汕头市金平区侨兴贸易有限公司	境内非国有法人	0.54%	13,851,949	0	0

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
李东生	97,562,400	人民币普通股
ALLIANCE FORTUNE INTERNATIONAL LIMITED	40,016,440	人民币普通股
株式会社东芝	26,866,723	人民币普通股
洪燕芬	23,820,000	人民币普通股
郑传烈	17,318,987	人民币普通股
吕忠丽	14,916,740	人民币普通股
汕头市金平区侨兴贸易有限公司	13,851,949	人民币普通股
中国建设银行-博时裕富证券投资基金	8,991,913	人民币普通股
招商银行股份有限公司-德盛优势股票证券投资基金	8,800,000	人民币普通股
杨利	7,679,022	人民币普通股
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述本公司持有限售条件流通股股东之间不存在关联关系。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。	

3.3 控股股东及实际控制人变更情况

□ 适用 √ 不适用

§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

姓名	职务	年初持股数	本期增持股份数量	本期减持股份数量	期末持股数	变动原因
李东生	董事长,总裁,CEO(首席执行官)	121,953,000	0	24,390,600	97,562,400	非交易过户(财产分割)
陈石东	副董事长、非执行董事	0	0	0	0	无变动
郑传烈	副董事长、执行董事	19,888,987	0	2,570,000	17,318,987	二级市场出售
薄连明	执行董事、副总裁	863,192	0	150,000	713,192	二级市场出售
韩方明	执行董事	0	0	0	0	无变动
Rudy Provoost	非执行董事	0	0	0	0	无变动
朱友植	独立非执行董事	0	0	0	0	无变动
杨世忠	独立非执行董事	0	0	0	0	无变动
项兵	独立非执行董事	0	0	0	0	无变动
陈盛泉	独立非执行董事	0	0	0	0	无变动
曾宪章	独立非执行董事	0	0	0	0	无变动
杨杏华	监事长	0	0	0	0	无变动
杨利	监事	8,486,205	0	807,183	7,679,022	二级市场出售
曾永东	监事	0	0	0	0	无变动
严勇	高级副总裁	2,109,596	0	527,399	1,582,197	二级市场出售
赵忠尧	高级副总裁	5,442,937	0	1,360,734	4,082,203	二级市场出售
史万文	副总裁	2,283,465	0	570,866	1,712,599	二级市场出售
杨伟强	副总裁	6,386,777	0	1,596,694	4,790,083	二级市场出售
易春雨	副总裁	1,254,642	0	223,661	1,030,981	二级市场出售
刘飞	副总裁	0	0	0	0	无变动
袁冰	财务总监	0	0	0	0	无变动
王红波	董事会秘书	0	0	0	0	无变动

上述人员持有本公司的股票期权及被授予的限制性股票数量

□ 适用 √ 不适用

§5 董事会报告

5.0 公司总体经营情况概述

1. 报告期内公司实现净利润4,509.3万元;营业利润-5,130.1万元,同比减亏96.8%;主营业务收入179.9亿元,同比下降23.7%,其中多媒体电子产业实现销售收入92.0亿元,占51.2%,移动通信产业实现销售收入20.4亿元,占11.4%;

2. 公司实现整体盈利,主要得益于主营业务盈利能力的改善、全面有效的成本控制及主要亏损源的消除。报告期内,两大支柱性产业-多媒体电子(TCL多媒体)与移动通讯(TCL通讯)的经营业绩均得到较大改善,TCL多媒体的净亏损同比下降86%,实现综合毛利率18%,同比上升2个百分点;TCL通讯继续盈利,实现净利润306万元。

彩电业务方面,公司关闭了亏损的TTE欧洲业务,造成公司以往亏损的主要源头得以消除,同时公司以无边界集中的全新业务模式重新启动了欧洲业务。此外,北美市场、新兴市场及战略OEM经营业绩均得到不同程度的提高。这些都为公司下半年的新产品开发及经营增长扫清了道路。手机业务方面,上半年公司侧重成本控制与库存清理,尤其重点控制惠州生产基地的成本,公司尽可能将手机的生产转移到具成本优势的惠州生产基地,以有效降低生产成本;各主要产业通过对客户、生产线及国内外的销售渠道进行梳理,大幅降低了经营成本;通过清理库存,使得公司整体库存水平大幅下降,营运现金流得到改善。

5.1 主营业务分行业、产品情况表

单位:(人民币)万元

主营业务分行业、产品情况						
分行业或分产品	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年同期增减(%)	营业成本比上年同期增减(%)	毛利率比上年同期增减(%)
多媒体产品	919,978	764,913	16.86%	-37.41%	-38.05%	0.86%
其他家电产品	222,126	184,829	16.79%	-10.42%	-10.97%	0.51%
移动电话	204,497	168,854	17.43%	-21.15%	-24.70%	3.89%
电脑	320,089	302,165	5.60%	16.72%	16.72%	0.00%
电话机	27,498	24,040	12.58%	33.90%	37.06%	-2.01%
低压电气	23,157	15,787	31.83%	13.09%	15.85%	-1.62%
IT产品	7,561	6,413	15.18%	58.86%	64.56%	-2.94%
其他	73,613	55,604	24.46%	21.67%	5.98%	11.18%
合计	1,798,519	1,522,605	15.34%	-23.72%	-24.36%	0.72%

其中:报告期内上市公司向控股股东及其子公司销售产品和提供劳务的关联交易总金额为0.00万元

5.2 主营业务分地区情况

单位:(人民币)万元

地区	营业收入	营业收入比上年增减(%)
中国大陆	1,007,848	-2.26%
海外地区	790,671	-40.39%
合计	1,798,519	-23.72%

5.2.1 主营业务回顾与展望

(1)多媒体电子产业:

报告期内多媒体电子产业的盈利状况得到改善,净亏损同比下降86%;实现销售收入92亿元,同比下降37.41%;销售彩电707万台,同比下降35%;实现综合毛利率16.86%,同比上升0.86%。

截至2007年6月30日未经审计的各地区销量表:　单位(万台)

	2007上半年	2006上半年	变动(%)
电视销售台数	706.8	1088	-35%
-中国区	333.2	373.5	-11%
-欧洲和北美	115.3	270	-57%
-新兴市场和战略OEM	258.3	444.5	-42%

销售收入的下降主要缘于关闭亏损的原欧洲业务中心而导致欧洲收入缩减,以及CRT电视和背投电视市场的萎缩。虽然如此,据iSuppli2007年第二季度调查数据显示,公司目前依然排在全球电视生产商前三名(按销量排名),占总市场销量的8%。另外,公司在中国微烈的竞争环境中继续保持着无可争议的市场领导地位,包括“乐华”品牌在内,中国市场份额达22%。

报告期内,公司结束了亏损的原欧洲业务中心,欧洲新业务模式的成效也开始显现;另外,公司逐渐在北美市场实现了其全球营运的协同效应。因此,公司的新欧洲业务及北美业务成本持续降低,使这些地区在此期间的经营成果与去年同期相比得到大幅改善。与此同时,公司在新兴市场业务中心采取了预防性措施来梳理运营,调整业务模式并将营运重心重新聚焦在盈利及对海外销售分公司的整合上;战略OEM业务也推动了一系列提高效率的方案,故取得了健康的回报。

报告期内,全球电视市场竞争日益激烈,国际公司竞相打价格战,并纷纷加大了在产品新功能开发上的投入以吸引消费者的注意。尽管如此,公司仍然能够继续保持在CRT市场的战略优势并逐步建立在LCD市场的竞争力。跟随全球的发展步伐,公司继续加强在平板和数字电视产品方面的投入,几乎所有在此期间投放的新产品都围绕这两种类型,高端电视占到总体电视销售收入的30.7%。

报告期内,公司继续深化供应链和制造运营的改善,以期进一步增强价格竞争力、灵活度以及对质量的专注。在这些改善行动下,公司优化了在惠州和南海生产基地的LCD制造能力,也提升了墨西哥和波兰工厂在CRT方面的生产能力。与此同时,公司还有选择地与屏供货商加强了战略伙伴关系。公司将研发重点放在LCD产品上,特别是要建立软件设计能力以及稳定产品平台。同时,公司正在精简CRT产品线,以期待在此方面获得更优化的成本结构。

TCL多媒体通过供股及发行五年期可转换债券,其筹集资金18.76亿港元,账面10.72亿港元的银团贷款已全额偿还,偿还该银团贷款后,TCL多媒体及本公司的流动负债得以大幅降低,负债结构及偿债能力得到良好改善。同时,该融资为TCL多媒体提供了资源,以确保未来投资项目保持竞争力并抓住未来市场先机。

- 中国市场

报告期内,中国市场依然是本公司最大的收入和利润来源,占公司彩电总体收入的57%。上半年,本公司推出了14款新的CRT机型,其中包括高增长的超薄CRT产品,以及11款新的LCD型号。总体来讲,LCD电视出货量同比上升了130%,高端产品销售占整体销售量的39%,超薄CRT电视继续稳步增长,同比出货量上升9.7%。这使得本公司在各个类型产品的销量方面都是增长最快的电视品牌之一,位于行业的前沿。

报告期内,在产品销量方面,中国电视市场仍然在快速增长,无论是一级大城市市场还是中小市场(其中包括了较小型的三、四级城市、乡村市场等)都以不同速度在增长,这是由于LCD销量快速上升抵消了CRT的销售下降。LCD的销售量在乡村市场的增长速度比城市市场还要快,而本公司一直以来在中小市场都占据优势地位,这样的大趋势下,将有利于本公司进一步渗透到中小LCD市场,从而减轻CRT销售下降所带来的影响。

- 北美和欧洲市场

报告期内,由于欧洲区的销售大幅度下降,本公司在欧美市场的出货量大幅下降57%至115.3万台。但是,整体运营亏损也与去年同期相比大幅下降了69%。展望未来,本公司希望能够从梳理后的北美运营模式中受益,并建立一个可持续的新欧洲业务模式。

欧洲

报告期内,公司完成了亏损的原欧洲业务的清算工作,至此,公司不再承担自2006年10月开始的重组所产生的任何债务。更重要的是,本公司以无边界集中的业务模式重新启动了新欧洲业务。同时销售品牌产品(例如“Thomson”和其它品牌)和OEM产品。新的业务单位自2007年上半年开始向欧洲客户供货,最初目标是29.8万台,实际销售38.7万台。

虽然价格有所下降,但是品牌业务线仍然取得了比原欧洲业务更好的毛利率。由于降价因素、关闭原欧洲业务产生的各种诉讼、以及围绕新业务建立的供应链未能及时到位也不同程度影响了整体的经营业绩。不过相信梳理后的供应链、大幅减少的经常开支和涵盖欧洲主要零售商的精选客户群都将帮助新的业务中心稳步发展。

北美

报告期内,北美业务中心仍然持续进行营运方面的大力改善,以面对严峻的价格战及适应从CRT向平板电视迅速转型的市场变化。同时,公司正进一步实施全球协同效应,并争取从中获得收益。

为了保持竞争力,北美业务中心对客户服务进行了重新评估,以适应市场需求及推出新产品。这些因素帮助公司的CRT业务取得优于行业平均水平的业绩,LCD销售也较去年同期增长了149%,高于同业95%的增长率。2007年上半年共推出了25款新的电视机型,其中14款LCD和11款数码CRT。根据Synovate的统计,公司占到北美7.4%的市场份额(按销量计算),LCD市场的份额也有所提升。

随着市场迅速向平板产品转型,公司也把市场和销售的重心转向了平板,公司在上半年针对LCD产品开展了几个研发和供应链项目,预计会在下半年见到成效。

- 新兴市场及战略OEM

报告期内,尽管战略OEM业务取得了长足的发展并贡献了一些利润,但新兴市场总量的下降使这两部分业务的总体销售收入受到影响。

新兴市场

新兴市场近年来发展迅速,但随着行业转型,公司有意识地通过提前收缩和重组迎接市场变化。报告期内,新兴市场业务中心投入大量精力来重新聚焦销售和市场营销,并进一步优化供应链。2007年上半年关闭了若干经营不善的销售分公司,对其他一些分公司的经营进行了改造,重点放在有利润的增长而不是仅仅追求市场份额。这些措施会使新兴市场的销售收入短期下滑,但有利于新兴市场提早完成转型布局。在一些传统较强的东南亚地区如菲律宾和越南以及澳大利亚仍然保持着强劲的势头,公司直接参与同国际公司在当地的竞争。在越南,公司占到13.7%的市场份额,市场排名第三。在菲律宾,占到12.5%的市场份额,市场排名第四。今后公司将加大在南美和中东等有潜力市场的销售和营销力度。

战略OEM

一直以来,公司战略OEM业务的成长主要基于以具备国际竞争力的价格向国际知名品牌公司提供优质的CRT电视产品。但是报告期内的销量有所下降,主要原因是美国的CRT市场进一步萎缩。随着LCD等平板电视在世界上各主要市场快速增长,公司所面临的挑战将是如何利用以往良好的客户关系以及OEM的经验来抓住平板电视方面的OEM机会,同时与其主要客户继续保持在发展中地区CRT电视供货商的地位。在今年下半年,公司主要精力将放在争取LCD订单,同时将继续提高和改善CRT制造的竞争力。

- 展望

2007年下半年,公司将着力于强化各主要市场的核心竞争力,公司还将继续努力取得协同效应,为未来的市场变化做好充分的准备。在中国市场,这包括积极主动地加大三、四级城市市场和主要分销管道的渗透力度,推动公司在LCD市场获取更大份额。对于OEM业务,公司将持续提高营运效率,特别是供应链和产品设计方面。北美的扭亏依然是公司的主要目标之一,自并购Thomson以来,公司已经成功地大幅减少北美的亏损,还需加强执行和严格控制成本以取得进一步的突破。在新兴市场,公司将完成对一些分公司的重组,建立关键市场的健康经营基础,这将为未来的业务增长提供保障。此外,公司将以利润和加强与关键零售商的关系为主导开始重启欧洲的销售。

在制造和研发方面,公司将继续推动研发、工业设计、产品规划等领域的改善,以便提高供应链的灵活性和缩短交货时间。制造效率已经帮助公司在CRT市场取得了规模和优势,加上在技术上的合理投入,也将会有助于公司在LCD市场的竞争中获胜。

(2)移动通信产业:

公司移动通讯产业在第一季度盈利的基础上,第二季度继续盈利;报告期内,共销售移动电话421万台,销量同比下降23%。销量下降主要由于新产品上市集中于下半年,大部分于2007年6月份上市的产品将在下半年实现销售。

TCL通讯在海外和中国的销量如下表:

截至2007年6月30日未经审计的分地区手机销量表

单位(万台)

	2007年1-6月	2006年1-6月	变动(%)
海外	376.7	484.3	-22%
中国	44.2	60.1	-26%
合计	420.9	544.4	-23%

报告期内,公司通过重组供应链以及清理存货使运营和财务状况得到持续改善。为加强全球成本控制,公司首要举措是尽力将手机生产安排在惠州,利用惠州作为全球生产基地,使成本大幅降低。关闭欧洲的物流中心,从而令物流成本在2007年第二季度取得大幅改善。同时,公司重新梳理物流公司及服务供货商,与其协商谈判,从而使全球物流和运输成本持续降低。此外,公司于报告期内全力清理存货,令存货水平大幅降低,从而为新产品的成功推出扫除障碍,亦进一步加强了公司的营运资本。

市场营销方面:中国市场 — 由于销售和分销渠道重组的影响,中国市场在报告期内的业绩恢复缓慢。EMEA市场(欧洲、中东以及非洲地区)— EMEA手机市场竞争持续升温,公司在西班牙、葡萄牙、意大利和荷兰的表现令人鼓舞,业绩增长主要由营运商所带动。EMEA其它市场,如俄罗斯、独联体等国家则由于入门级换代产品竞争激烈而导致销量有所下滑。LATAM市场(拉丁美洲)— 竞争尤其突出,公司的手机销售表现也受到全球营运商和分销商清理存货的影响,并未达到预期目标;但公司顺利清理完了该业务中心的换代存货产品。同时,公司也进一步加强和发展同主要营运商的合作关系;为了进一步降低营运成本,公司启动了惠州生产基地,直接生产并出口产品至LATAM市场。APAC市场(亚太地区)— 公司在APAC业务也稳步开展,公司在菲律宾保持稳定的市场份额,同时也在台湾地区和马来西亚展开业务合作;公司继续开拓印度市场,向当地营运商推介公司入门级手机产品。为推进营运商市场,公司在当地还采取了原始设备设计商(ODM)的产品销售策略。

产品研发方面,公司上半年共推出6款Alcatel手机型号,其中2款为CDMA手机,14款TCL手机型号。新产品功能十分丰富,包括触摸屏、触摸按键、EL背光和省电功能。Alcatel产品的研发侧重于以超薄和时尚的外观设计,以及适中价格定位的入门级手机,比如运动和防水功能的手机型号,以及带触摸屏、全上网浏览、省电控制功能的多媒体手机。与此同时,TCL品牌的多媒体手机更是包括了2M的自动聚焦拍照、Wepzone和移动感应器功能;此外还推出了双模GSM手机,具有待机时间长、太阳能电池、大屏幕、一键式等功能。这些产品不但功能丰富,且价格非常有竞争力,受到主流营运商的一致好评。2007年下半年,公司计划推出24款TCL型号手机。

预计2007年下半年,通过销售和分销渠道重组,公司在中国市场将健康经营。从新的战略角度出发,LATAM市场的订单绝大部分将直接由中国生产基地制造,以尽量节省开支。就CDMA业务而言,除了已开拓的市场外,公司将进一步开拓新的市场。公司对2007年全年实现1300万台的销售目标仍持乐观态度。销售数量的增长动力来自于三条全新的产品线,即U7直板系列、U7C系列和C7系列。这些新产品得到了客户的积极反馈,下半年工厂的产能已经基本饱和。此外,虽然公司预计下半年手机平均售价将略有下降,但由于公司新产品所具备的成本优势,公司相信新产品利润能得到按季改善;并且销量的提升将有助于进一步增强公司竞争力,从而有助于公司实现2007年全年盈利的目标。

(3)数码电子产业:

2007年上半年集团实现TCL品牌电脑销售30.2万台,同比下降20.8%;集团TCL品牌电脑业务实现销售收入8.66亿元,同比下降30.7%;报告期内实现毛利率9.7%,同比略有上升。公司电脑整体销售收入下滑主要是受台式机市场均价及本公司电脑产品销量下降的影响。

报告期内,市场竞争环境没有根本性转变,表现依然激烈,竞争重点也由过去的台式机转为以笔记本为核心的对市场需求的争夺。为此,公司积极采取差异化营销策略,通过设计差异化的产品和营销手段来争夺份额,并取得良好效果。此外,公司成本控制效果明显,经营成本较去年同期大幅下降,这主要得益于07年笔记本市场推广费用减少、与供应商通力配合降低成本、及从产品设计源头开始至销售终端的全面成本控制。

报告期内,公司共新推出2款笔记本,其中一款T45在第五届“娱乐之星”年度IT产品评选中荣获SantaRosa最具超值产品奖。新推出的台式机包括锐翔K6、精鼎C3、精鼎K。这些新产品自上市以来受到了媒体及消费者的广泛关注,销量节节攀升。尤其通过与传统教育行业内优秀企业的技术与商业合作,开创了跨行业强强合作的成功典范,为公司增添了新的利润增长空间。

07年下半年笔记本市场需求持续增大,前景乐观;台式电脑消费需求将从家庭购买转向中小企业采购,总量仍将保持在8%左右的同比增长。为适应这一市场竞争趋势,公司营销重心将从家庭用户转向中小企业用户,同时随下半年政府采购放量,将配合新渠道拓展主攻百个城市的政府采购。一直以来,TCL电脑在消费趋势和需求上都有着敏锐的触觉,能紧紧把握主流技术更新换代的脉搏。07年公司将通过发挥自身上下游资源优势及技术创新优势,紧跟市场需求。07年公司台式及笔记本产品的研发方向将以普及型产品满足大众化市场需求为导向,形成高性价比的产品优势;通过差异化产品价值创新,满足高价值客户的消费需求和企业品牌的提升。新技术研发方面,公司将继续3C互联互通平台技术的研究,未来两年重点放在PC与TV相关联的应用开发上,通过核心软件平台的打造实现数字家庭应用解决方案。

(4)家电产业:

2007年上半年公司实现空调销售93.9万台,同比下降12.7%;冰箱35.7万台,同比下降5.9%;洗衣机24.9万台,同比上升15.08%。家电产业共实现销售收入22.2亿元,同比下降10.4%,实现综合毛利率16.8%。

报告期内,空调市场竞争依然激烈,内销一线品牌不断挤压二、三线的生存空间;外销一线品牌大打价格战。为应对市场竞争,公司通过产品的差异化策略,将以往的单纯价格战升级为价值战,同时,为降低交易风险,公司调整销售模式,内销模式由“连锁直营”转为“全面代理”或者“包销定制”方式合作,从而提高市场份额;公司通过清理历史遗留问题,恢复了客户信心,核心客户和主流渠道也得到稳固,同时也加快了应收账款周转速度,由此提高了公司营运资金使用效率。外销方面,公司调整了战略客户的合作方式,在追求销量的同时进一步提高盈利,公司经营效率提高。报告期内,空调成本控制收效明显,通过采取多项成本控制措施,公司经营成本如设计成本、采购成本、工艺成本均明显下降。此外,尽管07年国内洗衣机行业需求结构出现调整、渠道竞争激烈、主要原材料价格连续上涨以及行业内全面推行的能耗政策等一系列不利因素,报告期内公司的洗衣机销售同比仍有较大的增长。

5.2.2 公司经营中的问题、困难及对策:

从2006年开始,全球彩电需求迅速从CRT电视向平板电视过渡,转型初期,由于以LCD电视为主的上游面板价格的快速下降,对公司的供应链管理能力提出更高要求。公司积极面对这一变化,重建了以LCD电视为核心的供应链体系,从研发、采购、新品上市、库存管理、售后服务等各个环节进行供应链优化,整体供应链效率大幅提升;同时,公司通过向上游液晶电视模组延伸,提升价值链空间,公司计划通过定向增发筹集近14亿元投资于两个液晶电视模组项目,有望成为国内第一个拥有液晶电视模组生产的厂商,为公司实现继续成为全球最大彩电生产商、并在平板领域成为具竞争力的供应商之一的企业目标奠定基础。

2007年国内手机市场竞争依然激烈,高端手机制造商实行渠道下沉策略,市场上各品牌间的价格战更为激烈,品牌凝聚力开始减弱。面对这一竞争格局,公司一方面积极调整市场营销策略,借助海外市场的优势撬动中国市场,将手机市场重心转移到中国,同时重启阿尔卡特品牌手机;另一方面,建立新的品牌战略,赋予“TCL”品牌新的生命力,即“创意感动生活”,提高TCL品牌的凝聚力;最后,公司实行全面的成本控制与库存清理,为公司轻装上阵实现经营增长扫清道路。

2007年国内电脑市场竞争的重心由去年的台式机转为今年绝对以笔记本为核心的对市场需求的争夺,竞争仍以产品的性价比为主,而1-3线城市渠道销售成本上升。对此,集团坚持以产品的差异化营销来分割市场,设计不同的产品与营销手段进行市场争夺,并取得效果;另一方面,集团通过降低推广成本、原材料策略囤货、及从产品设计源头开始至销售终端的全面成本控制,有效降低了经营成本与原材料成本,提高了公司盈利能力。

5.3 主营业务及其结构发生重大变化的原因说明

□ 适用 √ 不适用

5.4 主营业务盈利能力(毛利率)与上年相比发生重大变化的原因说明

□ 适用 √ 不适用

5.5 利润构成与上年度相比发生重大变化的原因分析

□ 适用 √ 不适用

5.6 募集资金使用情况

5.6.1 募集资金运用

√ 适用 □ 不适用

单位:(人民币)万元

募集资金总额	251,340		本报告期已使用募集资金总额		130.21
			已累计使用募集资金总额		226,491
承诺项目	拟投入金额	是否变更项目	实际投入金额	产生收益情况	是否符合计划进度	是否符合预计收益
偿还银行贷款	57,000	否	57,000	7,522	是	是
2.4G无绳电话	17,700	是	2,700	295.36	否	否
企业信息化改造	19,500	否	3,790.86	577.80	否	否
物流平台技术改造	18,500	否	18,500	-2,175.82	是	否
新型微显示器	19,375	否	10,000	-11,662.07	否	否
半导体制冷	19,500	是	0	0	否	否
收购兼并	100,000	是	40,000	10,810.68	否	否
合计	251,575	-	131,990.86	5,367.95	-	-
未达到计划进度和收益的说明(分具体项目)	1、2.4无绳电话项目因外部环境变化,未能达到预期收益,剩余资金1.5亿元变更补充流动资金;2、企业信息化改造项目重点投入在2007、2008年,其效益主要体现为管理成本的降低;3、物流平台技术改造项目已于2005年完成,亏损原因主要由于项目前期开发所致;4、新型微显示器项目亏损原因主要是外部市场环境已发生重大变化且前期大量研发投入所致,根据公司的有关安排,由于市场等因素的变化,公司决定放慢该项目的投资进度,视市场情况决定投入的时间和规模。5、半导体制冷项目1.95亿元已变更补充流动资金;6、收购兼并项目部分资金6亿元已变更补充流动资金;					
变更原因及变更程序说明(分具体项目)	1、“2.4GHz数字无线语音及数据网项目(以下简称“2.4G无绳电话”)”总投资额17,700万元,已投资2,700万元,剩余投资资金15,000万元;“半导体制冷系统技术开发(以下简称“半导体制冷”)”总投资额19,500万元,剩余投资资金19,500万元。因外部投资、市场环境已发生重大变化,公司通过大量的市场调研和充分论证,认为在以上项目存在和实施的前提发生重大变化的背景下,实施以上项目将面临很大的风险和不确定性,经公司2005年第一次临时股东大会同意,对2.4G无绳电话终止对半导体制冷项目的投入。以上项目共计剩余资金34,500万元,变更为补充公司流动资金。2、“兼并收购国内外与本集团主导产业相关的多媒体电子及白色家电企业或组建合资企业(以下简称“兼并收购”)”总投资额100,000万元,已投资12,855万元,剩余87,145万元。由于公司上市后,主业之一的手机业务进行了跨国购并,投入5,500万欧元与阿尔卡特组建合资公司(通过自有外汇资金和境外银行贷款解决),而彩电业务因并购后业务规模扩大,也需要补充一部份营运资金。董事会认为两个购并项目的整合任务艰巨,如果在目前公司资金压力较大的情况下继续实施大规模的兼并收购将可能会进一步分散公司的资源,使公司面临较大的风险,因此董事会认为将募股资金中的60,000万元购并资金变更为补充公司流动资金更符合公司现况。此提案已经公司2005年第一次临时股东大会批准。					
尚未使用的募集资金用途及去向	1、“企业信息化技术改造”项目主要包括对公司现有管理信息系统进行改造,建立一套以公司为中心,涵盖下属各企业及各地分公司的物流、资金流、信息流的信息管理系统。截至2007年6月30日,该项目实际投资额为3,790万元,剩余资金15,710万元。根据公司的安排,该项目的重点投入是在2007年及2008年,其效益指标主要体现为管理成本的降低。2、“新型微显示器项目”项目实际投资额为10,000万元(全部投入TCL光电科技(深圳)有限公司),剩余资金9,375万元。根据公司的有关安排,由于市场等因素的变化,公司决定放慢该项目的投资进度,视市场情况决定投入的