

TCL

2021

全年業績報告

TCL電子控股有限公司

TCL ELECTRONICS HOLDINGS LIMITED

於開曼群島註冊成立之有限公司

(股份代號: 01070.HK)

2022年3月



**INSPIRE
GREATNESS**



杜娟女士
主席兼執行董事

- 中南財經政法大學投資系學士
長江商學院EMBA
- 2021年8月任公司董事會主席及執行董事
- 加入公司前在TCL集團擔任要職超過20年，其中歷任TCL科技副總裁、COO及CFO



張少勇先生
CEO

- 西北工業大學管理系學士
中國人民大學EMBA
- 2000年加入TCL，歷任TCL電子產品中心總經理、TCL電子副總裁及中國區總經理
- 擔任人民大學校友會副會長等社會職務



胡殿謙先生
執行董事兼CFO

- 國立台灣大學工商管理學士
美國紐約大學MBA
- 2020年底加入TCL擔任執行董事兼CFO
- 15年金融行業從業經驗，曾在高盛集團擔任執行董事；並曾任多家上市公司董事及CFO等重要職位



孫力先生
非執行董事兼CTO

- 上海交通大學工學碩士
- 2004年加入TCL，超過20年電子和通訊行業研發經驗，之前在Alcatel從事研發工作
- 曾任中科創達副總裁，負責人工智能和電腦視覺



李宏偉先生
雷鳥科技總經理
兼創新業務群總經理

- 北京大學計算機理學碩士
- 2018年加入TCL，擁有10多年互聯網、科技行業創業經驗
- 《財富》中國40 under 40商業精英
- 曾任職於思科系統（中國）研發中心和愛奇藝



張欣先生
通訊事業部總經理

- 同濟大學通信工程專業學士
長江商學院MBA
- 2002年加入TCL通訊，歷任TCL通訊副總裁及全球銷售與市場中心總經理，2020年任TCL通訊總經理
- 曾在上海貝爾公司和戴爾公司任職高級工程師



羅濱先生
戰投部總經理

- 南京大學計算機科學與技術碩士
- 2018年加入TCL，歷任TCL科技副總裁，TCL科技及TCL實業戰略投資部總經理
- 曾在麥肯錫（上海）公司擔任TMT行業研究分析師，創業加盟久謙諮詢董事合夥人，阿里巴巴集團菜鳥網路CEO助理、戰略合作及新業務孵化負責人等要職

TCL



**INSPIRE
GREATNESS**

目錄

1

環境與戰略

2

業務回顧

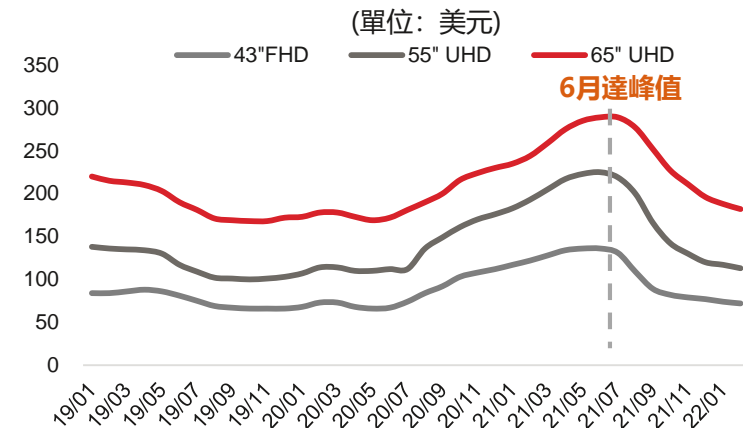
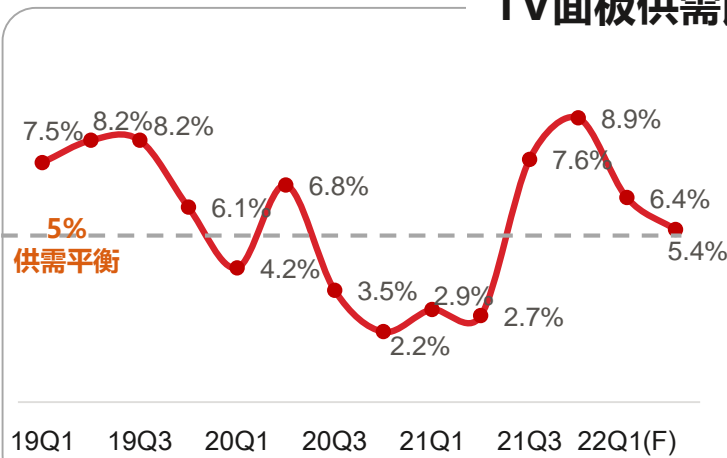
3

未來展望

2021年全球TV銷售額¹



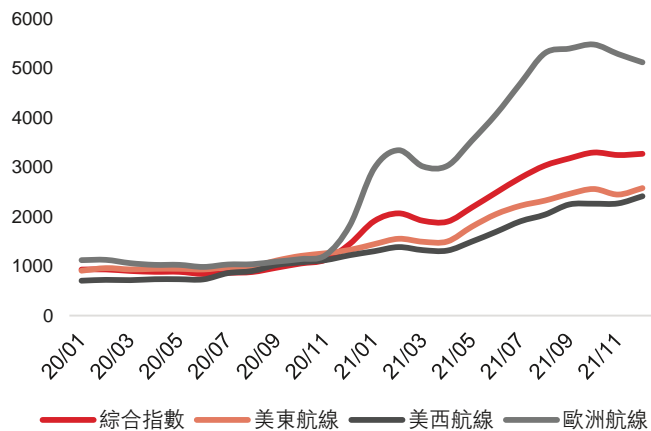
TV面板供需比及價格走勢³



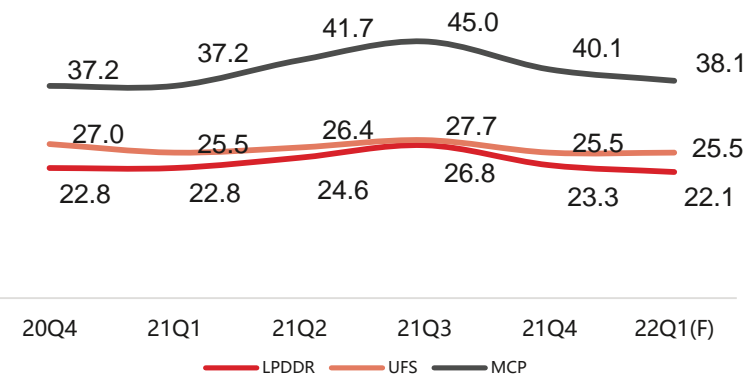
2021年全球手機銷售額²



中國出口集裝箱運價指數⁴



手機存儲器價格走勢³



數據來源：1.Omdia 2.IDC 3.群智諮詢 4.上海航運交易所

制定5年戰略計劃，明確經營思路，優化業務及組織結構

品牌引領價值 相對成本優勢
 聚焦中高端突圍 海外和新賽道重點突破

業務架構



組織架構



工業基礎
+
研發能力



全球佈局
+
多元渠道



品牌
+
零售

TCL



**INSPIRE
GREATNESS**

目錄

1

環境與戰略

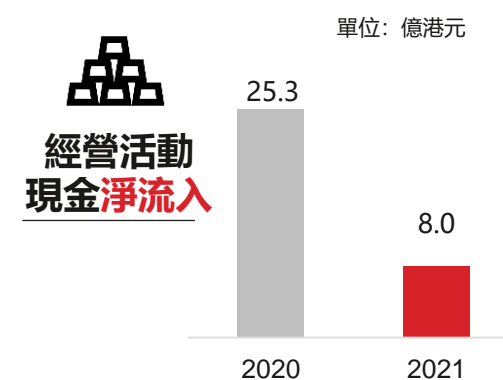
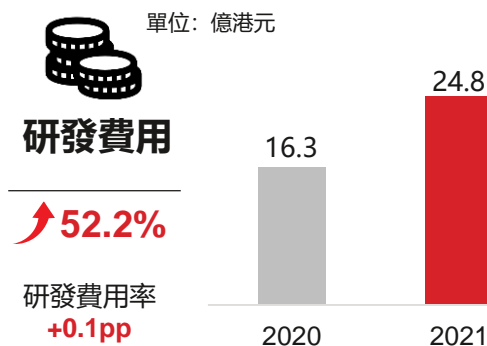
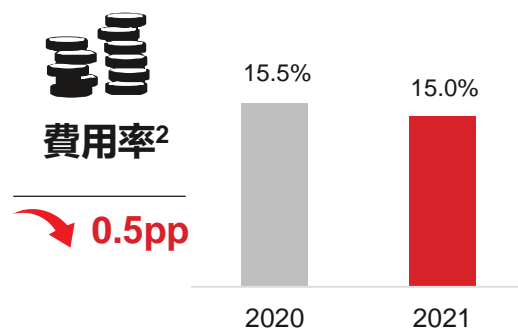
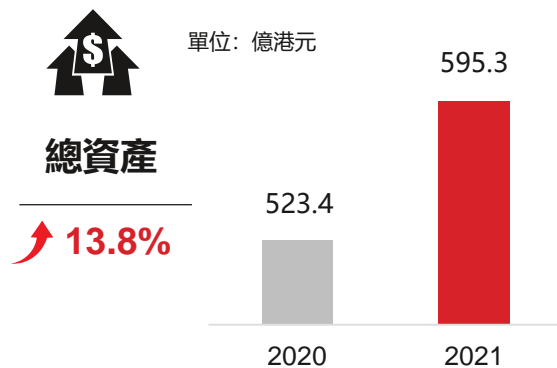
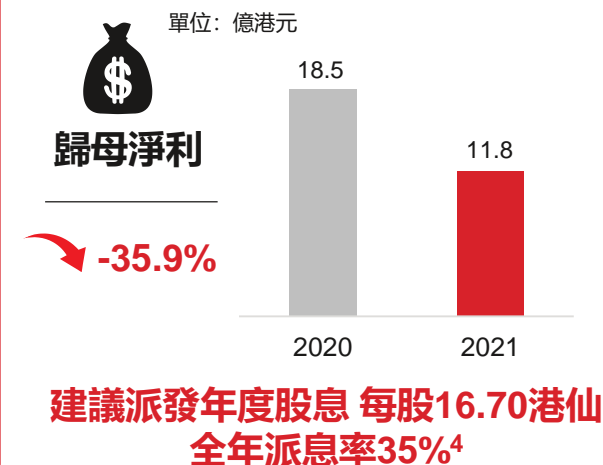
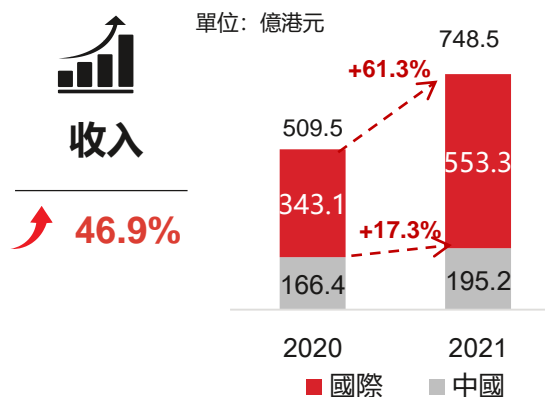
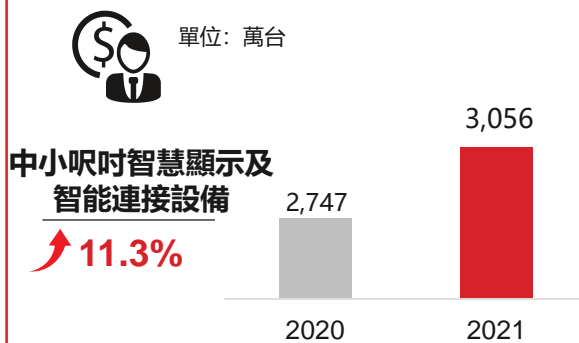
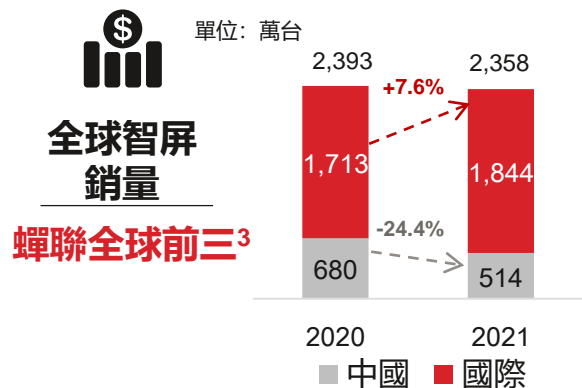
2

業務回顧

3

未來展望

2021年業績摘要¹ | 收入規模增長，研發投入加大，但經營能力有待進一步提升



附註：

1. 本集團於2020年出售ODM業務，因此2020年業績數據僅包括可持續經營業務；2020年8月底完成收購TCL通訊，2020年報表僅包含當年9-12月的TCL通訊財務數據

2. 費用率計算包含銷售及分銷支出和行政支出

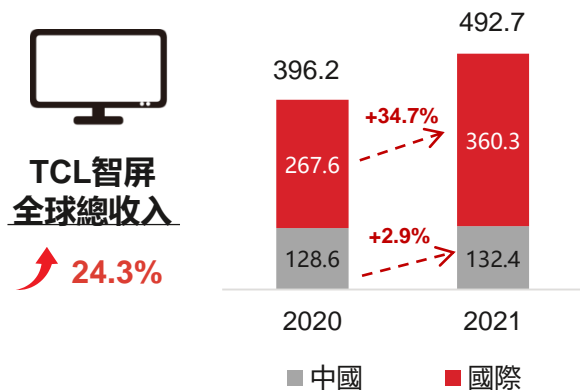
3. 數據來源：Omdia 2021年品牌TV全球出貨量排名；2021年全球TV出貨總量下滑5.3%

4. 按歸母淨利潤35%派發股息

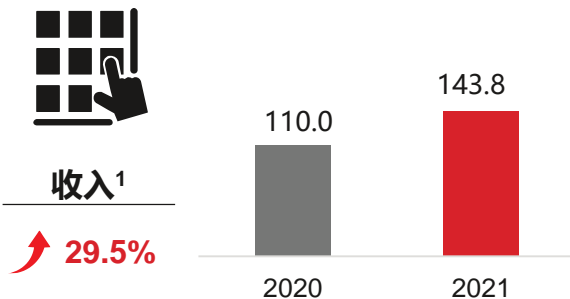
顯示業務 收入規模持續擴大

單位：億港元

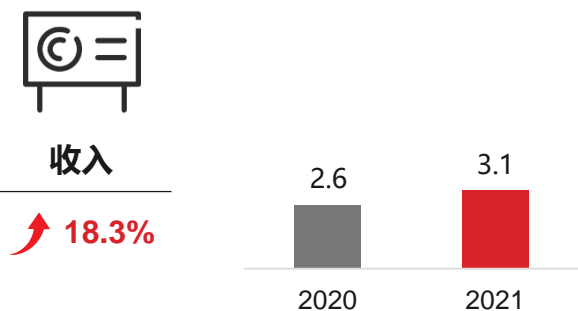
大吋吋顯示



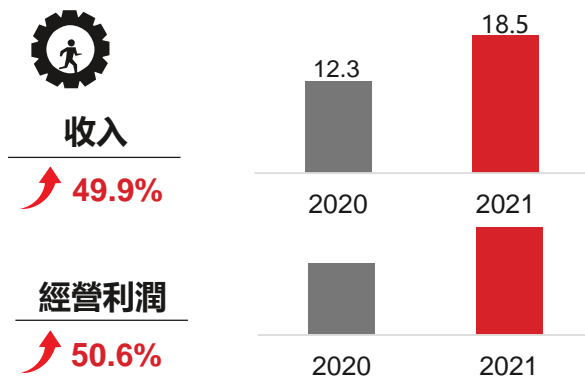
中小吋吋顯示



智慧商顯

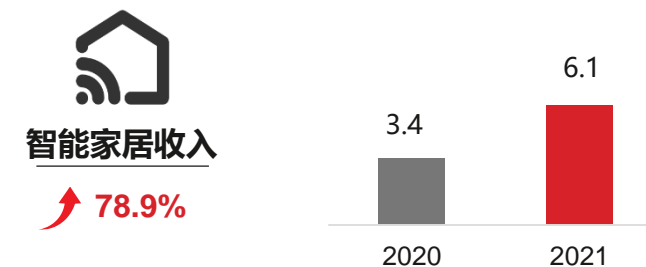
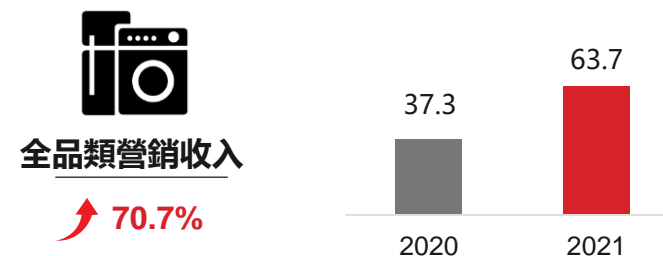
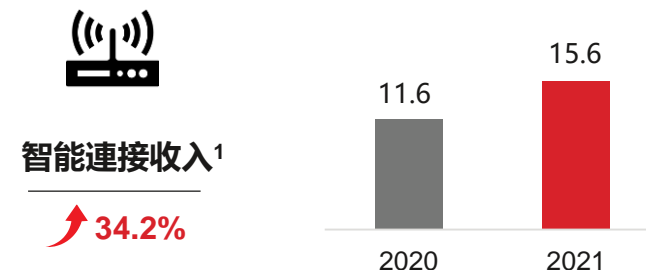


互聯網業務 互聯網業務盈利貢獻顯著



創新業務 收入規模大幅增長

單位：億港元



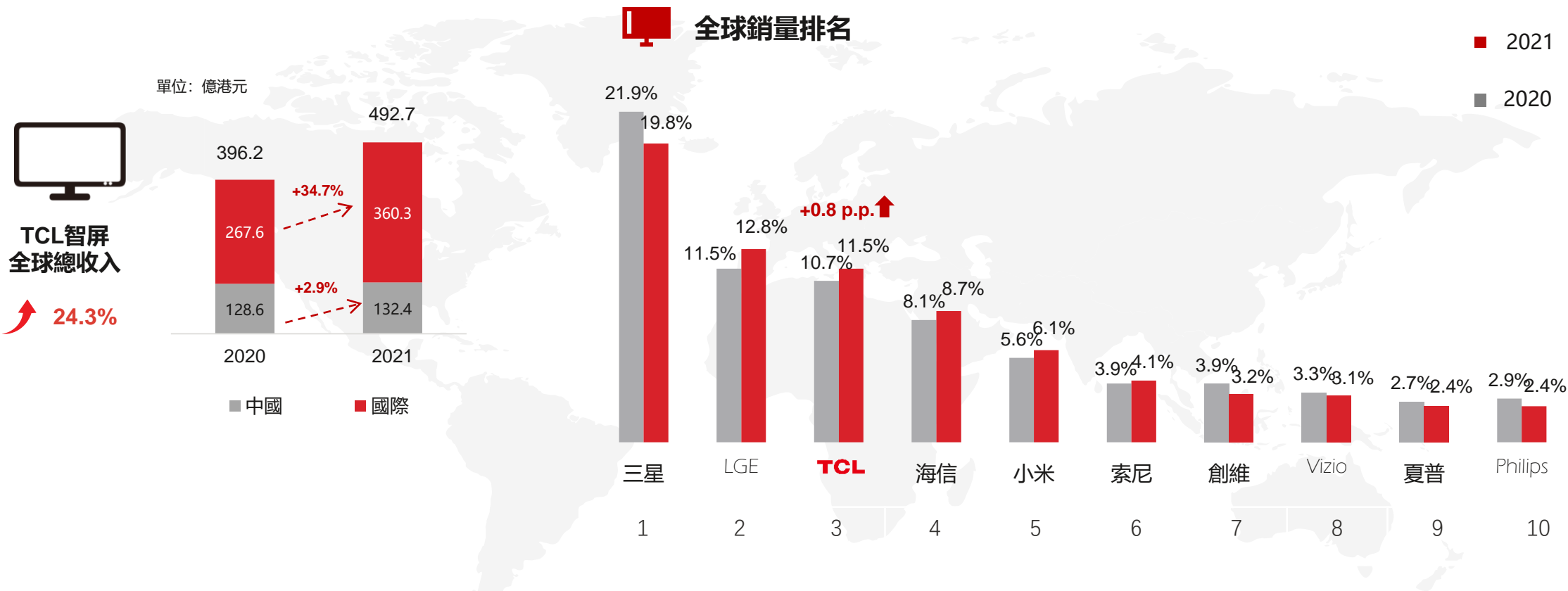
1.1 顯示業務—大吋吋顯示 | TCL智屏表現優於行業平均水平, 全球市佔率持續提升



2021年大吋吋顯示

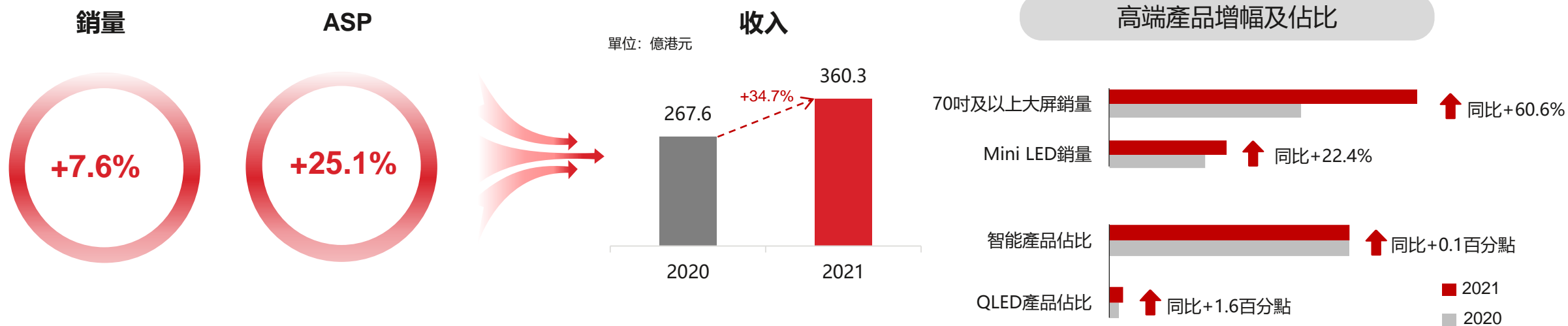


2021年TCL整體TV銷量市場份額穩居前三*



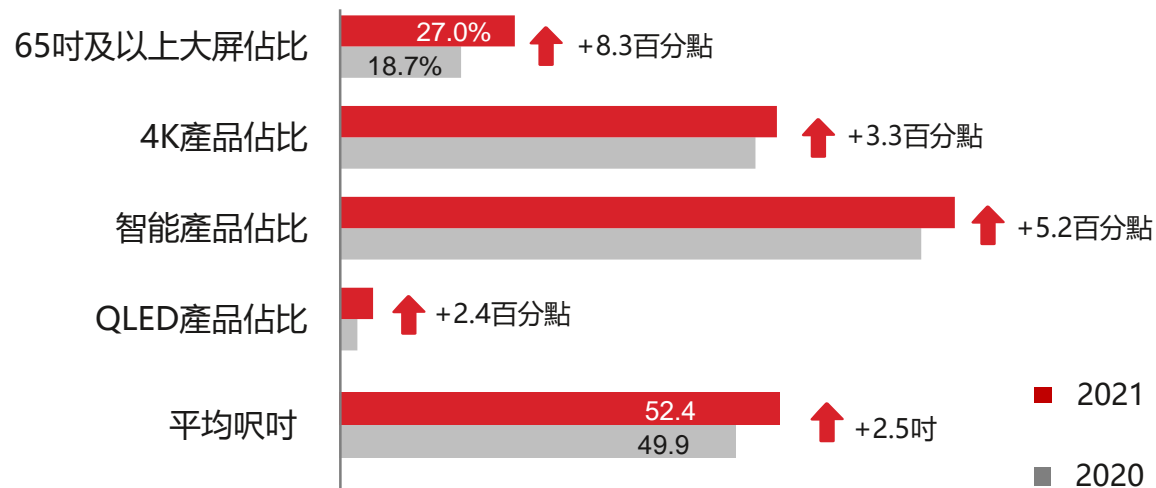
附註: *數據來源: 2021年Omdia全球品牌TV出貨量排名; 2021年全球TV出貨總量下滑5.3%

1.1 顯示業務—大吋吋顯示 | 國際市場銷量保持逆勢增長, ASP和收入顯著提升



1.1 顯示業務—大吋吋顯示 | 中國市場得益於高端產品滲透率顯著提升, ASP大幅增長

高端產品佔比及平均吋吋

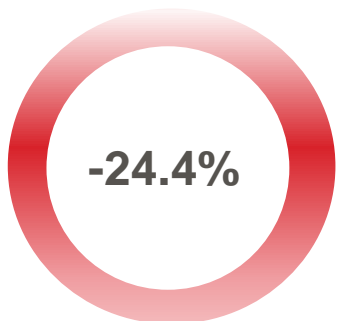


中國市場量子點及Mini LED智屏銷量

全渠道銷量排名#



銷量

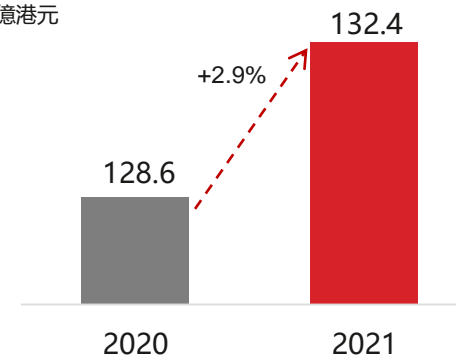


ASP



收入

單位: 億港元



附註: #中怡康全渠道數據

1.2 顯示業務—智慧商顯 | 攜手互聯網巨頭共建商顯生態，但渠道力需進一步加強

TCL電子攜手釘釘、騰訊生態，抓住會議室視頻化契機，**發力交互平板市場**；發揮業務協同，加強與國際系統平台合作



NXTHUB V60
推出國內首款**釘釘**會議
安卓版視頻會議大屏

All in One 一屏搞定
集白板、顯示器、投影儀、
迎賓屏、攝像頭、麥克風、
音響於一體

榮獲2021年美國IDEA獎
(國際工業設計卓越獎)



NXTHUB F1 MAX
再次聯合**釘釘**推出
視頻會議大屏

高顏值、超輕薄
4K高清全面屏、4K攝像頭
專屬會議畫質引擎、防藍光

釘釘視頻會議旗艦產品F2
即將上市



NXTHUB V61
獲**騰訊**會議Rooms認證

企業級信息安全
獲得等保2.0三級證書、
可信雲、SOC2 Type 2等
專業認證

一線網絡運營商



中小吋顯示¹

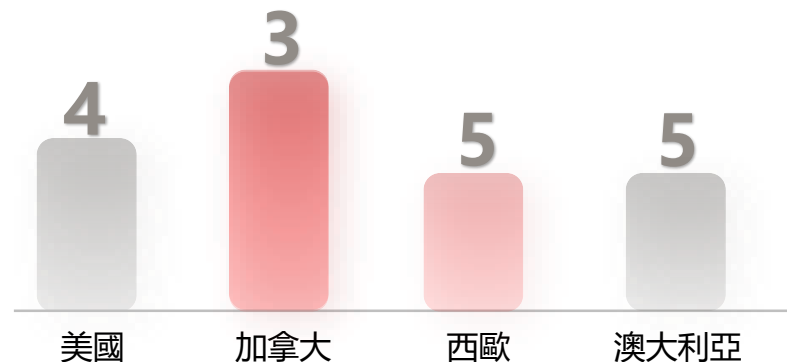


銷量



收入

TCL 手機銷量排名²



TCL 20 Pro 5G
榮獲2022 CES
“創新大獎”

TCL 20 5G



DISPL. "A" GREATNESS

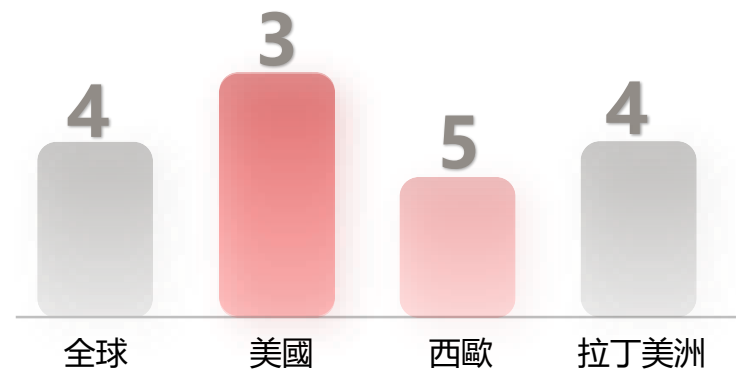


TCL 30系列5G新品
亮相2022 CES

TCL 30 5G



TCL 安卓平板銷量排名²



智能平板-致力打造教育平板全球領先，構建教育行業軟、硬、服生態

TCL “隨學系列”三款平板國內首發，構建“慧學、伴學、護學”教育新場景

- ✓ TCL “未來紙”顯示技術，手感接近真紙
- ✓ 自主研發“十重護眼濾藍光”技術，獲得德國萊茵TÜV實驗室權威認證
- ✓ 精心設計的軟硬體系統和內容體系
- ✓ 智能AI演算法打造智慧助學系統



2.1 創新業務—智能連接 | 藉助運營商渠道，銷售規模大幅增長，全年銷量及收入同比增長超三成 **TCL**

智能連接及穿戴設備¹

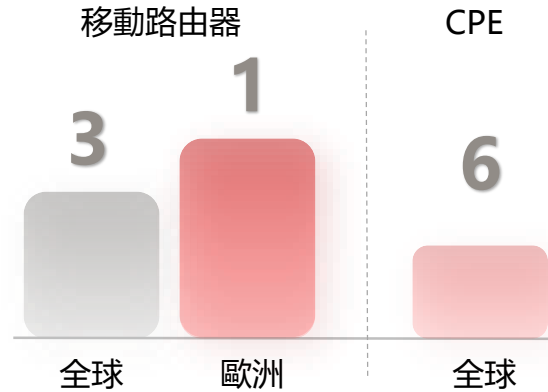


銷量



收入

TCL 銷量排名²



路由器



產品

- ✓ 聚焦帶SIM路由產品
- ✓ 突破5G CPE, 5G MIFI, CAT6 CPE, 4G Home phone四個新品類產品

渠道

- ✓ 聚焦運營商渠道，突破北美Verizon, TracFone及南非MTN Group
- ✓ 2021年成為Vodafone, Orange, DT三大運營商渠道的第一大路由器供應商



AR眼鏡：雷鳥智能眼鏡先鋒版亮相CES

- ✓ 業內首款雙目全彩MicroLED全息光波導AR眼鏡
- ✓ 首創全彩微顯示引擎
- ✓ 突破行業技術瓶頸，在效率、色散、可量產性上取得了平衡
- ✓ 率先在輕薄眼鏡形態上實現畫面全彩高亮顯示



XR眼鏡：TCL NXTWEAR Air 全新上市

- ✓ 重量較上一代更輕只有75g，可更換前擋鏡片
- ✓ 140英寸螢幕4米觀影距離的可攜式影院體驗2D、3D全高清觀影
- ✓ 觀影、手遊、遠程辦公等多樣化場景
- ✓ 榮獲IDG「最具創新產品獎」



智能穿戴



產品

- ✓ 抓住用戶功能需求及價格精準定
- ✓ 成功上市2款預期跑量產品

渠道

- ✓ 歐洲To C渠道的逐步打開
- ✓ 開展重點國家的市場營銷推廣
- ✓ 有利於提升TCL品牌和市場知名度

附註： 1.公司2020年9月併入TCL通訊，以上數據主要包含通訊法人口徑的全年同比數據 2.上述市場排名依據2021年TSR全球出貨量數據

2.2 創新業務—智能家居 | 積極進軍海外市場，打造多品類IoT產品

TCL電子憑藉強大的國際品牌力和廣泛的全球渠道資源，**打造多品類IoT產品**，積極進軍海外市場，並加快國內2B市場滲透



智能門鎖



Sweeva
激光掃地機器人



Breeva
空氣淨化器



TCL TS9030 RAY•DANZ Soundbar

音箱

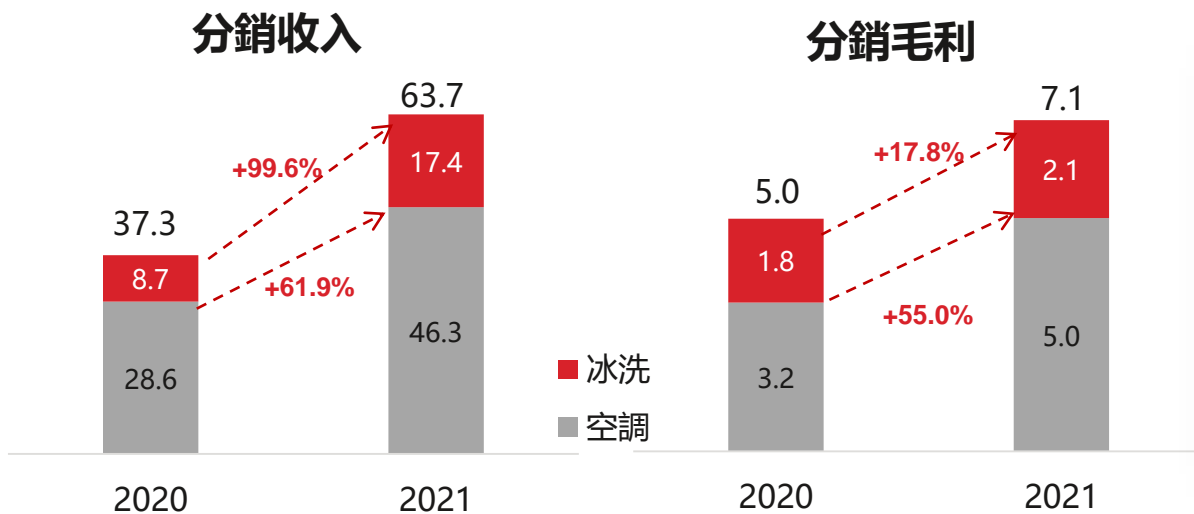
榮獲EISA頒發的EISA 'Best Buy Soundbar – 2020-2021' 獎項



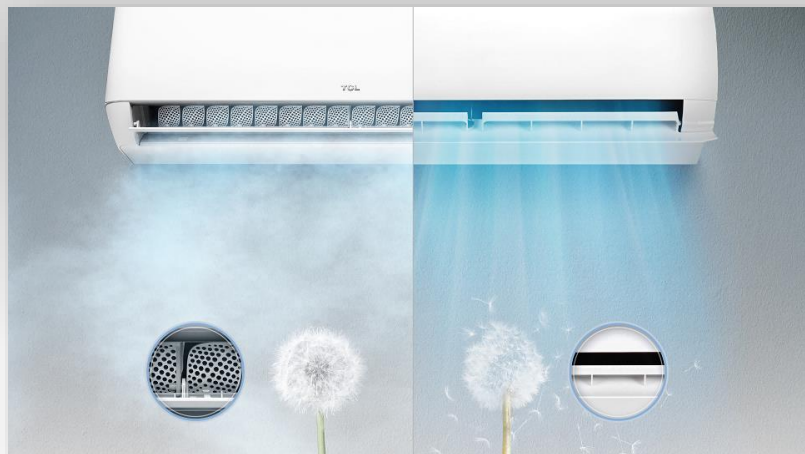
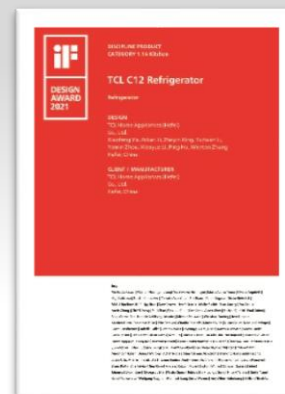
抽濕機

2.3 創新業務—全品類營銷 | 完善智能物聯全品類佈局，發揮品牌/渠道協同效益，分銷全品類產品 **TCL**

單位：億港元



冰洗產品獲得國內外多個獎項



國家政策利好

- ✓ 目標：2030年前實現二氧化碳排放達到峰值，2060年前實現碳中和
- ✓ “整縣推進”示範縣推進目標：2023年前實現農戶、工商業、公共建築、黨政機關屋頂光伏覆蓋率達到一定比例
- ✓ 《智慧光伏產業創新發展行動計畫(2021—2025年)》，要求在有條件的城鎮和農村地區，統籌推進居民屋面智慧光伏系統

產業協同

TCL電子

- ✓ 符合國家助農惠農導向，在新能源時代下持續提升TCL品牌的影響力和號召力
- ✓ 具備下沉渠道優勢，在3-5級城市傳統及O2O渠道客戶超47000家門店，帶動多品類銷售
- ✓ 增加用戶運營，提升APP日活量（能源管理有望成為高頻的用戶交互場景），導入更多的C端流量，創造更多用戶運營和產品營銷的機會

中環股份

- ✓ 具備供應鏈一體化優勢，公司是上游矽片環節的雙寡頭之一，同時佈局一直延伸至下游光伏元件，實現垂直供應鏈保障
- ✓ 具備行業領先的技術和研發能力以及優質各類矽片、電池片、元件等光伏產品供應，是業內唯一實現G12大尺寸與高密度疊瓦技術完美結合的光伏企業
- ✓ 具備豐富各類光伏電站專案運營經驗，提供優質的技術和服務保障

商業解決方案

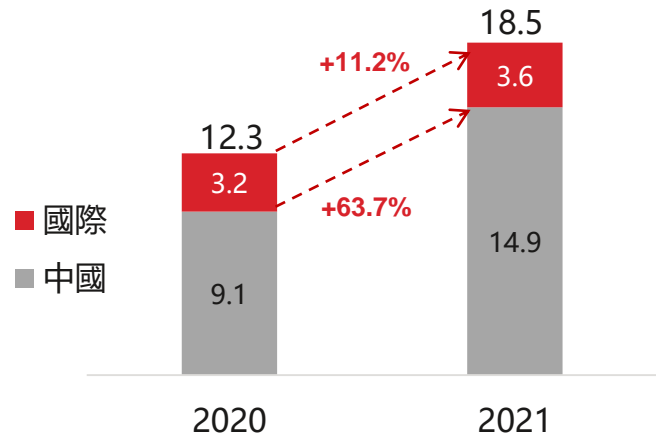
家電企業操作 戶用光伏項目



3.1 互聯網業務 | 全球互聯網業務收入同比顯著增長49.9%， 盈利能力高

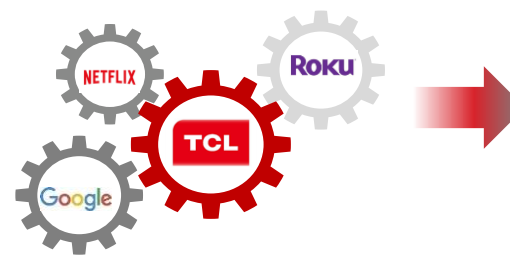
全球互聯網收入

單位：億港元



國際市場成績

- ✓ 與Roku、Google和Netflix等巨頭合作，為用戶提供極致服務體驗
- ✓ 2021年開始從Google獲得平台運營收入分成



2021年持續深化與互聯網巨頭的全球合作

TCL Channel

- 已在北美、歐洲、中南美洲、亞太地區等**58個**國家上線，較2020年大幅增加**46個**
- 截止2021年底，全球累計用戶數量達到**705萬**

中國市場：雷鳥網絡科技負責智能電視的系統開發及運營

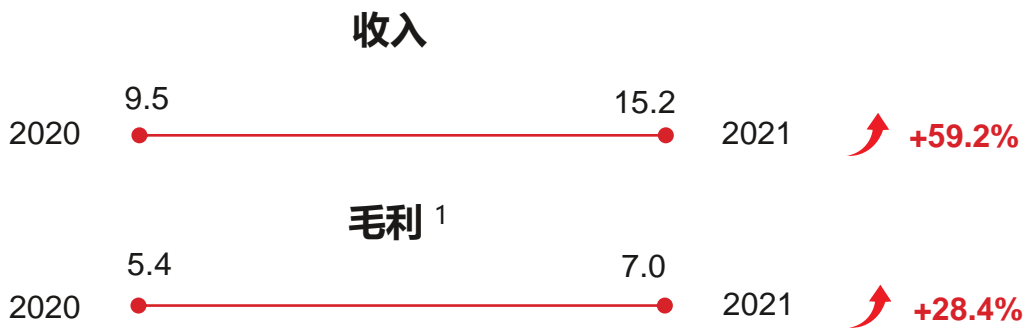


國際市場：搭載第三方OTT系統，運營TCL Channel內容集成應用平台

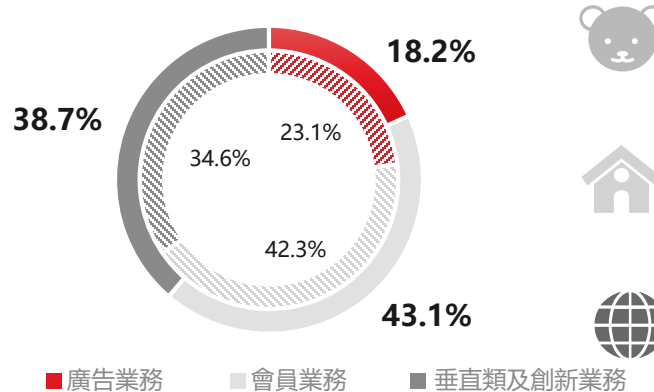


3.2 互聯網業務 | 雷鳥網絡科技：運營效率持續提升，創新業務規模化增長

單位：億港元



雷鳥網絡科技收入佔比
外圈2021vs 內圈2020

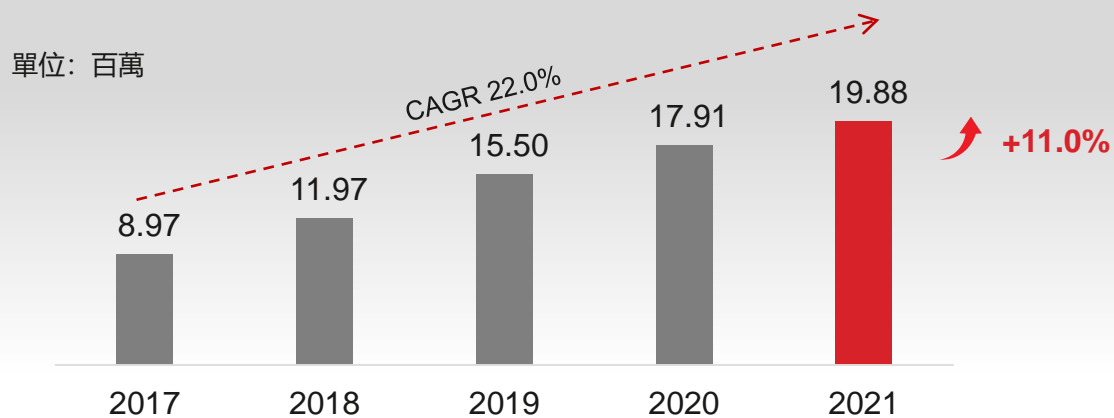


持續創新，新業務收入增長顯著



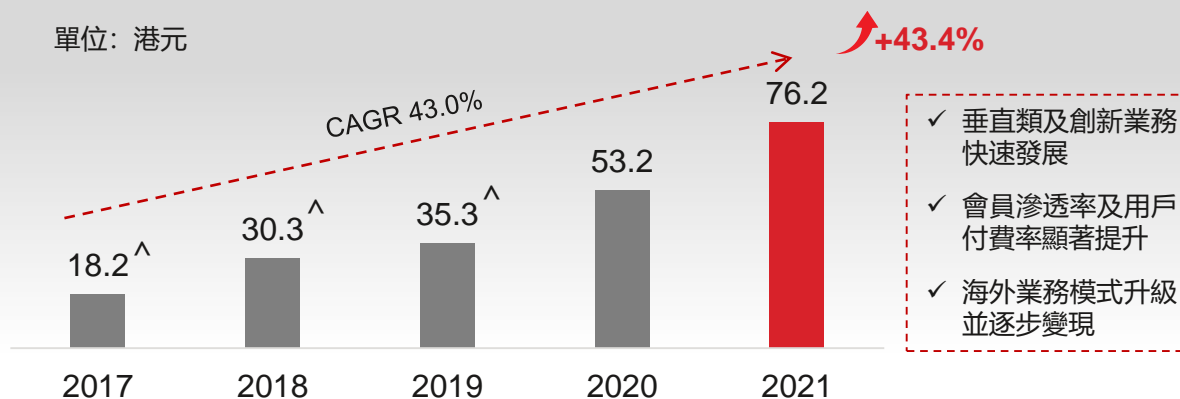
中國月度活躍用戶數

單位：百萬



ARPU

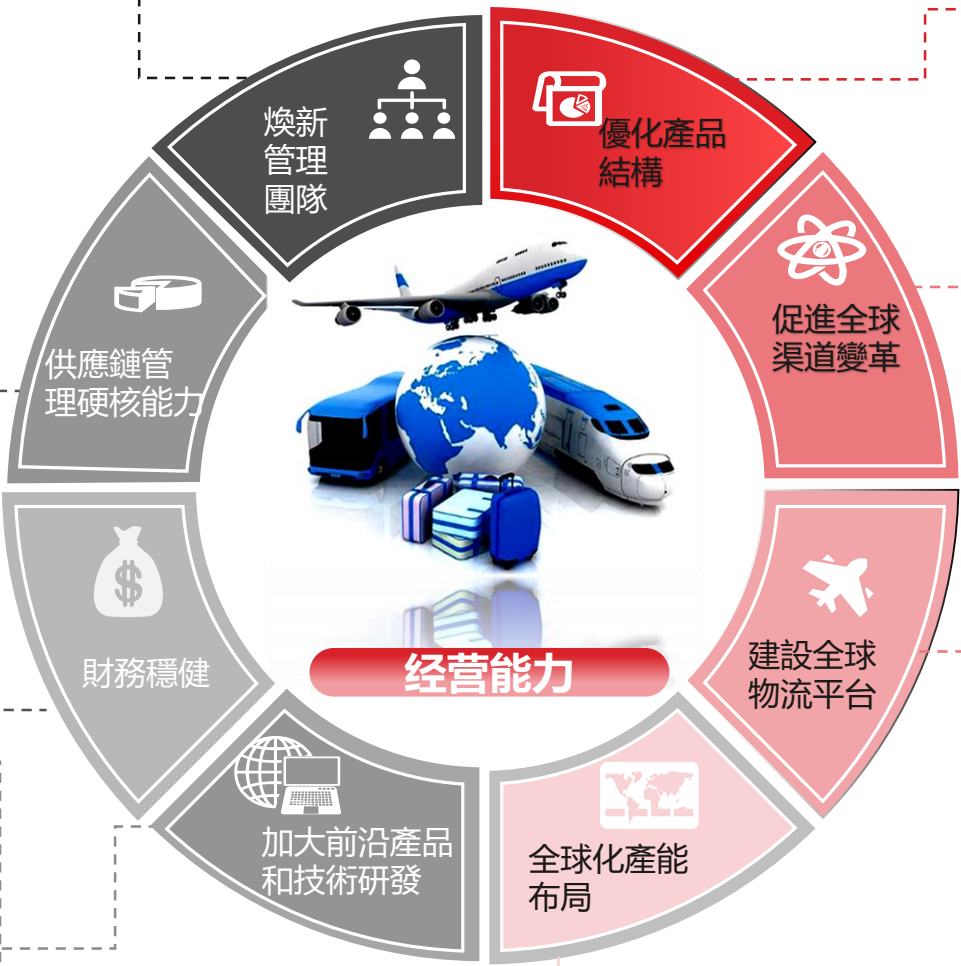
單位：港元



- ✓ 垂直類及創新業務快速發展
- ✓ 會員滲透率及用戶付費率顯著提升
- ✓ 海外業務模式升級並逐步變現

附註：[^] 經重列； 1. 雷鳥毛利率下降，主要是因為雷鳥不斷增強自主運營平台的能力，會員業務、垂直類及創新業務收入增速較廣告業務增長更快，佔比同比提升顯著，而會員業務、垂直類及創新業務的毛利率低於廣告業務

- ✓ 集結TCL體系優秀骨幹，積極變革創新，制定5年戰略計畫，明確經營思路，優化業務及組織結構
- ✓ 各業務負責人深耕行業多年，擁有核心業務先進的專業知識和豐富的行業經驗，具備超強執行力，帶領公司創新突破
- ✓ 上下游產業協同效應，達到屏、模組、整機製造一體化，是唯一一家擁有全產業鏈完整佈局的中國智屏製造企業
- ✓ 產業鏈一體化優勢、規模效益、供應商長期穩定合作、資金優勢，戰略備貨
- ✓ 經營活動現金流保持淨流入
- ✓ 低息環境下，合理發揮公司融資能力，擴展業務規模，加大研發投入，培育創新業務
- ✓ 加強資金高效運作，有效控制財務風險，資本負債比率(淨額)為零
- ✓ 全球率先佈局及量產Mini LED智屏，提高Mini LED產能及產品滲透率
- ✓ 專注QLED、Mini LED高端產品研發，擴大在高端產品領域的競爭優勢
- ✓ 智慧移動產品加大科技化發展，5G智能手機、平板持續升級，積極佈局AR/VR賽道
- ✓ 鴻鵠實驗室軟硬件研發一體，提升智能產品使用者的體驗，提升研發轉換效率



- ✓ 高端產品QLED滲透率提升1.9p.p., Mini LED銷量顯著提升50%以上
- ✓ 推出高毛利率、高端新品，獲得國際大獎認可
- ✓ 中國及國際市場智屏ASP分別同比提升36.0%和25.1%
- ✓ 持續深化全球公開渠道
 - 北美：打通六大渠道，覆蓋90%以上市場
 - 歐洲：渠道開拓已見成效，打入重點市場的主流線下零售渠道
 - 新興市場：持續加強線上銷售
- ✓ 強化全球運營商渠道優勢
- ✓ 加速國內渠道變革，提升零售能力，加強數字化運營能力
- ✓ 2022年將持續與戰略供應商中遠海、核心供應商馬士基深化合作
- ✓ 主要市場建立自有倉庫保證出貨順暢，提升交貨效率，快速回應市場變化
- ✓ 波蘭工廠提高蓉歐班次櫃位數量，加強陸路運輸能力

- ✓ 在中國、墨西哥、越南、波蘭、巴西等地均有設廠，年產能超3,000萬台，打造全球工業能力
- ✓ 持續提升海外產能，靈活應對市場變化



顯示技術業內領先，打造核心技術制高點

- ✓ 與華星研發協同，不斷提升高端顯示技術開發和應用，保持行業領先地位
- ✓ 圍繞畫質、人機交互、操作系統，AR光學設計、音視頻、5G，人工智能等技術創新平台，打造頂尖核心技術控制點，提升產品的綜合競爭力
- ✓ 通過組織開發模式變革，進一步鞏固行業領先的產品開發效率

強化智能連接能力，打造全場景智慧健康生活

- ✓ 重點圍繞AI、IoT、大數據和云服務，進行連接、交互、智能化平台的建設和場景落地
- ✓ 以用戶需求和使用體驗為中心，為用戶創造極致體驗與價值

加大軟件平台建設，提升全球用戶體驗

- ✓ 重點提升系統的流暢性、穩定性、攝像頭及語音相關的AI演算法和工程化能力，加大安全合規能力建設
- ✓ 加大對互聯網應用服務的投入以提升使用者體驗及商業轉化率

2021年經營亮點 | 品牌力、產品力獲國際認可



於國際消費電子產品展 (CES) 獲多項頂級獎項

- TCL OD Zero Mini LED 8K TV X925 PRO 斬獲「CES 2022 最佳創新獎」及「Mini LED 顯示技術創新獎」
- 智能手機 TCL 20 Pro 5G 喜獲「2022 CES 創新大獎」
- 智能眼鏡 TCL NXTWEAR AIR 獲「年度最具創新產品獎」
- 智能平板 TCL NXTPAPER 10s 獲「年度護眼科技創新獎」



歐洲專業影音協會(EISA) 對TCL產品影音質素充分肯定

- TCL Mini LED 4K 智屏 65C825 喜獲“EISA”頒發的“Premium LCD TV 2021-2022”大獎。同時，TCL 電子的 QLED 智屏 55C728 及音箱 TS8132 分別榮獲“Best Buy LCD TV, 2021-2022”及“Best Buy Soundbar, 2021-2022”兩項大獎。



多款高端智能電視獲獎項認可

- TCL X10 8K QLED TV 憑藉 Mini LED 等新型顯示技術和豐富的產品功能榮獲 SID “2021 年度最佳顯示產品獎”，成為國內唯一獲此殊榮的智屏產品
- 權威 IT 網站 CNET 2021 年最佳電視評選中，TCL 產品獲國際高度認可，「TCL 6 系列獲最具性價比 4K 電視獎」；「TCL 55R635 獲最具性價比 55 寸電視獎」；「TCL 4 系列獲最優惠 4K 電視獎」；「TCL 8 系列獲非 OLED 中最佳 4K 畫質獎」等



品牌力受國際認可

- TCL 憑藉強大的技術創新實力斬獲「2021-2022 年度消費電子領先品牌 TOP10」、「全球智能互聯設備領先品牌 TOP15」、「全球智能手機領先品牌 TOP15」、「全球消費電子 TOP50」、「全球電視品牌 TOP10」、「國際創新企業品牌獎」六項品牌大獎
- 2021 (第 27 屆) 睿富全球排行榜中國品牌價值 100 強研究報告顯示，TCL 以人民幣 1129.22 億的品牌價值位列第 8 位，位居全國電視機製造業第 1 位，進一步證實 TCL 的品牌實力



雷鳥創新列入 36 氬 “FUTURE 系列” 高成長力新消費品牌

- TCL 電子旗下雷鳥創新憑藉在 AR 領域的核心技術突破、創新產品研發、行業技術創新以及品牌自身的快速成長力獲得專業分析師認可
- TCL 智屏 UI5.0 憑藉嶄新的設計與強大的功能榮獲 2021 年德國「紅點」設計大獎



TCL 品牌多款智能產品獲得國際認可

- TCL C12 洗衣機獲 2021 年「iF 設計獎」；C12 冰箱獲「iF 設計獎」和「紅點獎」兩項國際大獎
- 智能家居新品空氣淨化器 Breeva A2、A5 因其出色的產品設計，喜獲 2021 年德國「紅點獎」
- 掃地機 Sweeva 憑藉其優越的性能及外觀設計，獲得「CES 2022 創新大獎」



TCL

**INSPIRE
GREATNESS**



目錄

1

環境與戰略

2

業務回顧

3

未來展望

戰略路徑

品牌引領價值 相對成本優勢

全品類智能終端互聯 全場景智能

渠道能力、零售能力突破
局部市場高壓強投入，搶奪份額



品牌溢價及影響力提升
建立中高端品牌形象



收入盈利雙增長
持續沉澱中長期能力



聚焦、迭代產品平台
提高產品投入產出效率
提升產品競爭力
做更高產品價值和價格



形成規模下的相對成本優勢，
持續降本增效



用戶/品牌/營銷

“用戶高於一切”的經營理念
品牌心智建立
營銷媒介和內容品質提升



零售/渠道

渠道模式變革
深化客戶關係和零售體驗
提高店內滲透和運營效率



產品/技術

圍繞用戶鍛造產品領先能力
打造軟硬技術驅動的變現能力



戰略管理

多業務組合的戰略管理
創新商業模式
戰略組織和流程體系強化



創新變革

現有互聯網業務加強
新產品新賽道加速提前佈局



成本/效率

構建總成本競爭優勢
輕資產、快周轉、數位化加速
用戶直達效率

持續提升TCL品牌全球市場份額

提升品牌價值、發揮生產優勢
深化全產業鏈一體化協同優勢
持續擴大產品、技術競爭優勢

「產品+服務，智能+互聯網」

加速發展全球互聯網業務
擴大用戶規模 持續提升ARPU

顯示無處不在



萬物皆可互聯



渠道遍佈全球



- 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。

TCL

THANKS

TCL電子控股有限公司

TCL ELECTRONICS HOLDINGS LIMITED

2022年3月

