

INSPIRE GREATNESS

**TCL**

**2025**

# 中期业绩报告

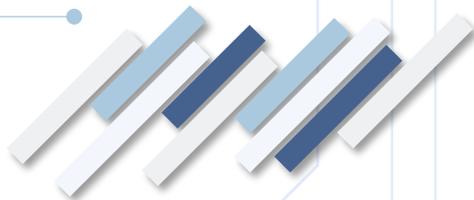
TCL电子控股有限公司

TCL ELECTRONICS HOLDINGS LIMITED

于开曼群岛注册成立之有限公司  
(股份代号: 01070.HK)



# 目录



01



市场环境

02



整体业绩

03



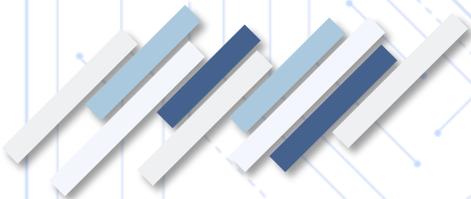
分部表现

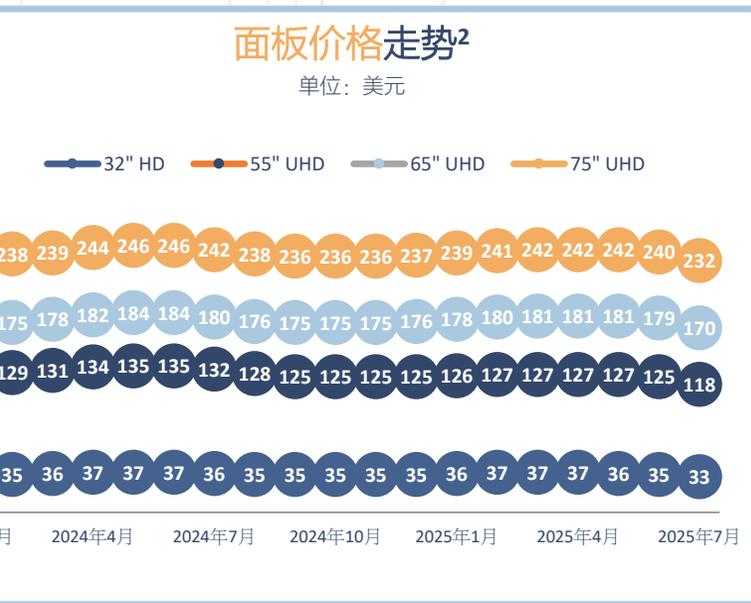
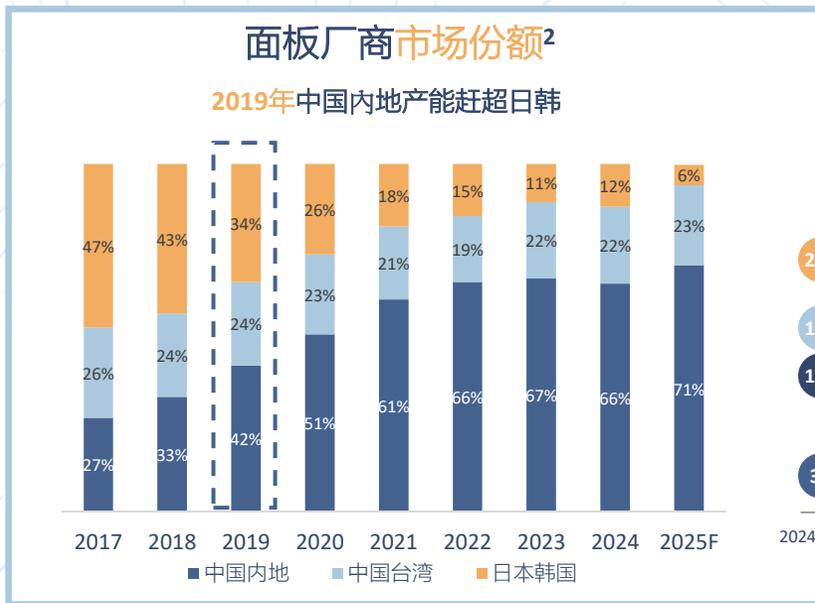
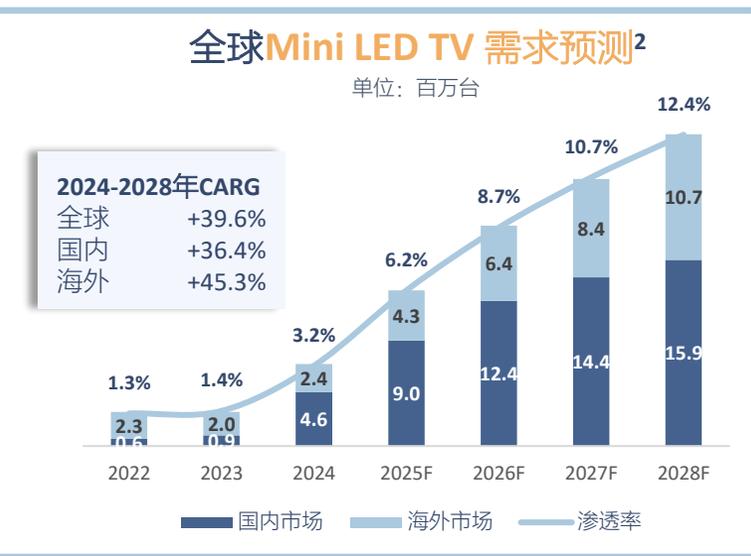
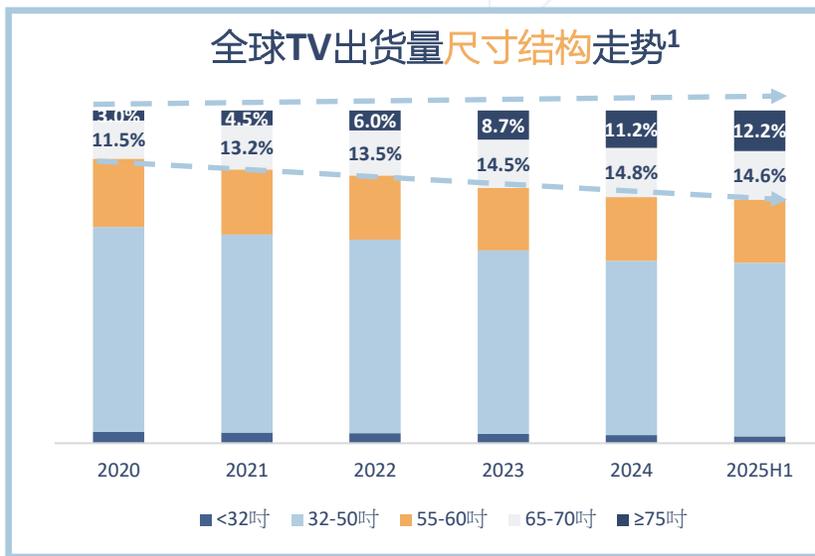
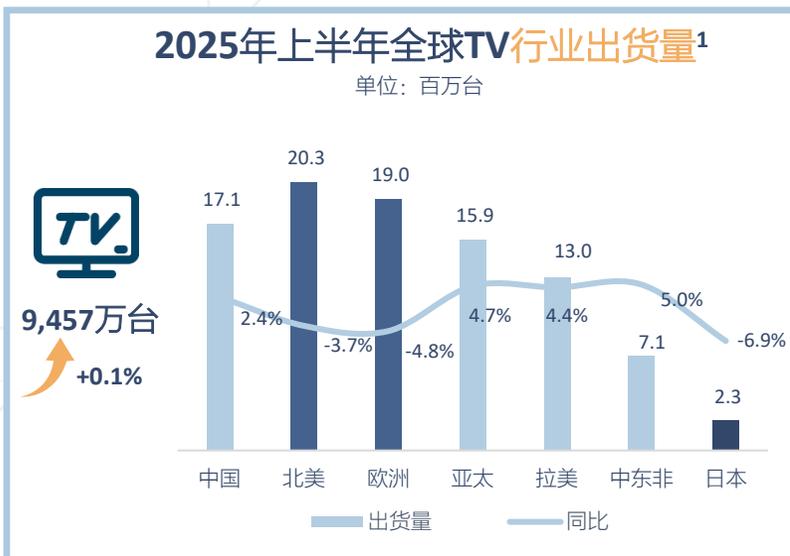
04



未来展望

# 01 市场环境





数据源：1.Omdia 2.群智咨询，市场份额以全球TV面板出货量计算

细分新赛道 加大产业布局，快速突破



新能源  
光伏终端市场及预测

2025年上半年中国  
光伏市场新增并网装机量<sup>1</sup>  
其中：分布式光伏新增<sup>1</sup>

212GW  
同比 +106%  
113GW  
同比 +113%

2025年中国  
光伏市场新增装机量预测<sup>2</sup>  
其中：分布式光伏新增<sup>2</sup>

300GW  
143GW

2025年全球  
光伏市场新增装机量预测<sup>2</sup>

630GW  
同比 +19%



新趋势  
AR/VR/AI

2029年AR/VR  
全球空间预测<sup>3</sup>

830亿美元  
+45%

2025-2029年年增速预计



陪伴机器人  
全球空间预测

多模态大模型推动技术发展  
老龄化浪潮+独居生活普及，情感陪伴需求凸显  
陪伴机器人未来市场空间潜力巨大

空冰洗市场规模趋稳<sup>4</sup>，“强者恒强”，行业洗牌或提前到来

2025-2029年年增速预计维持在2-5%之间



空调  
4,814亿元



冰箱  
3,934亿元



洗衣机  
3,332亿元

单位：人民币

2025年上半年手机市场需求平稳但平板延续增长态势<sup>5</sup>



2025年上半年全球  
手机出货量6.8亿台  
同比 -1.2%



2025年上半年全球  
平板出货量7,279万台  
同比 +12.4%

品牌分销+移动终端

空间稳定  
结构机会

提市占  
稳盈利

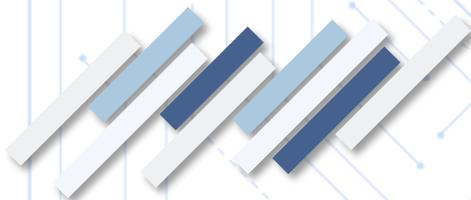
新能源+AR+AI

增长潜力强劲

强能力拓规模  
第二增长曲线

02

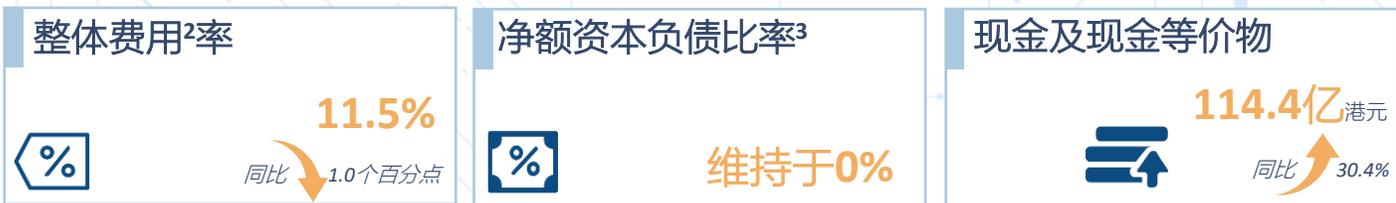
# 整体业绩



## 收入规模实现有质量增长，利润保持高增态势



## 运营效率持续提升，财务状况维持稳健



## 自2017年起维持高派息政策回馈股东



## TCL TV 全球规模领先，中高端产品表现优异

### 整体表现



### 中高端产品表现



附注:

1. 经调整归母净利润定义为归母净利润，经加回以下各项调整：(i)来自投资公司之(收益)/亏损净额；(ii)附属公司出售及清盘之(收益)/亏损净额；(iii)认购期权及认沽期权相关(收益)/亏损净额；(iv)出售非流动资产(收益)/亏损净额；及(v)相关所得税影响

2. 整体费用包含销售及分销支出和行政支出

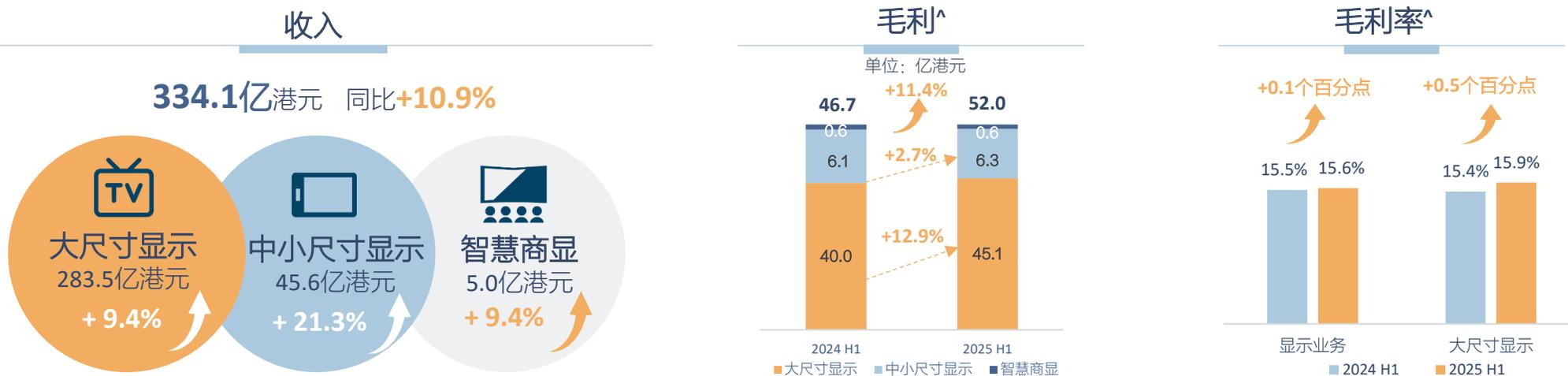
3. 该比率以债务净额（即按计息银行及其他贷款及租赁负债总额扣减现金及现金等价物，及受限制现金及已抵押存款）除以归属于母公司所有者之权益计算

4. 该比率以经调整归母净利润为分母计算

5. 数据源：Omdia, 2025年上半年全球品牌TV数据，其中品牌价格指数=销售额市占率/出货量市占率

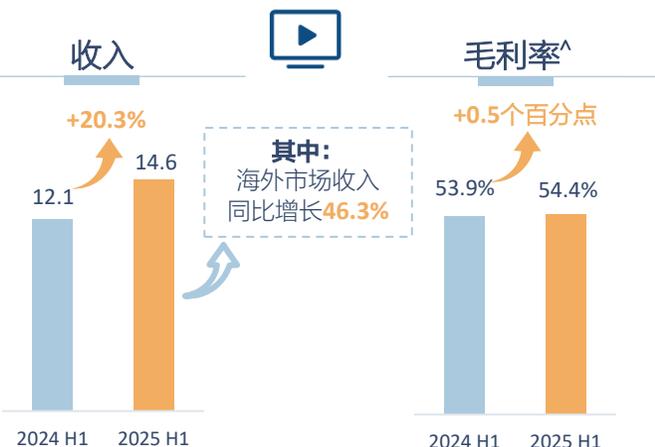
\*2024年上半年的毛利数据经重列

**显示业务：依托大尺寸显示业务全球领先优势，整体提质发展，收入同比实现双位数增长，毛利率同比改善**



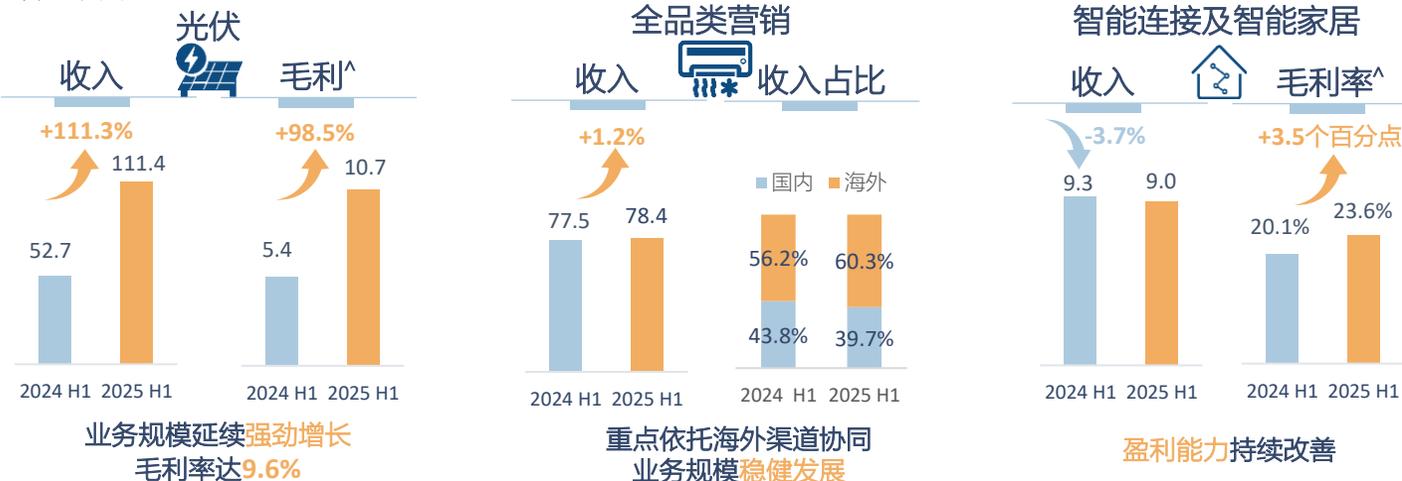
**互联网业务：海外商业模式突破推动收入增长，高盈利水平进一步提升**

单位: 亿港元



**创新业务：收入同比保持42.4%的双位数高增，规模达198.8亿港元，经营质量持续提升**

单位: 亿港元



<sup>^</sup>2024年上半年的毛利/毛利率数据经重列



## 显示技术

TV持续聚焦大尺寸显示技术，构建**Mini LED与量子点**技术控制点，**万象分区技术**行业领先

移动终端聚焦**NXTPAPER 4.0彩墨护眼显示技术**，护眼屏与智能护眼模式结合，满足用户全场景护眼需求

## 创新场景

HEMS家庭能源系统从“光+储+泵+充”打造全场景解决方案，通过**热电双储协同与AI经济性管理**，从发电到用电的全链路智能优化

自研**全球首款分体式智能家居陪伴机器人**，集成多模态交互与情感仿生，探索智能家居陪伴新可能

## 人工智能

AR眼镜勇攀智能高峰，夯实**AR+AI**技术基座，实现第一视角的环境感知、虚实融合展示与高效自然的多通道交互

智屏上线**伏羲AI大模型**，对声音、画面和观影环境全维识别，全链路优化；伏羲AI大模型场景应用领先

组织层面提升AI的研发能力和应用文化，实现**研发数据域高效整合与智能分析**

## 性能体验

持续夯实快稳省安全的OS底座；全球统一**TVROM**，工程效率大增；Tlink升级打造极致**全品类智联体验**

TCL App AI助手焕新上线，围绕“智能问答+控制”场景打造**App AI智能中枢**，提供更便捷、更懂你的智能交互体验

## 技术标准

聚焦**下一代通信标准与音视频编解码**国际权威标准制定，首次跻身**3GPP SEP**全球前50强

**前沿技术标准研究成果转化**取得成效，主要诉讼领域标准专利入池，多项成果产业落地

### 中国营销本部

定位：规模基石和产品与能力高地

- ✓ 加快中高端、双品牌突破
- ✓ 加快能力建设和跨品类复制

TV市场容量	TCL TV出货量市占率
3,711万台	17.7%
同比-1.3%	同比+0.6个百分点
TV市场平均尺寸	TCL TV平均尺寸
60.8吋	63.9吋

Top 3

### 北美营销本部

定位：规模基石、品牌高地

- ✓ 美国重点渠道突破
- ✓ 能力和效率驱动
- ✓ 打造全品类和渠道双向作战组织

TV市场容量	TCL TV出货量市占率
4,917万台	14.1%
同比+4.0%	同比+0.8个百分点
TV市场平均尺寸	TCL TV平均尺寸
51.7吋	53.0吋

Top 2

### 欧洲营销本部

定位：品牌高地

- ✓ 聚焦TV全面领先战略
- ✓ 增加零售阵地
- ✓ 并入通讯相关业务，渠道互通

TV市场容量	TCL TV出货量市占率
4,386万台	9.1%
同比+9.3%	同比+1.7个百分点
TV市场平均尺寸	TCL TV平均尺寸
49.1吋	50.1吋

Top 4

### 亚太营销本部

定位：东南亚澳全品类领先

- ✓ 按国别制定作战范式和营销策略
- ✓ 全品类加速突破

TV市场容量	TCL TV出货量市占率
3,808万台	10.6%
同比-0.5%	同比+0.8个百分点
TV市场平均尺寸	TCL TV平均尺寸
44.5吋	46.9吋

Top 3

### 拉美营销本部

定位：区域全品类领先和堡垒市场

- ✓ 产品中高端转型
- ✓ 实现全品类突破
- ✓ 并入通讯相关业务

TV市场容量	TCL TV出货量市占率
2,649万台	20.9%
同比+6.5%	同比+2.9个百分点
TV市场平均尺寸	TCL TV平均尺寸
47.9吋	46.4吋

Top 2

### 中东非营销本部

定位：增量和潜力市场

- ✓ 增强重点国家渠道覆盖和布局
- ✓ 并入通讯相关业务

TV市场容量	TCL TV出货量市占率
1,412万台	13.6%
同比+6.6%	同比+3.5个百分点
TV市场平均尺寸	TCL TV平均尺寸
48.9吋	52.9吋

Top 3

数据源：Omdia, 2024年各区域TV市场出货量及平均尺寸，2024年各区域TCL TV出货量市占率、出货量排名及平均尺寸

品牌营销



展会营销

聚焦CES/IFA/MWC/AWE/ISE等大型展会  
打造二次传播



以奥运为主线

2025年2月，TCL宣布正式成为奥林匹克全球合作伙伴，“更快、更高、更强——更团结”的奥运精神与TCL**变革创新、追求卓越、敢为不凡**的企业精神不谋而合



小黄人联名产品



英超阿纳森赞助



AFL澳大利亚足球联盟赞助



NFL美国国家橄榄球联盟赞助

区域IP营销

以区域本土顶级IP为抓手，打造传播热点，提升中高端产品偏好度和区域品牌影响力

**渠道管理**

★★★★★

- ✓ Top 50 渠道覆盖率超95%
- ✓ 客户分层分级，提供Top渠道内市场份额
- ✓ 渠道价值链管理体系
- ✓ 渠道客户治理及精细化运营

**零售管理**

★★★★★

- ✓ 可管零售覆盖率
- ✓ 全球优秀督导、促销员、培训师集训
- ✓ 零售能力培训
- ✓ 全球数字化零售系统建设

**用户+电商管理**

★★★★★

- ✓ 存量用户全链路，用户调研洞察
- ✓ 6大BG电商体系化搭建
- ✓ 用户口碑，免费私域流量激活
- ✓ 全球官方商城，全球电商SI规范

### 公司广泛收获可持续发展荣誉与认可



2018-2024年连续7年  
获**恒生ESG**评级

**A**级

2019-2024年被纳入  
**恒生可持续发展企业基准**指数

连续**6**年

**Wind ESG**评级  
(行业排名6/117)

**AA**级

核心业务获**CDP**气候  
变化管理级最高级别

**B**级

手机业务在**EcoVadis**  
评级中再获金牌

总分居全球前**5%**

**E**

- ✓ 光伏业务产生绿色电力达**30亿度**，实现降碳**161万吨**直接贡献
- ✓ 包装材料循环使用，可再生包装材料使用量**161吨**

**S**

- ✓ 公益领域投入人民币**1,109万元**，志愿时数达**1,405小时**
- ✓ 在多个城乡学校落成**TCL智慧教室**，服务近**7,000名**学生

**G**

- ✓ 女性雇员占比**超40%**，港澳台及海外雇员占比**超20%**
- ✓ 安全生产与职业健康培训覆盖**347,340人次**；全体员工受训百分比**超85%**

稳健  
发展

守法  
合规

品质  
提升

公益

健康  
与安全

气候  
变化

用户  
服务

可持续  
供应链

绿色  
设计

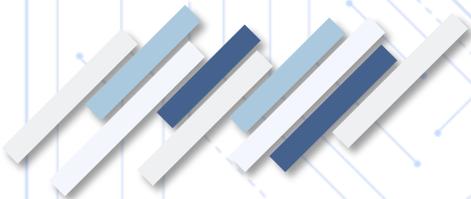
能源  
管理

科技  
创新

相伴  
成长

03

# 分部表现



## TCL TV全球规模领先，市占率持续提升

### 全球销售表现

#### TCL TV全球出货量



1,346万台

同比+7.6%

#### TCL TV全球出货均价



2,106港元

同比+1.7%

#### TCL TV全球收入



283.5亿港元

同比+9.4%

其中：

中国市场占比 30.8%

海外市场占比 69.2%

### 全球市场地位



销量市占率<sup>1</sup>

14.2%

+0.9个百分点

No.2



销额市占率<sup>1</sup>

13.2%

+1.1个百分点

No.3

## TCL TV产品结构优势凸显，Mini LED及大尺寸占比持续提升

### Mini LED TV

出货量

137万台  
+176.1%

出货量占比

10.8%  
+6.6个百分点

TCL Mini LED全球出货量稳居全球第一<sup>1</sup>

### 量子点TV

出货量

304万台  
+73.7%

出货量占比

24.0%  
+9.1个百分点

### 65吋及以上TV

出货量

382万台  
+29.7%

出货量占比

28.4%  
+4.8个百分点

### 75吋及以上TV

出货量

191万台  
+29.7%

出货量占比

14.2%  
+2.4个百分点

TCL TV全球平均尺寸达53.4吋，同比提升1.5吋

零售量市占率	零售量排名
<b>22.1%</b> +2.1个百分点	<b>No.2</b>
零售额市占率	零售额排名
<b>23.5%</b> +1.4个百分点	<b>No.2</b>

数据源：中怡康全渠道2025年上半年TCL品牌+雷鸟品牌TV零售数据

TCL 出货量	行业 出货量	出货均价	收入	毛利率 <sup>*</sup>
<p>总出货量 +3.5% TCL品牌出货量 +10.2%</p>	<p>1,710万台 +2.4%</p>	<p>+0.8%</p>	<p>87.2亿港元 +4.4%</p>	<p>19.4% +1.7个百分点</p>

数据源：Omdia, 2025年上半年数据

## 受益于中高端战略+国补刺激，国内市场TCL Mini LED及大屏产品持续高增

<b>Mini LED TV</b> 出货量 +154.2% 占比达21.2% +12.6个百分点	<b>量子点 TV</b> 出货量 +56.0% 占比达18.2% +6.1个百分点
<b>65吋及以上TV</b> 出货量 +11.3% 占比达55.4% +3.9个百分点	<b>75吋及以上TV</b> 出货量 +13.2% 占比达36.3% +3.1个百分点

平均尺寸 63.5吋 +1.8吋

<b>1</b> Mini LED TV 零售量市占率 27.5%	<b>1</b> 量子点TV 零售量市占率 69.1%
<b>2</b> TCL TV品牌价格指数 124	

数据源：中怡康全渠道2025年Q2零售数据，其中市占率包含TCL和雷鸟品牌

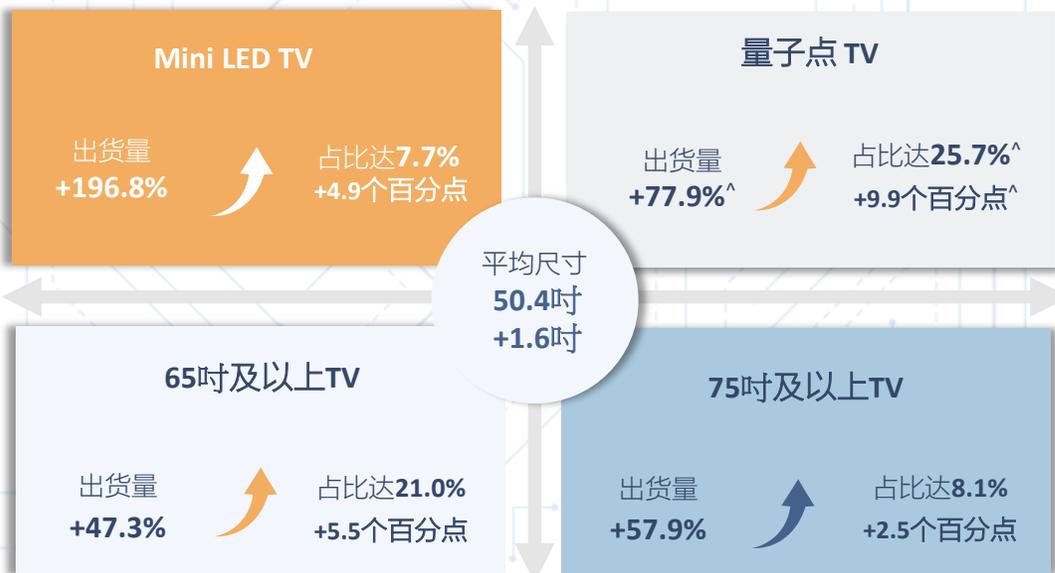


Q9L Pro QD-Mini LED TV

<sup>\*</sup>2024年上半年的毛利率数据经重列



## 海外市场Mini LED及大屏化趋势进一步显现



### TV整机产能全球化布局

年产能**超3,000万台**

产能**分布式**布局，公司在**中国、越南、墨西哥、波兰、巴基斯坦**等地均有产能布局

**灵活调配供应重心**，及时满足各个市场需求

数据源：1.Omdia，2025年上半年数据 2.除美国市场为Circana 2025年上半年零售量排名数据，其余为公司内部报告2025年上半年零售量排名数据 3. Omdia，2025年上半年数据，品牌价格指数=北美市场销售额市占率/北美市场出货量市占率

<sup>^</sup>2024年上半年的毛利率及量子点出货量和占比数据经重列

## 中小尺寸显示：坚持效率优先，聚焦重点市场，稳健拓展业务

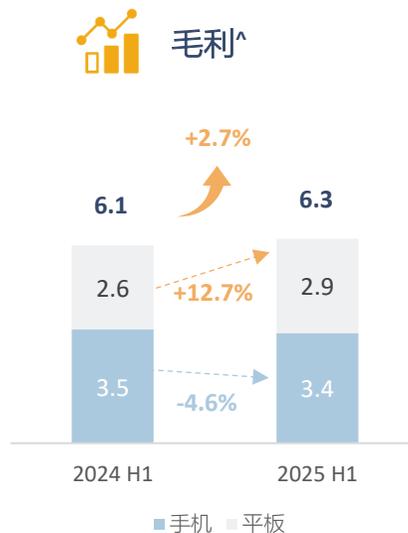
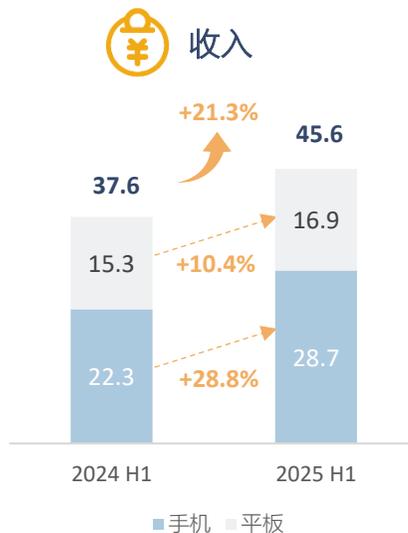
单位：亿港元



TCL 手机  
TCL 60 SE NXT PAPER 5G



TCL 平板  
TCL NXT PAPER 11 PLUS



欧美一线网络运营商全面覆盖

## 智慧商显：国内聚焦产品结构改善，海外新增高端客户合作



TCL数字标牌TMN系列



收入

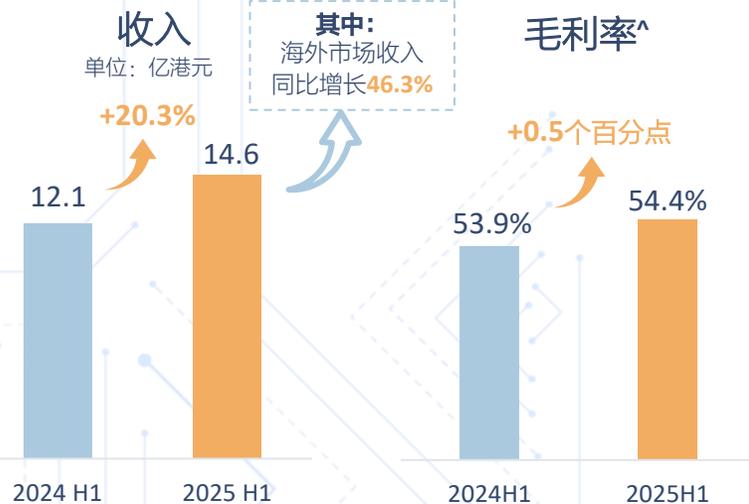


毛利<sup>^</sup>

- ✓ 数字标牌国内出货规模跃居第一<sup>1</sup>，标杆客户包含星巴克、瑞幸咖啡、蜜雪冰城、理想汽车等
- ✓ 优化渠道结构，提升渠道质量，618期间取得京东会议电视赛道品牌成交额行业第二<sup>2</sup>
- ✓ 依托行业领先的显示技术竞争力及供应链优势，成功拓展海外高端市场

数据源：1. 迪显咨询，2025 Q1数据 2. 京东《黑电商显618战报》，统计日期区间为 2025年5月13日至2025年6月19日  
<sup>^</sup>2024年上半年的毛利数据经重列

## 全球互联网业务



## 海外市场：内容建设、产品体验、商业化能力均实现大幅提升，实现长期快速增长



TCL Channel

- ✓ 持续深化与Google、Roku和Netflix等巨头全球合作，进一步提升用户体验
- ✓ TCL Channel完成全面的升级，UI全面焕新，内容分发效率显著提升，FAST与AVOD双一流体验打造；且TCL channel在美国、巴西、法国、西班牙等国家实现内容本土化，优质内容占比大幅提升，自有内容产品平均消费时长翻倍提升；截至2025年6月底，TCL Channel累计用户数超3,930万，全面覆盖全球海外市场
- ✓ TCL ADS在海外广告行业内逐步积累声誉，已开拓除程序化广告外的PMP广告交易模式

## 中国市场：持续提升用户体验，打造真正改变用户心智的行业标杆场景



灵控桌面 3.0

以用户体验为核心，聚焦电视AI及交互升级，打造极致桌面体验及观影体验

- ✓ 极简桌面升级，体验持续升级
- ✓ 打造Mini LED显示观影效果，提升观影体验
- ✓ 全终端上线超高清业务，超高清内容时长超3万小时



分身系统  
给每位家人打造专属观影页面

^ 2024年上半年的毛利率数据经重列  
TCL电子控股有限公司 | 2025年中期业绩报告

业绩表现



标杆案例



工商业：吉林省某标杆项目



户用：福建泉州阳明楼项目



地面分布式：广东渔光互补项目

业务亮点

**稳步提升市场份额**

- ✓ 市场份额提升：户用市场新增份额进入行业头部，盈利能力及相对竞争力持续改善

**生态合作提质**

- ✓ 强渠道：以双向赋能及精细化渠道运营提升渠道粘性
- ✓ 稳资方：以电力市场化交易能力深度绑定资方合作，携手金融机构共创绿色金融解决方案

**产品技术创新**

- ✓ 场景创新：零碳园区、光储充方案，高端别墅等
- ✓ 技术变革：优化器迭代，海外半片组件升级，改善发电效率

AR/XR眼镜 – IP联名打造爆款新品，618期间线上销量市占第一

雷鸟创新市占率<sup>1</sup>  
突破 **52%**  
为去年同期销量的**3.4倍**  
京东+天猫 XR行业销量  
**No.1**

DETECTIVE CONAN  
毛利小五郎  
**Air 3s Pro XR眼镜**  
随身携带的轻量级私人影院

- ✓ 孔雀光学引擎2.0
- ✓ Pocket OS 全新操作系统

DETECTIVE CONAN  
怪盗基德  
**V3 Slim AI 拍摄眼镜**  
随时随地记录生活的智能助手

- ✓ 索尼4K拍照
- ✓ AI随问随答
- ✓ 高通骁龙 AR1
- ✓ 39克超轻

DETECTIVE CONAN  
江户川柯南  
**X3 Pro AI眼镜**  
全彩AR+AI深度融合的个人信息终端

- ✓ 43吋透明全彩屏
- ✓ 猎鹰 Plus 双摄
- ✓ AI+AR融合终端
- ✓ 76g超轻量化

全球首款分体式智能家居陪伴机器人TCL AiMe：AI赋能智慧生活，打造独一无二的产品体验

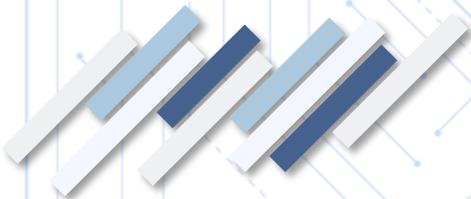


- ✓ 温暖智能的陪伴意识，是一个值得信赖的家庭新伙伴
- ✓ 主动巡航与贴心守护，出现在你需要的预设安全区域内
- ✓ 灵动的拟人表情与肢体互动，高情绪价值的行为响应
- ✓ 多元家庭陪伴功能，安全打造独一无二的专属守护

1. 数据源：京东商智、天猫生意参谋、洛图科技(Runto)、CINNO Research，统计时间：2025年5月14日-2025年6月18日

04

# 未来展望



### 长期经营目标

追求高质量增长，实现净利润增速 > 毛利额增速 > 收入增速 > 销量增速

### 主航道提升盈利能力

### 新业务巩固第二增长曲线

# TCL

## 公司愿景

全球化经营的领先智能终端企业

## 经营理念

战略领先  
创新驱动  
先进制造  
全球经营

### 大尺寸显示

- 以大屏/Mini LED/高刷为核心提升结构
- 引领全球品牌

### 光伏业务

- 稳健发展，提升相对竞争力
- 快中有序地推进海外业务

### 中小尺寸显示

- 聚焦重点市场
- 稳健拓展业务

### 全品类营销

- 全球品牌渠道优势协同
- 驱动有质量的规模增长

### 互联网业务

- 稳固国内业务
- 加速发展海外运营

### 智能连接/智能家居/AI布局

- 领先布局智能眼镜/机器人
- 赋能长期增长潜力



## 打胜仗

**产品线**

坚持中高端突破  
重视产品质量  
提升产品竞争力

**区域线**

调结构  
控费用

**打造极致效率**

加快周转提升资产效率  
通过AI赋能人员效率

## 炼内功

## 关键举措

### 业务组合

- ③ 新业务能力强基盘
  - ② 加速空冰洗海外发展
  - ① 坚持TV引领的全球领先战略
- 

## 谋未来

**全球产品升级**

中高端结构提升  
加大AI等前沿技术开发

**全球营销建设**

奥运项目激活  
渠道费用管理  
零售门店管理

**全球业务运营**

全球工业布局  
智能制造升级  
卓越质量

**全球组织人才**

打造高效、活力组织  
强化干部绩效

### 区域定位



### 能力定位

#### 两条主线

深化全球经营

极致效率运营

#### 四个维度

产品力  
营销力

组织力  
运营力

