

CONTENTS

目录



01

董事长致辞

01\04

02

关于 TCL 实业

05\08

03

2025 年关键业务进展

09\16

04

财务概要

17\20

05

管理层讨论与分析

- 战略与愿景
- 2025 年业务回顾
- 研发及产品创新
- 风险要素

21\50

06

财务报告

51\58



01

董事长致辞

董事长致辞



2025年，全球经济在脆弱韧性与重构中前行，技术变革与绿色转型加速，地缘政治与合规环境更趋复杂。面对变局，我们坚持长期主义，在不确定性中寻找确定性，以用户价值为锚，围绕“战略引领、创新驱动、先进制造、全球经营”的理念，以“全球化与科技创新”双轮驱动，夯实穿越周期的能力。2025年营业收入突破1,706.9亿元，同比增长13.8%，净利润65.2亿元，同比增长32.3%，归属于母公司股东的净利润30.7亿元，同比增长57.1%，盈利能力持续提升。公司主体信用评级保持AAA级，资金与信用基础更加稳固。

终端事业群全球业务实现稳健增长。大显示业务保持领先，TCL TV排名稳居全球品牌TV前二，TCL Mini LED TV全球出货量大幅增长118.0%，销量稳居全球首位。TCL空调业务进入行业第一阵营，全年销量2,203万台，全球出口排名第二。TCL光伏深化渠道协同与金融赋能，有效兼顾规模扩张与经营质量，欧洲市场业务实现实质性落地。其他产业稳健发展：通力股份以AI赋能产品升级，TCL环保科技深耕危废处置与循环再生领域筑牢产业发展根基，TCL产业园在房地产下行周期稳健经营，TCL金服以产业金融与资金管理赋能全球运营，格创东智以工业互联网方案持续推动工厂数字化升级。

TCL全球化已迈入3.0阶段，我们提出“海外再造五个TCL”的战略构想，将北美、拉美、欧洲、亚太、中东非五大区域经营中心做实为承担经营责任的实体，形成区域一体化的研产供销服体系。成为奥林匹克全球合作伙伴后，我们持续与国际奥委会及各国奥委会深化合作，以科技创新为全球用户带来更具沉浸感的观赛体验，以绿色技术助力“低碳奥运”。这既是品牌全球化的长期投入，也是“全球运营、本地共生”理念的实践。

公司坚持创新驱动发展，将AI作为引领未来的关键引擎。公司全面导入AI应用提升智能体验，同时将AI贯穿于研发、制造、供应链、销售等全链路，提升效率、质量与交付的三位一体能力。产品创新方面，电视OS端于海外市场率先接入Gemini，国内市场集成伏羲AI大模型，自研AI创作平台，有效增强用户黏性；显示技术领域，推出全球首款搭载SQD-Mini LED显示技术的旗舰产品TCL X11L TV，并以NXPAPER4.0技术实现全场景护眼与生产力提升，开启护眼办公新革命；智能硬件与新兴技术方面，实现了AR眼镜彩色Micro-LED规模化量产，取得AR光学技术突破；车载业务智能座舱产品已在国内头部客户实现量产落地。

TCL实业秉持可持续发展理念，将环境、社会和治理（ESG）融入企业发展战略，围绕绿色产业布局，创新打造

绿色工厂，全面构建绿色产业链，以数字化技术赋能绿色转型，推动全产业链节能降耗。截至2025年底，TCL实业旗下31家公司通过ISO14001环境管理体系认证，拥有8家国家级绿色工厂，在节能减排和绿色发展方面取得显著成效，助力国家“双碳”目标达成。

征途漫漫，惟有奋斗，跬步千里，持久必成。TCL实业将继续保持战略定力，围绕核心能力建设、技术创新深化、AI应用拓展与可持续发展目标，持续完善全球化运营体系，稳步推进高质量发展进程。在科技与制造深度融合、绿色与合规成为底线、用户从参数走向体验的趋势中，把握方向、夯实基础，以确定性的能力应对不确定的时代。

感谢各位股东、管理层和TCL实业的全体员工过去一年的辛勤付出，愿我们在共同目标下，策马扬鞭、攻坚克难、再越关山，迈向全球领先。

王东生



02

关于TCL实业

关于TCL实业

TCL实业控股股份有限公司（以下简称“TCL实业”或“公司”）聚焦智能终端业务，主要涵盖显示、智能家电、创新业务及家庭互联网等全品类智能消费电子产品及服务，同时大力发展包括环保科技、产业园运营、智能制造、产业金融等在内的其他业务。

TCL实业深耕国际市场渠道布局，在全球范围内构建了完善的供应链体系，目前，公司员工7万余名，遍布亚、美、欧及大洋洲，同时在世界各地设有多个研发机构，销售机构遍布80多个国家和地区，业务范围超过160个国家和地区，旗下品牌涵盖TCL、XESS、雷鸟、乐华、RayNeo、ALCATEL、HOMA、TONLY等。

2025年2月20日，TCL正式签约成为奥林匹克全球合作伙伴，全球化品牌影响力再获认可。凭借持续的技术创新以及领先的全球市场表现，TCL再次入选“2025年度凯度BrandZ最具价值中国品牌100强”，排名第76位，并荣获“2025年度营销突破奖”，并连续九年入选“Google x Kantar BrandZ中国全球化品牌50强榜单”，排名第10位，品牌力增长20%。

TCL实业以科技化、全球化推动行业发展，聚焦智能终端产品及服务，致力于为全球用户带来前瞻性的科技体验和智慧健康生活，成为全球领先的智能科技企业。





03

2025 年
关键业务进展

2025年关键业务进展

2025年，全球经济动能疲弱，地缘政治风险攀升，新质生产力加速演进，人工智能从技术探索迈入规模化落地的关键阶段，机遇与挑战交织并存。TCL实业凝聚全体员工的初心与实干，于变革浪潮中勇毅笃行，不仅实现了全球产业布局的深度夯实，创新效能与经营质态双升，更在高端化、全球化、智能化发展上取得全方位突破。

中高端战略深化，AI创新驱动产品力跃升

全球规模领跑高端，创新业务表现亮眼

TCL实业以终端事业群业务为核心，实现多维度突破，业绩再创新高。大尺寸显示领域全球领先，TCL TV出货量市占率稳居全球第二¹、销售额市占率位列全球第三²，其中Mini LED TV、75吋及以上、98吋出货量市占率均保持全球第一³。作为全球首款搭载SQD-Mini LED显示技术的旗舰电视，TCL X11L依托超级背光、超级量子点和超级屏幕三大核心技术，实现全局高色域、不串色、分区更多、亮度更高、整机更薄的五大核心优势，在各方面都做到行业巅峰，成为中高端市场标杆，获得全球消费者广泛认可。海外市场拓展表现突出，全球超20个国家零售额市占率跻身前三⁴，北美市场份额增长速度位列第一⁵，本土化运营成效显著。

创新业务表现亮眼，雷鸟创新消费级AR眼镜市场份额27%，以绝对优势稳居全球第一⁶，国内线上销量已连续四年领跑行业稳占冠军宝座。雷鸟X3 Pro作为全球最小可量产的全彩Micro LED光波导AR眼镜，在光学及AI领域实现关键技术突破，成为用户随身AI助手。全球首款分体式AI陪伴机器人TCL AiMe完成新一代概念设计并进入原型开发阶段，通过多模态交互实现情感陪伴与家居控制，开辟智能终端新赛道。



1、数据源：Omdia，2025年全年全球品牌TV出货量数据。

2、数据源：Omdia，2025年全年全球品牌TV出货量数据。

3、数据源：Omdia，2025年全年全球品牌TV出货量数据。

4、数据源：公司内部报告，基于2025年全年TV零售量。

5、数据源：Circana，截至2025年10月底的累计12个月。

6、数据源：CINNO Research，2025年全年。

AI向实持续创新，技术赋能产品与运营双升

TCL实业深入践行AI向实理念，将AI技术全面融入研发、制造、供应链、销售等全价值链环节，实现产品体验与企业运营效能显著提升。研发端通过AI自动化测试、辅助编码与产研智能搜索，显著提升研发效率与人均毛利额；制造端运用产线AI视觉检测、质量预测分析及智能知识库，强化生产效能与订单准时交付率；供应链端借助多维度需求预测、AI降本分析与产能规划，加快存货周转、实现材料降本；销售端以AI营销内容提效、销售模拟培训及店效赋能，推动门店销量增长与应收周转加快。TCL空调武汉智能制造基地借助“6+1”工业互联网平台和AI视觉检测系统，生产效率累计提升57.8%，产品外观缺陷拦截率达100%；格创东智对章鱼智脑Agentic AI平台再次升级，强化自主决策与协同能力，提升工业场景下AI系统的灵活性与可靠性。

终端产品AI应用规模化落地，形成差异化竞争优势。

100%BT.2020全局高色域
极致色彩 · 极致控光 · 极致亮度 · 极致外观

显示产品方面，TV搭载AI画质增强算法动态优化色彩与对比度，TCL SQD-Mini LED 凭借巅峰显示画质斩获“2026 CES显示金奖”。

想掌控 用灵控
灵控系统3.0 像手机一样好用的电视系统

灵控系统3.0实现300+灵动桌面卡片自定义，带来“像手机一样好用”的操作体验，以AI驱动画质革新，重新定义行业标杆。

智能家电领域，TCL小蓝翼P7 Ultra AI以其搭载的“安寝之眼睡眠科技”，能非侵入式地感知用户睡眠状态；TCL小蓝翼·森林风AI健康新风空调搭载超省电AI大数据模型算法5.0，采用新一代AI节能算法，至高省电40%。

在家 玩转冬奥

TCL洗衣机以超级筒超级净和AI智控技术，实现1.33 超高洗净比，重新定义高端洗护新标准。

把赛场搬进冰箱

TCL双磁鲜冰箱围绕冷冻-40℃深冷磁鲜+冷藏原创*分子磁鲜组成TCL原创*双磁保鲜科技，为食材提供冷冻与冷藏的双重锁鲜方案，鲜足100天。

全球布局协同赋能，在地经营提质增效

奥运IP赋能品牌，全球营销深耕致远

TCL实业以成为奥林匹克全球合作伙伴为核心契机，深化全球品牌营销布局，品牌影响力与用户粘性同步跃升。依托奥运顶级IP，全球联动开展“Let's Move”倡议，在米兰、洛杉矶发起科技与艺术融合的舞蹈快闪，在北京、深圳等地举办国际奥林匹克日全民健身活动，将智能终端新品与奥运文化深度融合，触达全球海量用户，推动全球品牌知名度达85%、品牌考虑度达60%。

延续30余年体育营销基因，构建多元化全球体育IP矩阵：TCL成为阿森纳足球俱乐部全球合作伙伴，欧洲市场牵手德国、西班牙、意大利等多支国家足球队，北美赞助NFL美国国家橄榄球联盟，南美深度参与解放者杯赛事，澳洲与AFL澳式足球联盟达成多年合作，以“全球本土化”策略强化区域认知。同时，联动CES、IFA等全球顶级消费电子展会，携手以谷爱凌为代表的Team TCL全球运动员代言，覆盖央视、机场、高铁等新媒体场景，精准触达目标用户。



分布式产能布局，全产业链协同增效

TCL实业深化“区域工业中心+卫星工厂”的全球布局，构建以中国、越南、美洲、地中海、欧洲为核心的分布式生产网络，覆盖智能显示、智能家电等全品类业务，实现区域市场快速响应与供应链高效协同。目前TCL实业全球布局22个制造基地，产业链上下游合作伙伴超1,600家，将产业链深度融入当地经济体系，完成从“产品输出”到“工业能力共建”的转型，海外智能终端营收占比超60%。

在智能显示领域，TCL电子TV年产能超3,000万台，供美产能由越南转至墨西哥并快速扩产，灵活应对关税壁垒；同时在波兰、巴基斯坦、巴西等区域布局卫星工厂，形成多区域产能支撑体系，保障全球市场稳定供应。在智能家电领域，TCL空调全球年产能突破3,800万套，武汉基地实现7秒/台高效智造；奥马冰箱年产280万台高端风冷冰箱智能制造项目全面建成投产，泰国制造基地正式动工，满足全球市场需求。

同时，公司通过数字化重构供应链，强化运营效率。TCL空调武汉工厂通过自主开发设计的5G+数字化供应链产供协同平台，将300多家供应商的大供应链拉通实时调度，原料库存同比下降10%，准时交货量提高15%，采购成本大幅下降。

全球渠道深度覆盖，全品类市场渗透跃升

TCL实业全球销售网络持续完善，销售机构覆盖80多个国家和地区，在海外建成多个大型备件仓及国家级再制造中心，建立全球质量管理与用户服务中心，打造“售前-售中-售后”全周期服务保障体系。

全球核心渠道覆盖取得关键突破，全球Top50渠道覆盖率超95%，其中北美市场实现Walmart、Best Buy、Target、Sam's Club等6大重点渠道全覆盖，聚焦中高端渠道突破；欧洲市场完成Currys、MediaMarkt等核心渠道全面覆盖，渠道渗透率持续提升；东南亚、拉美等新兴市场深耕本地分销网络，全品类渠道协同效应凸显。国内市场构建7个大区、29个战区、超2万个销售网点的全品类营销网络，实现城乡市场全覆盖。

线上线下渠道协同发力，线上通过精准数字营销实现全球销售额占比稳步提升；线下深化与核心伙伴战略合作，推进体验店升级与场景化展示。

六大平台落地深耕，全域组织协同赋能

TCL实业深度调整全球区域化、本土化组织布局，对中国、北美、欧洲、亚太、拉美、中东非六大营销平台推行独立经营实体建设，落实区域内全品类端到端经营责任，实现从“全球化运营”到“全球化共建”的战略升级。

六大营销平台不断优化产品线经营组织及职能支持体系，深度洞察区域用户需求，拉通智能显示、智能家电等全品类业务资源，确保产品计划、供应保障、品牌推广、渠道拓展、客户服务等环节高效协同。内部组织协同升级，将通讯业务整合进大显示组织，实现渠道互通、品牌协同与规模效应，为弱势品类注入发展新动力，推动ToB与ToC业务双向赋能。

通过启用海外本土人才、强化本地化合规管理，各区域平台实现因地制宜的经营策略落地：欧洲市场聚焦高端化定位，拉美市场推出本土化适配产品，中东非市场完善区域分销网络，亚太市场强化全品类渗透。全年大部分区域组织实现双位数增长，所有区域盈利表现同比改善，为“海外再造五个TCL”战略奠定坚实组织基础。





04

财务概要

财务概要

类别	2025年1-12月	2024年1-12月	增减变动
营业收入	1,706.9	1,500.3	13.8%
毛利额	297.9	265.0	12.4%
净利润	65.2	49.3	32.3%
归属于母公司股东的净利润	30.7	19.6	57.1%
净资产收益率	34.1%	26.5%	7.6 p.p.
现金周期 (天)	17	18	-1

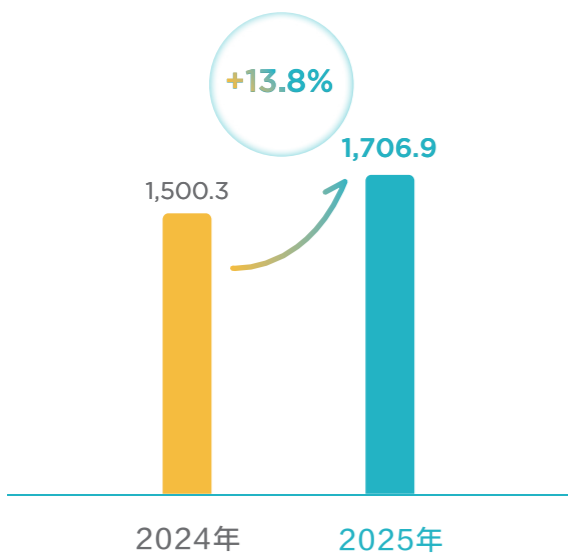
■ 单位：人民币亿元

类别	2025年12月31日	2024年12月31日	增减变动
总资产	1,488.5	1,384.0	7.6%
总负债	1,203.4	1,145.0	5.1%
资产负债率	80.8%	82.7%	-1.9 p.p.
有息负债率	17.7%	19.1%	-1.4 p.p.
所有者权益总额	285.1	238.9	19.4%
归属于母公司股东的所有者权益	102.1	78.1	30.8%

■ 单位：人民币亿元

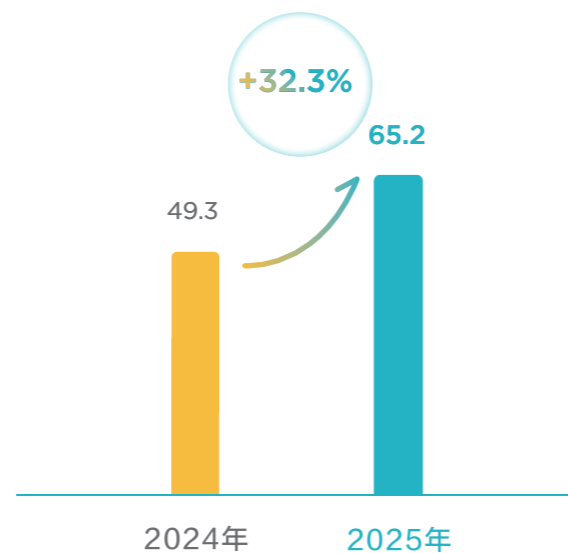
营业收入

【单位：人民币亿元】

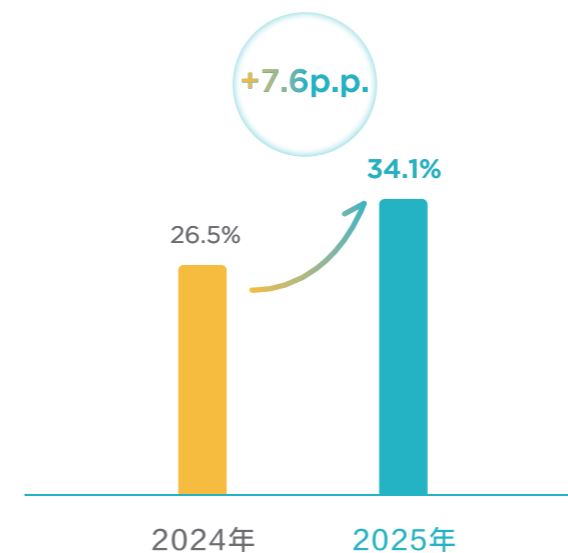


净利润

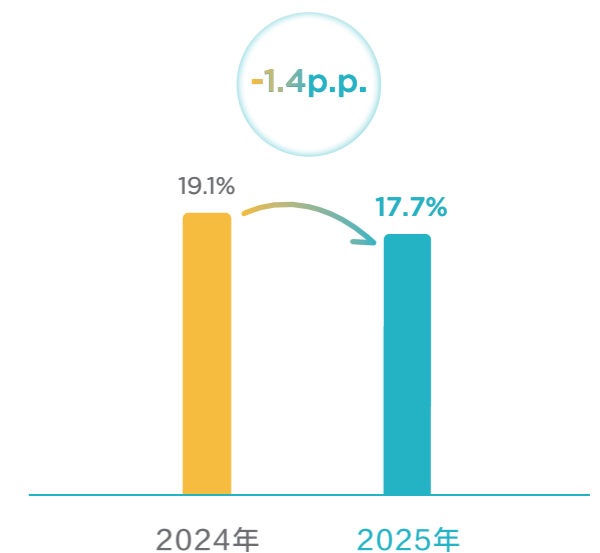
【单位：人民币亿元】



净资产收益率



有息负债率





05

管理层
讨论与分析

管理层讨论与分析

2025年，世界经济动能疲弱，地缘政治风险持续上升，多边主义、自由贸易受到严重冲击，国际货币基金组织（IMF）预测全球经济保持脆弱韧性。以AI技术为核心的新兴科技从应用探索迈入规模化落地关键阶段，深入推进“人工智能+”行动，成为驱动各行业转型升级、创造真实价值的核心引擎。中国经济顶压前行、展现强大韧性，锚定高质量发展导向，产业结构持续优化，实体经济与数字经济深度融合，各项支持智能终端、人工智能、绿色低碳等战略性新兴产业发展的政策落地见效，高技术制造业、装备制造业增加值实现稳步增长。

纵观行业发展态势，传统智能家电行业在技术迭代与消费升级的双重驱动下，突破规模瓶颈迎来结构性增长，大尺寸智能显示、智能健康家电等中高端品类需求持续攀升，成为行业增长的核心支撑。全球智能终端市场品牌集中度进一步提升，具备核心技术壁垒与全球化布局优势的企业持续占据竞争高地。同时，AIoT生态建设、新能源智能终端、智能服务机器人等新赛道发展驶入快车道，光伏与储能融合的智慧能源体系、多场景智能机器人应用、车规级显示与智能座舱解决方案等领域成为行业新的增长极，技术创新与场景融合深度绑定，引领行业向更高质量、更具价值的方向迈进。

新赛道的蓬勃发展加速推动行业竞争格局深度重构，企业间的竞争已从单一产品性能比拼，全面转向生态体系构建、全场景解决方案供给的综合实力较量。具备全品类布局、跨场景技术融合能力以及完善全球化运营体系的企业，能在行业变革浪潮中牢牢把握发展先机，持续实现市场份额与品牌价值的双重提升，彰显头部企业的引领与担当。



01 战略与愿景

科技革命浪潮下，AI深度赋能推动万物智联进入体验升级阶段，消费者对智慧生活的需求升级为个性化、沉浸式全场景体验，绿色低碳成为全球共识与企业发展必由之路。TCL实业坚守科技创新理念，围绕“品牌引领价值、深化全球经营、科技驱动、活力至上”整体战略，以AI为引擎、生态为主线、全球本土化为方向、绿色发展为使命，夯实核心竞争力。

未来，TCL实业将围绕产品、营销、运营、组织四大维度构建发展护城河，打造全场景高价值智慧生活体验，深化海外本土化运营，布局新能源、智能机器人等创新业务，向“兼具中国特色优势和区域本地深耕的全球化领先智能终端企业”目标迈进。

AI显见未来



AI技术的突破性发展正推动视觉显示体验从空间化、智能化向个性化、沉浸式跃迁，显示作为人机交互的核心入口，成为AI技术落地的重要载体。TCL实业将持续以AI驱动显示技术的深度革新，以Mini LED、量子点等高端显示技术为基础，构建全球领先的画质技术标杆，同时深化AI算法与影像、显示技术融合，实现自适应识别、动态画质优化等个性化功能，满足多元高品质显示需求。

我们将持续加大AI显示技术的研发投入，突破中高端显示核心技术，优化产品结构，进一步提升中高端产品市占率。以智慧显示为入口，拓展AI+AR眼镜、智慧车载显示等产品矩阵，发挥显示领域技术与产业优势，打通“显示+AI+场景”链路，落地“屏宇宙”布局，挖掘AI时代显示业务新增量，引领显示产业进入AI赋能新阶段。

生态智能体验



AI与IoT深度融合，推动智能物联从“设备互联”进入“体验升级”阶段，基础互联互通能力落地，驱动智能场景向主动服务、生态融合升级。TCL以用户需求为核心，完善AIoT全域生态，深耕智慧家庭、能耗管理、智慧车载等多元场景，实现跨设备协同与数据互通，提供主动式个性化智慧解决方案。

我们深化与全球科技巨头生态合作，加大AI与IoT融合研发投入，完善IoT连接、AI多模态交互等技术建设，打造智慧显示核心场景生态，构建开放共赢的智能物联体系。同时，依托格创东智工业互联网平台，推动AI与制造业、智慧能源融合，实现工业智能调度与能源高效管理，打造“人、机、物、境”深度融合的智能生态，推动产业进入体验为王阶段。

全球本土运营



深度本土化运营、全球体系化升级转型已成为企业核心的持久战。全球化3.0战略将推动商业格局向“在地生产、在地经营”的全球化范式变革，TCL实业将紧抓机遇，以“海外再造五个TCL”为目标，通过本地研发、本地制造、本地品牌建设，在不同市场深度扎根，建立起用户对TCL的信任与认同。

公司将强化区域自主决策及区域差异化策略，以“分布式布局+区域工业中心”优化供应链布局，完善全球多中心体系，推进“全球化、一体化、平台化、数字化”四化协同。公司将持续完善全球化组织架构，优化国际化人才体系，打造全球化视野、本土化能力的团队，与合作伙伴共建共荣的全球化业务生态，实现从产品出海到品牌、生态出海全面升级。

缔造绿色未来



绿色低碳既是全球共同责任，更是高质量发展的长期动能。TCL实业秉持“绿色、循环、低碳”理念，将低碳经营融入全流程，以打造“碳中和”生态圈为目标，从多个维度构建低碳经营能力。

凭借庞大的全球生产、销售、物流与服务网络，TCL实业在自身践行低碳发展的同时，持续推动绿色低碳供应链体系建设，通过技术赋能、标准制定、合作共建等方式，带动上下游合作伙伴共同践行绿色发展理念，形成全产业链的低碳发展合力。公司将持续积极探索光伏储能、绿色智能终端、低碳制造技术等领域的发展机遇，推动绿色技术与智能终端产品的深度融合。力争2030年前实现碳达峰、2050年前实现碳中和，以科技龙头企业的责任与担当，推动行业绿色发展，携手伙伴共创低碳未来。

02 2025年业务回顾

2025年，公司继续以智能终端业务群为核心，坚定全球化与中高端双轮驱动战略，经营质量和盈利能力稳步提升，全年实现营业收入1,706.9亿元，同比增长13.8%；净利润65.2亿元，同比增长32.3%，归属于母公司股东的净利润30.7亿元，同比增长57.1%。

营业收入分产业列示

■ 单位：人民币亿元

类目	2025年1-12月	2024年1-12月	同比变动
TCL电子 (亿港元)	1145.8	993.2	15.4%
TCL空调	336.3	301.6	11.3%
TCL智家	185.3	183.6	0.9%
通力股份	127.1	114.6	10.9%
TCL环保科技	34.5	31.6	9.2%
TCL金服	10.2	9.3	10.0%
TCL产业园	9.2	9.5	-3.8%

主营业务收入分区域列示

■ 单位：人民币亿元

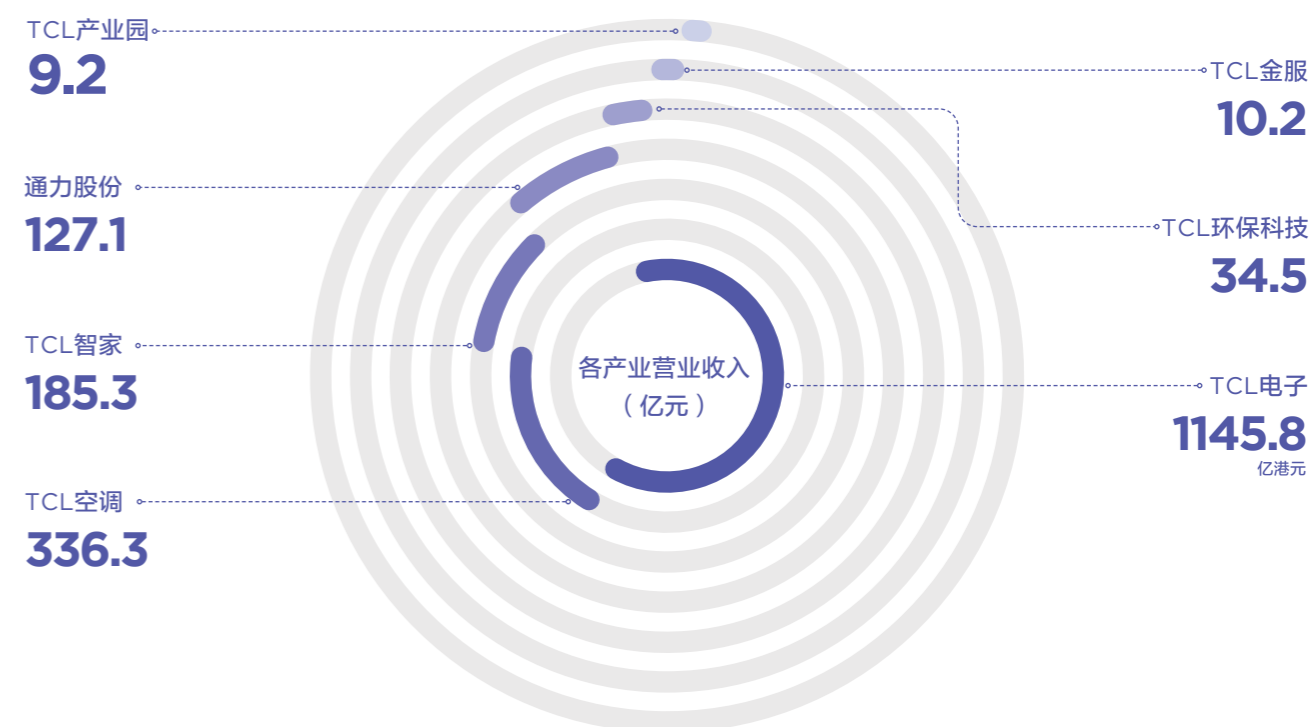
类目	2025年1-12月	2024年1-12月	同比变动
中国市场	631.8	560.9	12.6%
海外市场	1056.3	922.9	14.4%
合计	1688.1	1,483.8	13.8%

中国市场

虽受相关政策影响，行业有阶段性调整，但中国市场中高端转型战略成果显著，产品结构进一步优化，带动中国市场主营业务收入提升12.6%至631.8亿元。

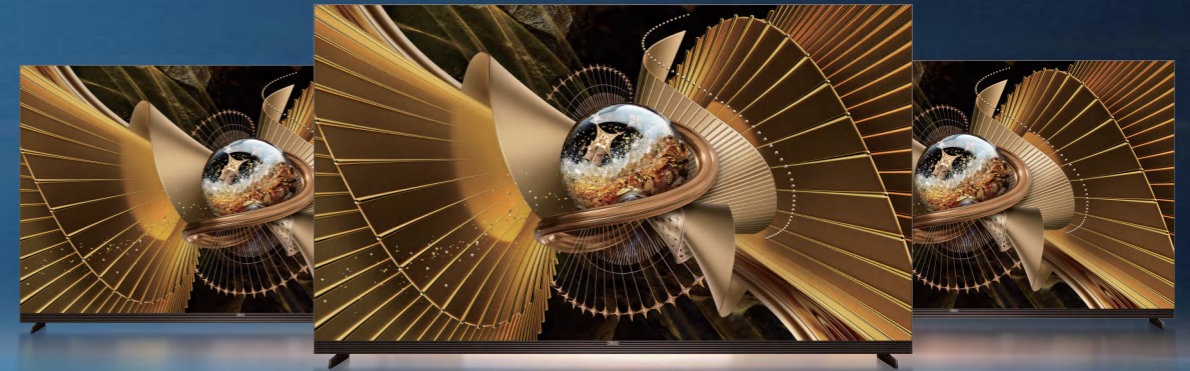
海外市场

以全球化布局与本土化深耕为驱动，各区域市场开展差异化策略，重点市场零售渠道覆盖率大幅提升，实现海外主营业务收入1056.3亿元，同比增长14.4%。



TCL 电子

TCL电子紧抓行业发展机遇，凭借「全球化」与「中高端化」的双轮驱动战略，坚持以技术创新为核心驱动力，构建更具竞争力的产品矩阵；积极拓展全球渠道与优质资源，不断提升渠道覆盖广度与门店渗透率，夯实全球化市场基础，整体盈利能力持续增强。2025年实现收入1,145.8亿港元，同比增长15.4%；毛利达179.0亿港元，同比增长15.1%，除税后利润同比增长36.7%至25.3亿港元，经调整归母净利润达25.1亿港元，较上年同期的16.1亿港元增长56.5%。



显示业务全球领先，互联网业务维持高盈利水平，创新业务规模持续跃升



凭借品牌影响力有效提升、全球渠道高效拓展及产品结构持续优化，2025年显示业务收入同比增长9.2%至758.0亿港元，毛利同比增长16.4%至124.8亿港元，毛利率同比增长1.1个百分点至16.5%。其中，大尺寸显示业务毛利率同比提升1.3个百分点至16.8%。2025年，TCL TV排名稳居全球品牌TV前二；TCL Mini LED TV全球出货量同比大幅增长118.0%，销量稳居全球首位，通过持续扩大渠道布局并深化重点渠道建设，推动TCL TV在全球超过20国家零售量排名前三。

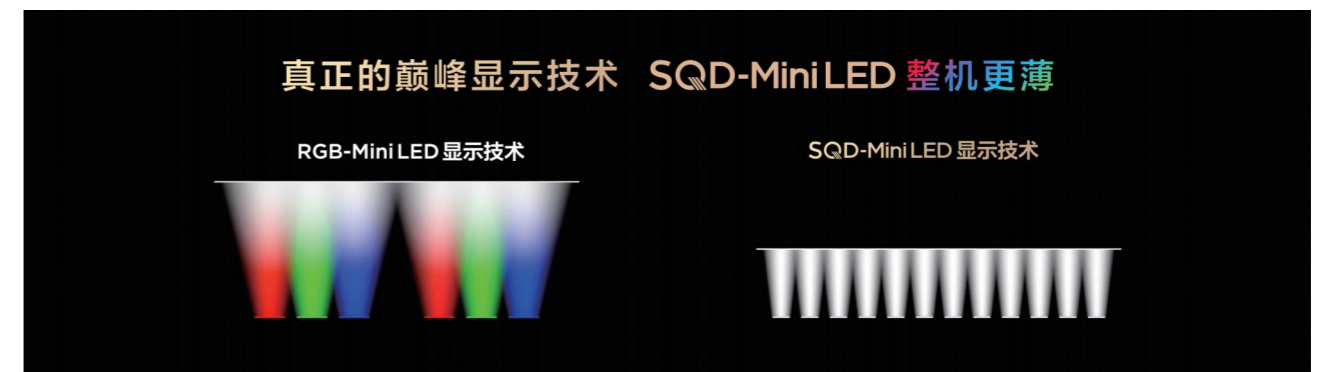
互联网业务紧抓AI技术发展新机遇，深耕全球家庭互联网赛道，实现业务规模与盈利质量同步提升。国际市场持续深化与Google、Roku、Netflix等国际巨头的战略合作，旗舰机型率先接入Google Gemini人工智能助手，升级AI交互体验，同时完成TCL Channel内容聚合平台全面升级，优质内容占比翻倍，刺激日均使用总时长同比翻倍增长，2025年底累计用户突破4,570万，商业化变现能力显著增强。国内市场依托自有OTT智能终端运营平台，聚焦AI内容生成与交互体验升级，以AIGC打造自主知识产权内容工厂，并通过自研工具Agent提升AI漫剧创作效率，AI硬件Amby Uni成功投放市场，持续优化业务结构，巩固公司在全球家庭互联网领域的领先地位。2025年，互联网业务收入同比增长18.3%至31.1亿港元，毛利率同比提升0.2个百分点至56.4%。

创新业务规模持续扩张，2025年创新业务收入同比高增31.9%至356.3亿港元。其中，光伏业务收入同比增长63.6%达210.6亿港元，毛利同比增长47.5%至18.1亿港元，展现出卓越的市场竞争力与发展韧性。光伏业务坚守相对轻资产运营模式，灵活适应市场波动，国内户用分布式光伏新增装机量屡创新高，市场份额显著攀升；同时稳步推进全球化布局，欧洲市场已实现业务实质性落地。

技术引领高端化核心突破，分布式产能高效满足全球交付，精准品牌传播实现价值提升

公司持续加大研发资源投入，聚焦AI技术、显示技术、智能硬件及家庭能源管理等核心领域，全面推动产品服务与营运效率升级。2025年，TCL电子研发费用同比增长8.5%至25.3亿港元。在产品服务创新方面，全面导入AI应用以优化用户体验，电视OS端于海外市场率先接入Gemini，强化智能交互与内容变现潜力，国内市场则集成伏羲AI大模型，提升人机交互体验，并自研AI创作平台，推动少儿业务实现口碑与业绩双增长，有效增强用户黏性；在显示技术领域，聚焦Mini LED，于9月推出全球首款搭载SQD-Mini LED显示技术的旗舰产品TCL X11L TV，依托超级背光、超级量子点和超级屏幕三大核心技术，实现全局高色域、不串色、分区更多、亮度更高、整机更薄的五大核心优势，荣获2026 CES显示金奖。同时年内推出的NXT PAPER 4.0技术实现全场景护眼与生产力提升，开启护眼办公新革命；智能硬件与新兴技术方面，实现AR眼镜彩色Micro-LED规模化量产，取得AR光学技术突破；智能连接产品领域，陆续发布行业首批AI 5G CPE旗舰产品、海外首款双频定位儿童智能手表，以及首款AI儿童陪伴生态产品T宝。年内发布的全球首款分体式智能家居陪伴机器人 TCL AiMe 通过日常互动不断学习并适应家庭成员的行为习惯，提供个性化互动体验，展现公司在「AI x IoT x 机器人」融合领域的创新实力。

在营运效率方面，公司于研发、制造、供应链、销售等全价值链环节全面导入AI应用，持续优化运营流程，以数智化赋能实现降本增效，强化核心竞争力。在产能与供应链方面，公司拥有垂直整合的供应链优势，并持续深化全球化产能布局，以灵活高效的运营体系应对复杂多变的全球市场环境，推动全球供应链向「区域化、本土化」重构，通过全球生产基地，以分布式布局支撑供应重心灵活调配，及时满足全球市场需求变化。在品牌营销与渠道管理上，公司坚持全球化、区域化、本土化相结合的策略，针对不同市场的特点和消费者偏好，制定差异化的精准营销策略，以成为奥林匹克全球合作伙伴为契机，同时借助区域营销、新媒体传播以及大型展会与产品发布会等活动，全面提升TCL全球品牌影响力和价值。



TCL 空调

TCL空调坚守“积累 聚焦 破局 行稳致远”“新赛道 新战场 追赶超越”的经营理念，以“智慧健康”为核心价值主张，秉持“让更多人轻松享受空气带来的健康绿色生活”的使命和“成为全球环境绿色能源和健康空气管理解决方案的领先品牌”的愿景，依托千人研发团队及年均超30%增长的研发投入，深化家用、商用、热管理、上游延伸四大业务布局。通过战略引领与创新驱动，聚焦AI智慧健康、攻坚结构机、升级全球化能力，实现从要素驱动向价值驱动转型，2025年营业收入336.3亿元，同比增长11.3%。



成熟业务稳守阵地，第二曲线高速破局

全球市场需求低迷、行业承压背景下，TCL空调国内外销售规模增速均跑赢行业。出货端，在国内市场同比增长0.7%⁷、出口下滑3.4%⁸的背景下，公司家用空调内销销量实增17.2%，外销销量实增12.0%；零售端，行业线上增长28.9%⁹、线下下滑10.7%¹⁰，而公司线上零售额同比大增53.1%，线下下滑收窄1.8%，双线表现亮眼。新业务多点开花，储能业务收入同比增长516%，构建液冷产品阵列并开拓中国中车等大客户；AIDC业务收入同比激增1,045%，精密风冷产品突破中国铁路等行业客户；数字能源业务完成全链路搭建，BlueWave系列光伏并网逆变器及BlueArk X5系列工商储产品成功上市。



技术赋能品类升级，品牌心智深度扎根

2025年新增AI语音自由说、多联机AI节能两项“国际领先”技术鉴定，累计拥有11项该级别成果。截至年末，累计申请专利6,346件，其中发明专利1,569件，主导参与国家标准、行业标准82项。研发团队携手华中科技大学等高校及海思等科技企业，在AI睡眠、AI舒适、AI新风等领域持续突破。小蓝翼系列以三大核心技术承接“智慧健康”主张，打造两大爆品，深化“高端健康空调”品类认知，连续5年斩获“新风领军品牌”，多次荣获红点设计奖、广东省科技进步奖等权威荣誉，以硬核产品力夯实品牌根基。

7、数据源：产业在线
8、数据源：产业在线
9、数据源：中怡康
10、数据源：中怡康



营业收入
336.3 亿元
同比 ↑11.3%

全域营销放大声量，用户资产持续沉淀

坚守“智慧健康”核心价值主张，推动空调从“被动响应”到“主动服务”、从“单一产品”到“空气生态”的进化。搭建“官号+KOL+OMO客户+导购+用户+员工”全域营销矩阵，全年品牌声量同比增长189%，小蓝翼搜索指数增长62%，空调主品牌搜索指数增长88%。通过“人群×产品×场景×内容”精准匹配，小红书、抖音核心人群资产增长超90%，品牌知名度提升至65%，“小蓝翼”与TCL品牌关联度达62%，全员营销体系成效显著。

全球布局精准发力，海外市场再拓新局

亚太区域以“新风领先+T-AI节能”升级感知型营销，菲律宾品牌知名度达70%，超越大金，泰国品牌知名度达55%，增速行业第一，两国旺季谷歌指数登顶；欧洲区域亮相马德里暖通展、法国Interclima展、德国IFA等顶级展会，FreshIN 3.0斩获“AI节能技术金奖”；拉美区域聚焦核心产品开展精准传播，巴西的品牌知名度上升至50%；中东非区域联动B端展会与C端体验，武汉空调KOL测评曝光超130万次；北美区域成功进驻Home Depot等标杆卖场，收入同比增长129%，全球市场竞争力持续提升。

智能制造提质增效，绿色发展践行双碳

近五年深耕“智能化、数字化、绿色化”智能制造战略，全球布局11个生产基地，年产能突破3,800万套，生产效率提升59%。广州超级工厂新增1,000万套产能，部署300余台机器人，建成3个黑灯工厂及2条自动化标杆线；九江工厂获评“江西省先进智能工厂”和“江西省小灯塔企业”。聚焦公司“3050”双碳目标，与供方共建绿色供应链，通过用地集约化、制程无纸化、光储一体应用等举措，打造绿色智能制造工厂，助力高质量发展。

TCL 智家



2025年，在全球冰箱行业竞争日趋激烈、产业格局深度变革的背景下持续突围，TCL智家旗下合肥家电与奥马冰箱协同发力，迈入高质量发展新阶段。合肥家电深耕“TCL”自主品牌，聚焦冰洗高端产品线的创新研发与智能制造，加速海外自有品牌渠道渗透；奥马冰箱坚守“全球专业冰箱ODM供应商”核心定位，巩固全球出口龙头地位，深化风冷技术精研，全力推进泰国春武里府海外生产基地布局与智能制造进程，为全球客户提供兼具顶尖品质与极致性价比的冰箱冷柜产品，全年业绩实现稳步增长，在行业变局中筑牢了发展根基。

坚定实施全球化战略，业绩再创历史新高

TCL智家坚定全球化布局和智慧家电发展方向，全面提升市场竞争力和品牌影响力，业绩表现亮眼。2025年，公司营业收入突破185.3亿元；归属于上市公司股东的净利润11.2亿元，同比增长10.2%，双双创出历史新高。其中TCL自有品牌业务海外收入同比增长115.1%，成为业绩增长核心引擎。其中：冰箱冷柜销量近1,700万台，再创历史新高，第17年蝉联中国冰箱出口全球总量冠军¹¹，第18年蝉联中国冰箱出口欧洲冠军¹²。洗衣机销量近400万台，大桶径滚筒洗衣机占比显著提升。

创新驱动品质升级，持续打造领先产品

TCL智家加大对核心技术的研发投入，2025年研发投入超6.8亿元，同比增长5.9%，发布了多款高端智慧新品，以技术创新突破行业发展瓶颈。其中冰箱方面，TCL双磁鲜冰箱凭借全铜核心部件筑牢品质，是国家首批新国标1级能效产品；TCL冰麒麟冰箱和奥马706莱茵灰冰箱，双双荣获AWE艾普兰创新奖；TCL冷布丁冰箱、奥马母婴冰箱在德国柏林国际电子消费品展览会IFA期间分别荣获“技术创新成果奖”和“设计创新成果奖”。洗衣机方面，发布AI超级筒洗衣机，洗净比1.33，再次刷新行业天花板。

智能化数字化提速，品牌影响力升级

TCL智家推进智能工厂建设，深化MES系统升级与AI视觉检测应用，奥马冰箱280万台高端风冷冰箱智能制造项目全面投产，泰国基地启动建设，泰国30万台冷柜分厂投产，有效强化了TCL智家全球化布局。

11、数据源：产业在线

12、数据源：产业在线

通力股份



通力股份深耕声学ODM领域十余年，凭借深厚行业积淀，精准抢抓全球电子信息产业专业化分工深化、电声行业无线化智能化升级的发展契机，构建以声学产品为核心，可穿戴、AIoT产品等多品类共生的智能硬件ODM工业平台。2025年公司聚焦头部客户合作，强化研发与内部运营，完善海外供应链布局，业绩稳健增长，实现营业收入127.1亿元，归母净利润6.3亿元，分别同比增长10.9%、6.2%，在复杂市场环境中彰显强劲发展韧性。

多元产品拓展，市场地位稳固

作为全球知名消费电子品牌核心战略供应商，通力股份核心产品竞争力持续凸显：2025年其蓝牙音箱、Soundbar全球市场份额分别连续多年稳居全球首位。智能摄像头业务快速增长，通过技术迭代与客户拓展，行业影响力进一步提升。可穿戴业务虽受核心客户战略调整影响，但公司迅速调整战略，布局游戏耳机、专业话务耳机及可穿戴产品AI化升级，构建多元化产品矩阵，为后续增长筑牢基础。

研发驱动创新，AI赋能升级

公司坚持研发为核心驱动力，加大投入并与全球头部企业建立长期合作，北美类湾区客户开拓成效显著，为巩固市场地位、布局新兴产品奠定基础。技术创新聚焦AI软件生态、小型化精密制造、Sensor算法应用、整机系统设计及功耗优化等核心领域，完善穿戴产品AI化；依托视觉处理与AI技术，拓展 Personal AI Camera等新兴品类。头戴式耳机以混合降噪、极速快充技术跻身行业第一梯队；TWS耳机具备主动降噪、3-Mic AI通话降噪、语音唤醒功能，用户体验优化；蓝牙LE audio技术实现低延时、低功耗、高码流传输，拓展互联场景。蓝牙音箱兼具IPX7防水、IP6X防尘性能与无源辐射器设计，低音效果浑厚；声霸搭载杜比全景声、DTS:X 解码技术及空间音效算法，打造沉浸式体验。

智造提质增效，供应链全球化

公司重视产品品质与生产效能，在惠州、深圳、西安及马来西亚槟城布局研发与生产基地，整合全球优势资源，构建智能互联工业平台。挖掘类湾区客户部件及附件业务合作机会，整合核心模块形成协同竞争力。推动生产自动化数字化转型，通过降本增效提升效率与品质。供应链方面，越南一、二期基地高效运作，三期建设启动，同步布局墨西哥、印度海外产能，完善全球化供应链，应对贸易环境变化，保障全球客户高效交付。

TCL 环保科技

2025年，TCL环保科技持续践行“聚焦资源循环利用，提供综合环境服务”的战略定位，在复杂经营局面下主动求变、优化业务结构，各业务板块呈现差异化发展态势，整体经营稳中有进、韧性凸显。全年实现营业收入34.5亿元，同比增长9.2%，收入规模稳步提升。

应对政策调整 优化业务布局

2025年家电以旧换新补贴政策调整、废弃电器电子产品处理专项资金补贴预算从75亿元缩减至50亿元，叠加政策执行标准不明确，行业经营压力陡增，头部企业普遍承压。TCL环保科技迅速响应，主动缩减基金拆解业务规模、降低政策依赖，同时重点拓展PCR塑料再生及B端合作业务，以战略调整抵御政策冲击，夯实发展根基。

强化板块协同，提升经营质效

危废资源化业务实现两地基地协同增效，惠州与黄冈基地形成区域联动，其中黄冈基地稳居湖北省危废业务市占率首位，彰显区域竞争力与资源化处理实力。

聚焦优势赛道，筑牢发展动能

环境综合服务业务聚焦PCB、电子、汽车制造等优势赛道，以“工程+服务”为核心抓手，持续深化业务布局、强化服务能力建设。通过提升专业服务水平与场景适配能力，为客户提供在线废水提铜等一站式服务。

深耕再生领域 优化客户结构

PCR塑料再生业务精准聚焦高价值客户与优质品类，成功切入三星电子、LG显示等知名企业供应链；B端业务持续突破，顺利中标郑州富士康年度服务项目，并成功进入小米生态链，为业务增长注入新动力。相关项目落地不仅带来经营增量，更提升了公司在电子制造产业链服务端的协同能力与品牌影响力。

加快资源整合，建立再生新材料生产能力

新材料与一般固废循环业务依托轻资产运营模式，推动再生资源分拣中心投运，通过精细化分拣与运营优化，实现成本下降10%、效益提升5%，稳健提升经营质量。

TCL 金服

TCL金服依托产业经营场景，携手银行等优质金融伙伴，以数字供应链金融科技为核心抓手，为产业生态圈实体中小微企业及家庭提供优质金融服务，在服务实体经济、稳定产业链、提升普惠金融可得性方面成效显著。2025年实现营业收入10.2亿元，同比增长10%，稳健筑牢经营基本盘。

数智赋能强服务 深耕平台稳领先

TCL金服旗下简单汇平台，坚守“数字驱动、智慧为民、绿色低碳、普惠公平”原则，深度运用区块链、大数据、物联网等数字科技，融入精细化融资解决方案，通过数字化技术实现交易信息标准化、可视化，高效链接核心企业、供应商与银行，打通产业链金融服务堵点，助力产业高质量发展。目前，平台业务已全面覆盖全国32个省级行政区，涵盖电子制造、建筑工程、新能源材料等多个主流行业，服务领域持续多元化，累计服务超15万家企业，行业领先地位进一步稳固，规模效应与网络效应持续凸显。

聚焦核心强产品 优化布局稳发展

TCL金服通过提升交易信息透明度、降低融资门槛，有效缓解产业链中小微企业融资痛点，助力普惠金融落地。同时，公司遵循集团部署，结合市场趋势加快战略调整，稳妥退出市场化金融业务、聚焦TCL生态圈及可控风险业务，通过优化业务布局，持续提升经营稳健性与长期发展质量。

控制风控强管理 筑牢资产安全线

在业务结构优化基础上，TCL金服持续强化风险管控能力，将风控理念贯穿业务全流程，加大贷后催收与资产处置力度，丰富风控手段、严格把控资产质量。公司不断完善前中后台协同管理与风险管理机制，依托数字化技术提升风控精准度，健全风险预警体系，及时排查化解各类潜在风险，有效控制不良率。同时，持续加强风控团队建设，提升专业管控水平，全方位筑牢风险防线，为业务可持续发展、经营稳健性提升筑牢坚实的资产安全底座。

TCL 产业园

2025年宏观经济持续承压，地产市场整体供大于求，叠加房企风险暴露、写字楼空置率攀升至五年高位、行业低价竞争加剧等多重压力，TCL产业园凭借前瞻市场洞察与精准战略布局，以高效灵活的应对策略、“赋能客户”的差异化服务，成功抵御外部冲击，在激烈竞争中稳健突围，实现高质量经营发展。全年实现营业收入9.2亿元，净利润2.2亿元，交出逆势向上的亮眼答卷。

坚持出租率优先，存量运营领跑市场

面对市场去化低迷、同业竞争白热化的态势，公司坚定“存量优先、出租为王”的经营思路，通过提前开展租约重构、深度链接产业资源等举措，全力稳固核心客户。旗下存量商办项目平均出租率高达93.8%，大幅优于市场同类竞品，彰显强劲市场竞争力与高度客户认可度。

坚守现金流优先，投资业务风险出清

房产投资板块精准把握政策窗口期，坚定风险出清、资金回笼核心策略，基本完成项目清盘与资金回流。工业厂房项目秉持快速去化原则，全年去化面积同比增长63%，实现资产高效盘活与现金流安全可控。

深耕产业生态链，组织赋能提质增效

产业园板块持续锻造平台核心能力，不断强化资源沉淀与产业链接，累计汇聚2,800余家产业客户信息，以精准资源对接、深度服务创新双轮驱动，释放产业协同价值，构建区别于传统地产商、工业运营商的独特核心优势。在行业收缩调整背景下，通过持续变革优化，有效提升组织运行效率与人均效能。

严守品质控成本，攻坚克难彰显实力

建设管理板块统筹在建项目20个，管理面积达293万㎡，坚守质量优先理念，对重点项目实施全流程精细化管控；通过优化招标采购、强化设计与工程全链条协同，全方位助力产业客户降低成本。成功攻克多项技术与政策壁垒，展现专业攻坚能力。

格创东智

格创东智依托TCL深厚制造业基因，作为AI驱动的工业智能解决方案提供商，以AI、工业软件、智能装备为三大核心支柱，为泛半导体及先进制造客户提供端到端解决方案。2025年中国软件行业承压背景下，公司坚守核心定位，深耕泛半导体及先进制造领域，全年交付上千个项目，市场地位稳步提升，彰显强劲发展韧性。

深耕泛半导体 引领智造升级

作为半导体智能转型领军企业，公司2025年在前后道CIM市场实现关键突破：前道8寸MES项目成功落地，后道封测老客户持续复购。作为国内唯一具备CIM+AMHS综合能力的头部厂商，核心OHT和STK产品技术快速迭代，已导入多家头部客户上线，凭借雄厚人才储备，持续为半导体自主可控提供坚实支撑。

拓展先进制造场景 深化头部客户合作

依托泛半导体场景技术积累，公司在光伏、锂电池、3C等领域形成竞争力解决方案，落地多个工业AI标杆案例。与特变电工、中广核创新合作模式，形成行业示范样本，目前已与数十家头部企业建立稳定合作，将持续挖掘国内外AI赋能机会，助力新型工业化进程。

强化AI技术体系 转化通用产业能力

2025年公司完成AI技术体系全面升级，推出CIM AI Foundation多智能体平台，为半导体高复杂度工业场景提供标准化、可扩展的AI基础架构，支撑智能体矩阵构建；迭代章鱼智脑Agentic AI平台，提升工业AI自主决策与协同能力。同时联合香港大学成立工业AI联合实验室，聚焦前沿研发与人才储备，推动AI理论与工业实践深度融合。

斩获多项行业荣誉 品牌认可度持续提升

2025年公司斩获多项权威认可，获评国家级及湖北省制造业数字化转型促进中心、湖北省工业软件制造业创新中心培育单位，入选武汉新型技术改造公共服务平台；同时荣获武汉市及东湖高新区上市后备“金种子”企业、光谷瞪羚企业、2025福布斯中国人工智能新锐企业等称号，相关解决方案入选省级优秀赋能方案及人工智能应用场景。

03 研发及产品创新

2025年，TCL实业在技术战略层面继续坚持以显示画质、智能化和绿色健康为主线，持续推进技术的研究与创新，提升了智能终端产品和技术竞争力，围绕极致画质体验、健康生活体验、家庭能源管理、智慧感知交互与服务探索创新业务并持续夯实AI、影像、软件工程、IoT与云服务四大技术平台。目前TCL实业在全球共有25个研发中心布局显示技术、AI、通信、健康、智能制造领域，此外TCL还联合外部研发单位成立7个联合实验室，开展画质引擎、护眼显示、材料化学、云游戏、保鲜技术、变频技术等领域的研究，2025年研发投入46.6亿元。

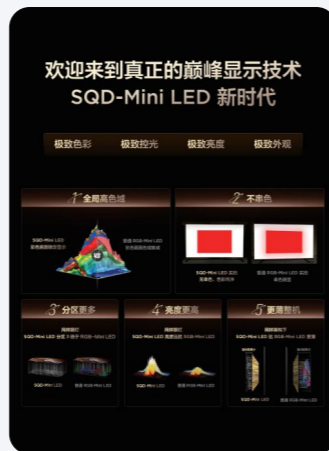
立足显示画质战略，提升全尺寸显示技术能力



巩固Mini LED技术先发优势，多维度提升技术能力

以全球领先的SQD Mini LED显示画质技术，重新定义行业画质旗舰标杆

通过从背光到成像显示深入研发，全链路提升SQD Mini LED技术竞争力，保持TCL SQD Mini LED产品行业领先。自研超级量子点和Mini LED万象分区技术，从底层材料、器件、算法及技术开展创新，配合华星第四代液晶屏技术，实现10,000nits高亮、100%BT2020全局高色域、控光精度与画面层次表现显著提升。并通过自研TSR AI光色同控芯片、光影控制、AI画质增强等画质算法加持，全链路画质调校，实现持久稳定高亮、超高色域、高对比度、高动态清晰效果，使画质更清晰、细腻、有层次。音质与顶奢品牌B&O深度合作、定制，联合调校，并通过声学基础材料/器件/架构/算法技术开发与创新，实现纯净清晰、细节丰富的纯净原声，带来Hi-END级音质效果。TCL X11L SQD-Mini LED电视获得2026 CES创新显示金奖，在欧洲影音协会（EISA）斩获四项大奖。



以器件、材料、核心算法突破构建持续领先的基础技术能力

坚持以底层技术、器件、材料、工艺与算法为核心抓手，构建领先的可持续演进的技术底座。高浓度极彩量子晶体和高色域屏幕实现100%BT2020全局高色域，聚核光芯使亮度提升53.8%，明暗层次对比效果更佳。新一代自研聚光微透镜技术结合微距OD技术，使控光能力提升46.9%。自研光影控制算法使信号与背光双重增强，100%还原HDR格式的片源。基于微距OD技术超薄整机架构设计，实现纤薄机身平板薄2cm，搭配第四代液晶屏全面屏技术，使颜值达到天花板。



以超窄光谱超高色域、AI光色同控实现画质领先

通过超窄光谱超高色域的画质算法创新实现100%BT2020全局高色域画质效果，并搭配26bit动态调光、绚彩XDR技术，让画面保持持久高亮度、有层次感，画面过渡更自然细腻。通过屏显算法、AISR算法，进一步提升动态清晰效果，人因色彩优化实现95%全屏色纯度，场景色彩增强持久不褪色、肤色更真实。基于TSR AI光色同控芯片，自研光影控制算法，行业首创信号加背光二重光影优化及动态光域重构技术，实现电影质感。TCL X11L SQD-Mini LED成为全球首款获得莱茵TV“感知立体色域”满星级认证的机型，为消费者提供健康舒适的视觉体验。



以创新技术超越用户需求，以领先产品助力新赛道突破

电竞显示器采用TCL领先的QD Mini LED技术，2,304个万象分区使对比度更高细节更丰富、XDR 2,200nits高亮带来最真实的光影，再加上绚彩量子点技术，为3A游戏用户带来最优画质体验，双模切换技术使快速切换为专业电竞模式，让用户畅享320HZ高刷新快响体验，操控更精准、更丝滑。

Soundbar通过优化高穿透扬声器布局、闭腔声学结构，使声音更清晰通透。通过自研T和弦技术，并与杜比在校声压级、相位同步、动态范围等细项深度联调，实现四维声学提升，为用户提供身临其境的高保真立体声。



深耕类纸护眼显示技术创新，NXPAPER技术取得重大突破

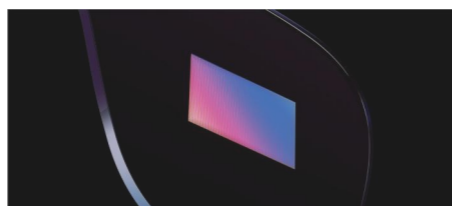
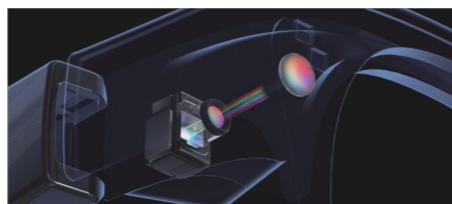
2025年度TCL持续投入NXPAPER技术创新，手机产品线首次实现NXPAPER&AMOLED技术结合，在保持NXPAPER类纸护眼特性的同时，在峰值亮度、广色域、高对比度、高响应速度和高自然光相似度等方面实现全面突破。平板产品线主打构建类纸显示+类纸书写的极致舒适体验，推出纳米光刻AGA盖板和大幅角高亮屏技术方案，在抗眩、低闪点、高清晰度、低反射、大视角可读性上取得全面提升，同时持续优化在类纸书写方面综合性能。未来将继续秉持创新精神，推动健康显示和类纸技术不断进步，为用户带来更优质的产品体验。



勇攀智能眼镜产品高峰，沿途夯实AR+AI技术基座

实现行业最小最无感的极致光学设计，实现97%透过率行业最佳无感显示设计、极致光机结构设计。打造行业唯一的从光学研发到精密制造的闭环能力，全面升级Micro-LED光机二代产线，实现彩色Micro-LED的规模化量产。

布局精准的人机交互技术，首创上市Apple Watch微手势交互技术，积极自研布局语音交互、肌电微手势交互、眼动交互的核心算法；自研行业最前沿全链路AI大模型服务快速推进意图识别模型、长期记忆等基座组件开发，完成全双工、Live AI等应用组件上线。同时通过构建大小核低功耗高性能系统的架构，实现续航达到行业领先。



“全场景+全品类” AI科技定义未来

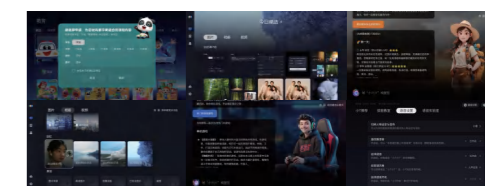
TCL实业以大模型与多模态感知为核心底座，系统构建端云协同的AI能力体系，推出伏羲AI大模型、AI超拟人语音交互、空调AI好空气主动服务、AI节能算法、洗衣机AI Wash智能决策系统及APP AI助手等创新应用，全面重构人机交互与设备自主决策能力。依托统一的AI平台架构与数据闭环机制，TCL实业打造覆盖智慧健康场景的生态级解决方案，为全球1.5亿+终端设备提供智能接入、精细化运营与内容服务，实现设备能力持续进化，推动设备从“互联互通”向“智能协同、自主优化”升级，加速AI全面融入用户日常生活场景。



聚焦用户价值，持续构建和增强核心场景体验

系统底座全面升级，打造全球一致的高端体验

围绕“快、稳、省、安”四大目标，面向国内外不同生态与平台形态，构建可复用、可演进的统一底层能力，覆盖国内AOSP、海外GTV/Fire TV等多操作系统基座。通过底层组件化架构重构，以及对内存、文件系统等关键模块的深度调优，实现系统性能与稳定性的跨越式提升，支撑设备在全生命周期持续流畅运行，为全球市场的高端一致体验与规模化交付奠定基础。



全场景体验创新，重塑家庭大屏体验新高度

国内推动小T助手与自研伏羲大模型能力融合，构建“18+N”智能体系，积极推进全球化“大屏+AI”生态共创，海外与Google等科技巨头合作，发布全球首款Gemini TV占领用户对AI TV的科技心智。围绕观影、游戏、音乐与智慧生活四大核心场景，打造极致沉浸、互动娱乐、智能互联的全场景体验。AI媒体中心以专业级片源细节呈现为核心，融合全景刮削海报墙、NAS协议全家桶、130Mbps高码率传输和智能音画调校等能力，为用户带来更接近碟机级的影院享受；AI游戏中心聚合4K 150Hz高刷显示、超低延迟模式和GameBar妙控与云游戏能力，打造专业游戏搭子，更懂你的“物理外挂”；音乐氛围场景以AI声场自适应、AI音效调优为基础，叠加TCL与B&O深度定制的专业声学能力，还原更加纯净、自然、富有质感的声音表达，让用户在家中也能沉浸享受如临现场般的高品质音乐体验；智慧生活场景则与IoT设备深度联动，用户可通过小T一键掌控家庭环境，持续提升用户粘性和开机活跃度。与此同时，TCL不断扩展外部生态，加速推动大屏由显示载体向家庭核心入口跃迁。

以AI技术定义新一代，铸就TCL小蓝翼空调的高端之路

TCL空调以用户为中心，以AI技术定义新一代空调，以“小蓝翼智慧健康科技引擎”为核心，构建“感知-认知-决策-服务”的全链路AI能力，实现空调从感知环境到理解需求、从“被动调节”到“主动服务”的价值跨越，以此为战略实现五年再造一个新TCL空调。



在产品上，TCL空调推出TCL小蓝翼新一代AI健康全系列产品，涵盖AI睡眠空调、AI舒适空调、AI新风空调，以及高端家用中央空调小蓝翼空气生活家，并布局产业端的数字能源热管理与储能解决方案等，实现从单一产品向生态化、系统化解决方案的全面升级。



AI睡眠：重构睡眠的行业标杆

TCL自主研发的深睡黑科技—安寝之眼睡眠科技，搭载毫米波雷达感知人体微动量，结合AI算法来判断睡眠质量，主动预判睡眠需求，生成专属睡眠温度曲线，同时联动静音、新风、柔风和灯光调节，打造“零存在感”睡眠环境，保障每一位用户的好睡眠。用户无需手动操作、无需语音指令，空调便能主动送风、调温、换新风，整夜守护深度睡眠，用AI健康空气解决亿万家庭睡眠难题。



AI舒适：构建个性化送风策略模型

AI舒适技术带来柔风无感体验，全方位提升用户使用舒适度。御风之眼舒适科技，它可以判断及追踪人体位置、数量、轨迹、活动量，活动区域位置，构建个性化送风策略模型，实现风随人动，风避人吹，人近风柔、人远风强，人走节能。这不是简单的调风速，而是空调主动感知家庭成员的需求，让每个人都能找到自己的舒适区。



AI新风，澎湃新风改善空气质量

AI新风技术通过增氧加湿，有效改善室内空气质量，解决口干、异味、头昏脑涨等问题，助力用户快速入睡、安稳睡眠、晨起精神饱满。

以原创·分子磁鲜为核心，打造冷藏冷冻双重保鲜价值体系



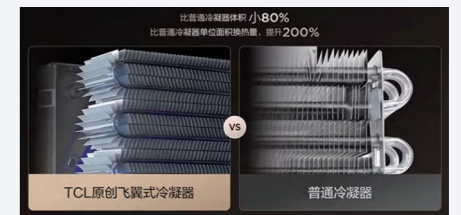
围绕“冷藏+冷冻”全场景保鲜需求，在行业单一的冷藏保鲜技术中突围，打造双重保鲜价值体系。原创“双磁保鲜技术以阵列式双重耦合磁控技术为核心，并运用稀土磁特性，实现总磁能提升70%，磁场强度较行业提升3倍以上，提升磁鲜技术的性能和效率。

在三大国际领先技术加持下，冷藏区通过磁场对食材分子运动状态进行调控，抑菌减缓氧化、锁水保鲜，实现果蔬15天新鲜水润，肉类7天Q弹。同时，磁场技术首次系统化应用于冷冻区，协同-40°C低温环境抑制冰晶生长与重结晶，减少冻藏造成的细胞结构破坏与汁液流失，提升冷冻食材解冻后口感与营养保持率，实现冷冻肉品100天锁鲜。通过将冷藏保鲜优势向冷冻场景的跨域迁移，构建从短期存储到长期冻藏的一体化磁鲜能力，切实满足产品高端化与用户健康储鲜体验。

TCL飞翼式冷凝器技术，刷新散热效率新标杆，再获国际领先认证

该技术采用仿生学翼型结构设计，使热交换效率实现跨越式提升。相比传统旋翅式冷凝器，单位面积换热量提升219.2%，流动阻力降低88.4%，冷凝速度进一步加快，有效降低系统运行压力，保持压缩机高效率稳态运行，使制冷性能更强劲、更持久。

飞翼式结构同时实现更加均匀的空气流通分布，显著降低热积聚现象，进一步降低整机能耗，并延长核心部件使用寿命。在极端环境下依然能够维持高效散热，确保冰箱运行更加节能、安静且稳定可靠。目前，该技术已通过国际领先技术认证，推动冰箱行业加速迈向新一轮技术迭代升级。



自研AI框架，打造节能静音双重价值升级

依托AI动态最优频率寻优技术，全面覆盖冰箱各类使用场景，精准平衡保鲜效果与节能需求。年均节约电费11.66%，高温工况下最高节能超40%。系统自动匹配最优降温曲线，快速制冷、锁鲜到位。噪音控制方面，系统可基于用户近7日使用习惯自主学习，智能匹配专属降噪时段，自适应调节压缩机与风机转速，实际体感降噪可达3.5dB，实现理想静音效果。



超级筒 + 超级净 + AI 智控，重构高端洗护新标准



TCL以超级筒重新定义洗涤空间，打造行业最大筒径，赋予衣物更广阔舒展空间，摔打更充分，回归洗衣机第一性原理，让衣物洗净更彻底。依托超级净技术，围绕全域免污2.0、1.33超高洗净比、生活污水高效洗涤三大方向，叠加5大免污技术、烘干风道毛绒清洁、组合变轨洗涤、仿生吸热模型、微气泡精华洗、循环喷淋等硬核科技，实现健康的净、极致的净、节能的净、快速的净，持续巩固TCL洗衣机在用户心中的专业洁净心智。

智能化层面，搭载自研一键AI Wash&Dry，洗衣机可智能感知衣物需求，自动匹配材质、洗涤剂投放量、水温、水量等全流程洗涤参数，一键开启省心洁净之旅。高性能聚焦外销节能技术与噪音A级标准，目前已完成新欧标A-50%节能预研，实现噪音A级全平台切换，以硬核技术实力完善全球竞争力，为用户带来更高效、更安静、更环保的洗护体验。

AI赋能研发效率：知识沉淀—智能调用—持续优化闭环

在AI领域，TCL实业持续升级图灵平台和知识库能力，围绕企业内部研发与业务协同需求提供统一能力接入与应用支撑，推动研发知识管理从“文档检索”走向“场景化智能协同”。当前在研发场景形成可规模化的知识基座：覆盖11类核心研发数据类型，实现跨来源知识的统一检索与智能问答，支撑工程师查找效率由小时级提升至秒级。

同时面向个人开发者与产业场景提供多层次AI资源接入与使用能力，满足不同角色与业务单元需求，并持续探索多智能体协作以优化 workflow。通过构建面向复杂任务的Agent工具链，提升复杂研发问题的分析深度与决策质量，围绕研发全流程形成“知识沉淀—智能调用—持续优化”的闭环，持续提升研发效率与知识资产复用价值。



环保科技打造可持续发展新范式

HEMS家庭能源管理系统——从“发电”到“智能能源管理”的全链路升级

TCL光伏科技的HEMS（家庭能源管理系统）面向家庭能源“发电+用电”经济性挑战，光+储+泵+充+家庭负载多设备管理繁琐，创新性地将光伏组件、逆变器、并网箱、家电负载与TCL Home APP深度融合，实现全场景协议互通，构建智能协同的能源管理策略，将可持续生活融入日常。

同时已完成生态布局，实现HEMS系统与运维系统、智能电网的互联互通；依托自研HEMS智能网关与端云协同技术架构，可打造「光储泵充+IoT智能家电」全场景能源管理体系。该系统方案的核心创新在于“人工智能驱动的能效优化”。它能够综合分析动态电价费率、天气预报与用户习惯学习等，自动调整能源生产、存储与消耗模式，显著提升光伏自发自用率，同时创新性实现“储能+储热”热电双储和

能量时移，让客户最大限度的使用“免费”的绿电和“最低价”的市电，通过协同家庭大负载“热泵”、“充电桩”等高能耗设备，通过“AI预约出行”、“AI预约热水”等智能化能力，真正从客户视角，打透发电和用电的经济性策略，将可持续生活无缝融入日常，实现从“用电”到“智慧用能”的体验升级。

当前SunPower品牌HEMS家庭能源管理系统已成功在欧洲多国实现商业化落地，相关HEMS解决方案也先后亮相CES、国际太阳能展（InterSolar）、柏林国际电子消费品展（IFA）等顶级国际行业展会，引发行业广泛关注。

TCL深蓝——从零起步全面布局户用和工商储

从零搭建研发与制造平台，产品快速交付

成立3个月即推出首款并网光伏逆变器，并于年末交付首款工商储系统BlueArk X5顺利交付。在逆变器效率提升、储能系统集成、EMS能量管理等方面取得技术突破，已完成并网光伏逆变器、户用储能系统、小型工商储系统等核心产品研发，实现全产品线覆盖，部分产品已实现量产和并网测试，创造“闪电速度”。



全面认证布局，保障全球市场准入

深蓝公司积极推进产品认证工作，已完成多项国际认证，为产品进入国际市场奠定了基础，使深蓝能够顺利进入欧洲、东南亚、澳洲等核心市场，抓住当地的市场需求增长机遇。同时通过了多项实验室资质认证，提升产品质量可信度。

04 风险要素

宏观市场风险



需求波动

公司智能终端产品及服务的市场需求受全球经济复苏乏力、各国贸易政策调整等影响；若海外高关税壁垒持续加码、且国内家电换新前置需求释放完毕后消费节奏回归理性，国内外家电消费市场出现结构性放缓，将对公司产品境内外销售规模造成影响，业绩相应承压。公司坚持“全球化+科技化”战略，聚焦中高端智能终端品类突破，强化AI、绿色低碳等核心技术赋能产品竞争力，深挖新兴市场消费潜力，同时依托全球化产能布局适配不同区域市场需求，持续提升市场渗透能力。



生产要素价格波动

公司生产销售的各类终端设备及核心零部件，其原材料除铜、铝、钢材等大宗商品外，存储芯片、显示面板等电子元器件采购成本受行业供需变化影响大幅攀升，轻稀土等材料价格也呈显著上涨态势，叠加能源、物流等成本波动，生产成本承压明显。家电行业利润率偏低，若产品价格传导与成本管控措施无法完全对冲生产要素价格的综合上涨压力，公司经营业绩或受到一定影响。为规避成本波动风险，公司持续优化大宗原材料期货套保策略，同时与核心供应商建立长期价格联动机制，通过规模化采购与供应链协同降低采购成本。



供应链风险

2025年全球供应链区域化重构趋势进一步深化，海外贸易壁垒持续推高供应链运营成本，叠加中东战局、红海航运危机等地缘冲突持续发酵，核心航线物流成本飙升、航运周期大幅拉长，港口运营受限还导致货物积压与订单违约风险上升，全球产业链供应链韧性面临严峻考验。为应对复杂的供应链环境，公司持续深化全球化、多元化供应战略，加快海外生产基地配套供应链建设，深化与“战略+核心”供应商的端到端合作，构建更具弹性的全球集成供应链体系，保障原材料稳定供应与产品高效交付，支撑全球业务稳健发展。

政策合规风险

随着公司业务在国内及海外不断拓展，持续波动的国际贸易政策、日益严格的各国监管环境以及复杂多变的国际政治形势等多重因素，使得公司在全球化经营中面临更加严峻的贸易合规及政治风险（包括地缘政治风险）。主要表现为贸易政策风险、出口管制和制裁合规风险、隐私保护与数据安全风险、反商业贿赂风险、反垄断风险、环境法规合规风险，以及由于政治不确定性带来的风险。同时，部分核心国家和地区实施反倾销措施，很大程度上引发了保护主义与贸易摩擦，进一步提高了公司的经营成本。

面对全球日益严格且多样的合规监管要求，公司严格遵守各项适用法律，深化全面合规管理体系建设。在合规管理委员会指导下，公司建立以业务合规官为核心的三道防线，完善分层分级场景化的合规制度，深入业务流程的数字化合规风险治理，加强检查监督和文化培育，并通过ISO27701、ISO37001等合规认证提升合规管理有效性。针对各重点业务国家/地区的监管特点，公司持续加强本地化合规能力建设。

知识产权风险

随着全球各司法辖区知识产权保护意识持续提升，各国立法日趋完善、司法执法力度不断收紧，知识产权已成为跨国科技企业竞争的核心壁垒。对于TCL而言，全球化布局持续深化、业务覆盖欧美、拉美、亚太等主流市场，海外版图扩张的同时，知识产权风险同步大幅攀升，跨境专利纠纷、标准必要专利许可争议频发，叠加各区域司法规则差异，进一步加剧了全球风险管控的复杂性与难度。

美国市场的知识产权风险尤为突出，特别是德州地区法院依托陪审团裁判，经常做出巨额赔付判决，故意侵权亦追加惩罚性赔偿，致使企业经济损失巨大。除地区法院外，美国国际贸易委员会337调查可直接签发产品排除令，全面阻断北美市场准入，对以硬件出口为主的TCL形成双重高压威胁。

相较于美国的高额经济赔偿，巴西、欧洲及印度法院在知识

产纠纷中，更倾向于以禁令的手段解决侵权纠纷。巴西法院可不经终审直接下达临时禁令，禁止涉案产品产销进口，违规并处高额日罚；欧洲法院及统一专利法院对禁令申请审核宽松，标准必要专利纠纷中权利人极易获批禁令；印度法院近年也强化执法，偏向以禁令约束侵权方。这类禁令直接切断产品当地流通渠道，威慑力远胜赔偿，也大幅提升了双方达成专利许可的可能性。

对于现有合规体系尚不能完全覆盖或难以有效预防和控制的的风险，尤其是由政治因素所带来的突发性的政策法规变动，公司一方面积极与第三方合作，借助外力建立政策变动监控机制，密切关注相关法律法规、政策的变化；另一方面建立突发合规风险响应机制，降低政策监管风险对公司业务带来的负面影响。

面对全球知识产权风险，TCL需搭建针对性防控机制：一是强化自主专利储备，加大核心技术研发，布局高价值与防御性专利，筑牢自身壁垒、提升谈判话语权；二是做好专项风险计提，财务端提前预留备用资金，缓冲潜在巨额赔偿风险；三是深耕当地资源，对接各辖区专业律所与行业机构，洞悉当地司法规则，建立前置风险排查与预警机制，从源头规避纠纷，保障全球化业务平稳推进。

金融风险

外汇风险

公司立足“全球化”战略，在中国、欧洲、北美、拉美、东南亚及中东非等地开展原材料采购、生产制造、对外销售、投融资等多种经济活动，国际业务在公司经营中占有重要地位，2025年外销收入占比超60%。2025年全球局势动荡，地缘政治冲突频发，汇率剧烈波动，未来随着公司海外业务的不断拓展，以外币计价的资产负债及外币交易或仍将承担显著的汇率波动风险。面对风云变幻的外汇市场，公司坚持“风险中性”的原则，制定与业务经营模式相匹配的对冲策略，并使用自然对冲为主、衍生品（外汇远期、外汇掉期等）为辅的多元手段对冲汇率波动对公司损益的影响，降低汇率波动带来的不确定性。同时，公司积极开展外汇资金业务，进一步提升了外汇风险管理能力和资金运作效率，实现了外汇资产的保值，为公司在全球市场中的稳定运营提供了有力保障。

流动性风险

公司始终重视流动性管理，通过不断优化现金储备和资本结构，保障业务的稳健运营。截至报告期末，公司流动比率为1.1，速动比率为0.7，资产负债率为80.8%，同比下降1.9个百分点；有息负债率为17.7%，同比下降1.4个百分点；公司有息负债余额为264.0亿元，其中1年以内到期120.6亿元，1-2年到期38.5亿元，2-5年到期68.3亿元，5年以上到期36.7亿元。为更有效地管理流动性风险，总部财务部门基于各子公司提供的现金流量预测，在集团层面动态监控短期和长期的资金需求，以确保公司始终拥有足够的现金和高流动性资产，全面支持业务发展需求。同时，公司提前进行资金筹划，与银行等金融机构保持良好的合作关系，如出现现金流量短期波动的情况，公司将通过短期借款等方式及时筹措经营所需资金。



06

财务报告

财务报告

TCL实业控股股份有限公司 合并财务报告（注）

（2025年1月1日至2025年12月31日止）

财务报告目录

财务报告目录	页次
合并资产负债表	54-55
合并利润表	56
合并现金流量表	57-58

注：披露财务数据基于中国会计准则编制，经审计

合并资产负债表

单位：人民币千元

资产	期末余额	期初余额
流动资产：		
货币资金	20,053,240	15,843,733
交易性金融资产	9,788,499	8,529,942
衍生金融资产	243,651	530,242
应收票据	2,727,199	5,066,895
应收账款	32,521,604	29,499,832
预付款项	1,470,412	1,603,176
其他应收款	4,936,931	4,701,285
应收款项融资	697,242	583,921
存货	28,185,178	23,827,575
合同资产	73,759	25,194
持有待售资产	-	-
一年内到期的非流动资产	611,001	703,917
其他流动资产	9,280,296	9,865,052
流动资产合计	110,589,012	100,780,764
非流动资产：		
发放贷款及垫款	150,265	407,071
债权投资	272,621	913,306
长期应收款	1,740,170	1,082,918
长期股权投资	4,557,220	4,224,646
其他权益工具投资	997,664	1,586,546
其他非流动金融资产	992,358	1,706,302
投资性房地产	5,135,557	6,255,865
固定资产	12,240,419	10,238,663
在建工程	1,009,577	1,265,155
使用权资产	1,225,226	1,313,056
无形资产	3,084,318	2,225,641
开发支出	282,915	278,922
商誉	3,293,929	3,032,251
长期待摊费用	984,013	847,602
递延所得税资产	1,274,142	990,726
其他非流动资产	1,025,403	1,250,097
非流动资产合计	38,265,797	37,618,766
资产总计	148,854,809	138,399,530

法定代表人： 杜娟

CEO： 杜娟

CFO： 彭攀

合并资产负债表（续）

单位：人民币千元

负债及股东权益	期末余额	期初余额
流动负债：		
短期借款	10,817,996	8,917,998
交易性金融负债	-	10,000
衍生金融负债	214,647	575,059
应付票据	9,488,155	10,059,771
应付账款	48,909,293	41,230,810
预收款项	357,813	381,588
合同负债	3,001,367	3,819,708
卖出回购金融资产款	192,786	489,774
应付职工薪酬	5,280,565	4,796,226
应交税费	1,763,649	1,495,938
其他应付款	18,140,983	20,835,572
一年内到期的非流动负债	2,403,006	1,997,306
其他流动负债	3,348,681	2,094,729
流动负债合计	103,918,941	96,704,480
非流动负债：		
长期借款	13,231,741	15,324,004
应付债券	150,000	
预计负债	884,012	269,076
租赁负债	998,920	1,062,823
长期应付款	28,903	175,126
长期应付职工薪酬	134,483	116,066
递延收益	232,761	178,048
递延所得税负债	495,125	491,843
其他非流动负债	260,950	184,200
非流动负债合计	16,416,895	17,801,186
负债合计	120,335,836	114,505,664
所有者权益（或股东权益）：		
股本	3,225,000	3,225,000
资本公积	275,068	590,547
专项储备	25	25
其他综合收益	-1,733,880	-1,704,944
盈余公积	378,799	258,384
一般风险准备	54,339	54,339
未分配利润	8,013,158	5,383,364
归属于母公司所有者权益合计	10,212,509	7,806,714
少数股东权益	18,306,464	16,087,150
所有者权益合计	28,518,973	23,893,864
负债和所有者权益总计	148,854,809	138,399,530

法定代表人： 杜娟CEO： 杜娟CFO： 彭攀

合并利润表

单位：人民币千元

	本期金额	上期金额
一、营业总收入	170,693,915	150,034,637
其中：营业收入	170,693,915	150,034,637
二、营业总成本	162,669,011	143,556,523
其中：营业成本	140,635,176	123,230,181
税金及附加	762,689	759,670
销售费用	10,318,551	9,382,721
管理费用	5,687,617	5,437,395
研发费用	4,659,869	4,372,326
财务费用	605,109	374,230
其中：利息费用	1,414,195	1,493,192
利息收入	765,857	985,609
加：其他收益	666,105	588,631
投资收益	152,283	291,896
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	64,399	155,015
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益	-	-
净敞口套期收益	-26,470	-15,910
公允价值变动收益	187,774	130,902
信用减值损失	-254,517	-669,015
资产减值损失	-360,573	-627,436
资产处置收益	17,638	14,152
三、营业利润	8,407,144	6,191,334
加：营业外收入	125,838	131,900
减：营业外支出	139,068	169,235
四、利润总额	8,393,914	6,153,999
减：所得税费用	1,873,112	1,225,236
五、净利润	6,520,802	4,928,763
（一）按经营持续性分类		
1. 持续经营净利润	6,520,802	4,928,763
2. 终止经营净利润	-	-
（二）按所有权归属分类		
1. 归属于母公司股东的净利润	3,074,932	1,957,688
2. 少数股东损益	3,445,870	2,971,075

法定代表人： 杜娟CEO： 杜娟CFO： 彭攀

合并现金流量表

单位：人民币千元

	本期金额	上期金额
一、经营活动产生的现金流量：		
销售商品、提供劳务收到的现金	190,631,289	175,430,147
收到的税费返还	5,740,874	4,401,041
收到的其他与经营活动有关的现金	5,119,948	4,333,186
经营活动现金流入小计	201,492,111	184,164,374
购买商品、接受劳务支付的现金	160,397,258	147,253,341
支付给职工以及为职工支付的现金	16,545,140	14,119,749
支付的各项税费	6,084,289	4,619,978
支付的其他与经营活动有关的现金	9,831,956	9,434,228
经营活动现金流出小计	192,858,643	175,427,296
经营活动产生的现金流量净额	8,633,468	8,737,078
二、投资活动产生的现金流量：		
收回投资收到的现金	68,747,924	28,539,883
取得投资收益收到的现金	713,090	648,262
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	54,900	54,542
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	52,848	120,513
收到其他与投资活动有关的现金	399,453	912,802
投资活动现金流入小计	69,968,215	30,276,002
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,348,670	3,214,756
投资支付的现金	67,217,941	33,268,173
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	268,357	-
支付的其他与投资活动有关的现金	207,652	630,066
投资活动现金流出小计	71,042,620	37,112,995
投资活动产生的现金流量净额	-1,074,405	-6,836,993
三、筹资活动产生的现金流量：		
吸收投资收到的现金	1,854,400	1,032,510
取得借款收到的现金	30,206,161	23,159,999
发行债券收到的现金	177,000	-
收到其他与筹资活动有关的现金	231,141	412,022
筹资活动现金流入小计	32,468,702	24,604,531
偿还债务支付的现金	27,900,433	22,776,566
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	2,914,422	2,854,205
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	1,717,897	1,305,781
支付其他与筹资活动有关的现金	4,581,499	1,924,637
筹资活动现金流出小计	35,396,354	27,555,408
筹资活动产生的现金流量净额	-2,927,652	-2,950,877

法定代表人： 杜娟CEO： 杜娟CFO： 彭攀

合并现金流量表（续）

单位：人民币千元

	本期金额	上期金额
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-16,904	95,495
五、现金及现金等价物净增加额	4,614,507	-955,297
加：年初现金及现金等价物余额	13,627,427	14,582,724
六、期末现金及现金等价物余额	18,241,934	13,627,427

法定代表人： 杜娟CEO： 杜娟CFO： 彭攀

释义

释义项	指	释义内容
TCL实业、公司	指	TCL实业控股股份有限公司
TCL电子	指	TCL电子控股有限公司，为本公司在香港联交所上市的控股子公司，股票代码：01070.HK
TCL智家	指	广东TCL智慧家电股份有限公司，曾用名广东奥马电器股份有限公司，为本公司在深圳证券交易所上市的控股子公司，股票代码：002668.SZ
TCL空调	指	TCL空调器(中山)有限公司
通力股份	指	通力科技股份有限公司
TCL环保科技	指	TCL环保科技股份有限公司
TCL金服	指	TCL金服控股（广州）集团有限公司
TCL产业园	指	TCL 科技产业园有限公司
格创东智	指	格创东智科技有限公司
合肥家电	指	TCL 家用电器（合肥）有限公司
奥马冰箱	指	广东奥马冰箱有限公司
简单汇	指	简单汇信息科技（珠海）有限公司

汇率

人民币/港币	2025年1-12月	2024年1-12月
平均汇率	0.9152	0.9122
人民币/港币	2025年12月31日	2024年12月31日
期末汇率	0.9029	0.9258

TCL

注册地址：惠州市仲恺高新区惠风三路17号TCL 科技大厦22楼

联系地址：深圳市南山区中山园路1001号 TCL国际E城D4栋 TCL电子大厦10楼

电话：4008-123456

信箱：4008123456@tcl.com

www.tcl.com

