

TCL

2023 年度業績報告

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)

INSPIRE GREATNESS



目錄

1

市場環境

2

整體業績

3

分部表現

4

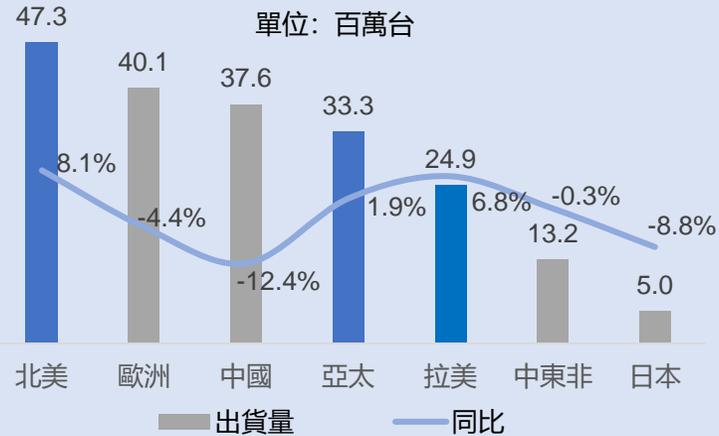
未來展望

1

市場環境

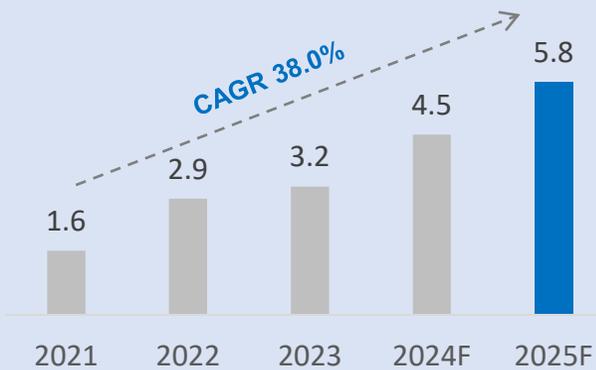


2023年全球TV出貨量2億台 同比降0.9%¹



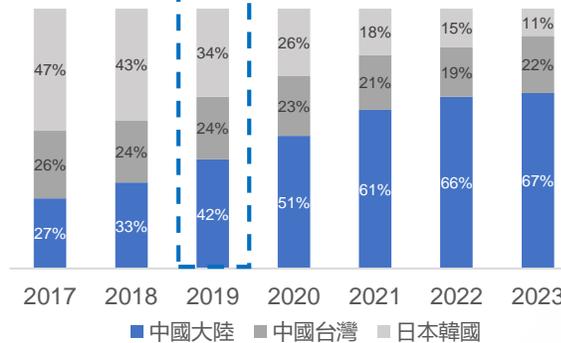
Mini LED TV全球出貨量預測²

單位：百萬台



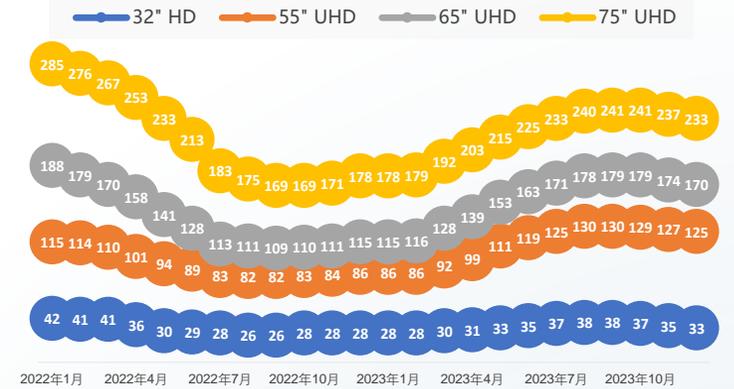
面板廠商產能面積份額²

2019年中國大陸產能趕超日韓



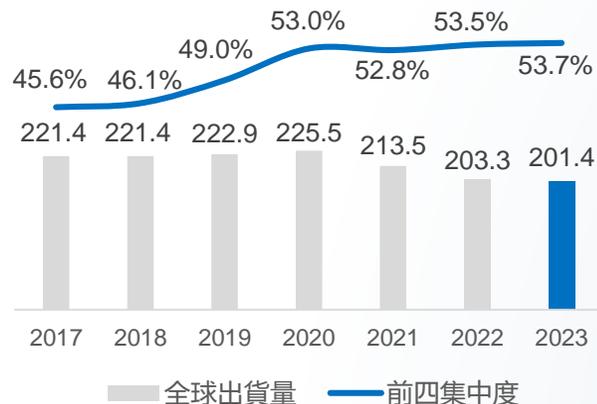
面板價格走勢²

單位：美元



全球TV出貨量及前四品牌集中度¹

單位：百萬台



TCL智屏全球出貨量市佔率¹



數據源：1.Omdia 2. 群智諮詢



空冰洗市場規模穩定¹，分銷業務可挖掘市場空間較大

2023-2028年年增速預計 >5% 2-5% 0-2% <0%

單位：人民幣



家用空調
3,058億元



中央空調
2,121億元



熱泵
613億元



洗衣機
2,074億元



冰箱
3,002億元



細分新賽道成長有機會也有不確定

單位：人民幣



新能源

光儲目標市場規模²

2028年
3,056億元

國內戶用光伏

992 億元
市場空間穩定

國內工商業光伏

1,480 億元
CAGR 14%

國內電站運維

58 億元
CAGR 25%

海外光儲

525 億元
CAGR 7%



新趨勢

2027年AR硬件行業
全球收入和用戶數預測³



收入
313億美元



用戶
1億

空冰洗分銷

空間巨大
相對穩定

提市佔
穩盈利

新賽道

增長潛力強勁

拓規模
第二增長曲線

數據源：1. 公司預測數據 2. 公司預測數據，僅包括戶用與工商業 3. Statista

2

整體業績

智屏出貨量穩健增長 創新業務表現亮眼



TCL智屏全球出貨量

2,526萬台 同比+6.2%



65吋及以上TCL智屏出貨量

621萬台 同比+35.3%
佔整體比重+5.3個百分點至24.6%



TCL Mini LED智屏全球出貨量

同比+180.1%

TCL量子點智屏全球出貨量

同比+116.1%



創新業務收入

186.4億 港元 同比+78.5%

其中：光伏業務收入

63.0億 港元 同比+1,820.3%

盈利能力增強 維持高派息政策



收入

789.9億港元
同比+10.7%¹



毛利

147.6億港元
同比+12.5%



毛利率

18.7%
同比+0.3個百分點



歸母淨利潤

7.4億港元
同比+66.4%



經調整歸母淨利潤

8.0億港元
同比+14.0%

運營效率提升 財務狀況穩健



存貨周轉天數
69天

同比 ↓ 9天



現金周轉天數
33天

同比 ↓ 14天



整體費用率²
15.1%

同比 ↓ 1.5個百分點



現金及現金等值項目
107.4億港元

同比 ↑ 14.3%



建議派發年度股息
16.0港仙

派息比率達50%

附注：

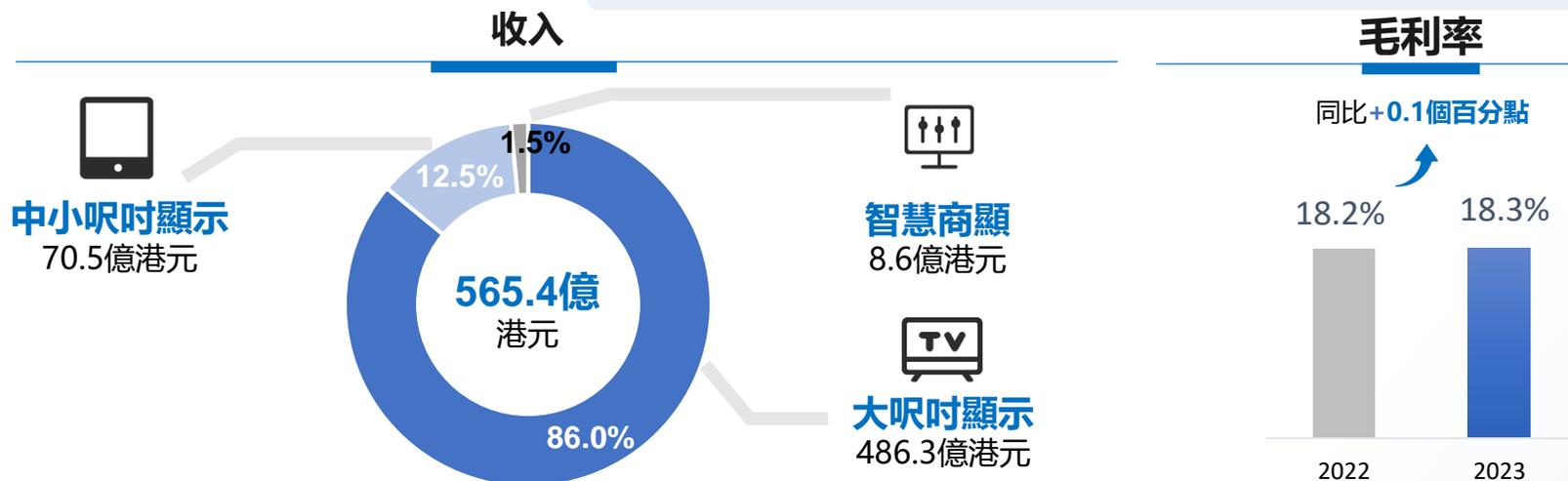
1. 若剔除人民幣折算成港幣的匯率折算影響，2023年整體收入按人民幣計算同比增長15.8% 2. 整體費用包含銷售及分銷支出和行政支出



2023年業績亮點 | 承壓環境下顯示業務穩定發展，新業務收入持續高增長態勢

依托大吋顯示業務全球領先優勢，顯示業務穩定發展，毛利率穩步提升

顯示業務



TCL X11G Max 領曜QD-Mini LED電視

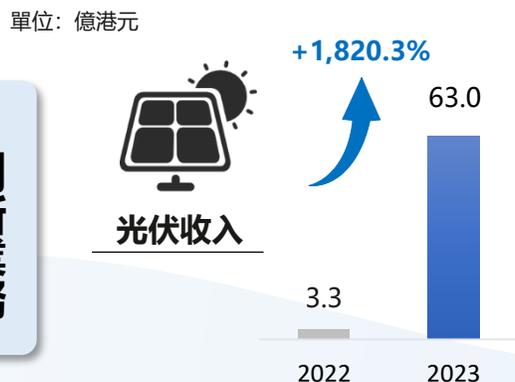
互聯網業務 盈利貢獻持續增長

互聯網業務

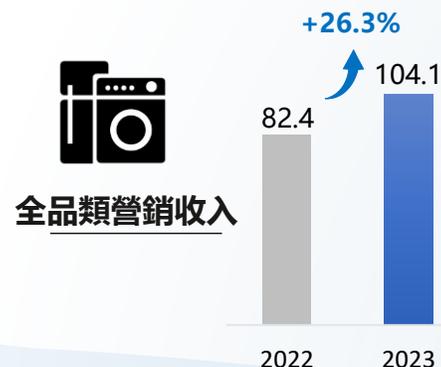


創新業務持續強勁增長，收入同比上升78.5%至186.4億港元，另一增長藍海表現亮麗

創新業務



光伏業務延續強勁增長並實現盈利



分銷收入規模擴大 毛利率提升3.5個百分點至16.7%



智能連接及智能家居盈利能力持續提升 毛利率同比提升5.6個百分點至20.9%



TCL 智屏全球出貨量市佔率¹

NO.2



TCL 智屏全球銷售額市佔率¹

NO.3



TCL智屏全球出貨量表現優於行業平均水平 TCL智屏全球品牌指數²持續上漲



注：根據Omdia，2023年全球TV行業出貨量同比微跌0.9%

產品結構優勢顯現，高端產品佔比持續提高



4K產品佔比



量子點產品佔比



≥65吋產品佔比



平均吋吋

數據源：1. Omdia，2023年全球品牌TV出貨量及銷售額排名 2. 品牌指數為銷售額市佔率除以出貨量市佔率所得



營銷



- ✓ 全球重點區域和渠道覆蓋
 - 全球TOP50渠道覆蓋率90%+
 - 海外智屏TOP30渠道收入增長30%+
- ✓ 深化零售體系和終端運營
- ✓ 強化專業和2B渠道能力

- ✓ 全球視角做產品，強化區域匹配
- ✓ 堅持中高端突破，品類波次夯實
- ✓ 高質價比出擊，提科技屬性



產品

- ✓ 堅持「品類領導者」定位，實現基於大模型技術的產品應用創新、Mini LED顯示技術領先發展、光儲熱柔技術規劃實施等
- ✓ 堅持效率至上，存貨周轉天數加快9天，現金周轉天數加快14天
- ✓ 全球本地化佈局，在中國/越南/墨西哥/巴西/波蘭等多地均有工廠佈局
- ✓ 深耕全球市場，拆分中國/北美/拉美/歐洲/亞太/中東非六大營銷本部，提升產品端到端經營能力
- ✓ 強化關鍵崗位和海外人才，激發組織活力，年輕幹部佔比30%+

研發



- ✓ 建長期技術投資機制
- ✓ 補短鍛長、撐全球賣點
- ✓ 工程商人思維，提技術人才結構
- ✓ 研發人均毛利提升30%+

創新



運營



組織





持續聚焦构建**Mini LED**技術控制點，技術行業領先



移動終端**護眼類紙屏+護眼UI**滿足用戶全場景護眼需求

加深**AR**等微顯示創新研發光波導系列**XR**新產品人氣爆棚



以**打造系統極致性能**為核心多維度優化軟硬件性能



畫質引擎/音質自適應/空間音效創新突破，給用戶帶來**沉浸式音畫體驗**全面提升



基於**AIGC**自主內容運營(IDEO AI)提升內容創作及大屏交互等創新體驗

依托**圖靈**平台落地**GenAI**工程應用內外兼修持續賦能產品體驗提效 workflows



聚焦**下一代通信標準***護城河构建快速提升高價值專利市場佔比指數實現**SEP**專利0-1突破

護航**知識產權**全球戰略佈局通過**專利運營**在主要訴訟領域已產生**經濟效益**



* 附注：下一代通訊標準指代 Wi-Fi 8/H.267/5.5G/6G/星閃中的通信標準



品牌營銷 | 全球品牌戰略本地化，體育、電子競技、影視、展會等多領域營銷展現強大品牌力



體育IP贊助：攜手意大利國家隊、美國國家橄欖球聯盟、澳式足球聯盟、南美解放者杯提升市場知名度



電子競技及展會營銷：贊助英雄聯盟職業聯賽（LPL），參與國際消費類電子產品展（CES）、柏林電子展（IFA）等全球知名展會



影視IP贊助：與《流浪地球》《獨行月球》《金手指》《孤注一擲》等多部流量影視作品聯動營銷





整體ESG評級¹

2018-2023年 連續 **六年** ESG評級為 **A**

指數入圍情況

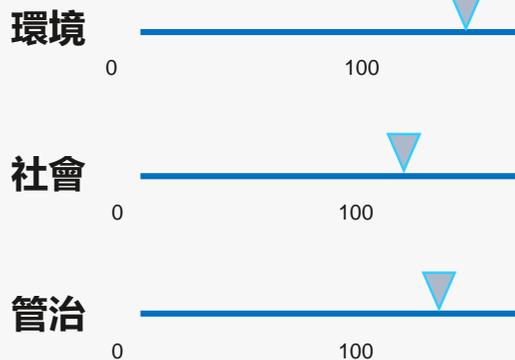
2019-2023年 連續 **五年** 被納入
恒生可持續發展企業基準指數¹

ESG表現比較¹

與91間同業公司比較: **前20%**

與其他517間成分股比較: **前20%**

整體ESG表現¹



E

- 對內嚴控碳核查，堅持綠色運營，有效減少溫室氣體排放
- 對外共鑄綠色生態鏈，年內推動了家電行業的首份《關於共建綠色供應鏈的倡議》簽署

S

- 推出業界首個電視關懷解決方案TCL Care 並榮獲IDEA美國工業設計大獎-銀獎
- 提倡平等、多元、共融的文化，鼓勵性別平等，截至2023年12月31日本集團全球女性雇員占比超40%

G

- 恪守商業道德，健全廉潔體系機制
- 積極開展網路安全和隱私保護管理工作

穩健發展

守法合規

品質提升

公益

健康與安全

氣候變化

用戶服務

可持續供應鏈

綠色設計

能源管理

科技創新

相伴成長

數據源: 1. 恒生指數有限公司網站2023年8月31日評選結果，評選行業為非必需性消費

3

分部表現



顯示業務 - 大呎吋顯示 | 品牌力持續提升，帶動大呎吋顯示量額表現遠優於行業水平

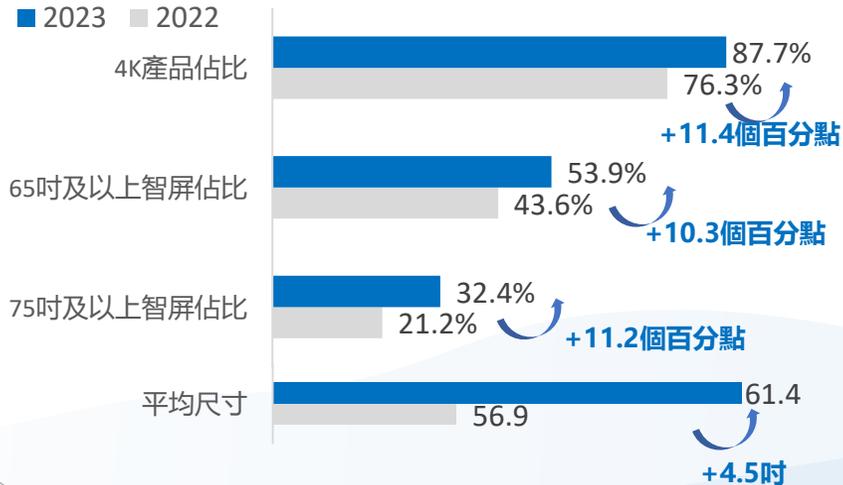


中國市場

雙品牌戰略助力銷售增長，表現遠優於行業¹
高端化持續推進，市場滲透率持續提升



高端產品情況及平均吋吋



中國市場排名



國際市場

產品結構突破，毛利率穩定
近30個國家TCL智屏排名前五³



海外各國TCL智屏市佔率排名³

新興市場品牌出貨量同比+17.0% 北美市場品牌出貨量同比+15.8%

地區	排名	地區	排名
澳大利亞	No.1	美國	No.2
菲律賓		加拿大	No.3
緬甸		墨西哥	No.5
巴基斯坦			
沙特阿拉伯		No.2	
哈薩克斯坦	No.3	法國	No.2
巴西		西班牙	No.3
越南		瑞典	No.3
泰國		捷克	No.3
阿根廷			
印度	No.5	意大利	No.4
智利		波蘭	No.4
厄瓜多爾		匈牙利	No.4
阿聯酋			
			荷蘭
		希臘	No.5

歐洲市場品牌出貨量同比+18.4%

附注：

- 根據Omdia數據，2023年中國市場TV行業出貨量同比下降12.4%至3,760萬台；根據中怡康全渠道數據，2023年中國市場TV行業零售量同比下降5.3%至3,310萬台
- 毛利率同比下降主要受品牌結構佔比變化及面板成本上漲影響
- 海外各國（除北美市場外）為GfK2023年TV零售量市佔率數據，北美市場為Circana 2023年TV零售量市佔率數據



中小吋吋顯示 - 堅持產品驅動、聚焦突破、提質發展，毛利進一步改善

歐美一線網絡運營商全面覆蓋



收入



毛利率



推出世界首款彩色電子墨水屏智能手機
TCL 40 NXTPAPER (5G)



智慧商顯 | 聚焦交互式平板市場，提供多場景產品解決方案，賦能長期規模增長

收入

毛利率



TCL智慧教育新品



智慧教育解決方案

TCL智慧會議新品TCL NXTHUB V60Pro



智慧企業解決方案



TCL智慧醫療解決方案



全球互聯網業務收入

單位：億港元

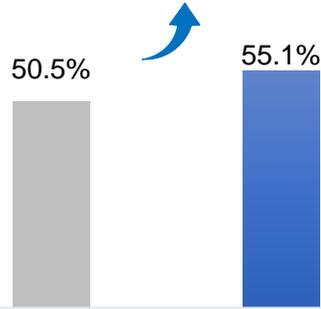
+20.2%



2022 2023
■ 中國市場 ■ 國際市場

毛利率

+4.6個百分點



2022 2023

中國市場：智能/便捷/創新導向，持續提升用戶體驗

「超級智繪」AI故事集



- ✓ 行業首個基於AI大模型的定制內容欄目
- ✓ 內容創新+拓寬應用場景



靈控桌面榮獲 2023紅點設計大獎



- ✓ 佈局自定義
- ✓ 信息簡化
- ✓ 分身系統

基礎體驗進一步提升



- ✓ 返回推薦場景內容分發效率提升
- ✓ Launcher刷新效率優化
- ✓ Launcher界面操作便捷性提升
- ✓ Launcher界面美觀度提升

國際市場：升級TCL Channel內容集成應用平台 率先推出面向北美用戶的TCLtv+

- ✓ 與Google、Roku和Netflix等巨頭合作，持續提升用戶服務體驗
- ✓ 雷鳥海外商業模式實現突破，通過合作OTT平台觸達海外龐大的TCL智屏用戶，增強變現能力；截至2023年12月底TCL Channel累計用戶數**超過2,300萬**，已覆蓋北美、歐洲、中南美洲、亞太地區等**60個國家**
- ✓ 面向北美用戶推出全新在線流媒體服務TCLtv+，首推內容包括200多個FAST頻道以及1,500多部點播電影和劇集



Google Roku NETFLIX

持續深化與互聯網巨頭的全球合作



創新業務 - 光伏業務 | 國內業務規模指數級增長並實現盈利，海外業務實現產品落地



- ✓ 擁有**完備**的光伏上游產業鏈及豐富的金融/項目資源
- ✓ 選擇**產品、渠道、金融**作為護城河**構建差異化能力**



- ✓ **業務定位**：聚焦光伏系統集成運營商及**產品品牌商**
- ✓ **裝機增速領跑**，業務規模**高質量爆發**，並實現**盈利貢獻**

TCL中環



晶體



晶片



組件



電站運營經驗

TCL電子



全球知名的
TCL品牌優勢



下沉渠道優勢
超47,000間門店



完善的全國
售後體系



豐富的金融
合作夥伴資源



充沛的國內外
工商項目資源

新增工商簽約
項目70+個

新增經銷渠道商
500+家

強化**產品/渠道/金融/供應鏈/數字化/工程運維**等六大能力建設

累計簽約農戶
超4萬戶

2023年收入
63.0億港元
+1,820.3%

■ 2023年已覆蓋省市
20個





全品類營銷 - 品牌/渠道協同助力分銷規模雙位數增長



AR/XR眼鏡 - 新品

新品雷鳥X2/X2 Lite/Air2

雷鳥X2 全球**首款可量產**的雙目全彩**Micro LED光波導**AR眼鏡
雷鳥X2 Lite 搭載驍龍AR1平台 整機重量約60g
雷鳥Air2 全新Micro OLED低功耗屏 重約76g 更佳觀影遊戲體驗

- ✓ 國內消費級市場AR產品排名**第一**²
- ✓ 618及雙11期間，斬獲京東、天貓雙品台AR品類**總銷量冠軍**³
- ✓ 首登亞馬遜，Air2獲智能眼鏡品類暢銷榜、新品排行榜**雙榜冠軍**⁴

智能連接 - 運營商渠道持續鞏固，降本增效，實現有質量增長



智能家居 - 中高端結構改善，新品與技術持續創新及升級

智能門鎖

音箱

- ✓ 整體收入**7.0億**港元，同比基本持平
- ✓ 推出**多款門鎖新品**，靈速人臉識別鎖K9G Pro搭載全新AI雙校準算法、真3D結構光人臉識別等核心技術，**安全性能提高13倍**

數據源：1. 產業在線，2023年全年全球出貨量數據 2. 洛圖科技，2023年中國市場AR線上銷售量數據 3. 京東商智、天貓生意參謀 4. 雷鳥XR微信公眾號

4

未來展望



主航道 提升 盈利能力	大吋顯示 <ul style="list-style-type: none"> 「TCL+雷鳥」雙品牌引領 聚焦中高端突破 堅持全球化經營 	互聯網業務 <ul style="list-style-type: none"> 提體驗拓海外 可持續穩定增長 	中小吋顯示 <ul style="list-style-type: none"> 深耕歐美，區域聚焦 持續降本，盈利優先
-------------------	---	--	---

新業務 賦能第二 增長曲線	全品類營銷 <ul style="list-style-type: none"> 全球品牌渠道優勢協同 細分市場快速搶佔 	光伏業務 <ul style="list-style-type: none"> 國內加速發展 海外渠道突破 	AR/XR眼鏡 <ul style="list-style-type: none"> 提前佈局，搶佔智能端 賦能長期增長潛力
---------------------	---	--	---

淨利額增速 > 毛利額增速 > 收入增速

<p>持續收入增長夯實行業領導地位</p> <ul style="list-style-type: none"> ASP提升 區域和渠道覆蓋提升 重點區域和重點渠道銷量提升 新業務規模增長 	<p>利潤增長回饋股東長期支持</p> <ul style="list-style-type: none"> 產品和技術競爭力提升 結構性降本 研發/運營資產/組織效率提升
---	--



產品力

- 構建技術致勝點，中高端突破
- 質量優先，合作創新，補齊短板
- 以全球化視野推進平台化建設

營銷力

- 重點區域及優質渠道深度覆蓋
- 升級零售體系及終端運營能力

協創力

- 秉持長期主義，打造協同生態效應
- 加大創新投入，堅定品類領導者定位

運營力

- 全球本地化佈局，效率至上
- 強化生態鏈協同與合作

組織力

- 強化全球化經營組織
- 推進全價值鏈數字化建設

- 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

謝謝!

TCL電子投資者關係網站: <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



INSPIRE GREATNESS

