

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
分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12月31日止年度 業績公告

董事會欣然公告本集團截至2025年12月31日止年度的綜合業績及財務狀況，連同
去年相應期間的比較數字。

財務摘要

	截至12月31日止年度		變動
	2025年 百萬港元	2024年 百萬港元	
收入	114,583	99,322	15.4%
毛利	17,900	15,554	15.1%
除稅後利潤	2,527	1,849	36.7%
歸屬於母公司擁有人(「歸母」)淨利潤	2,495	1,759	41.8%
非香港財務報告準則計量：			
經調整歸母淨利潤	2,512	1,606	56.5%
建議每股末期股息(港仙)	49.80	31.80	56.6%

管理層討論及分析

業務回顧與展望

1. 綜述

全球TV行業中高端及大屏化趨勢顯著，創新智能硬件和消費級清潔能源將成為規模增長新動力

2025年，全球經濟在貿易環境多變中保持韌性增長，新興經濟體增速領先。全球TV行業需求穩定且品牌集中度進一步提升，消費者情感價值與娛樂體驗重要性尤為突顯，智能化、中高端及大屏化產品備受青睞。2025年全球TV出貨量約為2.09億台，其中65吋及以上大呎吋TV出貨量同比增幅達5.3%¹。Mini LED顯示技術快速發展，憑借高對比度、高亮度、低功耗等優勢，已成為高端顯示領域的主流方案。2025年全球Mini LED TV出貨量滲透率同比增長翻倍，由2024年的3.1%同比提升3.0個百分點至6.1%²。根據Omdia預測，受2026年美加墨FIFA世界盃賽事紅利、高端顯示技術迭代與AI技術賦能等多重因素驅動，2026年全球TV市場規模預計表現平穩，其中Mini LED TV出貨量將實現強勁增長，高端化及大屏化趨勢將持續加強。

¹ 數據源：Omdia, 2025年全年全球品牌TV出貨量數據。

² 數據源：Omdia, 2025年全年全球品牌Mini LED TV出貨量數據。

同時，生成式人工智能技術在2025年迎來爆發式發展，算力、算法與終端設備協同升級，推動多模態交互、內容生成、智能助手等能力快速普及，成為數字經濟與智能硬件升級的核心引擎。生成式人工智能的應用場景持續拓展，其中最具普惠性、滲透覆蓋範圍最廣泛的落地領域集中在TV、智能眼鏡、智能機器人等各類消費電子終端產品，與本集團核心業務佈局高度契合。在智能TV等大屏場景，生成式人工智能實現精準內容推薦、語音自然交互、家庭娛樂與教育內容生成，打造沉浸式及個性化的客廳智慧體驗；在智能眼鏡等新型穿戴設備上，生成式人工智能結合AR視覺與語音交互，提供實景導航、即時翻譯、信息提示等能力，構建解放雙手、所見即所得的下一代人機交互入口；在智能陪伴機器人上，則通過情感理解、對話交互與場景化陪伴，為家庭、老人及兒童提供更有溫度的智能陪護與互動體驗。

在消費級清潔能源方面，全球光伏行業在2025年保持強勁增長。根據初步統計，2025年全球新增光伏裝機容量約為607GW，再創歷史新高³。截至2025年底，全球累計光伏裝機容量已突破2,800GW，光伏發電在全球能源結構中的地位日益鞏固。中國作為全球最大的光伏市場，2025年繼續引領行業發展。根據中國國家能源局的官方數據，2025年全年，中國光伏新增併網容量高達317GW，其中分佈式光伏新增153GW，佔比近半，顯示出分佈式光伏在中國市場的巨大潛力⁴。截至2025年底，中國光伏累計裝機容量已達到1,200GW。

³ 數據源：本集團內部報告，基於2025年光伏裝機量數據。

⁴ 數據源：中國國家能源局，2025年光伏裝機量數據。

堅定「全球化」與「中高端化」雙輪戰略，經營質量和商業價值大幅提升

本集團緊抓行業發展機遇，憑藉「全球化」與「中高端化」的雙輪驅動戰略，堅持以技術創新為核心驅動力，持續實現產品力突破，同時大力推進全品類協同發展，構建更具競爭力的產品矩陣；積極拓展全球渠道與優質資源，不斷提升渠道覆蓋廣度與門店滲透率，夯實全球化市場基礎，全球業務實現有質量增長，整體盈利能力持續增強。

2025年，本集團實現收入1,145.83億港元，同比增長15.4%；毛利達179.00億港元，同比增長15.1%。本集團持續強化各項核心能力建設，嚴控成本費用，精細化運營管理，全面提升經營效率，整體費用⁵率同比下降0.7個百分點至11.1%。2025年，本集團在產品結構、技術領先、品質提升等方面持續突破，業務規模健康增長，疊加內部運營效率不斷提升，本集團整體盈利水平持續優化，2025年除稅後利潤同比增長36.7%至25.27億港元，經調整歸母淨利潤達25.12億港元，較上年同期的16.06億港元增長56.5%。

本集團財務狀況保持穩健，淨額資本負債比率⁶維持在0.0%的健康水平，現金及現金等值項目同比增長54.2%至135.22億港元，為業務發展和戰略投資提供了充足的資金保障。為回饋股東長期支持，本集團延續自2017年起的高派息政策，董事會建議派發2025年末期股息每股現金49.80港仙，派息率達經調整歸母淨利潤的約50%，展示本集團與股東共享發展成果的誠意。

⁵ 整體費用包含銷售及分銷支出和行政支出。

⁶ 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。

顯示業務全球領先，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年本集團顯示業務收入同比增長9.2%至757.97億港元，毛利同比增長16.4%至124.76億港元，毛利率同比增長1.1個百分點至16.5%。其中，大呎吋顯示業務毛利率同比提升1.3個百分點至16.8%。2025年，TCL TV排名穩居全球品牌TV前二⁷；TCL Mini LED TV全球出貨量同比大幅增長118.0%，出貨量規模穩居全球首位⁸。本集團持續擴大渠道佈局並深化重點渠道建設，推動TCL TV在全球超過20國家零售量排名前三⁹。

互聯網業務緊抓AI技術發展新機遇，深耕全球家庭互聯網賽道，實現業務規模與盈利質量同步提升。國際市場持續深化與Google、Roku、Netflix等國際巨頭的戰略合作，旗艦機型率先接入Google Gemini，升級AI交互體驗，同時完成內容聚合應用TCL Channel的全面升級，歐洲、拉美等國家優質內容佔比翻倍，刺激當地日均使用總時長同比翻倍增長，2025年底累計用戶突破4,570萬，商業化變現能力顯著增強。國內市場依托自有OTT智能終端運營平台，聚焦AI內容生成與交互體驗升級，以AIGC打造自主版權「內容工廠」，並通過自研工具Agent提升AI漫劇創作效率，AI硬件Amby Uni成功投放市場，持續優化業務結構，鞏固本集團在全球家庭互聯網領域的領先地位。2025年，互聯網業務收入同比增長18.3%至31.09億港元，毛利率同比提升0.2個百分點至56.4%。

⁷ 數據源：Omdia, 2025年全年全球品牌TV出貨量數據。

⁸ 數據源：Omdia, 2025年全年全球品牌Mini LED TV出貨量數據。

⁹ 數據源：本集團內部報告，基於2025年全年TV零售量。

創新業務規模持續擴張，2025年收入同比高增31.9%至356.28億港元。其中，光伏業務堅持相對輕資產模式運營，靈活適應市場變化，構築高質量發展基石。年內，本集團著力構建電力市場化交易能力，通過深化渠道協同與金融賦能，有效兼顧規模擴張與經營質量。得益於此，國內戶用分佈式光伏新增裝機量屢創新高，市場份額顯著攀升，運營效能與競爭優勢進一步鞏固；同時穩步推進全球化佈局，歐洲市場已實現業務實質性落地。2025年光伏業務收入同比增長63.6%達210.63億港元，毛利同比增長47.5%至18.15億港元，展現出卓越的市場競爭力與發展韌性。

技術引領高端化核心突破，分佈式產能高效滿足全球交付，精準品牌傳播實現價值提升

本集團持續加大研發投入，聚焦AI技術、顯示技術、智能硬件及家庭能源管理等核心領域，全面推動產品服務與營運效率升級。2025年，本集團研發費用同比增長8.5%至25.32億港元。在產品服務創新方面，本集團全面導入AI應用以優化用戶體驗，電視操作系統端於海外市場率先接入Gemini，強化智能交互與內容變現潛力，國內市場則集成伏羲AI大模型，提升人機交互體驗，並自研AI創作平台，推動少兒業務實現口碑與業績雙增長，有效增強用戶黏性；在顯示技術領域，本集團聚焦Mini LED，於2025年9月推出全球首款搭載SQD-Mini LED顯示技術的旗艦產品TCL X11L TV，依托超級背光、超級量子點和超級屏幕三大核心技術，實現全局高色域、不串色、分區更多、亮度更高、整機更薄的五大核心優勢，榮獲2026 CES顯示金獎；同時，本集團於年內推出NXT PAPER 4.0技術實現全場景護眼與生產力提升，開啟護眼辦公新革命；智能硬件與新興技術方面，實現AR眼鏡全彩Micro-LED規模化量產，在AR光學領域取得技術突破。

與此同時，本集團還將AI技術廣泛應用於創新型智能終端產品。2025年，本集團發佈了全球首款擁有可愛仿生外觀設計，搭配可移動太空艙底座的分體式智能家居陪伴機器人TCL AiMe。該款機器人不僅能進行多模態自然互動，還能通過日常互動不斷學習並適應家庭成員的行為習慣，為每位家庭成員提供個性化的互動體驗，展現了本集團在「AI x IoT x 機器人」融合領域的創新實力。

在公司營運效率方面，本集團於研發、製造、供應鏈、銷售等全價值鏈環節全面導入AI應用。其中，研發端透過AI自動化測試、輔助編碼與產研智能搜索，顯著提升研發效率與人均毛利額；製造端運用產線AI視覺檢測、質量預測分析及智能知識庫，強化生產效能與訂單準時交付率；供應鏈端藉助多維度需求預測、AI降本分析與產能規劃，實現材料降本；銷售端以AI營銷內容提效、銷售模擬培訓及店效賦能，推動門店銷量增長。同時，本集團持續優化營運流程，以數智化賦能實現降本增效，強化核心競爭力。

在產能與供應鏈方面，在逆全球化浪潮下，世界格局轉變為「效率+安全並重」模式，推動全球供應鏈向「區域化、本土化」重構。本集團擁有垂直整合的供應鏈優勢，並持續深化全球化產能佈局，以靈活高效的運營體系應對複雜多變的全球市場環境。本集團在全球範圍內TV產能超3,000萬台，在中國、越南、波蘭、墨西哥、巴西、巴基斯坦等地均設有生產基地，分佈式佈局支撐供應重心靈活調配，及時滿足全球市場需求變化。

在品牌營銷與渠道管理上，本集團堅持全球化、區域化、本土化相結合的策略，針對不同市場的特點和消費者偏好，制定差異化的精準營銷策略。2025年TCL以成為奧林匹克全球合作夥伴為契機，同時借助區域營銷、新媒體傳播以及大型展會與產品發佈會等活動，全面提升TCL全球品牌影響力和價值。TCL已連續九年入選「Google x Kantar BrandZ中國全球化品牌50強榜單」，排名第10位，較去年上升1位，品牌力大幅增長20%。同時，本集團將全球劃分為中國、北美、歐洲、拉美、亞太、中東非六大營銷平台，建立了全品類渠道洞察，推動渠道精細化管理，目前Top 50渠道覆蓋率已超過95%。

2. 顯示業務

2.1 大呎吋顯示

TCL TV全球出貨量穩居第二，TCL Mini LED TV市佔率穩居全球第一，產品結構優化帶動盈利能力提升

2025年，本集團大呎吋顯示業務憑藉卓越的產品力和全球渠道優勢，實現了超越行業的增長，產品結構優化成效顯著，整體毛利率穩步提升。大呎吋顯示業務在年內實現收入647.08億港元，同比增長7.7%；毛利達108.96億港元，同比增長17.2%。根據Omdia數據¹⁰，TCL TV全球出貨量市佔率達14.7%，同比提升0.8個百分點，穩居全球第二；全球銷售額市佔率達13.1%，同比提升0.7個百分點，位列全球前三。

產品結構持續優化，65吋及以上TCL TV出貨量同比提升22.7%，出貨量佔比同比提升4.5個百分點至30.5%；75吋及以上TCL TV出貨量同比提升21.7%，出貨量佔比同比提升2.2個百分點至15.4%；全球出貨平均呎吋達54.2吋，同比增加1.6吋。TCL Mini LED TV全球出貨量同比增長118.0%，出貨量佔比同比提升6.8個百分點至13.0%，出貨量市佔率達31.1%，穩居全球第一¹¹，彰顯了本集團在高端顯示領域的技術領先優勢和市場競爭力。

¹⁰ 數據源：Omdia, 2025年全年全球品牌TV出貨數據。

¹¹ 數據源：Omdia, 2025年全年全球品牌Mini LED TV出貨量數據。

國際市場

國際市場是本集團大呎吋顯示業務增長的核心驅動力。2025年，TCL TV收入達475.04億港元，同比增長15.7%，毛利同比增長29.4%至71.65億港元。國際市場大屏化進程持續加速，65吋及以上、75吋及以上TCL TV出貨量分別同比大幅增長50.0%及68.2%，出貨量佔比分別同比提升6.7和3.6個百分點至24.2%及10.0%；TCL Mini LED TV市場出貨量同比增幅更達至228.0%，出貨量佔比提升7.1個百分點至10.6%。產品結構的優化推動國際市場毛利率同比提升1.6個百分點至15.1%，高端化戰略成效顯著。

- 歐洲市場：2025年本集團實現了重點渠道的全面覆蓋，帶動收入同比增長13.9%。中高端產品矩陣進一步完善，產品結構持續向高價值、高盈利方向升級，業務結構性增長勢頭強勁。65吋及以上和75吋及以上TCL TV在出貨量分別同比顯著增長74.5%及120.1%，出貨量佔比亦分別提升8.6個百分點及4.7個百分點至24.7%及9.6%。品牌影響力與渠道覆蓋進一步提升，重點國家市場份額實現突破，TCL TV在法國、瑞典及波蘭零售量排名第二，在西班牙、希臘、比利時及捷克排名第三¹²，未來將持續拓展門店覆蓋，開拓更多中小渠道。

¹² 數據源：本集團內部報告，基於2025年全年TV零售量。

- 北美市場：本集團持續優化渠道結構，積極提升中高端渠道銷售佔比，帶動中高端產品出貨量佔比增長，實現了收入和ASP雙提升。2025年收入同比增長11.2%；65吋及以上TCL TV出貨量同比增長35.1%，出貨量佔比提升10.7個百分點至33.9%；75吋及以上TCL TV出貨量同比提升45.7%，出貨量佔比提升5.9個百分點至16.1%。中高端戰略於北美市場的有效落地，結合卓越畫質、創新體驗及豐富產品線，推動ASP同比提升超20%。2025年TCL TV在美國和加拿大零售量市佔率均穩居第三¹³。
- 新興市場：本集團積極拓展重點渠道覆蓋，並持續推進線下渠道與電商平台協同發展的雙軌策略，有效釋放規模增長潛力，帶動2025年TCL TV收入同比增長19.8%。其中，65吋及以上TCL TV出貨量同比大幅提升53.7%，75吋及以上TCL TV出貨量同比增長76.3%，大屏化趨勢加速顯現。TCL TV在澳大利亞、菲律賓、阿根廷零售量排名第一，巴西、沙特、俄羅斯、巴基斯坦及緬甸零售量排名第二，在泰國、越南、韓國等國排名第三¹⁴，市場影響力持續擴大。

¹³ 數據源：Circana，美國零售市場調查報告，基於2025年全年TV零售量。

¹⁴ 數據源：本集團內部報告，基於2025年全年TV零售量。

中國市場

中國市場方面，受「以舊換新」政策退坡、終端需求疲軟影響，行業整體出貨量規模同比下滑9.8%¹⁵。面對行業下行環境，本集團堅定推進中高端戰略，有效把握大屏化及中高端化趨勢，2025年TCL TV的零售量及零售額市佔率分別提升0.9個百分點和1.1個百分點至22.2%和24.2%¹⁶，展現出強勁經營韌性。

2025年，本集團TV出貨規模表現優於行業，產品結構同步持續優化，核心高端產品表現亮眼。其中，TCL Mini LED TV出貨量同比增長33.6%，出貨量佔比同比提升7.2個百分點至22.5%；TCL量子點TV出貨量同比增長29.6%，出貨量佔比同比提升6.4個百分點至21.2%，高端產品陣容持續擴容。產品結構升級帶動大屏化、中高端化趨勢持續深化，有力推動整體毛利率同比提升1.9個百分點達21.7%，盈利水平大幅改善、經營質量穩步增長。雖受行業整體規模萎縮拖累，2025年TCL TV收入同比減少9.7%至172.04億港元，但本集團聚焦結構優化與質效提升，長期發展動能持續累積。2025年「雙11」購物節期間，本集團TV產品線上渠道銷售額市佔率位居全行業第一¹⁷，進一步鞏固市場領先地位，中高端轉型成果獲市場高度認可。

¹⁵ 數據源：Omdia，2025年全年中國市場品牌TV出貨數據。

¹⁶ 數據源：中怡康全渠道數據，基於2025年全年TV零售數據。

¹⁷ 數據源：中怡康線上周度監測，2025年10月6日至2025年11月16日期間數據。

2.2 中小吋顯示

深耕歐美一線運營商渠道，NXPAPER護眼技術持續迭代

2025年，全球智能手機市場呈現溫和復甦態勢，2025年全球智能手機出貨量增長約2%，達到12.6億部，為近四年來最高水平。全球平板電腦市場同樣保持增長，2025年全球平板出貨量約1.52億台，同比增長5.0%，連續兩年保持增長¹⁸。在此背景下，本集團中小吋顯示業務堅持「效率優先，聚焦重點市場」的策略，深耕歐洲、北美一線網絡運營商渠道，鞏固與核心合作夥伴的戰略關係，實現了穩健發展。2025年，本集團中小吋顯示業務收入同比增長17.8%至99.68億港元，毛利同比增長10.4%至14.37億港元。

產品方面，本集團持續引領NXPAPER護眼顯示技術的創新迭代。手機端推出旗艦手機TCL NXPAPER 60 Ultra與TCL NXPAPER 70 Pro，搭載行業領先的NXPAPER 4.0彩墨護眼技術，集成圓偏振光，納米級蝕刻與全鏈路低藍光技術。升級版「超級閱讀模式」在低功耗技術加持下，支持長達10天的沉浸式閱讀，完美兼顧旗艦性能與電子書優勢。平板端推出旗艦TCL NXPAPER 11 Plus，配備11.5吋NXPAPER 4.0護眼大屏，防眩光更柔和，畫面更清晰細膩，類紙觀感舒適自然。結合智能與個性化護眼雙模式，滿足用戶不同的使用場景與偏好，讓屏幕時刻呈現最佳視覺效果。同時，作為首款搭載AI功能的NXPAPER平板，實現AI幫寫、劃詞拖拽、AI翻譯、AI字幕、智能語音備忘錄、即圈即搜等功能，高效處理各類文本和語音，提升學習和工作效率。上述新品憑藉卓越的差異化體驗，自2025年上市以來廣獲市場好評。

¹⁸ 數據源：IDC，2025年全年全球品牌手機和品牌平板出貨量數據。

2026年，本集團於CES 2026展會上發佈了兩款搭載NXT PAPER顯示技術的新品，分別為智能手機NXT PAPER 70 Pro與電子手寫本Note A1 NXT PAPER。NXT PAPER 70 Pro配備6.9吋NXT PAPER 4.0屏幕，擁有類似電子墨水屏的磨砂質感，並重新引入「Max Ink模式」功能，結合專注模式與極簡啟動器，旨在屏蔽干擾，將用戶注意力最大化集中在內容本身。Note A1 NXT PAPER作為集「真紙感顯示」、「全能AI助手」和「專業級書寫」於一體的生產力工具，旨在顛覆用戶的學習、創作與信息處理體驗。本集團將持續深化NXT PAPER護眼技術的創新應用，為消費者帶來更健康、更舒適的生活體驗。

2.3 智慧商顯

國內聚焦結構優化，海外拓展高端客戶

本集團智慧商顯業務復用TV全球領先的資源優勢，聚焦辦公、零售、餐飲、展覽四大場景，不斷提升產品競爭力。2025年本集團智慧商顯業務收入同比增長28.4%至11.21億港元，毛利同比增長24.0%至1.43億港元。

本集團圍繞商顯場景與體驗，持續推出會議平板V66N、115吋巨幕會議TV、智能交互平板X66N、商用智屏P30等超過20款新品。其中，TCL V66N系列會議平板搭載5,000萬像素AI超感光攝像頭，集成AI全景分鏡、發言人C位識別、手勢追蹤等功能，可以在不同的場景下啟動，極大提升了會議便利性。2025年「618」購物節期間，本集團商顯產品在京東會議TV賽道取得品牌成交額行業第二¹⁹，「雙11」購物節期間京東商顯品類品牌成交額排名第一²⁰的佳績，進一步強化了市場地位，在數字標牌品類中，更連續四個季度蟬聯中國戶內數字標牌出貨量冠軍²¹。

¹⁹ 數據源：京東《黑電商顯618戰報》，2025年5月13日至2025年6月19日期間數據。

²⁰ 數據源：京東《2025年京東黑電商顯11.11全周期戰報》，2025年10月9日至2025年11月14日期間數據。

²¹ 數據源：迪顯諮詢，《中國戶內&戶外DS市場研究報告》。

3. 互聯網業務

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。2025年本集團互聯網業務實現收入31.09億港元，同比增長18.3%；毛利達17.53億港元，同比增長18.8%，毛利率高達56.4%，顯示出強勁的盈利能力。

3.1 國際市場：深化國際巨頭合作，強化AI與內容生態構建

國際市場方面，本集團持續深化與Google、Roku、Netflix等全球頂級互聯網企業的戰略合作，同時緊握AI技術發展浪潮，不斷強化全球化內容生態與智能交互優勢。旗艦機型行業率先接入Google Gemini，實現多場景AI交互體驗，以技術差異化優勢驅動用戶黏性與產品競爭力提升，為長期增長注入新動能。與此同時，本集團完成內容聚合應用平台TCL Channel全面升級，持續拓展歐洲、拉美等重點國家本土優質內容數量，當地優質內容佔比實現翻倍增長，帶動平台日均使用總時長同比大幅提升150%。截至2025年底，TCL Channel全球累計用戶規模突破4,570萬，內容吸引力與商業化變現能力同步顯著增強，進一步夯實全球化家庭互聯網業務的領先優勢。

3.2 中國市場：AI驅動內容與體驗升級構建家庭互聯網差異化優勢

在中國市場，本集團依托自有OTT智能終端運營平台，把握AI技術發展帶來的市場新機遇，專注內容生成與交互體驗持續升級，全力構建差異化競爭壁壘。在產品創新方面，本集團以用戶體驗為核心，重點聚焦TV端AI技術及交互體驗升級，通過「靈控桌面3.0」重大升級，實現極簡桌面優化，推進智能助手小T與智能體深度融合，打造更為極致的交互體驗。

與此同時，本集團以AI技術打造自主版權「內容工廠」，在少兒領域實現AIGC內容規模化落地，累計上線26部自製少兒AIGC動畫專輯，優質內容佔比高達70%，有效提升家庭用戶留存與活躍度。本集團亦透過自建工具Agent顯著提升AI漫劇創作效率，推動自製內容全面鋪開，並成功推出AI硬件產品Amby Uni，進一步豐富智能交互場景、拓展生態價值與盈利來源。展望2026年，本集團將持續圍繞少兒陪伴及漫劇新場景建構AIGC內容生產能力，孵化自有內容平台與成熟分發路徑，打造行業標桿的電視AIGC內容，持續優化業務結構，鞏固在全球家庭互聯網領域的領先地位。

4. 創新業務

4.1 光伏業務

堅持相對輕資產，兼顧安裝和能源運營服務，實現高質量增長

光伏業務基於產業鏈各環節發展趨勢及自身能力稟賦，堅持相對輕資產定位，持續提升金融、渠道、工程等核心能力，實現高質量增長。在戶用光伏方面，本集團通過優化展業結構，強化平台直接觸達渠道商終端能力，同時拓展別墅、陽台光伏產品、售電用戶開發等新業務渠道，實現規模化快速拓展；在工商業光伏方面，通過行業聚焦及降本提效的有質量運營，實現規模及盈利能力提升。與此同時，本集團在海外市場聚焦歐洲重點國家，充分協同SunPower品牌影響力與TCL渠道資源，強化品牌協同效應與市場競爭力。同時積極把握全球能源轉型趨勢，加快推進「光儲熱」綜合能源解決方案的產品布局與業務拓展，提升系統能力，為全球光伏業務高質量發展提供有力支撐。

2025年，本集團光伏業務實現收入210.63億港元，同比增長63.6%；毛利達18.15億港元，同比提升47.5%。截至2025年12月31日，本集團累計工商簽約項目超過340個，累計經銷商渠道超過2,500家，累計簽約農戶超36萬戶。

4.2 全品類營銷

空冰洗業務穩健發展，產品結構持續優化

依托成熟的全球化渠道資源、本土化運營體系及強大的品牌影響力，本集團對旗下品牌空調、冰箱、洗衣機等智能產品進行全球分銷與市場推廣，實現全品類產品快速鋪貨與市場覆蓋，推動多品類協同增長。2025年本集團全品類營銷業務實現收入126.45億港元，同比增長1.6%，業務結構保持穩定。全品類營銷業務有效拓寬收入來源，優化產品結構，為本集團收入及利潤長期穩健增長提供新動能。

2025年，TCL空調產品堅持以「智慧健康」核心價值，以AI技術定義新一代空調，圍繞TCL小藍翼AI健康推出AI睡眠系列、AI舒適系列等多款旗艦產品，深受消費者喜愛。年內，空調全系列產品登陸了米蘭MCE制冷展、法國Interclima展、德國IFA展等全球暖通行業盛會，TCL FreshIN 3.0空調更在IFA斬獲「AI節能技術金獎」。TCL冰箱產品方面以保鮮為核心主線，推出TCL雙磁鮮Pro冰箱，「冷凍-40°C深冷磁鮮」加「冷藏原創分子磁鮮」組成TCL原創雙磁保鮮科技，為食材提供冷凍與冷藏的雙重鎖鮮方案；TCL洗衣機則圍繞專屬超級筒核心科技，推出TCL免污超級筒洗烘一體機P9 Ultra，融合540mm大筒徑、6D提升筋、海波紋內筒三大設計，實現洗得淨、洗得勻，護面料、護版型、護色彩。

4.3 智能連接及智能家居

以AI+IoT為核心，多元佈局、創新驅動，構建長期競爭優勢

智能連接及智能家居業務在2025年實現穩健增長。2025年，該業務收入達19.20億港元，同比增長13.7%，毛利同比提升23.0%至4.72億港元，毛利率同比增長1.9個百分點至24.6%。

在國內市場，本集團門鎖產品於家電線下渠道維持穩定增長。其中，2025年第四季於全渠道推出雙屏AI智能鎖新品，憑藉升級產品力穩固人民幣1,500元以上價格段市場地位。2026年，國內市場聚焦打造雙屏AI智能鎖行業龍頭地位；海外市場以「技術領先+情緒感+AI智能」為核心策略，打造中高端門鎖品類形象，力爭線上亞馬遜自營掌靜脈鎖單品進入行業前列。

在智能連接產品領域，本集團作為移動路由器和兒童手錶海外頭部廠商，陸續發佈多款業界尖端產品，包括行業首批AI 5G CPE旗艦產品、海外首款雙頻定位兒童智能手錶，以及首款AI兒童陪伴生態產品T寶。本集團持續以創新驅動發展，不斷提升行業影響力。

在AR/XR賽道方面，本集團旗下孵化的雷鳥創新持續保持行業領先地位。2025年，雷鳥創新中國AI/AR眼鏡市場份額32%，以絕對優勢位居第一²²；2025年中國AR眼鏡線上市場，雷鳥創新銷量份額為35.4%，在市場競爭快速升溫的背景下保持高速上漲，連續四年穩居中國線上全渠道市場的第一²³。在產品創新方面，本集團於2025年10月發佈全球首款HDR眼鏡雷鳥Air 4，集成七大技術亮點，引領行業技術發展。

²² 數據源：CINNO Research，2025年國內消費級AI/AR市場銷量數據。

²³ 數據源：洛圖科技，2025年中國AR眼鏡線上市場品牌銷量份額數據。

此外，本集團持續加大研發創新力度，積極把握AI與物聯網融合帶來的市場機遇。在CES 2025上，我們發佈全球首款分體式智能家居陪伴機器人TCL AiMe，將AI技術、物聯網控制和家庭陪伴功能完美融合，標誌著集團在「AI x IoT x 機器人」融合領域取得重大突破。隨著智能家居生態日趨成熟，TCL AiMe等創新產品有望成為未來家庭標配，展現出巨大的市場潛力。

5. 展望

以AI創新驅動產業升級，深耕主航道、拓展新業務，聚焦盈利與規模雙提升，實現高質量發展並持續創造股東長期價值

展望未來，本集團將持續秉持「戰略引領、創新驅動、先進製造、全球經營」的經營理念，圍繞主航道業務提升盈利能力、新業務板塊擴張全球規模兩大核心方向，以AI創新與數智賦能為重要驅動，協同推進全球化3.0、品牌升級及ESG戰略，堅持長期經營目標，追求高質量增長，全力實現高品質可持續發展。

主航道業務層面，本集團在大呎吋顯示將借勢高端顯示技術鞏固行業領先地位，擴大高端市場佔有率，並積極探索AI創新應用；中小呎吋顯示業務則聚焦核心市場，通過資源協同強化經營效率，提升盈利水平；互聯網業務則以AI創新賦能推動國內業務穩健增長，模式創新拓展海外市場，雙輪驅動整體利潤增厚。

新業務拓展層面，本集團於光伏業務將堅持有利潤的規模擴張策略，在深耕中國分佈式市場的同時重點加速歐洲市場規模擴張，致力成為全球領先的新能源綜合解決方案服務商。通過生態客戶、能源運營服務及系統產品三條業務線構建競爭優勢，並以數智化、金融能力、組織支撐及風險管理形成發展合力，推動業務持續增長。在全品類營銷業務方面，本集團將持續優化產品組合，依托品牌、供應鏈與渠道協同優勢，助力全球業務實現高質量增長，提升市場份額。在AI佈局方面，本集團將加大在智能機器人、AR/XR等領域的投入，以技術創新引領用戶體驗升級，通過數智賦能優化決策效率，共同驅動本集團長期發展。

全球化3.0戰略方面，本集團將持續強化全球資源配置韌性，在海外重點區域完善本土化運營能力；品牌建設方面，借力奧林匹克運動會及區域性體育營銷，推動品牌價值與全球影響力同步提升；ESG戰略方面，本集團將聚焦環保技術研發與應用，落實節能減排與能源轉型目標，穩步推進碳達峰進程。

股東回報方面，本集團高度重視股東長期價值，在2024年和2025年先後授出若干獎勵股份，將本集團業績增長與高管及核心員工利益深度綁定。上述兩期授予中對應2024年及2025年公司層面關鍵業績指標績效均超額達成，充分體現激勵機制對業績增長的強約束與強驅動作用。本集團2026年至2027年業績將繼續以經調整歸母淨利潤增長比率為核心考核指標。未來，本集團將在保持業務穩健增長的同時持續優化資本結構，以確定性的業績兌現，致力為股東創造可持續、高質量的長期回報。

2025年度與2024年度比較

下表載列2025年與2024年的比較數字：

	截至12月31日止年度	
	2025年 千港元	2024年 千港元
收入	114,582,832	99,322,325
銷售成本	(96,682,644)	(83,768,340)
毛利	17,900,188	15,553,985
其他收入及收益	1,387,072	1,959,846
銷售及分銷支出	(7,995,377)	(7,504,064)
行政支出	(4,677,249)	(4,145,105)
研發費用	(2,532,381)	(2,335,052)
其他營運支出	(97,364)	(294,382)
金融及合約資產減值虧損淨額	(46,014)	(47,666)
融資成本	3,938,875	3,187,562
分佔損益：		
— 合資公司	—	5,886
— 聯營公司	155,873	107,989
除稅前利潤	3,304,296	2,514,523
所得稅	(777,316)	(666,012)
本年度利潤	2,526,980	1,848,511
歸母淨利潤	2,495,131	1,759,366
非香港財務報告準則計量：		
經調整歸母淨利潤	2,512,389	1,605,828

收入

本集團收入由2024年的993.22億港元同比上漲15.4%至2025年的1,145.83億港元。下表載列截至2025年12月31日止及2024年12月31日止年度按業務劃分的收入：

	截至12月31日止年度			
	2025年		2024年	
	百萬港元	佔總收入 百分比	百萬港元	佔總收入 百分比
顯示業務²⁴	75,797	66.2%	69,440	69.9%
大呎吋顯示	64,708	56.5%	60,108	60.5%
— 中國市場	17,204	15.0%	19,046	19.2%
— 國際市場	47,504	41.5%	41,062	41.3%
中小呎吋顯示	9,968	8.7%	8,459	8.5%
智慧商顯	1,121	1.0%	873	0.9%
互聯網業務²⁵	3,109	2.7%	2,627	2.6%
創新業務²⁶	35,628	31.1%	27,009	27.2%
光伏業務	21,063	18.4%	12,874	13.0%
全品類營銷	12,645	11.0%	12,446	12.5%
智能連接及智能家居	1,920	1.7%	1,689	1.7%
其他	49	0.0%	246	0.3%
總收入	114,583	100.0%	99,322	100.0%

²⁴ 「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。

²⁵ 「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」。

²⁶ 「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和其他業務後的其餘業務。

顯示業務

顯示業務的收入由2024年的694.40億港元同比增長9.2%至2025年的757.97億港元，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TCL TV全球出貨產品結構改善顯著，大呎吋顯示業務收入規模同比增長7.7%至647.08億港元。中小呎吋業務隨著行業持續復甦，收入同比增長17.8%至99.68億港元。同時，智慧商顯業務聚焦展業重點突破策略得宜，收入同比增長28.4%至11.21億港元。

互聯網業務

互聯網業務的收入由2024年的26.27億港元同比增長18.3%至2025年的31.09億港元，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年的270.09億港元同比增長31.9%至2025年的356.28億港元，主要是由於年內光伏業務持續強化電力市場化能力，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，推動光伏收入規模快速增長63.6%。

毛利及毛利率

本集團整體毛利由2024年的155.54億港元，同比增長15.1%至2025年的179.00億港元。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，TV產品結構改善，光伏業務規模增長疊加成本控制措施得宜，推動整體毛利同比穩步增長；2025年毛利率為15.6%，較2024年同比微降0.1個百分點，主要是毛利率水平相對較低的創新業務收入佔比提升，同時大呎吋顯示業務產品結構持續優化，中高端產品銷售佔比提升，以及互聯網業務高毛利收入規模擴大綜合影響所致。

顯示業務

2025年顯示業務的毛利率為16.5%，同比增長1.1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1.3個百分點。

互聯網業務

2025年互聯網業務的毛利率為56.4%，同比輕微增長0.2個百分點，主要得益於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年創新業務的毛利率為10.3%，同比減少2.1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以及全品類營銷業務結構佔比變化引致毛利率下降的綜合影響。

其他收入及收益

其他收入及收益由2024年的19.60億港元，同比下降29.2%至2025年的13.87億港元，主要是由於本集團理財規模下降引致利息收入減少，及清算衍生金融工具時之變現損益及外匯衍生品公平值變動損益為損失方向（2024年為收益方向）。

銷售及分銷支出

銷售及分銷支出由2024年的75.04億港元，同比增長6.5%至2025年的79.95億港元，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，同時業績表現良好帶動銷售人員獎金計提增加。

行政支出

行政支出由2024年的41.45億港元，同比增加12.8%至2025年的46.77億港元，主要是由於本集團2025年清算衍生金融工具之變現損失，數字化能力提升帶動相關平台費用增加以及獎勵股份費用增加等綜合影響。

研發費用

研發費用由2024年的23.35億港元，同比增長8.5%至2025年的25.32億港元，主要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年的2.94億港元，同比大幅減少66.9%至2025年的9,736萬港元，主要由於本集團於2024年計提商譽減值。有關詳情請參閱本公司2024年年報。

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年的4,767萬港元，同比減少3.5%至2025年的4,601萬港元，主要是由於其他應款項壞賬準備減少。

融資成本

融資成本由2024年的7.87億港元，同比微增0.4%至2025年的7.90億港元。

分佔損益－合資公司及聯營公司

分佔收益由2024年的1.14億港元，同比增長36.9%至2025年的1.56億港元，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年的25.15億港元，同比增長31.4%至2025年的33.04億港元，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，同時整體費用率有效降低。

所得稅

所得稅由2024年的6.66億港元，同比增加16.7%至2025年的7.77億港元，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所致。

本年度利潤及歸母淨利潤

本年度利潤由2024年的18.49億港元，同比增長36.7%至2025年的25.27億港元。歸母淨利潤由2024年的17.59億港元，同比增長41.8%至2025年的24.95億港元。增加的主要原因是本集團積極拓展全球市場、持續優化產品結構，收入規模有效擴張，同時加大高端顯示技術及AI研發投入，積極佈局全球供應鏈與渠道，持續優化費用結構，帶動經營質量與盈利能力顯著增強。

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年的16.06億港元，同比提升56.5%至2025年的25.12億港元，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會計準則編制及呈列。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) 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會計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會計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會計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會計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會計準則計算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12月31日止年度	
	2025年 千港元	2024年 千港元
歸母淨利潤，呈列	2,495,131	1,759,366
來自投資公司之(收益)／虧損淨額 ²⁷	(12,136)	(69,389)
附屬公司出售及清盤(收益)／虧損淨額 ²⁸	(9,133)	(64,709)
認購期權及認沽期權相關(收益)／虧損淨額 ²⁹	49,265	(20,749)
出售非流動資產(收益)／虧損淨額 ³⁰	(17,334)	1,933
所得稅影響 ³¹	6,596	(624)
	<u>2,512,389</u>	<u>1,605,828</u>
非香港財務報告準則計量：		
經調整歸母淨利潤	2,512,389	1,605,828

²⁷ 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。

²⁸ 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。

²⁹ 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、與認沽期權相關的(收益)／虧損淨額及清算失效認購期權之(收益)／虧損淨額。

³⁰ 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。

³¹ 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12月31日並無持有重大投資，及截至2025年12月31日止年度並無重大收購或出售附屬公司、聯營公司及合資公司。

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12月31日，本集團的現金及現金等值項目共約13,522,134,000港元，同比增加54.2%。其中53.1%為美元、28.1%為人民幣、7.5%為歐元、0.4%為港元，而10.9%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12月31日的銀行及其他貸款約6,074,072,000港元，其按固定及浮動利率介乎1.75%至5.30%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14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12月31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12月31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14,028,459,000港元，高於計息銀行及其他貸款及租賃負債總額約6,536,698,000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（即按計息銀行貸款及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。債務還款期為即期至24年之間。

資產抵押

於2025年12月31日，本集團有受限制現金及已抵押存款結餘約506,325,000港元（2024年：669,910,000港元）、按攤餘成本計量的債權工具投資約169,130,000港元（2024年：107,637,000港元）、其他應收款項約68,086,000港元（2024年：4,428,000港元）、應收貿易賬款約1,676,000港元（2024年：無）及概無應收票據（2024年：192,282,000港元）及存貨（2024年：400,087,000港元）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12月31日，本集團尚有以下資本承擔：

	2025年 千港元	2024年 千港元
已訂約但未撥備	<u>170,264</u>	<u>539,899</u>

於2025年12月31日，本集團尚未於財務報告計提撥備之或然負債如下：

TCL SEMP Eletroeletronicos目前在巴西是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12月31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12月31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。

本集團外匯集中化管理策略，以監控總體外匯風險，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12月31日，本集團共有37,859名僱員，皆為幹勁十足的優秀人才。截至2025年12月31日止年度，僱員成本總額為約6,962,187,000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。為吸引並留任高質素員工，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，可給予獎金獎勵。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，定期回顧酬金政策。

為了令僱員與本公司股東的利益一致，本公司可根據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日採納購股權計劃後直至2025年12月31日期間並沒有根據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，指定受託人可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12月31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135,206,800股。

財務資料

綜合損益及其他全面收益表

	附註	截至12月31日止年度	
		2025年 千港元	2024年 千港元
收入	5	114,582,832	99,322,325
銷售成本		(96,682,644)	(83,768,340)
毛利		17,900,188	15,553,985
其他收入及收益		1,387,072	1,959,846
銷售及分銷支出		(7,995,377)	(7,504,064)
行政支出		(4,677,249)	(4,145,105)
研發費用		(2,532,381)	(2,335,052)
其他營運支出		(97,364)	(294,382)
金融及合約資產減值虧損淨額		(46,014)	(47,666)
融資成本	6	3,938,875	3,187,562
分佔損益：			
合資公司		–	5,886
聯營公司		155,873	107,989
除稅前利潤	7	3,304,296	2,514,523
所得稅	8	(777,316)	(666,012)
本年度利潤		2,526,980	1,848,511

截至12月31日止年度

2025年	2024年
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：

本年度內對沖工具產生之公平值變動之

有效部分

(641,489) (8,940)

對已包括於損益表中之虧損之

重新分類調整

548,394 116,748

所得稅影響

(1,149) 1,215

(94,244) 109,023

匯兌差異：

折算海外業務之匯兌差異

735,350 (1,013,899)

本年度內海外業務出售或清盤時之重新分類

調整

(8,951) (583)

本年度聯營公司視為部分出售、出售或清盤

時之重新分類調整

(80) 107

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 -

本年度一間合資公司清盤時之重新分類調整

- 3,381

733,693 (1,010,994)

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

9,479 (2,063)

分佔聯營公司及一間合資公司之其他全面

收益

4,879 8,764

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) -

因出售一間合資公司之重新分類

- 1,312

因出售一間聯營公司之重新分類

- (5,781)

於期後可能重新分類到損益的其他全面收益／

(虧損)淨額

651,889 (899,739)

	附註	截至12月31日止年度	
		2025年 千港元	2024年 千港元
於期後將不會被重新分類到損益之 其他全面收益／(虧損)：			
指定按公平值計入其他全面收益之權益投資：			
公平值變動，扣除所得稅後		21,905	15,981
分佔聯營公司之其他全面虧損		—	(498)
於期後將不會被重新分類到損益之 其他全面收益淨額		21,905	15,483
本年度其他全面收益／(虧損)，除稅淨額		673,794	(884,256)
本年度全面收益總額		3,200,774	964,255
利潤歸屬於：			
母公司擁有着		2,495,131	1,759,366
非控股權益		31,849	89,145
		2,526,980	1,848,511
全面收益／(虧損)總額歸屬於：			
母公司擁有着		3,098,387	1,032,075
非控股權益		102,387	(67,820)
		3,200,774	964,255
母公司普通股股東應佔每股盈利	10		
基本		103.41港仙	72.39港仙
攤薄		98.24港仙	69.72港仙

本年度股息之詳情披露於附註9。

綜合財務狀況表

	附註	2025年 12月31日 千港元	2024年 12月31日 千港元
非流動資產			
物業、廠房及設備		2,775,689	2,439,532
投資物業		405,299	413,818
使用權資產		925,871	827,107
商譽	11	3,177,559	2,947,380
其他無形資產		1,941,060	1,499,256
於合資公司之投資		4,441	4,331
於聯營公司之投資		1,559,854	1,437,839
指定按公平值計入其他全面收益之權益投資		370,884	366,098
按公平值計入損益之金融資產		42,549	37,656
按攤餘成本計量的債權工具投資		169,130	198,757
遞延稅項資產		759,989	471,530
合約資產		58,915	365,201
其他應收款項		792,714	–
其他遞延資產		982,292	818,931
衍生金融工具		6,946	6,041
非流動資產合計		<u>13,973,192</u>	<u>11,833,477</u>
流動資產			
存貨		23,088,359	15,288,555
應收貿易賬款	12	23,957,524	22,332,884
應收票據		3,418,264	4,436,662
合約資產		4,592	22,470
預付款項、其他應收款項及其他資產		10,491,238	9,451,215
可收回稅項		220,105	147,255
按公平值計入損益之金融資產		2,358,397	2,861,035
衍生金融工具		193,840	552,250
受限制現金及已抵押存款		506,325	669,910
現金及現金等值項目		13,522,134	8,771,691
流動資產合計		<u>77,760,778</u>	<u>64,533,927</u>

	附註	2025年 12月31日 千港元	2024年 12月31日 千港元
流動負債			
應付貿易賬款	13	32,466,512	26,646,451
應付票據		12,449,066	5,839,326
其他應付款項及預提費用		17,001,229	18,521,480
計息銀行貸款及其他貸款	14	5,850,136	4,172,399
租賃負債		126,628	137,367
應付稅項		472,089	332,855
衍生金融工具		148,533	353,309
預計負債		1,480,998	1,125,749
流動負債合計		<u>69,995,191</u>	<u>57,128,936</u>
淨流動資產		<u>7,765,587</u>	<u>7,404,991</u>
總資產減流動負債		<u>21,738,779</u>	<u>19,238,468</u>
非流動負債			
計息銀行貸款及其他貸款	14	223,936	437,660
租賃負債		335,998	220,045
遞延稅項負債		322,158	324,803
其他長期應付款項		141,947	94,568
其他非流動負債		605,747	296,308
認沽期權相關金融負債		214,218	188,666
非流動負債合計		<u>1,844,004</u>	<u>1,562,050</u>
淨資產		<u>19,894,775</u>	<u>17,676,418</u>
權益			
歸屬於母公司擁有人之權益			
已發行股本	15	2,520,935	2,520,935
儲備		16,676,820	14,683,433
非控股權益		19,197,755	17,204,368
		<u>697,020</u>	<u>472,050</u>
權益合計		<u>19,894,775</u>	<u>17,676,418</u>

附註：

1. 編製基準

該等財務報告乃根據香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則會計準則(包括所有香港財務報告準則、香港會計準則及詮釋)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，該等財務報告乃根據歷史成本記賬法編製。除另有說明，該等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。

綜合基準

綜合財務報告包括本公司及其附屬公司截至2025年12月31日止年度的財務報告。附屬公司為本公司直接或間接控制的實體(包括結構性實體)。當本集團對參與被投資公司的浮動回報承擔風險或享有權利以及能透過對被投資公司的權力(即賦予本集團目前掌控被投資公司相關活動能力的現有權利)影響該等回報時，即取得控制權。

一般而言，假設大多數投票權導致控制。倘本公司直接或間接於被投資公司擁有的投票權或類似權利不足大多數，則本集團於評估其是否擁有對被投資公司的權力時會考慮一切相關事實及情況，包括：

- (a) 與被投資公司其他擁有投票權的人士的合約安排；
- (b) 其他合約安排所產生的權利；及
- (c) 本集團的投票權及潛在投票權。

附屬公司與本公司的財務報告的報告期間相同，並採用一致會計政策編製。附屬公司的業績由本集團取得控制權之日起計綜合入賬，並繼續綜合入賬至該控制權終止日為止。

損益及其他全面收益的各組成部分歸屬於本集團母公司擁有人及非控股權益，即使此舉會導致非控股權益出現虧絀結餘亦然。所有集團內公司之間資產及負債、權益、收入、支出以及與本集團成員公司之間交易有關的現金流量均於綜合賬目時悉數抵銷。

倘事實及情況反映上述三項控制權因素其中一項或多項有變，則本集團會重估是否仍然控制投資對象。附屬公司擁有權權益的變動(並無失去控制權)，於入賬時列作權益交易。

倘本集團失去對一間附屬公司的控制權，則其撤銷確認相關資產(包括商譽)及負債、任何非控股權益及匯兌波動儲備，並確認所保留任何投資的公平值及損益賬中任何因此產生的盈餘或虧損。先前於其他全面收益表內確認的本集團應佔部分按猶如本集團已經直接出售相關資產或負債所規定的相同基準重新分類為損益或保留利潤(視何者屬適當)。

2. 會計政策及披露的變動

本集團已就本年度的財務報告首次採納香港會計準則第21號修訂*缺乏可兌換性*。本集團尚未提前採用任何其他已發佈但尚未生效的準則或修訂。

香港會計準則第21號修訂訂明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。由於本集團交易所使用的貨幣以及海外附屬公司用於折算為本集團列賬貨幣的功能貨幣均可兌換。該等修訂不會對本集團的財務報表產生任何重大影響。

此外，香港會計師公會已發佈香港財務報告準則第7號、香港財務報告準則第18號、香港會計準則第1號、香港會計準則第8號、香港會計準則第36號及香港會計準則第37號*財務報表不確定性披露範例*修訂，在相應的香港財務報告準則會計準則中新增了範例。這些範例反映了相應香港財務報告準則會計準則的現行要求，即企業需在財務報表中報告不確定性所產生的影響，並以與氣候相關的案例作為說明。因此，該等修訂沒有生效日期或過渡性規定。

3. 已頒佈但尚未生效的香港財務報告準則會計準則

本集團並無於該等財務報表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。本集團擬於適用的新訂及經修訂香港財務報告準則會計準則生效時予以應用。

香港財務報告準則第18號	財務報表之呈列及披露 ²
香港財務報告準則第19號及其修訂	非公共受託責任之附屬公司：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9號及香港財務報告準則第7號修訂	涉及自然依賴型電力的合約 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間資產出售或注資 ³
香港會計準則第21號修訂	折算至惡性通貨膨脹列賬貨幣 ²
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日或之後開始之年度期間生效

² 於2027年1月1日或之後開始之年度／報告期間生效

³ 無強制生效日期，但可供採納

預期將適用於本集團的該等香港財務報告準則會計準則的進一步資料於下文載述。

香港財務報告準則第18號取代香港會計準則第1號*財務報表列報*。儘管香港財務報告準則第18號保留了香港會計準則第1號中的多個部分且僅作有限變更，但香港財務報告準則第18號引入對損益表列報的新要求，包括指定的總額和小計。企業需將損益表中的所有收入和費用分類為五類之其中之一：經營、投資、融資活動、所得稅及終止經營，並列報兩個新定義的小計。此外，香港財務報告準則第18號要求在單一附註中披露管理層定義的績效指標，並對主要財務報表及附註中的資料分組（匯總及分解）和位置提出更嚴格的要求。一些原本包含在香港會計準則第1號中的要求被移至香港會計準則第8號*會計政策、會計估計變更及錯誤*，並更名為香港會計準則第8號*財務報表的編制基礎*。由於香港財務報告準則第18號的頒佈，對香港會計準則第7號*現金流量表*、香港會計準則第33號*每股收益*及香港會計準則第34號*中期財務報告*進行了有限但廣泛適用的修訂。此外，對其他香港財務報告準則會計準則也作出了少量的相應修訂。香港財務報告準則第18號及對其他香港財務報告準則會計準則的相應修訂自2027年1月1日或之後開始的年度期間生效，允許提前應用，並需追溯應用。本集團目前正在分析新要求，並評估香港財務報告準則第18號對本集團財務報表列報及披露的影響。

香港財務報告準則第19號允許符合資格的企業選擇應用簡化的披露要求，同時仍然遵循其他香港財務報告準則會計準則中的確認、計量及列報要求。符合資格的企業在報告期末必須是香港財務報告準則第10號綜合財務報表中定義的附屬公司，且不得具有公共受託責任，並必須有一間控股公司（最終或中間控股公司）編制符合香港財務報告準則會計準則或國際財務報告準則會計準則的綜合財務報表供公眾使用。香港財務報告準則第19號於2025年4月修訂，將國際財務報告準則會計準則納入適用該準則的資格標準。該準則於2025年10月進一步修訂，旨在(i)香港財務報告準則第19號中剔除披露目標；(ii)減少與供應商融資安排和特定類別金融負債相關的披露要求；及(iii)對於使用管理層定義的績效指標的實體，以香港財務報告準則第18號的交叉引用取代與這些指標相關的披露要求。允許提前應用。由於本公司為上市公司，不符合選擇應用香港財務報告準則第19號及其修訂的資格。

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明確金融資產或金融負債終止確認的日期，並引入了一項會計政策選擇，即在滿足特定條件的情況下，可於結算日之前終止確認通過電子支付系統結算的金融負債。修訂還闡明了如何評估具有環境、社會和治理及其他類似或有特徵的金融資產的合約現金流特徵。此外，該等修訂明確了對具有無追索權特徵的金融資產及合約連結工具的分類要求。該等修訂還包括對指定為以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的權益工具投資及具有或有特徵的金融工具的額外披露要求。該等修訂需追溯應用，並於初始應用日調整期初留存利潤（或其他權益組成部分）。以前年度無需重列，且僅可在不使用事後回顧的情況下重列。允許提前同時應用所有修訂，或僅應用與金融資產分類相關的修訂。該等修訂預計不會對本集團的財務報表產生重大影響。

香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第7號修訂涉及自然依賴型電力的合約澄清了適用範圍內合約「自用」要求的應用，並修訂了適用範圍內合約現金流量套期關係中被套期項目的指定要求。該等修訂還包括額外披露，使財務報表使用者能夠了解這些合約對實體財務表現和未來現金流量的影響。與自用例外的修訂應追溯應用。以前年度無需重列，且僅可在不使用事後回顧的情況下重列。與套期會計相關的修訂於首次應用日或之後起，對新增指定的套期關係採用未來適用法進行應用。允許提前應用。香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第7號修訂應同時應用。該等修訂預計不會對本集團的財務報表產生任何重大影響。

香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號修訂針對香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號之間有關投資者與其聯營公司及合資公司之間資產出售或注資兩者規定的不一致性。該等修訂規定，當投資者與其聯營公司或合資公司之間的資產出售或注資構成一項業務時，須悉數確認順流交易產生的收益或虧損。當交易涉及的資產不構成一項業務時，由該交易產生的收益或虧損於該投資者的損益內確認，惟僅以不相關投資者於該聯營公司或合資公司的權益為限。該等修訂按不予追溯之基準應用。香港會計師公會已剔除對香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號修訂的早前強制生效日期。然而，該等修訂目前可供採納。

香港會計準則第21號修訂*折算至惡性通貨膨脹列賬貨幣*要求將非惡性通貨膨脹國家的功能貨幣以期末匯率折算為惡性通貨膨脹國家的功能貨幣。該等修訂也要求功能貨幣和列賬貨幣均為惡性通貨膨脹國家貨幣的實體，根據香港會計準則第29號*惡性通貨膨脹國家財務報告*第34段的規定，對功能貨幣為非惡性通貨膨脹國家貨幣的境外經營業務的比較金額應用一般物價指數，以重列該境外經營業務的比較金額。該等修訂引入了一些額外的披露事項。允許提前採納。預計該等修訂不會對本集團的財務報表產生任何重大影響。

香港財務報告準則會計準則年度改良—第11卷對香港財務報告準則第1號、香港財務報告準則第7號(及其附帶的香港財務報告準則第7號實施指引)、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號提出了修訂。預期適用於本集團的修訂詳情如下：

- 香港財務報告準則第7號*金融工具：披露*：該等修訂更新了香港財務報告準則第7號第B38段及香港財務報告準則第7號實施指引第IG1、IG14和IG20B段中的若干措辭，以簡化或與準則中其他段落及／或其他準則中使用的概念和術語保持一致。此外，修訂澄清香港財務報告準則第7號實施指引不一定說明香港財務報告準則第7號參考段落中的所有要求，也不會產生額外要求。允許提前應用。預計該等修訂不會對本集團的財務報表產生重大影響。
- 香港財務報告準則第9號*金融工具*：該等修訂明確了當承租人在根據香港財務報告準則第9號確定租賃負債已終止時，承租人需應用香港財務報告準則第9號第3.3.3段並將由此產生的收益或虧損確認於損益中。然而，該等修訂並未說明承租人如何區分香港財務報告準則第16號定義的租賃變更與香港財務報告準則第9號定義的租賃負債的清償。此外，修訂更新了香港財務報告準則第9號第5.1.3段及附錄A中的若干措辭，以消除潛在混淆。允許提前應用。預計該等修訂不會對本集團的財務報表產生重大影響。

- 香港財務報告準則第10號綜合財務報表：該等修訂澄清了香港財務報告準則第10號第B74段中描述的關係只是投資者與作為其事實代理人的其他方之間可能存在的各種關係之一，從而消除了與香港財務報告準則第10號第B73段要求的不一致。允許提前應用。預計該等修訂不會對本集團的財務報表產生重大影響。
- 香港會計準則第7號現金流量表：該等修訂在香港會計準則第7號第37段中用「按成本」取代了「成本法」一詞，此前「成本法」的定義已被刪除。允許提前應用。預計該等修訂不會對本集團的財務報表產生任何影響。

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(連同彼等之相關比較資料)呈列於下文。

	TV		互聯業務		智慧移動、連接設備及服務		食品服務		光纖業務		智慧、智慧屏及其服務		合計		其他		總計	
	TCL TV-中國市場		TCL TV-國際市場		2025年	2024年	2025年	2024年	2025年	2024年	2025年	2024年	2025年	2024年	2025年	2024年		2025年
	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	千港元	千港元		千港元
分業收入：																		
銷售予外界客戶	17,204,223	19,046,468	47,503,923	41,061,903	3,108,588	2,627,155	11,315,413	9,589,059	12,444,694	12,446,454	21,062,705	12,873,481	1,743,286	1,678,810	114,582,832	-	114,582,832	99,322,325
分類間銷售	3,676,571	3,912,606	150,773	352,190	28,006	24,695	107	4,360	7,425	25,141	33	48,780	127	165,006	3,857,642	(3,857,642)	(4,532,778)	-
合計	20,880,794	22,959,069	47,654,696	41,414,093	3,137,094	2,651,850	11,315,520	9,592,419	12,452,119	12,471,595	21,062,738	12,922,261	1,743,413	1,843,816	118,440,474	(3,857,642)	(4,532,778)	98,322,325
毛利	3,731,093	3,762,689	7,165,147	5,536,260	1,752,896	1,476,050	1,800,977	1,585,967	1,383,438	1,752,884	1,814,683	1,230,252	241,954	229,883	17,900,188	-	17,900,188	15,553,985

5. 收入

收入分析如下：

	2025年 千港元	2024年 千港元
來自客戶合約的收入	114,582,832	99,322,325

來自客戶合約的分類收入信息

截至2025年12月31日止年度

分類	TV及 其他* 千港元	互聯網業務 千港元	合計 千港元
貨物或服務類型			
銷售貨物	110,290,204	186,925	110,477,129
建設服務	1,184,040	–	1,184,040
視頻點播服務	–	597,235	597,235
廣告、垂直類應用及其他新業務	–	2,324,428	2,324,428
來自客戶合約的收入總額	111,474,244	3,108,588	114,582,832
地區市場			
中國內地	45,589,763	1,803,268	47,393,031
歐洲	15,816,653	184,756	16,001,409
北美	19,042,716	442,703	19,485,419
新興市場	31,025,112	677,861	31,702,973
來自客戶合約的收入總額	111,474,244	3,108,588	114,582,832
收入確認之時間			
在某一時間點轉讓貨物	110,290,204	186,925	110,477,129
服務隨時間轉移	1,184,040	597,235	1,781,275
在某一時間點轉讓服務	–	2,324,428	2,324,428
來自客戶合約的收入總額	111,474,244	3,108,588	114,582,832

截至2024年12月31日止年度

分類	TV及 其他* 千港元	互聯網業務 千港元	合計 千港元
貨物或服務類型			
銷售貨物	95,891,517	109,789	96,001,306
建設服務	803,653	–	803,653
視頻點播服務	–	499,072	499,072
廣告、垂直類應用及其他新業務	–	2,018,294	2,018,294
	<u>96,695,170</u>	<u>2,627,155</u>	<u>99,322,325</u>
來自客戶合約的收入總額	<u>96,695,170</u>	<u>2,627,155</u>	<u>99,322,325</u>
地區市場			
中國內地	39,669,040	1,807,388	41,476,428
歐洲	12,999,936	119,487	13,119,423
北美	16,953,820	363,667	17,317,487
新興市場	27,072,374	336,613	27,408,987
	<u>96,695,170</u>	<u>2,627,155</u>	<u>99,322,325</u>
來自客戶合約的收入總額	<u>96,695,170</u>	<u>2,627,155</u>	<u>99,322,325</u>
收入確認之時間			
在某一時間點轉讓貨物	95,891,517	109,789	96,001,306
服務隨時間轉移	803,653	499,072	1,302,725
在某一時間點轉讓服務	–	2,018,294	2,018,294
	<u>96,695,170</u>	<u>2,627,155</u>	<u>99,322,325</u>
來自客戶合約的收入總額	<u>96,695,170</u>	<u>2,627,155</u>	<u>99,322,325</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

	2025年 千港元	2024年 千港元
以下各項的利息：		
銀行／保理貸款及票據貼現	762,168	743,851
租賃負債的利息支出	18,440	19,794
TCL實業控股控制的公司的存款及貸款	9,772	23,269
TCL實業控股的關聯公司的存款	72	–
	<u>790,452</u>	<u>786,914</u>
本年度融資成本總額	<u>790,452</u>	<u>786,914</u>

7. 除稅前利潤

本集團除稅前利潤乃經扣除／(計入)：

	2025年 千港元	2024年 千港元
銷售存貨及提供服務成本	96,682,644	83,768,340
物業、廠房及設備折舊	418,310	382,840
投資物業折舊	11,915	14,679
使用權資產折舊	193,662	202,672
其他遞延資產攤銷	154,445	36,530
研發費用	2,532,381	2,335,052
其他無形資產攤銷	595,544	518,603
不計入租賃負債計量的租賃付款	198,784	112,101
核數師酬金	11,512	11,512
僱員福利開支(包括董事酬金)：		
工資及薪金	6,064,305	5,786,943
股份獎勵計劃下僱員以股份支付薪酬福利	263,009	82,531
定額供款開支	634,873	516,026
	6,962,187	6,385,500
外匯差異淨額***	(127,734)	160,368
商譽減值**	–	127,910
金融及合約資產減值淨額：		
應收貿易賬款減值	40,896	33,290
其他應收款項減值	8	14,240
合約資產減值	5,110	136
	46,014	47,666
物業、廠房及設備項目減值**	1,867	2,084
其他無形資產項目減值**	109	30,179
存貨撇減至可變現淨值	102,717	145,784
租金收入淨額	(40,362)	(34,469)
利息收入	(432,246)	(773,444)
政府撥款*：		
計入其他收入及收益	(460,450)	(405,971)
從銷售成本及相關支出中扣除	(18,081)	(77,359)
	(478,531)	(483,330)

	2025年 千港元	2024年 千港元
公平值(收益)／虧損淨額：		
衍生金融工具－不合資格作對沖之交易***	2,439	(92,266)
按公平值計入損益之金融資產－信託產品及金融產品	(61,738)	(35,358)
按公平值計入損益之金融資產－權益投資	(3,882)	(5,332)
認購期權及認沽期權**	48,423	44,445
清算時變現(收益)／虧損淨額：		
衍生金融工具***	395,091	(221,136)
按公平值計入損益之金融資產	(30,693)	(21,590)
與認沽期權相關的(收益)／虧損**	842	(65,194)
無效之公平值對沖	28,922	17,442
出售物業、廠房及設備項目的(收益)／虧損淨額**	(14,754)	10,127
出售其他無形資產項目的(收益)／虧損淨額**	(3,081)	3,672
出售使用權資產項目的(收益)／虧損淨額**	489	(11,623)
出售其他遞延資產項目的(收益)／虧損淨額**	12	(243)
附屬公司清盤的(收益)／虧損**	(8,623)	221
出售附屬公司的收益	(510)	(52,807)
出售聯營公司的收益	(3,235)	(8,035)
視作部分出售一間聯營公司的收益	(4,846)	(217)
分步收購一間附屬公司原持有權益部分重估及視為出售 的收益	(172)	-
一間聯營公司清盤的收益	(1)	-
出售一間合資公司的收益	-	(59,186)
議價購買一間附屬公司的收益	-	(12,123)
一間合資公司清盤的虧損**	-	3,381
	<u> </u>	<u> </u>

附註：

* 已就本集團日常活動收到若干政府撥款。政府撥款包括增值稅退稅及國家專利補貼，已計入綜合損益表的「其他收入及收益」中。該等撥款並無尚未達成的條件或或然事項。

** 該等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」。

*** 該等項目的虧損已於綜合損益及其他全面收益表入賬列為「行政支出」。

8. 所得稅

香港利得稅按年內在香港產生的估計應課稅利潤以16.5% (2024年：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。

	2025年 千港元	2024年 千港元
本年度－香港利得稅		
年內稅項支出	71,703	115,987
過往年度超額撥備	(958)	(552)
本年度－其他地區－所得稅 (不包括支柱二所得稅)		
年內稅項支出	880,295	564,256
過往年度撥備不足	82,189	38,348
支柱二所得稅－本年度稅項 遞延	9,109 (265,022)	4,309 (56,336)
	<u>777,316</u>	<u>666,012</u>

9. 股息

	2025年 千港元	2024年 千港元
建議末期股息－每股普通股49.80港仙 (2024年：31.80港仙)	<u>1,255,426</u>	<u>801,657</u>
	<u>1,255,426</u>	<u>801,657</u>

上述截至2025年12月31日止年度建議末期股息金額乃根據本公司於2025年12月31日的股份數目作估算。本年度的建議末期股息須待本公司股東於應屆股東周年大會上批准後，方可作實。此等綜合財務報告未反映此應付股息。

10. 母公司普通股股東應佔每股盈利

每股基本盈利乃根據母公司普通股本持有人應佔的年內利潤及年內已發行普通股加權平均數2,412,913,575股(2024年：2,430,547,191股)計算。

計算每股攤薄盈利乃根據母公司普通股本持有人應佔的年度利潤而計算。計算時所用的普通股加權平均數指用於計算每股基本盈利的年內本公司已發行普通股的數目，而普通股加權平均數乃假設所有潛在攤薄普通股視作以零代價行使或兌換時發行的普通股。

每股基本及攤薄盈利乃根據以下各項計算：

	2025年 千港元	2024年 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>2,495,131</u>	<u>1,759,366</u>
	股份數目	
	2025年	2024年
股份		
用作計算每股基本盈利之年內發行在外普通股減就股份獎勵計劃而持有的股份之加權平均數	2,412,913,575	2,430,547,191
攤薄影響－普通股之加權平均數： 獎勵股份	<u>126,959,040</u>	<u>92,857,117</u>
用作計算每股攤薄盈利之年內發行在外普通股之加權平均數	<u>2,539,872,615</u>	<u>2,523,404,308</u>

11. 商譽

	千港元
於2025年1月1日：	
成本	3,138,322
累計減值	<u>(190,942)</u>
賬面淨值	<u>2,947,380</u>
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	167,348
匯兌調整	<u>62,831</u>
於2025年12月31日之成本及賬面淨值	<u>3,177,559</u>
於2025年12月31日：	
成本	3,317,518
累計減值	<u>(139,959)</u>
賬面淨值	<u><u>3,177,559</u></u>

12. 應收貿易賬款

	<i>附註</i>	2025年 千港元	2024年 千港元
應收第三方款項		<u>18,464,217</u>	<u>15,504,528</u>
應收關聯方款項：			
TCL實業控股控制的公司	(a)	2,634,455	4,127,684
TCL實業控股的關聯公司	(a)	275,702	147,794
TCL科技控制的公司	(a)	1,594,965	1,128,966
合資公司	(a)	618,080	547,733
聯營公司	(a)	<u>680,853</u>	<u>1,143,130</u>
		<u>5,804,055</u>	<u>7,095,307</u>
減值撥備		<u>(310,748)</u>	<u>(266,951)</u>
		<u><u>23,957,524</u></u>	<u><u>22,332,884</u></u>

附註：

(a) 於2025年及2024年12月31日，該等款項為免息、無抵押及須於一年內償還。

本集團在中國內地的大部分銷售主要以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。本集團就一組客戶欠付的應收貿易賬款賬面總額77,614,000港元（2024年：171,323,000港元）持有一項商業物業作為抵押品。於2024年12月31日，本集團就一組客戶欠付的應收貿易賬款賬面總額104,213,000港元持有若干政府債券作為抵押品及具抵押品的餘額已於2025年12月31日全數結清。本集團並無就剩餘應收貿易款項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2025年12月31日，應收貿易賬款約1,676,000港元（2024年：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1,924,550,000港元（2024年：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2,919,000港元（2024年：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22,340,803,000港元（2024年：20,938,070,000港元）按攤餘成本計量。

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 千港元	2024年 千港元
即期至90日	17,803,918	16,595,138
91日至180日	3,696,100	2,857,168
181日至365日	1,792,087	2,059,204
365日以上	<u>976,167</u>	<u>1,088,325</u>
	24,268,272	22,599,835
減值撥備	<u>(310,748)</u>	<u>(266,951)</u>
	<u>23,957,524</u>	<u>22,332,884</u>

13. 應付貿易賬款

	附註	2025年 千港元	2024年 千港元
應付第三方款項		<u>17,683,842</u>	<u>14,926,811</u>
應付關聯方款項：			
TCL實業控股控制的公司	(a)	5,559,615	4,049,782
TCL實業控股的關聯公司	(a)	390,140	363,220
TCL科技控制的公司	(a)	7,248,152	5,815,891
合資公司及聯營公司	(a)	<u>1,584,763</u>	<u>1,490,747</u>
		<u>14,782,670</u>	<u>11,719,640</u>
		<u>32,466,512</u>	<u>26,646,451</u>

附註：

(a) 於2025年及2024年12月31日，該等款項為免息、無抵押及須於一年內償還。

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 千港元	2024年 千港元
即期至90日	26,904,878	21,779,822
91日至180日	4,285,646	3,852,823
181日至365日	680,375	860,845
365日以上	<u>595,613</u>	<u>152,961</u>
	<u>32,466,512</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180日的信貸期結算。

14. 計息銀行貸款及其他貸款

	2025年 千港元	2024年 千港元
流動		
銀行貸款－無抵押	5,711,458	3,755,295
銀行貸款－已抵押	111,000	400,318
作為保理應收貿易賬款代價的銀行墊款	2,919	11,927
一間TCL實業控股控制的公司的貸款	24,759	4,859
	<u>5,850,136</u>	<u>4,172,399</u>
非流動		
銀行貸款－無抵押	220,855	434,423
銀行貸款－已抵押	3,081	3,237
	<u>223,936</u>	<u>437,660</u>
	<u>6,074,072</u>	<u>4,610,059</u>
分析為：		
償還銀行貸款：		
於一年內或即期償還	5,825,377	4,167,540
於第二年內	221,092	219,283
於第三至第五年內(包括首尾兩年)	712	216,066
五年以上	2,132	2,311
	<u>6,049,313</u>	<u>4,605,200</u>
分析為：		
償還其他貸款：		
於一年內或即期償還	24,759	4,859
	<u>24,759</u>	<u>4,859</u>
	<u>6,074,072</u>	<u>4,610,059</u>

附註：

- (a) 於2025年及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2,605,979,000港元(2024年：1,838,914,000港元)。
- (c) 截至2025年12月31日，本集團銀行貸款金額114,081,000港元(2024年：403,555,000港元)為以下資產作為銀行貸款的抵押品：若干按攤餘成本計量的債權工具投資110,760,000港元(2024年：無)、應收貿易賬款1,676,000港元(2024年：無)、受限制現金及已抵押存款1,690,000港元(2024年：無)、存貨零港元(2024年：400,087,000港元)及未來應收款項零港元(2024年：3,468,000港元)。

15. 股本

	2025年 千港元	2024年 千港元
法定：		
3,000,000,000 (2024年：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 (2024年：2,520,935,155) 股每股1.00港元之股份	<u>2,520,935</u>	<u>2,520,935</u>

購買、出售或贖回證券

截至2025年12月31日止年度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(包括出售庫存股份)。

報告期後事項

於2026年1月20日(交易時間後)，本公司與Sony Corporation(「索尼」)就下列事項訂立不具法律約束力的意向備忘錄(「意向備忘錄」)：其中包括(i)可能成立一家承接索尼家庭娛樂業務的合資公司(「合資公司」)，並在全球範圍內開展包括電視機和家庭音響等產品在內的，從產品開發、設計、製造、銷售、物流到客戶服務的一體化業務運營，合資公司將由本集團持股51%及索尼持股49%，及(ii)合資公司與索尼，以及合資公司與本集團未來在專利、技術及品牌的授權安排。雙方將秉承誠信原則進行談判，以求在意向備忘錄日期起至2026年3月31日止期間內在實際可行的情況下儘快確定最終協議的條款。

末期股息

董事會已建議截至2025年12月31日止年度的末期股息為每股現金49.80港仙(2024年：31.80港仙)。待於2026年6月22日(星期一)舉行的應屆股東周年大會上獲得批准，上述末期股息將於2026年7月30日(星期四)或前後派付予2026年6月26日(星期五)名列本公司股東名冊的股東。

記錄日期及暫停股份過戶登記

為確定出席股東周年大會並於會上投票的權利，股東最遲須於2026年6月15日(星期一)下午4時30分前將相關過戶文件及股票送交本公司香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓，以辦理登記手續。於2026年6月15日(星期一)營業時間結束時名列本公司股東名冊的股東將有權出席股東周年大會並於會上投票。

本公司的股東名冊將於2026年6月26日(星期五)關閉，以釐定股東符合資格獲派截至2025年12月31日止年度的建議末期股息(待通過相關決議案)。當日將暫停辦理股份過戶登記手續。釐定股東收取建議末期股息之記錄日期為2026年6月26日(星期五)。為符合資格獲派建議末期股息，所有股份過戶文件連同有關股票須於2026年6月25日(星期四)下午4時30分前送抵本公司香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓。

股東周年大會

本公司的股東周年大會將於2026年6月22日（星期一）舉行。股東周年大會通告將於適當時候於本公司及香港聯交所網站內刊載及發佈予本公司股東。

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統，管理層定期與董事會及審核委員會匯報本公司治理情況及改進進展，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。

於截至2025年12月31日止年度內，本公司一直遵守企業管治守則下第二部分所載守則條文的規定，並按適當情況採納企業管治守則所載的建議最佳常規，惟偏離《企業管治守則》守則條文第F.1.3條除外。

根據《企業管治守則》守則條文第F.1.3條，董事會主席應出席股東周年大會。董事會主席亦應邀請審核委員會、薪酬委員會、提名委員會及任何其他委員會（如適用）的主席出席。獨立董事委員會（如有）主席亦應出席批准關連交易或任何其他須獨立股東批准的交易的任何股東大會，以回答提問。

由於須處理其他預先安排的公務，董事會主席兼執行董事杜娟女士未能出席2025年股東周年大會。然而，時任薪酬委員會主席兼獨立非執行董事曾憲章博士、提名委員會主席兼獨立非執行董事王一江教授，以及審核委員會主席兼獨立非執行董事劉紹基先生已出席2025年股東周年大會，以保持與股東的持續對話及溝通，並鼓勵彼等參與。

本公司核數師安永的工作範疇

經安永所同意，本公告中所載列本集團截至2025年12月31日止年度的綜合財務狀況表、綜合損益及其他全面收益表及其相關附註乃本集團本年度草擬綜合財務報表載列的金額。安永就此進行之工作不構成根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則、香港審閱應聘服務準則或香港保證應聘服務準則而進行的核證聘約，因此安永並未對本業績公告作出保證。

審核委員會

審核委員會已聯同本公司的管理層審閱本集團截至2025年12月31日止年度的年度業績，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12月31日止年度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12月31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12月31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日起至2025年12月31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，下列詞彙於本公告內具有以下涵義：

「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；
「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；
「股東周年大會」	指	本公司股東周年大會；
「AI」	指	人工智能；
「AIGC」	指	人工智能生成內容；
「AR」	指	增強現實；
「ASP」	指	平均銷售均價；
「審核委員會」	指	本公司的審核委員會；
「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」	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TV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TV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、中東非等地區；
「GMV」	指	商品成交總額；
「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；

「HDR」	指	高動態範圍；
「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；
「國際財務報告準則」	指	國際財務報告準則；
「物聯網」或「IoT」	指	物聯網；
「LED」	指	發光二極管；
「上市規則」	指	香港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/Heavy Reading和Tractica）與收購的IHS 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；就本公告而言，僅供地理參考使用，除文義另有所指外，本公告中提及的「中國」不適用於香港、中國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責任公司，本集團智能眼鏡業務主要由其開展，截至本公告日期，本集團持有該公司約10.10%的股份；
「人民幣」	指	人民幣，中國法定貨幣；
「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；
「股份獎勵計劃」	指	2008年股份獎勵計劃及2023年股份獎勵計劃之統稱；
「購股權計劃」	指	本公司於2023年11月3日採納之購股權計劃；
「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 Eletronicos」	指	TCL SEMP Eletronicos 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)；
「TV」	指	電視或電視機；
「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，2026年3月27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。