

TCL

2025

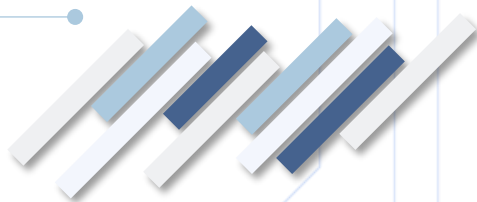
中期業績報告

TCL電子控股有限公司

TCL ELECTRONICS HOLDINGS LIMITED



目錄



01



市場環境

02



整體業績

03



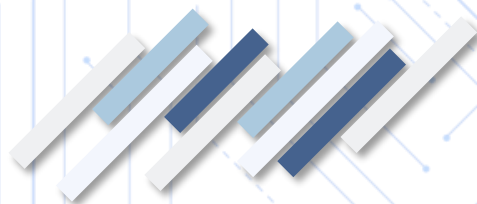
分部表現

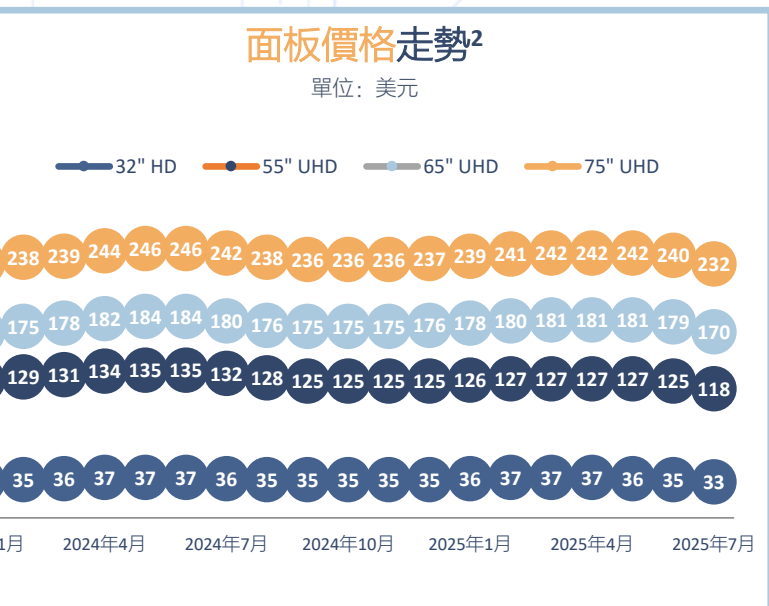
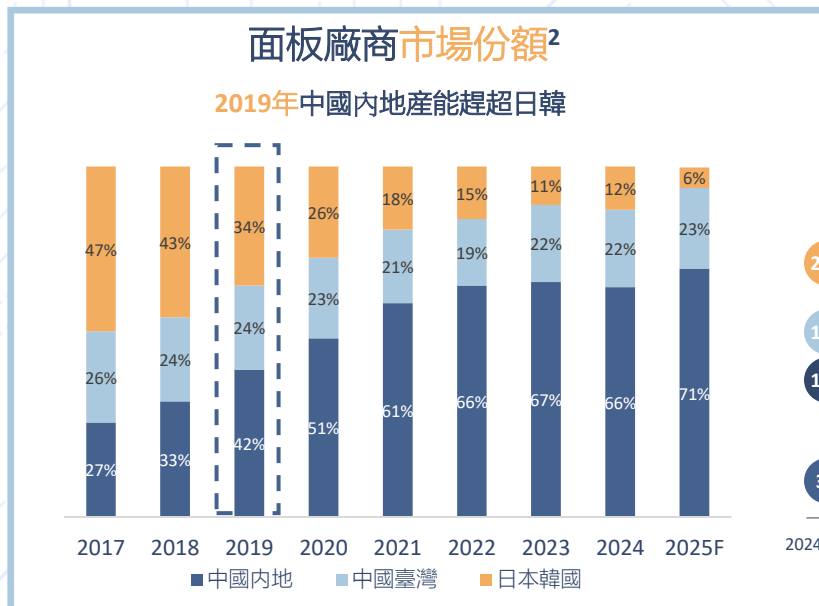
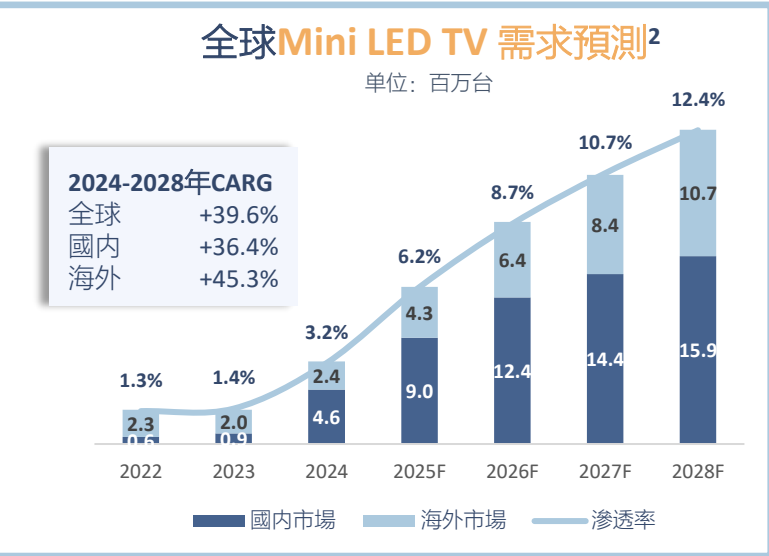
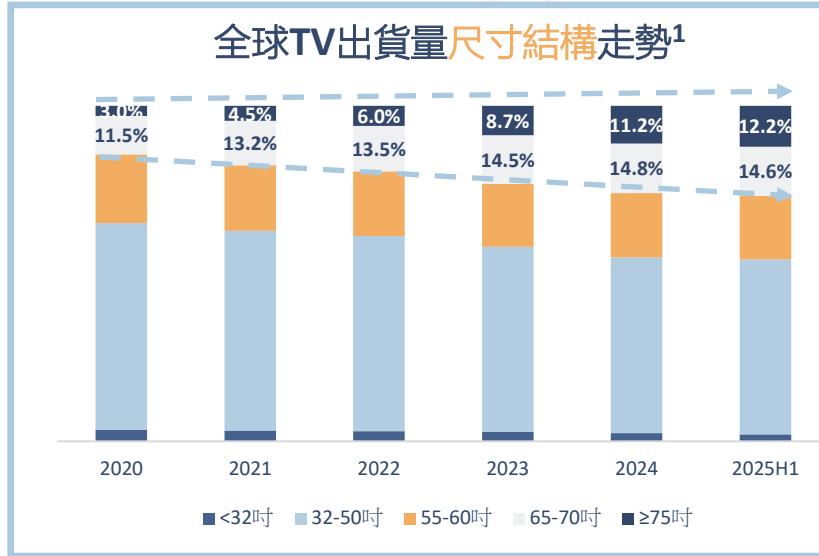
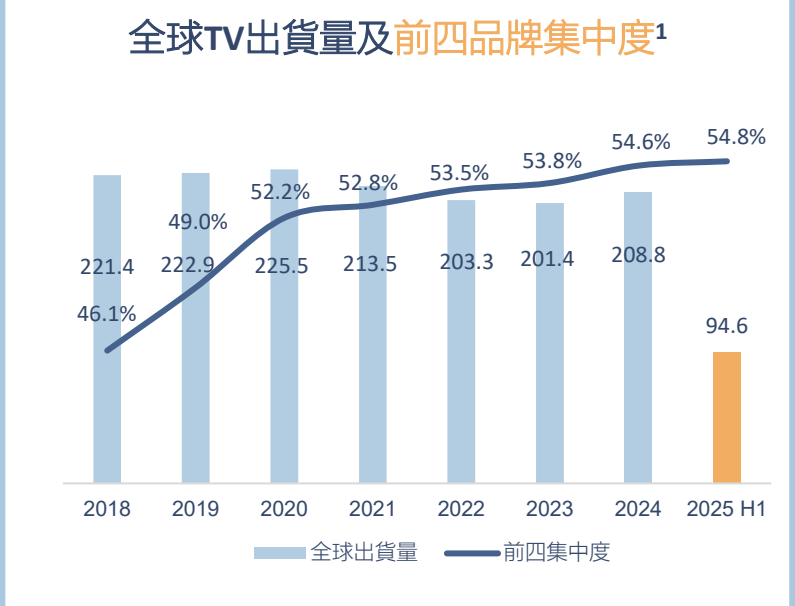
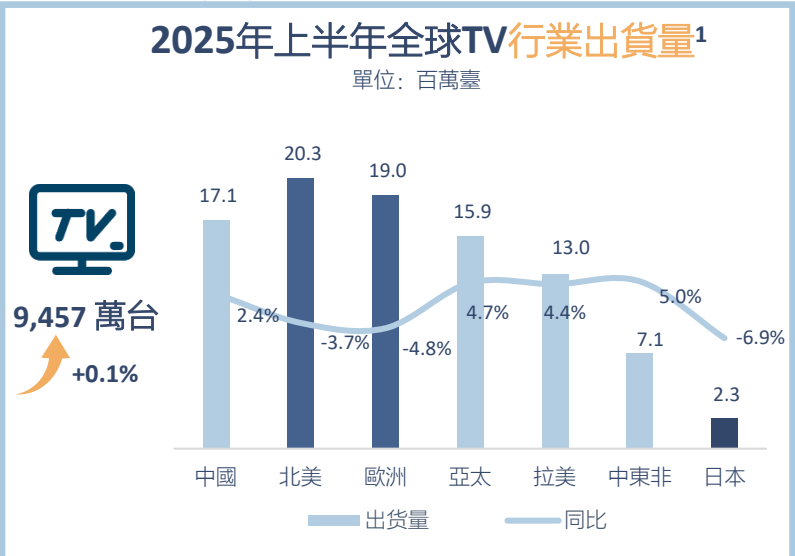
04



未來展望

01 市場環境





細分新賽道 加大產業布局，快速突破



新能源
光伏終端市場及預測

2025年上半年中國
光伏市場新增并網裝機量¹
其中：分布式光伏新增¹

212GW
同比+106%
113GW
同比+113%

2025年中國
光伏市場新增裝機量預測²
其中：分布式光伏新增²

300GW
143GW

2025年全球
光伏市場新增裝機量預測²

630GW
同比+19%



新趨勢
AR/VR/AI

2029年AR/VR
全球空間預測³

830億美元
+45%
2025-2029年年增速預計



陪伴機器人
全球空間預測

多模態大模型推動技術發展
老齡化浪潮+獨居生活普及，情感陪伴需求凸顯
陪伴機器人未來市場空間潛力巨大

空冰洗市場規模趨穩⁴，“強者恒強”，行業洗牌或提前到來

2025-2029年年增速預計維持在2-5%之間



空調
4,814億元



冰箱
3,934億元



洗衣機
3,332億元

單位：人民幣

2025年上半年手機市場需求平穩但平板延續增長態勢⁵



2025年上半年全球
手機出貨量6.8億台
同比-1.2%



2025年上半年全球
平板出貨量7,279萬台
同比+12.4%

品牌分銷+移動終端

空間穩定
結構機會

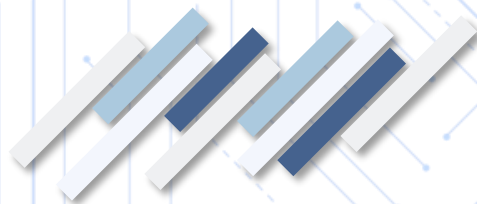
提市占
穩盈利

新能源+AR+AI

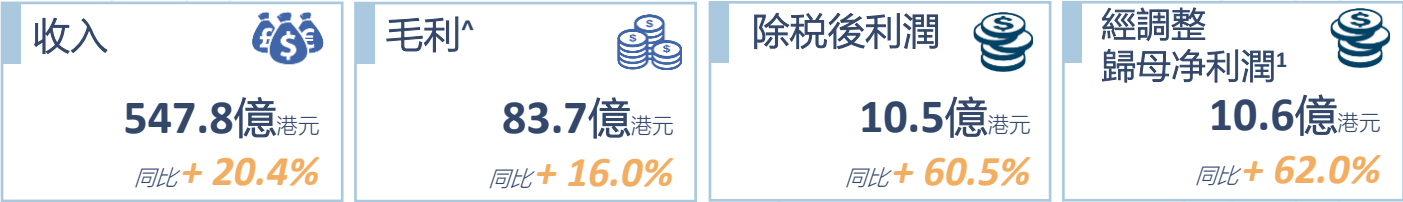
增長潛力強勁

強能力拓規模
第二增長曲綫

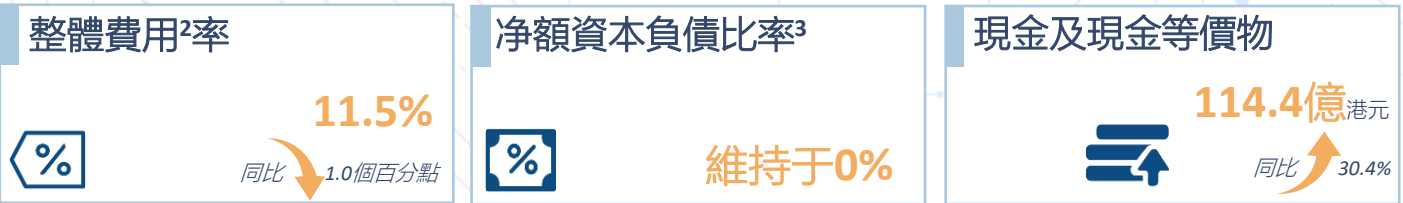
02 整體業績



收入規模實現有質量增長，利潤保持高增態勢



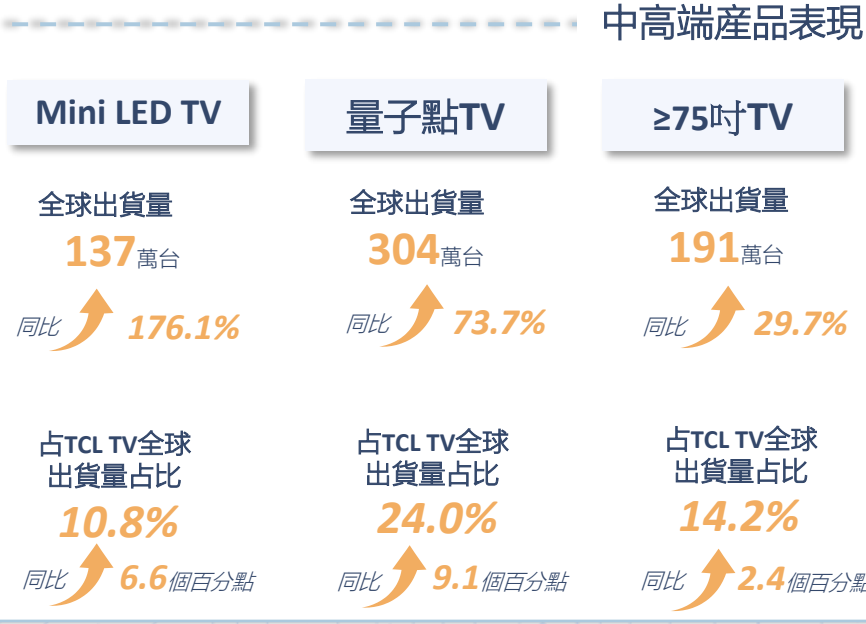
運營效率持續提升，財務狀況維持穩健



自2017年起維持高派息政策回饋股東



TCL TV 全球規模領先，中高端產品表現優異



附注：
1. 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)相關所得稅影響
2. 整體費用包含銷售及分銷支出和行政支出
3. 該比率以債務淨額（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
4. 該比率以經調整歸母淨利潤為分母計算
5. 數據源：Omdia, 2025年上半年全球品牌TV數據，其中品牌價格指數=銷售額市占率/出貨量市占率
*2024年上半年的毛利數據經重列

顯示業務：依托大尺寸顯示業務全球領先優勢，整體提質發展，收入同比實現雙位數增長，**毛利率同比改善**

收入

334.1億港元 同比+10.9%



大尺寸顯示
283.5億港元
+ 9.4%



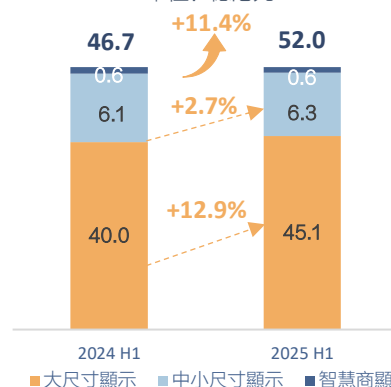
中小尺寸顯示
45.6億港元
+ 21.3%



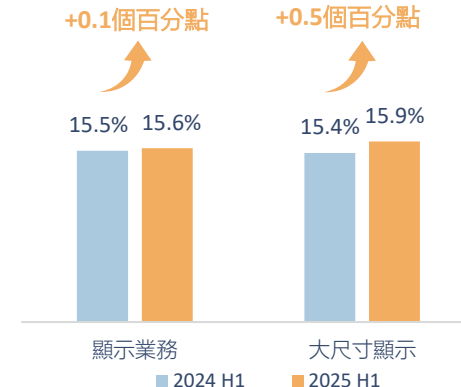
智慧商顯
5.0億港元
+ 9.4%

毛利[^]

單位：億港元



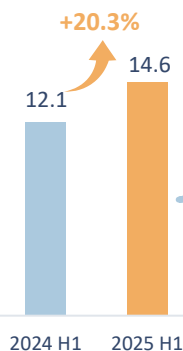
毛利率[^]



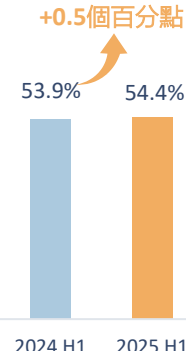
互聯網業務：海外商業模式突破推動收入增長，**高盈利水平進一步提升**

單位：億港元

收入



毛利率[^]

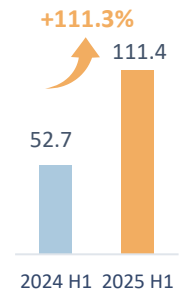


其中：
海外市場收入
同比增長**46.3%**

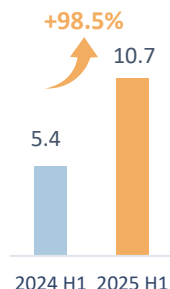
創新業務：收入同比保持**42.4%**的雙位數高增，規模達**198.8億港元**，經營質量持續提升

單位：億港元

收入



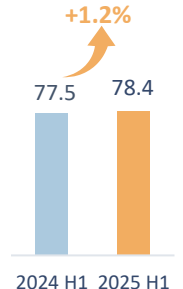
毛利[^]



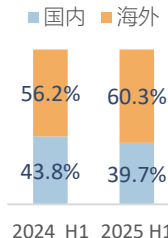
業務規模延續**強勁增長**
毛利率達**9.6%**

全品類營銷

收入



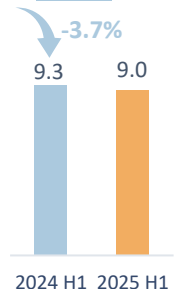
收入占比



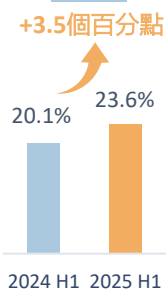
重點依托海外渠道協同
業務規模**穩健發展**

智能連接及智能家居

收入



毛利率[^]



盈利能力持續改善

*2024年上半年的毛利/毛利率數據經重列



顯示技術

TV持續聚焦大尺寸顯示技術，構建**Mini LED與量子點**技術控制點，**萬象分區技術**行業領先

移動終端聚焦**NXTPAPER 4.0**彩墨護眼顯示技術，護眼屏與智能護眼模式結合，滿足用戶全場景護眼需求



創新場景

HEMS家庭能源系統從“光+儲+泵+充”打造全場景解決方案，通過**熱電雙儲協同與AI經濟性管理**，從發電到用電的全鏈路智能優化

自研**全球首款分體式智能家居陪伴機器人**，集成多模態交互與情感仿生，探索智能家居陪伴新可能



人工智能

AR眼鏡勇攀智能高峰，夯實**AR+AI**技術基座，實現第一視角的環境感知、虛實融合展示與高效自然的多通道交互

智屏上綫**伏羲AI大模型**，對聲音、畫面和觀影環境全維識別，全鏈路優化；伏羲AI大模型場景應用領先

組織層面提升AI的研發能力和應用文化，實現**研發數據域高效整合與智能分析**



性能體驗

持續夯實快穩省安全的OS底座；全球統一**TVROM**，工程效率大增；Tlink升級打造極致**全品類智聯體驗**

TCL App AI助手煥新上綫，圍繞“智能問答+控制”場景打造**App AI智能中樞**，提供更便捷、更懂你的智能交互體驗



技術標準

聚焦**下一代通信標準與音視頻編解碼**國際權威標準制定，首次躋身**3GPP SEP**全球前50強

前沿技術標準研究成果轉化取得成效，主要訴訟領域標準專利入池，多項成果產業落地

中國營銷本部

定位：規模基石和產品與能力高地

- ✓ 加快中高端、雙品牌突破
- ✓ 加快能力建設和跨品類復制

TV市場容量	TCL TV出貨量市占率
3,711萬台	17.7%
同比-1.3%	同比+0.6個百分點
TV市場平均尺寸	TCL TV平均尺寸
60.8吋	63.9吋

Top 3

北美營銷本部

定位：規模基石、品牌高地

- ✓ 美國重點渠道突破
- ✓ 能力和效率驅動
- ✓ 打造全品類和渠道雙向作戰組織

TV市場容量	TCL TV出貨量市占率
4,917萬台	14.1%
同比+4.0%	同比+0.8個百分點
TV市場平均尺寸	TCL TV平均尺寸
51.7吋	53.0吋

Top 2

歐洲營銷本部

定位：品牌高地

- ✓ 聚焦TV全面領先戰略
- ✓ 增加零售陣地
- ✓ 并入通訊相關業務，渠道互通

TV市場容量	TCL TV出貨量市占率
4,386萬台	9.1%
同比+9.3%	同比+1.7個百分點
TV市場平均尺寸	TCL TV平均尺寸
49.1吋	50.1吋

Top 4

亞太營銷本部

定位：東南亞澳全品類領先

- ✓ 按國別制定作戰範式和營銷策略
- ✓ 全品類加速突破

TV市場容量	TCL TV出貨量市占率
3,808萬台	10.6%
同比-0.5%	同比+0.8個百分點
TV市場平均尺寸	TCL TV平均尺寸
44.5吋	46.9吋

Top 3

拉美營銷本部

定位：區域全品類領先和堡壘市場

- ✓ 產品中高端轉型
- ✓ 實現全品類突破
- ✓ 并入通訊相關業務

TV市場容量	TCL TV出貨量市占率
2,649萬台	20.9%
同比+6.5%	同比+2.9個百分點
TV市場平均尺寸	TCL TV平均尺寸
47.9吋	46.4吋

Top 2

中東非營銷本部

定位：增量和潛力市場

- ✓ 增強重點國家渠道覆蓋和布局
- ✓ 并入通訊相關業務

TV市場容量	TCL TV出貨量市占率
1,412萬台	13.6%
同比+6.6%	同比+3.5個百分點
TV市場平均尺寸	TCL TV平均尺寸
48.9吋	52.9吋

Top 3

數據源：Omdia, 2024年各區域TV市場出貨量及平均尺寸，2024年各區域TCL TV出貨量市占率、出貨量排名及平均尺寸

品牌營銷



展會營銷

聚焦CES/IFA/MWC/AWE/ISE等大型展會
打造二次傳播



以奧運為主綫

2025年2月，TCL宣布正式成為奧林匹克全球合作伙伴，“**更快、更高、更強——更團結**”的奧運精神與TCL**變革創新、追求卓越、敢為不凡**的企業精神不謀而合



小黄人聯名產品



英超阿納森贊助



AFL澳大利亞足球聯盟贊助



NFL美國國家橄欖球聯盟贊助

區域IP營銷

以區域本土頂級IP為抓手，打造傳播熱點，
提升中高端產品偏好度和區域品牌影響力



渠道管理



- ✓ Top 50 渠道覆蓋率超95%
- ✓ 客戶分層分級，提供Top渠道內市場份額
- ✓ 渠道價值鏈管理體系
- ✓ 渠道客戶治理及精細化運營



零售管理



- ✓ 可管零售覆蓋率
- ✓ 全球優秀督導、促銷員、培訓師集訓
- ✓ 零售能力培訓
- ✓ 全球數字化零售系統建設



用戶+電商管理



- ✓ 存量用戶全鏈路，用戶調研洞察
- ✓ 6大BG電商體系化搭建
- ✓ 用戶口碑，免費私域流量激活
- ✓ 全球官方商城，全球電商SI規範

公司廣泛收獲可持續發展榮譽與認可



2018-2024年連續7年
獲**恒生ESG**評級

A級

2019-2024年被納入
恒生可持續發展企業基準指數

連續**6**年

Wind ESG評級
(行業排名6/117)

AA級

核心業務獲**CDP**氣候
變化管理級最高級別

B級

手機業務在**EcoVadis**
評級中再獲金牌

總分居全球前**5%**

E

- ✓ 光伏業務產生綠色電力達**30**億度，實現降碳**161**萬噸直接貢獻
- ✓ 包裝材料循環使用，可再生包裝材料使用量**161**噸

S

- ✓ 公益領域投入人民幣**1,109**萬元，志願時數達**1,405**小時
- ✓ 在多個城鄉學校落成**TCL**智慧教室，服務近**7,000**名學生

G

- ✓ 女性雇員占比超**40%**，港澳臺及海外雇員占比超**20%**
- ✓ 安全生產與職業健康培訓覆蓋**347,340**人次；全體員工受訓百分比超**85%**

穩健
發展

守法
合規

品質
提升

公益

健康
與安全

氣候
變化

用戶
服務

可持續
供應鏈

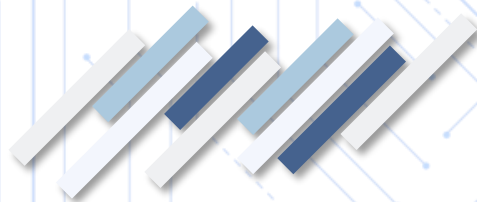
綠色
設計

能源
管理

科技
創新

相伴
成長

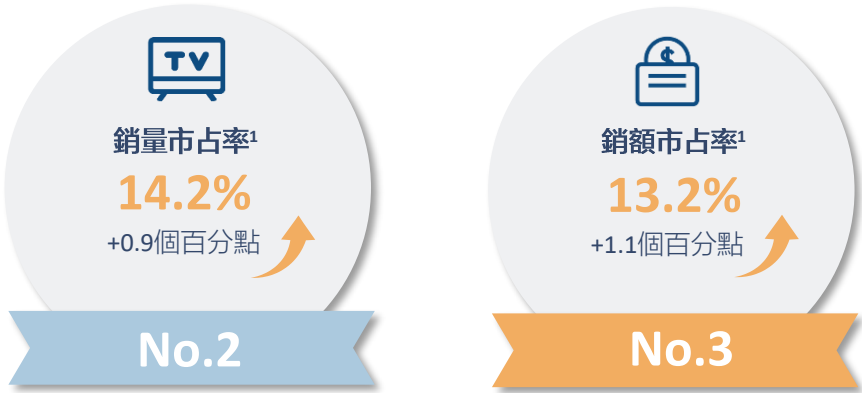
03 分部表現



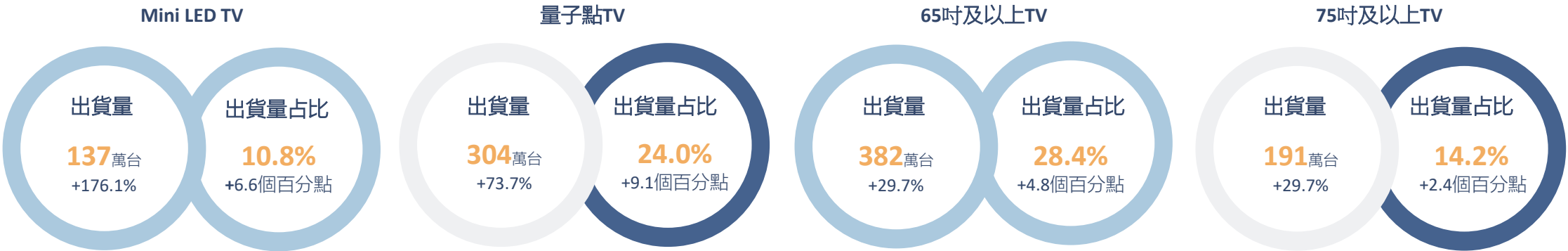
TCL TV全球規模領先，市占率持續提升

全球銷售表現

全球市場地位



TCL TV產品結構優勢凸顯，Mini LED及大尺寸占比持續提升

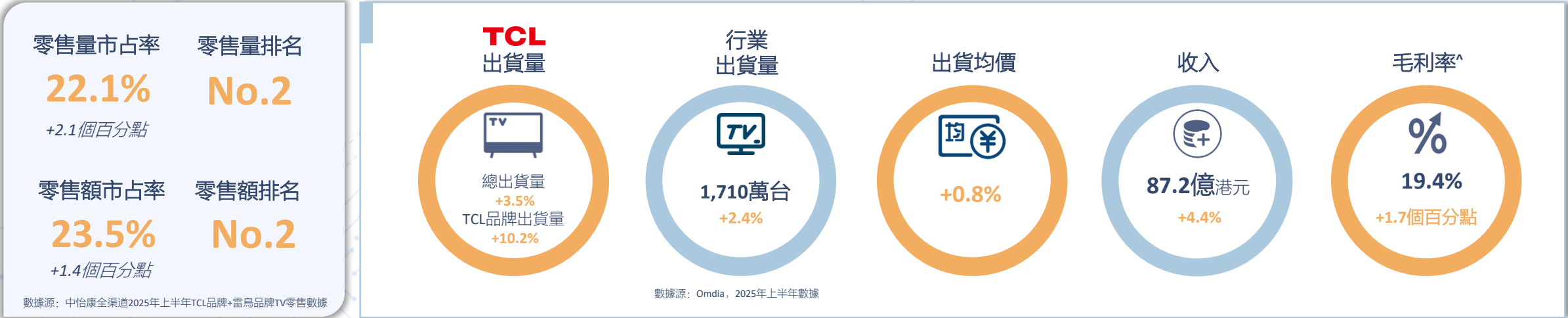


TCL Mini LED全球出貨量穩居全球第一¹

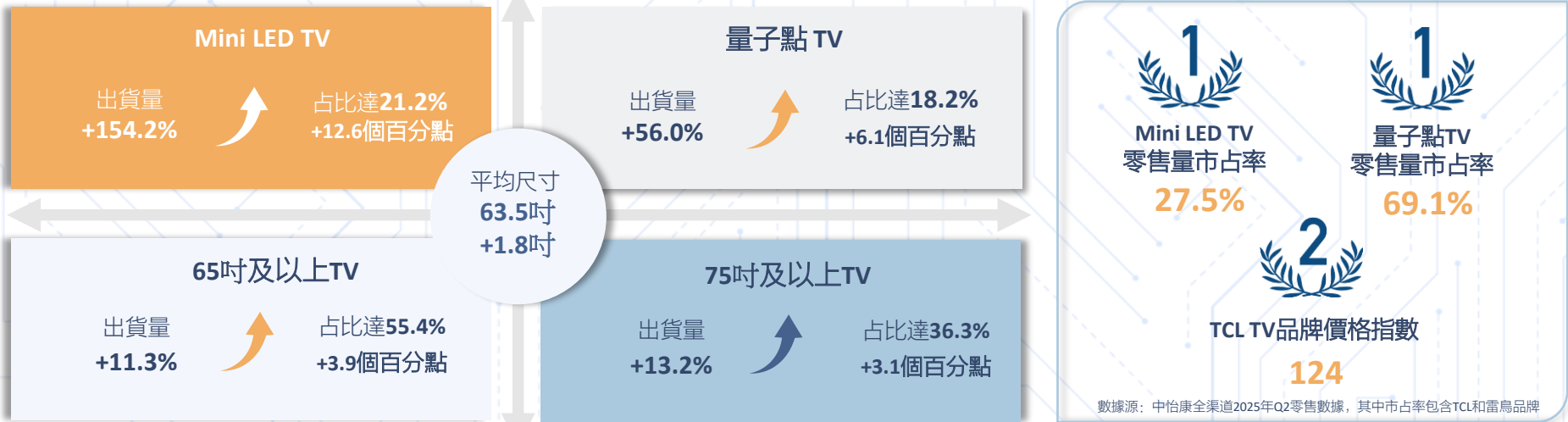
TCL TV全球平均尺寸達53.4吋，同比提升1.5吋

顯示業務 | 國內大尺寸顯示：規模表現跑贏行業，產品結構顯著改善，毛利率同比提升1.7個百分點

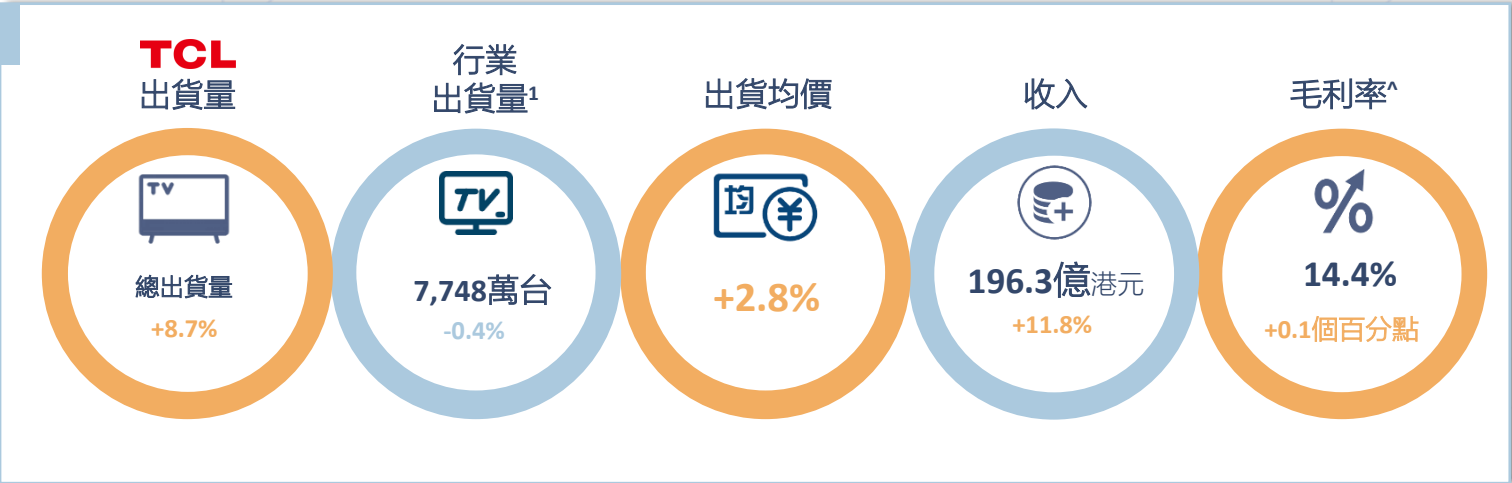
TCL



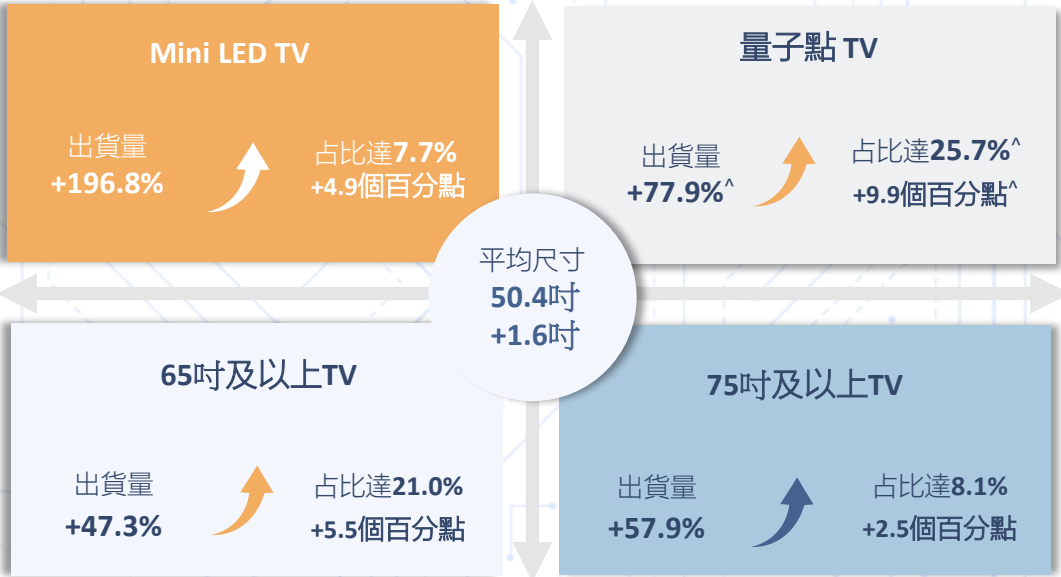
受益于中高端戰略+國補刺激，國內市場TCL Mini LED及大屏產品持續高增



Q9L Pro QD-Mini LED TV



海外市場Mini LED及大屏化趨勢進一步顯現



TV整機產能全球化布局



年產能超3,000萬台

產能分布式布局，公司在中國、越南、墨西哥、波蘭、巴基斯坦等地均有產能布局

靈活調配供應重心，及時滿足各個市場需求

細分市場表現

北美市場：結構改善明顯，市場規模領先

TCL品牌TV出貨均價
+12.6%

TCL品牌TV價格指數³
+17.8%

≥65吋 TV出貨量
+60.5%

Mini LED TV出貨量占比
+6.0個百分點

市場份額排名²



No.2 美國

歐洲市場：英德重點渠道突破，規模持續擴張

TCL品牌TV出貨量
+13.3%

≥65吋TV出貨量
+29.6%

Mini LED TV出貨量占比
+5.5個百分點

No.2 法國/波蘭
No.3 瑞典/西班牙/希臘/捷克

新興市場：以大板為牽引，市場份額持續提升

TCL品牌TV出貨量
+17.9%

≥65吋TV出貨量
+45.8%

Mini LED TV出貨量占比
+4.1個百分點

No.1 菲律賓/澳洲/沙特/
阿根廷/巴基斯坦
No.2 巴西/泰國/緬甸
No.3 越南/韓國



Q10L Pro 極景QD-Mini LED TV

中小尺寸顯示：堅持效率優先，聚焦重點市場，穩健拓展業務

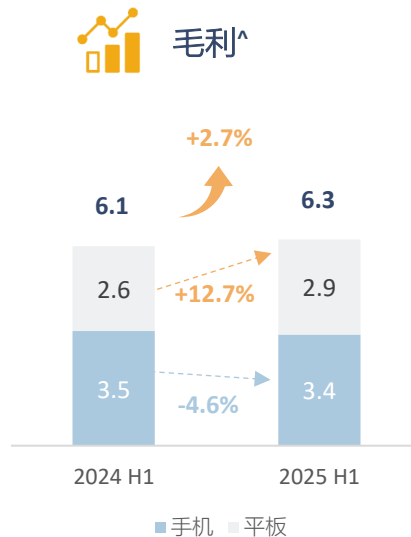
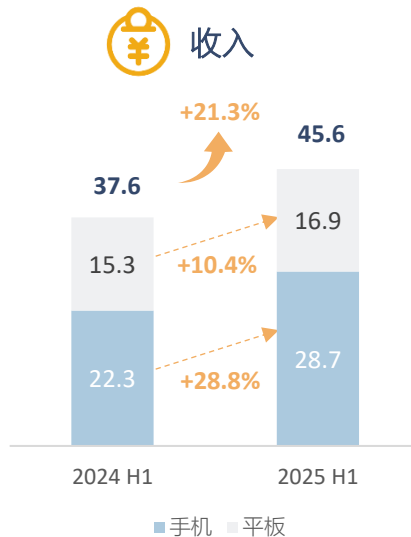
單位：億港元



TCL 手機
TCL 60 SE NXT PAPER 5G



TCL 平板
TCL NXT PAPER 11 PLUS



歐美一線網絡運營商全面覆蓋

智慧商顯：國內聚焦產品結構改善，海外新增高端客戶合作



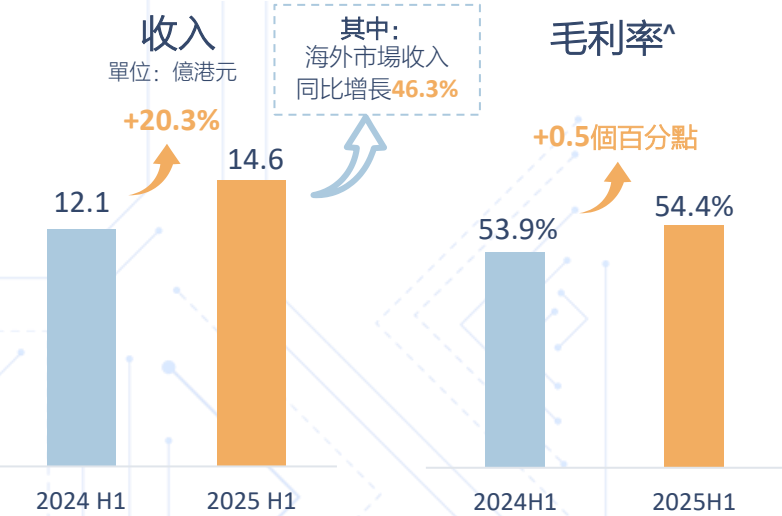
TCL 數字標牌TMN系列



- ✓ 數字標牌國內出貨規模躍居第一¹，標杆客戶包含星巴克、瑞幸咖啡、蜜雪冰城、理想汽車等
- ✓ 優化渠道結構，提升渠道質量，618期間取得京東會議電視賽道品牌成交額行業第二²
- ✓ 依托行業領先的顯示技術競爭力及供應鏈優勢，成功拓展海外高端市場

數據源：1. 迪顯諮詢，2025 Q1數據 2. 京東《黑電商顯618戰報》，統計日期區間為 2025年5月13日至2025年6月19日
[^]2024年上半年的毛利數據經重列

全球互聯網業務



海外市場：內容建設、產品體驗、商業化能力均實現大幅提升，實現長期快速增長



TCL Channel

- ✓ 持續深化與Google、Roku和Netflix等巨頭全球合作，進一步提升用戶服務體驗
- ✓ TCL Channel完成全面的升級，UI全面煥新，內容分發效率顯著提升，FAST與AVOD雙一流體驗打造；且TCL channel在美國、巴西、法國、西班牙等國家實現內容本土化，優質內容占比大幅提升，自有內容產品平均消費時長翻倍提升；截至2025年6月底，TCL Channel累計用戶數超3,930萬，全面覆蓋全球海外市場
- ✓ TCL ADS在海外廣告行業內逐步積累聲譽，已開拓除程序化廣告外的PMP廣告交易模式

中國市場：持續提升用戶體驗，打造真正改變用戶心智的行業標杆場景



靈控桌面 3.0

以用戶體驗為核心，聚焦電視AI及交互升級，打造極致桌面體驗及觀影體驗

- ✓ 極簡桌面升級，體驗持續升級
- ✓ 打造Mini LED顯示觀影效果，提升觀影體驗
- ✓ 全終端上線超高清業務，超高清內容時長超3萬小時



分身系統
給每位家人打造專屬觀影頁面

^ 2024年上半年的毛利率數據經重列
TCL電子控股有限公司 | 2025年中期業績報告

業績表現



標杆案例



工商業：吉林省某標杆項目



戶用：福建泉州陽明樓項目



地面分布式：廣東漁光互補項目

業務亮點

- 穩步提升市場份額

 - ✓ 市場份額提升：戶用市場新增份額進入行業頭部，盈利能力及相對競爭力持續改善
- 生態合作提質

 - ✓ 強渠道：以雙向賦能及精細化渠道運營提升渠道粘性
 - ✓ 穩資方：以電力市場化交易能力深度綁定資方合作，攜手金融機構共創綠色金融解決方案
- 產品技術創新

 - ✓ 場景創新：零碳園區、光儲充方案，高端別墅等
 - ✓ 技術變革：優化器迭代，海外半片組件升級，改善發電效率

AR/XR眼鏡 – IP聯名打造爆款新品，618期間線上銷量市占第一

雷鳥創新市占率¹
突破

52%

為去年同期銷量的3.4倍

京東+天貓 XR行業銷量

No.1

DETECTIVE CONAN

毛利小五郎

Air 3s Pro XR眼鏡
隨身攜帶的輕量級私人影院

✓ 孔雀光學引擎2.0
✓ Pocket OS 全新操作系統

DETECTIVE CONAN

怪盜基德

V3 Slim AI 拍攝眼鏡
隨時隨地記錄生活的智能助手

✓ 索尼4K拍照
✓ AI隨問隨答

✓ 高通驍龍 AR1
✓ 39克超輕

DETECTIVE CONAN

江戶川柯南

X3 Pro AI眼鏡
全彩AR+AI深度融合的個人信息終端

✓ 43吋透明全彩屏
✓ 獵鷹 Plus 雙攝

✓ AI+AR融合終端
✓ 76g超輕量化

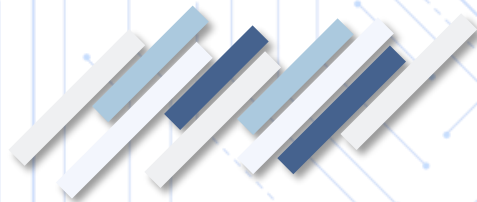
全球首款分體式智能家居陪伴機器人TCL AiMe： AI賦能智慧生活，打造獨一無二的產品體驗



- ✓ 溫暖智能的陪伴意識，是一個值得信賴的家庭新伙伴
- ✓ 主動巡航與貼心守護，出現在你需要的預設安全區域內
- ✓ 靈動的擬人表情與肢體互動，高情緒價值的行為響應
- ✓ 多元家庭陪伴功能，安全打造獨一無二的專屬守護

1. 數據源：京東商智、天貓生意參謀、洛圖科技(Runto)、CINNO Research，統計時間：2025年5月14日-2025年6月18日

04 未來展望



長期經營目標

追求高質量增長，實現淨利額增速 > 毛利額增速 > 收入增速 > 銷量增速

主航道提升盈利能力

新業務鞏固第二增長曲線

TCL

公司願景

全球化經營的領先智能終端企業

經營理念

戰略領先
創新驅動
先進制造
全球經營

大尺寸顯示

- 以大屏/Mini LED/高刷為核心提升結構
- 引領全球品牌

光伏業務

- 穩健發展，提升相對競爭力
- 快中有序地推進海外業務

中小尺寸顯示

- 聚焦重點市場
- 穩健拓展業務

全品類營銷

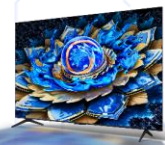
- 全球品牌渠道優勢協同
- 驅動有質量的規模增長

互聯網業務

- 穩固國內業務
- 加速發展海外運營

智能連接/智能家居/AI布局

- 領先布局智能眼鏡/機器人
- 賦能長期增長潛力





INSPIRE GREATNESS

TCL
谢谢!

TCL电子官方网站: <http://electronics.tcl.com>

TCL电子投资者关系电邮: hk.ir@tcl.com

TCL电子投资者关系官方微信公众号



免责声明

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。

