

## TCL 電子(01070.HK)2025 年全球業務實現高質量增長， 經調整歸母淨利及派息均大幅提升超 56%

### 業績亮點

---

- TCL 電子憑藉「全球化」與「中高端化」的雙輪驅動戰略，在全球市場取得高質量增長，盈利能力持續增強。2025 年，收入同比增長 15.4%至 1,145.8 億港元，除稅後利潤同比增長 36.7%至 25.3 億港元，經調整歸母淨利潤較去年增長 56.5%至 25.1 億港元。
  - 2025 年，TCL TV 出貨量排名穩居全球品牌 TV 前二<sup>1</sup>；TCL Mini LED TV 全球出貨量同比大幅增長 118.0%，規模穩居全球首位<sup>2</sup>。中高端戰略的持續推進，帶動大呎吋顯示業務在年內毛利率同比提升 1.3 個百分點至 16.8%。
  - 互聯網業務維持高盈利水平，2025 年收入同比增長 18.3%至 31.1 億港元，毛利率高達 56.4%。海外旗艦機型率先接入 Google Gemini，截至 2025 年底 TCL Channel 累計用戶突破 4,570 萬，商業化變現能力顯著增強。
  - 創新業務規模持續擴張，2025 年收入同比高增 31.9%至 356.3 億港元，其中光伏業務收入同比增長 63.6%達 210.6 億港元，展現出卓越的市場競爭力與發展韌性。
  - 董事會建議派發 2025 年末期股息每股現金 49.8 港仙，派息率達經調整歸母淨利潤的約 50%。
- 

(2026年3月27日，香港)– TCL 電子控股有限公司（「TCL 電子」或「公司」，01070.HK）今天公佈截至2025年12月31日止之年度業績。2025年，本公司在產品結構、技術領先、品質提升等方面持續突破，業務規模健康增長，年內實現收入1,145.8億港元，同比增長15.4%；毛利同比增長15.1%至179.0億港元。

公司持續強化各項核心能力建設，在研發、製造、供應鏈及銷售等環節全面導入AI應用，全面提升運營效率，年內的整體費用<sup>3</sup>率同比下降0.7個百分點至11.1%。2025年，公司不斷提升內部運營效率，整體盈利水平持續優化，年內除稅後利潤同比增長36.7%至25.3億港元，經調整歸母淨利潤達25.1億港元，較去年16.1億港元增長56.5%。

為回饋股東長期支持並共享發展成果，董事會建議派發 2025 年末期股息每股現金 49.8 港仙，派息率達經調整歸母淨利潤的約 50%，末期股息較去年大幅增加 56.6%。

---

<sup>1</sup> 數據源：Omdia, 2025 年全年全球品牌 TV 出貨量數據。

<sup>2</sup> 數據源：Omdia, 2025 年全年全球品牌 Mini LED TV 出貨量數據。

<sup>3</sup> 整體費用包含銷售及分銷支出和行政支出。

## 中高端顯示產品及國際市場成增長動力 TCL Mini LED TV 穩居全球第一

憑藉品牌影響力有效提升，全球渠道高效拓展及產品結構持續優化，2025年公司的顯示業務整體收入同比增長9.2%至758.0億港元，毛利同比增長16.4%至124.8億港元，毛利率同比增長1.1個百分點至16.5%。

其中，大呎吋顯示業務在年內實現收入647.1億港元，同比增長7.7%；毛利達109.0億港元，同比增長17.2%，毛利率同比提升1.3個百分點至16.8%。2025年，TCL TV全球出貨量市佔率達14.7%，同比提升0.8個百分點，排名穩居全球品牌TV前二<sup>4</sup>；TCL Mini LED TV全球出貨量同比大幅增長118.0%，出貨量佔比同比提升6.8個百分點至13.0%，出貨量市佔率達31.1%，穩居全球首位<sup>5</sup>，充份表現公司在高端顯示領域的技術領先優勢和市場競爭力。

在國際市場方面，大呎吋顯示業務收入達475.0億港元，同比增長15.7%，毛利同比增長29.4%至71.7億港元。國際市場大屏化進程持續加速，65吋及以上TCL TV海外出貨量分別同比大幅增長50.0%，出貨量佔比同比提升6.7百分點至24.2%；TCL Mini LED TV國際市場出貨量同比增幅更達至228.0%，出貨量佔比提升7.1個百分點至10.6%。產品結構的優化推動國際市場毛利率同比提升1.6個百分點至15.1%，高端化戰略成效顯著。其中，歐洲市場實現了重點渠道的全面覆蓋，年內收入同比增長13.9%，產品結構向高價值及高盈利方向發展；北美市場中高端戰略有效落地，實現了收入和ASP雙提升，年內收入同比增長11.2%，ASP同比提升超20%；而在拉美、中東非及亞太等新興市場，公司積極推進本土化運營，並持續加強線下渠道與電商平台協同發展的雙軌策略，帶動TCL TV收入同比增長19.8%，有效釋放規模增長潛力。2025年，TCL TV在海外超20個國家市佔率排名前3<sup>6</sup>。

在國內市場方面，在終端需求疲軟影響行業整體出貨規模下滑的情況下，公司憑藉中高端產品戰略，大呎吋顯示業務逆勢實現市場份額的持續提升。年內，公司核心高端產品表現亮眼。其中，TCL Mini LED TV出貨量同比增長33.6%，出貨量佔比同比提升7.2個百分點至22.5%；TCL量子點TV出貨量同比增長29.6%，出貨量佔比同比提升6.4個百分點至21.2%，高端產品陣容持續擴容。中高端化亦帶動大屏化趨勢持續凸顯，2025年國內65吋及以上TCL TV出貨量佔比提升至57.6%，平均尺寸擴大至64.3吋。產品結構的顯著改善帶動國內市場整體毛利率同比提升1.9個百分點達21.7%，盈利水平大幅改善、經營質量穩步增長。

年內，中小呎吋顯示業務堅持「效率優先，聚焦重點市場」的策略，深耕歐洲、北美一線網絡運營商渠道，鞏固與核心合作夥伴的戰略關係，實現了穩健發展。2025年，本集團中小呎吋顯示業務收入同比增長17.8%至99.7億港元，毛利同比增長10.4%至14.4億港元。

此外，本公司的智慧商顯業務復用TV全球領先的資源優勢，聚焦辦公、零售、餐飲、展覽四大場景，不斷提升產品競爭力，於2025年錄得收入同比增長28.4%至11.2億港元，毛利同比增長24.0%至1.4億港元。

<sup>4</sup> 數據源：Omdia, 2025 年全年全球品牌 TV 出貨量數據。

<sup>5</sup> 數據源：Omdia, 2025 年全年全球品牌 Mini LED TV 出貨量數據。

<sup>6</sup> 數據源：除美國市場為 Circana 2025 年全年零售量排名數據，其餘為公司內部報告 2025 年全年零售量排名數據。

## **深化與國際巨頭合作，AI驅動TV端交互升級，互聯網業務量利齊增**

TCL電子持續在全球範圍內緊抓AI技術發展新機遇，深耕全球家庭互聯網賽道，以用戶為中心，強化AI與內容生態構建，不斷提升用戶體驗的。年內，公司之互聯網業務實現業務規模與盈利質量同步提升，收入錄得同比增長18.3%至31.1億港元；毛利同比增長18.8%至17.5億港元；毛利率高達56.4%，盈利能力持續強勁。

在國際市場，TCL持續深化與Google、Roku、Netflix等國際巨頭的戰略合作，旗艦機型率先接入Google Gemini，升級AI交互體驗，同時完成內容聚合應用TCL Channel全面升級，優質內容佔比翻倍，刺激日均使用總時長同比大幅提升150.0%。截至2025年底，TCL Channel全球累計用戶規模突破4,570萬，內容吸引力與商業化變現能力同步顯著增強，進一步夯實全球化家庭互聯網業務的領先優勢。

國內市場依托自有OTT智能終端運營平台，聚焦AI內容生成與交互體驗升級。在產品創新方面，重點聚焦TV端AI體驗升級，打造更為極致的交互體驗。同時，公司以AI技術打造自主版權「內容工廠」，在少兒領域實現AIGC內容規模化落地，並通過自研工具Agent提升AI漫劇創作效率，同時AI硬件Amby Uni成功投放市場。年內持續優化互聯網業務結構，鞏固在全球家庭互聯網領域的領先地位。

## **輕資產模式驅動光伏業務高品質增長，多元AI佈局構建長期競爭優勢**

公司憑藉持續加大研發資源投入，聚焦AI技術研發，佈局第二增長曲線，並借助全球營銷及品牌力的提升，年內創新業務規模持續擴張，2025年收入同比大幅增加31.9%至356.3億港元。

光伏業務在國內市場堅持「相對輕資產」模式，建設電力市場化交易能力，並深化渠道合作，運營效率與相對競爭力持續提升，進入高品質發展階段；海外業務聚焦歐洲重點國家，協同SunPower品牌優勢，加快推進「光儲熱」產品及業務發展。2025年，光伏業務收入同比增長63.6%至210.6億港元，毛利額同比增長47.5%至18.1億港元。2025年，光伏業務在國內新增裝機量達8.0GW，累計工商簽約項目超340個，累計經銷商渠道超2,530家，累計簽約農戶近36萬戶。

在AR/XR賽道方面，公司旗下孵化的雷鳥創新持續保持行業領先地位。2025年，雷鳥創新中國AI/AR眼鏡市場份額32%，以絕對優勢位居第一<sup>7</sup>；2025年中國AR眼鏡線上市場，雷鳥創新銷量份額為35.4%，在市場競爭快速升溫的背景下保持高速上漲，連續四年穩居中國線上全渠道市場的第一<sup>8</sup>。在產品創新方面，公司於2025年10月發佈全球首款HDR眼鏡雷鳥Air 4，集成七大技術亮點，引領行業技術發展。在CES 2025上，公司發佈全球首款分體式智能家居陪伴機器人TCL AiMe，將AI技術、物聯網控制和家庭陪伴功能完美融合，隨著智能家居生態日趨成熟，TCL AiMe等創新產品有望成為未來家庭標配，展現出巨大的市場潛力。

## **未來展望:以AI驅動產業升級，聚焦盈利與規模雙提升，實現高質量發展**

<sup>7</sup> 數據源：CINNO Research，2025年國內消費級AI/AR市場銷量數據。

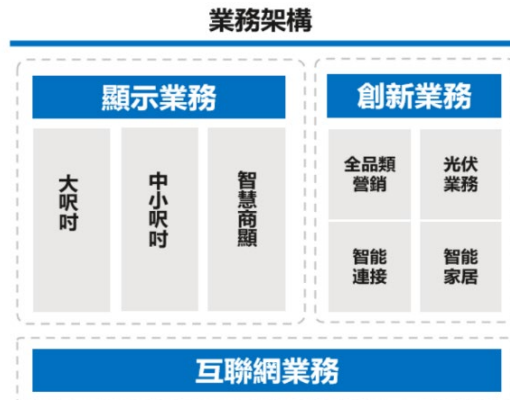
<sup>8</sup> 數據源：洛圖科技，2025年中國AR眼鏡線上市場品牌銷量份額數據。

展望未來，公司將持續秉持「戰略引領、創新驅動、先進製造、全球經營」的經營理念，主航道業務堅定「全球化」與「中高端化」雙輪戰略，新業務板塊以AI創新與數智賦能為重要驅動，持續擴張全球規模，全力提升盈利能力，實現高品質可持續發展。股東回報方面，公司高度重視股東長期價值。未來，公司將保持業務穩健增長的同時持續優化資本結構，以確定性的業績為股東兌現可持續、高質量的長期回報。

- 完 -

## 有關 TCL 電子

TCL 電子控股有限公司（01070.HK，於開曼群島註冊成立之有限公司），自 1999 年 11 月起於香港聯交所主板上市，業務範圍涵蓋顯示業務、創新業務以及互聯網業務。TCL 電子以「戰略引領、創新驅動、先進製造、全球經營」為經營理念，積極變革創新，聚焦突破全球中高端市場，努力夯實「智能物聯生態」全品類佈局，致力為用戶提供全場景智慧健康生活，致力成為全球化經營的領先智能終端企業。TCL 電子已獲納入深港通之合資格港股通股份名單，是恒生港股通指數、恆生綜合中大型股指數及恆生綜合中型股指數基準指數成分股，並從 2018 年起連續多年獲得恒生指數公司授予 ESG 評級 A。



如欲查詢更多資料，請瀏覽 TCL 電子投資者關係網站 <http://electronics.tcl.com>，或掃描下方二維碼訪問 TCL 電子投資者關係官方微信公眾號。



新聞垂詢：  
TCL 電子  
電郵：[hk.ir@tcl.com](mailto:hk.ir@tcl.com)

