

TCL

TCL電子控股有限公司

TCL ELECTRONICS HOLDINGS LIMITED

股票代碼: 01070.HK

于開曼群島註冊成立之有限公司

2025年全年業績報告



目錄



01



整體亮點

02



分部表現

03

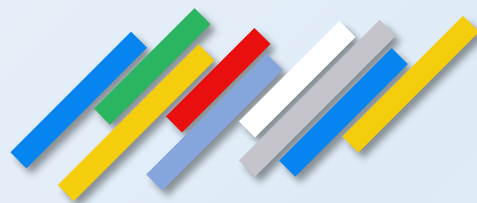


未來展望

報告幣種：港元

01

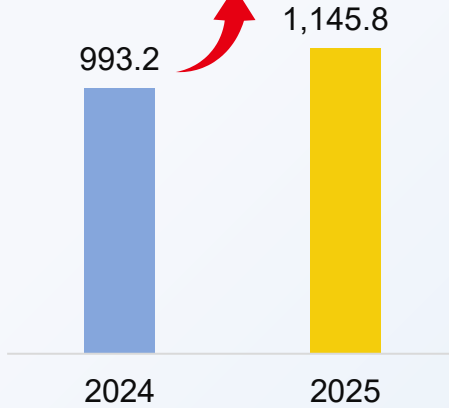
整體亮點



單位：億

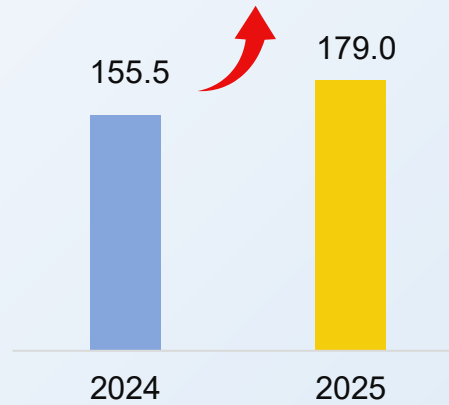
收入

+15.4%



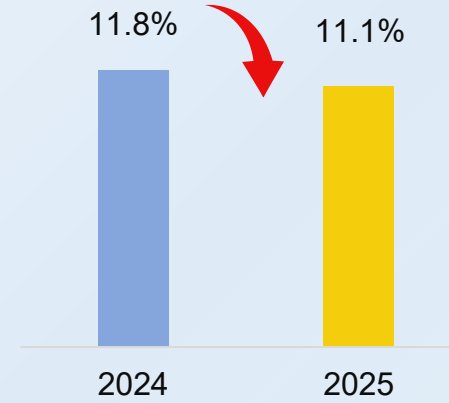
毛利

+15.1%



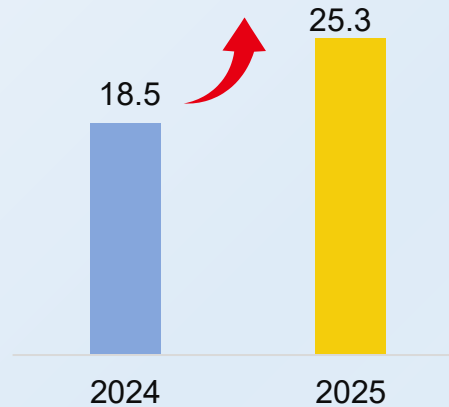
費用率¹

-0.7個百分點



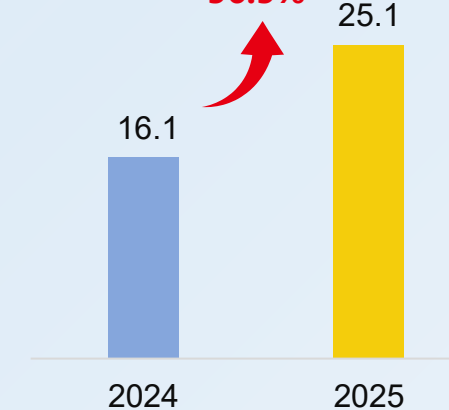
淨利潤

+36.7%



經調整歸母淨利潤²

56.5%



單位：億

附注：

1. 整體費用包含銷售及分銷支出和行政支出

2. 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

淨額資本負債比率¹

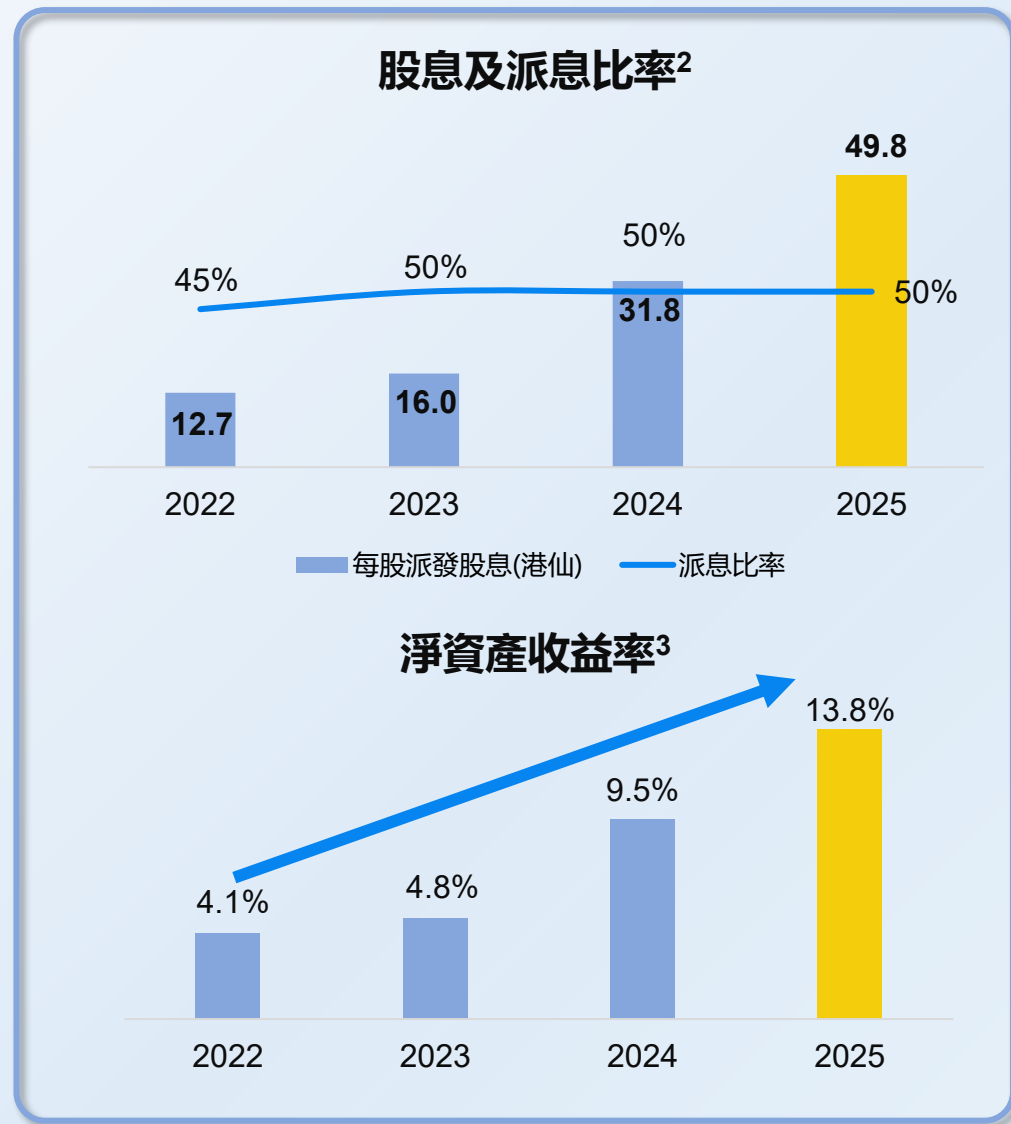
維持於0%

現金及現金等值項目

135.2億
同比 **↑ 54.2%**

現金周轉天數

42天
同比 **↓ 1天**



附注:

1. 淨額資本負債比率 = 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) ÷ 歸屬於母公司擁有者之權益

2. 派息比率 = (每股股息額 × 年底已發行股份數目) ÷ 經調整歸母淨利潤

3. 淨資產收益率 = 經調整歸母淨利潤 ÷ 平均歸母權益

TCL TV

全球規模領先

出貨量市佔率
全球排名¹



銷售額市佔率
全球排名¹



在海外多國市佔領先

全球超20個國家
零售量市佔率排名²

前三

北美市場份額
增長速度排名³



雷鳥智能眼鏡



消費級AR/AI眼鏡
品牌銷量份額中國排名⁴



中高端產品表現優異

Mini LED出貨量
市佔率全球排名¹



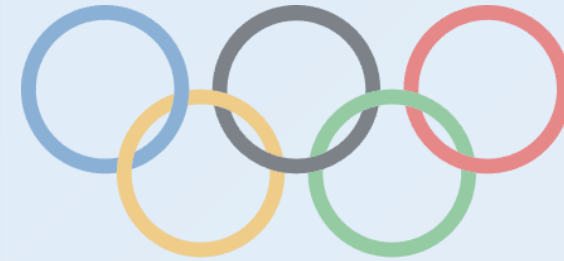
75吋及以上出貨量
市佔率全球排名¹



98吋出貨量
市佔率全球排名¹



數據源：1. Omdia，統計口徑：2025年全年 2. 內部報告及Circana，統計口徑：2025年全年 3. Circana，統計口徑：截至2025年10月底的累計12個月 4. CINNO Research：統計口徑：2025年全年



2025年 成為奧林匹克全球合作夥伴，全面提升品牌認知



多區域重點體育賽事贊助



新媒體營銷 精準觸達目標使用者



2025 CES
參展面積最大的中國品牌



首創將冬奧賽場搬進場館
品牌辨識度拉滿

全球頂級消費電子展會

全球產能及營銷平台



全球化3.0

3,000萬+ TV產能

靈活應對全球關稅壁壘

- ✓ 全球產能完善：分散式佈局，快速回應全球需求
- ✓ 供應鏈升級：墨西哥及時擴產，並將供美產能由越南快速遷移至此

6大營銷平台

區域化本土化佈局

銷售網路

全球 Top 50 渠道覆蓋 **95%+**

北美 聚焦渠道結構改善
中高端渠道占比持續提升



歐洲 重點渠道全覆蓋



2025年研發費用達**25.3億**港元，同比提升**8.5%**，主要投入在：



產品服務：全面引入AI應用，優化用戶體驗

AI提升電視OS端智能體驗，增強用戶黏性

- ✓ 海外：首發Gemini TV，拓寬內容變現潛力
- ✓ 國內：集成伏羲大模型，增強人機智能交互體驗
自研AI創作平台，少兒業務口碑業績雙豐收



SQD-Mini LED電視畫質巔峰

SQD-Mini LED獲2026 CES顯示金獎，定義行業標杆



移動屏護眼辦公革命

NXTPAPER 4.0技術，全場景護眼+生產力提升

AI+AR開啟交互新範式

AR眼鏡實現彩色Micro-LED規模化量產
自研全鏈路AI大模型服務



首款分體式AI陪伴機器人

分體式設計+情感仿生，智能家庭陪伴

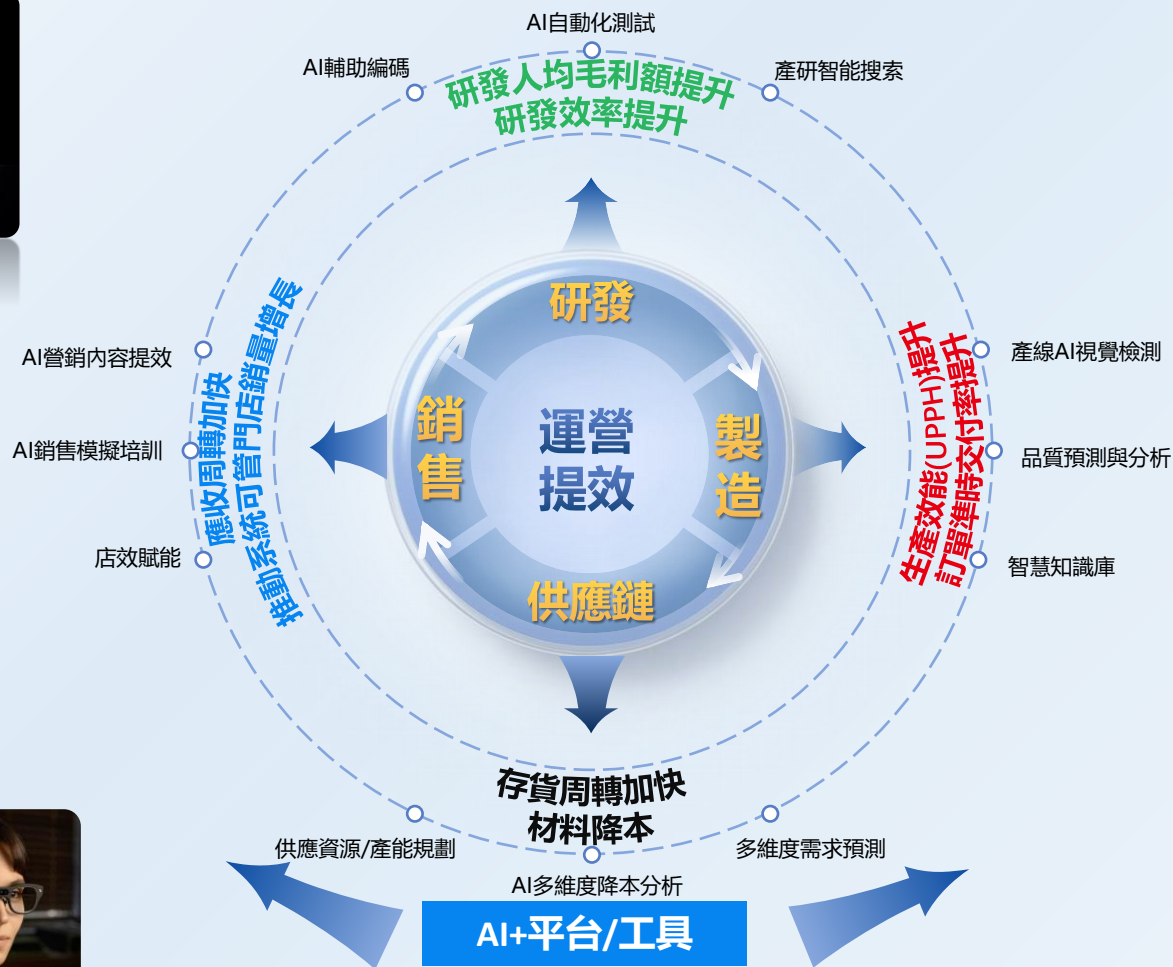


家庭能源智能化

上市HEMS 1.0，“光儲泵充”+IoT家電能源全鏈路智能化管理



公司運營：AI賦能業務，提升全價值鏈運營效率



堅持高質量專利發展戰略，以SEP和S/A專利為核心，構築多維度的技術競爭力與防禦體系

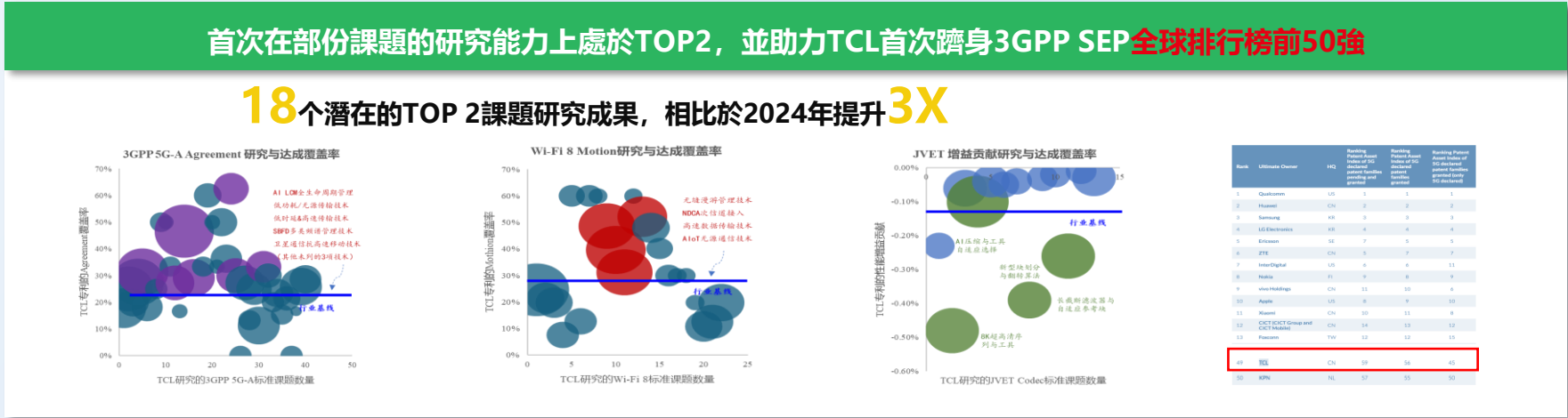
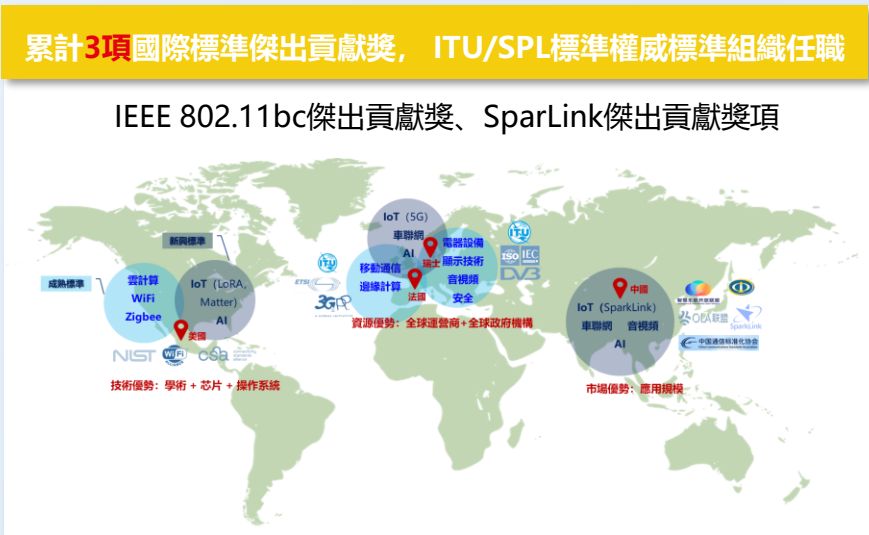
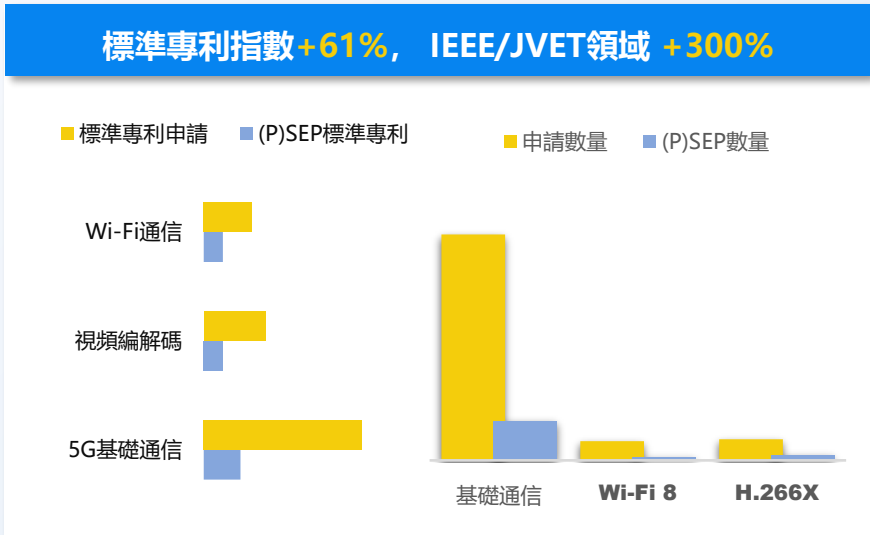
技術價值貢獻

首次全球**前50強**
(3GPP SEP)

TOP 2陣營
(部份課題)

3項
標準傑出貢獻獎

5類
政府資質-新增



公司廣泛收穫 可持續發展榮譽與認可

2018-2025年連續8年
獲**恒生ESG**評級



核心業務獲**CDP**氣候
變化管理級最高級別



Wind ESG評級
(行業排名7/120)



手機業務在**EcoVadis**
評級中再獲金牌



總分居全球前

- ✓ 光伏業務產生綠色電力累計達**140億度**，推動降碳超**1,000萬噸**
- ✓ 累計**超8,300**個產品獲得**節能、綠色產品認證**

E

- ✓ 完成**280+**供應商礦產盡職調查，**100%**原材料可溯源
- ✓ 2025年慈善捐獻合共約**2,000萬港元**

S

- ✓ 女性僱員占比**超40%**，海外僱員佔比提升至**約3成**
- ✓ 年內開展10場反貪污培訓課程，覆蓋超**10,000人次**員工

G



02

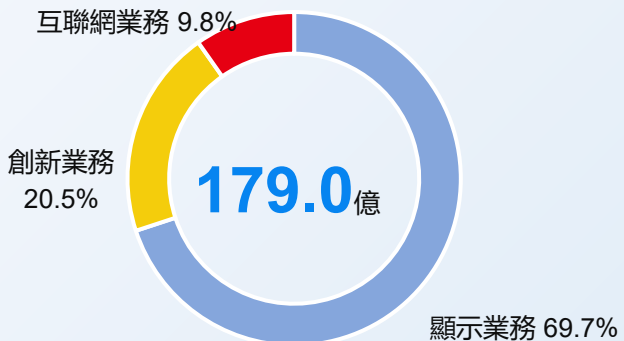
分部表現



收入拆分



毛利拆分



顯示業務：產品結構改善帶動毛利率顯著提升

758.0 億
收入

▲+9.2%

124.8 億
毛利

▲+16.4%

16.5%
毛利率

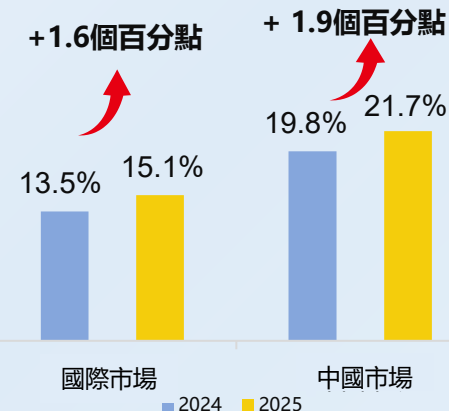
▲+1.1 個百分點

其中：

大呎吋顯示
業務毛利率

達 16.8%

+1.3 個百分點



互聯網業務：保持高毛利率水準

31.1 億
收入

▲+18.3%

17.5 億
毛利

▲+18.8%



56.4%
毛利率

維持高盈利水準

創新業務：收入增速最快，達31.9%

356.3 億
收入

▲+31.9%

36.7 億
毛利

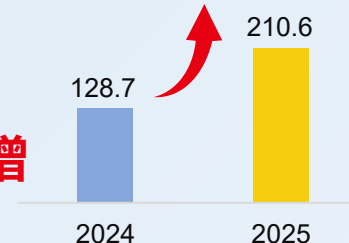
▲+9.7%

其中：

+63.6%

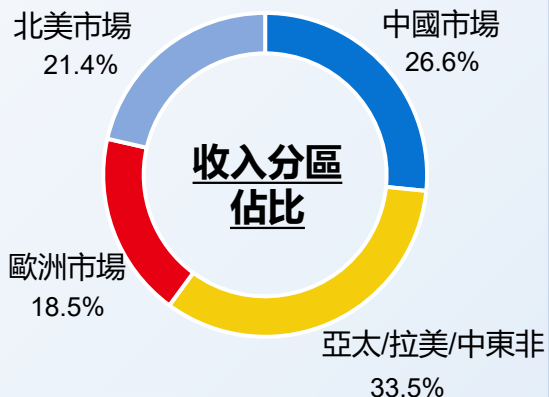
光伏業務
收入實現
超預期高增

單位：億

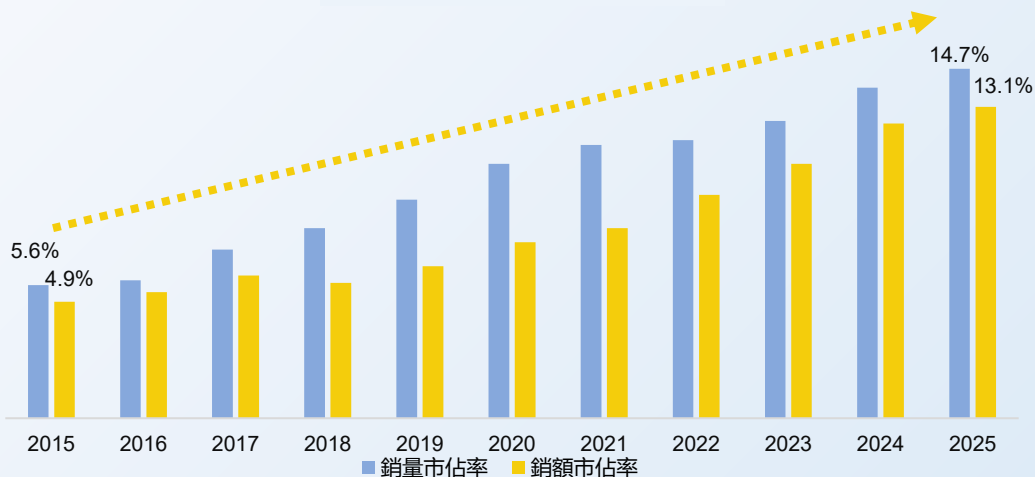


全球市場份額¹

市場地位領先



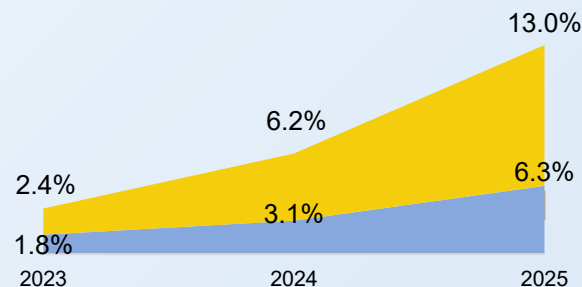
市場份額持續提升



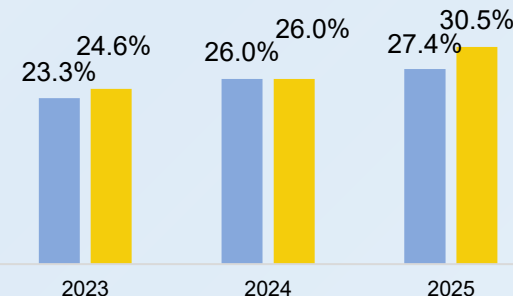
產品結構

市場 vs TCL 高端化、大屏化

Mini LED TV佔比



65吋及以上TV佔比



TCL Mini LED TV 全球出貨量穩居**全球第一**¹ | TCL TV全球平均吋吋達**54.2吋**，同比提升**1.6吋**

注：產品結構的各TV細類佔比為出貨量佔比

TCL與索尼簽署家庭娛樂領域戰略合作意向備忘錄



股權結構

擬設立一家承接索尼家庭娛樂業務、由TCL電子持股51%、索尼持股49%的合資公司



業務範圍

在全球範圍內開展包括電視機和家庭音響等產品在內的，從產品開發、設計、製造、銷售、物流到客戶服務的一體化業務運營



品牌策略

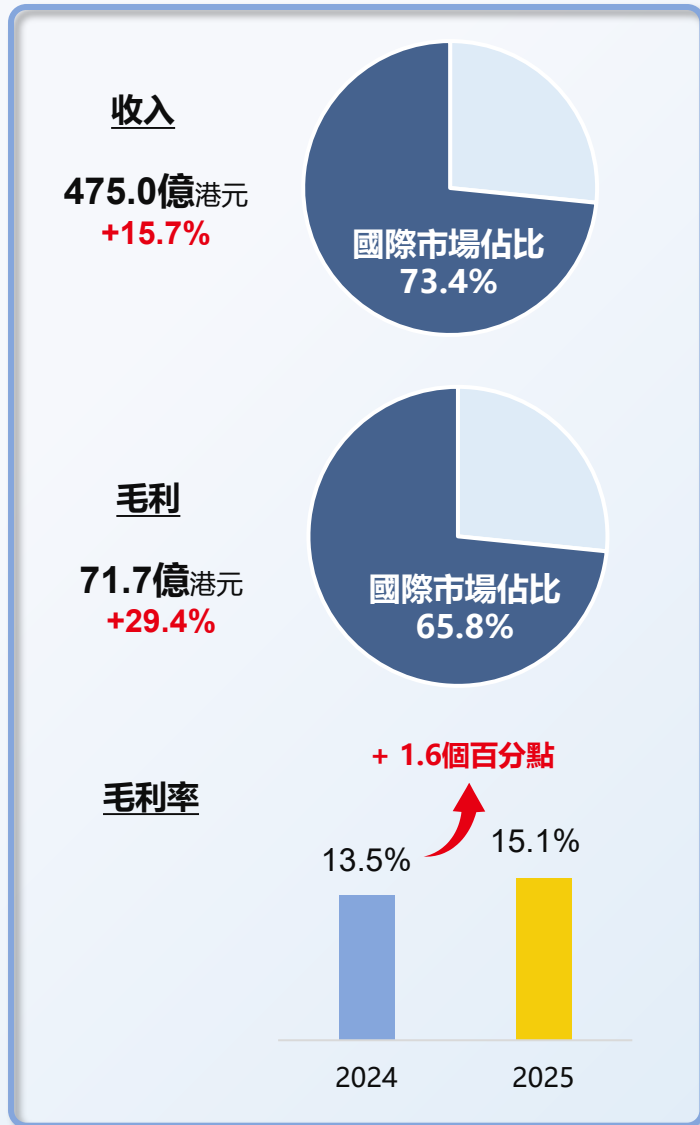
產品將通過享譽全球的“Sony”和“BRAVIA™”品牌賦能



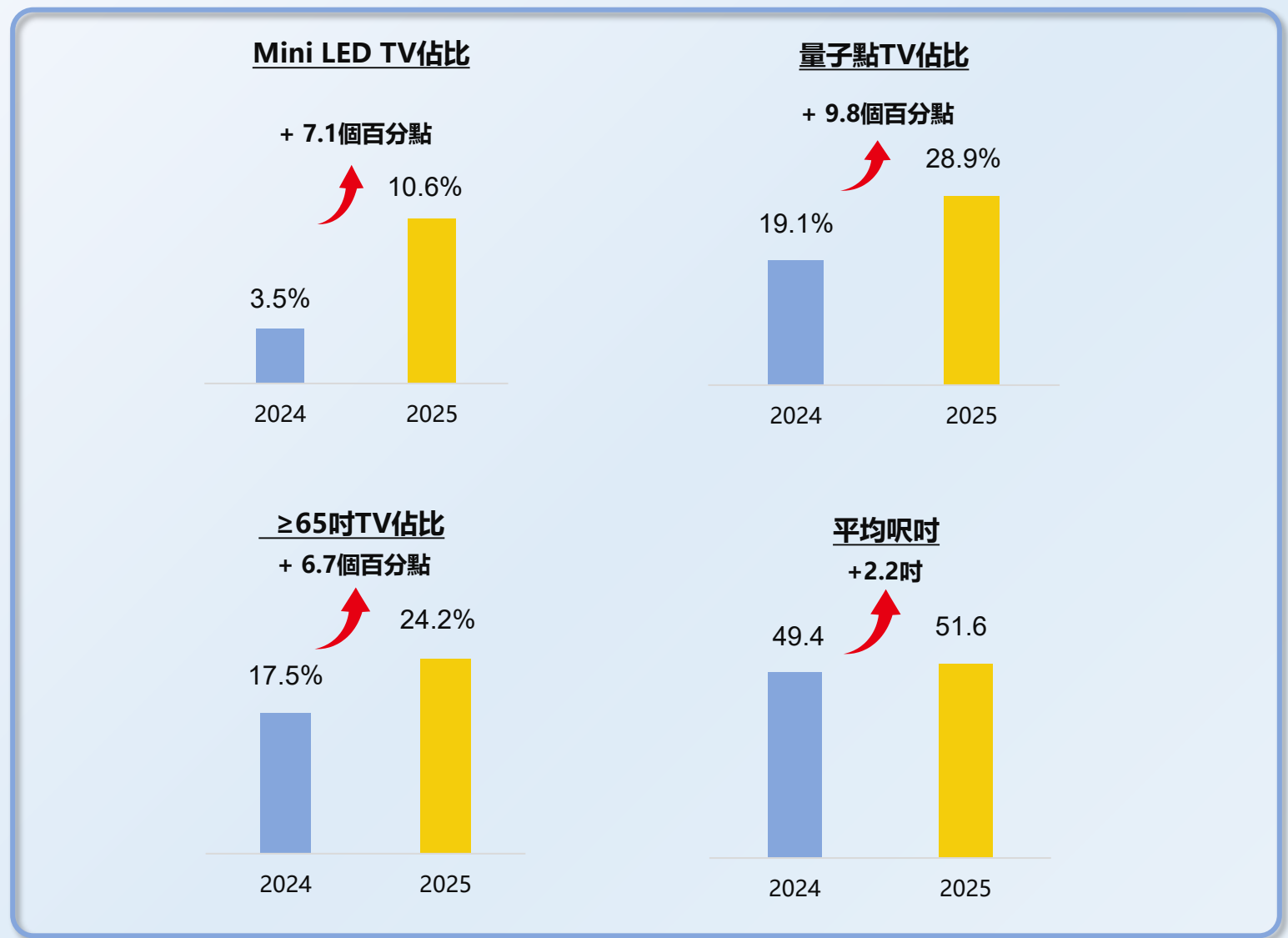
時間規劃

新公司預計將於2027年4月開始運營

業績表現



產品結構



註：產品結構的各TV細類佔比為出貨量佔比

在海外
超20個國家
市佔率排名**前三**¹



北美市場 聚焦中高端發力

收入佔比 **29.2%**

均價增幅
20%+

收入增幅
10%+

65吋及以上TV出貨量占比

33.9%

同比 **+10.7個百分點**

Mini LED TV出貨量占比

10.7%

同比 **+8.8個百分點**

北美市場銷額市占率
增長速度排名²



歐洲市場 重點渠道全覆蓋

收入佔比 **25.2%**

收入增幅
10%+

近五年市場份額
持續提升³

65吋及以上TV出貨量佔比

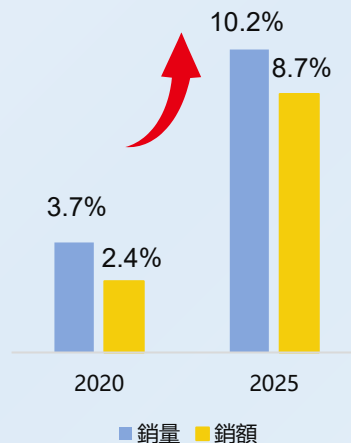
24.7%

同比 **+8.6個百分點**

Mini LED TV出貨量佔比

18.5%

同比 **+7.9個百分點**



亞太 / 拉美 / 中東非 本土化運營

收入佔比 **45.6%**

收入增幅
約**20%**

近五年市場份額
持續提升³

65吋及以上TV出貨量占比

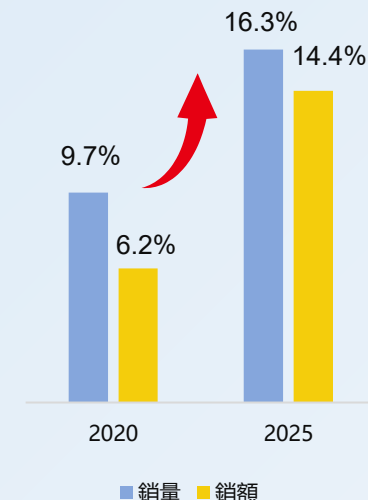
18.8%

同比 **+4.5個百分點**

Mini LED TV出貨量占比

8.2%

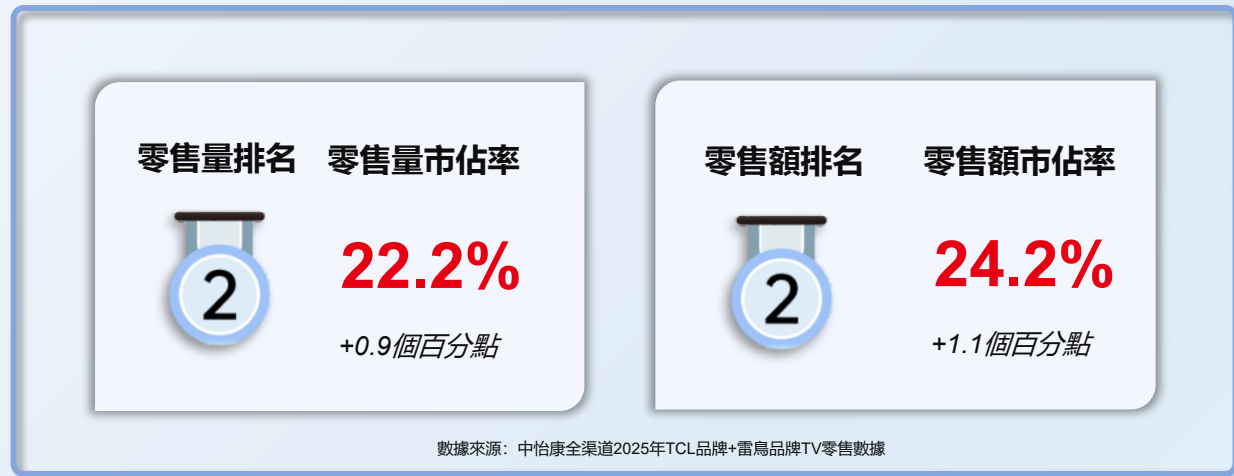
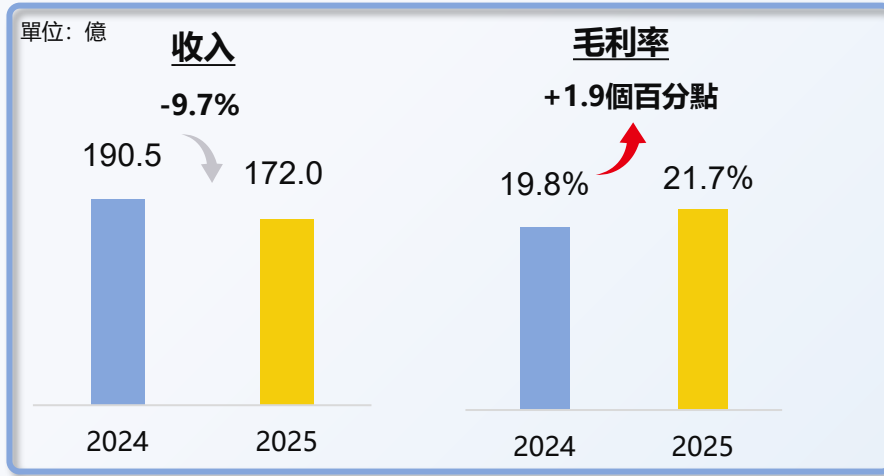
同比 **+5.7個百分點**



數據源：1. 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 2. Circana, 2024年11月至2025年10月零售額數據 3. Omdia, 2020年和2025年全年出貨量及銷售額市佔率數據

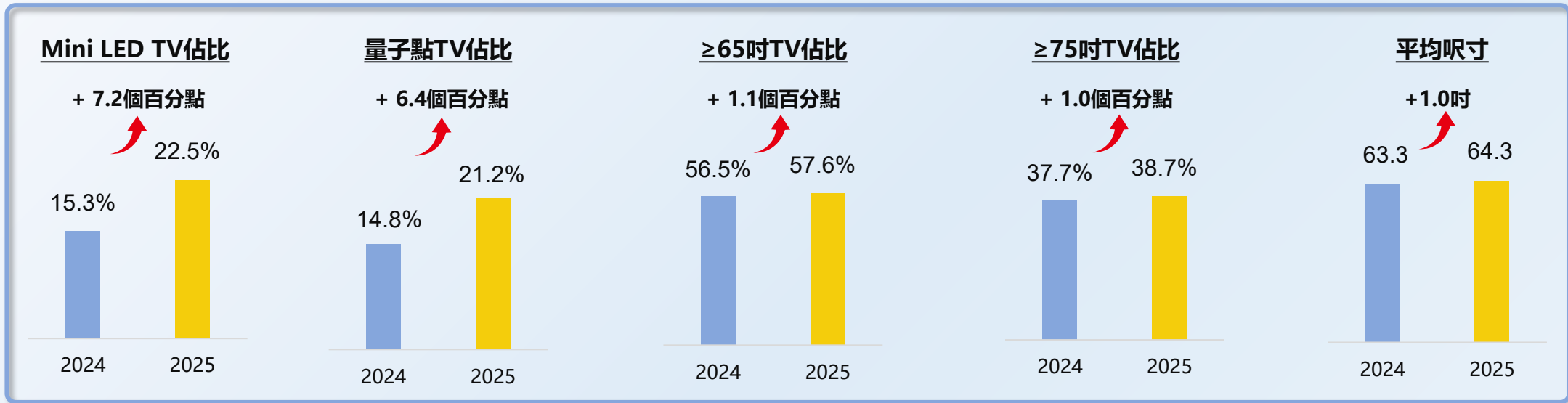
業績表現

市場份額



註：根據Omdia數據，2025年中國市場TV行業銷售額同比下降14.3%

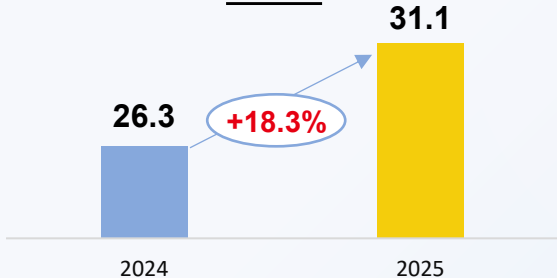
產品結構



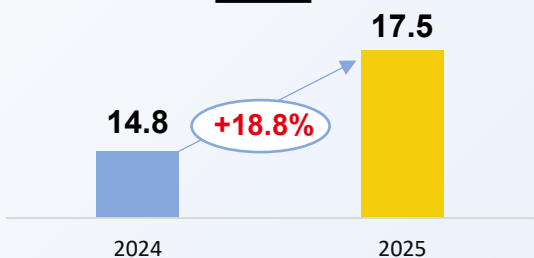
註：產品結構的各TV細類佔比為出貨量佔比

單位: 億

收入



毛利



毛利率

56.4%

同比 +0.2個百分點

海外市場

基於全球領先規模，攜手全球互聯網巨頭，通過預裝台費+運營分成變現
用戶體驗升級驅動收入高速增長

- 內容生態完善 TCL Channel在歐洲、拉美本土優質內容佔比**翻倍**，**日均總時長**同比**+150%**
- 用戶規模龐大 截至2025年年底，TCL Channel累計用戶數**突破4,570萬**
- AI技術強賦能 旗艦機型接入**Gemini**，AI驅動收入擴張



戰略合作夥伴



TCL Channel

中國市場

聚焦交互升級及AI創新，創新業務多點爆發



靈控桌面

極簡設計+便捷操作提升用戶體驗



AI掛件

Amby Uni成功投放市場
提供真實感對話、語音提醒等情緒價值陪伴



AI打造自主版權「內容工廠」

26部少兒AIGC動畫，優質率達70%
自建Agent生成AI漫劇迎來爆發期

收入

210.6億

同比+63.6%

毛利

毛利

18.1億

同比+47.5%

海外市場 系統方案品牌商



SunPower項目



市場定位與潛力

- 聚焦歐洲重點國家
- 加速規模擴張



產品與渠道賦能

- 「光儲熱」綜合能源解決方案
- 提升渠道覆蓋及粘性
- 改善運營效率



品牌與運營協同

- SunPower品牌強化市場信任
- 協同TCL全球品牌及服務資源提升運營效率

國內市場 分佈式能源系統集成商



堅持相對輕資產定位 進入高品質增長階段



24個省市覆蓋



8.0GW 新增裝機



36萬+ 累計簽約農戶



2,530+ 累計經銷商



340+ 累計工商簽約項目



戶用：福建泉州陽明樓項目



商用：吉林省某標杆項目



Air 4系列
觀影眼鏡

全球首個 HDR10 顯示眼鏡

- ✓ 全球首顆 AR 畫質芯片
- ✓ B&O聯調音頻系統



V3 Slim
AI拍攝眼鏡

隨時隨地記錄生活的智能助手

- ✓ 索尼4K拍攝 | AI問答
- ✓ 高通驍龍 AR1 | 39g



X3 Pro
AI眼鏡

全彩AR+AI的個人信訊終端

- ✓ 43吋空中透明屏
- ✓ 獵鷹Plus雙攝 | 76g



中國市佔率¹

No.1



全球累計用戶

500,000+



雙十一 AR眼鏡銷量²

四連冠

京東+天貓+抖音

分體式設計
家庭智能中樞



全球首款分體式智能家居陪伴機器人

♥ 溫暖陪伴

情感化交互設計，溫暖智能的陪伴意識

🛡️ 主動巡航

主動巡航與貼心守護，保障家庭安全

😊 情緒價值

高情緒價值行為響應，個性化互動體驗

🏠 多元功能

多元家庭陪伴功能，全場景生活助手



項目立項
2024年6月



AiMe 1代PoC開發完成
2024年12月



CES首次亮相
2025年1月



AiMe 2代產品立項
2025年4月



AiMe 2代超級原型開發完成
2025年12月



上市發售
預計2026年H2

03

未來展望



上游：面板核心定價權向中資轉移



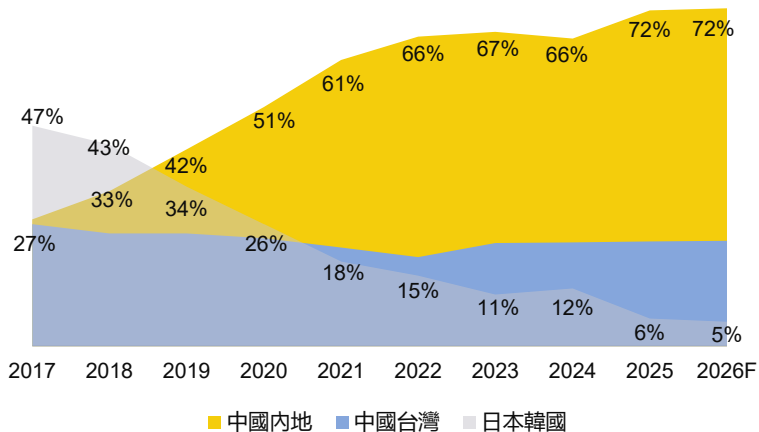
下游：大吋吋與Mini LED需求爆發



全球份額加速向中資產業龍頭集中

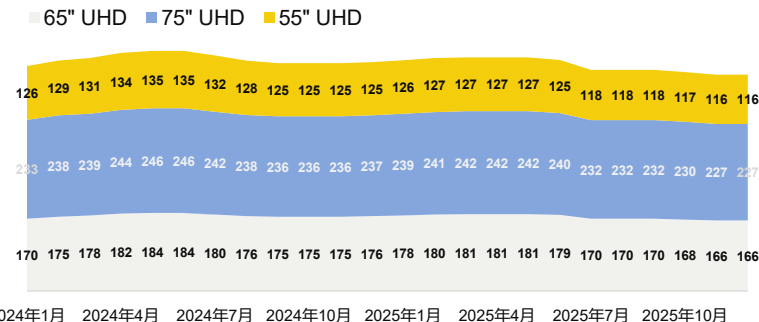
面板產業中國崛起¹

市場份額向中資集中，定價權發生轉移



面板價格走勢溫和¹

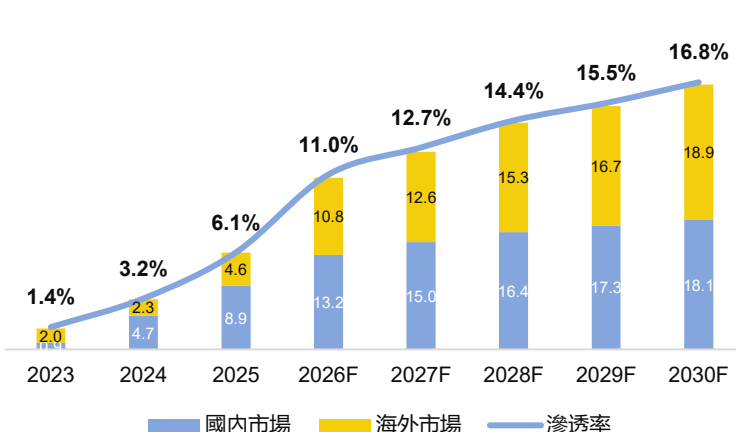
單位：美元



全球Mini LED TV 需求高增預期¹

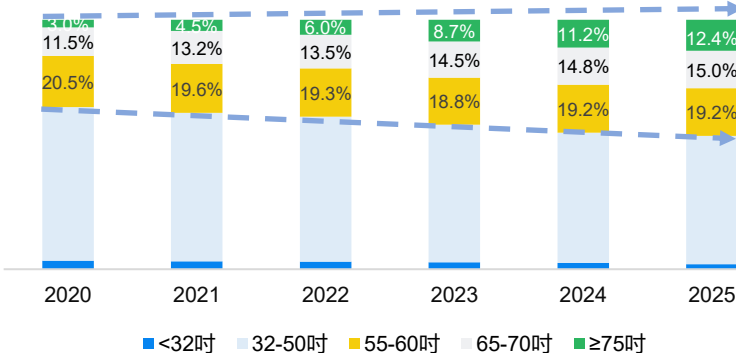
單位：百萬台

2025-2030 CAGR預計超22%



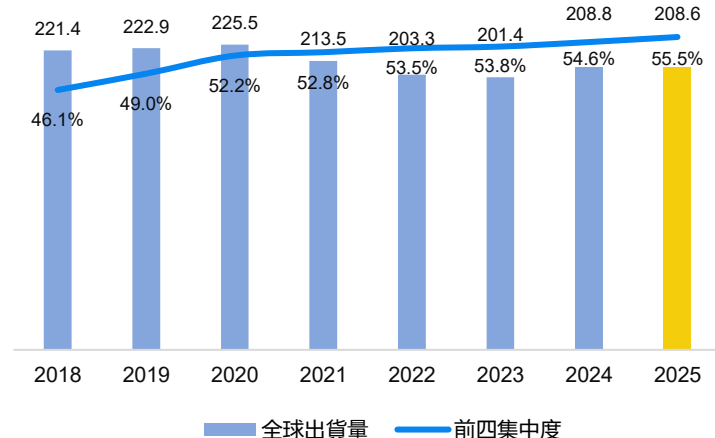
全球TV出貨吋吋結構升級²

大吋吋佔比持續提升

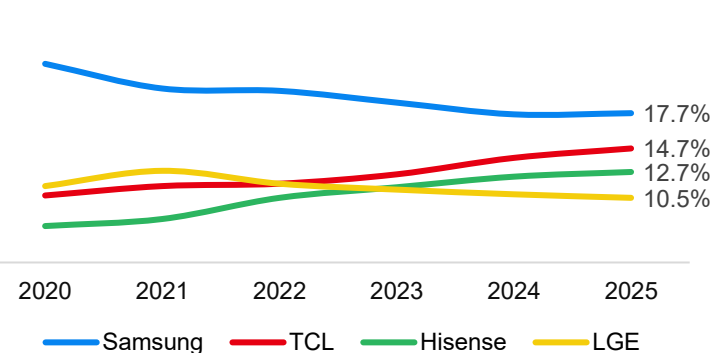


全球TV出貨量及前四品牌集中度持續提升²

單位：百萬台



截至2025全球前四品牌份額變化情況²



數據來源：1. 群智諮詢 2. Omdia

未來展望 | 白電 (空/冰/洗) 市場空間

✓ 全球白電市場容量大，全球各區存在多樣市場機會



空調¹

2025年 $\xrightarrow{\text{CAGR } 5.2\%}$ 2030年
2,122億美元 **2,727億美元**

✓ 氣候變化加劇全球空調需求，新興市場（東南亞/中東/非洲）滲透率仍低，增長潛力最大



冰箱²

2024年 $\xrightarrow{\text{CAGR } 5.2\%}$ 2030年
746億美元 **1,011億美元**

✓ 城鎮化率提升驅動需求，高端化/智能化趨勢帶動均價提升，拉美/非洲市場增速顯著



洗衣機³

2025年 $\xrightarrow{\text{CAGR } 3.5\%}$ 2030年
691億美元 **820億美元**

✓ 節能環保法規推動換機需求，智能洗衣機滲透率持續提升，歐洲市場高端化機遇顯著

✓ TCL 空/冰/洗市佔率有較大提升空間

TCL電子全球領先的渠道佈局，助力空/冰/洗拓展全球市場



未來展望 | 光伏新能源行業空間

中國市場

行業轉型中，長期市場空間及增長動力仍存

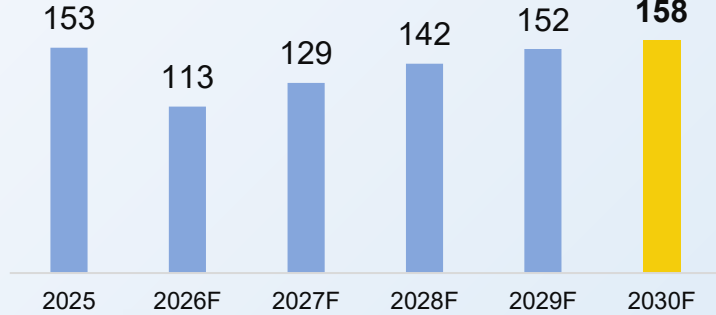
中國光伏新增裝機量¹

單位: GW



中國分佈式
光伏新增裝機量預測²

單位: GW

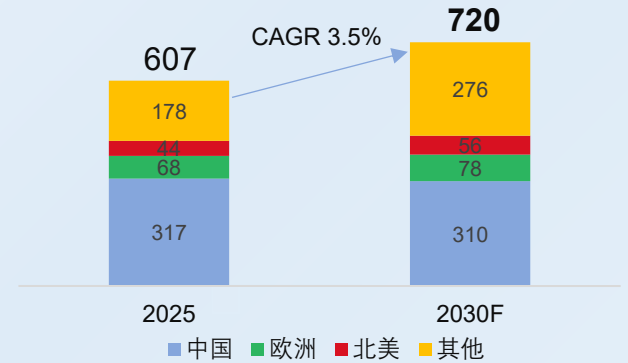


全球市場

海外市場仍有很大挖掘空間

全球光伏新增裝機量預測²

單位: GW



行業增長動力

政策驅動

中國「雙碳」目標+全球淨零承諾刺激

分佈式光伏

成本下降

裝機經濟性持續提升

中國光伏元件價格自2022年底持續下降³

分佈式電站滲透加速⁴

包括住宅/工商業/離網等場景

佔2025-2030年全球
光伏新增裝機⁴約

42%

歐洲電力交易市場活躍

主要受益於德/西/意/波等國公用事業規模擴張

2025-2030年
光伏新增裝機預測⁴

1,128GW

規模空間⁴

2025-2030年全球新增可再生能源

4,600GW

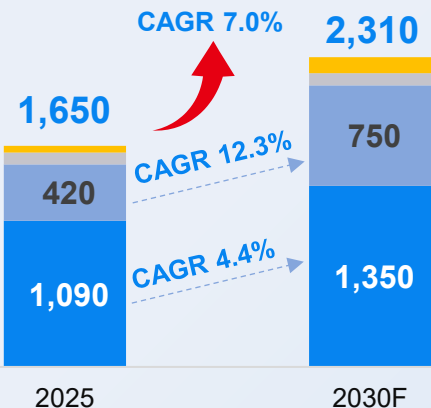
其中，光伏能源佔比

~80%

互聯網運營

全球視頻流媒體收入¹

單位：億美元



- 免費廣告電視FAST
- 單次付費/租賃TVOD
- 廣告型視頻點播AVOD
- 訂閱型視頻點播SVOD

“廣告+訂閱”雙引擎



收入主力

會員訂閱 (SVOD)



增長主力

廣告收入 (AVOD)

搶佔大屏內容運營潛力，聚合資源躍升海外變現能力



2025年活躍設備(台)²
全球最大TV OS生態之一

3億+



2025年全球流媒體家庭數²

9,000萬+

2025年美加墨CTV流媒體時長

No.1

新趨勢 AR/VR/AI



AI 智能眼鏡 市場規模預測³

2030年市場規模預測 (2024年起)

400億美元

CAGR 112.0%

AI浪潮席捲全球，開啟VR/AR/機器人巨量市場

陪伴機器人市場規模預測⁴

2025年
58億美元

CAGR 29.2%

2030年
207億美元

- 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，空間潛力巨大



經營理念

戰略引領、創新驅動、先進製造、全球經營

**主航道
提升盈利能力**

- ◆ **大呎吋顯示** 深耕高端顯示，穩固行業引領，提速高端份額，持續AI創新
- ◆ **中小呎吋顯示** 聚焦重點市場，優勢資源協同，提升經營效率，增強盈利能力
- ◆ **互聯網業務** AI賦能國內穩增長，模式創新拓展海外盤，雙輪驅動增厚利潤

**新業務
擴張全球規模**

- ◆ **光伏業務** 國內強化能源運營保持增速，海外聚焦歐洲市場規模擴張
- ◆ **全品類營銷** 借助TCL全球品牌、供應鏈及渠道優勢，實現有品質規模增長
- ◆ **AI/AR佈局** 多品類規劃，技術引領體驗，數智賦能決策，共驅長期增長



全球化3.0戰略

優化全球資源調配能力，海外重點區域完善**本土化運營**能力



構建頂級IP矩陣

借勢**奧運及區域性體育營銷**，助推**品牌價值**與全球**影響力**雙躍升



ESG戰略

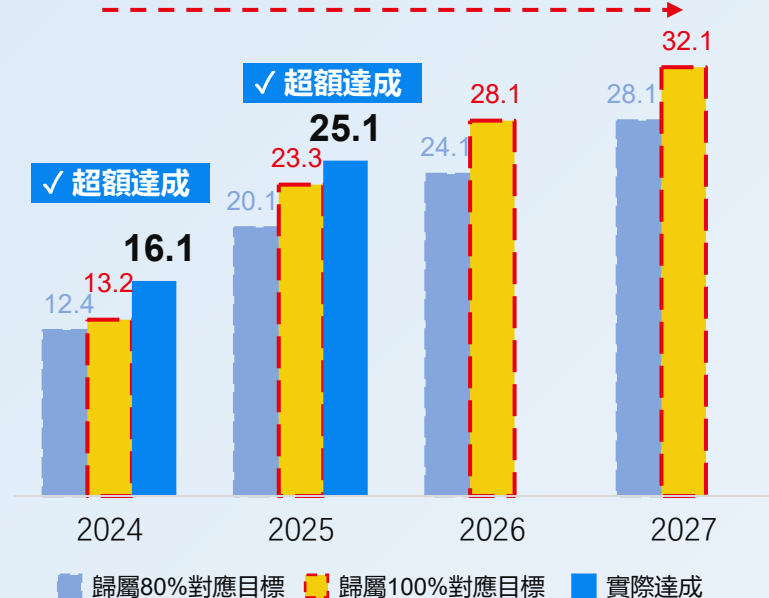
落實**節能與能源轉型**
實現碳達標

2024年及2025年業績目標
超額達成✓

2025-2027年股權激勵計畫
(扣非歸母淨利潤目標，億港元)

CAGR 20.1%

CAGR 25.9%



TCL

謝謝!

TCL電子官方網站: <http://electronics.tcl.com>

TCL電子投資者關係電郵: hk.ir@tcl.com

TCL電子投資者關係官方微信公眾號



免責聲明

本文所載資料不得用於與任何投資者之投資決定或結果有關之法律用途。具體而言，本文件概不構成認購或出售或購入任何TCL電子控股有限公司(“本公司”)任何證券之任何推薦或邀請。本公司謹此明確表示，概不就因任何投資者依賴本文所載內容而引致或與此有關之任何損失或損害承擔任何責任。

本演示或會作出多項前瞻性陳述。前瞻性陳述乃對非歷史事實作出之陳述。該等前瞻性陳述乃以本公司現時之預期為基準，不能保證該等預期完全正確。由於前瞻性陳述涉及風險及不明朗因素，本公司之實際業績或會與該等陳述有重大出入。

