



TCL 电子(01070.HK)2025 年全球业务实现高质量增长， 经调整归母净利润及派息均大幅提升超 56%

业绩亮点

- TCL 电子凭借“全球化”与“中高端化”的双轮驱动战略，在全球市场取得高质量增长，盈利能力持续增强。2025 年，收入同比增长 15.4%至 1,145.8 亿港元，除税后利润同比增长 36.7%至 25.3 亿港元，经调整归母净利润较去年增长 56.5%至 25.1 亿港元。
 - 2025 年，TCL TV 出货量排名稳居全球品牌 TV 前二¹；TCL Mini LED TV 全球出货量同比大幅增长 118.0%，规模稳居全球首位²。中高端战略的持续推进，带动大尺寸显示业务在年内毛利率同比提升 1.3 个百分点至 16.8%。
 - 互联网业务维持高盈利水平，2025 年收入同比增长 18.3%至 31.1 亿港元，毛利率高达 56.4%。海外旗舰机型率先接入 Google Gemini，截至 2025 年底 TCL Channel 累计用户突破 4,570 万，商业化变现能力显著增强。
 - 创新业务规模持续扩张，2025 年收入同比高增 31.9%至 356.3 亿港元，其中光伏业务收入同比增长 63.6%达 210.6 亿港元，展现出卓越的市场竞争力与发展韧性。
 - 董事会建议派发 2025 年末期股息每股现金 49.8 港仙，派息率达经调整归母净利润的约 50%。
-

（2026年3月27日，香港） – TCL电子控股有限公司（“TCL电子”或“公司”，01070.HK）今天公布截至2025年12月31日止之年度业绩。2025年，本公司在产品结构、技术领先、品质提升等方面持续突破，业务规模健康增长，年内实现收入1,145.8亿港元，同比增长15.4%；毛利同比增长15.1%至179.0亿港元。

公司持续强化各项核心能力建设，在研发、制造、供应链及销售等环节全面导入AI应用，全面提升运营效率，年内的整体费用³率同比下降0.7个百分点至11.1%。2025年，公司不断提升内部运营效率，整体盈利水平持续优化，年内除税后利润同比增长36.7%至25.3亿港元，经调整归母净利润达25.1亿港元，较去年的16.1亿港元增长56.5%。

为回馈股东长期支持并共享发展成果，董事会建议派发 2025 年末期股息每股现金 49.8 港仙，派息率达经调整归母净利润的约 50%，末期股息较去年大幅增加 56.6%。

¹ 数据源：Omdia, 2025 年全年全球品牌 TV 出货量数据。

² 数据源：Omdia, 2025 年全年全球品牌 Mini LED TV 出货量数据。

³ 整体费用包含销售及分销支出和行政支出。

中高端显示产品及国际市场成增长动力 TCL Mini LED TV 稳居全球第一

凭借品牌影响力有效提升，全球渠道高效拓展及产品结构持续优化，2025年公司的显示业务整体收入同比增长9.2%至758.0亿港元，毛利同比增长16.4%至124.8亿港元，毛利率同比增长1.1个百分点至16.5%。

其中，大尺寸显示业务在年内实现收入647.1亿港元，同比增长7.7%；毛利达109.0亿港元，同比增长17.2%，毛利率同比提升1.3个百分点至16.8%。2025年，TCL TV全球出货量市占率达14.7%，同比提升0.8个百分点，排名稳居全球品牌TV前二⁴；TCL Mini LED TV全球出货量同比大幅增长118.0%，出货量占比同比提升6.8个百分点至13.0%，出货量市占率达31.1%，稳居全球首位⁵，充分表现公司在高端显示领域的技术领先优势和市场竞争力。

在国际市场方面，大尺寸显示业务收入达475.0亿港元，同比增长15.7%，毛利同比增长29.4%至71.7亿港元。国际市场大屏化进程持续加速，65吋及以上TCL TV海外出货量分别同比大幅增长50.0%，出货量占比同比提升6.7个百分点至24.2%；TCL Mini LED TV国际市场出货量同比增幅更高达228.0%，出货量占比提升7.1个百分点至10.6%。产品结构的优化推动国际市场毛利率同比提升1.6个百分点至15.1%，高端化战略成效显著。其中，欧洲市场实现了重点渠道的全面覆盖，年内收入同比增长13.9%，产品结构向高价值及高盈利方向发展；北美市场中高端战略有效落地，实现了收入和ASP双提升，年内收入同比增长11.2%，ASP同比提升超20%；而在拉美、中东非及亚太等新兴市场，公司积极推进本土化运营，并持续加强线下渠道与电商平台协同发展的双轨策略，带动TCL TV收入同比增长19.8%，有效释放规模增长潜力。2025年，TCL TV在海外超20个国家市占率排名前3⁶。

在国内市场方面，在终端需求疲软影响行业整体出货规模下滑的情况下，公司凭借中高端产品战略，大尺寸显示业务逆势实现市场份额的持续提升。年内，公司核心高端产品表现亮眼。其中，TCL Mini LED TV出货量同比增长33.6%，出货量占比同比提升7.2个百分点至22.5%；TCL量子点TV出货量同比增长29.6%，出货量占比同比提升6.4个百分点至21.2%，高端产品阵容持续扩容。中高端化亦带动大屏化趋势持续凸显，2025年国内65吋及以上TCL TV出货量占比提升至57.6%，平均尺寸扩大至64.3吋。产品结构的显著改善带动国内市场整体毛利率同比提升1.9个百分点达21.7%，盈利水平大幅改善、经营质量稳步增长。

年内，中小尺寸显示业务坚持“效率优先，聚焦重点市场”的策略，深耕欧洲、北美一线网络运营商渠道，巩固与核心合作伙伴的战略关系，实现了稳健发展。2025年，本集团中小尺寸显示业务收入同比增长17.8%至99.7亿港元，毛利同比增长10.4%至14.4亿港元。

此外，本公司的智慧商显业务复用TV全球领先的资源优势，聚焦办公、零售、餐饮、展览四大场景，不断提升产品竞争力，于2025年录得收入同比增长28.4%至11.2亿港元，毛利同比增长24.0%至1.4亿港元。

⁴ 数据源：Omdia, 2025年全年全球品牌TV出货量数据。

⁵ 数据源：Omdia, 2025年全年全球品牌Mini LED TV出货量数据。

⁶ 数据源：除美国市场为Circana 2025年全年零售量排名数据，其余为公司内部报告2025年全年零售量排名数据。

深化与国际巨头合作，AI驱动TV端交互升级，互联网业务量利齐增

TCL电子持续在全球范围内紧抓AI技术发展新机遇，深耕全球家庭互联网赛道，以用户为中心，强化AI与内容生态构建，不断提升用户体验。年内，公司的互联网业务实现业务规模与盈利质量同步提升，收入录得同比增长18.3%至31.1亿港元；毛利同比增长18.8%至17.5亿港元；毛利率高达56.4%，盈利能力持续强劲。

在国际市场，TCL持续深化与Google、Roku、Netflix等国际巨头的战略合作，旗舰机型率先接入Google Gemini，升级AI交互体验，同时完成内容聚合应用TCL Channel全面升级，优质内容占比翻倍，刺激日均使用总时长同比大幅提升150.0%。截至2025年底，TCL Channel全球累计用户规模突破4,570万，内容吸引力与商业化变现能力同步显著增强，进一步夯实全球化家庭互联网业务的领先优势。

国内市场依托自有OTT智能终端运营平台，聚焦AI内容生成与交互体验升级。在产品创新方面，重点聚焦TV端AI体验升级，打造更为极致的交互体验。同时，公司以AI技术打造自主品牌“内容工厂”，在少儿领域实现AIGC内容规模化落地，并通过自研工具Agent提升AI漫剧创作效率，同时AI硬件Amby Uni成功投放市场。年内持续优化互联网业务结构，巩固在全球家庭互联网领域的领先地位。

轻资产模式驱动光伏业务高质量增长，多元AI布局构建长期竞争优势

公司凭借持续加大研发资源投入，聚焦AI技术研发，布局第二增长曲线，并借助全球营销及品牌力的提升，年内创新业务规模持续扩张，2025年收入同比大幅增加31.9%至356.3亿港元。

光伏业务在国内市场坚持“相对轻资产”模式，建设电力市场化交易能力，并深化渠道合作，运营效率与相对竞争力持续提升，进入高质量发展阶段；海外业务聚焦欧洲重点国家，协同SunPower品牌优势，加快推进“光储热”产品及业务发展。2025年，光伏业务收入同比增长63.6%至210.6亿港元，毛利同比增长47.5%至18.1亿港元。2025年，光伏业务在国内新增装机量达8.0GW，累计工商签约项目超340个，累计经销商渠道超2,530家，累计签约农户近36万户。

在AR/XR赛道方面，公司旗下孵化的雷鸟创新持续保持行业领先地位。2025年，雷鸟创新中国AI/AR眼镜市场份额32%，以绝对优势位居第一⁷；2025年中国AR眼镜线上市场，雷鸟创新销量份额为35.4%，在市场竞争快速升温的背景下保持高速上涨，连续四年稳居中国线上全渠道市场的第一⁸。在产品创新方面，公司于2025年10月发布全球首款HDR眼镜雷鸟Air 4，集成七大技术亮点，引领行业技术发展。在CES 2025上，公司发布全球首款分体式智能家居陪伴机器人TCL AiMe，将AI技术、物联网控制和家庭陪伴功能完美融合，随着智能家居生态日趋成熟，TCL AiMe等创新产品有望成为未来家庭标配，展现出巨大的市场潜力。

未来展望：以AI驱动产业升级，聚焦盈利与规模双提升，实现高质量发展

⁷ 数据源：CINNO Research，2025年国内消费级AI/AR市场销量数据。

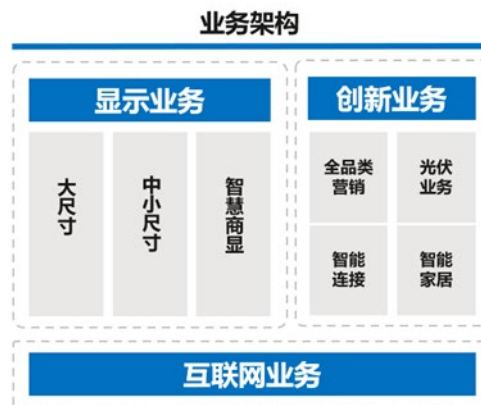
⁸ 数据源：洛图科技，2025年中国AR眼镜在线市场品牌销量份额数据。

展望未来，公司将持续秉持“战略引领、创新驱动、先进制造、全球经营”的经营理念，主航道业务坚定“全球化”与“中高端化”双轮战略，新业务板块以AI创新与数智赋能为重要驱动，持续扩张全球规模，全力提升盈利能力，实现高质量可持续发展。股东回报方面，公司高度重视股东长期价值。未来，公司将保持业务稳健增长的同时持续优化资本结构，以确定性的业绩为股东兑现可持续、高质量的长期回报。

- 完 -

有关 TCL 电子

TCL 电子控股有限公司（01070.HK，于开曼群岛注册成立之有限公司），自 1999 年 11 月起于香港联交所主板上市，业务范围涵盖显示业务、创新业务以及互联网业务。TCL 电子以“战略引领、创新驱动、先进制造、全球经营”为经营理念，积极变革创新，聚焦突破全球中高端市场，努力夯实“智能物联生态”全品类布局，致力为用户提供全场景智能健康生活，致力成为全球化经营的领先智能终端企业。TCL 电子已获纳入深港通之合资格港股通股份名单，是恒生港股通指数、恒生综合中大型股指数及恒生综合中型股指数基准指数成分股，并从 2018 年起连续多年获得恒生指数公司授予 ESG 评级 A。



如欲查询更多数据，请浏览 TCL 电子投资者关系网站 <http://electronics.tcl.com>，或扫描下方二维码访问 TCL 电子投资者关系官方微信公众号。



新闻垂询：
TCL 电子
电邮：hk.ir@tcl.com

