

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告之內容概不負責，  
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告全部或任何部  
分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 ELECTRONICS HOLDINGS LIMITED TCL 電子控股有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：01070)

### 截至2024年12月31日止年度 業績公告

董事會欣然公告本集團截至2024年12月31日止年度之綜合業績及財務狀況，連同  
去年相應期間之比較數字。

#### 財務摘要

	截至12月31日止年度		
	2024年 百萬港元	2023年 百萬港元 (經重列)	變動
收入	<b>99,322</b>	78,986	25.7%
毛利	<b>15,554</b>	13,674	13.8%
除稅後利潤	<b>1,849</b>	827	123.6%
歸屬於母公司擁有人(「歸母」)淨利潤	<b>1,759</b>	744	136.6%
非香港財務報告準則計量：			
經調整歸母淨利潤	<b>1,606</b>	803	100.1%
建議每股末期股息(港仙)	<b>31.80</b>	16.00	98.8%

## 業務回顧與展望

### 1. 綜述

**經濟形勢復甦與不確定共存 堅持既有戰略並提升經營效率 實現可持續增長**

2024年，全球經濟復甦態勢漸顯，國際貨幣基金組織預測全球經濟增長為3.2%<sup>1</sup>，雖低於疫情前水平，但整體趨於穩定。人工智能等新興技術的應用為經濟增長注入新動力，然而，貿易保護主義、地緣政治衝突及金融市場波動等因素依舊存在。中國經濟在出口增長及政府刺激措施的推動下，穩中有進，全年GDP達成5.0%的增長目標<sup>2</sup>。

根據Omdia數據，受全球經濟復甦、重大體育賽事舉辦等多重因素驅動，2024年全球電視行業出貨量同比增長3.7%。其中，75吋及以上TV和Mini LED TV全球行業出貨量同比分別增加32.9%<sup>3</sup>和107.2%<sup>4</sup>，成為市場增長的核心動力。同時，行業頭部企業的市場集中度繼續攀升，2024年全球品牌TV出貨量前四集中度由2023年的53.8%進一步提高至2024年的54.6%<sup>5</sup>。中國市場方面，得益於「以舊換新」政策有效激活換新需求，大吋TV及Mini LED TV滲透率超預期增長，帶動行業平均零售單價實現超過雙位數提升<sup>6</sup>。

---

<sup>1</sup> 數據源：國際貨幣基金組織，《世界經濟展望》，2025年1月。

<sup>2</sup> 數據源：中國國家統計局。

<sup>3</sup> 數據源：Omdia之2024年全球品牌TV出貨量數據。

<sup>4</sup> 數據源：群智諮詢之2024年全球品牌TV出貨量數據。

<sup>5</sup> 數據源：Omdia之2023年至2024年全球品牌TV出貨量數據。

<sup>6</sup> 數據源：中怡康全渠道之2024年中國市場品牌TV零售量數據。

全球大家電市場規模保持穩定，但在消費升級趨勢的推動下，高端化、智能化和綠色化成為行業主流方向，推動大家電產品的普及與更新換代。與此同時，光伏市場延續顯著增長趨勢，2024年全國光伏行業新增併網容量277.6GW，同比增長28.3%，其中，分佈式光伏行業新增併網容量同比增長22.7%至118.2 GW<sup>7</sup>。此外，AR/VR/AI等新技術的快速發展，給市場帶來廣闊的應用前景，也給業務發展帶來新的機遇與增長趨勢。其中，全球AR/VR市場規模在2029年預計有望達到830億美元，年複合增長率高達45%<sup>8</sup>；同期，陪伴機器人全球市場規模預計將突破人民幣3,000億元，年複合增長率達21%<sup>9</sup>。

面對機遇與挑戰並存的市場環境，本集團於2024年堅持秉持「品牌引領價值，全球效率經營，科技驅動，活力至上」的戰略方向，全力提升核心競爭力。通過中高端與全球化經營戰略，本集團深耕智能終端市場，積極把握中國家電「以舊換新」政策與各項國際體育盛事所帶來的契機，穩步推進顯示業務的高質量增長。同時，本集團持續拓展光伏業務及全品類營銷業務，並領先佈局AR/XR智能眼鏡、陪伴機器人等創新業務領域，實現收入多元化，保持高速增長態勢，從而進一步提升整體經營質量。

---

<sup>7</sup> 數據源：中國國家能源局。

<sup>8</sup> 數據源：群智諮詢，中研普華研究院，Research and Markets。

<sup>9</sup> 數據源：貝哲斯諮詢。

## 全球規模高增且盈利翻倍 延續高派息政策回饋股東

截至2024年12月31日止年度，本集團實現收入993.22億港元，同比增長25.7%。年內，本集團「TCL+雷鳥」雙品牌及「中高端+大屏化」戰略成效顯著，同時積極把握政策機遇，顯示業務全面發力，創新業務規模效應亦逐漸增強，推動年內毛利同比增長13.8%至155.54億港元。費用管控方面，本集團運營效率持續優化，2024年銷售及分銷支出率在精準營銷策略的推動下，同比下降1.0個百分點至7.6%；行政支出率同比下降0.9個百分點至4.2%，整體費用<sup>10</sup>率同比下降1.9個百分點至11.8%。2024年除稅後利潤同比提升123.6%至18.49億港元，歸母淨利潤同比增長136.6%至17.59億港元，經調整歸母淨利潤為16.06億港元，同比提高100.1%。為回饋股東長期支持，董事會建議派發末期股息每股現金31.80港仙，派息率達經調整歸母淨利潤的約50.0%，充分彰顯本集團與股東共享發展成果之誠意。

年內，本集團整體財務狀況持續穩健，截至2024年12月31日，本集團淨額資本負債比率<sup>11</sup>維持於0.0%；秉持效率至上的戰略方向，本集團繼續以全球化佈局優化供應鏈、物流和服務能力及合作生態，強化全球經營能力，提高運營效率，於年內本集團存貨周轉天數<sup>12</sup>為65天，同比下降3天，展現出穩健全面的運營能力與財務實力，為本集團未來可持續發展奠定堅實基礎。

---

<sup>10</sup> 整體費用包含銷售及分銷支出和行政支出。

<sup>11</sup> 淨額資本負債比率以債務淨額(即按計息銀行及其他貸款及租賃負債總額扣減現金及現金等值項目，及受限制現金及已抵押存款)除以歸屬於母公司擁有者之權益計算。

<sup>12</sup> 存貨周轉天數以12個月平均結餘計算。

## 大吋顯示業務量額跑贏行業 Mini LED TV超預期同比增兩倍 創新業務增長勢頭強勁

憑藉品牌影響力有效提升、全球市場積極拓展及產品結構持續優化，2024年本集團顯示業務收入同比增長22.8%至694.40億港元。本集團在北美、歐洲、新興市場等多區域，持續擴大並深化重點渠道覆蓋，推動TCL TV在全球近二十個國家出貨量排名穩居前三<sup>13</sup>。2024年，全球TV行業出貨量同比增長3.7%<sup>14</sup>，本集團TCL TV出貨量同比增長14.8%至2,900萬台，市佔率同比提升1.4個百分點至13.9%，位列全球品牌TV前二<sup>15</sup>，大幅跑贏行業平均水平。在Mini LED TV領域，2024年全球行業出貨規模實現翻倍增長，受益於中高端戰略成效顯著，本集團TV產品結構進一步改善，TCL Mini LED TV全球出貨量突破170萬台，同比增長194.5%，全球出貨量市佔率同比提升9.9個百分點至22.5%，位列全球第二<sup>16</sup>。

同時，本集團持續運用顯示業務所積累的品牌力、全球化渠道資源及全產業鏈垂直一體化優勢，推動光伏業務、全品類營銷等創新業務的高速發展。年內，創新業務收入同比高增44.9%至270.09億港元，毛利同比增長30.5%至33.47億港元。其中，光伏業務收入及毛利分別同比大幅增長104.4%及104.4%至128.74億港元及12.30億港元；全品類營銷業務收入同比增長19.6%至124.46億港元，毛利同比增長8.9%至17.33億港元。

<sup>13</sup> 數據源：Circana之美國／加拿大／墨西哥零售市場調查報告，GfK之全球市場調查報告，基於2024年1月至2024年12月之TV零售量。

<sup>14</sup> 數據源：Omdia之2024年全球品牌TV出貨量數據。

<sup>15</sup> 數據源：Omdia之2024年全球品牌TV出貨量數據。

<sup>16</sup> 數據源：群智諮詢之2024年全球品牌Mini LED TV出貨量數據。

### **多元品牌營銷與全球客戶管理 實現營銷效率與品牌價值雙提升**

2024年，受惠於持續推出具備市場領導優勢的智能終端產品，以及堅定的品牌戰略本地化及精準營銷策略，本集團成功推動品牌認知度和美譽度持續提升。與此同時，本集團通過體育營銷、多樣化的活動贊助及全球客戶管理體系的搭建，在品牌營銷、渠道管理、零售管理及用戶與電商管理等多方面強化了全球營銷建設，有效提升了營銷效率與品牌價值。2024年，TCL TV全球品牌指數同比提升5.0%至89<sup>17</sup>，TCL品牌更連續八年躋身「Google x Kantar BrandZ中國全球化品牌50強榜單」。2025年2月，TCL正式宣佈成為奧林匹克全球合作夥伴，在未來合作中，TCL將在以電視、空調、冰箱及洗衣機等為主的智能終端領域，為奧林匹克運動會提供技術、產品與服務支持；同時，作為奧林匹克全球最高級別的合作夥伴，TCL獲得這一身份，不僅彰顯了其在全球範圍內的品牌實力和影響力，也進一步激活了未來TCL在全球範圍內的品牌營銷潛力和無限可能性。

### **以提升產品競爭力和研發效率為主軸 積極佈局AI新賽道 持續技術創新提升用戶體驗**

2024年，本集團研發費用達23.35億港元，持續聚焦於智能終端領域，重點投入Mini LED、QLED等尖端顯示技術，以及AR/XR智能眼鏡和AI機器人等前瞻性創新產品。本集團於年內在顯示、AI和物聯網等關鍵技術領域取得了多項突破性進展，進一步鞏固了行業領先地位。

---

<sup>17</sup> 該品牌指數由Omdia之2024年全球品牌TV銷售額市佔率除以出貨量市佔率所得。

年內，本集團推出的Mini LED TV、平板、AR/XR眼鏡、空調、冰箱及洗衣機等多品類產品，憑藉卓越性能與創新設計，獲得廣泛認可，榮獲多個國際性獎項。2025年1月CES期間，本集團面向北美市場推出「畫質天花板」X11K QD-Mini LED TV，展示了不斷突破的屏顯科技。該款電視採用全球領先的QD-Mini LED技術，憑藉14,000級控光分區、6,500尼特峰值亮度及全域光暈控制技術，結合自研透鏡、高光效發光芯片、超微距OD、背光響應算法和7,000:1超高原生對比度屏幕，將Mini LED顯示提升至行業新高度。TCL X11K TV亦榮獲CES 2025「Mini LED顯示技術創新獎」。與此同時，本集團還展出了全球首款分體式智能家居陪伴機器人TCL Ai Me。該產品的推出標誌著本集團在智能家居領域的創新探索邁出了重要一步，亦展現了本集團在人工智能與物聯網融合領域的技術實力。

此外，TCL X11領曜QD-Mini LED TV榮獲「艾普蘭獎金獎」，NXTPAPER 14 Pro平板榮獲「艾普蘭優秀產品獎」及「護眼科技創新獎」，彰顯了本集團在新一代顯示技術上的領先地位。TCL新風空調小藍翼P7、TCL R540P12-DQ超薄零嵌電冰箱分別榮獲「艾普蘭獎創新獎」、「艾普蘭優秀產品獎」，雷鳥X2 Lite AR眼鏡獲頒「2023-2024年度AR眼鏡創新獎」，體現了本集團在智能家電和AR/XR領域的創新成果，標誌著本集團已成為全球消費級AR/XR硬件的引領者之一。同時，TCL X11領曜QD-Mini LED TV等10項產品及設計還榮獲「2024德國iF設計大獎」，充分展現了本集團在產品設計上的卓越實力。

## 2. 顯示業務

### 2.1 大呎吋顯示

#### **TCL TV量額高增跑贏行業 Mini LED TV超預期同比增兩倍**

2024年，得益於歐洲盃、奧運會等大型體育盛事的拉動，全球TV行業出貨量同比增長3.7%<sup>18</sup>。本集團憑藉「TCL+雷鳥」雙品牌及「中高端+大屏化」戰略的深化佈局，持續推進Mini LED顯示技術創新，積極把握國內政策機遇，成功鞏固行業領先地位。2024年，TCL TV全球出貨量達2,900萬台，同比增長14.8%，再創歷史新高。在大呎吋顯示業務方面，收入同比增長23.6%至601.08億港元，量額表現均顯著優於市場水平。

根據Omdia最新報告<sup>19</sup>，TCL TV全球出貨量市佔率自2015年的5.6%增長至2024年的13.9%，出貨量規模位居全球前二；銷售額市佔率亦達到12.4%，同比提高1.7個百分點，銷售額規模位列全球前三，成為前十品牌中量額市佔率同比增幅最高的TV品牌。2024年第四季度，TCL TV全球出貨量同比增幅達19.3%，環比增長20.0%，維持年內高速增長態勢。

2024年，本集團持續把握全球市場的大屏化及高端化趨勢，大呎吋TV出貨量保持雙位數增長。65吋及以上TCL TV全球出貨量同比增長21.3%，其佔比同比提升1.4個百分點至26.0%；75吋及以上TCL TV全球出貨量同比增幅更高達39.8%，其佔比同比提升2.4個百分點至13.2%。TCL TV全球出貨平均呎吋同比提升1.3吋至52.4吋。TCL中高端產品量子點TV及Mini LED TV全球出貨量分別同比大幅增長69.5%及194.5%，Mini LED TV規模維持全球領先水平。

<sup>18</sup> 數據源：Omdia之2024年全球品牌TV出貨量數據。

<sup>19</sup> 數據源：Omdia之2015年至2024年全球品牌TV出貨量及銷售額數據。



同時，本集團持續深化AI技術在產品中的應用，進一步拓展與Google的戰略合作。在海外旗艦系列電視中將接入Google AI大模型Gemini，以實現對用戶觀看習慣及興趣偏好的精準分析，實現個性化推薦，為用戶帶來更智能、更便捷的產品體驗。

### 中國市場

根據中怡康全渠道數據<sup>20</sup>，受整體消費需求疲軟影響，2024年全國電視市場零售量同比下降1.8%。本集團持續深化「TCL+雷鳥」雙品牌戰略，全面提高市場佔有率，2024年中國市場TCL TV出貨量同比逆勢增長5.8%，其中雷鳥品牌TV的出貨量同比增速更達至38.5%，表現尤為亮眼。與此同時，受益於中高端戰略的推進，產品結構持續改善，國內TCL TV出貨均價同比提升12.4%，帶動收入同比增長18.9%至190.46億港元。毛利率方面，受到雷鳥品牌TV出貨量佔比較2023年同期提升較多影響，2024年中國市場毛利率<sup>21</sup>同比下降1.6個百分點至19.8%。

自2024年8月起，中國各地相關部門陸續推出「以舊換新」政策，進一步推動市場需求釋放。2024年8月至年底期間，TCL TV在中國市場零售額及零售量分別同比增長35.2%及16.0%，顯著高於市場同期的23.6%及3.0%<sup>22</sup>。這一成績充分彰顯了本集團強大的產品競爭力及品牌影響力，進一步牢固了中國市場的領導地位。

---

<sup>20</sup> 數據源：中怡康全渠道之2024年中國市場品牌TV零售量數據。

<sup>21</sup> 為投資者提供與同業更可比的財務數據，本集團自願遵循中國企業會計準則之《企業會計準則解釋第18號》中規定，將對原採用的會計政策進行相應變更，將保證類質保費用從銷售及分銷支出重分類至銷售成本，自2024年1月1日起採納並對2023年度比較金額進行重列。

<sup>22</sup> 數據源：中怡康線上及線下周報加總數據，2024第31周至52周周報。

在「以舊換新」政策的推動下，本集團在中高端市場取得顯著突破，其中TCL Mini LED TV超預期起量。2024年，TCL Mini LED TV在中國市場零售量排名第一<sup>23</sup>，出貨量同比增幅高達264.7%，其出貨量佔比同比提升10.9個百分點至15.3%。其中，2024年第四季度TCL Mini LED TV出貨量佔比同比顯著提升19.3個百分點至24.4%。大屏化的趨勢在持續擴大，2024年TCL TV在中國市場出貨的平均呎吋達到63.3吋，同比提升1.9吋。其中，75吋及以上TCL TV出貨量同比增長23.1%，出貨量佔比提升5.3個百分點至37.7%，反映出消費者對大呎吋高端產品的強勁需求。

### 國際市場

憑藉在全球市場的精準營銷，TCL TV持續實現全球品牌影響力的提升，加上中高端戰略推動產品力提高，2024年TCL TV國際市場業務規模提速發展，全年出貨量同比增長17.6%，其中下半年出貨量同比增速達23.7%；出貨均價同比提升7.0%，收入同比增長25.9%至410.62億港元；毛利率同比基本持平達13.5%<sup>24</sup>。其中，TCL Mini LED TV出貨量同比增速高達135.5%，75吋及以上TCL TV出貨量大幅增長79.7%，2024年TCL TV在國際市場出貨的平均呎吋達到49.4吋，同比提升1.5吋。TCL TV在國際市場產品結構持續優化，展現出強勁的市場競爭力。

藉助歐洲盃、奧運會等重大體育賽事舉行的契機，本集團加大精準品牌營銷投入，並在北美、歐洲及新興市場等重點區域強化渠道覆蓋力度。根據GfK和Circana數據，TCL TV在海外近20個國家的零售量排名穩居前三，進一步鞏固了本集團的全球市場地位。

<sup>23</sup> 數據源：中怡康全渠道之2024年中國市場品牌TV零售量數據。

<sup>24</sup> 為投資者提供與同業更可比的財務數據，本集團自願遵循中國企業會計準則之《企業會計準則解釋第18號》中規定，將對原採用的會計政策進行相應變更，將保證類質保費用從銷售及分銷支出重分類至銷售成本，自2024年1月1日起採納並對2023年度比較金額進行重列。

- 北美市場：本集團通過實施了一系列行之有效的本地化策略，成功提升TCL品牌的競爭力。年內，本集團與NFL等極具影響力的本地品牌開展合作，通過體育營銷將TCL品牌與本土文化緊密結合，拉近了與北美消費者的距離，有效提升了品牌認知度和美譽度。同時，本集團積極優化渠道佈局和產品結構，更好地滿足北美消費者的多元化需求。得益於此，2024年TCL TV的出貨量實現了6.4%的同比增長，高於同期TV行業4.0%<sup>25</sup>的整體增速。其中，75吋及以上TCL TV出貨量同比增長67.6%。根據Circana<sup>26</sup>數據，TCL TV在美國零售量市佔率穩居市場前二，在加拿大排名第三。
- 新興市場：年內經濟整體呈現復甦跡象，但部分地區仍面對通脹壓力及地緣政治不穩定等挑戰。根據Omdia數據<sup>27</sup>，2024年TV行業出貨量同比增長3.0%。2024年，本集團進一步深耕拉美市場，並積極拓展中東非市場渠道，同時強化品牌營銷力度。2024年，TCL TV在拉美及中東非市場的出貨量分別同比增長17.6%及39.6%，整體新興市場TCL TV出貨量同比增長12.7%，大幅超越行業水平。根據GfK數據<sup>28</sup>，TCL TV在澳洲、菲律賓、緬甸及巴基斯坦零售量保持行業第一，在巴西及沙特排名第二，在阿根廷、越南、泰國、韓國等地躍升至第三。

---

<sup>25</sup> 數據源：Omdia之2024年北美市場品牌TV行業出貨量數據。

<sup>26</sup> 數據源：Circana之美國／加拿大／墨西哥零售市場調查報告，基於2024年1月至2024年12月之TV零售量。

<sup>27</sup> 數據源：Omdia之2024年新興市場品牌TV行業出貨量數據。

<sup>28</sup> 數據源：GfK之全球市場調查報告，基於2024年1月至2024年12月之TV零售量。

- 歐洲市場：受益於歐洲盃及奧運會等體育盛事的舉辦及經濟的持續復甦，2024年TV行業出貨量同比增長9.3%<sup>29</sup>。本集團通過渠道持續突破及門店不斷擴張，疊加體育賽事精準營銷，年內TCL品牌TV出貨量同比增長33.8%，其中75吋及以上TCL TV出貨量表現尤其突出，同比大幅增長104.9%。根據GfK數據<sup>30</sup>，TCL TV在法國及瑞典零售量排名第二，在西班牙、波蘭、希臘及捷克排名第三。

## 2.2 中小吋顯示

### 聚焦重點國家穩健經營 覆蓋歐美一線運營商市場

根據IDC數據<sup>31</sup>，2024年全球手機和平板行業出貨量分別同比增長4.2%及12.4%。在這一市場環境下，本集團中小吋顯示業務秉持「產品驅動、聚焦突破」的戰略，聚焦重點國家，通過推動差異化創新和提升經營效率，實現了穩健增長。2024年，本集團中小吋顯示業務收入同比增長19.9%至84.59億港元，毛利及毛利率分別為13.01億港元及15.4%。其中，平板業務表現突出，收入同比大幅增長31.1%至30.87億港元。

## 2.3 智慧商顯

### 提供多場景智慧商用服務方案 賦能長期穩健增長

2024年，本集團憑藉Mini LED及量子點等顯示核心技術優勢，以TCL電子商用OS為紐帶，串聯多顯示品類，聚焦IFPD市場，為智慧教育、智慧會議、智慧商業等多場景提供高效的產品解決方案。同時，在數字標牌領域，成功拓展星巴克、瑞幸咖啡、榮耀等標杆客戶，進一步鞏固市場地位。2024年，海外教育市場拓展亦成果顯著，IFPD大客戶數量增至超

<sup>29</sup> 數據源：Omdia之2024年歐洲市場品牌TV行業出貨量數據。

<sup>30</sup> 數據源：GfK之全球市場調查報告，基於2024年1月至2024年12月之TV零售量。

<sup>31</sup> 數據源：IDC之2024年全球手機和平板出貨量數據。

10家。本集團通過技術創新與生態合作的深度融合，年內在多領域實現突破，不僅提升了品牌影響力，更為未來持續發展奠定了堅實基礎。

在此基礎上，本集團基於原有供應鏈資源及產業鏈垂直一體化優勢，與海外頭部IFPD品牌深化合作，推出多款創新產品。其中包括第六代護眼IFPD 98X60A、第六代智慧黑板86C60M，以及全新品類辦公智屏M系列及E系列。這些新品搭載如未來紙顯示技術、秒級4K高清屏、TCL企業版OS等創新設計，充分滿足辦公場景的輕量化和多元化需求。

2024年，本集團智慧商顯業務收入錄得同比2.1%增長至8.73億港元，毛利率同比提高2.4個百分點至13.3%，展示本集團在其領域的產品競爭力和運營效率的持續優化。

### 3. 互聯網業務

#### 持續提升用戶體驗及服務 發力海外市場穩固變現能力

本集團持續於全球範圍內發展家庭互聯網業務，致力為用戶提供多屏即時互動和全場景智慧感知的產品與服務。截至2024年12月31日止年度，本集團全球互聯網業務收入達26.27億港元，同比下跌4.9%，主要受國內大屏內容運營處於行業階段性整頓期影響；但本集團互聯網業務盈利能力持續增強，毛利率同比增加1.3個百分點至56.2%。

### 3.1 中國市場

2024年，本集團在中國市場的互聯網業務以智能、便捷和創新為核心，聚焦極致用戶體驗，突出顯示優勢，並在AI場景應用等方面實現突破式創新。通過持續豐富平台內容和優化運營效率，本集團進一步提升用戶黏性和滿意度。產品創新方面，作為OTT領域的創新者，本集團於年內完成了「靈控桌面2.0」的升級。通過簡化操控、個性化分身系統、去除廣告、視覺美化等功能優化，實現大小屏聯動及手機編輯電視桌面等功能，大幅提升用戶的使用便捷性和舒適度。同時，本集團基於AI大模型打造自有IP「雷咚咚」，並與頭部少兒IP合作，推出AI動畫成長教育內容，持續為用戶提供豐富多元的平台內容。於年內，本集團中國互聯網業務收入達18.07億港元。

### 3.2 國際市場

2024年，本集團繼續深化與Google、Roku、Netflix等互聯網巨頭的密切合作，進一步提升用戶服務體驗，並全面升級本集團的內容聚合應用TCL Channel，海外業務流量變現能力持續增強。截至2024年底，TCL Channel已覆蓋全球海外市場，累計用戶數超3,260萬。本集團國際市場的互聯網業務年內收入達8.20億港元，同比增長16.8%，顯示出穩健增長態勢。

## 4. 創新業務

### 4.1 光伏業務

**躋身行業第一梯隊 運營效率與盈利能力持續提升 為出海奠定能力基礎**

2024年，本集團秉持「以用戶為本、全球領先的分佈式智慧能源解決方案服務商」的戰略定位，充分發揮上游產業鏈資源、金融合作夥伴、工商業項目儲備及全渠道覆蓋等優勢，堅持相對輕資產模式運營，聚焦資源搶佔優質市場，推動分佈式光伏業務高質量增長，成功躋身戶用業務行業第一梯隊。年內，本集團光伏業務收入大幅增長104.4%至128.74億港元，毛利同比顯著提升104.4%至12.30億港元，毛利率維持9.6%。截至2024年底，本集團的光伏業務已覆蓋中國國內23個重點省市，累計工商簽約項目超220個、累計經銷商渠道超2,110家，累計簽約農戶超170,000戶。

展望未來，本集團將繼續深化分佈式光伏業務的高質量發展，穩步提升市場份額，並積極探索創新應用場景。同時，本集團將加速拓展海外重點市場，聚焦光儲專業分銷商和安裝商渠道，完善產品矩陣，強化組織佈局，激發業務效率，緊抓全球能源轉型與碳中和發展機遇，致力於成為全球新能源綜合解決方案服務商。

## 4.2 全品類營銷

### 品牌及渠道協同助力全品類營銷 規模保持雙位數穩健增長

依托顯示業務多年積累的全球品牌影響力及跨地域渠道佈局，本集團旗下空調、冰箱、洗衣機等智能產品的全球分銷業務實現了穩健增長，海外市場表現尤為亮眼。2024年，全品類營銷業務收入同比增長19.6%至124.46億港元，其中，海外收入規模增速亮眼，年內同比增長51.5%至70.18億港元。毛利同比增長8.9%至17.33億港元，分銷毛利率達13.9%。年內，本集團多款新產品獲「艾普蘭獎創新獎」、「艾普蘭優秀產品獎」等行業獎項認可，進一步鞏固品牌影響力。

2024年「雙十一」期間，本集團空調、冰箱及洗衣機線上零售量分別同比增長47.3%、6.0%及62.4%，而同期相關行業線上零售量則分別同比下滑9.1%、2.0%及2.4%<sup>32</sup>，本集團逆市大幅跑贏行業平均表現，展現行業領先優勢。

## 4.3 智能連接及智能家居

### 行業領先佈局AI機器人 智能眼鏡保持行業領跑者地位

2024年，本集團智能連接和智能家居業務收入達16.89億港元，雖然同比減少12.6%，但毛利率同比提升3.5個百分點至22.7%，盈利能力進一步改善。智能連接業務方面，本集團於2024年持續深耕運營商渠道，同時積極展開4G、5G產品佈局。智能家居業務方面，本集團年內推出K7G系列、X9S PRO等智能門鎖新品，並在第四季度進軍海外市場，於亞馬遜平台上線三款智能門鎖及攝像頭產品。

<sup>32</sup> 數據源：2023年及2024年第42周至46周中怡康電商周度監測數據。



此外，本集團堅持發展AR和XR賽道，內部孵化的雷鳥創新年內以35.6%的市佔率位列中國消費級AR眼鏡第一<sup>33</sup>。2024年，雷鳥創新在國內市場推出首個通過ZREAL幀享超高清認證的AR眼鏡雷鳥Air 2s，採用Sony Micro OLED屏幕，支持觀看3D立體空間視頻。此外，雷鳥創新還推出了價格更為親民的消費級AR眼鏡—雷鳥Air 3和雷鳥Air 2三周年冠軍版，為更多消費者創造了輕鬆體驗AR創新生活方式。2025年CES期間，雷鳥創新發佈V3 AI拍攝眼鏡、Air 3及X3 Pro等多款新品，進一步完善產品矩陣。

本集團在2025年CES期間還展示了智能家居領域的又一重大成果—全球首款分體式智能家居陪伴機器人TCL Ai Me。該產品採用仿生外觀設計與移動式太空艙底座，具備多模態自然交互能力，可實現情感陪伴與擬人化互動，實現家居設備控制，顯著提升生活便捷性和舒適性。TCL Ai Me的推出，標誌著本集團在智能家居領域的創新探索進入新的發展階段，並展現了本集團在AI與物聯網技術融合應用方面的技術實力。

## 5. 展望

### 把握市場機遇 深化「中高端+全球化」佈局 追求高質量增長

展望2025年，儘管全球經濟發展仍面臨諸多不確定因素，但隨著人工智能、物聯網等新興技術的持續滲透與應用，全球電視市場有望恢復溫和增長態勢。「中高端+全球化」趨勢將進一步深化，75吋及以上及Mini LED等中高端電視產品將保持高速增長，行業集中度有望進一步提升。此外，在全球能源轉型及人工智能發展機遇的推動下，光伏業務、AR/XR智能眼鏡、智能家居陪伴機器人等創新產品方興未艾，為全球能源行業及電子消費品行業帶來新一輪增長動力。

<sup>33</sup> 數據源：洛圖科技2024年中國AR線上市場零售量數據年報。

面對新的市場環境與機遇，本集團將堅定既有戰略，持續深化「中高端+全球化」佈局。一方面，本集團將加大核心技術投入，以產品力為第一抓手，建立中高端市場護城河，推動高質量增長。在顯示業務領域，本集團將緊抓Mini LED等尖端顯示技術商業化契機，不斷豐富中高端產品矩陣，通過精準營銷策略進一步提升品牌知名度及聲譽，持續擴大全球市場份額及TCL品牌的全球影響力。另一方面，本集團將發揮垂直產業鏈及全球渠道佈局優勢，積極佈局創新業務。在分佈式光伏市場，本集團將搶抓發展先機，加速業務拓展；在AR/XR智能眼鏡及智能家居陪伴機器人等前沿科技領域，本集團將持續深耕，打造新的增長引擎。

### **鞏固核心優勢 強化全球化運營 實現可持續發展**

本集團將繼續秉承「品牌引領價值，全球效率經營，科技驅動，活力至上」的戰略方向，著力強化核心競爭力。品牌方面，本集團將持續提升TCL品牌的全球影響力，鞏固中高端市場地位；技術方面，本集團將加大研發投入，引領行業技術革新；運營方面，本集團將進一步優化全球供應鏈、物流及服務體系，提升運營效率；營銷方面，本集團將持續推進精準營銷策略，實現營銷效率與品牌價值雙提升；組織方面，本集團將完善全球化架構，培養國際化人才隊伍。通過多維度能力建設，本集團將不斷增強全球綜合競爭實力。

本集團將堅持「淨利額增速>毛利額增速>收入增速」的長期經營目標，持續優化產業佈局，推動收入多元化，實現業務跨越式增長。展望未來，本集團將繼續秉持可持續發展理念，圍繞「深化全球經營，極致效率經營」堅定不移地走高質量發展道路，為客戶創造價值、為員工搭建平台、為股東創造回報、為社會承擔責任，朝著「全球化經營的領先智能終端企業」的願景砥礪前行。

## 管理層討論及分析

### 2024年度與2023年度比較

下表載列2024年與2023年的比較數字：

	截至12月31日止年度	
	2024年 千港元	2023年 千港元 (經重列)
收入	99,322,325	78,986,064
銷售成本	<u>(83,768,340)</u>	<u>(65,312,286)</u>
毛利	15,553,985	13,673,778
其他收入及收益	1,959,846	1,809,376
銷售及分銷支出	(7,504,064)	(6,817,662)
行政支出	(4,145,105)	(4,012,973)
研發費用	(2,335,052)	(2,326,980)
其他營運支出	(294,382)	(243,614)
金融及合約資產減值虧損淨額	<u>(47,666)</u>	<u>(138,731)</u>
融資成本	3,187,562	1,943,194
分佔損益：	(786,914)	(885,497)
合資公司	5,886	(2,220)
聯營公司	<u>107,989</u>	<u>92,707</u>
除稅前利潤	2,514,523	1,148,184
所得稅	<u>(666,012)</u>	<u>(321,375)</u>
本年度利潤	<u><u>1,848,511</u></u>	<u><u>826,809</u></u>
歸母淨利潤	1,759,366	743,633
非香港財務報告準則計量：		
經調整歸母淨利潤	1,605,828	802,704

## 收入

本集團收入由2023年的789.86億港元同比上漲25.7%至2024年的993.22億港元。下表載列截至2024年12月31日止及2023年12月31日止年度按業務劃分的收入：

	截至12月31日止年度			
	2024年		2023年	
	百萬港元	佔總收入 百分比	百萬港元	佔總收入 百分比
<b>顯示業務<sup>34</sup></b>	<b>69,440</b>	<b>69.9%</b>	56,540	71.6%
大呎吋顯示	<b>60,108</b>	<b>60.5%</b>	48,632	61.6%
— 中國市場	<b>19,046</b>	<b>19.2%</b>	16,016	20.3%
— 國際市場	<b>41,062</b>	<b>41.3%</b>	32,616	41.3%
中小呎吋顯示	<b>8,459</b>	<b>8.5%</b>	7,053	8.9%
智慧商顯	<b>873</b>	<b>0.9%</b>	855	1.1%
<b>互聯網業務<sup>35</sup></b>	<b>2,627</b>	<b>2.6%</b>	2,763	3.5%
中國市場	<b>1,807</b>	<b>1.8%</b>	2,061	2.6%
國際市場	<b>820</b>	<b>0.8%</b>	702	0.9%
<b>創新業務<sup>36</sup></b>	<b>27,009</b>	<b>27.2%</b>	18,640	23.6%
光伏業務	<b>12,874</b>	<b>13.0%</b>	6,299	8.0%
全品類營銷	<b>12,446</b>	<b>12.5%</b>	10,409	13.2%
智能連接及智能家居	<b>1,689</b>	<b>1.7%</b>	1,932	2.4%
<b>其他</b>	<b>246</b>	<b>0.3%</b>	1,043	1.3%
<b>總收入</b>	<b>99,322</b>	<b>100.0%</b>	78,986	100.0%

<sup>34</sup> 「顯示業務」(包括大呎吋顯示業務(即TV業務)、中小呎吋顯示業務及智慧商顯業務)對應財務報告附註中經營分類資料中(i)「TV」分類；及(ii)「智能移動、連接設備及服務」及「智慧商顯、智能家居及其他業務」兩個分類中的顯示業務。

<sup>35</sup> 「互聯網業務」對應財務報告附註中經營分類資料中「互聯網業務」。

<sup>36</sup> 「創新業務」(包括光伏業務、全品類營銷、智能連接及智能家居業務)對應財務報告附註中經營分類資料中(i)「全品類營銷」；(ii)「光伏業務」；及(iii)「智能移動、連接設備及服務」及「智慧商顯、智能家居及其他業務」兩個分類中剔除顯示業務後的其餘業務。

## 顯示業務

顯示業務的收入由2023年的565.40億港元同比增長22.8%至2024年的694.40億港元，主要受益於年內本集團在全球市場的積極開拓和品牌影響力的有效提升，疊加緊抓國內政策機遇，實現TCL TV全球出貨量錄得同比增長，產品結構持續改善，大呎吋顯示業務收入規模同比擴大23.6%至601.08億港元，同時中小呎吋業務隨著行業企穩復甦，收入同比增長19.9%至84.59億港元。

## 互聯網業務

互聯網業務的收入由2023年的27.63億港元同比下降4.9%至2024年的26.27億港元，主要是由於國內業務受行業階段性整頓影響，於年內互聯網業務國內收入同比下降12.3%至18.07億港元，同時，海外互聯網業務商業化變現能力持續提升，於年內互聯網業務海外收入增長16.8%至8.20億港元。

## 創新業務

創新業務的收入由2023年的186.40億港元同比增長44.9%至2024年的270.09億港元，主要是由於年內光伏業務區域及渠道實現有質量拓展，且本集團針對房型結構提供多樣化設計滿足市場需求，實現收入規模同比快速增長104.4%；同時，全品類營銷業務受益於本集團全球品牌力及渠道協同優勢快速發展，於年內規模同比提升19.6%。

## 毛利及毛利率<sup>37</sup>

整體毛利由2023年的136.74億港元，同比增長13.8%至2024年的155.54億港元。毛利同比增長主要是得益於本集團全球規模有效增長，產品結構改善；2024年毛利率為15.7%，較2023年下降1.6個百分點，主要是受顯示業務毛利率水平下降影響。

---

<sup>37</sup> 為投資者提供與同業更可比的財務數據，本集團自願遵循中國企業會計準則之《企業會計準則解釋第18號》中規定，將對原採用的會計政策進行相應變更，將保證類質保費用從銷售及分銷支出重分類至銷售成本，自2024年1月1日起採納並對2023年度比較金額進行重列。

### **顯示業務**

2024年顯示業務的毛利率為15.4%，同比下降1.4個百分點，主要是由於本集團持續推進「TCL+雷鳥」雙品牌戰略的落地，大呎吋顯示業務國內品牌結構佔比及海外區域結構佔比變化，疊加面板成本上漲影響；同時，中小呎吋顯示業務低毛利產品佔比增長。

### **互聯網業務**

2024年互聯網業務的毛利率為56.2%，同比提高1.3個百分點，主要得益於本集團鞏固提升國內互聯網業務產品體驗，國內互聯網的部分高毛利業務收入佔比提升，同時高毛利的海外互聯網收入規模進一步擴大。

### **創新業務**

2024年創新業務的毛利率為12.4%，同比下降1.4個百分點，主要是由於全品類營銷業務產品結構佔比變化引致的毛利率水平下降影響。

### **其他收入及收益**

其他收入及收益由2023年的18.09億港元，同比增長8.3%至2024年的19.60億港元，主要是由於清算衍生金融工具時之變現收益及外匯衍生品公平值變動收益增加。

### **銷售及分銷支出**

銷售及分銷支出由2023年的68.18億港元，同比增長10.1%至2024年的75.04億港元，主要原因是由於本集團戰略性加大品牌營銷及產品宣傳等相關投入。

### **行政支出**

行政支出由2023年的40.13億港元，同比增加3.3%至2024年的41.45億港元，主要是由於2024年外匯損失所致。

## 研發費用

研發費用由2023年的23.27億港元，同比微升0.3%至2024年的23.35億港元。

## 其他營運支出

其他營運支出由2023年的2.44億港元，同比增加20.8%至2024年的2.94億港元，主要由於本集團於年內計提商譽減值。有關詳情請參閱載列於本公告中財務報告附註11。

## 金融及合約資產減值虧損淨額

金融及合約資產減值虧損淨額由2023年的1.39億港元，同比下降65.6%至2024年的4,767萬港元，主要是由於2023年計提一間商業零售商（為上市公司）應收貿易賬款撥備的影響。

## 融資成本

融資成本由2023年的8.85億港元，同比下降11.1%至2024年的7.87億港元，主要由於保理利息支出減少所致。

## 分佔損益－合資公司及聯營公司

分佔收益由2023年的9,049萬港元，同比增長25.8%至2024年的1.14億港元，主要是由於合資公司及聯營公司業績改善及盈利增長影響，本集團合資公司及聯營公司分佔損益上升。

## 除稅前利潤

除稅前利潤由2023年的11.48億港元，同比增長119.0%至2024年的25.15億港元，主要是由於年內包括顯示業務、創新業務在內的多個業務線經營質量顯著改善，並得益於規模效益及提質增效，整體費用率有效降低，經營效率持續提升所致。

## 所得稅

所得稅由2023年的3.21億港元，同比增加107.2%至2024年的6.66億港元，主要是由於本集團若干附屬公司於年內除稅前利潤大幅增加所致。

## 本年利潤及歸母淨利潤

本年利潤由2023年的8.27億港元，同比增長123.6%至2024年的18.49億港元。歸母淨利潤由2023年的7.44億港元，同比增長136.6%至2024年的17.59億港元。增加的主要原因是本集團規模擴張疊加經營質量提升，帶動盈利能力回升。

## 非香港財務報告準則計量：經調整歸母淨利潤

經調整歸母淨利潤由2023年的8.03億港元，同比提升100.1%至2024年的16.06億港元，主要由於年內包括顯示業務、創新業務在內的多個業務線經營業績顯著改善，並得益於規模效應及提質增效，整體費用率有效降低，經營效率持續提升所致。

為補充根據香港會計師公會頒佈之香港財務報告準則編制及呈列的本集團綜合業績，本集團採用非香港財務報告準則的經調整歸母淨利潤作為額外財務計量。本集團將經調整歸母淨利潤定義為歸母淨利潤，經加回以下各項調整：(i)來自投資公司之(收益)／虧損淨額；(ii)附屬公司出售及清盤之(收益)／虧損淨額；(iii)認購期權及認沽期權相關(收益)／虧損淨額；(iv)出售非流動資產(收益)／虧損淨額；及(v)所得稅影響。

雖然經調整歸母淨利潤並非香港財務報告準則所要求且並非按香港財務報告準則呈列，但本集團的管理層相信，此等非香港財務報告準則財務計量藉排除若干非現金項目、投資及非流動資產交易影響，可為投資者評估本集團核心業務的業績提供有用的補充數據。然而，此等未經審核非香港財務報告準則財務計量應被視為根據香港財務報告準則編制的本集團財務業績的補充而非替代計量。此外，此等非香港財務報告準則財務計量的定義並未具有香港財務報告準則規定的標準化涵義，因此可能與其他公司所用的類似詞彙有所不同，未必可與其他公司採用的相若計量比較。因此，此等非香港財務報告準則財務計量作為分析工具有其局限性，投資者不應將其等與根據香港財務報告準則報告的經營業績或財務狀況分開考慮或視作替代分析。



下表載列本集團經調整歸母淨利潤與按照香港財務報告準則計算及呈列的最直接可資比較財務計量(歸母淨利潤)的對賬。

	截至12月31日止年度	
	2024年 千港元	2023年 千港元
歸母淨利潤，呈列	<b>1,759,366</b>	743,633
來自投資公司之(收益)／虧損淨額 <sup>38</sup>	<b>(69,389)</b>	(62,750)
附屬公司出售及清盤之(收益)／虧損淨額 <sup>39</sup>	<b>(64,709)</b>	(20,998)
認購期權及認沽期權相關(收益)／虧損淨額 <sup>40</sup>	<b>(20,749)</b>	111,129
出售非流動資產(收益)／虧損淨額 <sup>41</sup>	<b>1,933</b>	13,228
所得稅影響 <sup>42</sup>	<b>(624)</b>	18,462
	<hr/>	<hr/>
非香港財務報告準則計量：		
經調整歸母淨利潤	<b><u>1,605,828</u></b>	<b><u>802,704</u></b>

<sup>38</sup> 來自投資公司之(收益)／虧損淨額包括視作出售、出售、清盤、視作部分購買／出售投資公司之(收益)／虧損淨額。

<sup>39</sup> 附屬公司出售及清盤之(收益)／虧損淨額包括議價購買收益、視作出售、出售及清盤附屬公司之(收益)／虧損淨額。

<sup>40</sup> 認購期權及認沽期權相關(收益)／虧損淨額包括認購期權及認沽期權公平值變動、認沽期權有關之金融負債之估算利息及清算失效認購期權之(收益)／虧損淨額。

<sup>41</sup> 出售非流動資產(收益)／虧損淨額包括出售固定資產、其他無形資產、使用權資產及其他資產之(收益)／虧損淨額。

<sup>42</sup> 所得稅影響指非香港財務報告準則調整對所得稅的影響。

## 財務回顧

### 主要投資、收購及出售

於2024年12月24日(交易時段後)，TCL SEMP(本公司之間接非全資附屬公司)(i)與TCL家電及TCL SEMP Condicionadores訂立一份股份購買協議，據此，TCL SEMP同意出售而TCL家電同意購買TCL SEMP Condicionadores 75%已發行股份，不附帶任何及所有留置權，代價約為159,981,000雷亞爾(相當於約207,992,000港元)(可予調整)；及(ii)與STA及TCL SEMP Condicionadores訂立另一份股份購買協議，據此，TCL SEMP同意出售而STA同意購買TCL SEMP Condicionadores 25%已發行股份，不附帶任何及所有留置權，代價約為53,327,000雷亞爾(相當於約69,330,000港元)(可予調整)。此交易已於2024年12月完成。詳情請參閱本公司日期為2024年12月24日之公告。

於2024年12月27日(交易時段後)，惠州TCL移動(本公司之間接全資附屬公司)與TCL馭新智行訂立一份設備轉讓協議，據此，惠州TCL移動同意出售而TCL馭新智行同意購買生產線設備，代價為人民幣18,000,000元(相當於19,492,000港元)。詳情請參閱本公司日期為2024年12月27日之公告及日期為2025年1月10日之補充公告。

除上文所述外，本集團於2024年12月31日並無持有其他重大投資，及截至2024年12月31日止年度並無其他重大收購或出售附屬公司、聯營公司及合資公司。

### 流動資金及財務資源

本集團管理流動性風險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本集團可以以最低可行成本維持資金之延續性及靈活性。

於2024年12月31日，本集團之現金及現金等值項目共約8,771,691,000港元，同比減少18.3%。其中49.2%為美元、28.0%為人民幣、10.6%為歐元、1.5%為港元，而10.7%為其他貨幣以供海外業務所用。

為配合日常流動資金管理及未來擴展，本集團可動用銀行及其他貸款。本集團於2024年12月31日之銀行貸款及其他貸款約4,610,059,000港元，其按介乎1.95%至5.77%之固定及浮動利率計息及以美元、人民幣、歐元及越南盾計值。借貸到期日為按要求至15年內。為確保有效之資本架構及鑑於合理利率，本集團擬維持股本及債務組合。於2024年12月31日可用信貸融資與截至2023年12月31日止年度比較並無重大變化，亦概無任何根據融資租賃持有之資產。

於2024年12月31日，由於本集團之現金及現金等值項目，及受限制現金及已抵押存款約9,441,601,000港元，較計息銀行及其他貸款及租賃負債總額約4,967,471,000港元為高，因此本集團之資本負債比率為0%。資本負債比率以債務淨額（即按計息銀行貸款及租賃負債總額扣減現金及現金等值項目，及受限制現金及已抵押存款）除以歸屬於母公司擁有者之權益計算。債務還款期為按要求至15年內。

### 資產抵押

於2024年12月31日，本集團有受限制現金及已抵押存款結餘約669,910,000港元（2023年12月31日：57,432,000港元）、存貨約400,087,000港元（2023年12月31日：無）、按攤餘成本計量的債權工具投資約107,637,000港元（2023年12月31日：無）及預付款項、其他應收款項及其他資產約4,428,000港元（2023年12月31日：無）作為本集團履約及質量保證結餘、金融資產及銀行授信之抵押。

### 資本承擔及或然負債

於2024年12月31日，本集團尚有以下資本承擔：

	2024年 千港元	2023年 千港元
已訂約但未撥備	539,899	599,510
已授權但未訂約	—	—
	<u>539,899</u>	<u>599,510</u>

於2024年12月31日，本集團有以下尚未於財務報告計提撥備之或然負債：

TCL SEMP Eletroeletronicos目前在巴西是一項與巴西稅務機關的稅務評估爭議中的答辯人，其被指控在2012年和2013年財政年度不正當地應用稅收抵免。截至2024年12月31日，該稅務評估爭議仍在進行。香港會計準則第37號撥備、或然負債及或然資產通常所需的資料並未披露，理由是披露可能會嚴重損害此爭議的結果。根據主理此爭議的獨立律師之回覆，預計爭議期將持續3至8年。本集團並無作出任何撥備，因為本集團根據其法律顧問的意見，認為TCL SEMP Eletroeletronicos對該指控能進行有效抗辯。

### 未決訴訟

除上文所述外，本集團於2024年12月31日並未牽涉任何重大訴訟。

### 外幣匯兌風險

本集團的業務及營運面向國際市場，因此需承受外匯交易及貨幣轉換的外幣匯兌風險。

本集團的策略是中央處理外匯管理事宜，以監控其所承受的總外匯風險，抵銷各關聯公司之狀況及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，達到自然對沖效果。此外，為符合以穩健的財務管理策略為目標，本集團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

於2024年12月31日，本集團共有30,510名僱員，皆為幹勁十足之優秀人才。截至2024年12月31日止年度，僱員成本總額為約6,385,500,000港元。本集團僱員致力為本集團的成長及發展作出貢獻。本集團根據僱員其於所任職位的表現及發展潛力擢升員工。為吸引並挽留高質素員工，本集團提供具有競爭力的福利待遇（根據市場標準及僱員個人表現、資歷以及經驗而定）。於基本薪金的基礎上，根據本集團業績及僱員個人表現，可給予花紅獎勵。此外，本集團內持續地提供培訓及發展課程。本集團已經參照現行法例、市況以及個人及本集團之表現，定期檢討酬金政策。

為了令僱員與本公司股東之利益一致，本公司根據於2016年購股權計劃向相關承授人（包括本集團僱員）授出購股權。於2024年12月31日沒有尚未行使本公司股份之購股權。本公司於2023年11月3日為符合新生效的上市規則第十七章採納2023年購股權計劃，並於同日終止2016年購股權計劃。自採納2023年購股權計劃後直至2024年12月31日期間，概無任何根據2023年購股權計劃授出之購股權。

由於2008年股份獎勵計劃已於2023年2月5日屆滿，本公司於2023年11月3日也採納了2023年股份獎勵計劃。根據2023年股份獎勵計劃，指定受託人將以本公司授出之現金於市場上購入現有股份或認購新股份，並以信託形式由受托人代指定人士持有，直至該等股份按2023年股份獎勵計劃之條文歸屬該等相關指定人士為止。根據2008年股份獎勵計劃於到期日前已授予並存續的獎勵股份，將根據2008年股份獎勵計劃及授予條款繼續具有十足效力及影響。於2024年1月25日，根據2023年股份獎勵計劃已授予82,270,000股獎勵股份（均為現有股份）。截至2024年12月31日，合共82,278,550股獎勵股份已授予但尚未歸屬，其中2,928,550股獎勵股份根據2008年股份獎勵計劃授出及79,350,000股獎勵股份根據2023年股份獎勵計劃授出。

## 財務資料

### 綜合損益及其他全面收益表

	附註	截至12月31日止年度	
		2024年 千港元	2023年 千港元 (經重列)
收入	5	<b>99,322,325</b>	78,986,064
銷售成本		<b>(83,768,340)</b>	(65,312,286)
毛利		<b>15,553,985</b>	13,673,778
其他收入及收益		<b>1,959,846</b>	1,809,376
銷售及分銷支出		<b>(7,504,064)</b>	(6,817,662)
行政支出		<b>(4,145,105)</b>	(4,012,973)
研發費用		<b>(2,335,052)</b>	(2,326,980)
其他營運支出		<b>(294,382)</b>	(243,614)
金融及合約資產減值虧損淨額		<b>(47,666)</b>	(138,731)
融資成本	6	<b>3,187,562</b>	1,943,194
分佔損益：		<b>(786,914)</b>	(885,497)
合資公司		<b>5,886</b>	(2,220)
聯營公司		<b>107,989</b>	92,707
除稅前利潤	7	<b>2,514,523</b>	1,148,184
所得稅	8	<b>(666,012)</b>	(321,375)
本年度利潤		<b>1,848,511</b>	826,809

## 截至12月31日止年度

2024年  
千港元2023年  
千港元

## 其他全面收益／(虧損)

於期後可能重新分類到損益的其他

全面收益／(虧損)：

現金流量對沖：

本年度內對沖工具產生之公平值變動之

有效部分

**(8,940)**

89,493

對已包括於綜合損益表中之(收益)／虧損之

重新分類調整

**116,748**

(110,228)

所得稅影響

**1,215**

2,855

**109,023**

(17,880)

匯兌差異：

折算海外業務之匯兌差異

**(1,013,899)**

(105,490)

本年度內海外業務出售或清盤時之

重新分類調整

**(583)**

(930)

本年度聯營公司視為部分出售或

出售時之重新分類調整

**107**

3,496

本年度一間合資公司清盤時之重新分類調整

**3,381**

-

**(1,010,994)**

(102,924)

按公平值計入其他全面收益之金融資產：

應收票據公平值變動，扣除所得稅後

**(2,063)**

(2,547)

分佔聯營公司及一間合資公司之

其他全面收益／(虧損)

**8,764**

(413)

因出售一間聯營公司之重新分類

**(5,781)**

-

因出售一間合資公司之重新分類

**1,312**

-

於期後可能重新分類到損益的其他全面虧損淨額

**(899,739)**

(123,764)

	附註	截至12月31日止年度	
		2024年 千港元	2023年 千港元
於期後將不會被重新分類到損益之 其他全面收益／(虧損)：			
指定按公平值計入其他全面收益之權益投資：			
公平值變動，扣除所得稅後		15,981	24,247
分佔聯營公司之其他全面虧損		(498)	(1,493)
離職後福利義務的重新計量		—	(1,052)
		<u>15,483</u>	<u>21,702</u>
於期後將不會被重新分類到損益之 其他全面收益淨額		<u>15,483</u>	<u>21,702</u>
本年度其他全面虧損，除稅淨額		<u>(884,256)</u>	<u>(102,062)</u>
本年度全面收益總額		<u>964,255</u>	<u>724,747</u>
利潤歸屬於：			
母公司擁有着		1,759,366	743,633
非控股權益		89,145	83,176
		<u>1,848,511</u>	<u>826,809</u>
全面收益／(虧損)總額歸屬於：			
母公司擁有着		1,032,075	606,798
非控股權益		(67,820)	117,949
		<u>964,255</u>	<u>724,747</u>
母公司普通股股東應佔每股盈利	10		
基本		<u>72.39港仙</u>	<u>30.65港仙</u>
攤薄		<u>69.72港仙</u>	<u>30.01港仙</u>

本年度股息之詳情披露於附註9。



## 綜合財務狀況表

	附註	2024年 12月31日 千港元	2023年 12月31日 千港元
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		2,439,532	2,384,306
投資物業		413,818	544,530
使用權資產		827,107	846,034
商譽	11	2,947,380	3,193,639
其他無形資產		1,499,256	1,377,238
於合資公司之投資		4,331	101,223
於聯營公司之投資		1,437,839	1,252,557
指定按公平值計入其他全面收益之權益投資		366,098	323,592
按公平值計入損益之金融資產		37,656	–
按攤餘成本計量的債權工具投資		198,757	–
遞延稅項資產		471,530	490,690
合約資產		365,201	–
其他遞延資產		818,931	749,247
衍生金融工具		6,041	1,071
<b>非流動資產合計</b>		<b>11,833,477</b>	<b>11,264,127</b>
<b>流動資產</b>			
存貨		15,288,555	12,211,524
應收貿易賬款	12	22,332,884	15,547,888
應收票據		4,436,662	3,458,107
合約資產		22,470	147,702
預付款項、其他應收款項及其他資產		9,451,215	10,143,709
可收回稅項		147,255	78,378
按公平值計入損益之金融資產		2,861,035	943,102
衍生金融工具		552,250	187,604
受限制現金及已抵押存款		669,910	57,432
現金及現金等值項目		8,771,691	10,736,877
<b>流動資產合計</b>		<b>64,533,927</b>	<b>53,512,323</b>

	附註	2024年 12月31日 千港元	2023年 12月31日 千港元
<b>流動負債</b>			
應付貿易賬款	13	26,646,451	19,115,674
應付票據		5,839,326	4,892,498
其他應付款項及預提費用		18,521,480	15,108,788
計息銀行貸款及其他貸款	14	4,172,399	4,922,828
租賃負債		137,367	163,836
應付稅項		332,855	183,295
衍生金融工具		353,309	96,518
預計負債		1,125,749	1,052,159
流動負債合計		<u>57,128,936</u>	<u>45,535,596</u>
淨流動資產		<u>7,404,991</u>	<u>7,976,727</u>
總資產減流動負債		<u>19,238,468</u>	<u>19,240,854</u>
<b>非流動負債</b>			
計息銀行貸款及其他貸款	14	437,660	888,826
租賃負債		220,045	243,480
遞延稅項負債		324,803	340,361
其他長期應付款項		94,568	52,986
其他非流動負債		296,308	140,114
認沽期權相關金融負債		188,666	269,001
非流動負債合計		<u>1,562,050</u>	<u>1,934,768</u>
淨資產		<u>17,676,418</u>	<u>17,306,086</u>
<b>權益</b>			
歸屬於母公司擁有人之權益			
已發行股本	15	2,520,935	2,507,569
儲備		14,683,433	14,200,085
非控股權益		<u>17,204,368</u>	<u>16,707,654</u>
		472,050	598,432
權益合計		<u>17,676,418</u>	<u>17,306,086</u>

附註：

## 1. 編製基準

該等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、若干金融資產及權益投資以公平值計量外，該等財務報告乃根據歷史成本記賬法編製。除另有說明者外，該等財務報告以港元呈列，所有價值均已湊整至最接近千位。

### 綜合基準

綜合財務報告包括本公司及其附屬公司截至2024年12月31日止年度的財務報告。附屬公司為本公司直接或間接控制的實體(包括結構性實體)。當本集團對參與被投資公司的浮動回報承擔風險或享有權利以及能透過對被投資公司的權力(即賦予本集團目前掌控被投資公司相關活動能力的現有權利)影響該等回報時，即取得控制權。

一般而言，假設大多數投票權導致控制。倘本公司直接或間接於被投資公司擁有的投票權或類似權利不足大多數，則本集團於評估其是否擁有對被投資公司的權力時會考慮一切相關事實及情況，包括：

- (a) 與被投資公司其他擁有投票權的人士的合約安排；
- (b) 其他合約安排所產生的權利；及
- (c) 本集團的投票權及潛在投票權。

附屬公司與本公司之財務報告的報告期間相同，並採用一致會計政策編製。附屬公司之業績由本集團取得控制權之日起計綜合入賬，並繼續綜合入賬至該控制權終止日為止。

損益及其他全面收益的各組成部分歸屬於本集團母公司擁有人及非控股權益，即使此舉會導致非控股權益出現虧絀結餘亦然。所有集團內公司之間資產及負債、權益、收入、支出以及與本集團成員公司之間交易有關的現金流量均於綜合賬目時悉數抵銷。

倘事實及情況反映上述三項控制權因素其中一項或多項有變，則本集團會重估是否仍然控制投資對象。附屬公司擁有權權益的變動(並無失去控制權)，於入賬時列作權益交易。

倘本集團失去對一間附屬公司之控制權，則其撤銷確認相關資產(包括商譽)及負債、任何非控股權益及匯兌波動儲備，並確認所保留任何投資之公平值及損益賬中任何因此產生之盈餘或虧損。先前於其他全面收益表內確認之本集團應佔部分按猶如本集團已經直接出售相關資產或負債所規定的相同基準重新分類為損益或保留利潤(視何者屬適當)。

## 2. 會計政策及披露之變動

本集團已就本年度之財務報告首次採納下列經修訂之香港財務報告準則。

香港財務報告準則第16號修訂	售後租回之租賃負債
香港會計準則第1號修訂	分類負債為流動或非流動(「2020年修訂」)
香港會計準則第1號修訂	帶有契約之非流動負債(「2022年修訂」)
香港會計準則第7號及 香港財務報告準則第7號修訂	供應商融資安排

該等經修訂香港財務報告準則之性質及影響如下文載述：

香港財務報告準則第16號修訂指定了賣方承租人在計量售後租回交易中產生的租賃負債時使用的要求，以確保賣方承租人不確認與其保留的使用權相關的任何收益或虧損金額。由於本集團自香港財務報告準則第16號初始應用日期以來，並未發生任何租賃付款不依賴於指數或利率變動的售後租回交易，該等修訂不會對本集團的財務狀況或表現造成任何影響。

2020年修訂闡明將負債分類為流動或非流動之規定，包括闡釋延遲償還負債權利及報告期末必須存在延遲權利之規定。實體是否行使其延遲償還負債權利的可能性並不影響負債的分類。該等修訂也明確負債可以以其自身權益工具結算，且只有當可轉換負債中的轉換選擇權本身作為權益工具進行會計處理時，負債的條款才不會影響其分類。2022年修訂進一步闡明，在貸款安排產生的負債的契約中，只有實體必須在報告日或之前遵守的契約方會影響該負債分類為流動或非流動。實體在報告期後12個月內遵守未來契約影響之非流動負債須作出額外披露。

本集團已重新評估截至2023年1月1日及2024年1月1日的負債條款和條件，並得出在初始應用該等修訂後其負債的流動或非流動分類保持不變的結論。該等修訂不會對本集團的財務狀況或表現造成任何影響。

香港會計準則第7號及香港財務報告準則第7號修訂闡明供應商融資安排的特點，並規定須就該等安排作出額外披露。該等修訂的披露規定旨在協助財務報告使用者了解供應商融資安排對實體的負債、現金流量及流動資金風險的影響。該等修訂不會對本集團的財務報告造成任何重大影響。

自2024年1月1日起，本集團自願變更有關保證類質量保證成本的會計政策，將保證類質量保證成本列示於銷售成本而非銷售及分銷支出中，以提供更可靠且更相關的財務信息。

由於香港會計準則第37號撥備、或然負債及或然資產並未明確規定保證類質量保證成本在綜合損益表中應列示於哪一具體費用科目，過去本集團將保證類質量保證成本列示於銷售及分銷支出中，以保持與其中國境內控股公司及多數同業（主要為A股或A+H股上市公司）一致的會計政策。

2024年12月5日，中華人民共和國財政部發佈《企業會計準則解釋第18號》（「解釋」），明確規定保證類質量保證成本應計入銷售成本。鑒於中國境內控股公司及同業已遵循該解釋並變更保證類質量保證成本的會計政策，為增強與競爭對手財務資料的可比性，並向財務報告使用者提供更相關的資料，本集團已將保證類質量保證成本的列示方式從銷售及分銷支出調整為銷售成本。

本集團已追溯應用會計政策變更，對綜合損益表的影響如下：

	增加／(減少)	
	截至12月31日止年度	
	2024年	2023年
	千港元	千港元
銷售成本	1,255,483	1,081,917
銷售及分銷支出	(1,255,483)	(1,081,917)
本年度利潤	—	—

### 3. 已頒佈但尚未生效之香港財務報告準則

本集團並無於該等財務報告內應用下列已頒佈但尚未生效之新訂及經修訂香港財務報告準則。本集團擬於適用的新訂及經修訂香港財務報告準則生效時予以應用。

香港財務報告準則第18號	財務報表之呈列及披露 <sup>3</sup>
香港財務報告準則第19號	非公共受託責任之附屬公司：披露 <sup>3</sup>
香港財務報告準則第9號及 香港財務報告準則第7號修訂	金融工具分類及計量之修訂 <sup>2</sup>
香港財務報告準則第10號及 香港會計準則第28號修訂	投資者與其聯營公司或合資公司之間資產出售或注資 <sup>4</sup>
香港會計準則第21號修訂	缺乏可兌換性 <sup>1</sup>
香港財務報告準則會計準則年度改良 — 第11卷	香港財務報告準則第1號、香港財務報告準則第7號、香港財務報告準則第9號、香港財務報告準則第10號及香港會計準則第7號修訂 <sup>2</sup>

<sup>1</sup> 於2025年1月1日或之後開始之年度期間生效

<sup>2</sup> 於2026年1月1日或之後開始之年度期間生效

<sup>3</sup> 於2027年1月1日或之後開始之年度／報告期間生效

<sup>4</sup> 有待釐定強制生效日期，但可提前採納

預期將適用於本集團之該等香港財務報告準則之進一步資料於下文載述。

香港財務報告準則第18號取代香港會計準則第1號*財務報表列報*。儘管香港財務報告準則第18號保留了香港會計準則第1號中的多個部分且僅作有限變更，但香港財務報告準則第18號引入對損益表列報的新要求，包括指定的總額和小計。企業需將損益表中的所有收入和費用分類為五類之其中之一：經營、投資、融資、所得稅及終止經營，並列報兩個新定義的小計。此外，香港財務報告準則第18號要求在單一附註中披露管理層定義的績效指標，並對主要財務報表及附註中的資料分組（匯總及分解）和位置提出更嚴格的要求。一些原本包含在香港會計準則第1號中的要求被移至香港會計準則第8號*會計政策、會計估計變更及錯誤*，並更名為香港會計準則第8號*財務報表的編制基礎*。由於香港財務報告準則第18號的發佈，對香港會計準則第7號*現金流量表*、香港會計準則第33號*每股收益*及香港會計準則第34號*中期財務報告*進行了有限但廣泛適用的修訂。此外，對其他香港財務報告準則也作出了少量的相應修訂。香港財務報告準則第18號及對其他香港財務報告準則的相應修訂自2027年1月1日或之後開始的年度期間生效，允許提前應用，並需追溯應用。本集團目前正在分析新要求，並評估香港財務報告準則第18號對本集團財務報告列報及披露的影響。

香港財務報告準則第19號允許符合資格的企業選擇應用簡化的披露要求，同時仍然遵循其他香港財務報告準則中的確認、計量及列報要求。符合資格的企業在報告期末必須是香港財務報告準則第10號綜合財務報表中定義的附屬公司，且不得具有公眾問責性，並必須有一間控股公司（最終或中間控股公司）編制符合香港財務報告準則的綜合財務報表供公眾使用。允許提前應用。由於本公司為上市公司，不符合選擇應用香港財務報告準則第19號的資格。本公司部分附屬公司正在考慮在其特定財務報告中應用香港財務報告準則第19號。

香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第7號修訂明確金融資產或金融負債終止確認的日期，並引入了一項會計政策選擇，即在滿足特定條件的情況下，可於結算日之前終止確認通過電子支付系統結算的金融負債。修訂還闡明了如何評估具有環境、社會和治理及其他類似或有特徵的金融資產的合約現金流特徵。此外，修訂明確了對具有無索權特徵的金融資產及合約連結工具的分類要求。該等修訂還包括對指定為以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的權益工具投資及具有或有特徵的金融工具的額外披露要求。該等修訂需追溯應用，並於初始應用日調整期初留存利潤（或其他權益組成部分）。以前年度無需重列，且僅可在不使用後見之明的情況下重列。允許提前同時應用所有修訂，或僅應用與金融資產分類相關的修訂。預計該等修訂不會對本集團的財務報告產生重大影響。

香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號修訂針對香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號之間有關投資者與其聯營公司及合資公司之間資產出售或注資兩者規定的不一致性。該等修訂規定，當投資者與其聯營公司或合資公司之間的資產出售或注資構成一項業務時，須悉數確認順流交易產生的收益或虧損。當交易涉及不構成一項業務的資產時，由該交易產生的收益或虧損於該投資者的損益內確認，惟僅以不相關投資者於該聯營公司或合資公司的權益為限。該等修訂按不予追溯之基準應用。香港會計師公會已剔除對香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號修訂的早前強制生效日期。然而，該等修訂目前可供採納。

香港會計準則第21號修訂訂明實體應如何評估某種貨幣是否可兌換為另一種貨幣，以及在缺乏可兌換性的情況下，實體應如何估計於計量日期的即期匯率。該等修訂要求披露讓財務報表使用者能夠了解貨幣不可兌換的影響的資料，允許提早應用。於應用該等修訂時，實體不能重列比較資料。初始應用該等修訂的任何累計影響應於初始應用當日確認為對保留利潤期初結餘的調整或對權益單獨組成部分中累計的匯兌差額累計金額的調整（如適用）。該等修訂預期不會對本集團的財務報告產生任何重大影響。

香港財務報告準則會計準則年度改良—第11卷對香港財務報告準則第1號、香港財務報告準則第7號、(及其附帶的香港財務報告準則第7號實施指引)、香港財務報告準則第9號、香港財務報告準則第10號及香港會計準則第7號提出了修訂。預期適用於本集團的修訂詳情如下：

- 香港財務報告準則第7號**金融工具：披露**：該等修訂更新了香港財務報告準則第7號第B38段及實施香港財務報告準則第7號指南第IG1、IG14和IG20B段中的若干措辭，以簡化或與標準中其他段落及／或其他準則中使用的概念和術語保持一致。此外，修訂澄清實施香港財務報告準則第7號指南不一定說明香港財務報告準則第7號參考段落中的所有要求，也不會產生額外要求。允許提前應用。預計該等修訂不會對本集團的財務報告產生重大影響。
- 香港財務報告準則第9號**金融工具**：該等修訂明確了當承租人在根據香港財務報告準則第9號確定租賃負債已終止時，承租人需應用香港財務報告準則第9號第3.3.3段並將由此產生的收益或虧損確認於損益中。此外，修訂更新了香港財務報告準則第9號第5.1.3段及附錄A中的若干措辭，以消除潛在混淆。允許提前應用。預計該等修訂不會對本集團的財務報告產生重大影響。
- 香港財務報告準則第10號**綜合財務報表**：該等修訂澄清了香港財務報告準則第10號第B74段中描述的關係只是投資者與作為其事實代理人的其他方之間可能存在的各種關係之一，從而消除了與香港財務報告準則第10號第B73段要求的不一致。允許提前應用。預計該等修訂不會對本集團的財務報告產生重大影響。
- 香港會計準則第7號**現金流量表**：該等修訂在香港會計準則第7號第37段中用「按成本」取代了「成本法」一詞，此前「成本法」的定義已被刪除。允許提前應用。預計該等修訂不會對本集團的財務報告產生任何影響。



#### 4. 經營分類資料

就管理而言，本集團根據地區TV分類及其他產品類型組成業務單位，並分為下列六個可報告經營分類：

- (a) TV分類—於下列地區製造及銷售TV：
  - TCL TV—中國市場；及
  - TCL TV—國際市場；
- (b) 互聯網業務分類—會員卡、視頻點播、廣告、垂直類應用及其他新業務；
- (c) 智能移動、連接設備及服務分類—製造及銷售手機、智能連接產品、智能移動屏及服務；
- (d) 全品類營銷分類—TCL品牌空調、冰箱、洗衣機及其他家電銷售業務；
- (e) 光伏業務分類—光伏發電設備及系統的銷售、提供建設及運維服務及其他新能源科技業務；及
- (f) 智慧商顯、智能家居及其他業務分類。

本公司之管理層分別監察本集團各經營分類之業績，以作出有關資源分配及表現評估之決策。分類表現乃根據分部的分部收入及毛利作出評估。

可報告經營分類之披露已修改，詳情請參閱本公告第42頁，而該等可報告經營分類之比較數字亦已重列，因管理層認為該等經重列分類之資料將有助該等財務報告之使用者。

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。

	TV		互聯網業務		智慧移動、連接設備 及服務		全品類營銷		光伏業務		智慧商顯、智能家居 及其他業務		合計		抵銷		綜合			
	TCL TV-		TCL TV-		TCL TV-		TCL TV-		TCL TV-		TCL TV-		TCL TV-		TCL TV-		TCL TV-			
	中國市場	國際市場	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023
千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
分業收入：																				
銷售予外幣客戶	19,046,463	16,016,765	41,061,903	32,615,812	2,627,155	2,762,526	9,588,059	8,278,969	12,446,454	10,408,969	12,873,481	6,299,104	1,678,810	2,603,919	1,678,810	2,603,919	99,322,325	99,322,325	78,986,064	78,986,064
分類間銷售	3,912,606	2,881,163	352,190	373,960	24,095	21,941	4,360	2,508	25,141	27,857	48,780	11,055	165,006	36,738	165,006	36,738	4,512,778	4,512,778	(3,355,202)	(3,355,202)
合計	22,959,069	18,897,928	41,414,093	32,989,772	2,651,850	2,784,467	9,592,419	8,281,477	12,471,595	10,436,826	12,922,261	6,310,159	1,843,816	2,640,657	1,843,816	2,640,657	103,855,103	82,341,266	(4,512,778)	(4,512,778)
毛利	3,762,689	3,419,871	5,516,260	4,428,505	1,476,050	1,517,748	1,585,967	1,824,480	1,732,884	1,591,108	1,230,252	602,028	229,883	290,038	229,883	290,038	15,553,985	13,673,778	-	-

\* 光伏業務分類已自智慧商顯、智能家居及其他業務分類中重新分類為一個單獨分類，以便本公司管理層作出更佳決策。

## 5. 收入

收入分析如下：

	2024 千港元	2023 千港元
來自客戶合約之收入	<u>99,322,325</u>	<u>78,986,064</u>

來自客戶合約之收入的分類收入信息

截至2024年12月31日止年度

分類	TV及其他* 千港元	互聯網業務 千港元	合計 千港元
<b>貨物或服務類型</b>			
銷售貨物	95,891,517	109,789	96,001,306
建設服務	803,653	-	803,653
視頻點播服務	-	499,072	499,072
廣告、垂直類應用及其他新業務	-	2,018,294	2,018,294
來自客戶合約之收入總額	<u>96,695,170</u>	<u>2,627,155</u>	<u>99,322,325</u>
<b>地區市場</b>			
中國內地	39,669,040	1,807,388	41,476,428
歐洲	12,999,936	119,487	13,119,423
北美	16,953,820	363,667	17,317,487
新興市場	27,072,374	336,613	27,408,987
來自客戶合約之收入總額	<u>96,695,170</u>	<u>2,627,155</u>	<u>99,322,325</u>
<b>收入確認之時間</b>			
在某一時間點轉讓貨物	95,891,517	109,789	96,001,306
服務隨時間轉移	803,653	499,072	1,302,725
在某一時間點轉讓服務	-	2,018,294	2,018,294
來自客戶合約之收入總額	<u>96,695,170</u>	<u>2,627,155</u>	<u>99,322,325</u>

來自客戶合約之收入的分類收入信息(續)

截至2023年12月31日止年度

分類	TV及其他* 千港元	互聯網業務 千港元	合計 千港元
<b>貨物或服務類型</b>			
銷售貨物	75,191,230	162,447	75,353,677
建設服務	1,032,308	–	1,032,308
視頻點播服務	–	511,262	511,262
廣告、垂直類應用及其他新業務	–	2,088,817	2,088,817
	<u>76,223,538</u>	<u>2,762,526</u>	<u>78,986,064</u>
來自客戶合約之收入總額	<u>76,223,538</u>	<u>2,762,526</u>	<u>78,986,064</u>
<b>地區市場</b>			
中國內地	30,185,354	2,060,447	32,245,801
歐洲	8,986,714	–	8,986,714
北美	16,121,607	359,828	16,481,435
新興市場	20,929,863	342,251	21,272,114
	<u>76,223,538</u>	<u>2,762,526</u>	<u>78,986,064</u>
來自客戶合約之收入總額	<u>76,223,538</u>	<u>2,762,526</u>	<u>78,986,064</u>
<b>收入確認之時間</b>			
在某一時間點轉讓貨物	75,191,230	162,447	75,353,677
服務隨時間轉移	1,032,308	511,262	1,543,570
在某一時間點轉讓服務	–	2,088,817	2,088,817
	<u>76,223,538</u>	<u>2,762,526</u>	<u>78,986,064</u>
來自客戶合約之收入總額	<u>76,223,538</u>	<u>2,762,526</u>	<u>78,986,064</u>

\* TV及其他包括於互聯網業務外之所有其他五個經營分類。

## 6. 融資成本

	2024年 千港元	2023年 千港元
以下各項之利息：		
銀行貸款	743,851	817,023
TCL實業控股控制之公司之存款及貸款	23,269	36,234
租賃負債之利息支出	19,794	17,024
與認沽期權有關之金融負債之估算利息	-	15,067
一間TCL實業控股之關聯公司之存款及貸款	-	129
一間TCL科技控制之公司之存款及貸款	-	20
	<hr/>	<hr/>
本年度融資成本總額	<b>786,914</b>	<b>885,497</b>
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

## 7. 除稅前利潤

本集團除稅前利潤乃經扣除／(計入)：

	2024年 千港元	2023年 千港元 (經重列)
銷售存貨及提供服務成本	83,768,340	65,312,286
物業、廠房及設備折舊	382,840	405,726
投資物業折舊	14,679	14,749
使用權資產折舊	202,672	209,177
其他遞延資產折舊	36,530	24,855
研發費用	2,335,052	2,326,980
其他無形資產攤銷	518,603	540,620
不計入租賃負債計量之租賃付款	112,101	106,651
核數師酬金	11,512	11,937
僱員福利開支(包括董事酬金)：		
工資及薪金	5,786,943	5,253,561
TCL股份獎勵計劃下僱員以股份支付薪酬福利	82,531	83,636
定額供款開支	516,026	501,369
	<u>6,385,500</u>	<u>5,838,566</u>
外匯差異淨額***	160,368	(202,476)
金融及合約資產減值淨額：		
應收貿易賬款減值	33,290	123,523
其他應收款項減值	14,240	15,127
合約資產減值	136	81
	<u>47,666</u>	<u>138,731</u>
物業、廠房及設備項目減值**	2,084	1,538
其他無形資產項目減值**	30,179	21,927
商譽減值**	127,910	-
於聯營公司之投資減值**	-	32,884
存貨撇減至可變現淨值	145,784	302,580
租金收入淨額	(34,469)	(34,060)
利息收入	(773,444)	(794,171)
政府撥款*：		
計入其他收入及收益	(405,971)	(535,252)
從銷售成本及相關支出中扣除	(77,359)	(108,701)
	<u>(483,330)</u>	<u>(643,953)</u>

	2024年 千港元	2023年 千港元
公平值(收益)／虧損淨額：		
衍生工具－不合資格作對沖之交易***	(92,266)	198,944
按公平值計入損益之金融資產	(35,358)	(25,072)
認購期權及認沽期權**	44,445	47,177
按公平值計入損益之金融資產－權益投資	(5,332)	-
清算時變現(收益)／虧損淨額：		
衍生金融工具	(221,136)	(25,259)
按公平值計入損益之金融資產***	(21,590)	1,684
與認沽期權相關之收益	(65,194)	-
清算失效認購期權之虧損**	-	48,885
無效之公平值對沖***	17,442	30,094
出售物業、廠房及設備項目之虧損淨額**	10,127	20,968
出售其他無形資產項目之(收益)／虧損淨額**	3,672	(2,344)
出售使用權資產項目之收益淨額	(11,623)	(5,255)
出售其他遞延資產項目之收益淨額	(243)	(141)
附屬公司清盤之(收益)／虧損**	221	(1,051)
出售附屬公司之收益	(52,807)	(19,947)
出售聯營公司之收益	(8,035)	(57,063)
視作部分出售一間聯營公司之收益	(217)	(5,687)
一間合資公司清盤之虧損**	3,381	-
出售一間合資公司之收益	(59,186)	-
議價購買一間附屬公司之收益	(12,123)	-

附註：

\* 已就本集團日常活動收到若干政府撥款。政府撥款包括增值稅退稅及國家專利補貼，已計入綜合損益表之「其他收入及收益」中。該等撥款並無尚未達成之條件或或然事項。

\*\* 該等項目之虧損已於綜合損益及其他全面收益表入賬列為「其他營運支出」。

\*\*\* 該等項目之虧損已於綜合損益及其他全面收益表入賬列為「行政支出」。

## 8. 所得稅

香港利得稅乃按年內在香港產生之估計應課稅利潤以16.5% (2023年：16.5%) 之稅率計提撥備。其他地區之應課稅利潤稅項乃按本集團經營所在國家／司法權區當時之稅率計算。

	2024年 千港元	2023年 千港元
本年度－香港		
年內稅項支出	115,987	11,097
過往年度(超額撥備)／撥備不足	(552)	5,580
本年度－其他地區		
年內稅項支出	564,256	344,021
過往年度撥備不足	38,348	9,260
支柱二所得稅－本年度稅項 遞延	4,309 (56,336)	— (48,583)
本年稅項支出總額	<u>666,012</u>	<u>321,375</u>

## 9. 股息

	2024年 千港元	2023年 千港元
建議末期股息－每股普通股31.80港仙 (2023年：16.00港仙)	<u>801,657</u>	<u>401,211</u>
	<u>801,657</u>	<u>401,211</u>

上述截至2024年12月31日止年度建議末期股息金額乃根據本公司於2024年12月31日之股份數目作估算。本年度之建議末期股息須待本公司股東於應屆股東周年大會上批准後，方可作實。此等綜合財務報告未反映此應付股息。



## 10. 母公司普通股股東應佔每股盈利

每股基本盈利乃根據母公司普通股本持有人應佔之年內利潤及年內已發行普通股加權平均數2,430,547,191股(2023年：2,426,406,730股)計算。

計算每股攤薄盈利乃根據母公司普通股本持有人應佔之年度利潤而計算。計算時所用之普通股加權平均數指用於計算每股基本盈利之年內本公司已發行普通股的數目，而普通股加權平均數乃假設所有潛在攤薄普通股視作以零代價行使或兌換時發行的普通股。

每股基本及攤薄盈利乃根據以下各項計算：

	2024年 千港元	2023年 千港元
<b>盈利</b>		
用作計算每股基本及攤薄盈利之母公司 普通股股東應佔之利潤	<u>1,759,366</u>	<u>743,633</u>
	股份數目	
	2024年	2023年
<b>股份</b>		
用作計算每股基本盈利之年內已發行普通股減 就TCL股份獎勵計劃而持有的股份之加權平均數	2,430,547,191	2,426,406,730
攤薄影響－普通股之加權平均數：		
購股權	–	78,175
獎勵股份	<u>92,935,887</u>	<u>51,501,651</u>
用作計算每股攤薄盈利之年內已發行普通股之 加權平均數	<u>2,523,483,078</u>	<u>2,477,986,556</u>

## 11. 商譽

千港元

於2024年1月1日：	
成本	3,256,671
累計減值	<u>(63,032)</u>
賬面淨值	<u>3,193,639</u>
於2024年1月1日之成本，扣除累計減值	3,193,639
出售一間附屬公司	(24,687)
本年減值	(127,910)
匯兌調整	<u>(93,662)</u>
於2024年12月31日之成本及賬面淨值	<u>2,947,380</u>
於2024年12月31日：	
成本	3,138,322
累計減值	<u>(190,942)</u>
賬面淨值	<u><u>2,947,380</u></u>

截至2024年12月31日止年度，基於市場環境預測之變動，來自於智能移動、連接設備及服務現金產生單位之商譽減值金額127,910,000港元已於綜合損益及其他全面收益表入賬。

## 12. 應收貿易賬款

	附註	2024年 千港元	2023年 千港元
應收第三方款項		<u>15,504,528</u>	<u>11,792,769</u>
應收關聯方款項：			
TCL實業控股控制之公司	(a)	4,127,684	2,092,248
TCL實業控股之關聯公司	(a)	147,794	379,120
TCL科技控制之公司	(a)	1,128,966	647,213
合資公司	(a)	547,733	535,761
聯營公司	(a)	<u>1,143,130</u>	<u>399,745</u>
		<u>7,095,307</u>	<u>4,054,087</u>
減值撥備		<u>(266,951)</u>	<u>(298,968)</u>
		<u><u>22,332,884</u></u>	<u><u>15,547,888</u></u>

附註：

(a) 於2024年及2023年12月31日，該等款項為免息、無抵押及須於一年內償還。

本集團在中國內地之大多數銷售以貨到付款方式或以銀行擔保之商業票據結算作出，信貸期乃介乎30日至90日。至於海外銷售方面，本集團一般要求為期介乎90日至180日之信用證結賬。若干長期策略客戶之銷售按記賬形式進行，信貸期不超過180日。

除應收關聯方的該等金額外，鑑於上文所述，且事實上本集團之應收貿易賬款與大量分散之客戶有關，故並無重大的信貸集中風險。本集團就兩組客戶欠付之應收貿易賬款分別約171,323,000港元（2023年：354,540,000港元）及約104,213,000港元（2023年：無）持有一項商業物業及若干政府債券作為抵押品。本集團並無就剩餘應收貿易款項持有任何抵押品或其他加強信貸措施。

本集團之應收貿易賬款中包括(i)將保理之應收款項1,758,335,000港元(2023年：910,616,000港元)，以及(ii)根據本集團持續參與本集團沒有保留也沒有實質上轉移絕大部分風險及回報的保理應收貿易賬款的程度而確認的資產以及相關負債11,927,000港元(2023年：26,964,000港元)。上述應收貿易賬款乃分類為按公平值計入損益之金融資產。其餘應收貿易賬款賬面總額20,829,573,000港元(2023年：14,909,276,000港元)按攤餘成本計量。

於報告期間末，應收貿易賬款之賬齡分析(以發票日期計算)如下：

	2024年 千港元	2023年 千港元
即期至90日	<b>16,595,138</b>	10,740,047
91日至180日	<b>2,857,168</b>	3,186,071
181日至365日	<b>2,059,204</b>	916,826
365日以上	<b>1,088,325</b>	1,003,912
	<hr/>	<hr/>
	<b>22,599,835</b>	15,846,856
減值撥備	<b>(266,951)</b>	(298,968)
	<hr/>	<hr/>
	<b>22,332,884</b>	15,547,888
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

### 13. 應付貿易賬款

	附註	2024年 千港元	2023年 千港元
應付第三方款項		<u>14,926,811</u>	<u>11,838,216</u>
應付關聯方款項：			
TCL實業控股控制之公司	(a)	4,049,782	2,208,371
TCL實業控股之關聯公司	(a)	363,220	398,403
TCL科技控制之公司	(a)	5,815,891	3,812,639
合資公司	(a)	57,517	122,124
聯營公司	(a)	<u>1,433,230</u>	<u>735,921</u>
		<u>11,719,640</u>	<u>7,277,458</u>
		<u><b>26,646,451</b></u>	<u><b>19,115,674</b></u>

附註：

(a) 於2024年及2023年12月31日，該等款項為免息、無抵押及須於一年內償還。

於報告期間末，應付貿易賬款之賬齡分析(以發票日期計算)如下：

	2024年 千港元	2023年 千港元
即期至90日	21,779,822	15,712,598
91日至180日	3,852,823	2,502,257
181日至365日	860,845	731,302
365日以上	<u>152,961</u>	<u>169,517</u>
	<u><b>26,646,451</b></u>	<u><b>19,115,674</b></u>

應付貿易賬款為免息及一般以介乎30日至120日之信貸期結算。

#### 14. 計息銀行貸款及其他貸款

	2024年 千港元	2023年 千港元
<b>流動</b>		
銀行貸款－無抵押	3,755,295	4,344,214
銀行貸款－已抵押	400,318	–
作為保理應收貿易賬款代價之銀行墊款	11,927	26,964
TCL實業控股控制之公司之貸款	4,859	551,650
	<u>4,172,399</u>	<u>4,922,828</u>
<b>非流動</b>		
銀行貸款－無抵押	434,423	888,826
銀行貸款－已抵押	3,237	–
	<u>437,660</u>	<u>888,826</u>
	<u><b>4,610,059</b></u>	<u><b>5,811,654</b></u>
分析為：		
償還銀行貸款：		
於一年內或按要求	4,167,540	4,371,178
於第二年內	219,283	665,290
於第三至第五年內(包括首尾兩年)	216,066	223,536
五年以上	2,311	–
	<u>4,605,200</u>	<u>5,260,004</u>
分析為：		
償還其他貸款：		
於一年內或按要求	4,859	551,650
	<u>4,859</u>	<u>551,650</u>
	<u><b>4,610,059</b></u>	<u><b>5,811,654</b></u>

#### 附註：

- (a) 於2024年及2023年12月31日，本集團之銀行及其他貸款之賬面值貼近其公平值。
- (b) 於報告期間末，TCL實業控股已個別為本集團之若干銀行貸款作擔保，擔保金額達1,838,914,000港元(2023年：4,006,479,000港元)及TCL科技並未為本集團之銀行貸款作擔保(2023年：80,888,000港元)。
- (c) 本集團之若干銀行貸款以若干存貨金額達400,087,000港元(2023年12月31日：無)及未來應收款項金額達3,468,000港元(2023年12月31日：無)之抵押。

## 15. 股本

	2024年 千港元	2023年 千港元
法定：		
3,000,000,000 (2023年：3,000,000,000)股 每股1.00港元之股份	<u>3,000,000</u>	<u>3,000,000</u>
已發行及已繳足：		
2,520,935,155 (2023年：2,507,568,733)股 每股1.00港元之股份	<u>2,520,935</u>	<u>2,507,569</u>

於2024年5月28日，本公司根據2008年股份獎勵計劃（以新股份方式作出）配發及發行8,788,507股股份。

於本年度內，根據2016年購股權計劃之條款，附帶認購4,577,915股股份之購股權按行使價每股3.57港元獲行使，引致以總現金代價（除費用前）約16,344,000港元發行合共4,577,915股每股1.00港元之股份。

## 16. 比較金額

若干比較金額已被重列以符合本年度之呈列及披露。

## 購買、出售或贖回證券

截至2024年12月31日止年度本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司上市證券(包括出售庫存股份)。

## 報告期後事項

於2025年2月14日，TCL NL(本公司之附屬公司)與Radio Victoria S.A.(一間獨立第三方)訂立股權購買及出售協議。據此，TCL NL同意收購及Radio Victoria S.A.同意出售Radio Victoria TCL Chile SpA(「Radio Victoria TCL Chile」，當時為本公司之一間聯營公司)之60%股本權益，代價為Radio Victoria TCL Chile於2024年12月31日經審計資產淨值的60%，乘以1.3倍，加上Radio Victoria TCL Chile於2025年就其厄瓜多爾業務而開立發票相關毛利的4%並減去此發票相關的適用所得稅。交易完成後Radio Victoria TCL Chile將成為本公司之全資附屬公司。交易已於2025年2月完成。

## 末期股息

董事會已建議截至2024年12月31日止年度之末期股息為每股現金31.80港仙(2023年：16.00港仙)。待於2025年6月6日(星期五)舉行之應屆股東周年大會上獲得批准，上述末期股息將於2025年7月30日(星期三)或前後派付予2025年7月15日(星期二)名列本公司股東名冊之股東。

## 記錄日期及暫停股份過戶登記

為確定出席股東周年大會並於會上投票之權利，股東最遲須於2025年6月2日(星期一)下午4時30分前將相關過戶文件及股票送交本公司香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓，以辦理登記手續。於2025年6月2日(星期一)營業時間結束時名列本公司股東名冊之股東將有權出席股東周年大會並於會上投票。

本公司之股東名冊將於2025年7月15日(星期二)關閉，以釐定股東符合資格獲派截至2024年12月31日止年度之建議末期股息(待通過相關決議案)。當日將暫停辦理股份過戶登記手續。釐定股東收取建議末期股息之記錄日期為2025年7月15日(星期二)。為符合資格獲派建議末期股息，所有股份過戶文件連同有關股票須於2024年7月14日(星期一)下午4時30分前送抵本公司香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓。



## 股東周年大會

本公司之股東周年大會將於2025年6月6日(星期五)舉行。股東周年大會通告將於適當時候於本公司及香港聯交所網站內刊載及發佈予本公司股東。

## 企業治理

本公司已建立並將持續優化風險管理及內部控制系統，管理層定期與董事會及審核委員會匯報本公司治理情況及改進進展，以不斷加強董事會與管理層在企業治理上的協作，並履行各自在企業管治方面的職責。

於截至2024年12月31日止年度內已遵守企業管治守則之守則條文。

## 本公司核數師安永之工作範疇

經安永所同意，本公告中所載列本集團截至2024年12月31日止年度之綜合財務狀況表、綜合損益及其他全面收益表及其相關附註乃本集團本年度草擬綜合財務報表載列之金額。安永就此進行之工作不構成根據香港會計師公會頒佈之香港審計準則、香港審閱應聘服務準則或香港保證應聘服務準則而進行之核證聘約，因此安永並未對本業績公告作出保證。

## 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2024年12月31日止年度之年度業績，包括本集團採納之會計原則。於本公告日期，審核委員會由三名成員組成，包括劉紹基先生(主席)、曾憲章博士及王一江教授，彼等均為獨立非執行董事。

## 本公司董事進行證券交易之標準守則

本公司已就董事進行證券交易訂立行為守則，其條款嚴格程度不遜於標準守則所載之規定準則。經向全體董事作出特定查詢後，全體董事已確認彼等於截至2024年12月31日止年度已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交易之行為守則。

## 遵守不競爭契約

本公司已收到來自TCL實業控股及T.C.L.實業(香港)的書面確認，確認自2024年1月1日起至2024年12月31日止期間(包括首尾兩日)，彼等均已充分遵守彼等以本公司為受益人於2020年6月29日簽訂的不競爭契據(2020)。

本公司已收到來自TCL科技的書面確認，確認自2024年1月1日起至2024年12月31日止期間(包括首尾兩日)，彼已充分遵守由TCL科技、T.C.L.實業(香港)及本公司於2020年6月29日簽訂的終止契據(2020)。

獨立非執行董事已審閱不競爭契據(2020)及終止契據(2020)之相關確認書，且彼等均信納自2024年1月1日起至2024年12月31日止期間(包括首尾兩日)不競爭契據(2020)及終止契據(2020)已獲遵守。

## 釋義

於本公告內，除文義另有所指外，下列詞彙於本公告內具有以下涵義：

「2008年股份獎勵計劃」	指	本公司於2008年2月6日採納之限制性股份獎勵計劃(經不時修訂或修改)，並已於2023年2月5日屆滿；
「2016年購股權計劃」	指	本公司於2016年5月18日採納之購股權計劃，並已於2023年11月3日終止；
「2023年股份獎勵計劃」	指	本公司於2023年11月3日採納之股份獎勵計劃；
「2023年購股權計劃」	指	本公司於2023年11月3日採納之購股權計劃；
「股東周年大會」	指	本公司股東周年大會；
「AI」或「人工智能」	指	人工智能；
「AR」	指	增強現實；
「審核委員會」	指	本公司之審核委員會；

「艾普蘭獎」	指	於中國家電及消費電子博覽會期舉辦期間頒發的獎項，該博覽會是全球三大頂級家電消費電子展之一；
「董事會」	指	董事會；
「CES」	指	國際消費類電子產品展覽會；
「企業管治守則」	指	上市規則附錄C1所載的企業管治守則；
「中研普華研究院」	指	深圳市中研普華管理諮詢有限公司，一間總部位於深圳，提供產業研究、行業研究、市場研究及市場調研服務的專業諮詢公司；
「Circana」	指	Circana集團，由NPD Group L.P.和Information Resources Corporation合併而成，是一間提供全球數據、行業專業知識及不同觀點分析的市場調研公司；
「中怡康」	指	北京中怡康時代市場研究有限公司，一間專注於中國消費品及家電零售市場的研究機構；
「守則條文」	指	企業管治守則下守則條文；
「本公司」／「TCL電子」	指	TCL電子控股有限公司，一間於開曼群島註冊成立的有限公司，其股份於香港聯交所主板上市（股份代號：01070）；
「不競爭契據(2020)」	指	由TCL實業控股、T.C.L.實業（香港）及本公司於2020年6月29日以本公司為受益人簽立之契據，據此，TCL實業控股及T.C.L.實業（香港）各自己承諾不會（在本公司日期為2020年6月29日的公告第39頁所界定的例外情況除外）直接或間接進行或從事製造及組裝TCL品牌電視機及智能手機或於其中擁有權益；

「終止契據(2020)」	指	由TCL科技、T.C.L.實業(香港)及本公司於2020年6月29日簽立之契據，據此，各訂約方同意終止經不時之修訂之不競爭契據(1999)，TCL科技承諾不會(在本公司日期為2020年6月29日的公告第39頁所界定的例外情況除外)直接或間接經營或從事製造及組裝TCL品牌電視機或於其中擁有權益；
「董事」	指	本公司董事；
「新興市場」	指	亞太(不包括中國)、拉丁美洲、中東非等地區；
「GDP」	指	國內生產總值；
「GfK」	指	Gesellschaft für Konsumforschung，一間總部位於德國紐倫堡的消費品市場研究公司及全球市場研究組織；
「本集團」	指	本公司及其附屬公司的統稱；
「港元」	指	港元，香港法定貨幣；
「香港會計準則」	指	香港會計準則；
「香港財務報告準則」	指	香港財務報告準則；
「香港會計師公會」	指	香港會計師公會；
「香港」	指	中國香港特別行政區；
「香港公司條例」	指	香港法例第622章公司條例；
「香港聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司；

「惠州TCL移動」	指	惠州TCL移動通信有限公司，一間根據中國法律成立之有限責任公司，為本公司之間接全資附屬公司；
「IDC」	指	國際數據集團，一家提供信息技術、電信行業和消費科技市場相關的市場信息和諮詢服務的全球供應商；
「IFPD」	指	交互式平板顯示器；
「物聯網」	指	物聯網；
「IP」	指	知識產權；
「LED」	指	發光二極管；
「上市規則」	指	香港聯交所證券上市規則；
「貝哲斯諮詢」	指	湖南貝哲斯信息諮詢有限公司，一間提供行業趨勢預測、市場監測、定製化研究和競爭情報等數據服務的諮詢公司；
「標準守則」	指	載於上市規則附錄C3的上市發行人之董事進行證券交易的標準守則；
「NFL」	指	美國國家橄欖球聯盟；
「OD」	指	光學距離；
「Omdia」	指	由研究部門(Ovum/Heave Reading和Tractica)與收購的IHS Markit International合併而成，是一家全球技術研究機構；
「OS」	指	操作系統；
「OTT」	指	Over The Top之縮寫，即通過互聯網直接向觀眾提供各種媒體服務；

「中國」	指	中華人民共和國，但就本公告而言，僅供地理參考之用，除文義另有所指外，本公告中提及的「中國」不適用於中國香港、澳門特別行政區及中國台灣；
「量子點」	指	量子點顯示技術；
「雷亞爾」	指	巴西雷亞爾，巴西法定貨幣；
「研發」	指	研究及開發；
「雷鳥創新」	指	雷鳥創新技術(深圳)有限公司，本集團智能眼鏡業務主要由其開展，截至2024年12月31日，本集團持有該公司約10.39%的股份；
「Research and Markets」	指	一間提供市場研究報告、行業分析、商業智能和數據分析的市場研究公司，總部位於愛爾蘭；
「人民幣」	指	人民幣，中國法定貨幣；
「洛圖科技」	指	北京洛數合圖科技有限公司，中國一家提供數據產品服務及研究諮詢服務的第三方機構；
「股份」	指	本公司股份；
「股東」	指	本公司股東；
「群智諮詢」	指	北京群智信息技術諮詢有限公司，一家位於中國專注於全球高科技產業研究與諮詢的服務公司；
「STA」	指	SEMP Amazonas S.A.，一間根據巴西法律註冊成立的有限責任公司；
「附屬公司」	指	具有上市規則對「附屬公司」一詞所界定的涵義之任何實體，而「該等附屬公司」一詞須作相應詮釋；

「TCL家電」	指	TCL Home Appliances Holding Company Limited，一間根據香港法律註冊成立的有限責任公司，並為TCL實業控股的非全資附屬公司；
「TCL實業控股」	指	TCL實業控股股份有限公司，前稱TCL實業控股(廣東)股份有限公司，一間根據中國法律成立之股份有限公司；
「T.C.L.實業(香港)」	指	T.C.L.實業控股(香港)有限公司，一間於香港註冊成立之有限公司，為直接控股股東，及TCL實業控股之全資附屬公司；
「TCL NL」	指	TCL Netherlands B.V.，一間根據荷蘭法律成立之有限公司，為本公司之間接全資附屬公司；
「TCL SEMP」	指	TCL SEMP Indústria e Comércio de Eletroeletrônicos S.A. (前稱SEMP TCL Indústria e Comércio de Eletroeletrônicos S.A.)，一間根據巴西法律註冊成立的有限責任公司，為本公司之間接非全資附屬公司；
「TCL SEMP Condicionadores」	指	TCL SEMP Indústria e Comércio de Condicionadores de ar S.A.，一間根據巴西法律註冊成立的有限責任公司，為TCL SEMP當時之直接全資附屬公司；
「TCL SEMP Eletroeletronicos」	指	TCL SEMP Eletroeletronicos Ltda. (前稱為SEMP TCL Mobilidade Ltda.)，一間根據巴西法律註冊成立的有限責任公司，本公司的間接附屬公司；
「TCL股份獎勵計劃」	指	2008年股份獎勵計劃及2023年股份獎勵計劃之統稱；

「TCL科技」	指	TCL科技集團股份有限公司(前稱TCL集團股份有限公司)，一間根據中國法律成立之股份有限公司，其股份於深圳證券交易所上市(股份代號：000100.SZ)；
「TCL馭新智行」	指	TCL馭新智行科技(惠州)有限公司，一間根據中國法律成立之有限責任公司，為TCL實業控股之間接全資附屬公司；
「TV」或「電視」	指	電視機；
「美國」	指	美利堅合眾國；
「VR」	指	虛擬現實；
「XR」	指	擴展現實；及
「%」	指	百分比。

代表董事會  
**TCL電子控股有限公司**  
 杜娟  
 主席

香港，2025年3月21日

於本公告日期，董事會成員包括執行董事杜娟女士、張少勇先生、彭攀先生及孫力先生；及獨立非執行董事曾憲章博士、王一江教授及劉紹基先生。