TCL

2022 年度业绩报告

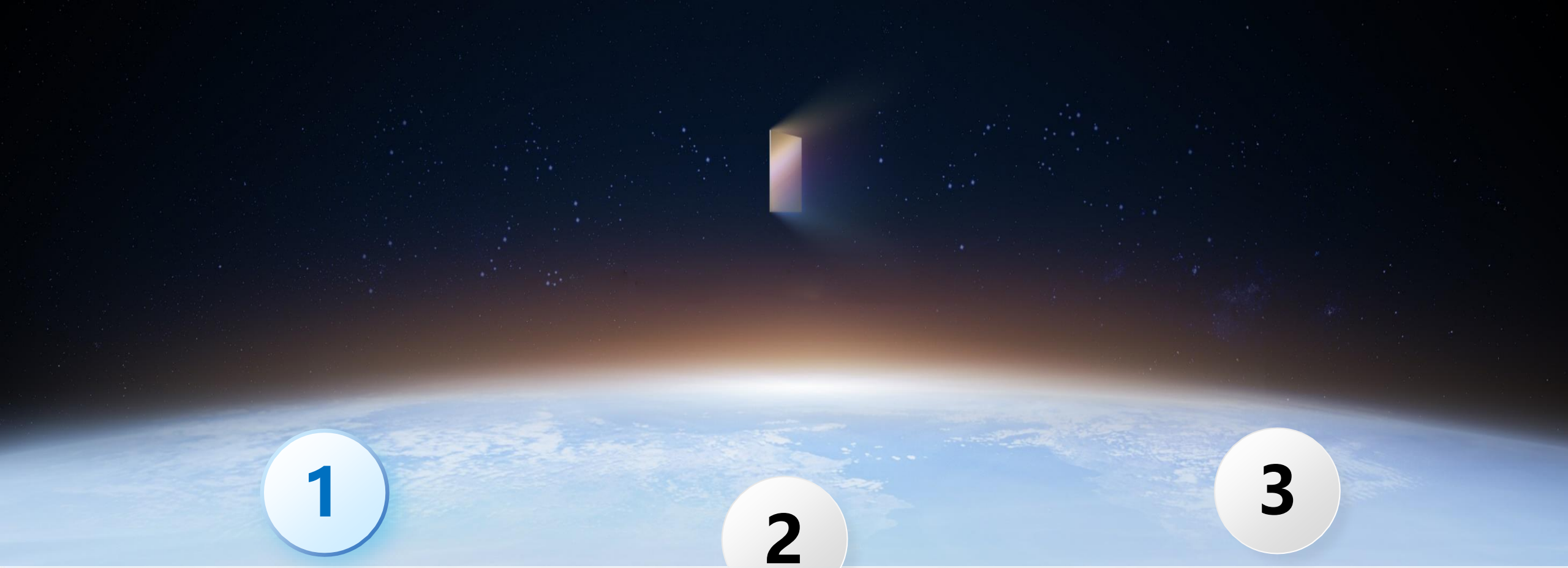
TCL电子控股有限公司

TCL ELECTRONICS HOLDINGS LIMITED

于开曼群岛注册成立之有限公司

(股份代号: 01070.HK)

INSPIRE GREATNESS



1

环境与策略

2

业务回顾

3

未来展望

行业机会丨智能终端行业空间增长趋于稳定，但仍是主战场；新赛道机会初现

TCL

智能终端行业空间稳定

2027年全球家电规模预计1.4-1.6万亿元[1]

单位：人民币

彩电
4,600亿[1]

TCL智屏出货量全球排名第二[2]，市占率达11.7%

TCL市占率	地区
≥14%	中国、北美、拉丁美洲
≥10%	东欧、亚太（不含日本）
≤10%	日本、西欧、中东非

空调
3,000亿[1]

冰箱
3,000亿[1]

洗衣机
3,000亿[1]

手机目标市场
1,800亿[1]

全球规模持续盘整

智慧商显目标市场
700亿[1]

稳定增长，但行业零碎

新增长空间探索

新能源 - 光伏、储能等产品及解决方案

全球光伏新增装机量预测[3]

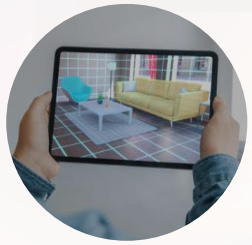
2026年
346GW

新趋势 - 移动场景AR/VR产品

2026年AR硬件行业
全球收入和用户数预测[4]

收入
285亿美元

用户
9,020万



新空间 - 酒店/社区/楼宇等B端场景

新场景 - 新兴智能硬件大单品
（智能微投、家庭安防等）

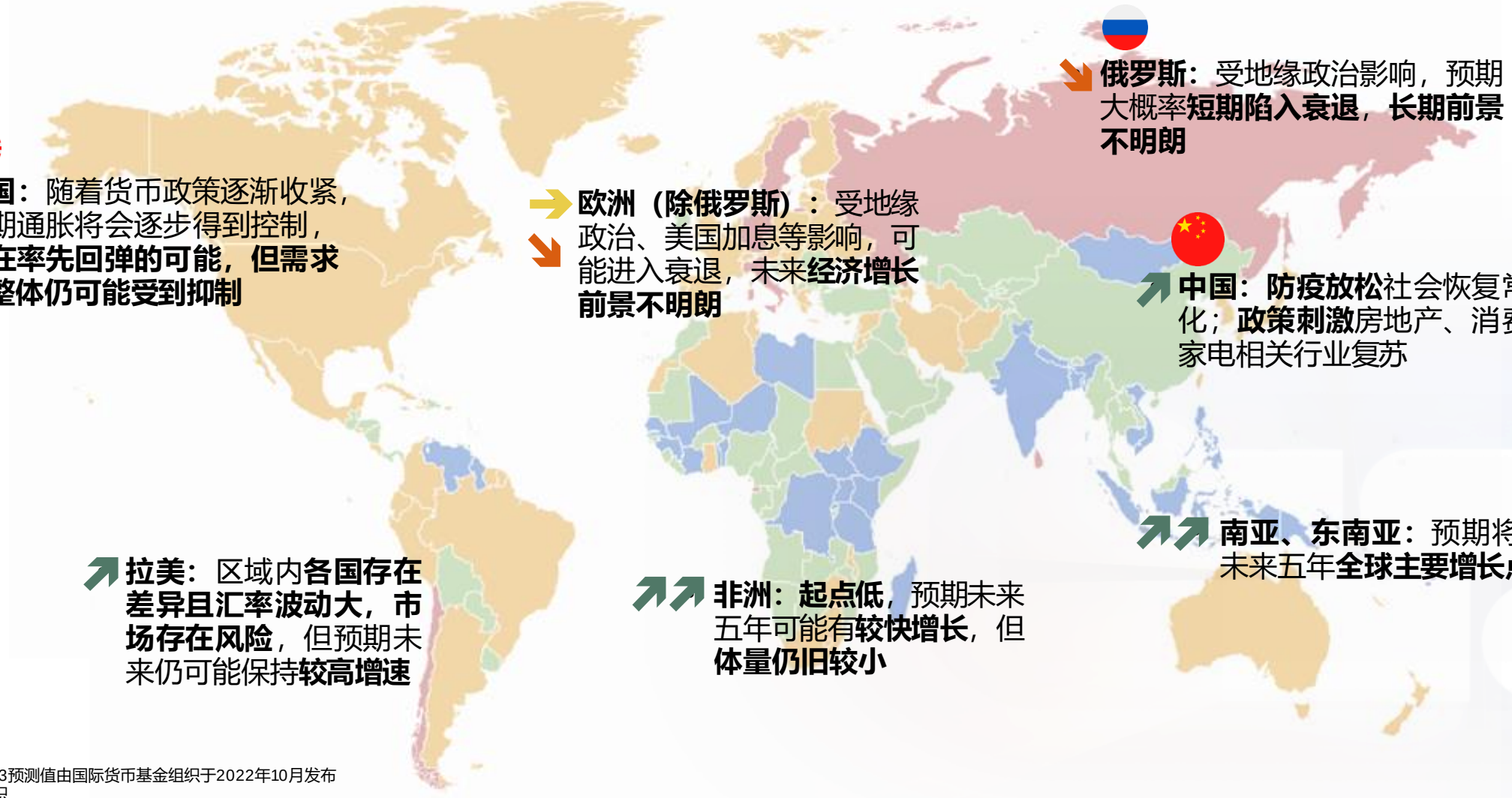
数据源：1. 公司预测数据　2. Omdia，2022年全球品牌电视出货量市占率　3. Solar Power Europe　4.Statista

区域机会丨新兴国家可能有相对较快增长；中美存在率先走出低谷可能；欧洲相对前景不明朗

乐观　不明朗　悲观

全球经济增长预测[1]

-3%-0%　0%-3%　3%-5%　> 5%



俄罗斯：受地缘政治影响，预期大概率**短期陷入衰退，长期前景不明朗**

美国：随着货币政策逐渐收紧，预期通胀将会逐步得到控制，**存在率先回弹的可能，但需求侧整体仍可能受到抑制**

欧洲（除俄罗斯）：受地缘政治、美国加息等影响，可能进入衰退，未来**经济增长前景不明朗**

中国：**防疫放松**社会恢复常态化；**政策刺激**房地产、消费等家电相关行业复苏

南亚、东南亚：预期将成为未来五年**全球主要增长点**

拉美：区域内**各国存在差异且汇率波动大，市场存在风险**，但预期未来仍可能保持**较高增速**

非洲：**起点低**，预期未来五年可能有**较快增长**，但**体量仍旧较小**

附注：1. 分地区GDP 2023预测值由国际货币基金组织于2022年10月发布
数据源：国际货币基金组织

策略丨围绕公司战略，聚焦核心业务盈利和新业务成长，赋能公司长远发展

TCL

品牌引领价值 相对成本优势 极致经营效率 协作创新驱动

聚焦中高端突围 海外和新赛道重点突破

业务架构

互联网业务

以用户体验为核心
持续稳定利润贡献

- 中国互联网
- 国际互联网

显示业务

持续提升全球市占
推动大屏中高端战略
实现高质量增长

- 大尺寸
- 中小尺寸
- 智慧商显

创新业务

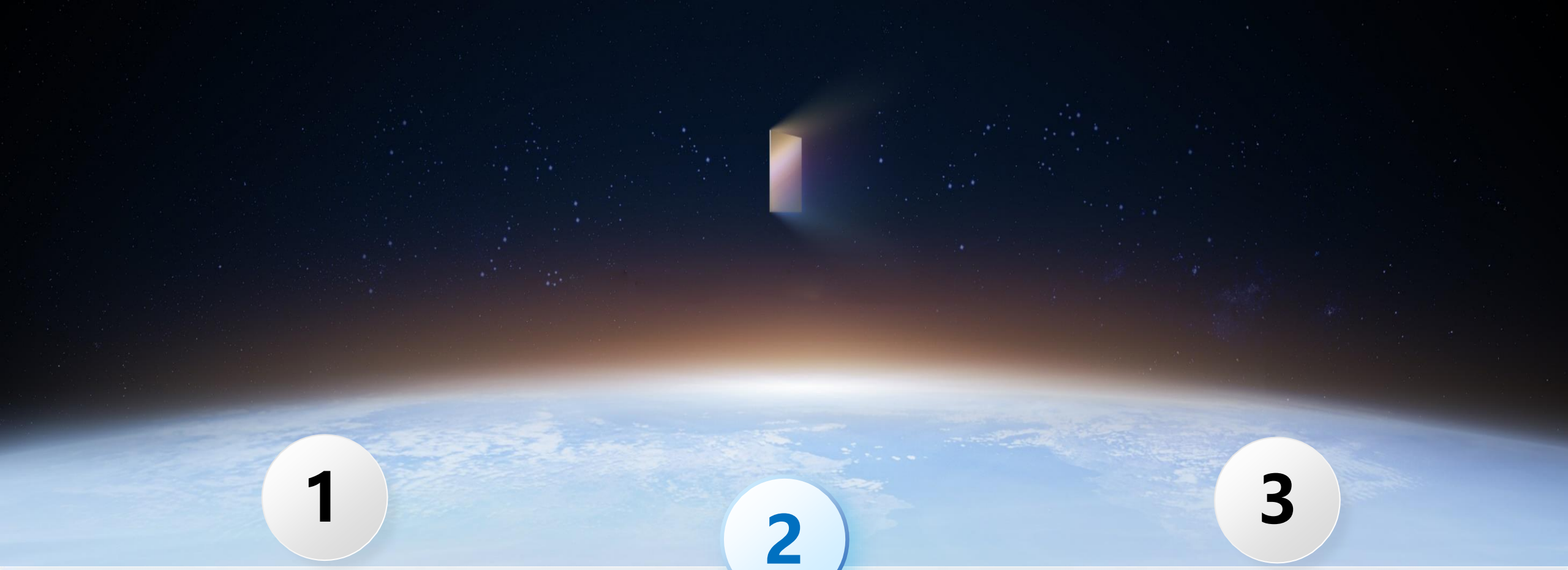
全品类领先者
快速拓展规模
赋能公司长期增长

- 智能连接
- 智能家居
- 全品类营销
- 光伏业务

工业基础 + 研发能力

全球布局 + 多元渠道

品牌 + 零售



1

环境与策略

2

业务回顾

3

未来展望

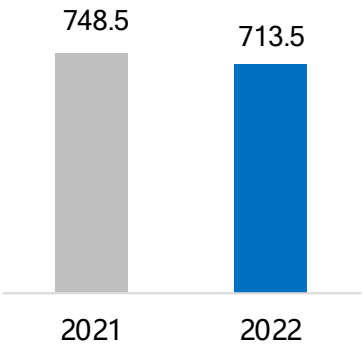
2022年度业绩摘要丨坚持中高端突破与国际化运营，整体毛利率改善，经营性利润[1]翻倍提升

TCL

单位：亿港元

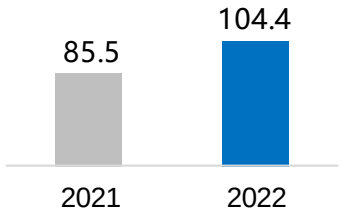
总收入

- 4.7%



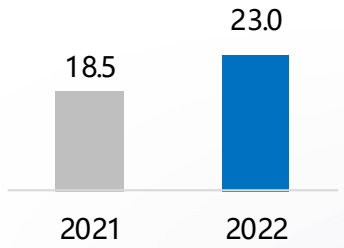
创新业务收入

+22.2%



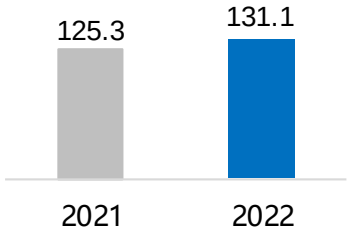
全球互联网收入

+24.3%



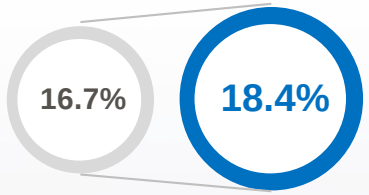
整体毛利

+4.6%



整体毛利率

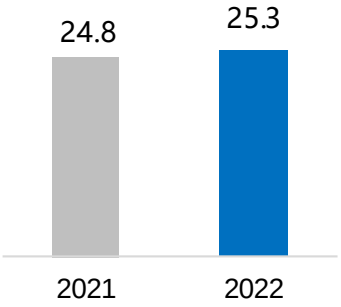
+1.7个百分点



研发费用率达3.5%
同比增加0.2个百分点

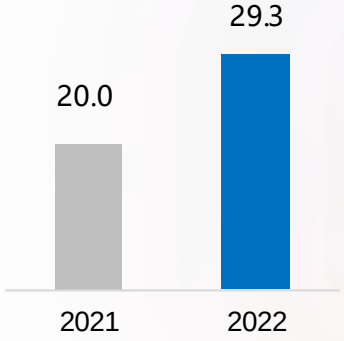
研发费用

+2.0%



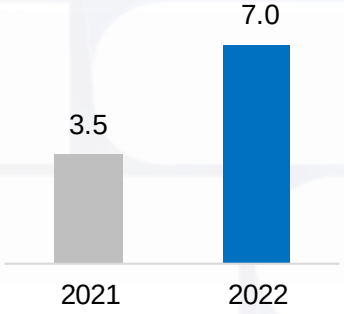
经调整EBITDA[2]

+46.7%



经调整归母净利润

+102.4%



建议派发年度股息 每股12.70港仙
全年派息率45%[3]

附注：

1. 经营性利润指经调整归母净利润（非香港财务报告准则计量），定义为将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，(ii)附属公司出售及清盘（收益）/亏损，(iii)认购期权及认沽期权相关收益，及(iv)处置非流动资产（收益）/亏损
2. 经调整EBITDA定义为扣除融资成本、所得税、折旧及摊销前的盈利，不包括本集团分占合资公司和联营公司的损益，并剔除一次性项目
3. 按经调整归母净利润的45%派发股息

2022年度业绩摘要 | 大屏中高端策略推动显示业务盈利能力改善，新业务收入延续高增长态势

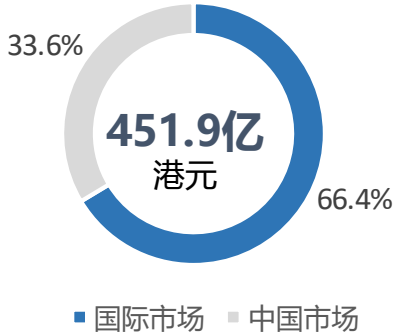
TCL

显示业务

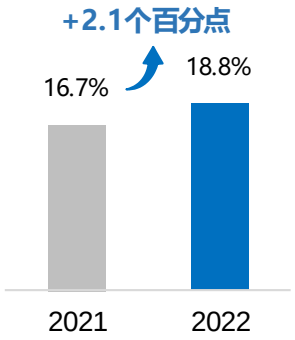
大尺寸显示

聚焦盈利改善：毛利率提升2.1个百分点

收入



毛利率

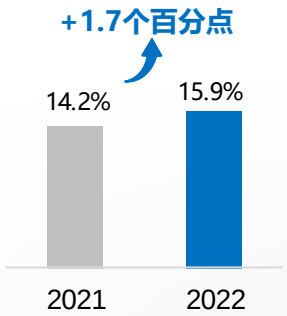


中小尺寸显示

产品升级，运营商渠道深化
毛利率提升1.7个百分点

收入

毛利率

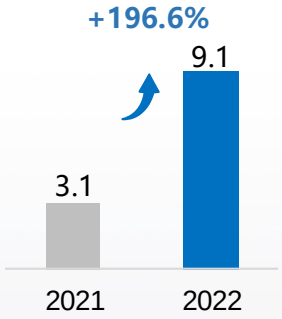


智慧商显

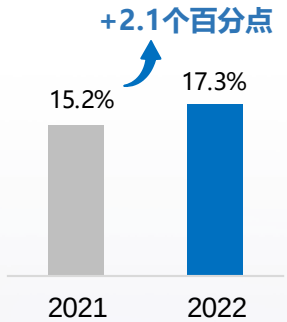
打入海外商显产业链，拉动收入和毛利快速增长

收入

单位：亿港元



毛利率

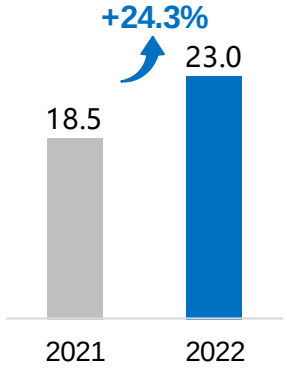


互联网业务

互联网业务表现亮丽，盈利贡献显著

单位：亿港元

收入

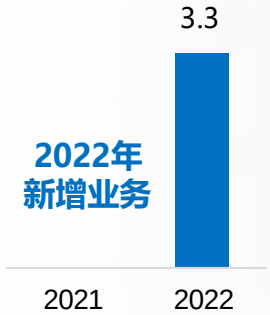


创新业务

创新业务保持快速发展，收入同比增长22.2%

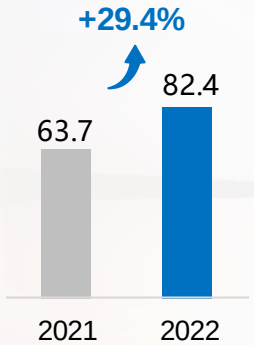
单位：亿港元

光伏收入注1



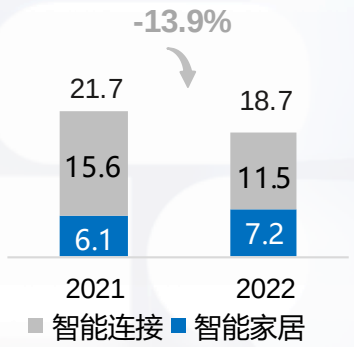
光伏业务2022Q2正式营运
快速拓业中

全品类营销收入



全球分销收入规模扩大
毛利率提升2.1个百分点

智能连接及智能家居收入



智能家居保持平稳增速
通胀和地缘冲突影响欧美MIFI市场
智能连接收入下滑但仍保持相对竞争优势

附注：1. 2022年光伏业务订单收入为7.4亿港元

1.1 显示业务 - 大尺寸显示 | 中高端突破取得成效，中国市场销售表现亮眼，全球市占持续领先

TCL

TCL智屏大屏化趋势显著 出货量规模跃居全球前二[1]

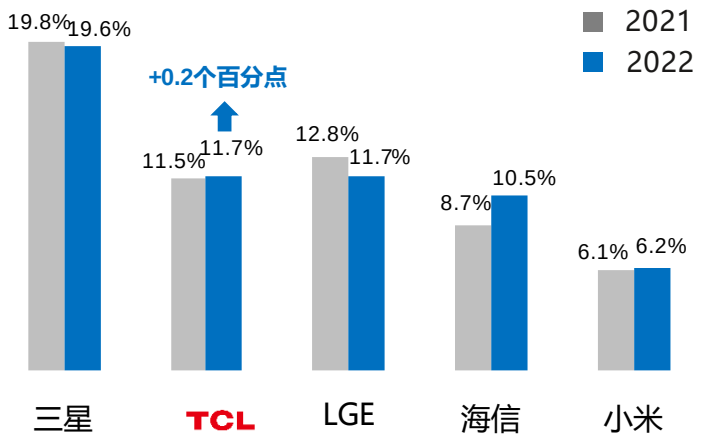
TCL智屏全球出货量

2,378万台
+0.8%[注1]

65吋及以上TCL智屏占比

19.3%
+8.2个百分点

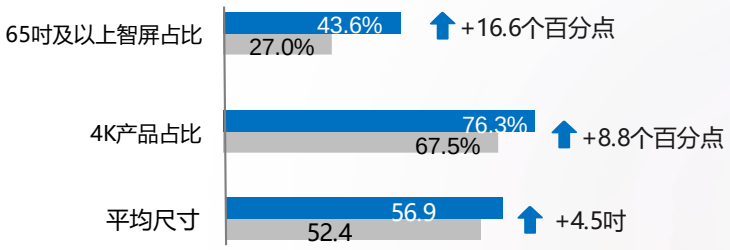
全球TV出货量市占率[1]



中国市场 双品牌战略助力销售大幅上涨跑赢行业[注2] 产品结构改善推动毛利率显著上升

	出货量	收入	毛利率
总出货量	+21.3%	151.9亿港元 +14.8%	24.4% +6.1个百分点
≥65吋出货量	+96.0%		

高端产品占比及平均尺寸



根据中怡康全渠道数据，2022年：

- ✓ TCL智屏零售额市占跃居行业前二；零售均价同比逆势上涨11.3%，大幅跑赢行业平均水平[注3]
- ✓ 中国市场量子点及Mini LED智屏全渠道零售量排名第一[2]

国际市场 产品结构突破，毛利率稳定 超20个国家智屏排名前五[3]

	出货量[3]	收入	毛利率
总出货量	-4.9%	300.0亿港元 -16.7%	15.9% -0.2个百分点
≥65吋出货量	+52.7%		

海外各国TCL智屏市占率排名[3]

新兴市场

澳大利亚 菲律宾 巴基斯坦	No.1
缅甸 沙特阿拉伯	No.2
巴西 哈萨克斯坦	No.3
泰国 越南 摩洛哥 阿根廷	No.4
智利 阿联酋	No.5

北美市场

美国	No.2
墨西哥	No.4
加拿大	No.5

欧洲市场

法国	No.2
捷克 意大利	No.3
波兰 希腊	No.4
匈牙利	No.5

数据源：1. Omdia，2022年全球品牌电视出货量排名 2. 中怡康全渠道，2022年中国市场零售量数据 3.海外各国(北美除外)为GfK2022年电视出货量市占率数据，北美地区为NPD2022年电视零售量市占率数据
附注：1. 根据Omdia报告，2022年全球彩电出货量同比下降4.8%至2.0亿台，TCL智屏销售表现优于行业平均水平 2. 根据中怡康全渠道零售数据，2022年中国市场电视零售量同比下降5.6%至3,494万台
3. 根据中怡康全渠道零售数据，2022年行业平均销售价格同比下降6.9%

1.2 显示业务 - 中小尺寸显示 | 全球运营商渠道优势凸显，业务聚焦发展，北美业务反弹

TCL

欧美一线网络运营商全面覆盖

verizon · T-Mobile · AT&T · EE · vodafone · orange

北美地区销售增势持续

中小尺寸显示
2022年收入

118.0亿港元

北美收入 +20.2%

北美市场

- ✓ 智能手机收入 +20.9%
- ✓ 安卓平板收入 +33.2%

TCL手机和安卓平板出货量排名[1]

TCL安卓平板全球
No.5

产品线及国家聚焦，TCL智能手机出货量实现增长

TCL 40 R 5G手机

5G产品渗透率 +3.1个百分点

TCL品牌智能手机出货量增长 58.7%

TCL品牌5G手机出货量增长 42.0%

TCL安卓平板加速拓展市场

TCL TAB 8 LE

- ✓ 北美8吋爆品成功迭代夺标 **维持北美运营商第一**

TCL NXTPAPER 12 PRO

- ✓ 成功在英国开拓**Uber 2B客户**并进一步拓展北美和亚太地区，显著带动出货量提升

1. 数据源：IDC，2022年全年智能手机及安卓平板全球出货量数据

1.3 显示业务 - 智慧商显丨聚焦教育/会议交互式平板(IPFD)，全年收入增长两倍至9.1亿港元

TCL

✓ **携手钉钉、腾讯生态，发力交互式平板市场；发挥业务协同，与海外头部IFPD品牌展开合作，海外市场快速起量**

- ✓ TCL云智教智慧教学平台，数字化教学流程
- ✓ 内置环境传感器，教学环境智能监控
- ✓ 清晰护眼教学屏，呵护师生双眼
- ✓ 高精度红外触碰，白板书写流畅
- ✓ 摄像头、麦克风、扬声器一体化设计，适用多场景教学
- ✓ 前置接口与按键设计，便捷操作
- ✓ 外观设计独具匠心

智慧教育平板 X60

智慧会议交互平板 V50

- ✓ 创新舒写屏，书写更畅快
- ✓ TCL Share 无线投屏，便捷分享高效汇报
- ✓ 腾讯文档、WPS办公协同，多方轻松协作
- ✓ 4K超清显示，10.7亿色丰富色彩
- ✓ 摄像头、麦克风、扬声器一体化设计，多场景适用
- ✓ 丰富视频会议生态，助力企业协作无界
- ✓ BYOD （Build Your Own Device）解决方案，实现灵活自主办公

2.1 创新业务 - 智能连接及智能家居丨智能化科技化新品类全球化发展，率先布局AR/VR赛道

TCL

智能连接 - 积极展开4G/5G产品布局，运营商渠道持续突破

智能连接

智能穿戴

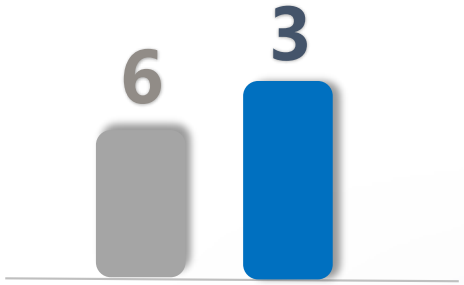
366.1万台

出货量

11.5亿港元

收入

TCL 路由器全球排名[1]

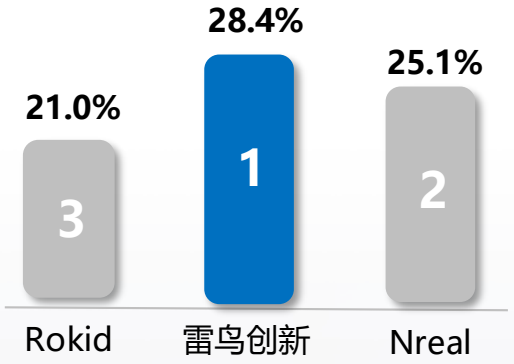


智能家居 — 智能门锁中高端结构改善明显，大屏猫眼门锁市占行业领先

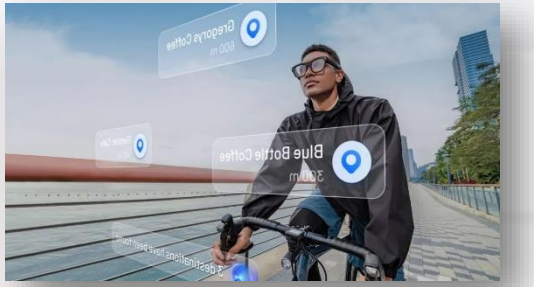
- ✓ 2022年收入**7.2亿**港元，**同比增长17.0%**
- ✓ 2022年推出**12款**智能门锁新品，新品累计出货量占比**超7成**，其中自研开发的中高端10系新品获得行业一致好评
- ✓ TCL大屏猫眼7系门锁2022年中国线上销量市场份额位列**前三**[2]

AR/XR眼镜 – 国内线上市场份额第一

国内消费级AR眼镜线上平台市场份额[3]



雷鸟X2消费级AR眼镜



外观轻便

简约无线一体式设计
满足日常生活佩戴需要

应用场景丰富

智能翻译、实时导航、
信息提醒、快捷拍照等场景

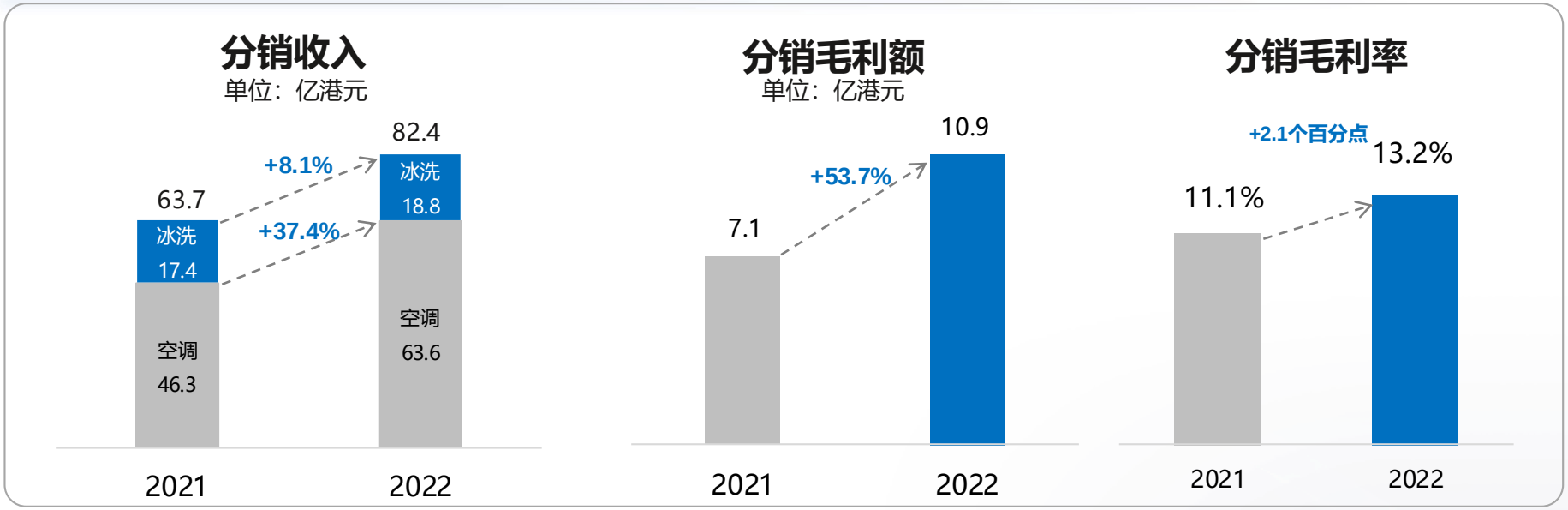
技术领先

光波导 +双目异显全彩 Micro LED
1000nits全场景显示亮度 + 1600万像素高清摄像头
高通骁龙XR2专业强悍算力+自研视觉SLAM算法

数据源： 1. TSR, 2022年全球出货量数据 2. 洛图科技，中国市场2022年12月线上销量数据 3. 艾瑞咨询，2022年全年中国市场线上销售量数据

2.2 创新业务 - 全品类营销丨品牌/渠道协同加速全球分销规模增长，毛利率提升2.1个百分点

TCL



TCL空调全球排名[1]

No.4

TCL新风空调小蓝翼系列

TCL冰箱格物系列

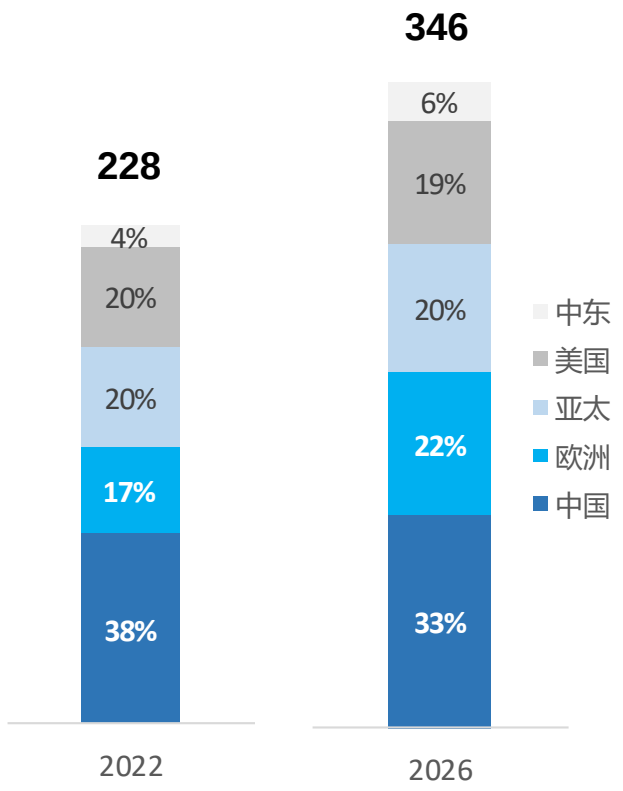
TCL洗衣机双子舱系列

数据源：1. 产业在线，2022年全球出货量数据

2.3 创新业务 - 光伏业务丨全球行业 - 欧美及中国分布式光伏市场大，欧洲储能需求强

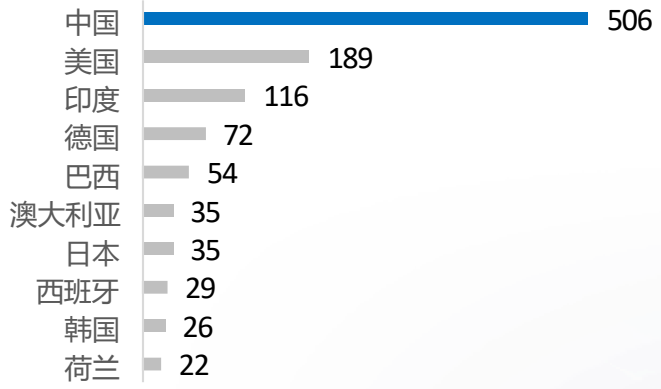
全球光伏新增装机量[1]

单位：GW



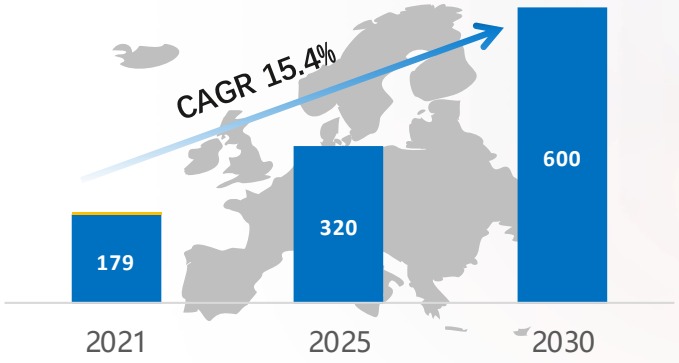
2022至2026年 全球TOP10光伏累计新增装机国家预测[1]

单位：GW



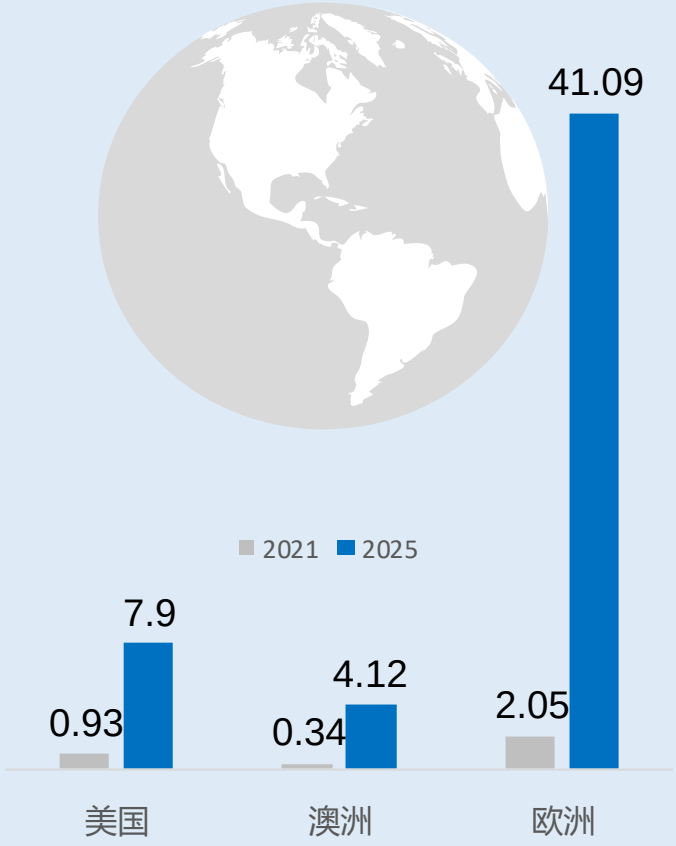
欧洲光伏累计装机量[2]

(欧洲装机以分布式为主)
单位：GW



全球主要市场 户用储能装机量预测[3]

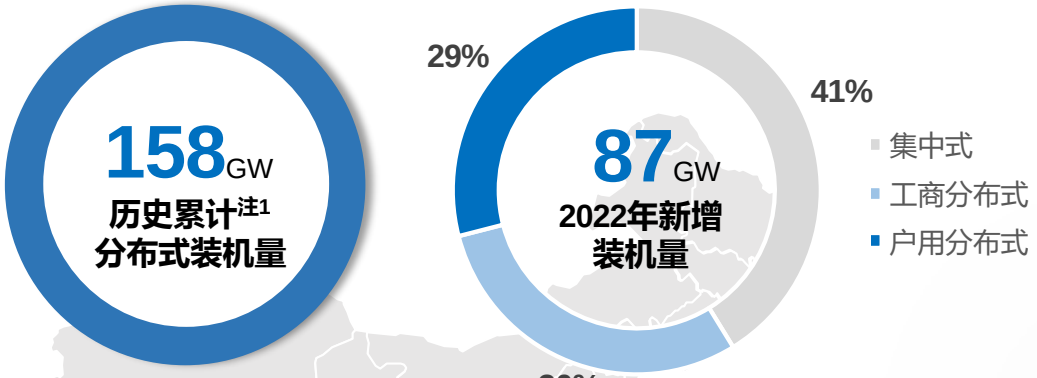
单位：GWh

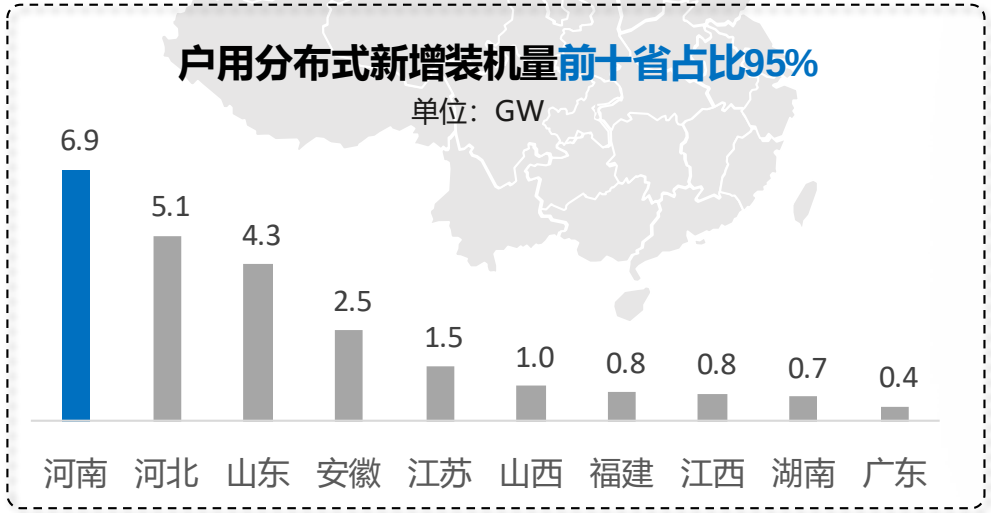


数据源： 1. Solar Power Europe 2. REPowerEU，中银证券 3. Solar Power Europe, BNEF, IEA

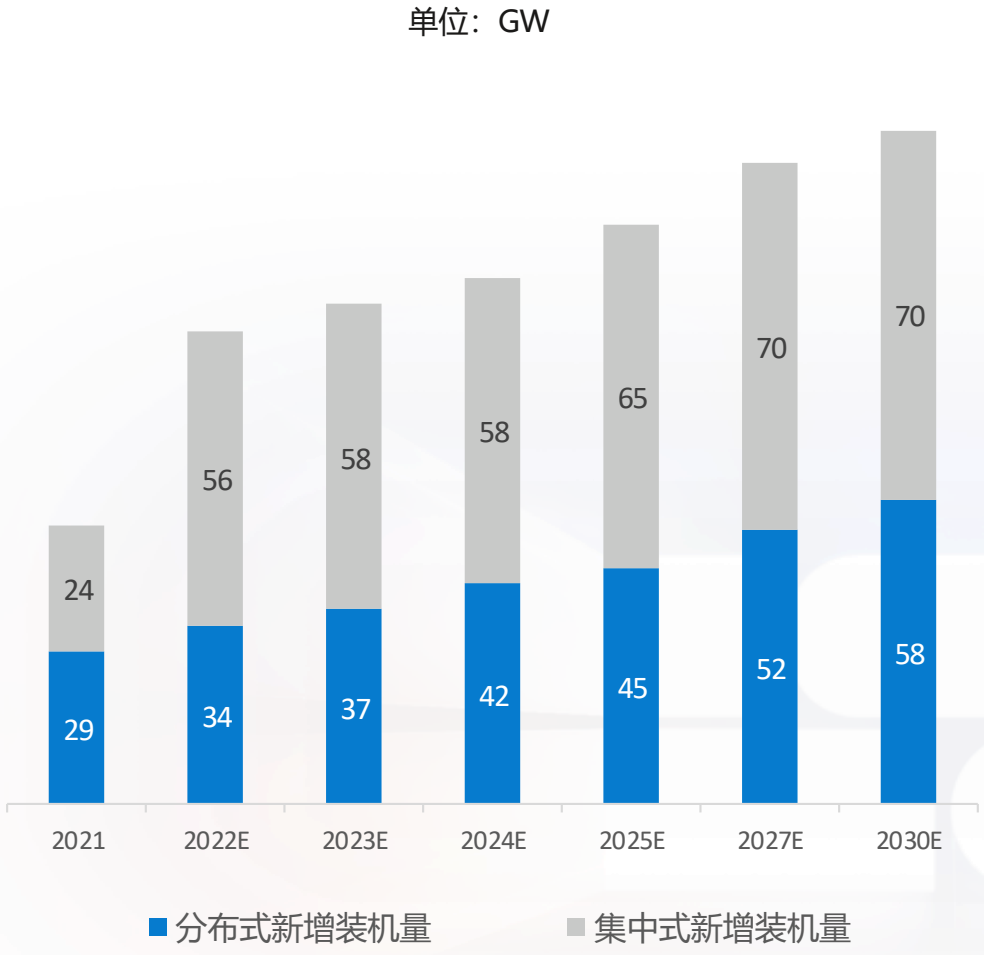
2.3 创新业务 - 光伏业务丨中国行业 - 分布式光伏快速起量，未来华中及华南为新增量市场

2022年中国光伏市场新增装机量[1]





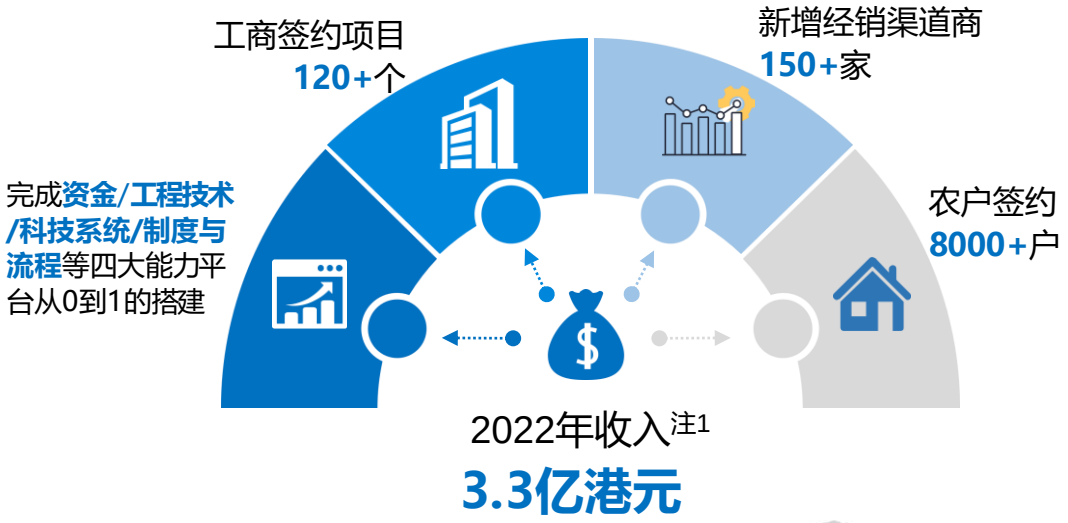
2021至2030年中国光伏市场新增装机量预测[2]



数据源：1. 国家能源局 2.中国光伏行业协会(CPIA)　附注：1. 截至2022年12月底的累计数据

2.3 创新业务 - 光伏业务丨自2022年第二季度正式落地，加速2B2C端业务推进，业务规模持续扩张中

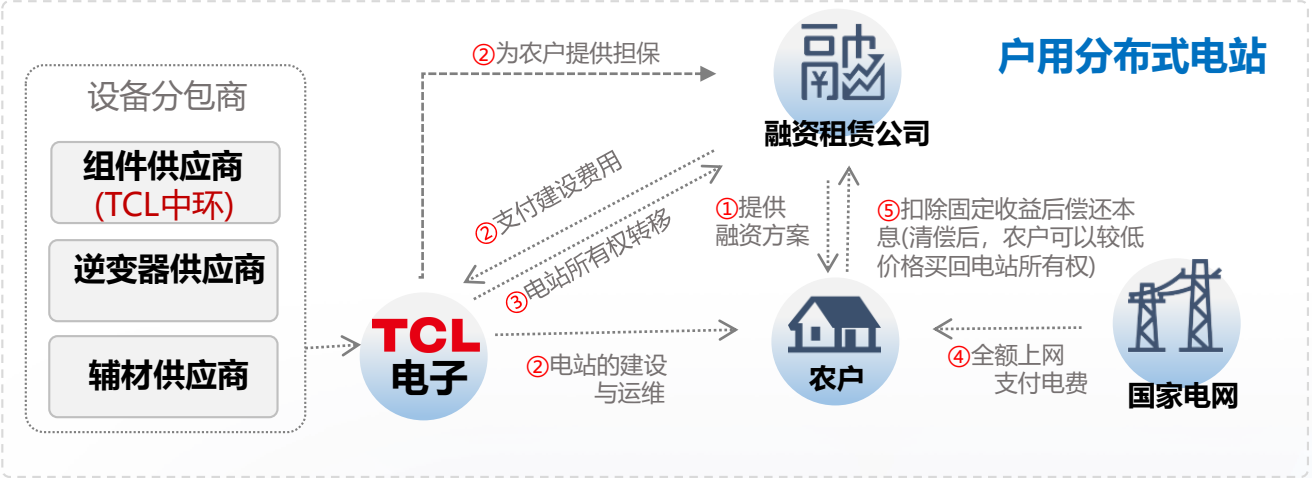
TCL



■ 2022年已覆盖省市 **9个**

■ 2023年拟拓展省份 **超10个**

CREC中国十大分布式光伏系统品牌
2022光伏行业最具影响力户用光伏系统



附注：1. 2022年光伏业务订单收入为7.4亿港元

2.3 创新业务 - 光伏业务 | 凭借产业链优势，放眼全球市场，为长期增长赋能

TCL

TCL

- ✓ 拥有完备的光伏上游产业链及丰富的金融/项目资源
- ✓ TCL电子进入分布式光伏具备后发优势

TCL中环

晶体 | 晶片 | 组件 | 电站运营经验

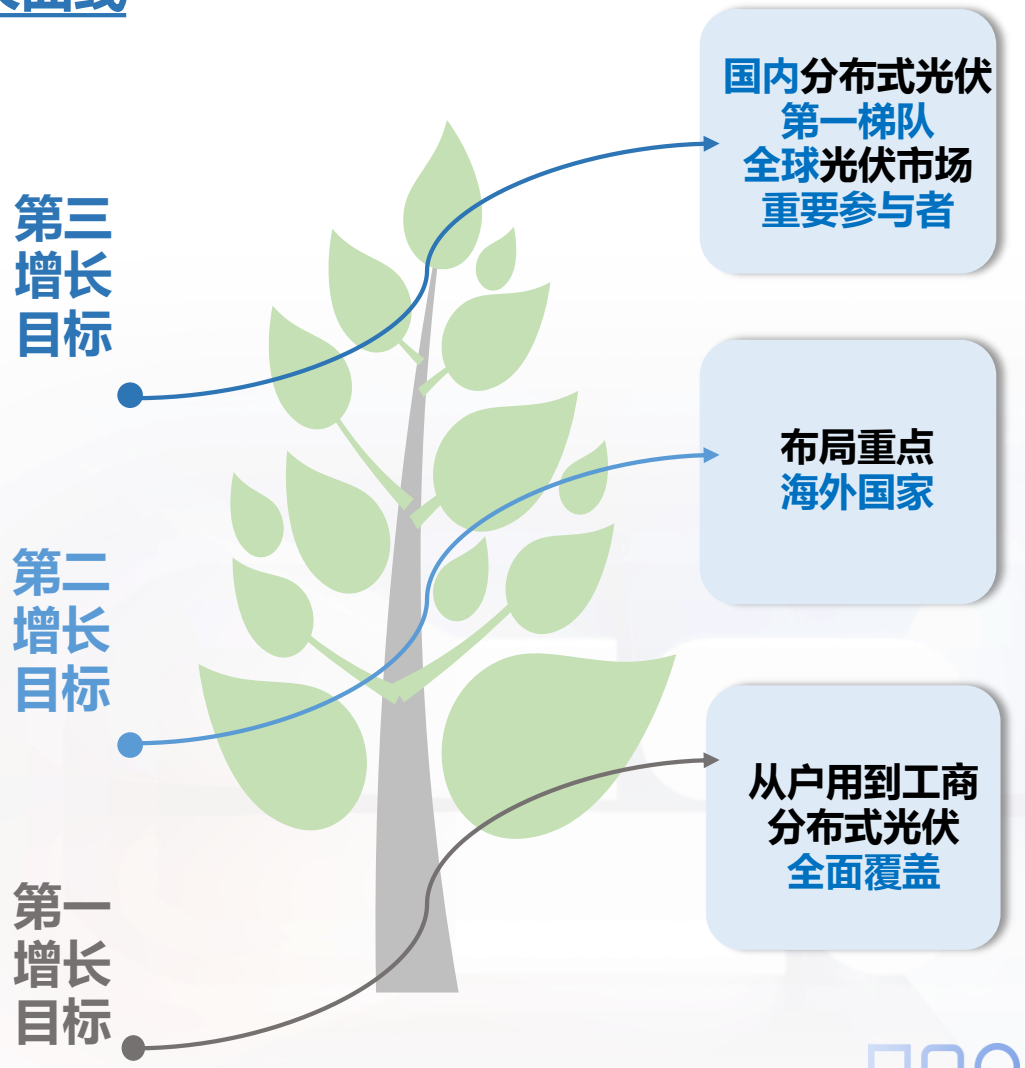
TCL电子

全球知名的TCL品牌优势 | 下沉渠道优势 超47,000间门店 | 完善的全国售后体系

丰富的金融合作伙伴资源

充沛的国内外工商项目资源

增长曲线

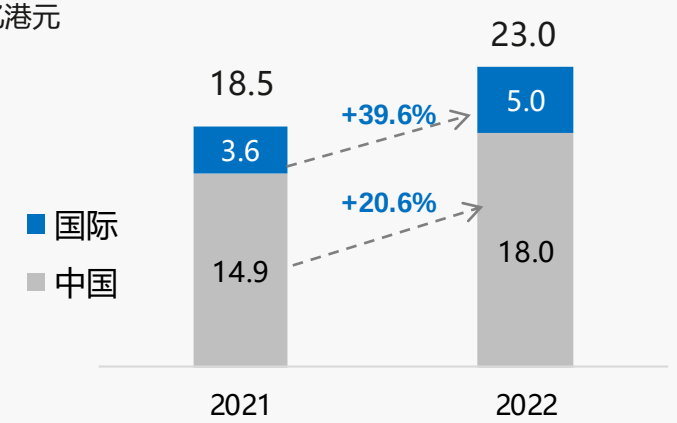


3.1 互联网业务丨全球互联网业务收入同比增长24.3%，盈利能力稳健

TCL

全球互联网收入

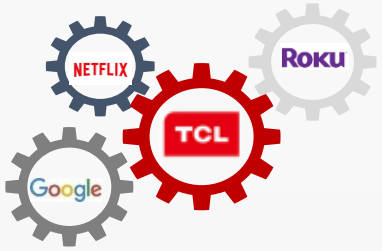
单位：亿港元



国际市场成绩

国际市场：搭载第三方OTT系统，运营TCL Channel内容集成应用平台

- ✓ 与Roku、Google和Netflix等巨头合作，持续提升用户服务体验
- ✓ 自2021年起，持续获得Google平台运营收入分成
- ✓ 雷鸟海外商业模式逐渐实现突破，通过合作OTT平台触达海外庞大的TCL智屏用户，增强变现能力；截至2022年12月底TCL Channel累计用户数**超过1,200万**，已覆盖北美、欧洲、中南美洲、亚太地区等**60个国家**



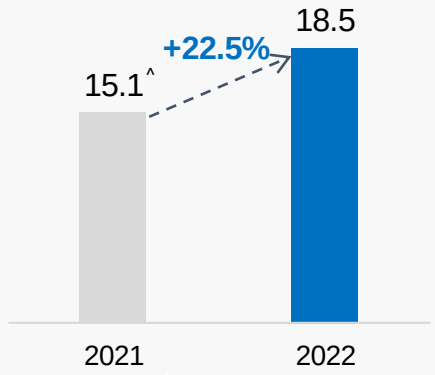
持续深化与互联网巨头的全球合作

雷鸟网络科技

聚焦产品创新强化竞争力，不断提升平台运营效率

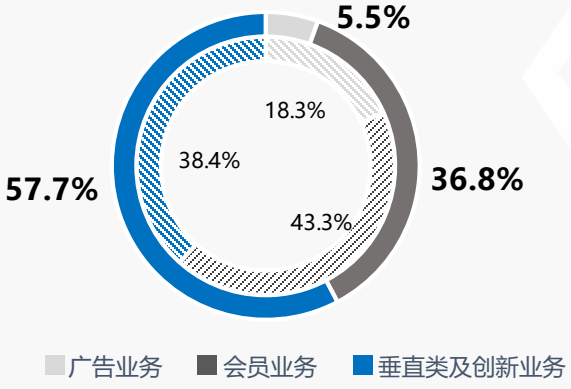
单位：亿港元

收入



收入占比

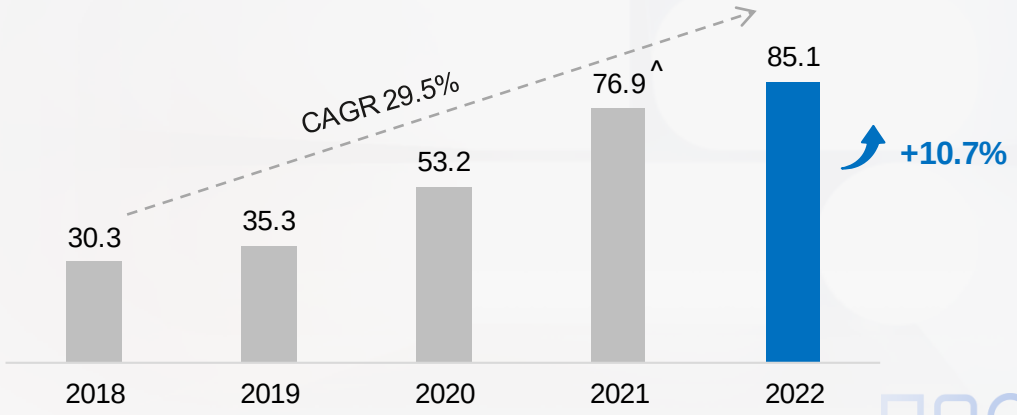
外圈2022 vs 内圈2021^



ARPU

平台运营能力增势依旧

单位：港元



附注：^经调整

4.1 经营亮点 | 积极应对供应链及市场变化，优化产品结构，提升经营质量，坚持业务创新

TCL

产品结构

产品力显著提升

- ≥65吋TCL智屏出货量占比提升**8.2个百分点**
- 量子点/Mini LED全球出货量同比**增长超10%**
- 120Hz/100Hz高刷TCL智屏全球出货量同比**增长198.7%**, 位居全球第五[1]
- 品牌指数显著提升至120，中国品牌**第二**[2]

显示技术领先 前沿产品首发

- 全球率先布局及量产Mini LED智屏，TCL Mini LED智屏国内零售量排名第一[2]

经营质量

中国市场表现优异 逆势跑赢行业

- 加速落地“TCL+雷鸟”双品牌战略，TCL智屏出货量同比提升**超20%**
- 渠道结构持续优化，TCL智屏线上渠道占比同比提升**13.0个百分点至61.7%**

极致降本，提升周转效率

- 供应链平台能力提升，建设集成供应链重点生态
- 库存周转改善，同比**缩短5天**
- 独特垂直产业链，增强成本竞争力

海外市场加速抢占

- **超20个**海外国家市占持续提升[3]
- **超20个**海外国家市占位列前五[3]

实现高质量经营增长

- **利润 > 收入 > 规模**的同比改善表现
- 规模稳定，经调整归母净利**翻番**

业务创新

全球互联网业务利润贡献稳定且显著

- 国内丰富平台内容，APRU突破80港元，近五年CAGR达**29.5%**
- 海外与巨头合作探索业务新模式，提升收入可持续性

赢战新赛道

- 第二季度正式落地光伏业务并迅速拓展
- AR/XR新品发布，**市占率跃居国内首位**[4]
- 全品类营销业务规模及毛利空间持续扩大

数据源： 1. Omdia,2022年全球品牌电视出货量数据　2. 中怡康全渠道，2022年全年中国市场电视零售量数据
3. GfK及NPD， 其中海外各国(北美除外)为GfK2022年电视出货量市占率数据，北美地区为NPD2022年电视零售量市占率数据　4. 艾瑞咨询，2022年中国市场线上销量数据

4.2 经营亮点 | 巩固行业领先的研发能力，秉持创新驱动发展，提升研发效率

稳步推进显示画质技术研发，支撑显示产品矩阵竞争力

- ✓ 与华星高效协同，持续提升大尺寸面板成本竞争力，建立技术壁垒
- ✓ 巩固技术先发优势，持续演进Mini LED、画质引擎、色彩管理等核心显示技术，提升产品竞争力
- ✓ 做厚显示技术平台能力，通过公共平台技术复用，实现研发效率提升

夯实智能终端连接能力，推动互联互通技术标准建设

- ✓ 通过5G通信、IoT 平 台 、云服务、AI故障诊断的能力建设，提升终端连接的稳定性、可靠性和安全性
- ✓ 以用户需求和使用体验为中心，为用户创造极致体验与价值
- ✓ 围绕全品类设备互联互通、AIoT全场景应用 和 音视频数据流转等，积极通过已有技术构建行业标准，维护智能连接行业生态

加大软硬件技术平台投入，探索智能化场景应用

- ✓ 加大对影像技术、操作系统、人工智能、电控、新材料等技术平台的投入，强化技术工程化的体系建设，提升产品的软硬件核心性能、操作与交互体验
- ✓ 持续加深AR/VR等创新赛道研发投入， 布局新范式交互入口，探索智能化场景应用的落地

4.3 经营亮点 | 品牌及各类智能产品均获全球行业及消费者高度认可

欧洲影音协会（EISA）多项创新大奖

- TCL Mini LED 4K智屏65C835斩获“PREMIUM MINI LED TV 2022-2023”大奖
- TCL 55C735 智屏荣获“BEST BUY LCD TV”大奖
- TCL C935U 音箱荣获“BEST BUY SOUNDBAR”大奖

于国际消费电子产品展（CES）获多项创新大奖

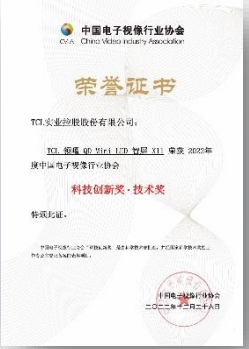
- TCL Mini LED 4K智屏75C935和TCL Mini LED 4K智屏75C835荣获“CES®2023创新大奖”
- TCL领曜QD-Mini LED智屏X11斩获“年度Mini LED显示创新奖”
- TCL 4K Mini LED智屏C845荣获“新一代显示技术金奖”
- TCL智能平板 NXTPAPER 12 Pro喜获“护眼科技创新奖”
- TCL NXTWEAR Air智能眼镜荣获“最具创新产品奖”

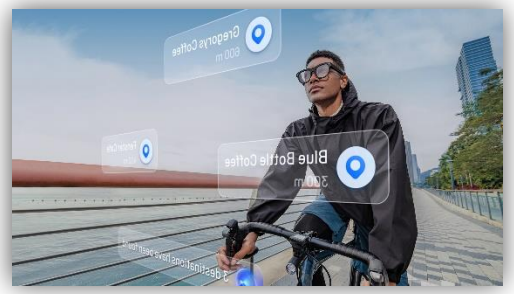
智能产品和创新设计荣获13项iF设计大奖及8项红点设计大奖

- 空气净化器Breeva Pro 400/700、TCL NXTHUB V60会议平板、TCL FLEX V智能折叠手机、路由器TCL CPE Air、TCL P73系列家庭影院音箱、TCL雷鸟AR眼镜等获“iF设计大奖”
- TCL QD-Mini LED智屏C12E、TCL QD-Mini LED智屏X11、TCL Mini LED 8K领曜智屏X12、TCL C系列AI电视摄像头、TCL小蓝翼新风空调系列等荣获德国“红点设计大奖”

中国电子视像行业协会颁发的多项科技创新大奖

- TCL领曜QD-Mini LED智屏X11斩获“2022年度科技创新奖•技术奖”
- TCL QD-Mini LED巨幕智屏 98X9C Pro 荣获“2022年度科技创新奖•产品奖”





雷鸟创新及雷鸟AR/XR智能眼镜荣获多项行业大奖

- 首款双目全彩 Micro LED全息光波导AR眼镜的设计与研发斩获“第三届科学技术奖二等奖”
- 雷鸟创新入选“WISE 2022 新经济之王 元宇宙新业态 TOP 30”
- 雷鸟创新入选“2022 中国 AR 50强”

中国家用电器研究院颁发的多项设计大奖

- TCL 16KG 双滚筒洗衣机工业设计项目荣获年度“设计创新成果奖”
- TCL冰箱洗衣机品牌荣获“最具创新力家电品牌”

4.4 经营亮点丨环境、社会及管治，连续五年获恒生指数予ESG评级A，ESG表现亮眼

TCL

整体ESG评级[1]

A

2018-2022年
连续五年ESG评级为A

整体获奖情况

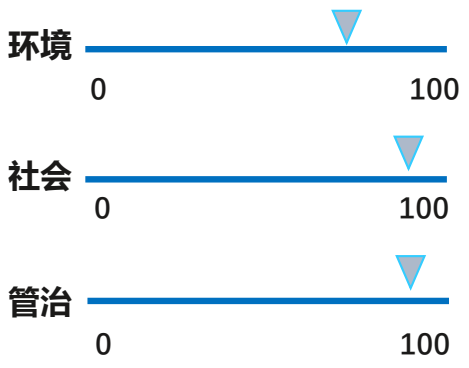
2019-2022年
连续四年被纳入
恒生可持续发展
企业基准指数[1]

ESG表现比较[1]

与同业公司比较：前20%
（94间公司中）

与其他成分股比较：前20%
（575间公司中）

整体ESG表现[1]



E

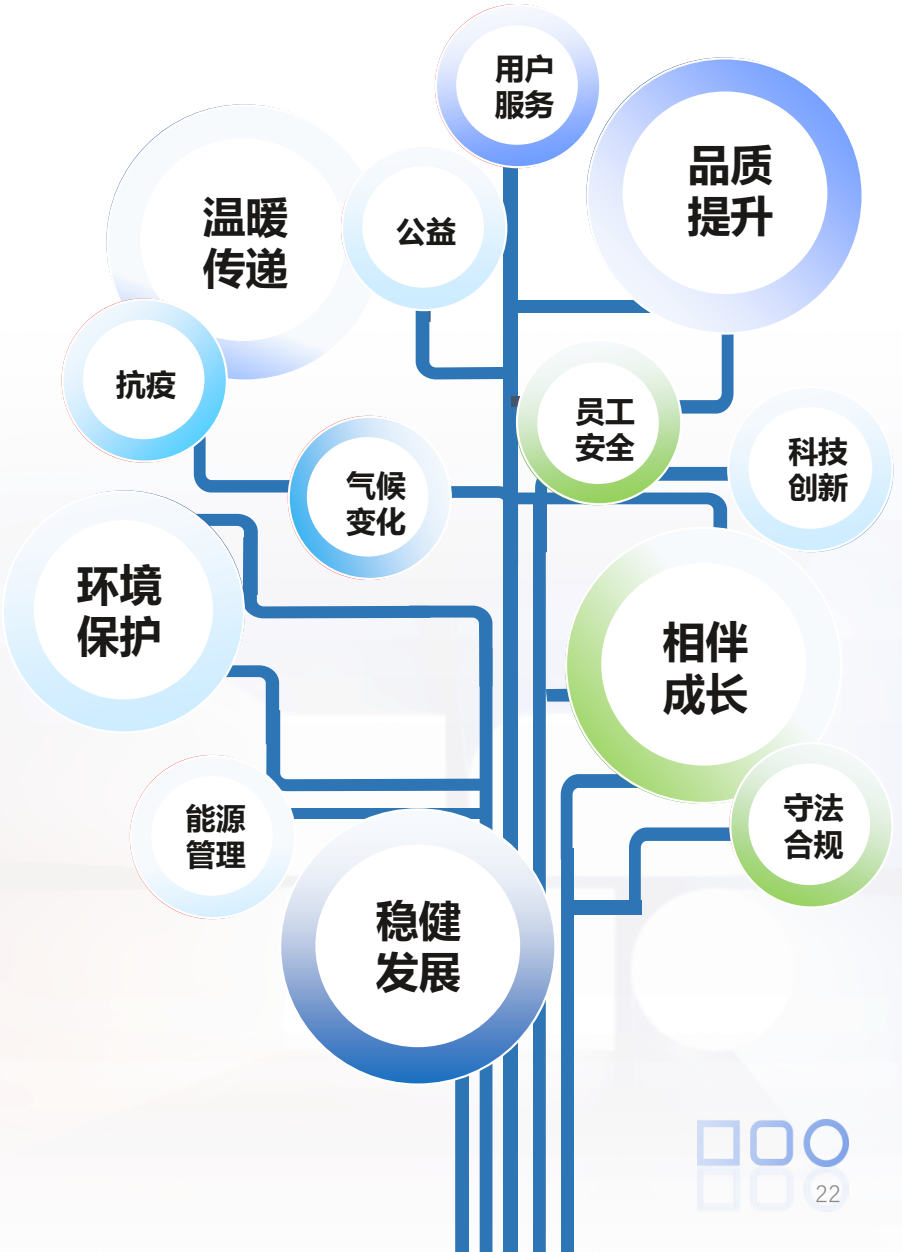
- 行业首创新型嵌入式一体式蜂窝板包装方案，通过减小包装厚度**降低运输产生的温室气体排放**
- 手工喷涂生产线废气处理改造，**VOCs去除率升至85%，排放量减4.8吨/年**
- 布局光伏业务，助力乡村振兴，**推动低碳经济发展**

S

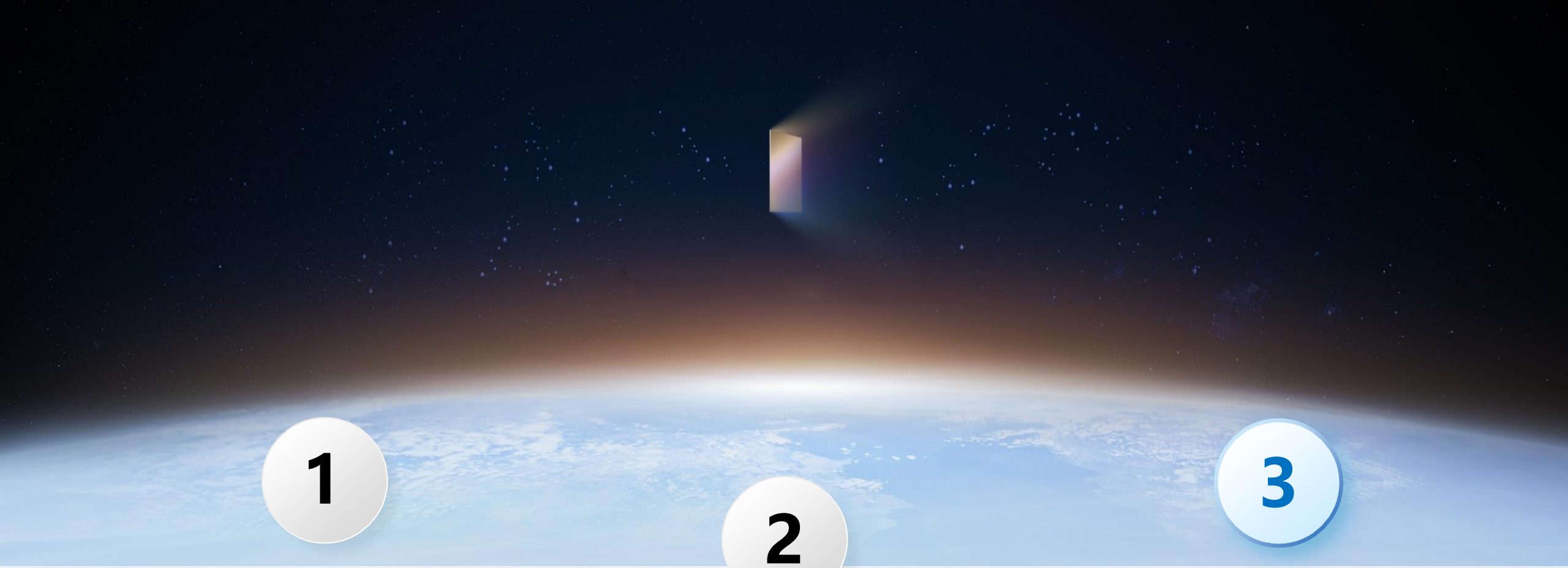
- 本集团全球**女性雇员占比持续提升，2022年占比超40%**
- TCL手机产品导入**助听功能**，提供更便捷、**无障碍**的产品体验

G

- 第七届格隆汇金格奖大中华区卓越上市公司评选：**年度信息披露奖**
- 2022年整合、编纳成规及采纳**《反贪污政策》**



数据源：恒生指数有限公司网站2022年8月31日评选结果，评选行业为非必需性消费



1

环境与策略

2

业务回顾

3

未来展望

未来展望 | 战略 | 品牌引领价值 相对成本优势 极致经营效率 协作创新驱动

TCL

品牌

产品

- ✓ 掌握技术致胜点
- ✓ 提供极致用户体验
- ✓ 全产业链一体化，具备成本竞争力

营销

- ✓ 品牌指数及认知度双双提升
- ✓ 重点区域及优质渠道深化覆盖

效率

运营

- ✓ 优化布局 提效降本
- ✓ 精细运营 提升效率

组织

- ✓ 搭建**人才培养体系**
- ✓ **流程与数字化**建设能力优化

创新

协创

- ✓ 保持**持续创新**能力
- ✓ 产生**协同生态**效应

未来展望丨目标丨为消费者创造价值，成为市场地位和商业盈利全面领先的全球智能终端企业

核心目标

实现“现金流增速 > 利润增速 > 收入增速 > 规模增速”的高质量增长

收入增长主要来源

ASP提升

区域和渠道覆盖提升

重点区域和重点渠道销量提升

新业务规模增长

利润增长主要来源

产品和技术竞争力提升

结构性降本

研发/运营资产/组织效率提升

免责声明

- 本文所载资料不得用于与任何投资者之投资决定或结果有关之法律用途。具体而言，本文件概不构成认购或出售或购入任何TCL电子控股有限公司(“本公司”)任何证券之任何推荐或邀请。本公司谨此明确表示，概不就因任何投资者依赖本文所载内容而引致或与此有关之任何损失或损害承担任何责任。

- 本演示或会作出多项前瞻性陈述。前瞻性陈述乃对非历史事实作出之陈述。该等前瞻性陈述乃以本公司现时之预期为基准，不能保证该等预期完全正确。由于前瞻性陈述涉及风险及不明朗因素，本公司之实际业绩或会与该等陈述有重大出入。

TCL

THANKS!

2023年3月

INSPIRE
GREATNESS