

TCL 電子(01070.HK)2025 年 H1 經調整歸母淨利潤大幅增長 62.0% 中高端戰略成效凸顯，全球業務高質量增長

業績亮點

- TCL 電子深耕中高端及全球化戰略佈局，整體業務實現有質量增長，盈利能力持續增強，2025年上半年收入同比增長20.4%至547.8億港元，除稅後利潤同比提升60.5%至10.5億港元，經調整歸母淨利潤¹為10.6億港元，同比升幅達62.0%
- 2025年上半年TCL TV全球出貨量同比增長7.6%至1,346萬台，排名穩居全球品牌TV前二²；其中TCL Mini LED TV全球出貨量同比大幅增長176.1%至137萬台，規模位居全球首位³；中高端戰略有效落地帶動大呎吋顯示業務毛利率同比提升0.5個百分點至15.9%
- 互聯網業務生態持續完善，推動規模增長及高盈利表現，2025年上半年互聯網業務收入同比增長20.3%至14.6億港元，毛利率同比提升0.5個百分點至54.4%
- 創新業務保持強勁增長，2025年上半年創新業務收入同比提升42.4%至198.8億港元，其中，光伏業務收入及毛利分別同比增長111.3%及98.5%至111.4億港元及10.7億港元

（2025年8月22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6月30日止六個月的中期業績。報告期內，公司核心業務規模實現有質量增長，產品及渠道結構顯著優化，創新業務保持快速擴張，推動整體收入同比增長20.4%至547.8億港元；毛利同比增長16.0%至83.7億港元。

與此同時，公司始終聚焦極致成本管理，著力打造效率競爭優勢。通過積極推進數字化轉型及自動化智能化升級，生產製造與物流倉儲運營效率顯著提升，疊加精準營銷策略的持續落地，2025年上半年公司整體費用⁴率同比下降 1.0 個百分點至 11.5%。

在規模領先優勢及中高端戰略成效的雙重驅動下，公司盈利能力顯著提升。2025年上半年公司除稅後利潤為 10.5 億港元，同比增長 60.5%，經調整歸母淨利潤為 10.6 億港元，同比增長 62.0%。

中高端與大屏化趨勢顯著，產品結構優化推動大呎吋顯示業務有質量增長

憑藉品牌影響力有效提升、全球渠道高效拓展以及產品結構持續優化，2025年上半年公司顯示業務收入同比增長 10.9%至 334.1 億港元，毛利同比增長 11.4%至 52.0 億港元，其中大呎吋顯示業務全球收入 283.5 億港元，同比增長 9.4%，毛利率同比提升 0.5 個百分點至 15.9%。2025 年上半

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 數據源：Omdia，2025年上半年全球品牌TV出貨量數據。

³ 數據源：Omdia，2025年上半年全球品牌Mini LED TV出貨量數據。

⁴ 整體費用包含銷售及分銷支出和行政支出。

年，TCL TV 全球出貨量同比增長 7.6%至 1,346 萬台，排名穩居全球前二⁵，其中 TCL Mini LED TV 全球出貨量同比大幅增長 176.1%至 137 萬台，位居全球首位⁶。

國內市場方面，憑藉中高端戰略有效推進，疊加國家「以舊換新」政策對中高端需求的有效釋放，TCL TV 國內市場出貨規模實現穩健增長且產品結構持續改善，表現領先行業平均水平。2025 年上半年 TCL TV 國內市場出貨量同比增長 3.5%，其中 TCL 品牌 TV 出貨量更實現了 10.2%的同比增長，零售量及零售額排名均位列市場前二⁷；同時，TCL Mini LED TV 在國內市場出貨量同比大幅提升 154.2%，出貨量佔比同比提升 12.6 個百分點至 21.2%。中高端及大呎吋產品出貨量的持續提升，推動公司大呎吋顯示業務國內收入同比增長 4.4%至 87.2 億港元，毛利率更同比提升 1.7 個百分點至 19.4%，盈利能力進一步提升。

國際市場方面，公司積極推進 TV 整機產能的全球化佈局，已在中國、越南、墨西哥、巴西、波蘭及巴基斯坦等多個國家和地區設立生產基地，通過產能分布式佈局，實現供應重心的靈活調配，年產能超 3,000 萬台。2025 年上半年，TCL TV 國際市場出貨量同比增長 8.7%，其中，TCL Mini LED TV 國際市場出貨量同比增幅高達 196.8%，出貨量佔比同比提升 4.9 個百分點至 7.7%。中高端產品出貨量的顯著增長，推動大呎吋顯示業務國際市場收入同比提升 11.8%至 196.3 億港元，毛利率同比提升 0.1 個百分點至 14.4%。公司通過國際頂級體育賽事、展會、電競活動、影視合作等高影響力場景，持續提升品牌全球影響力，同時擴大並深化重點渠道覆蓋，推動 TCL TV 在全球近二十國家零售量排名穩居前三⁸。

另外，在「堅持效率優先，聚焦重點市場，穩健拓展業務」的策略引領下，公司中小呎吋顯示業務聚焦重點市場，深耕歐洲、北美一線網絡運營商渠道，進一步鞏固與核心合作夥伴的戰略關係，實現了穩健增長。2025 年上半年，公司中小呎吋顯示業務收入同比增長 21.3%至 45.6 億港元，毛利同比增長 2.7%至 6.3 億港元。

以用戶體驗為核心，聚焦TV端AI與交互升級，大力拓展海外市場，驅動互聯網業務長遠增長

TCL 電子持續於全球範圍內發展家庭互聯網業務，始終以用戶為中心，致力於用戶體驗的不斷提升。2025 年上半年全球互聯網業務收入達 14.6 億港元，同比增長 20.3%，毛利同比增長 21.5%至 7.9 億港元，毛利率則同比增加 0.5 個百分點至 54.4%，顯示出強勁的盈利能力。

在產品創新方面，作為 OTT 領域的先行者，TCL 電子於報告期內完成了「靈控桌面 3.0」的重大升級，實現了極簡桌面優化，並充分發揮 Mini LED 顯示技術優勢，為用戶帶來卓越的觀影效果；同時，

⁵ 數據源：Omdia，2025 年上半年全球品牌 TV 出貨量數據。

⁶ 數據源：Omdia，2025 年上半年全球品牌 Mini LED TV 出貨量數據。

⁷ 數據源：中怡康全渠道，2025 年上半年中國市場 TCL 品牌+雷鳥品牌 TV 零售數據。

⁸ 數據源：公司內部報告，2025 年上半年零售量數據。

TV終端上線超高清業務，引入內容的數量和時長均屬行業領先，超高清內容時長突破3萬小時，為用戶提供前所未有的沉浸式視聽享受。

另外，TCL電子繼續深化與Google、Roku、Netflix等國際互聯網巨頭的密切合作，推動海外商業模式不斷突破。TCL Channel完成全面升級，用戶界面煥然一新，內容分發效率顯著提升；與此同時，公司打造了FAST及AVOD雙一流體驗，在美國、巴西、法國、西班牙等國家持續深化本地化內容運營，優質內容佔比大幅提升，自有內容產品的平均消費時長實現翻倍增長。截至2025年6月30日，TCL Channel已全面覆蓋全球海外市場，累計用戶數超3,930萬，有效驅動國際市場互聯網業務的穩健增長。

創新業務規模躍升，光伏業務經營效率及相對競爭力持續提升，AI 佈局持續突破

在核心業務規模高質量增長的同時，公司借助全球營銷效率及品牌力的提升，加大佈局創新業務。2025 年上半年，TCL 電子創新業務規模保持強勁增長，收入同比高增 42.4%至 198.8 億港元，毛利同比增長 25.7%至 23.7 億港元。

2025 年上半年，TCL 電子強化自身在電力市場化交易的競爭優勢，持續深化渠道合作，加快創新場景應用落地及產品創新迭代，分布式光伏業務實現有質量健康發展。報告期內，公司通過雙向賦能及精細化運營提升渠道黏性，深化與具有電力市場化交易能力的資本方合作，攜手金融機構共創綠色金融解決方案，實現生態合作體制發展；與此同時，公司不斷探索零碳園區、光儲充方案及高端別墅等應用新場景，通過產品技術創新適應不斷變化的市場需求。2025 年上半年，公司光伏業務收入同比提升 111.3%至 111.4 億港元，毛利同比增長 98.5%至 10.7 億港元。截至 2025 年 6 月 30 日，公司光伏業務累計工商簽約項目超 290 個，累計經銷商渠道超 2,380 家，累計簽約農戶近 28 萬戶。

此外，公司於 AR/XR 智能眼鏡及陪伴機器人領域亦取得突破性進展。2025 年上半年，旗下孵化的雷鳥創新通過 IP 聯名打造爆款新品，推出可隨身攜帶的輕量級私人影院 Air 3s Pro XR 眼鏡、隨時隨地記錄生活的智能助手 V3 Slim AI 拍攝眼鏡、全彩 AR+AI 深度融合的個人信息終端 X3 Pro AI 眼鏡等三款新品。2025 年 618 購物節期間，雷鳥眼鏡在國內市場銷量市佔率更突破 52%，為去年同期銷量的 3.4 倍⁹；雷鳥智能眼鏡獲京東及天貓雙平台 XR 行業銷量冠軍，體現出消費者對產品的高度認可。TCL 電子於年初的國際消費電子展（CES）上發佈了全球首款分體式智能家居陪伴機器人 TCL AiMe。該產品集成了 AI、物聯網控制中樞和家庭陪伴機器人的功能，是工程技術的一次創舉。TCL AiMe 的推出，不僅標誌著 TCL 電子在 AI+IoT+機器人融合領域邁出了關鍵一步，更充分展現了公司在 AI 與物聯網技術融合應用方面的領先實力。

⁹ 京東商智、天貓生意參謀、洛圖科技、CINNO Research，2025 年 5 月 14 日至 2025 年 6 月 18 日期間數據。

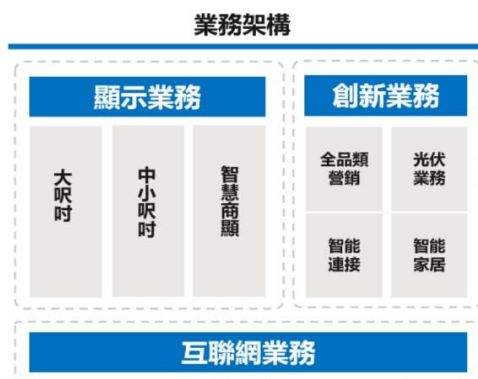
未來展望：堅持「中高端+全球化」戰略，以技術創新驅動高質量發展

展望未來，公司將秉承「戰略領先、創新驅動、先進製造、全球經營」的經營理念，持續深化「中高端+全球化」的雙輪驅動佈局，持續提升TCL全球品牌勢能，並加大研發投入，鞏固中高端市場戰略高地；同時，進一步優化全球供應鏈、物流及服務體系，大力推動數字化轉型以提升經營效率。公司將恪守「淨利額增速>毛利額增速>收入增速>銷量增速」的長期經營目標，堅定不移地走高品質發展道路，為客戶創造價值、為員工搭建平台、為股東創造回報、為社會承擔責任，朝著「全球化經營的領先智能終端企業」的願景砥礪前行。

-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“戰略領先、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、恒生綜合中小型股指數及恒生可持續發展企業基準指數成份股，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