

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告之內容概不負責，
對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就本公告全部或任何部
份內容而產生或因倚賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。



TCL ELECTRONICS HOLDINGS LIMITED
TCL 電子控股有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：01070)

截至2025年6月30日止六個月
業績公告

董事會欣然公告本集團截至2025年6月30日止六個月的未經審核綜合業績及財務
狀況，連同2024年同期比較數字。

財務摘要	截至6月30日止六個月		變動
	2025年 (未經審核) 百萬港元	2024年 (未經審核) 百萬港元 (經重列)	
收入	54,777	45,494	20.4%
毛利 ¹	8,366	7,213	16.0%
除稅後利潤	1,048	653	60.5%
歸屬於母公司擁有者(「歸母」)淨利潤	1,090	650	67.8%
非香港財務報告準則計量：			
經調整歸母淨利潤	1,060	654	62.0%

¹ 為給投資者提供與同業更可比財務數據，本集團自願遵循中國企業會計準則之《企業會計準則解釋第18號》中規定，對原採用的會計政策進行相應變更，將保證類質保費用從銷售及分銷支出重分類至銷售成本，自2024年1月1日起採納並對2024年上半年比較金額進行重列。

管理層討論及分析

業務回顧與展望

1. 綜述

所處市場終端消費結構升級，大呎吋及Mini LED高端化趨勢顯著，AI賦能新賽道展現增長潛力

2025年上半年，全球經濟環境的複雜性與不確定性依然是市場的主旋律，但不乏積極信號的出現。地緣政治衝突持續發酵、貿易保護主義政策多變，對全球經濟增長構成一定挑戰，但部分地區與行業展現出的韌性與適應性為市場注入了信心。全球TV整體市場需求企穩，2025年上半年全球TV行業出貨量同比微增0.1%。同時，消費者對高品質視聽體驗的追求持續，對更大屏幕、更優畫質的觀影需求日益強烈，推動了TV大呎吋化和高端化兩大結構性增長趨勢。其中，以Mini LED技術為代表的高端TV市場規模正在快速擴張，2025年上半年Mini LED TV全球行業出貨量同比增長149.6%至480萬台；75吋及以上TV全球行業出貨量同比增長20.5%至1,149萬台²。

中國市場方面，政府「以舊換新」政策有效刺激消費者換新需求，推動TV市場銷售額規模穩步增長。2025年上半年，行業大呎吋及Mini LED TV滲透率持續提高，帶動TV行業零售額實現10.9%的雙位數增長³。此外，中國光伏終端市場同樣呈現強勁成長態勢，2025年上半年國內光伏行業新增併網裝機容量同比增長106.5%，達212GW⁴，其中分佈式光伏行業新增113GW，同比增長113.3%，彰顯新能源領域的強勁擴張趨勢。

² 數據源：Omdia，2025年上半年全球品牌TV出貨量數據。

³ 數據源：中怡康全渠道，2025年上半年中國市場品牌TV零售數據。

⁴ 數據源：中國國家能源局。

同時，AI技術的迅速發展也在重塑消費電子及其他產業格局。陪伴機器人正處於爆發前夜，多模態大模型讓它們能夠「看懂」表情、「聽懂」語氣、「記住」偏好，與人產生愈發自然的情感互動；全球老齡化浪潮及獨居生活的普及將「被理解、被陪伴」的需求推向新高。多重力量交織之下，陪伴機器人的市場預計將在小眾領域崛起成為主流趨勢，釋放出前所未有的巨大市場空間。同時，AI智能眼鏡正逐步實現實用化功能，包括翻譯、拍照和語音助手，預計2025年全球出貨量將達550萬台，2027年增至2,200萬台，年複合增長率約100.0%⁵，顯示其未來市場潛力巨大。

整體業務實現有質量增長，中高端戰略成效突顯，盈利能力持續增強

面對機遇與挑戰並存的市場環境，本集團始終堅持「品牌引領價值、全球效率經營、科技驅動、活力至上」的戰略方向，推動「全球化」與「中高端化」發展，持續加大對Mini LED、量子點等高端顯示技術及AI領域的研發投入，以提升產品競爭力並推動全球中高端化戰略的落地；同時進一步擴大全球供應鏈及渠道的領先佈局優勢，增強全球經營風險的敏捷應對能力及業務韌性，持續提升全球營銷效率及品牌價值。通過全球領先的戰略佈局，本集團在逆風環境中持續提升經營質量，2025年上半年業績保持穩健增長。

⁵ 數據源：Wellseenn。

截至2025年6月30日止六個月，本集團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547.77億港元；毛利同比增長16.0%至83.66億港元。本集團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與自動化智能化升級，本集團生產製造及物流倉儲運營效率得到顯著提升，疊加精準營銷策略的持續落地，2025年上半年本集團整體費用⁶率較去年同期下降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，本集團盈利能力顯著提升，2025年上半年除稅後利潤同比增長60.5%至10.48億港元，歸母淨利潤同比增長67.8%至10.90億港元，經調整歸母淨利潤同比增長62.0%至10.60億港元。

截至2025年6月30日，本集團淨額資本負債比率⁷穩定維持在0.0%，現金及現金等價物同比增長30.4%至114.42億港元，展現出穩健的財務結構，為未來可持續發展奠定堅實基礎。為回饋股東長期支持，本集團自2017年起維持高派息政策，並派發2024年末期股息每股現金31.80港仙，派息率達經調整歸母淨利潤的約50%，體現本集團與股東共享發展成果的誠意。

⁶ 整體費用包含銷售及分銷支出和行政支出。

⁷ 淨額資本負債比率以債務淨額（即按計息銀行與其他貸款與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。

各分部業務均有突破：顯示業務提質增長，互聯網業務維持高盈利水平，創新業務規模持續躍升

憑藉品牌影響力有效提升、全球渠道高效拓展及產品結構持續優化，2025年上半年本集團顯示業務收入同比增長10.9%至334.19億港元，毛利同比增長11.4%至51.97億港元，其中大呎吋顯示業務毛利率同比提升0.5個百分點至15.9%。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前二⁸，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⁹。本集團持續擴大渠道佈局並深化重點渠道建設，推動TCL TV在全球近二十國家零售量排名穩居前三¹⁰。

互聯網業務生態持續完善，推動規模增長及高盈利表現。本集團深耕全球家庭互聯網業務，致力於構建多屏互動與全場景智能生態系統。海外市場持續深化與Google、Roku、Netflix等國際巨頭的戰略合作，同時完成內容聚合應用平台TCL Channel的全面升級，內容建設、產品體驗及商業化能力均大幅提升，變現能力顯著增強；中國市場則聚焦用戶體驗提升，致力於打造真正改變用戶心智的行業標桿場景。2025年上半年，互聯網業務收入同比增長20.3%至14.58億港元，毛利率同比提升0.5個百分點至54.4%。

創新業務規模保持強勁增長，2025年上半年收入同比高增42.4%至198.75億港元，毛利同比增長25.7%至23.74億港元。其中，光伏業務收入及毛利分別同比增長111.3%及98.5%至111.36億港元及10.73億港元。本集團光伏業務堅持「相對輕資產」模式，2025年上半年，本集團推進電力市場化交易能力建設，在深化渠道合作的同時，平衡發展規模與質量，實現國內光伏業務規模的穩健增長，運營效率與相對競爭力有所改善，並穩健探索光伏出海市場，在歐洲市場已有產品及業務落地。

⁸ 數據源：Omdia，2025年上半年全球品牌TV出貨量數據。

⁹ 數據源：Omdia，2025年上半年全球品牌Mini LED TV出貨量數據。

¹⁰ 數據源：本集團內部報告，基於2025年上半年TV零售量。

持續加大研發投入，前沿AI技術成果豐碩，品牌價值不斷躍升

在順應行業發展趨勢夯實核心顯示業務優勢的基礎上，本集團更以前瞻性視野佈局具有差異化增長潛力的創新技術。2025年上半年，本集團持續加大研發創新投入，研發費用同比增長5.6%達11.54億港元。本集團聚焦發展Mini LED、量子點等前沿顯示技術，持續增強產品競爭力。2025年上半年，本集團推出行業首創的第四代LED電視，其「極景無黑邊」設計實現100%全面屏顯示，為用戶提供了極致的影音沉浸感。旗艦系列Mini LED TV中則匯聚蝶翼華曜屏、萬象分區等多項領先技術，通過超高對比、低反射、超廣視角的畫質表現，配合黑邊消除，將TV產品的畫面細節與色彩精準度推向新高度，極大優化了用戶的視覺體驗，產品深受全球用戶喜愛。

同時，本集團積極佈局AR/XR智能眼鏡、陪伴機器人等創新產品，為本集團未來可持續發展注入新動能。報告期內，本集團在顯示、AI、物聯網等關鍵技術領域取得多項突破性進展，在2025年CES上重磅發佈全球首款分體式智能家居陪伴機器人TCL AiMe，充分彰顯了本集團在智能家居領域的領先實力；AR/XR眼鏡方面，2025年上半年通過IP聯名打造爆款新品，推出可隨身攜帶的輕量級私人影院的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。憑藉強勁的產品競爭力，在2025年618購物節期間，雷鳥眼鏡斬獲線上銷量市佔第一¹¹。

¹¹ 數據源：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。

此外，通過全面升級全球品牌建設與營銷體系，本集團品牌價值和國際影響力持續躍升，驅動業務規模快速增長。以奧運為主線的體育營銷戰略、以產品為核心的大型展會營銷、豐富多元的區域IP營銷贊助以及高效的全球客戶管理機制，共同推動營銷效率和品牌競爭力的顯著提升。2025年2月，TCL正式成為奧林匹克最高級別的全球合作夥伴，不僅標誌著TCL品牌實力獲得國際最高規格認可，更為未來全球市場拓展開啟無限可能。2025年上半年，TCL TV全球品牌指數同比提升1.7%至93¹²。

2. 顯示業務

2.1 大吋顯示

全球出貨規模穩居前二，中高端與大屏化趨勢顯著，產品結構優化推動業務有質量增長

儘管全球TV行業規模面臨增長壓力，本集團始終堅定不移地深化「全球化」和「中高端」戰略。2025年上半年，TCL TV全球出貨量達1,346萬台，同比增長7.6%。根據Omdia數據¹³，2025年上半年TCL TV在全球出貨量市佔率同比提升0.9個百分點至14.2%，排名穩居全球前二；銷售額市佔率達到13.2%，同比提高1.1個百分點，位列全球前三，且在前十大品牌中市佔率同比提升幅度最大，充分體現了本集團產品競爭力及戰略執行的有效性。

¹² 該品牌指數由Omdia的2025年上半年全球品牌TV銷售額市佔率除以出貨量市佔率所得。

¹³ 數據源：Omdia，2025年上半年全球品牌TV出貨量數據。

2025年上半年，本集團全球結構優勢突顯，Mini LED及大呎吋產品出貨量維持高速增長，帶動大呎吋業務收入錄得同比增長9.4%至283.52億港元，毛利同比增長12.9%至45.14億港元。TCL TV全球出貨平均呎吋同比增加1.5吋至53.4吋；其中，中高端產品TCL量子點TV及Mini LED TV全球出貨量分別同比高增73.7%和176.1%。2025年上半年，TCL Mini LED TV全球出貨量市佔率同比提升4.1個百分點至28.7%，位居全球首位¹⁴。

中國市場

根據中怡康全渠道數據，2025年上半年TV行業零售量同比微增0.9%至1,527萬台。本集團憑藉中高端戰略的有效推進，疊加中國「以舊換新」政策對中高端需求的有效釋放，出貨規模實現穩健增長，產品結構持續優化，展現領先行業平均水平。2025年上半年，TCL TV出貨量同比增長3.5%，其中TCL品牌TV出貨量更是實現了10.2%的同比增長，零售量及零售額均排名市場前二¹⁵。財務方面，中國市場收入錄得同比增長4.4%至87.20億港元，毛利顯著增長14.0%至16.90億港元，毛利率同比提升1.7個百分點至19.4%。

報告期內，本集團中高端市場的突破進一步深化，大呎吋TV出貨量佔比持續提升，TCL TV在中國市場出貨的平均呎吋達到63.5吋，同比提升1.8吋。2025年上半年，得益於中國「以舊換新」政策進一步激發消費活力，TCL Mini LED TV出貨量同比提升154.2%，出貨量佔比同比提升12.6個百分點至21.2%。在2025年618購物節期間，本集團Mini LED TV零售量突破27萬台，位列行業首位¹⁶。

¹⁴ 數據源：Omdia，2025年上半年全球品牌Mini LED TV出貨量數據。

¹⁵ 數據源：中怡康全渠道，2025年上半年中國市場TCL品牌TV及雷鳥品牌TV零售量數據。

¹⁶ 數據源：中怡康全渠道，2025年第20周至第25周零售量數據。

國際市場

為有效應對市場風險並及時響應全球各地市場需求，本集團積極推進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，通過產能分佈式佈局，實現了供應重心的靈活調配，年產能超3,000萬台。依託在全球供應鏈及渠道的領先佈局優勢，本集團持續深化全球化品牌營銷策略，全方位釋放品牌核心價值，不僅推動本集團TV業務在全球市場領先增長，更顯現出Mini LED技術應用與大屏化產品的強勁發展趨勢。

2025年上半年，TCL TV出貨量同比增長8.7%，收入同比增長11.8%至196.32億港元，毛利同比增長12.3%至28.24億港元，毛利率同比提升0.1個百分點至14.4%。其中，TCL Mini LED TV獲得海外用戶青睞，出貨規模實現快速增長，同比增幅達196.8%，出貨量佔比同比提升4.9個百分點至7.7%。

在市場推廣方面，本集團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，提升TCL品牌全球影響力；同時，本集團在北美、歐洲、新興市場等多區域，持續擴大並深化重點渠道覆蓋，推動TCL TV在全球近二十個國家排名穩居前三¹⁷。

- 北美市場：本集團借助體育營銷將TCL品牌與當地文化深度融合，有效增強了品牌親和力、認知度及美譽度，並持續聚焦重點渠道佈局與產品結構優化，更好地滿足北美消費者的多元化需求。2025年上半年，TCL TV整體出貨量雖同比下降7.3%，但產品結構改善成效顯著，TCL TV品牌指數同比提升17.8%¹⁸。其中，65吋及以上TCL TV出貨量同比增長60.5%，出貨量佔比同比提升13.0個百分點。同時，TCL Mini LED TV出貨量大幅增長，增幅同比達

¹⁷ 數據源：本集團內部報告，基於2025年上半年TV零售量。

¹⁸ 該品牌指數由Omdia的2025年上半年北美品牌TV銷售額市佔率除以出貨量市佔率所得。

349.6%，出貨佔比同比提升6.0個百分點。2025年上半年，TCL TV在美國市場零售量市佔率依然穩居市場前二¹⁹。

- 歐洲市場：本集團通過「一國一策」精準佈局區域渠道網絡，在英國、德國等國家重點渠道實現突破，規模持續擴張。2025年上半年，TCL品牌TV歐洲出貨量同比增長13.3%。大呎吋產品銷量進一步提升，65吋及以上TCL TV出貨量同比提升29.6%，TCL Mini LED TV出貨量更同比大幅增長91.0%。TCL TV在法國及波蘭零售量排名穩居前二，在瑞典、西班牙、希臘及捷克零售量排名前三²⁰。
- 新興市場：本集團於2025年上半年進一步完善包括亞太（不包括中國）、拉美、中東非在內市場的體育營銷矩陣，以及強化零售渠道成效顯著，TCL TV出貨量同比增長17.9%。其中，65吋及以上TCL TV出貨量同比增長45.8%。TCL TV在菲律賓、澳大利亞、沙特、阿根廷及巴基斯坦零售量排名首位，在巴西、泰國及緬甸排名前二，在越南及韓國等地排名第三²¹。

2.2 中小呎吋顯示

堅持效率優先，聚焦重點市場，穩健拓展業務

根據IDC數據²²，2025年上半年全球手機和平板行業出貨量分別同比微跌1.2%及增長12.4%。在「堅持效率優先，聚焦重點市場，穩健拓展業務」策略引領下，本集團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伙伴的戰略關係，實現了穩健增長。

¹⁹ 數據源：Circana，美國零售市場調查報告，基於2025年上半年TV零售量。

²⁰ 數據源：本集團內部報告，基於2025年上半年TV零售量。

²¹ 數據源：本集團內部報告，基於2025年上半年TV零售量。

²² 數據源：IDC，2025年上半年全球手機和平板出貨量數據。

產品方面，手機端推出TCL 60系列產品。其中，NXTPAPER機型採用了行業領先的NXTPAPER 3.0彩墨護眼顯示技術，搭載納米級蝕刻和多層硬件級藍光過濾、DC調光、無頻閃技術，支持標準、彩墨及超級閱讀三種顯示切換。超級閱讀模式下，最長可支持7天沉浸式閱讀，兼具智能手機與電子書閱讀器的雙重優勢，深受消費者喜愛。平板端推出旗艦機型TCL NXTPAPER 11 Plus，搭載11.5英寸護眼大屏，採用全新升級的NXTPAPER 4.0護眼顯示技術，新增智能與個性化護眼模式，並優化屏幕工藝以提升類紙屏顯示效果，更首次配備AI工具箱，融合先進護眼顯示技術與AI生產力工具，打造兼具護眼舒適與高效體驗的新一代平板，自上市以來，深受消費者青睞，廣獲好評。

2025年上半年，本集團中小吋顯示業務收入同比增長21.3%至45.63億港元，毛利同比增長2.7%至6.27億港元。

2.3 智慧商顯

國內聚焦產品結構改善，海外新增高端客戶合作

2025年上半年，國內市場以規模穩健增長為前提，聚焦產品結構及渠道結構的雙向優化，尤其在數字標牌領域持續突破，成功拓展星巴克、瑞幸咖啡、蜜雪冰城及理想汽車等頭部客戶，憑藉優質產品力，數字標牌國內出貨規模躍居行業第一²³；海外市場方面，依託行業領先的顯示技術競爭力及供應鏈優勢，持續深耕教育市場。通過顯著提升產品競爭力，積極拓展及優化客戶結構，推動歐洲及北美重點國家高端市場的有效突破，進一步提升在海外市場的影響力。

²³ 數據源：迪顯諮詢，2025年第一季度數據。

產品方面，2025年上半年本集團推出辦公智屏旗艦產品98E60，搭載未來紙顯示技術，採用超大屏幕，集成專業顯示、音視頻、會議系統及AI算法等核心技術，多重護眼的同時還可實現一鍵快速入會、4K免驅無線一鍵投屏等高效辦公功能，賦能數字化辦公，為企業級用戶提供了卓越的會議體驗，助力數字化升級。

得益於「聚焦展業，提質經營」，本集團於2025年上半年智慧商顯業務收入同比增長9.4%至5.04億港元，毛利達0.56億港元。2025年618購物節期間，本集團在京東會議TV賽道取得品牌成交額行業第二²⁴的佳績，進一步強化了市場地位。

3. 互聯網業務

以用戶體驗為核心，聚焦TV端AI交互升級，大力拓展海外市場，驅動長遠增長。本集團持續在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。截至2025年6月30日止六個月，本集團全球互聯網業務收入達14.58億港元，同比增長20.3%，毛利同比增長21.5%至7.94億港元，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。

3.1 中國市場

2025年上半年，本集團持續以用戶體驗為核心，重點聚焦TV端AI技術及交互體驗升級，旨在打造極致的桌面體驗與觀影體驗，進一步強化在行業領先者地位上的用戶認知。在產品創新方面，作為OTT領域的先行者，本集團於報告期內成功完成了「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，TV終端上線超高清業務，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。

²⁴ 數據源：京東黑電商顯618戰報，統計日期為2025年5月13日至2025年6月19日。

3.2 國際市場

國際市場方面，本集團持續深化與Google、Roku、Netflix等互聯網巨頭的密切合作，推動海外商業模式不斷突破。TCL Channel完成了全面升級，用戶界面煥然一新，內容分發效率顯著提升的同時打造了FAST及AVOD雙一流體驗；且在美國、巴西、法國、西班牙等國家實現內容本地化的同時大幅提升優質內容佔比，自有內容產品的平均消費時長實現翻倍提升。截至2025年6月30日，TCL Channel已全面覆蓋全球海外市場，累計用戶數突破3,930萬，有效驅動國際市場互聯網業務的穩健增長。

4. 創新業務

4.1 光伏業務

光伏業務多元發展，經營效率及相對競爭力持續提升，海外業務穩步推進。本集團聚焦光伏行業下游的分佈式光伏終端市場拓展，2025上半年本集團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，穩步推進創新場景應用落地及產品迭代更新，同時持續強化運營效率，保障業務健康發展。期間，本集團通過雙向賦能及精細化運營顯著提升渠道黏性，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，推動生態合作提質發展。同時，本集團不斷探索包括零碳園區、光儲充方案及高端別墅在內的新場景，通過產品技術創新適應不斷變化的市場需求。海外市場方面，本集團穩步推進海外業務發展，積極探索光儲一體化業務，並在歐洲實現了相應的產品及業務落地。

2025年上半年，本集團光伏業務收入同比增長111.3%至111.36億港元，毛利同比提升98.5%至10.73億港元。截至2025年6月30日，本集團的光伏業務在中國市場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。未來，本集團將緊抓全球能源轉型與碳中和的歷史性機遇，致力於成為全球領先的新能源綜合解決方案服務商，為全球綠色發展貢獻力量。

4.2 全品類營銷

品牌及渠道協同助力全品類分銷規模持續擴張

憑藉顯示業務多年積累的全球品牌影響力及跨地域渠道佈局，本集團旗下空調、冰箱、洗衣機等智能產品的品牌分銷業務持續擴張全球規模。產品創新同步推進，報告期內本集團推出多款新品，包括TCL大眼萌AI超級筒洗烘套裝、TCL小藍翼新風空調以及TCL冰麒麟磁鮮冰箱。2025年上半年，全品類營銷收入同比增長1.2%至78.42億港元，其中空調收入佔比82.2%，冰洗產品收入佔比17.8%。

4.3 智能連接及智能家居

AI賦能智慧生活，技術創新提升產品競爭力，驅動長期增長

2025年上半年，本集團智能連接和智能家居業務穩健拓展渠道實現提質發展，收入規模達8.97億港元，毛利及毛利率實現同比分別提升13.2%及3.5個百分點至2.11億港元及23.6%，盈利能力顯著改善。

在智能連接業務領域，本集團持續深化佈局，深耕運營商渠道合作的同時積極佈局4G和5G產品矩陣；智能家居業務方面，本集團在2025年上半年推出K7G MAX系列等新一代智能門鎖新品，並通過D2系列進一步拓展海外市場，有效提升了產品的國際競爭力。

在AR/XR智能眼鏡領域，本集團取得了突破性進展。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的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3款新品。2025年618購物節期間，雷鳥眼鏡在中國市場銷量市佔率突破52%，銷量為去年同期的3.4倍²⁵；斬獲京東及天貓雙平台XR行業銷量冠軍，體現出消費者對雷鳥眼鏡產品的高度認可。

為了把握AI與物聯網融合的新機遇，本集團持續加大研發創新力度。今年年初在CES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，不僅標誌著本集團在AI+IoT+機器人融合領域邁出了關鍵一步，更充分展現本集團在AI與物聯網技術融合應用方面的領先實力。隨著家庭物聯網生態的不斷完善和消費者教育的深入，此類智能終端有望成為未來家庭標配，市場潛力巨大。

²⁵ 數據源：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。

5. 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，儘管全球經濟發展仍面臨包含貿易保護政策、地緣政治、匯率波動等在內的諸多不確定性風險，但AI及物聯網等新興技術的持續迭代落地、新能源市場的旺盛需求、高端顯示技術的演變推進、家電行業格局領先企業的競爭優勢等均有望為本集團帶來高潛力的增長機會。

主營業務方面，全球TV市場需求預計相對穩定，但全球大屏化及高端化趨勢預計將進一步顯現，75吋及以上、Mini LED等大屏及中高端TV產品有望保持高速增長。本集團將持續深化「中高端+全球化」的雙輪驅動佈局。一方面，本集團將加大核心技術投入，構建技術壁壘，以建立中高端市場的護城河，持續推動高品質增長。在顯示業務領域，本集團將持續把握Mini LED等尖端顯示技術規模化契機，不斷擴充中高端產品矩陣，並通過精準營銷策略進一步提升品牌知名度及聲譽，持續擴大TCL品牌的全球市場份額及影響力。另一方面，本集團將充分發揮垂直產業鏈整合優勢及全球化渠道網絡，推動包含中小吋顯示、光伏、全品類營銷等在內的業務實現高質發展。

在鞏固主營業務的同時，本集團將積極抓住AI帶來的新的市場機遇，加大AI相關的研發投入。內部經營上，本集團將引入更多AI系統及應用、大力推動數字化轉型，以提升經營效率；業務發展上，本集團將最大化複用AI技術帶來的產品性能、服務質量的提升，進一步優化用戶體驗，同時加速推進AR/XR智能眼鏡、陪伴機器人的產品研發及業務推進，賦能本集團長期第二增長曲線，打造新的戰略級增長引擎。

持續升級核心優勢，追求高質量增長，致力成為全球化經營的領先智能終端企業

本集團將秉承「戰略領先、創新驅動、先進製造、全球經營」的經營理念，聚焦構築核心競爭力。品牌建設方面，本集團將持續提升TCL全球品牌勢能，鞏固中高端市場戰略高地；技術發展方面，本集團將加大研發投入，引領產業技術革新；業務運營方面，本集團將進一步優化全球供應鏈、物流及服務體系，提升運營效率；營銷深化方面，本集團將持續推進精準營銷策略，驅動營銷效率與品牌價值協同增長；組織建設方面，本集團將完善全球化治理架構，積極建設國際化人才隊伍。通過多維度、系統性能力建設，持續提升全球綜合競爭壁壘。

展望未來，本集團將恪守「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，持續深化產業佈局並推動收入多元化，以實現業務可持續的高質量增長。同時，本集團將繼續秉持可持續發展理念，圍繞「深化全球經營，極致效率經營」兩條主線，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。

管理層討論及分析

2025上半年度與2024年上半年度比較

下表載列2025年上半年與2024年上半年的比較數字：

	截至6月30日止六個月	
	2025年 (未經審核) 千港元	2024年 (未經審核) 千港元 (經重列)
收入	54,777,049	45,493,620
銷售成本	<u>(46,411,098)</u>	<u>(38,280,761)</u>
毛利	8,365,951	7,212,859
其他收入及收益	894,483	1,094,792
銷售及分銷支出	(4,011,576)	(3,832,293)
行政支出	(2,312,964)	(1,860,323)
研發費用	(1,154,499)	(1,092,783)
其他營運支出	(17,875)	(171,529)
金融及合約資產減值虧損淨額	<u>(18,325)</u>	<u>(10,053)</u>
	1,745,195	1,340,670
融資成本	(392,234)	(521,358)
分佔損益：		
合資公司	—	16,039
聯營公司	<u>67,885</u>	<u>46,445</u>
除稅前利潤	1,420,846	881,796
所得稅	<u>(373,196)</u>	<u>(228,882)</u>
本期利潤	<u><u>1,047,650</u></u>	<u><u>652,914</u></u>
歸母淨利潤	1,090,419	649,920
非香港財務報告準則計量：		
經調整歸母淨利潤	1,059,892	654,211

收入

本集團收入由2024年上半年的454.94億港元同比上漲20.4%至2025年上半年的547.77億港元。下表載列截至2025年6月30日止及2024年6月30日止六個月按業務劃分的收入：

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	百萬元	佔總收入 百分比	百萬元	佔總收入 百分比
顯示業務²⁶	33,419	61.0%	30,135	66.3%
大呎吋顯示	28,352	51.8%	25,914	57.0%
— 中國市場	8,720	15.9%	8,353	18.4%
— 國際市場	19,632	35.9%	17,561	38.6%
中小呎吋顯示	4,563	8.3%	3,761	8.3%
智慧商顯	504	0.9%	460	1.0%
互聯網業務²⁷	1,458	2.7%	1,212	2.7%
創新業務²⁸	19,875	36.3%	13,953	30.6%
光伏業務	11,136	20.4%	5,269	11.6%
全品類營銷	7,842	14.3%	7,753	17.0%
智能連接及智能家居	897	1.6%	931	2.0%
其他	25	0.0%	194	0.4%
總收入	54,777	100.0%	45,494	100.0%

²⁶ 「顯示業務」(包括大呎吋顯示業務(即TV業務)、中小呎吋顯示業務及智慧商顯業務)對應財務報告附註中經營分類資料中(i)「TV」；及(ii)「智能移動、連接設備及服務」及「智慧商顯、智能家居及其他業務」兩個分類中的顯示業務。

²⁷ 「互聯網業務」對應財務報告附註中經營分類資料中「互聯網業務」。

²⁸ 「創新業務」(包括光伏業務、全品類營銷、智能連接及智能家居業務)對應財務報告附註中經營分類資料中(i)「光伏業務」；(ii)「全品類營銷」；及(iii)「智能移動、連接設備及服務」及「智慧商顯、智能家居及其他業務」兩個分類中剔除顯示業務後的其餘業務。

顯示業務

顯示業務的收入由2024年上半年的301.35億港元，同比增長10.9%至2025年上半年的334.19億港元，主要受益於本集團在全球市場的積極開拓和品牌影響力的有效提升，2025年上半年TCL TV全球出貨量錄得同比增長，疊加產品結構改善顯著，大呎吋顯示業務收入規模同比增長9.4%至283.52億港元。中小呎吋業務隨著行業持續復甦，收入同比增長21.3%至45.63億港元。同時，智慧商顯業務聚焦展業重點突破，收入同比增長9.4%至5.04億港元。

互聯網業務

互聯網業務的收入由2024年上半年的12.12億港元，同比增長20.3%至2025年上半年的14.58億港元，主要得益於海外互聯網業務商業模式變現持續突破，內容建設、產品體驗及商業化能力大幅提升，變現能力顯著增強。

創新業務

創新業務的收入由2024年上半年的139.53億港元，同比增長42.4%至2025年上半年的198.75億港元，主要是由於報告期內光伏業務持續強化電力市場化交易能力，靈活調整市場策略，深化展業區域與渠道合作，且本集團針對房型結構提供多樣化設計精準匹配市場需求，推動收入規模增長111.3%至111.37億港元。

毛利及毛利率

本集團整體毛利由2024年上半年的72.13億港元，同比增長16.0%至2025年上半年的83.66億港元。毛利同比增長主要得益於本集團堅持推進業務中高端轉型戰略，產品結構改善，疊加成本控制措施得宜，推動整體毛利同比穩步增長；2025年上半年毛利率為15.3%，較2024年上半年同比下降0.6個百分點，主要是受到毛利水平相對較低的光伏業務收入佔比提升影響。

顯示業務

2025年上半年顯示業務的毛利率為15.6%，同比增長0.1個百分點，主要得益於本集團持續推進中高端戰略的落地，產品結構有效改善，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

2025年上半年互聯網業務的毛利率為54.4%，同比增長0.5個百分點，主要得益於本集團海外互聯網商業化能力提升帶動變現能力增強，毛利水平相對較高的海外互聯網收入規模進一步擴大。

創新業務

2025年上半年創新業務的毛利率為11.9%，同比減少1.6個百分點，主要是受到毛利水平相對較低的光伏業務收入佔比提升影響。

其他收入及收益

其他收入及收益由2024年上半年的10.95億港元，同比下降18.3%至2025年上半年的8.94億港元，主要是由於本集團理財規模下降引致利息收入減少。

銷售及分銷支出

銷售及分銷支出由2024年上半年的38.32億港元，同比增長4.7%至2025年上半年的40.12億港元，主要由於本集團戰略性加大品牌營銷及產品宣傳等相關投入。

行政支出

行政支出由2024年上半年的18.60億港元，同比增加24.3%至2025年上半年的23.13億港元，主要是由於本集團2025年上半年清算衍生金融工具之變現損失增加，及2025年上半年本集團業績達成良好，獎金計提增加所致。

研發費用

研發費用由2024年上半年的10.93億港元，同比增長5.6%至2025年上半年的11.54億港元，主要原因為本集團持續加大高端顯示技術及AI方面的投入。

其他營運支出

其他營運支出由2024年上半年的1.72億港元，同比大幅減少89.6%至2025年上半年的1,788萬港元，主要由於本集團於2024年上半年計提商譽減值。有關詳情請參閱本公司2024年中期報告。

金融及合約資產減值虧損淨額

金融及合約資產減值虧損淨額由2024年上半年的1,005萬港元，同比大幅增長82.3%至2025年上半年的1,833萬港元，主要是由於應收貿易賬款壞賬準備增加。

融資成本

融資成本由2024年上半年的5.21億港元，同比減少24.8%至2025年上半年的3.92億港元，主要是由於報告期內票據貼現利息支出以及保理應收貿易賬款利息支出減少所致。

分佔損益－合資公司及聯營公司

分佔收益由2024年上半年的6,248萬港元，同比增長8.6%至2025年上半年的6,789萬港元，主要是由於本集團聯營公司業績改善，盈利增長。

除稅前利潤

除稅前利潤由2024年上半年的8.82億港元，同比增長61.1%至2025年上半年的14.21億港元，主要是由於報告期內包括顯示業務、互聯網業務以及創新業務在內的多個業務線經營質量顯著改善，並得益於規模效益及提質增效，整體費用率有效降低。

所得稅

所得稅由2024年上半年的2.29億港元，同比增加63.1%至2025年上半年的3.73億港元，主要是由於本公司若干附屬公司於報告期內除稅前利潤增加。本集團實際稅率由2024年上半年的26.0%同比增加0.3個百分點至2025年上半年的26.3%。

本期利潤及歸母淨利潤

本期利潤由2024年上半年的6.53億港元，同比增長60.5%至2025年上半年的10.48億港元。歸母淨利潤由2024年上半年的6.50億港元，同比增長67.8%至2025年上半年的10.90億港元。增加的主要原因是本集團持續加大高端顯示技術及AI方面的研發投入，積極佈局全球供應鏈及渠道，同時持續優化費用結構，帶動經營質量提升以及盈利能力增強。

非香港財務報告準則計量：經調整歸母淨利潤

經調整歸母淨利潤由2024年上半年的6.54億港元，同比提升62.0%至2025年上半年的10.60億港元，主要由於報告期內包括顯示業務、互聯網業務以及創新業務在內的多個業務線經營業績顯著改善，並得益於規模效應及提質增效，整體費用率有效降低，經營效率持續提升所致。

本集團綜合業績根據香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則編制及呈列。作為補充，本集團採用非香港財務報告準則的經調整歸母淨利潤作為額外財務計量。本集團將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。

雖然經調整歸母淨利潤並非香港財務報告準則所要求且並非按香港財務報告準則呈列，但本集團管理層相信，此等非香港財務報告準則財務計量藉排除若干非現金項目、投資及非流動資產交易影響，可為投資者評估本集團核心業務的業績提供有用的補充數據。然而，此等未經審核非香港財務報告準則財務計量應被視為根據香港財務報告準則編制的本集團財務業績的補充而非替代計量。此外，此等非香港財務報告準則財務計量的定義並不具有香港財務報告準則規定的標準化涵義，因此可能與其他公司所用的類似詞彙有所不同，未必可與其他公司採用的相若計量比較。因此，此等非香港財務報告準則財務計量作為分析工具有其局限性，投資者不應將其等與根據香港財務報告準則報告的經營業績或財務狀況分開考慮或視作替代分析。

下表載列本集團經調整歸母淨利潤與按照香港財務報告準則編制及呈列的最直接可資比較財務計量（歸母淨利潤）的對賬。

	截至6月30日止六個月	
	2025年 (未經審核) 千港元	2024年 (未經審核) 千港元
歸母淨利潤，呈列	1,090,419	649,920
來自投資公司之(收益)／虧損淨額 ²⁹	(5,181)	253
附屬公司出售及清盤(收益)／虧損淨額 ³⁰	(745)	—
認購期權及認沽期權相關(收益)／虧損淨額 ³¹	(18,425)	449
出售非流動資產(收益)／虧損淨額 ³²	(8,643)	4,764
相關所得稅影響 ³³	2,467	(1,175)
非香港財務報告準則計量：		
經調整歸母淨利潤	<u>1,059,892</u>	<u>654,211</u>

²⁹ 來自投資公司之(收益)／虧損淨額包括視作出售、出售、清盤、視作部分購買／出售投資公司之(收益)／虧損淨額。

³⁰ 附屬公司出售及清盤之(收益)／虧損淨額包括議價購買收益、視作出售、出售及清盤附屬公司之(收益)／虧損淨額。

³¹ 認購期權及認沽期權相關(收益)／虧損包括認購期權及認沽期權公平值變動、認沽期權有關之金融負債之估算利息及清算失效認購期權之(收益)／虧損淨額。

³² 出售非流動資產(收益)／虧損淨額包括出售固定資產、其他無形資產、使用權資產及其他資產之(收益)／虧損淨額。

³³ 相關所得稅影響指非香港財務報告準則調整對所得稅的影響。

財務回顧

主要投資、收購及出售

本集團於2025年6月30日並無持有重大投資，及截至2025年6月30日止六個月內並無任何重大收購或出售附屬公司、聯營公司或合資公司。

重大投資或資本資產的未來計劃

除本公告已披露外，本集團目前並無任何具體的重大投資或資本資產計劃。

流動資金及財務資源

本集團管理流動性風險的主要金融工具包括銀行貸款、保理、現金和短期存款。使用這些金融工具的主要目的是為了以可行的最低成本維持資金的延續性及靈活性。

於2025年6月30日，本集團的現金及現金等值項目共約11,441,935,000港元，相較2024年12月31日增加30.4%。其中46.0%為美元、39.4%為人民幣、2.5%為歐元、1.7%為港元，而10.4%為海外業務所用的其他貨幣。

為配合日常流動資金管理及未來擴展，本集團可獲得銀行及其他貸款渠道。本集團於2025年6月30日的銀行及其他貸款約5,804,724,000港元，其固定及浮動利率介乎1.80%至5.17%之間並以美元、人民幣、歐元及越南盾計值。貸款到期日為即期償還至15年之間。為確保高效的資本架構及基於合理利率考慮，本集團擬維持股本及債務組合。於2025年6月30日，可用信貸融資與截至2024年12月31日止年度相比並無重大變化，且無任何根據融資租賃持有的資產。

於2025年6月30日，由於本集團的現金及現金等值項目，及受限制現金及已抵押存款約11,985,114,000港元，高於計息銀行及其他貸款及租賃負債總額約6,220,240,000港元，因此本集團的資本負債比率為0%。資本負債比率以債務淨額（即計息銀行及其他貸款與租賃負債總額減去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。債務還款期為即期償還至25年之間。

資產抵押

於2025年6月30日，本集團有受限制現金及已抵押存款結餘約543,179,000港元（2024年12月31日：669,910,000港元）、按攤餘成本計量的債權工具投資約161,821,000港元（2024年12月31日：107,637,000港元）、應收票據約116,124,000港元（2024年12月31日：192,282,000港元）、存貨約99,577,000港元（2024年12月31日：400,087,000港元）、其他應收款項約57,121,000港元（2024年12月31日：4,428,000港元）及應收貿易賬款約548,000港元（2024年12月31日：無）作為本集團履約及質量保證結餘、金融資產及銀行授信的抵押。

資本承擔及或然負債

於2025年6月30日，本集團已訂約但未撥備的資本承擔約533,007,000港元（2024年12月31日：539,899,000港元），但並無已授權但未訂約的資本承擔（2024年12月31日：無）。

於2025年6月30日，本集團尚未於財務報告計提撥備的或然負債如下：

TCL SEMP Eletroeletronicos目前是巴西一項與巴西稅務機關的稅務評估爭議中的答辯人，其被指控在2012年和2013年財政年度不正當應用稅收抵免。截至2025年6月30日，該稅務評估爭議仍在進行。香港會計準則第37號撥備、或然負債及或然資產通常所需的資料並未披露，理由是披露可能會嚴重損害此爭議的結果。本集團根據法律顧問的意見，認為TCL SEMP Eletroeletronicos對該指控能進行有效抗辯，因此並沒有就此作出任何撥備。

未決訴訟

除上文所述外，本集團於2025年6月30日並未牽涉任何重大訴訟。

外幣匯兌風險

本集團的業務及營運面向國際市場，因此面臨外匯交易及貨幣轉換風險。

本集團採用外匯集中化管理策略，以監控總体外匯風險，抵銷各關聯公司的頭寸及與銀行集中進行對沖交易。本集團強調以功能性貨幣進行貿易、投資及借貸的重要性，達到自然對沖效果。此外，基於穩健的財務管理目的，本集團並沒有參與任何高風險的衍生工具交易或槓桿式外匯買賣合約。

僱員及酬金政策

於2025年6月30日，本集團共有32,603名僱員，皆為幹勁十足的優秀人才。截至2025年6月30日止六個月，僱員成本總額為約3,342,430,000港元。本集團僱員致力為本集團的成長及發展作出貢獻。本集團根據僱員的工作表現及發展潛力擢升員工。為吸引並留任高素質員工，本集團提供具有競爭力的福利待遇（根據市場標準及僱員個人表現、資歷以及經驗而定）。於基本薪金的基礎上，根據本集團業績及僱員個人表現，可給予花紅獎勵。此外，本集團內持續提供培訓及發展課程。本集團已經參照現行法例、市場狀況以及個人及本集團的表現，定期檢討酬金政策。

為了令僱員與本公司股東的利益保持一致，本公司根據TCL購股權計劃向相關承授人（包括本集團僱員）授出購股權。自2023年11月3日採納2023年購股權計劃後直至2025年6月30日期間，本公司並沒有根據2023年購股權計劃授出任何購股權。

隨著2008年股份獎勵計劃在2023年2月5日屆滿，本公司於2023年11月3日採納了2023年股份獎勵計劃。根據2023年股份獎勵計劃條文，指定受託人將以本公司提供的現金在市場上購入現有股份或認購新股份，並由受託人以信託形式代相關指定人士持有，直至該等股份按2023年股份獎勵計劃的條文歸屬予相關指定人士為止。根據2008年股份獎勵計劃在其屆滿前已授予並存續的獎勵股份，將根據2008年股份獎勵計劃條文及授予條款繼續生效。於2025年4月9日，根據2023年股份獎勵計劃已授予91,497,900股獎勵股份（均為現有股份）。截至2025年6月30日，本公司根據2023年股份獎勵計劃授予但尚未歸屬的獎勵股份合計137,558,200股。

財務資料

以下中期簡明綜合財務報告未經審核，但經審核委員會審閱。

綜合損益及其他全面收益表

		截至6月30日止六個月	
		2025年	2024年
		(未經審核)	(未經審核)
		千港元	千港元
		(經重列)	
		附註	
收入	5	54,777,049	45,493,620
銷售成本		(46,411,098)	(38,280,761)
毛利		8,365,951	7,212,859
其他收入及收益		894,483	1,094,792
銷售及分銷支出		(4,011,576)	(3,832,293)
行政支出		(2,312,964)	(1,860,323)
研發費用		(1,154,499)	(1,092,783)
其他營運支出		(17,875)	(171,529)
金融及合約資產減值虧損淨額		(18,325)	(10,053)
融資成本	6	1,745,195	1,340,670
分佔損益：		(392,234)	(521,358)
合資公司		—	16,039
聯營公司		67,885	46,445
除稅前利潤	7	1,420,846	881,796
所得稅	8	(373,196)	(228,882)
本期利潤		1,047,650	652,914

		截至6月30日止六個月	
		2025年	2024年
		(未經審核)	(未經審核)
		千港元	千港元
其他全面收益／(虧損)			
於期後可能重新分類到損益			
的其他全面收益／(虧損)：			
現金流量對沖：			
本期內對沖工具產生之公平值變動之有效部分	(350,586)	38,995	
對已包括於損益表中之(收益)／虧損之			
重新分類調整	(166,033)	38,766	
所得稅影響	(983)	649	
	<u>(517,602)</u>	<u>78,410</u>	
匯兌差異：			
折算海外業務之匯兌差異	557,663	(441,667)	
本期內海外業務清盤時之重新分類調整	(417)	—	
本期內聯營公司被視為部分出售或清盤時			
之重新分類調整	1	84	
分步收購一間附屬公司原持有權益部分重估			
及視為出售之重新分類調整	7,374	—	
	<u>564,621</u>	<u>(441,583)</u>	
按公平值計入其他全面收益之金融資產：			
應收票據公平值變動，扣除所得稅後	9,890	9,818	
分佔聯營公司及一間合資公司之其他全面收益	21	14,333	
分步收購一間附屬公司原持有權益部分重估			
及視為出售之重新分類調整	(1,918)	—	
	<u>55,012</u>	<u>(339,022)</u>	
於期後可能重新分類到損益的其他全面收益／(虧損)			
淨額	<u>55,012</u>	<u>(339,022)</u>	

		截至6月30日止六個月	
		2025年	2024年
		(未經審核)	(未經審核)
		千港元	千港元
附註			
於期後將不會被重新分類到損益之			
其他全面虧損：			
一間指定按公平值計入其他全面收益之			
權益投資的公平值變動，扣除所得稅後		(2,115)	—
分佔一間聯營公司之其他全面虧損		—	(14)
於期後將不會被重新分類到損益的			
其他全面虧損淨額		(2,115)	(14)
本期其他全面收益／(虧損)，除稅淨額		52,897	(339,036)
本期全面收益總額		1,100,547	313,878
利潤／(虧損)歸屬於：			
母公司擁有人		1,090,419	649,920
非控股權益		(42,769)	2,994
		1,047,650	652,914
全面收益／(虧損)總額歸屬於：			
母公司擁有人		1,068,432	393,670
非控股權益		32,115	(79,792)
		1,100,547	313,878
母公司普通股股東應佔每股盈利		10	
基本		45.14港仙	26.69港仙
攤薄		43.04港仙	25.62港仙

綜合財務狀況表

		2025年 6月30日 (未經審核) 千港元	2024年 12月31日 (經審核) 千港元
	附註		
非流動資產			
物業、廠房及設備		2,658,073	2,439,532
投資物業		410,364	413,818
使用權資產		879,628	827,107
商譽	11	3,167,046	2,947,380
其他無形資產		1,778,662	1,499,256
於合資公司之投資		4,399	4,331
於聯營公司之投資		1,507,762	1,437,839
指定按公平值計入其他全面收益之權益投資		369,535	366,098
按公平值計入損益之金融資產		38,231	37,656
按攤餘成本計量的債權工具投資		161,821	198,757
遞延稅項資產		645,441	471,530
合約資產		56,181	365,201
其他應收款項		643,357	—
其他遞延資產		909,237	818,931
衍生金融工具		6,907	6,041
非流動資產合計		13,236,644	11,833,477
流動資產			
存貨		20,012,987	15,288,555
應收貿易賬款	12	21,826,741	22,332,884
應收票據		4,198,375	4,436,662
合約資產		21,737	22,470
預付款項、其他應收款項及其他資產		9,352,157	9,451,215
可收回稅項		241,037	147,255
按公平值計入損益之金融資產		1,550,253	2,861,035
衍生金融工具		254,083	552,250
受限制現金及已抵押存款		543,179	669,910
現金及現金等值項目		11,441,935	8,771,691
流動資產合計		69,442,484	64,533,927

		2025年 6月30日 (未經審核) 千港元	2024年 12月31日 (經審核) 千港元
	附註		
流動負債			
應付貿易賬款	13	31,075,322	26,646,451
應付票據		7,689,545	5,839,326
其他應付款項及預提費用		16,349,835	18,521,480
計息銀行貸款及其他貸款	14	5,582,785	4,172,399
租賃負債		142,935	137,367
應付稅項		447,810	332,855
衍生金融工具		597,662	353,309
預計負債		1,450,776	1,125,749
流動負債合計		63,336,670	57,128,936
淨流動資產		6,105,814	7,404,991
總資產減流動負債		19,342,458	19,238,468
非流動負債			
計息銀行貸款及其他貸款	14	221,939	437,660
租賃負債		272,581	220,045
遞延稅項負債		321,535	324,803
其他長期應付款項		145,049	94,568
其他非流動負債		459,574	296,308
認沽期權相關金融負債		195,960	188,666
非流動負債合計		1,616,638	1,562,050
淨資產		17,725,820	17,676,418
權益			
歸屬於母公司擁有者之權益			
已發行股本	15	2,520,935	2,520,935
儲備		14,696,125	14,683,433
非控股權益		17,217,060	17,204,368
權益合計		508,760	472,050
		17,725,820	17,676,418

附註：

1. 編製基準

該等未經審核中期簡明綜合財務報告根據香港會計師公會頒佈的香港會計準則第34號中期財務報告以及上市規則附錄D2的披露規定而編製。

未經審核中期簡明綜合財務報告不包括年度財務報告所需的所有資料及披露，及應與本集團截至2024年12月31日止的年度財務報告一併閱覽。

除下文附註2所披露的已採納經修訂香港財務報告準則會計準則外，編製該等未經審核中期簡明綜合財務報告時所採納的會計政策及編製基準，與編製本集團截至2024年12月31日止年度的年度財務報告所採納的香港財務報告準則會計準則一致，而該等未經審核中期簡明綜合財務報告是根據香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則（包括所有香港財務報告準則、香港會計準則及詮釋）、香港公認會計原則及香港公司條例的披露規定而編製。

除衍生金融工具及若干金融資產及權益投資以公平值計量外，該等未經審核中期簡明綜合財務報告根據歷史成本記賬法編製。除另有說明，該等未經審核中期簡明綜合財務報告以港元呈列，所有價值均已湊整至最接近的千位數。

2. 會計政策及披露的變動

除於本期財務資料首次採納以下經修訂香港財務報告準則會計準則外，編製未經審核中期簡明綜合財務報告採納的會計政策與編製本集團截至2024年12月31日止年度的年度綜合財務報告所遵循的會計政策一致。

香港會計準則第21號修訂

缺乏可兌換性

適用於本集團經修訂香港財務報告準則會計準則的性質及影響如下文所述：

香港會計準則第21號修訂明確實體應如何評估某種貨幣是否可兌換為另一種貨幣，以及在缺乏可兌換性的情況下，實體應如何估計於計量日期的即期匯率。該等修訂要求披露讓財務報表使用者能夠了解貨幣不可兌換的影響的資料。該等修訂不會對中期簡明綜合財務資料產生任何重大影響。

3. 已頒佈但尚未生效的香港財務報告準則會計準則

本集團並無於該等未經審核中期簡明財務報告內應用下列已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂香港財務報告準則會計準則。

香港財務報告準則第18號	財務報告之列示及披露 ²
香港財務報告準則第19號	非公共受託責任附屬公司：披露 ²
香港財務報告準則第9號及 香港財務報告準則第7號修訂	金融工具分類及計量之修訂 ¹
香港財務報告準則第10號及 香港會計準則第28號修訂	投資者與其聯營公司或合資公司之資產出售或注資 ³
香港財務報告準則會計準則年度 改良－第11卷	香港財務報告準則第1號、香港財務報告準則第7號、 香港財務報告準則第9號、香港財務報告準則第10 號及香港會計準則第7號修訂 ¹

¹ 於2026年1月1日或之後開始的年度生效

² 於2027年1月1日或之後開始的年度／報告期間生效

³ 尚未確定強制生效日期，但可供採納

本集團正在評估初次應用該等新訂及經修訂香港財務報告準則會計準則的影響。

4. 經營分類資料

就管理而言，本集團根據地區TV分類及其他產品類型組成業務單位，並分為下列六個可報告經營分類：

(a) TV分類－於下列地區製造及銷售TV：

— TCL TV－中國市場；及

— TCL TV－國際市場；

(b) 互聯網業務分類－會員卡、視頻點播、廣告、垂直類應用及其他新業務；

(c) 智能移動、連接設備及服務分類－製造及銷售手機、智能連接產品、智能移動屏及服務；

(d) 全品類營銷分類－TCL品牌空調、冰箱、洗衣機及其他家電銷售業務；

(e) 光伏業務分類－光伏發電設備及系統的銷售、提供建設及運維服務及其他新能源科技業務；及

(f) 智慧商顯、智能家居及其他業務分類。

本公司的管理層分別監察本集團各經營分類業績，以便決策有關資源分配及評估表現。分類表現根據各分部的收入及毛利作出評估。

有關該等可報告分類的資料(連同相關比較資料)呈列於下文。

截至6月30日止六個月

	智慧商顯、智能家居及其他業務												綜合				
	互聯網業務				智能移動、連接設備及服務				全品類營銷					光伏業務			
	TV		TCL TV – 中國市場		TCL TV – 國際市場												
	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024			
銷售予外界客戶	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)			
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元			
	(經重列)	(經重列)	(經重列)	(經重列)	(經重列)	(經重列)	(經重列)	(經重列)	(經重列)	(經重列)	(經重列)	(經重列)	(經重列)	(經重列)			
	8,720,454	8,353,344	19,631,732	17,560,766	1,457,871	1,212,056	5,170,279	4,410,323	7,842,078	7,752,507	11,136,594	5,269,368	818,041	935,256	45,493,620		
毛利	1,689,451	1,482,275	2,824,399	2,515,916	793,226	653,093	790,447	756,258	1,089,555	1,161,976	1,073,390	540,859	105,483	102,482	7,212,859		

5. 收入

收入分析如下：

		截至6月30日止六個月	
		2025	2024
		(未經審核)	(未經審核)
		千港元	千港元
來自客戶合約的收入		54,777,049	45,493,620
來自客戶合約的分類收入信息			
截至2025年6月30日止六個月			
分類	TV及其他*	互聯網業務	合計
	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)
	千港元	千港元	千港元
貨物或服務類型			
銷售貨物	52,664,558	92,953	52,757,511
建設服務	654,620	–	654,620
視頻點播服務	–	301,099	301,099
廣告、垂直類應用及其他新業務	–	1,063,819	1,063,819
來自客戶合約的收入總額	53,319,178	1,457,871	54,777,049
地區市場			
中國內地	24,171,944	957,223	25,129,167
歐洲	6,691,562	77,395	6,768,957
北美	8,459,101	211,355	8,670,456
新興市場	13,996,571	211,898	14,208,469
來自客戶合約的收入總額	53,319,178	1,457,871	54,777,049
收入確認時間			
在某一時間點轉讓貨物	52,664,558	92,953	52,757,511
服務隨時間轉移	654,620	301,099	955,719
在某一時間點轉讓服務	–	1,063,819	1,063,819
來自客戶合約的收入總額	53,319,178	1,457,871	54,777,049

截至2024年6月30日止六個月

分類	TV及其他* (未經審核) 千港元	互聯網業務 (未經審核) 千港元	合計 (未經審核) 千港元
貨物或服務類型			
銷售貨物	43,515,661	30,653	43,546,314
建設服務	765,903	—	765,903
視頻點播服務	—	306,518	306,518
廣告、垂直類應用及其他新業務	—	874,885	874,885
來自客戶合約的收入總額	<u>44,281,564</u>	<u>1,212,056</u>	<u>45,493,620</u>
地區市場			
中國內地	18,194,431	869,837	19,064,268
歐洲	5,504,723	35,479	5,540,202
北美	7,282,697	176,363	7,459,060
新興市場	<u>13,299,713</u>	<u>130,377</u>	<u>13,430,090</u>
來自客戶合約的收入總額	<u>44,281,564</u>	<u>1,212,056</u>	<u>45,493,620</u>
收入確認之時間			
在某一時間點轉讓貨物	43,515,661	30,653	43,546,314
服務隨時間轉移	765,903	306,518	1,072,421
在某一時間點轉讓服務	—	874,885	874,885
來自客戶合約的收入總額	<u>44,281,564</u>	<u>1,212,056</u>	<u>45,493,620</u>

* TV及其他包括除互聯網業務外的所有其他五個經營分類。

6. 融資成本

	截至6月30日止六個月	
	2025年 (未經審核) 千港元	2024年 (未經審核) 千港元
以下各項的利息：		
銀行／保理貸款及票據貼現	378,176	497,732
TCL實業控股控制的公司的存款及貸款	3,861	15,187
TCL實業控股的關聯公司的存款	72	—
租賃負債的利息支出	10,125	8,439
	<u>392,234</u>	<u>521,358</u>
本期融資成本總額	<u>392,234</u>	<u>521,358</u>

7. 除稅前利潤

本集團除稅前利潤乃經扣除：

	截至6月30日止六個月	
	2025年 (未經審核) 千港元	2024年 (未經審核) 千港元
物業、廠房及設備折舊	203,617	188,058
投資物業折舊	5,942	7,450
使用權資產折舊	93,278	89,743
商譽減值*	—	126,040
其他無形資產攤銷	276,047	241,031
TCL股份獎勵計劃下僱員以股份支付薪酬福利	101,389	44,645
	<u>101,389</u>	<u>44,645</u>

附註：

* 該項目的虧損已於綜合損益及其他全面收益表入賬列為「其他營運支出」。

8. 所得稅

香港利得稅按期內在香港產生的估計應課稅利潤以16.5% (2024年6月30日：16.5%) 的稅率計提撥備。其他地區的應課稅利潤稅項按本集團經營所在國家／地區當時的稅率計算。

	截至6月30日止六個月	
	2025年 (未經審核) 千港元	2024年 (未經審核) 千港元
本期－香港		
期內稅項支出	145,912	2,640
本期－其他地區		
期內稅項支出	315,478	218,749
過往期內撥備不足	58,633	14,429
遞延	(146,827)	(6,936)
本期稅項支出總額	<u>373,196</u>	<u>228,882</u>

9. 股息

董事會已決議就截至2025年6月30日止六個月不宣派任何股息 (2024年6月30日：無)。

10. 母公司普通股股東應佔每股盈利

每股基本及攤薄盈利乃根據以下各項計算：

	截至6月30日止六個月	
	2025年 (未經審核) 千港元	2024年 (未經審核) 千港元
盈利		
用作計算每股基本及攤薄盈利之母公司普通股股東應佔之利潤：	<u>1,090,419</u>	<u>649,920</u>
股份數目		
	截至6月30日止六個月	
	2025年 (未經審核)	2024年 (未經審核)
股份		
用作計算每股基本盈利之期內發行在外普通股減就TCL股份獎勵計劃而持有的股份之加權平均數	2,415,542,163	2,434,812,243
攤薄影響－普通股之加權平均數：		
獎勵股份	<u>117,713,978</u>	<u>102,298,251</u>
用作計算每股攤薄盈利之期內發行在外普通股之加權平均數	<u>2,533,256,141</u>	<u>2,537,110,494</u>

11. 商譽

千港元

於2025年1月1日：	
成本	3,138,322
累計減值	(190,942)
賬面淨值	2,947,380
於2025年1月1日之成本，扣除累計減值	2,947,380
收購附屬公司	168,103
匯兌調整	51,563
於2025年6月30日之成本及賬面淨值(未經審核)	3,167,046
於2025年6月30日：	
成本	3,357,988
累計減值	(190,942)
賬面淨值(未經審核)	3,167,046

截至本公告日期，期內收購的附屬公司的可識別資產及負債的公平值評估尚未最終確定，因此確認暫定商譽168,103,000港元。

12. 應收貿易賬款

本集團在中國內地的大部分銷售主要貨到付款或銀行擔保的商業票據結算作出，信貸期為30日至90日。海外銷售方面，本集團一般要求使用90日至180日的信用證結賬。若干長期策略客戶的銷售按記賬形式進行，信貸期不超過180日。

除應收關聯方的該等金額外，鑑於上文所述，且事實上本集團的應收貿易賬款與大量分散客戶有關，故並無重大的信貸集中風險。本集團就兩組客戶欠付的應收貿易賬款約122,766,000港元（2024年12月31日：171,323,000港元）及約3,251,000港元（2024年12月31日：104,213,000港元）持有一項商業物業及若干政府債券作為抵押品。本集團並無就剩餘應收貿易賬款持有任何抵押品或其他加強信貸措施。其餘應收貿易賬款不計息。

於報告期間末，應收貿易賬款的賬齡分析(以發票日期計算)如下：

	2025年 6月30日 (未經審核) 千港元	2024年 12月31日 (經審核) 千港元
即期至90日	15,642,677	16,595,138
91日至180日	2,690,791	2,857,168
181日至365日	2,096,588	2,059,204
365日以上	1,684,448	1,088,325
	<u>22,114,504</u>	<u>22,599,835</u>
減值撥備	(287,763)	(266,951)
	<u>21,826,741</u>	<u>22,332,884</u>

於2025年6月30日，應收貿易賬款約548,000港元(2024年12月31日：無)已作為本集團銀行貸款的抵押。

本集團的應收貿易賬款中包括(i)將保理的應收款項970,631,000港元(2024年12月31日：1,649,838,000港元)，以及(ii)根據本集團持續參與本集團沒有保留也沒有實質上轉移絕大部分風險及回報的保理應收貿易賬款的程度而確認的資產以及相關負債2,612,000港元(2024年12月31日：11,927,000港元)。上述應收貿易賬款被分類為按公平值計入損益之金融資產。其餘應收貿易賬款賬面總額21,141,261,000港元(2024年12月31日：20,938,070,000港元)按攤餘成本計量。

13. 應付貿易賬款

於報告期間末，應付貿易賬款的賬齡分析(以發票日期計算)如下：

	2025年 6月30日 (未經審核) 千港元	2024年 12月31日 (經審核) 千港元
即期至90日	25,007,522	21,779,822
91日至180日	4,917,774	3,852,823
181日至365日	932,785	860,845
365日以上	217,241	152,961
	<u>31,075,322</u>	<u>26,646,451</u>

應付貿易賬款為免息款項，通常以介乎30日至120日的信貸期結算。

14. 計息銀行貸款及其他貸款

	2025年 6月30日 (未經審核) 千港元	2024年 12月31日 (經審核) 千港元
流動		
銀行貸款－無抵押	5,350,612	3,755,295
銀行貸款－已抵押	209,472	400,318
作為保理貿易應收賬款代價之銀行墊款	2,612	11,927
一間TCL實業控股控制之公司之貸款	20,089	4,859
	<u>5,582,785</u>	<u>4,172,399</u>
非流動		
銀行貸款－無抵押	218,771	434,423
銀行貸款－已抵押	3,168	3,237
	<u>221,939</u>	<u>437,660</u>
	<u>5,804,724</u>	<u>4,610,059</u>
分析為：		
償還銀行貸款：		
於一年內或按要求	5,562,696	4,167,540
於第二年內	219,006	219,283
於第三年至第五年內(包括首尾兩年)	705	216,066
五年以上	2,228	2,311
	<u>5,784,635</u>	<u>4,605,200</u>
分析為：		
償還其他貸款：		
於一年內或按要求	20,089	4,859
	<u>20,089</u>	<u>4,859</u>
	<u>5,804,724</u>	<u>4,610,059</u>

附註：

- (a) 於2025年6月30日及2024年12月31日，本集團銀行及其他貸款的賬面值貼近其公平值。
- (b) 於報告期間末，TCL實業控股已單獨為本集團的若干銀行貸款作擔保，擔保金額達2,914,689,000港元（2024年12月31日：1,838,914,000港元）。
- (c) 本集團的若干銀行貸款以以下資產作為抵押：若干按攤餘成本計量的債權工具投資109,660,000港元（2024年12月31日：無）、存貨99,577,000港元（2024年12月31日：400,087,000港元）、未來應收款項2,855,000港元（2024年12月31日：3,468,000港元）及應收貿易賬款548,000港元（2024年12月31日：無）。

15. 股本

	2025年 6月30日 (未經審核) 千港元	2024年 12月31日 (經審核) 千港元
法定：		
3,000,000,000股（2024年12月31日：3,000,000,000股） 每股1.00港元之股份	<u>3,000,000</u>	<u>3,000,000</u>
已發行及已繳足：		
2,520,935,155股（2024年12月31日：2,520,935,155股） 每股1.00港元之股份	<u>2,520,935</u>	<u>2,520,935</u>

16. 比較金額

若干比較金額已獲重新分類以符合本期之呈列及披露。

購買、出售或贖回股份

於截至2025年6月30日止六個月期間，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司上市證券（包括庫存股份）。

中期股息

董事會已決議就截至2025年6月30日止六個月不宣派任何股息（2024年6月30日：無）。

企業治理

本公司已建立並將持續優化風險管理及內部控制系统，管理層定期與董事會及審核委員會匯報本公司治理的情況及改進進展，以不斷加強董事會與管理層在企業治理上的協作，並履行各自在企業治理方面的職責。

本公司於截至2025年6月30日止六個月內已遵守企業管治守則的守則條文。

審核委員會

審核委員會已聯同本公司管理層審閱本集團截至2025年6月30日止六個月的未經審核中期簡明綜合財務報告，包括本集團採納的會計原則。於本公告日期，審核委員會由三名成員組成，包括劉紹基先生（主席）、王一江教授及許志堅先生，其均為獨立非執行董事。

本公司董事進行證券交易的標準守則

本公司已就董事進行證券交易訂立行為守則，其條款嚴格程度不低於標準守則所列明的規定準則。經向全體董事作出特定查詢後，全體董事已確認其於截至2025年6月30日止六個月內已遵守標準守則所列明的規定準則，以及本公司有關董事進行證券交易的行為守則。

遵守不競爭契約

本公司已收到來自TCL實業控股及T.C.L.實業(香港)的書面確認，確認自2025年1月1日起至2025年6月30日止期間(包括首尾兩日)，其均已充分遵守於2020年6月29日簽訂的以本公司為受益人的不競爭契據(2020)。

本公司已收到來自TCL科技的書面確認，確認自2025年1月1日起至2025年6月30日止期間(包括首尾兩日)，其已充分遵守由TCL科技、T.C.L.實業(香港)及本公司於2020年6月29日簽訂的終止契據(2020)。

獨立非執行董事已審閱不競爭契據(2020)及終止契據(2020)的相關確認書，且均信納自2025年1月1日至2025年6月30日止期間(包括首尾兩日)不競爭契據(2020)及終止契據(2020)已獲遵守。

釋義

於本公告內，除文義另有所指外，下列詞彙具有以下涵義：

「2008年股份獎勵計劃」	指	本公司於2008年2月6日採納的限制性股份獎勵計劃(經不時修訂或修改)，並已於2023年2月5日屆滿；
「2016年購股權計劃」	指	本公司於2016年5月18日採納的購股權計劃，並已於2023年11月3日終止；
「2023年股份獎勵計劃」	指	本公司於2023年11月3日採納的股份獎勵計劃；
「2023年購股權計劃」	指	本公司於2023年11月3日採納的購股權計劃；
「AI」	指	人工智能；
「AR」	指	增強現實；
「審核委員會」	指	本公司的審核委員會；
「AVOD」	指	Ad-Based Video-on-Demand(廣告型視頻點播)，一種免費向用戶提供點播影片內容的服務，其成本由廣告支持；

「董事會」	指 董事會；
「CES」	指 國際消費類電子產品展覽會；
「企業管治守則」	指 上市規則附錄C1所載的企業管治守則；
「CINNO Research」	指 上海華商光電科技產業研究院，一家專注於顯示、半導體、消費電子、智能製造及關鍵零部件等泛半導體產業鏈的第三方諮詢機構；
「Circana」	指 Circana集團，由NPD Group L.P.和Information Resources Corporation合併而成，是一間提供全球數據、行業專業知識及不同觀點分析的市場調研公司；
「中怡康」	指 北京中怡康時代市場研究有限公司，一間專注於中國消費品及家電零售市場的研究機構；
「守則條文」	指 企業管治守則第二部分所載守則條文；
「本公司」／「TCL電子」	指 TCL電子控股有限公司，一間於開曼群島註冊成立的有限公司，其股份於聯交所主板上市（股份代號：01070）；
「不競爭契據(2020)」	指 由TCL實業控股、T.C.L.實業（香港）及本公司於2020年6月29日以本公司為受益人簽立的契據，據此，TCL實業控股及T.C.L.實業（香港）各自己承諾不會（在本公司日期為2020年6月29日的公告第39頁所界定的例外情況除外）直接或間接進行或從事製造及組裝TCL品牌電視機及智能手機或於其中擁有權益；

「終止契據(2020)」	指	由TCL科技、T.C.L.實業(香港)及本公司於2020年6月29日簽立的契據，據此，各訂約方同意終止經不時修訂的不競爭契據(1999)(定義見本公司日期為2020年6月29日的公告第48頁)，TCL科技承諾不會(在本公司日期為2020年6月29日的公告第39頁所界定的例外情況除外)直接或間接經營或從事製造及組裝TCL品牌電視機或於其中擁有權益；
「董事」	指	本公司董事；
「迪顯諮詢」	指	一家專注於顯示與半導體產業鏈的專業諮詢公司；
「新興市場」	指	亞太(不包括中國)、拉丁美洲、中東及非洲等地區；
「FAST」	指	Free Ad-Supported Streaming TV，一種流媒體服務，用戶可以免費觀看內容，但需要觀看廣告；
「本集團」	指	本公司及其附屬公司的統稱；
「GW」	指	吉瓦，相當於十億瓦，電力單位；
「港元」	指	港元，香港法定貨幣；
「香港會計準則」	指	香港會計準則；
「香港財務報告準則」	指	香港財務報告準則會計準則；
「香港會計師公會」	指	香港會計師公會；
「香港」	指	中國香港特別行政區；
「香港公司條例」	指	香港法例第622章公司條例；
「香港聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司；

「IDC」	指 國際數據集團，一家提供信息技術、電信行業和消費科技市場相關的市場信息和諮詢服務的全球供應商；
「物聯網」	指 物聯網；
「IP」	指 知識產權；
「京東商智」	指 京東官方推出的一款大數據智能分析工具，幫助商家進行精細化的數據分析，實現智慧化運營和數據化營銷；
「LED」	指 發光二極管；
「上市規則」	指 聯交所證券上市規則；
「標準守則」	指 載於上市規則附錄C3的上市發行人的董事進行證券交易的標準守則；
「Omdia」	指 由研究部門 (Ovum/Heave Reading和Tractica) 與收購的HIS Markit International合併而成，是一家全球技術研究機構；
「OTT」	指 Over The Top的縮寫，即通過互聯網直接向觀眾提供各種媒體服務；
「中國」	指 中華人民共和國，但就本公告而言，僅供地理參考之用，除文義另有所指外，本公告中提及的「中國」不適用於中國香港、澳門特別行政區及中國台灣；
「量子點」	指 量子點顯示技術；
「研發」	指 研究及開發；

「雷鳥創新」	指	雷鳥創新技術(深圳)有限公司，一間根據中國法律成立的有限公司，本集團主要通過該公司開展智能眼鏡業務，截至2025年6月30日，本集團持有該公司約9.80%的股份；
「洛圖科技」	指	北京洛數合圖科技有限公司，中國一家提供數據產品服務及研究諮詢服務的第三方機構；
「股份」	指	本公司股份；
「股東」	指	本公司股東；
「附屬公司」	指	具有上市規則對「附屬公司」一詞所界定的涵義的任何實體，而「該等附屬公司」一詞須作相應詮釋；
「TCL實業控股」	指	TCL實業控股股份有限公司(前稱TCL實業控股(廣東)股份有限公司)，一間根據中國法律成立的股份有限公司；
「T.C.L.實業(香港)」	指	T.C.L.實業控股(香港)有限公司，一間於香港註冊成立的有限公司，為直接控股股東，及TCL實業控股的全資附屬公司；
「TCL SEMP Eletroeletronicos」	指	TCL SEMP Eletroeletronicos Ltda.(前稱為SEMP TCL Mobilidade Ltda.)，一間根據巴西法律註冊成立的有限責任公司，本公司的間接附屬公司；
「TCL股份獎勵計劃」	指	2008年股份獎勵計劃及2023年股份獎勵計劃的統稱；
「TCL購股權計劃」	指	2016年購股權計劃及2023年購股權計劃的統稱；

「TCL科技」	指	TCL科技集團股份有限公司（前稱TCL集團股份有限公司），一間根據中國法律成立的股份有限公司，其股份於深圳證券交易所上市（股份代號：000100.SZ）；
「天貓生意參謀」	指	阿里巴巴官方提供的商家統一數據平台，專為淘寶和天貓商家涉及的一款大數據驅動的商業分析平台；
「TV」	指	電視或電視機；
「超高清」	指	超高清；
「美國」	指	美利堅合眾國；
「Wellsenn」	指	維深信息，是一家專注於對虛擬現實、增強現實及混合現實產業上遊供應鏈和整機，中游軟件、下遊內容以及應用場景進行系統性跟蹤和垂直研究的機構；
「XR」	指	擴展現實；及
「%」	指	百分比。

代表董事會
TCL電子控股有限公司
杜娟
主席

香港，2025年8月22日

於本公告日期，董事會成員包括執行董事杜娟女士、張少勇先生、彭攀先生及孫力先生；及獨立非執行董事王一江教授、劉紹基先生及許志堅先生。