

# TCL

# 2023 年度业绩报告

TCL电子控股有限公司

TCL ELECTRONICS HOLDINGS LIMITED

于开曼群岛注册成立之有限公司

(股份代号: 01070.HK)

# INSPIRE GREATNESS



# 目录

1

市场环境

2

整体业绩

3

分部表现

4

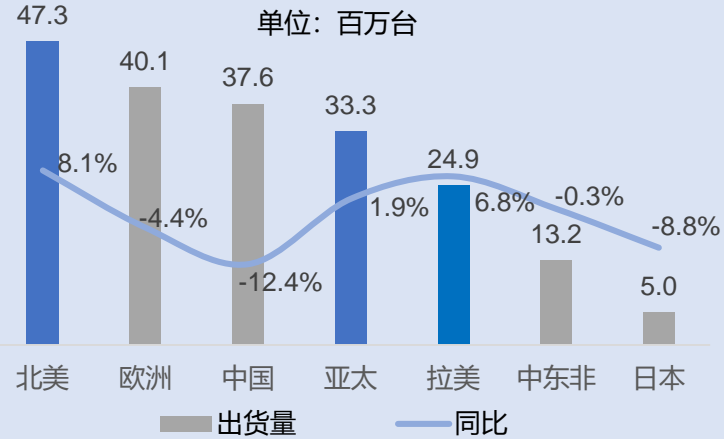
未来展望

1

# 市场环境

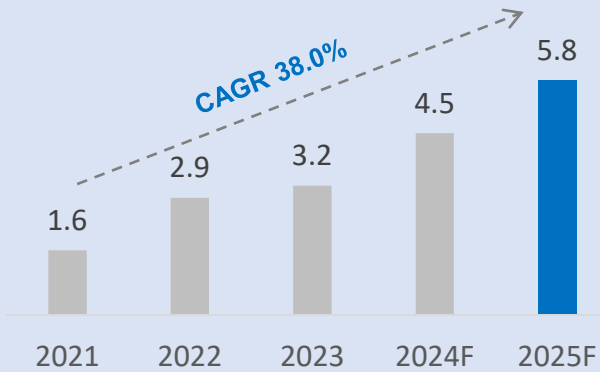


## 2023年全球TV出货量2亿台 同比降0.9%<sup>1</sup>



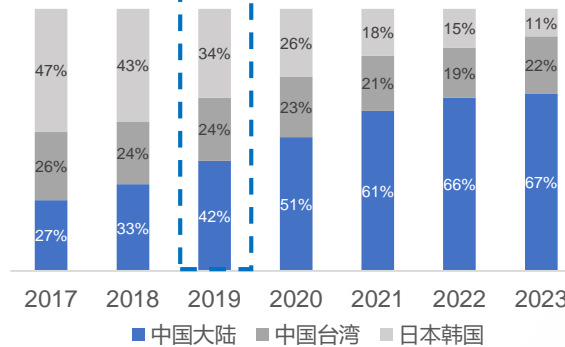
## Mini LED TV全球出货量预测<sup>2</sup>

单位：百万台



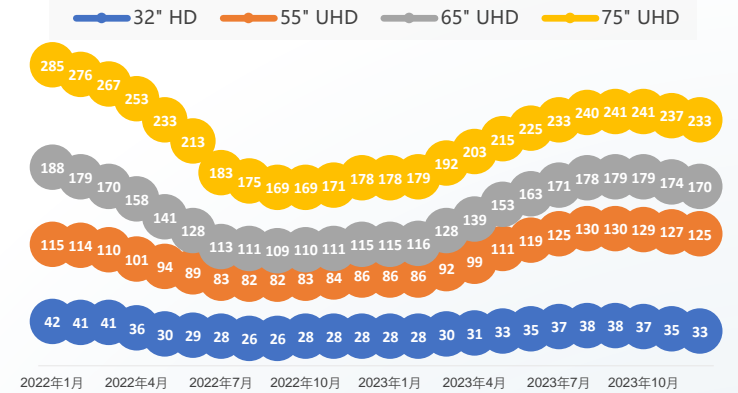
## 面板厂商产能面积份额<sup>2</sup>

2019年中国大陆产能赶超日韩



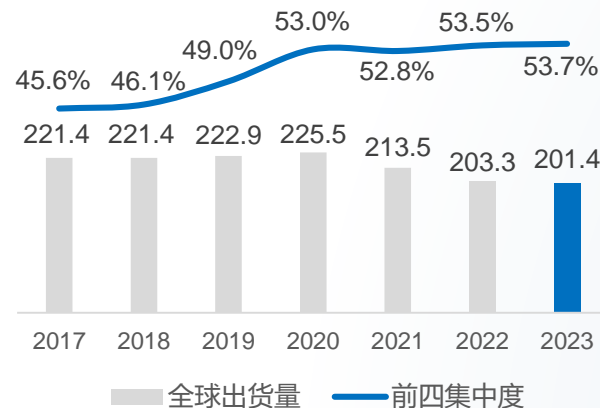
## 面板价格走势<sup>2</sup>

单位：美元

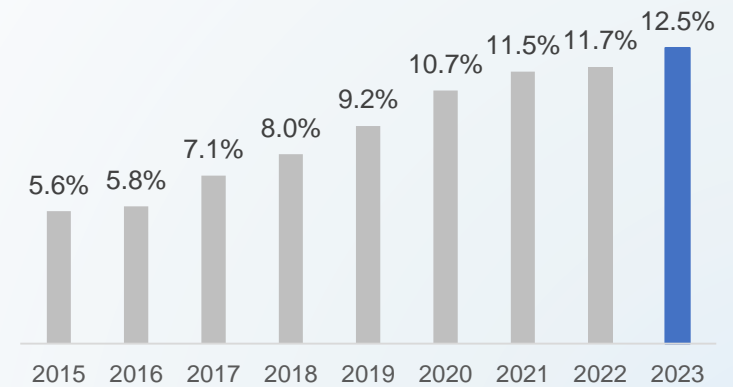


## 全球TV出货量及前四品牌集中度<sup>1</sup>

单位：百万台



## TCL智屏全球出货量市占率<sup>1</sup>



数据源：1.Omdia 2. 群智咨询



## 空冰洗市场规模稳定<sup>1</sup>，分销业务可挖掘市场空间较大

2023-2028年年增速预计 >5% 2-5% 0-2% <0%

单位：人民币



家用空调  
3,058亿元



中央空调  
2,121亿元



热泵  
613亿元



洗衣机  
2,074亿元



冰箱  
3,002亿元



## 细分新赛道成长有机会也有不确定

单位：人民币



新能源

光储目标市场规模<sup>2</sup>

2028年  
3,056亿元

国内户用光伏

992 亿元  
市场空间稳定

国内工商业光伏

1,480 亿元  
CAGR 14%

国内电站运维

58 亿元  
CAGR 25%

海外光储

525 亿元  
CAGR 7%



新趋势

2027年AR硬件行业  
全球收入和用户数预测<sup>3</sup>



收入  
313亿美元



用户  
1亿

空冰洗分销

空间巨大  
相对稳定

提市占  
稳盈利

新赛道

增长潜力强劲

拓规模  
第二增长曲线

数据源：1. 公司预测数据 2. 公司预测数据，仅包括户用与工商业 3. Statista

2

## 整体业绩

---

智屏出货量稳健增长 创新业务表现亮眼



TCL智屏全球出货量

2,526万台 同比+6.2%



65吋及以上TCL智屏出货量

621万台 同比+35.3%  
占整体比重+5.3个百分点至24.6%



TCL Mini LED智屏全球出货量

同比+180.1%

TCL量子点智屏全球出货量

同比+116.1%



创新业务收入

186.4亿港元 同比+78.5%

其中：光伏业务收入

63.0亿港元 同比+1,820.3%

盈利能力增强 维持高派息政策



收入

789.9亿港元  
同比+10.7%<sup>1</sup>



毛利

147.6亿港元  
同比+12.5%



毛利率

18.7%  
同比+0.3个百分点



归母净利润

7.4亿港元  
同比+66.4%



经调整归母净利润

8.0亿港元  
同比+14.0%

运营效率提升 财务状况稳健



存货周转天数  
69天

同比↓9天



现金周转天数  
33天

同比↓14天



整体费用率<sup>2</sup>  
15.1%

同比↓1.5个百分点



现金及现金等值项目  
107.4亿港元

同比↑14.3%



建议派发年度股息  
16.0港仙

派息比率达50%

附注：

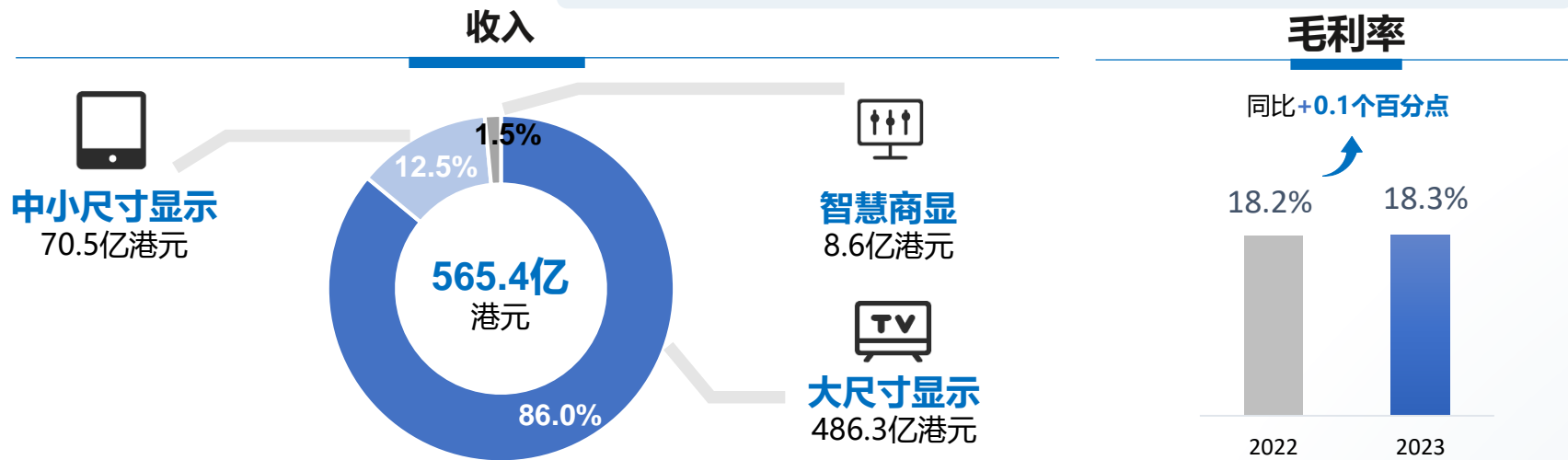
1. 若剔除人民币折算成港币的汇率折算影响，2023年整体收入按人民币计算同比增长15.8% 2. 整体费用包含销售及分销支出和行政支出



# 2023年业绩亮点 | 承压环境下显示业务稳定发展，新业务收入持续高增长态势

依托大尺寸显示业务全球领先优势，显示业务稳定发展，毛利率稳步提升

## 显示业务

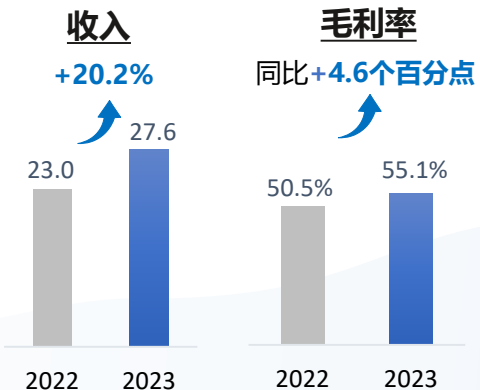


TCL X11G Max 领曜QD-Mini LED电视

## 互联网业务 盈利贡献持续增长

单位: 亿港元

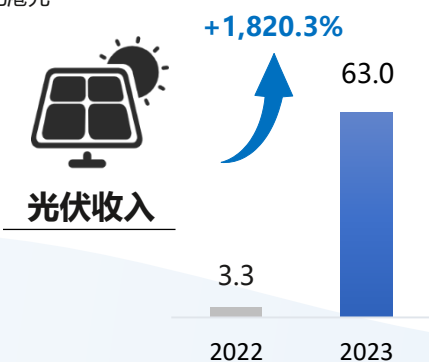
## 互联网业务



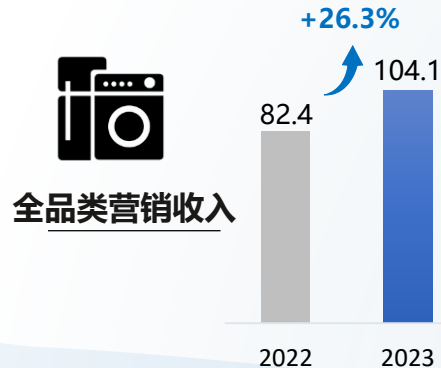
## 创新业务持续强劲增长，收入同比上升78.5%至186.4亿港元，另一增长蓝海表现亮丽

单位: 亿港元

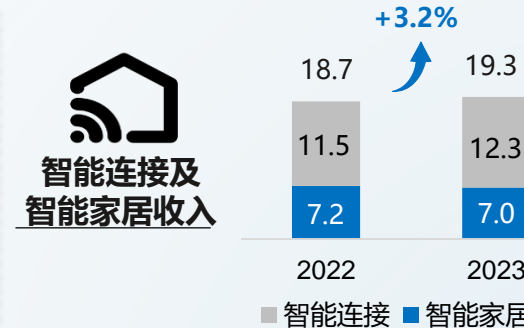
## 创新业务



光伏业务延续强劲增长  
并实现盈利



分销收入规模扩大  
毛利率提升3.5个百分点至16.7%



智能连接及智能家居盈利能力持续提升  
毛利率同比提升5.6个百分点至20.9%





NO.2

## TCL 智屏全球出货量市占率<sup>1</sup>

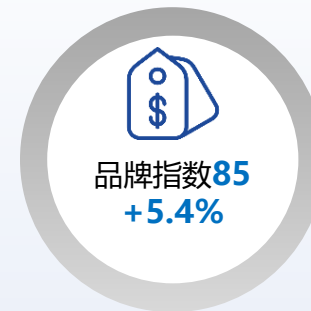


NO.3

## TCL 智屏全球销售额市占率<sup>1</sup>

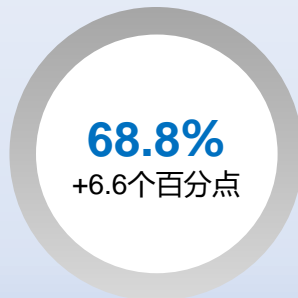


## TCL智屏全球出货量表现优于行业平均水平 TCL智屏全球品牌指数<sup>2</sup>持续上涨



注：根据Omdia，2023年全球TV行业出货量同比微跌0.9%

## 产品结构优势显现，高端产品占比持续提高



4K产品占比



量子点产品占比



≥65吋产品占比



平均尺寸

数据源：1. Omdia，2023年全球品牌TV出货量及销售额排名 2. 品牌指数为销售额市占率除以出货量市占率所得



## 营销



- ✓ 全球重点区域和渠道覆盖
  - 全球TOP50渠道覆盖率90%+
  - 海外智屏TOP30渠道收入增长30%+
- ✓ 深化零售体系和终端运营
- ✓ 强化专业和2B渠道能力

- ✓ 全球视角做产品，强化区域匹配
- ✓ 坚持中高端突破，品类波次夯实
- ✓ 高质价比出击，提科技属性



## 产品

## 研发



- ✓ 建长期技术投资机制
- ✓ 补短锻长、撑全球卖点
- ✓ 工程商人思维，提技术人才结构
- ✓ 研发人均毛利提升30%+

✓ 坚持“品类领导者”定位，实现基于大模型技术的产品应用创新、Mini LED显示技术领先发展、光储热柔技术规划实施等

- ✓ 坚持效率至上，存货周转天数加快9天，现金周转天数加快14天
- ✓ 全球本地化布局，在中国/越南/墨西哥/巴西/波兰等多地均有工厂布局

- ✓ 深耕全球市场，拆分中国/北美/拉美/欧洲/亚太/中东非六大营销本部，提升产品端到端经营能力
- ✓ 强化关键岗位和海外人才，激发组织活力，年轻干部占比30%+

### 创新



### 运营



### 组织





持续聚焦构建Mini LED技术控制点，技术行业领先



移动终端护眼类纸屏+护眼UI满足用户全场景护眼需求

加深AR等微显示创新研发光波导系列XR新产品人气爆棚



以打造系统极致性能为核心多维度优化软硬件性能



画质引擎/音质自适应/空间音效创新突破，给用户带来沉浸式音画体验全面提升



基于AIGC自主内容运营(IDEO AI)提升内容创作及大屏交互等创新体验

依托图灵平台落地GenAI工程应用内外兼修持续赋能产品体验提效 workflow



聚焦下一代通信标准\*护城河构建快速提升高价值专利市场占比指数实现SEP专利0-1突破

护航知识产权全球战略布局通过专利运营在主要诉讼领域已产生经济效益



\* 附注：下一代通讯标准指代 Wi-Fi 8/H.267/5.5G/6G/星闪中的通信标准



# 品牌营销 | 全球品牌战略本地化，体育、电子竞技、影视、展会等多领域营销展现强大品牌力



体育IP赞助：携手意大利国家队、美国国家橄榄球联盟、澳式足球联盟、南美解放者杯提升市场知名度



电子竞技及展会营销：赞助英雄联盟职业联赛（LPL），参与国际消费类电子产品展（CES）、柏林电子展（IFA）等全球知名展会



影视IP赞助：与《流浪地球》《独行月球》《金手指》《孤注一掷》等多部流量影视作品联动营销





## 整体ESG评级<sup>1</sup>

2018-2023年 连续 **六年** ESG评级为 **A**

## 指数入围情况

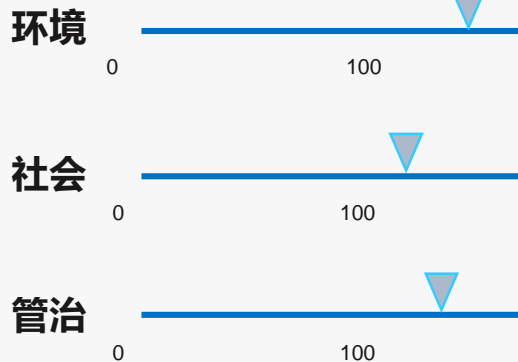
2019-2023年 连续 **五年** 被纳入  
**恒生可持续发展企业基准指数<sup>1</sup>**

## ESG表现比较<sup>1</sup>

与91间同业公司比较：**前20%**

与其他517间成分股比较：**前20%**

## 整体ESG表现<sup>1</sup>



### E

- 对内严控碳核查，坚持绿色运营，有效减少温室气体排放
- 对外共铸绿色生态链，年内推动了家电行业的首份《关于共建绿色供应链的倡议》签署

### S

- 推出业界首个电视关怀解决方案TCL Care 并荣获IDEA美国工业设计大奖-银奖
- 提倡平等、多元、共融的文化，鼓励性别平等，截至2023年12月31日本集团全球女性雇员占比超40%

### G

- 恪守商业道德，健全廉洁体系机制
- 积极开展网络安全和隐私保护管理工作

稳健  
发展

守法  
合规

品质  
提升

公益

健康  
与安全

气候  
变化

用户  
服务

可持续  
供应链

绿色  
设计

能源  
管理

科技  
创新

相伴  
成长

数据源：1. 恒生指数有限公司网站2023年8月31日评选结果，评选行业为非必需性消费

3

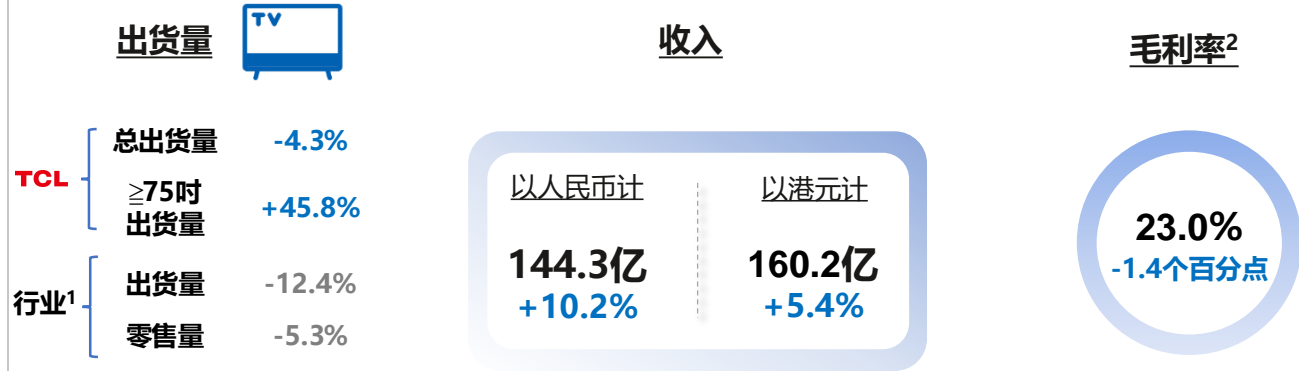
## 分部表现

---

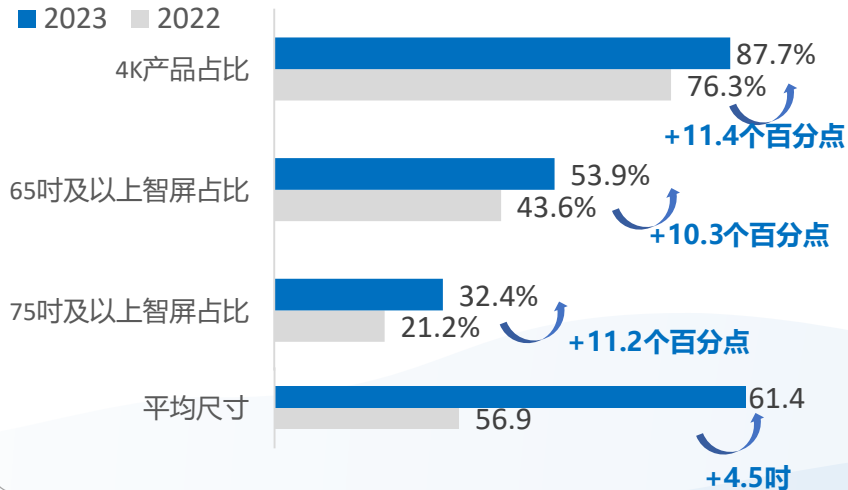


## 中国市场

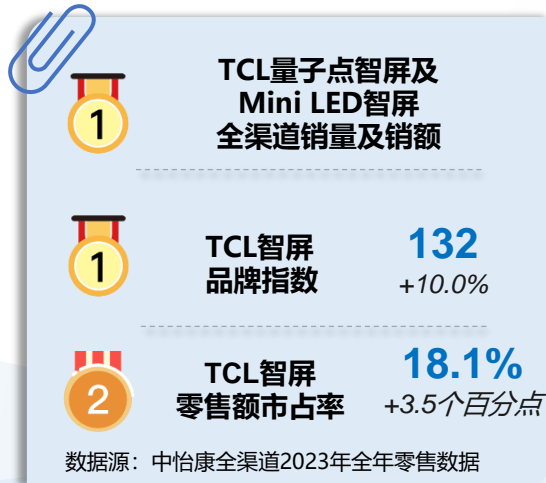
双品牌战略助力销售增长，表现远优于行业<sup>1</sup>  
高端化持续推进，市场渗透率持续提升



### 高端产品情况及平均尺寸

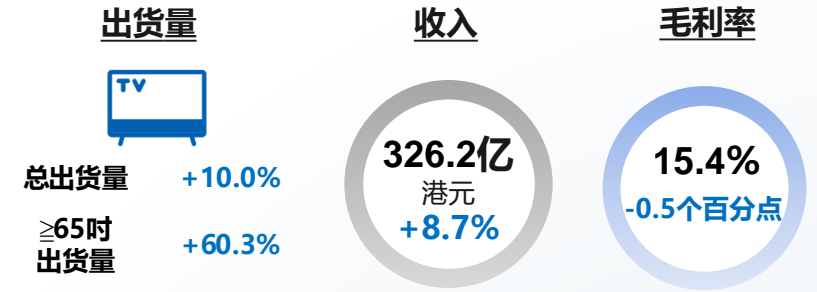


### 中国市场排名



## 国际市场

产品结构突破，毛利率稳定  
近30个国家TCL智屏排名前五<sup>3</sup>



### 海外各国TCL智屏市占率排名<sup>3</sup>

新兴市场品牌出货量同比+17.0%    北美市场品牌出货量同比+15.8%

地区	排名	地区	排名
澳大利亚	No.1	美国	No.2
菲律宾	No.1	加拿大	No.3
缅甸	No.1	墨西哥	No.5
巴基斯坦	No.1		
沙特阿拉伯	No.2	<b>欧洲市场品牌出货量同比+18.4%</b>	
哈萨克斯坦	No.3	法国	No.2
巴西	No.3	西班牙	No.3
越南	No.4	瑞典	No.3
泰国	No.4	捷克	No.3
阿根廷	No.4	意大利	No.4
印度	No.5	波兰	No.4
智利	No.5	匈牙利	No.4
厄瓜多尔	No.5	荷兰	No.5
阿联酋	No.5	希腊	No.5

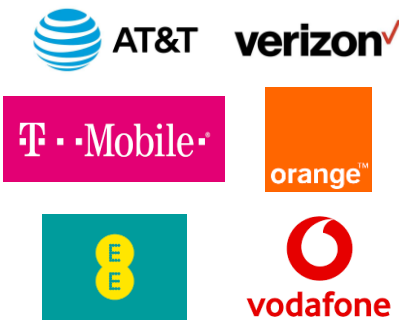
附注：

- 根据Omdia数据，2023年中国市场TV行业出货量同比下降12.4%至3,760万台；根据中怡康全渠道数据，2023年中国市场TV行业零售量同比下降5.3%至3,310万台
- 毛利率同比下降主要受品牌结构占比变化及面板成本上涨影响
- 海外各国（除北美市场外）为GfK2023年TV零售量市占率数据，北美市场为Circana 2023年TV零售量市占率数据

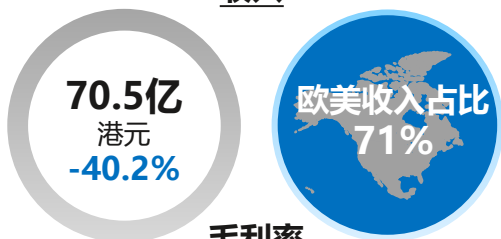


## 中小尺寸显示 - 坚持产品驱动、聚焦突破、提质发展，毛利进一步改善

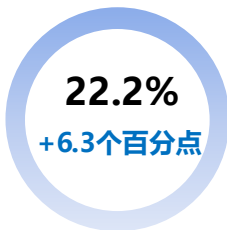
欧美一线网络运营商全面覆盖



收入



毛利率



推出世界首款彩色电子墨水屏智能手机  
TCL 40 NXTPAPER (5G)



## 智慧商显 | 聚焦交互式平板市场，提供多场景产品解决方案，赋能长期规模增长

收入



毛利率



TCL智慧教育新品



智慧教育解决方案

TCL智慧会议新品TCL NXTHUB V60Pro



智慧企业解决方案



TCL智慧医疗解决方案

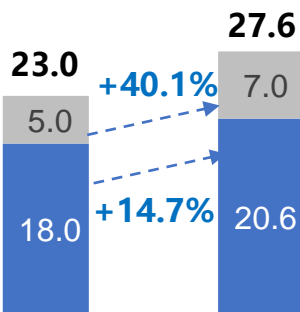




### 全球互联网业务收入

单位：亿港元

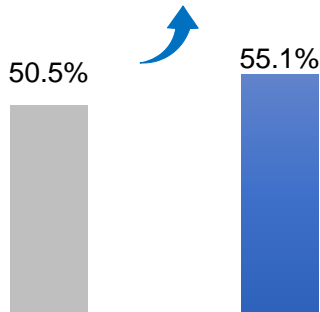
+20.2%



2022 2023  
■ 中国市场 ■ 国际市场

### 毛利率

+4.6个百分点



2022 2023

### 中国市场：智能/便捷/创新导向，持续提升用户体验

#### “超级智绘” AI故事集



- ✓ 行业首个基于AI大模型的定制内容栏目
- ✓ 内容创新+拓宽应用场景



reddot winner 2023

#### 灵控桌面荣获 2023红点设计大奖



- ✓ 布局自定义
- ✓ 信息简化
- ✓ 分身系统

#### 基础体验进一步提升



- ✓ 返回推荐场景内容分发效率提升
- ✓ Launcher刷新效率优化
- ✓ Launcher界面操作便捷性提升
- ✓ Launcher界面美观度提升

### 国际市场：升级TCL Channel内容集成应用平台 率先推出面向北美用户的TCLtv+

- ✓ 与Google、Roku和Netflix等巨头合作，持续提升用户服务体验
- ✓ 雷鸟海外商业模式实现突破，通过合作OTT平台触达海外庞大的TCL智屏用户，增强变现能力；截至2023年12月底TCL Channel累计用户数**超过2,300万**，已覆盖北美、欧洲、中南美洲、亚太地区等**60个国家**
- ✓ 面向北美用户推出全新在线流媒体服务TCLtv+，首推内容包括200多个FAST频道以及1,500多部点播电影和剧集



Google Roku NETFLIX

持续深化与互联网巨头的全球合作



- ✓ 拥有**完备**的光伏上游产业链及丰富的金融/项目资源
- ✓ 选择**产品、渠道、金融**作为护城河构建**差异化能力**



- ✓ **业务定位**：聚焦光伏系统集成运营商及产品品牌商
- ✓ **装机增速领跑**，业务**规模高质量爆发**，并实现盈利贡献

TCL中环



晶体



晶片



组件



电站运营经验

TCL电子



全球知名的  
TCL品牌优势



下沉渠道优势  
超47,000间门店



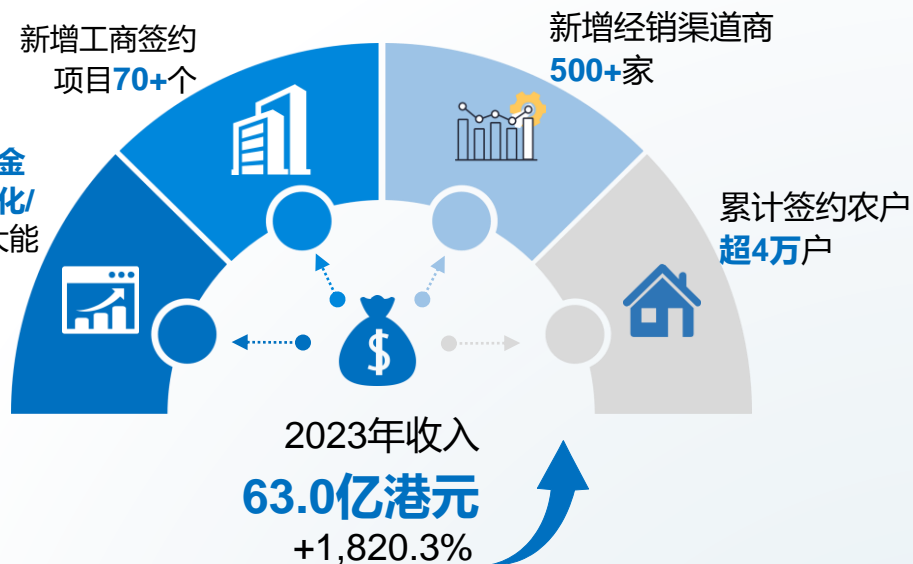
完善的全国  
售后体系



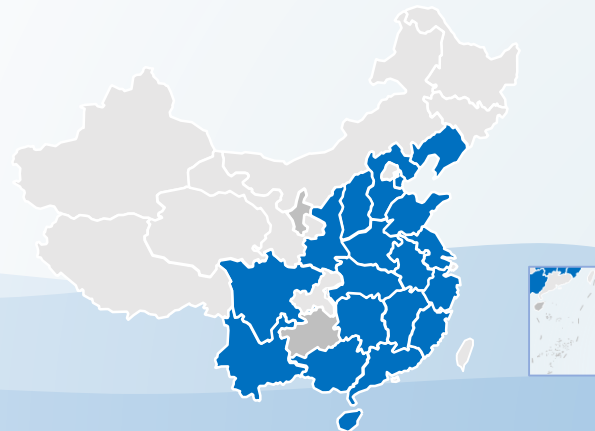
丰富的金融  
合作伙伴资源



充沛的国内外  
工商项目资源



强化**产品/渠道/金融/供应链/数字化/工程运维**等六大能力建设





### 全品类营销 - 品牌/渠道协同助力分销规模双位数增长



### AR/XR眼镜 - 新品

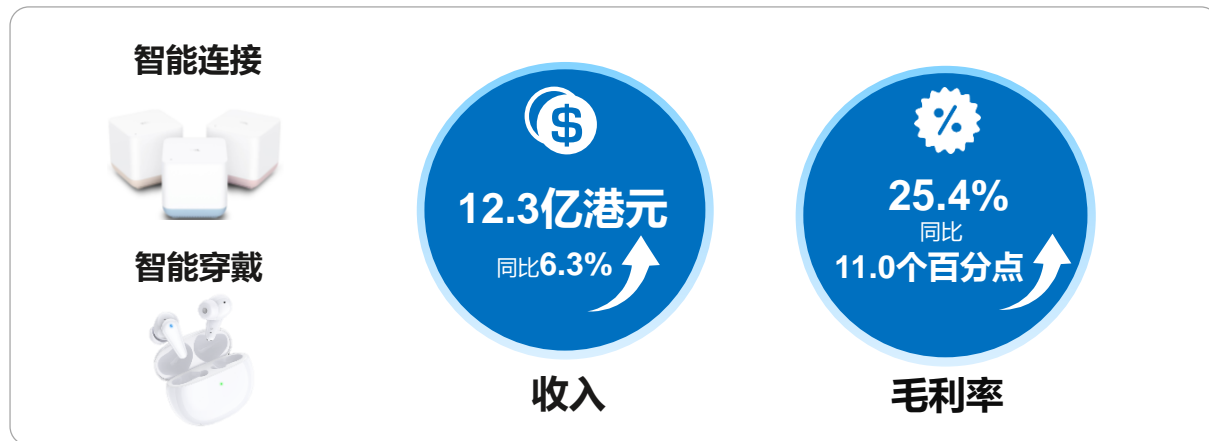
**新品雷鸟X2/X2 Lite/Air2**

雷鸟X2 全球**首款可量产**的双目全彩**Micro LED光波导**AR眼镜  
雷鸟X2 Lite 搭载骁龙AR1平台 整机重量约60g  
雷鸟Air2 全新Micro OLED低功耗屏 重约76g 更佳观影游戏体验

NO.1

- ✓ 国内消费级市场AR产品排名**第一**<sup>2</sup>
- ✓ 618及双11期间，斩获京东、天猫双品台AR品类**总销量冠军**<sup>3</sup>
- ✓ 首登亚马逊，Air2获智能眼镜品类畅销榜、新品排行榜**双榜冠军**<sup>4</sup>

### 智能连接 - 运营商渠道持续巩固，降本增效，实现有质量增长



### 智能家居 - 中高端结构改善，新品与技术持续创新及升级

**智能门锁**

- ✓ 整体收入**7.0亿港元**，同比基本持平
- ✓ 推出**多款门锁新品**，灵速人脸识别锁K9G Pro搭载全新AI双校准算法、真3D结构光人脸识别等核心技术，**安全性能提高13倍**

**音箱**

数据源：1. 产业在线，2023年全年全球出货量数据 2. 洛图科技，2023年中国市场AR线上销售量数据 3. 京东商智、天猫生意参谋 4. 雷鸟XR微信公众号

4

## 未来展望

---



**主航道**

提升  
盈利能力



**大尺寸显示**

- “TCL+雷鸟”双品牌引领
- 聚焦中高端突破
- 坚持全球化经营



**互联网业务**

- 提体验拓海外
- 可持续稳定增长



**中小尺寸显示**

- 深耕欧美，区域聚焦
- 持续降本，盈利优先

**新业务**

赋能第二  
增长曲线



**全品类营销**

- 全球品牌渠道优势协同
- 细分市场快速抢占



**光伏业务**

- 国内加速发展
- 海外渠道突破



**AR/VR眼镜**

- 提前布局，抢占智能端口
- 赋能长期增长潜力

净利润增速 > 毛利额增速 > 收入增速

**持续收入增长夯实行业领导地位**

- ASP提升
- 区域和渠道覆盖提升
- 重点区域和重点渠道销量提升
- 新业务规模增长

**利润增长回馈股东长期支持**

- 产品和技术竞争力提升
- 结构性降本
- 研发/运营资产/组织效率提升



产品力

- 构建技术致胜点，中高端突破
- 质量优先，合作创新，补齐短板
- 以全球化视野推进平台化建设

营销力

- 重点区域及优质渠道深度覆盖
- 升级零售体系及终端运营能力

协创力

- 秉持长期主义，打造协同生态效应
- 加大创新投入，坚定品类领导者定位

运营力

- 全球本地化布局，效率至上
- 强化生态链协同与合作

组织力

- 强化全球化经营组织
- 推进全价值链数字化建设

- 本文所载资料不得用于与任何投资者之投资决定或结果有关之法律用途。具体而言，本文件概不构成认购或出售或购入任何TCL电子控股有限公司(“本公司”)任何证券之任何推荐或邀请。本公司谨此明确表示，概不就因任何投资者依赖本文所载内容而引致或与此有关之任何损失或损害承担任何责任。
- 本演示或会作出多项前瞻性陈述。前瞻性陈述乃对非历史事实作出之陈述。该等前瞻性陈述乃以本公司现时之预期为基准，不能保证该等预期完全正确。由于前瞻性陈述涉及风险及不明朗因素，本公司之实际业绩或会与该等陈述有重大出入。

# TCL

# 谢谢!

TCL电子投资者关系网站: <http://electronics.tcl.com>

TCL电子投资者关系电邮: [hk.ir@tcl.com](mailto:hk.ir@tcl.com)

TCL电子投资者关系官方微信公众号



# INSPIRE GREATNESS

