

**TCL**

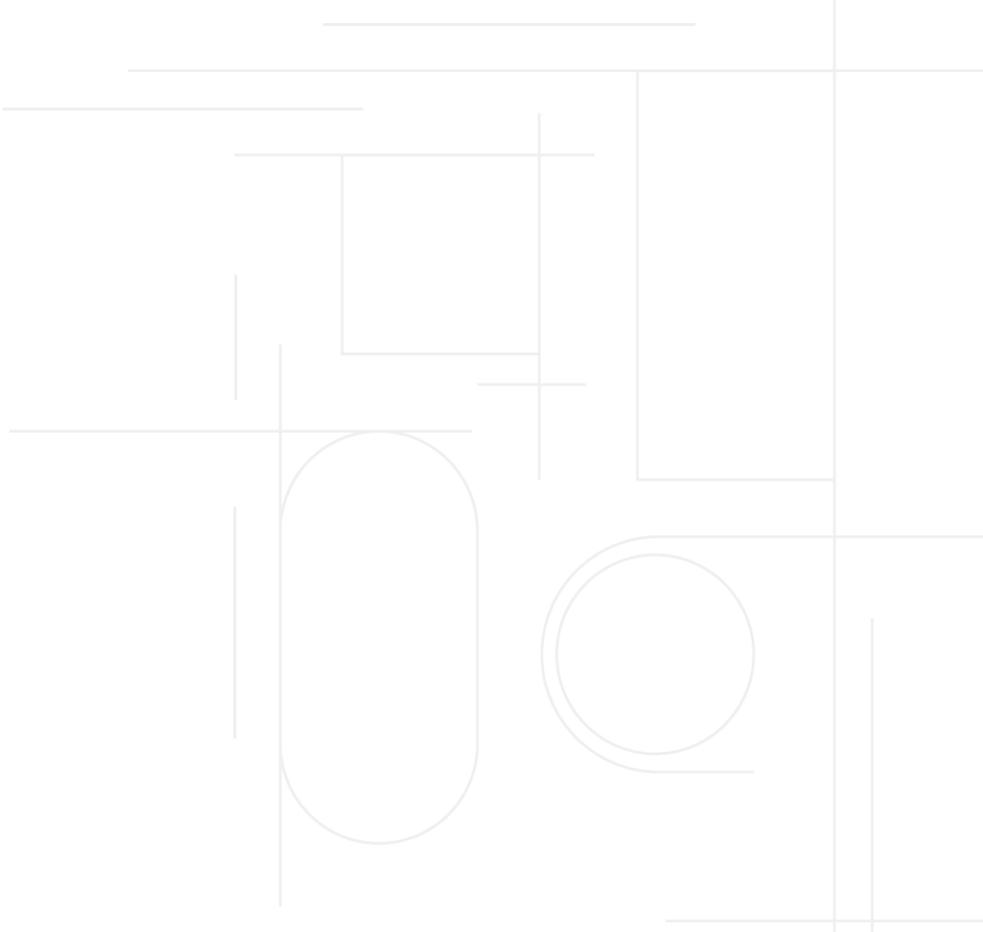
2022

**TCL**实业控股股份有限公司  
年度报告



# 目录

# CONTENTS



01	关于 TCL 实业
05	2022 年关键业务进展
11	财务概要
15	管理层讨论与分析
39	财务报告
45	释义与汇率

# 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，目前有员工 6 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、FALCON、ALCATEL、HOMA、TONLY 等。

TCL 实业以科技化推动行业发展，针对智慧家庭、移动服务和智慧商显等多种应用场景，为全球用户提供全场景智慧健康生活，致力于成为全球领先的智能科技产业集团。

### 智能终端业务群

#### 显示业务

大尺寸

中小尺寸

智慧商显

智能连接

智能家居

全品类营销

光伏

#### 互联网业务

TCL 电子

#### 创新业务

#### 智能家电

空调

洗衣机及冰箱

TCL 家电  
奥马电器

### 其他业务

通力股份

TCL 环保科技

TCL 产业园

格创东智

TCL 金服

# TCL

# INSPIRE GREATNESS



# 2022 年 关键业务 进展

# 2022 年关键业务进展

## 显示无处不在

### 积极推进“中高端 + 大屏”战略，产品结构升级成果显著

凭借“TCL + 雷鸟”双品牌战略持续推进，2022 年 TCL 智屏全球出货量达 2,378 万台，同比逆势增长 0.8%，出货量市占率跃升至全球第二<sup>1</sup>，其中，中高端产品 TCL Mini LED 智屏维持快速增长，全球出货量同比增长 26.8%，并且在中国市场零售量以绝对优势蝉联市占率第一<sup>2</sup>。

### 夯实先发优势，高端显示技术推动行业发展

作为全球首家推出并实现 Mini LED 智屏量产的企业，TCL 实业持续投入高端显示技术研发，并致力于推动行业健康发展。截至 2022 年底，TCL 实业在 Mini LED 行业技术上协助修订国家标准 6 份，行业标准 17 份，推荐标准 10 份，超高清联盟标准 4 份，已成为 Mini LED 领域的行业标准奠基者。同时，TCL Mini LED 旗舰新品 X11、C835 等多次斩获 EISA、CES、中国视像协会、知电实验室等机构颁发的多项海内外重磅奖项，实力备受行业认可。

### 以智慧显示为核心，通过可视化打造全场景智慧解决方案

TCL 实业深耕显示领域，通过不断提升显示技术智慧化水平，目前已实现智能家居、智慧生活、智能安防、智能教育、智能会议室、智能能耗管理等细分场景应用，努力通过高端显示全方位为消费者带来更便捷高效的生活和工作体验。2022 年，TCL 实业先后推出多款行业创新产品，消费级智能 XR 眼镜雷鸟 Air 1S 搭载 BirdBath + Sony Micro OLED 显示屏，打造出 4 米等效 130 吋高清巨幕显示效果；TCL NXTPAPER 12 Pro 护眼智能平板，采用自研的“未来纸”护眼显示技术，荣获 Global Top Brands 评选“2022-2023 年度护眼创新奖”。

**2,378** 万台  
TCL 智屏全球出货量

**No.2**  
TCL 智屏出货量全球排名第二

**No.1**  
TCL Mini LED 智屏出货量全球第二，零售量中国市场第一

## 2022 年 TCL Mini LED 旗舰智屏及部分相关奖项

**Q10G Mini LED 电视**  
万象星河 宇宙之花

**EISA AWARD 40** Best Product 2022-2023  
BEST BUY LCD TV  
TCL S5C735

**EISA AWARD 40** Best Product 2022-2023  
BEST BUY SOUNDBAR  
TCL C935U

**TCL**

**TCL Mini LED 4K TV C935 Series**

**TCL Mini LED 4K TV C835 Series**

**TCL 5.1.2ch Soundbar C935U**  
red dot winner 2022

**TCL 3.1ch Soundbar P733W**  
red dot winner 2022

**INSPIRE GREATNESS**

**2022-2023 年度 Mini LED 显示技术创新奖**

**2022-2023 年度护眼科技创新奖**

<sup>1</sup> 数据来源: Omdia, 2022 全年出货量数据。

<sup>2</sup> 数据来源: 中怡康全渠道, 2022 年全年零售量数据。

## 万物皆可互联

### 以创新推动发展，布局全品类智能物联生态

TCL 实业全面深化全品类智能物联布局，在各领域细分赛道分别推出了新风空调、双子舱滚筒洗衣机、格物分子保鲜冰箱、AR/XR 智能眼镜、交互式会议 / 教育平板、大屏猫眼智能门锁等众多智能新品，2022 年还进入了分布式光伏赛道，积极打造创新业务新增长曲线。多个品类产品在国内市场乃至全球市场均领跑行业，TCL 移动路由器出货量全球排名前三<sup>3</sup>，智能安卓平板出货量位居全球第五<sup>4</sup>，雷鸟智能眼镜国内线上销量市场份额 28.4%，稳居第一<sup>5</sup>，技术能力及应用生态影响力正在不断提升。

### 深耕家庭互联网业务，不断提升用户体验

家庭互联网是建立消费者良好使用体验的重要窗口，TCL 实业通过打造新场景、关键产品创新及适度降低商业化，提升内容推荐精准度和系统使用便捷度，加强用户粘性，进一步拉升用户满意度。同时，在海外互联网业务方面，TCL 实业积极与 Roku、Google 等互联网巨头保持紧密合作，通过合作伙伴 OTT 平台，快速积累内容聚合应用 TCL Channel 用户，TCL Channel 目前已覆盖北美、欧洲、中南美洲、亚太地区等 60 个国家，累计用户数已超 1,200 万。

### AI 技术赋能终端智慧交互，积极推动国内外互联互通行业标准与生态能力建设

语言模型是 AI 自然语言处理的基石，TCL 实业自研的复杂语义分析方法（Logical Form）在开放对话中的语义、各类复杂的并列和嵌套语句等维度的表征能力上处于行业领先，有效支撑了语音中控性能的提升，为语音搜索交互提供技术支持；同时，在技术标准制定层面，围绕智能家居全场景技术栈，TCL 实业积极推动从底层通信层面、应用层面、生态层面的行业标准化工作，累计向国内外行业标准组织递交标准提案超 50 篇，推动多项技术落地行业标准，获得“Sparklink 标准组织先进贡献奖”。

## No.1

雷鸟智能眼镜国内线上销量市场份额第一

## 60 个

TCL Channel 覆盖国家

## 超 1,200 万

TCL Channel 累计用户数

## 超 3,000 万台

TCL 智屏全球年产能

## 超 2,500 万台

空冰洗全球年产能

## 渠道遍布全球

### 全球渠道飞速扩展，品牌影响力逐步扩大

多年以来，TCL 实业深耕重点国家渠道，将各类型智能产品销往全球市场，目前已为全球超过 160 个国家和地区的用户提供智慧健康生活，且全球领先优势还在持续扩大。2022 年，TCL 智屏出货量市场份额在全球超过二十个国家排名位居前五且市场份额同比增值<sup>6</sup>，手机出货量则在加拿大和美国分别位居第三和第四<sup>7</sup>，中小尺寸显示产品全面覆盖了 Vodafone、Tmobile 等欧美一线网络运营商；同时，TCL 通过娱乐、体育赛事、展览会等活动，与 EDG、流浪地球、NFL、TCL 中国大剧院等全球知名 IP 进行品牌联动，全球品牌影响力得到进一步提升。

### 全品类渠道融通，全球运营，敏捷交付

TCL 实业在全球多个国家与地区共设立 20 个生产基地，涵盖智屏、手机、空调、冰箱、洗衣机等多个品类，其中，TCL 智屏全球年产能超 3,000 万台，空冰洗产能超 2,500 万台，产业链形成上下游协同，构建了强大的供应链生态圈。

### 品牌联动



<sup>3</sup> 数据来源：TSR，2022 年全年全球出货量数据。

<sup>4</sup> 数据来源：IDC，2022 年全球出货量数据。

<sup>5</sup> 数据来源：艾瑞咨询；出货量改为销售量。

<sup>6</sup> 数据来源：NPD 的美国 / 加拿大 / 墨西哥零售市场调查报告，基于 2022 年 1 月至 12 月和 2021 年 1 月至 12 月 LCD TV 零售量；GfK 全球市场调研报告，基于 2022 年 1 月至 12 月和 2021 年 1 月至 12 月 TV 出货量。

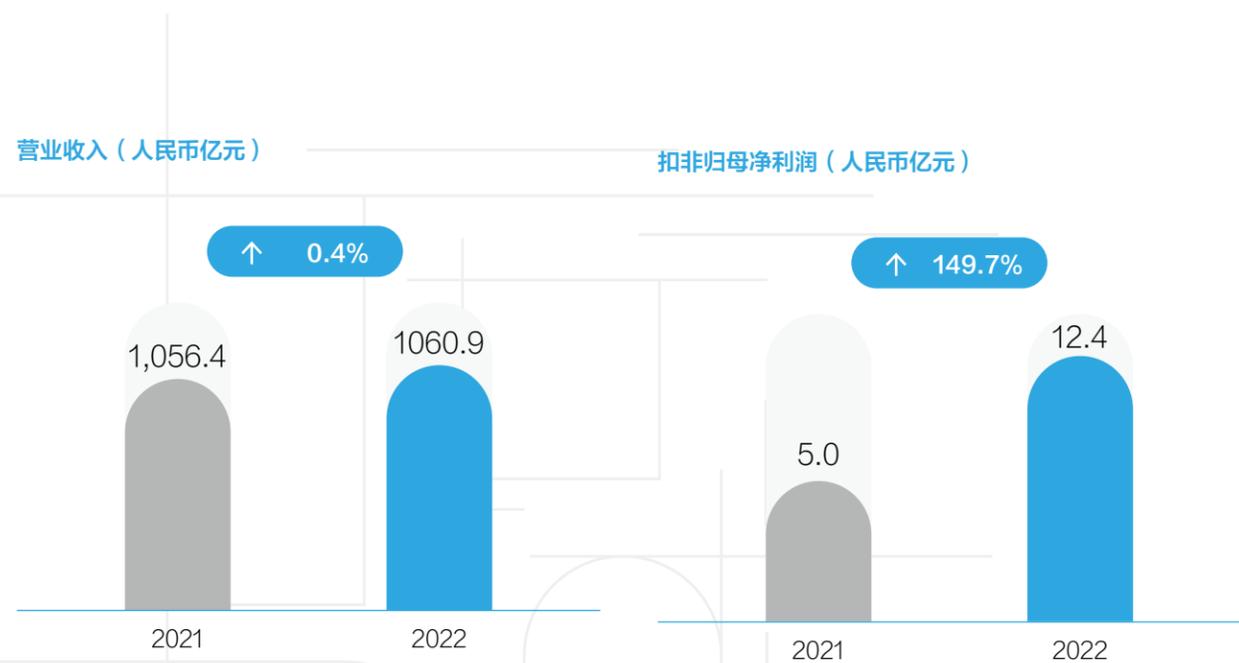
<sup>7</sup> 数据来源：IDC，2022 年全球出货量数据。

# 财务 概要

# 财务概要

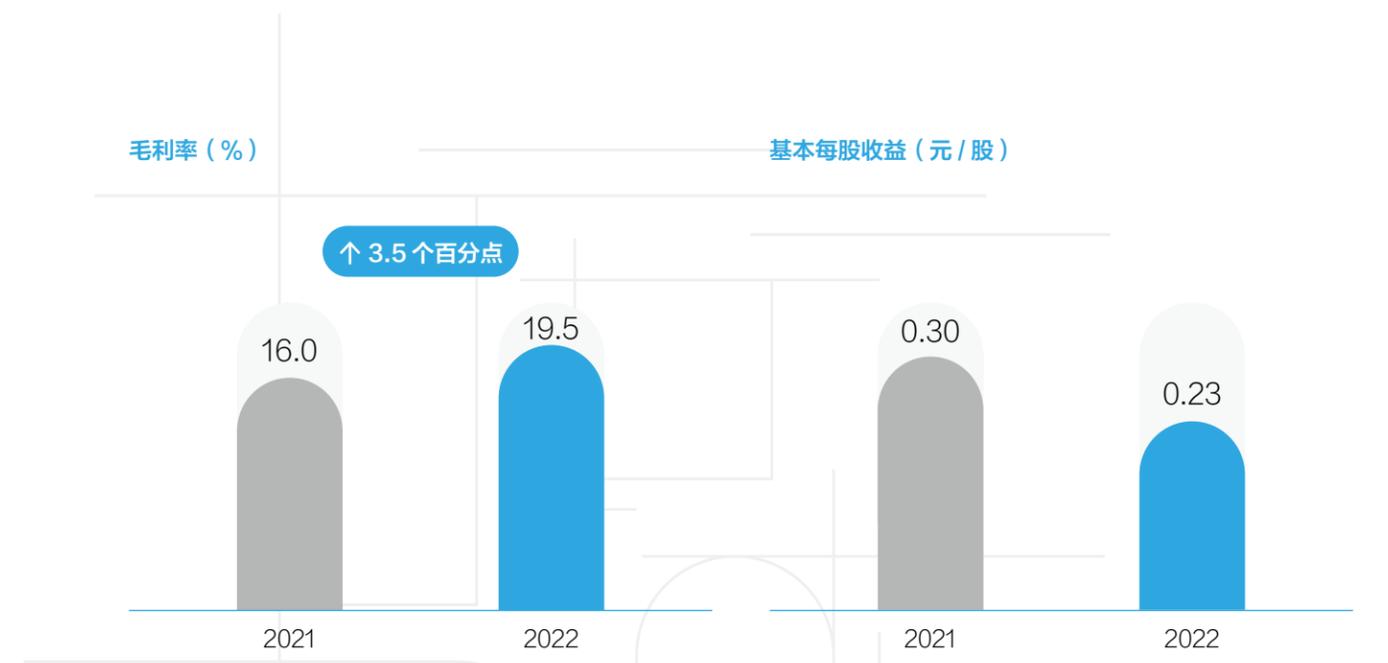
单位：人民币千元

	2022 年	2021 年	增减变动 (%)
营业收入	106,086,484	105,641,242	0.4
净利润	3,061,569	4,214,500	-27.4
扣除非经常性损益后净利润	2,755,319	1,628,314	69.2
归属于母公司股东的净利润	1,480,760	1,951,575	-24.1
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	1,244,735	498,418	149.7
基本每股收益 (元 / 股)	0.2296	0.3026	-24.1
加权平均净资产收益率 (%)	23.1	31.1	-8.0p.p.
经营活动产生的现金流量净额	5,701,072	220,856	2481.4



单位：人民币千元

	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	增减变动 (%)
总资产	103,725,677	96,376,257	7.6
总负债	84,385,227	78,867,075	7.0
资产负债率 (%)	81.4	81.8	-0.4p.p.
所有者权益总额	19,340,450	17,509,182	10.5
归属于母公司所有者权益	6,751,030	6,064,917	11.3
归属于母公司股东的每股净资产 (元 / 股)	1.0467	0.9403	11.3



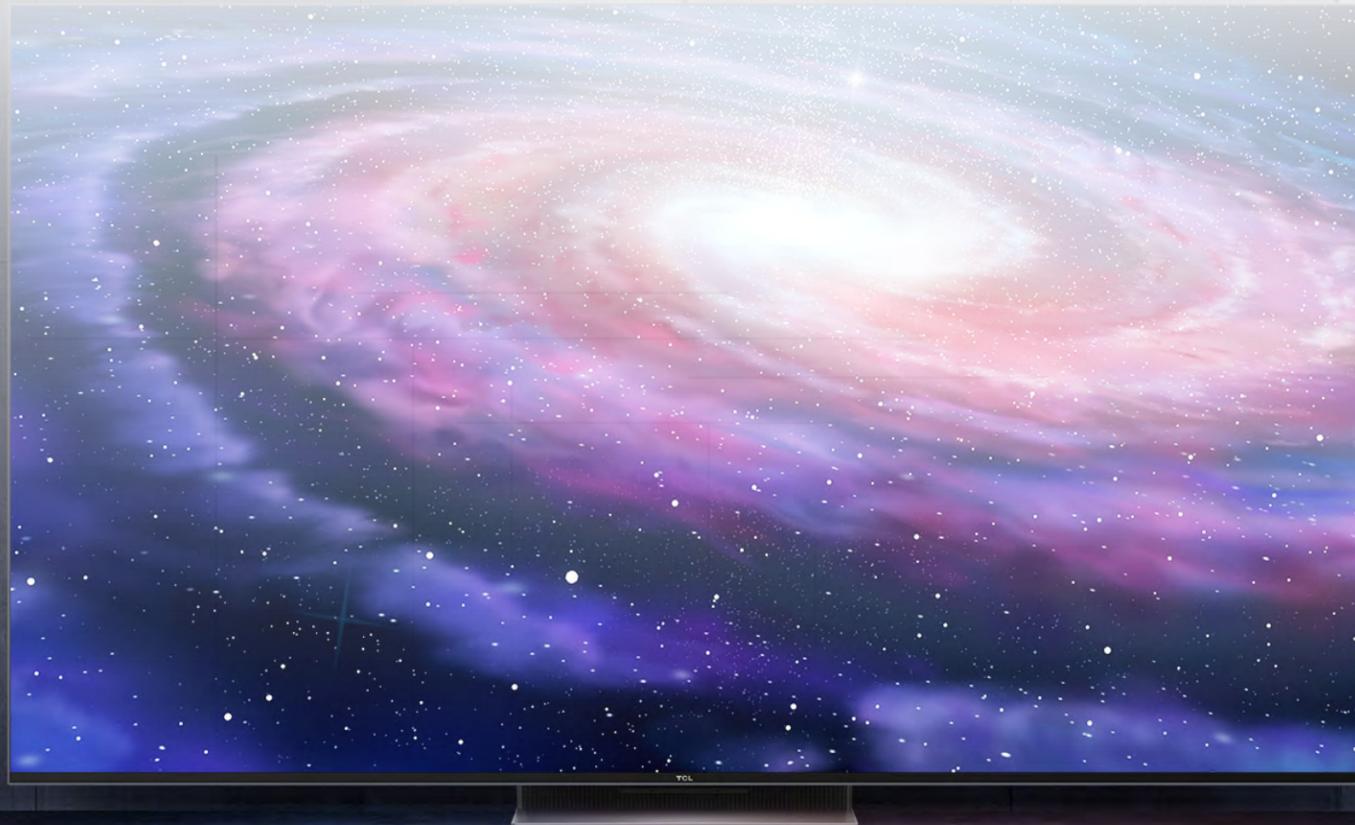
# 管理层讨论 与分析

## 管理层讨论与分析

2022 年在国际局势动荡、全球通胀持续以及汇率明显波动等因素共同影响下，全球经济下行压力进一步加大，消费需求有待进一步提升，给行业发展带来新的挑战；但同时，随着政策刺激、疫情淡出，多项经济数据的超预期上涨预示着经济低谷已过，外加上游供应链、物流成本与库存压力的缓解，2023 年消费将成为全球经济增长的主要引擎，预计将为消费电子行业发展带来新的机遇。

### 愿景与战略

科技的进步、人工智能的发展，使人类生活突破了想象的界限，现代科技将世间万物的联系变得更紧密，未来消费者将更注重产品的个性化、新技术、健康、绿色等消费体验。TCL 实业一直致力于将科技化、智能化充分融入人们工作、生活的全场景中，努力通过技术优势，持续推进“品牌引领价值，相对成本优势，极致效率经营，协作创新驱动”发展战略，围绕“显示、连接、渠道”三大竞争核心，为全球用户带来“全场景、全品类、全连接”的智慧生活体验。TCL 实业将大力拓展以智慧显示为核心的“智能物联生态”全品类布局，聚焦突破中高端及海外市场，开拓创新业务新赛道，致力成为全球领先的智能科技产业集团。



### 显示无处不在

无论是影视娱乐，体育教育，还是资讯获取，生活总离不开视觉盛宴。TCL 实业向消费者提供以智慧显示为核心的全场景健康生活服务，务求以领先的显示技术，更好地推动行业发展。

未来的显示将以“大尺寸、全场景”为依托，TCL 实业将通过 Mini LED、量子点、8K 等高端显示技术满足消费者对画质的要求，同时，我们也将不断探索，围绕影像和显示两大技术模块，完善产品算法和应用，进一步提升产品核心竞争力，积极调整产品结构，突破中高端市场。

同时，我们也将推出如 AR 智能眼镜、智能门锁、智慧平板等更多以显示为入口的智能化产品，发挥 TCL 实业显示技术优势，深耕及完善显示业务品类，打开未来增量空间。

### 渠道遍布全球

互联使世界共通，全球化浪潮使世界共融。TCL 实业把握全球化带来的竞争与机遇，未来将持续深耕海外市场，加强重点国家营销渠道布局，继续扩大各品类产品的全球市场份额与品牌知名度，积极拓展全品类营销业务。

同时依托 TCL 实业独特的全产业链垂直一体化优势，深入推进全球供应链布局，与全球合作伙伴共同打造共荣业务生态。

### 万物皆可互联

无论对于家庭，还是企业，智能都需建立在互联的基础之上。TCL 实业将把握 AI 人工智能、IoT、5G 等前沿技术发展所带来的数字化、智能化契机，持续夯实全场景智慧健康生活战略，除了目前已有的智慧家庭、移动服务和智慧商显三大智能场景，还将拓展智能教育、智能楼宇、智慧酒店、智能能耗管理等智能应用场景，为用户打造“全场景、全品类、全连接”的智慧生活服务，落实“智能物联生态”全品类布局。

TCL 实业将进一步加大对平台新技术的投入，聚焦 IoT 连接、AI 语音、数据和云服务平台建设，打造行业领先的智慧显示场景，提供多模态交互创新的场景解决方案。

另外，TCL 实业也将万物互联从消费领域拓展到工业领域，深度结合物联网、人工智能、大数据、5G 等新一代信息技术，推动工业应用智能平台技术架构持续升级，平台资源管理能力持续提升，不断丰富工业应用生态。

### 缔造绿色未来

绿色环保、碳中和是可持续发展的安全网。TCL 实业将持续关注资源循环利用，建立多元化回收渠道，探索开辟新赛道，围绕智慧环保、双碳等领域打造新的增长点。

未来，TCL 实业将紧抓能源转型机遇，依托品牌和产业链竞争优势，加强分布式光伏赛道布局，快速扩大市场覆盖，并适时将分布式光伏业务推向国际市场，以全球化角度推动绿色能源发展，构建社会绿色低碳环保发展格局。

TCL 实业将围绕“显示、连接、渠道”三大竞争核心，充分发挥全球渠道布局及独特的产业链垂直一体化优势，重视并加大研发创新投入，以技术带动行业发展；支持并积极探索新业务，开拓新赛道，为消费者、企业带来更智能的未来。

## 2022 年业务回顾

2022 年，公司以智能终端业务为核心，以追求有质量的增长为导向，持续聚焦中高端突破战略并取得进一步成效，整体经营质量得到改善。2022 年度，公司实现营业总收入 1,060.86 亿元，同比增长 0.4%；毛利率 19.5%，较上年同期提升 3.5 个百分点；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 12.45 亿元，同比增长 149.7%。

**1060.86** 亿元

公司 2022 年营业总收入

同比增长 0.4%

**12.45** 亿元

扣非归母净利润

同比增长 149.7%

### 主营业务收入分产业列示

单位：人民币千元

	2022 年	2021 年	同比变动 (%)
TCL 电子	61,446,275	62,067,243	-1.0
TCL 空调	20,185,723	17,582,256	14.8
TCL 白电	3,839,105	3,648,303	5.2
奥马电器 <sup>8</sup>	7,842,731	10,122,102	-22.5
TCL 环保科技	2,046,180	1,808,981	13.1
TCL 产业园	923,423	1,817,993	-49.2
格创东智	1,255,038	739,564	69.7
TCL 金服 <sup>9</sup>	882,593	599,537	47.2

### 主营业务收入分区域列示

单位：人民币千元

	2022 年	2021 年	同比变动 (%)
中国市场	38,081,025	34,296,034	11.0
海外市场	66,270,125	69,893,472	-5.2
<b>合计</b>	<b>104,351,150</b>	<b>104,189,506</b>	<b>0.2</b>

### 中国市场

聚焦全品类智能产品布局，坚定推行高端化战略，进一步深化产品结构升级，优化线上线下渠道，带动公司 2022 年全年中国市场主营业务收入逆势增长，同比提升 11.0% 至 380.81 亿元。

**380.81** 亿元

全年内销收入

同比增长 11.0%

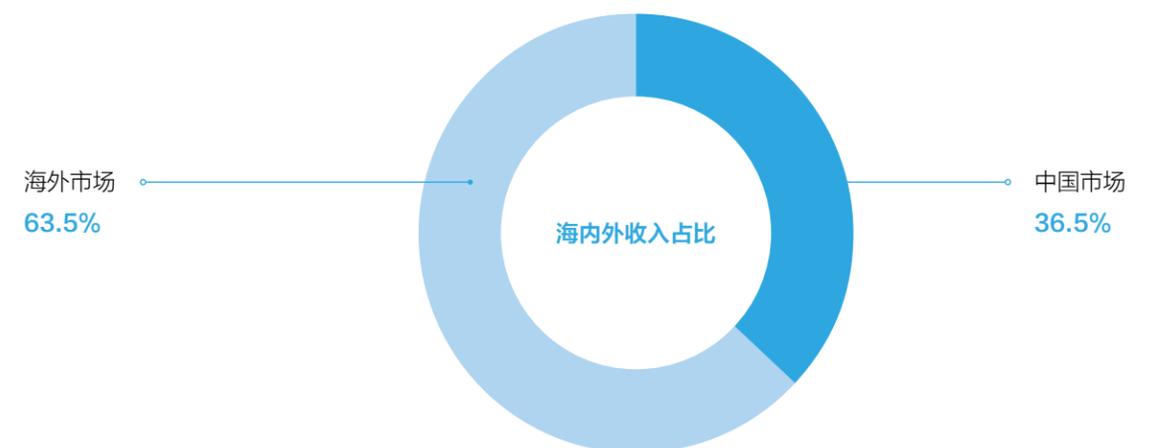
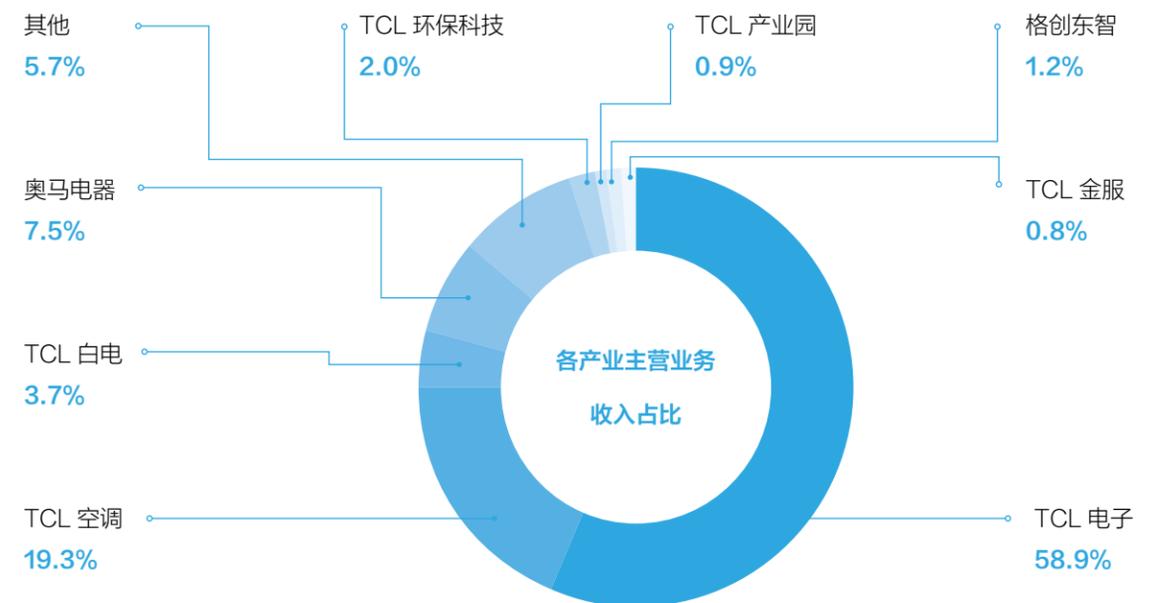
### 海外市场

公司已形成全球相对完善的产业布局和供应链能力，但欧美经济增长放缓、通胀高企，导致海外市场需求承压，海外市场整体实现主营业务收入 662.70 亿元，同比下滑 5.2%。

**662.70** 亿元

全年外销收入

同比下滑 5.2%



<sup>8</sup>自 2021 年 5 月起纳入 TCL 实业合并报表，为更好体现增长率，2021 年收入为 1-12 月数据。

<sup>9</sup>自 2021 年 6 月起纳入 TCL 实业合并报表，为更好体现增长率，2021 年收入为 1-12 月数据。



## TCL 电子

2022 年，TCL 电子充分利用全球品牌力、完善的全球渠道布局及全产业链垂直一体化优势，在推动“高端 + 大屏化”战略落地的同时，不断拓展创新业务边界，聚焦高质量发展，并积极探索新能源、新场景、新兴智能硬件等带来的新机遇。报告期内，TCL 电子实现主营业务收入 614.46 亿元，同比略下滑 1.0%。得益于产品结构改善、渠道结构优化及原材料成本下降，TCL 电子毛利同比增长 10.9% 至 115.29 亿元，整体毛利率同比提升 2 个百分点至 18.8%。

### 中高端突破成效显著，毛利率稳步提升

TCL 电子聚焦中高端，持续推进“TCL+ 雷鸟”双品牌战略，取得了显著成效。报告期内 TCL 智屏全球出货量达 2,378 万台，同比逆势提升 0.8%，出货量市占率持续提升并跃升至全球第二<sup>10</sup>，其中，65 吋及以上 TCL 智屏出货量同比增长 75.7%，出货量占比亦同比上升 8.2 个百分点至 19.3%；同时，TCL Mini LED 智屏迎来飞跃发展，全球出货量显著上涨，同比增长 26.8%。产品结构升级带动毛利率向上突破，大尺寸显示业务毛利率提升 2.1 个百分点至 18.8%，盈利能力持续提升。

在中小尺寸显示方面，2022 年 TCL 电子中小尺寸显示业务总出货量达 1,643 万台，整体收入达 101.64 亿元，其中，北美地区产品升级，销售表现亮眼，收入同比增长达 24.8%。从全球重点市场来看，手机出货量在加拿大排名第三、美国排名第四、澳大利亚排名第五，智能安卓平板出货量在全球排名第五，其中在美国、拉丁美洲和西欧分别排名第二、四、五位。

<sup>10</sup> 数据来源：Omdia，2022 年全年出货量数据。

**614.46** 亿元

TCL 电子 2022 年主营业务收入

**2,378** 万台

TCL 智屏全球出货量

同比增长 0.8%

**No.2**

TCL 智屏出货量市占率持续提升，2022 年跃升至全球第二

**89.9** 亿元

TCL 电子创新业务收入

同比增长 26.9%

**19.8** 亿元

TCL 电子全球互联网业务收入

同比增长 29.1%

### 创新业务加速规模增长，元宇宙 / 光伏赛道发力抢占市场

TCL 电子坚持以创新驱动发展，瞄准新赛道机遇，大力拓展全品类营销、光伏等创新业务，报告期内 TCL 电子创新业务收入达 89.94 亿元，同比增长 26.9%。

在光伏业务方面，TCL 电子抓紧全球能源转型机遇，发挥产业协同优势，与 TCL 中环紧密合作，快速切入分布式光伏赛道。TCL 电子凭借自身中国市场渠道覆盖渗透优势，加速布局 B2B 及 B2C 市场，目前业务已覆盖国内九大重点省市，并获得了“CREC 中国十大分布式光伏系统品牌”荣誉称号。

与此同时，TCL 电子推出多款 XR/AR 智能眼镜，其中，消费级 AR 眼镜雷鸟 X2 采用双目全彩 Micro LED 光波导显示屏，可实现实时翻译、智能导航、信息提示等多项功能，在行业处于领先地位。未来 TCL 电子仍将不断投入光学 / 显示、算法、软件等技术研发，发掘用户心智，进一步提升 AR/XR 产品性能。

### 全球互联网业务盈利能力稳健

TCL 电子积极于全球范围布局家庭互联网业务。报告期内，TCL 电子全球互联网业务收入达 19.79 亿元，同比提升 29.1%。其中，国内互联网业务（主要为雷鸟网络科技集团相关业务）收入达 15.48 亿元，同比大幅增长 25.2%。雷鸟网络科技持续丰富平台内容、提升内容推荐精准度和系统使用便捷度，其中，包含音乐、游戏、教育、少儿、应用商店等在内的垂直类及创新业务发展迅速，收入同比大幅增长 83.9%；同时，雷鸟网络科技积极发展海外业务，通过合作伙伴 OTT 平台快速积累内容聚合应用 TCL Channel 用户，目前已覆盖在北美、欧洲、中南美洲、亚太地区的 60 个国家，用户数超 1,200 万。

## TCL 空调

TCL 空调坚持“积累·聚焦·破局·行稳致远”的经营逻辑，围绕品牌、用户、产品、效率，聚焦以“新风断代产品”为破局点，全面构建品牌战略体系，建设智能制造产业园，开展全球供应链布局，加快产品升级，2022 年实现出货量 1,290 万套，同比增长 10.6%，全球市场份额排名第四位<sup>11</sup>。主营业务收入达到 201.86 亿元，同比增长 14.8%，净利润 4.36 亿元。

### 品牌力持续改善

坚持通过广告投放和新媒体运营等方式促进销售转换，以“新风空调普及者和领军品牌”建立品牌认知，实现品牌知名度提升，同时聚焦新风零售阵地建设，实现门店建设升级超 1,900 家。

### 产品力夯实提升

①构建技术控制点：经中国制冷空调工业协会鉴定，TCL 空调自主研发的“基于空气品质智能控制的大新风量高舒适性新风空调技术研究及应用”和“新型高效变频控制器关键技术研究及其产业化”技术，被鉴定专家一致认定达到国际领先水平；②有竞争力产品布局：家用坚持以“新风空调”为破局点，2022 年上市“小蓝翼 II、小蓝翼 II 青春版、小蓝翼 III”等 4 款主打产品，打造行业最全匹段新风矩阵。商用聚焦“多联机”及“热泵”主航道突破，重点上市“喷焓 45HP 大多联”产品，实现行业最大制冷量，打造领先优势，外销热泵进一步补齐产品系列，实现“三联供、泳池机、热水器”等产品上市。

### 营销力建设提升

内销聚焦优质客户开发，重点开展千万级代理商及县级零售客户开拓，进一步实现全品类融合。海外聚焦突破战略客户及区域 TOP 客户，实现客户数量及质量倍增。

### 运营力持续改善

①武汉智能制造基地建成投产，实现制造效率行业领先。②坚持“端到端大质量管理体系”能力建设，以 NPS 为抓手，围绕“质量策划、质量控制、持续改进”进行管理，实现产品 NPS 同比提升，当年机故障率累计下降。③数字化能力重点聚焦“6+1”项目上线，目前已实现各基地按期平稳上线。

1,290 万套

TCL 空调 2022 年全球出货量

同比增长 10.6%

201.86 亿元

TCL 空调 2022 年主营业务收入

同比增长 14.8%

No.4

TCL 空调出货量市场份额全球排名第四

<sup>11</sup> 数据来源：产业在线，2022 年全球出货量数据



## TCL 白电

TCL 白电围绕“产品驱动、营销突破、效率制胜”的战略方针，坚持以用户为中心，为用户健康生活而创新，不断满足消费者对于高品质与智能化产品的追求，为用户提供极致体验。2022 年冰箱及洗衣机的出货量分别达 205 万台和 224 万台，总体实现主营业务收入 38.39 亿元、同比增长 5.2%。

### 产品竞争力和盈利能力双升级

随着消费者洞察的不断深入与积累，TCL 白电通过持续加大对中高端产品的研发投入、优化产品结构、提升 SKU 效率，冰洗业务获得阶段性进展：① 中高端产品销量同比增长 61%，其中：冰箱线上 2K+ 价格段销量占比由 30% 提升至 44%，增幅 47%，洗衣机通过“DD+ 彩膜 + 智投”的降维竞争策略在中高端市场取得了 33% 的增长；② 通过供应商整合、内部标准化推进、材料聚量降本，2022 年实现两位数降本幅度，毛利率同比提升 4.1%。

### 积极探索技术创新，构建技术壁垒

当年新增专利授权同比增长 64%。2022 年 3 月，TCL 分子保鲜技术荣获中国轻工业联合会颁发的“国际领先”认证证书，标志着 TCL 冰箱在保鲜核心技术上实现突破。下半年，双变频蒸汽热泵洗护套装产品及行业最大双滚筒 Q10 的上市，标志着 TCL 洗衣机已成功掌握热泵变频技术并突破双滚筒技术壁垒。

### 全品类深度融合，海外市场大幅增长

海外市场抢抓机遇，积极推进“一国一策”策略，在重点国家多维度投入资源保障，海外品牌业务实现阶段性突破，2022 年海外收入同比增长 103%。

205 万台

2022 年冰箱出货量

224 万台

2022 年洗衣机出货量



## 奥马电器

奥马电器始终专注于家用冰箱、冷柜的研发与制造，依托资深管理团队，在研发技术、工艺设计、产品品质、制造成本、运营效率等方面均保持行业领先水平。2022 年受俄乌冲突、海外通货膨胀等因素影响，全球冰箱冷柜需求相对疲弱，奥马电器积极巩固和拓展客户资源，优化产品结构，持续降本增效，实现归属于上市公司股东的净利润 4.24 亿元，同比增长 630.2%。

### 大力拓展非欧市场，内销收入增长超 40%

虽受欧洲市场需求减弱拖累，但通过积极协助外销客户开展活动促进终端销售，并大力拓展欧洲以外市场，获得亚太区域收入逆势增长近 10%。国内市场开拓取得突破性进展，切入知名消费电子企业生态链，内销收入同比提升 40%，远超行业增速。

### 持续加大研发投入，不断优化产品结构

在研发方面加大投入，研发费用率保持增长，居行业前列，智控零度超保鲜技术、全自动制冰机创新技术、AI 智能变频技术等方面引领冰箱行业发展，持续提升产品竞争力和附加值。在产品方面持续精简产品 SKU，提升高端精品规模效益，高端产品收入占比提升约 8 个百分点，“奥马鲜见 S550”产品荣获艾普兰优质产品奖，奥马冰箱风冷系列荣获欧盟品质奖。



### 推进供应链全面成本管理，提质增效成果显著

积极推进供应链全面成本管理，优化二三级供应商，维持高比例零部件自制，保障零部件质量，获得成本优势；合理优化排单生产，持续提升生产效率。在海运费、原材料等价格下降及人民币贬值等因素综合影响下，毛利率有效改善，同比提升 3.3 个百分点。此外，在控股股东 TCL 家电的支持下，实现银行保证金及贷款利率下调，筹融资能力显著增强；同时，借助 TCL 资源体系支持协调，为逾期应收账款设定抵押权，提高资金回收保障，大幅改善了财务状况。

### 建设智能制造项目，推进绿色创新发展

2022 年按计划投建“奥马冰箱年产 280 万台高端风冷冰箱智能制造项目”，升级自动化设备与生产线，驱动精益生产，打造行业领先的高端智能工厂；持续升级 MES 制造执行系统，逐步实现业务在线实时、管理移动化、智能化、数字化，不断促进运营效率提升，用数字化技术支撑公司的可持续增长。另外，发布《20 周年创新奥马白皮书》和《20 周年绿色奥马绿皮书》，全面阐释奥马电器在产品创新和 ESG 方面的成效及规划，致力于发展成为最具成长性、最有竞争力的全球专业化制冷设备供应商。

**4.24 亿元**  
归属于上市公司股东净利润  
同比增长 630.2%

## 通力股份

通力股份基于深耕声学 ODM 领域十多年的经验，致力于构建以声学产品为中心，可穿戴设备、AIoT 产品、精密组件及附件等共生发展的智能硬件 ODM 工业平台。2022 年，通力股份克服内外部压力，丰富客户结构，加强产能布局，业绩取得持续稳健增长。

### 音响市场领先优势持续保持

2022 年，蓝牙音箱全球市场占有率为 15.2%；Soundbar 全球市场占有率为 16.8%。

### 智能互联技术推动新品类增长

真无线立体声（TWS）蓝牙耳机、TWS 耳机及智能穿戴业务持续增长的同时，对标手机 ODM 行业，工业能力亦大幅提升，湾区客户手环项目大规模出货。

### 精密技术能力和产能优化持续提升

引进行业领先人才，加大工程技术能力研发，精密模具设计能力、微型电声技术能力大幅提升，有利支撑 TWS 耳机整机业务的发展，得到行业头部客户认可。进一步扩大北海和越南工厂产能，提升生产自动化、数字化能力及精密制造能力，不断改善生产效率，提升产能利用率，持续推动内部降本增效。

### 研发创新及工程技术能力持续增长

多地布局研发，协同惠州、深圳、西安及槟城（马来西亚）等区位优势，致力于技术创新，打造智能互联工业平台。自主预研的具备主动降噪功能真无线蓝牙耳机获得良好的市场反响，同时紧抓蓝牙无线低延时、低功耗、高码流音频和万物互联的技术创新路径，逐步完善蓝牙 LE audio<sup>11</sup>的技术布局，丰富智能万物互联的产品结构。

**15.2%**

蓝牙音箱 2022 年全球出货量市占率



<sup>11</sup>LE Audio：LE 代表低功耗（Low Energy），LE Audio 基于低功耗蓝牙无线电运行

## TCL 环保科技

在复杂多变的经营环境下，TCL 环保科技紧紧围绕“聚焦资源循环利用，提供综合环境服务”的战略定位，厘清业务逻辑，积极创新商业模式，构建技术壁垒，为客户提供一站式环境综合专业服务及解决方案。2022，TCL 环保科技迎难而上，以有力举措积极应变，开拓市场份额，提升经营质量，实现主营业务收入 20.46 亿元，同比增长 13.1%。

### 建立多元化回收渠道，探索开辟新赛道

①电器电子循环业务拓展多元化回收渠道，开展 B 端业务，承接三星、奥林巴斯等品牌厂商产品报废和海关、政府等政企事业单位办公报废，并与联想、小米等电子消费品头部企业签订战略长单。②电器电子循环业务新增 ATM 机、医回、大型家电等拆解新品类，提升拆解收益；同时，试水手机芯片再制造及利用，已与手机方案设计公司达成合作意向。③危废“无害化”业务转资源化利用，废硫酸制备硫酸铵技术实现量产。④通过整合行业资源，全面构建环境综合服务专业能力。智慧环保方面，完成无废城市数据管理平台、地下水在线监测仿真系统和污染源在线监测仿真系统搭建，业务收入 3,447 万元，同比增长 105%，签订业务合同 5,095 万元，同比增长 96%。

### 危废资源化业务深耕区域市场，主攻战略大客户

深度挖掘半导体、面板显示、新能源、汽车、高端医药等重点行业客户，新开拓海思、长江存储等多家战略大客户，年度签约超 1.3 亿吨，全年完成运收约 8,400 吨，客户质量和结构优化显著。

### 加速推进重点项目建设，积蓄发展后劲

天津奥博二期项目于 6 月完成竣工验收，聚焦 B 端业务和部件再制造；三期项目于 5 月启动建设，重点方向为塑料高值化和光伏产品。四川广元铝灰全量化资源综合利用/再生铝项目已于 7 月启动建设，主要通过多段连续强化水解浸出，实现铝灰渣中活性组分深度解离和盐组分的高效浸出。同时，成立 TCL 惠州新材料合资公司，组建退役动力电池回收利用技术及业务团队。

### 构建技术壁垒，极致降本增效

①提升“高值高质”资源化技术能力，实施研发课题 15 项，实现成果转化 5 项，增加利润 609 万元。②优化生产流程、改善物流效率、提升物料复用率、降低二次废物处理成本，极致降本增效。

**20.46** 亿元

TCL 环保科技 2022 年主营业务收入

同比增长 13.1%

## TCL 产业园

TCL 产业园通过平台建设赋能业务，强化全价值链能力，为产业客户提供专业服务，支撑商务办公、工业物流、住宅投资、建设管理业务的长期发展，实现业绩同比增长，2022 年实现主营业务收入 9.23 亿元、净利润 4.70 亿元。

### 商务办公：稳客户、快去化、控风险、强运营

①稳定优质客户，强化运营服务。其中：北京 TCL 总部大厦续租优质客户，提前贡献现金流；深圳 TCL 大厦开展多场运营活动，增强客户体验感及满意度；国际 E 城荣获“2022 粤港澳大湾区服务力产业园标杆项目”。②快去化、达业绩。深圳 TCL 大厦年底时点出租率 87.7%，较年初提升 10 个百分点，达到三年内最高值；国际 E 城全年平均出租率 95.6%，处于区域领先水平；广州琶洲 TCL 大厦年底时点出租率 87.6%；广州云升年度平均出租率 97.8%。

### 建设管理：持续降本、品质优先

①组织管理提质增效显著：建设管理人均产值 3,451 万元/人，同比提升 21%；通过设计优化、商务竞价，全年实现企业工程降本超 2 亿元。②客户满意度持续提升，同比增加 1.1 个百分点。

### 工业物流：建能力、增储量、控风险、提效率

①新增资产管理面积超额完成：已初步建立“长三角+大湾区”双核战略布局，新获取惠城鹿岗 2 期、3 期、黄冈及上海青浦共 4 个项目，全年新增资产管理面积 95.7 万平。②促工期、建能力：仲恺项目主体工程全部完成，期间零签证零变更，整体工期提前 4 个月；惠城 3 期、合肥 2 期定标成本低于市场同类项目成本 3%-5%；全面完成工程、设计及成本标准化文件，项目全生命周期管理能力大幅提升。③预招商、储客户：合肥 1 期和光明科技园项目实现 100% 招商出租，租金高于区域市场水平，客户多为上市公司。

### 住宅投资：稳投资、快变现

①东莞南城项目实现利润 1.4 亿，投资收益远超预期。②艾美特项目研发楼与商铺快速去化，完成大客户成交 1.14 亿。③存量尾盘商业主动变现，盘活资产。

**9.23** 亿元

TCL 产业园 2022 年  
主营业务收入

**4.70** 亿元

净利润



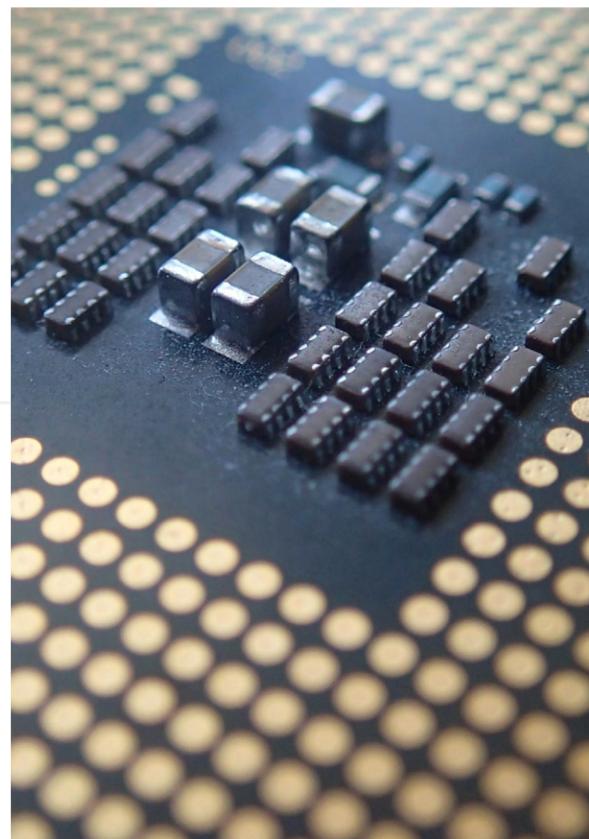
## 格创东智

格创东智具备深厚的制造业基因，是国内唯一源自半导体制造的工业互联网平台领航企业，聚焦为泛半导体和新能源产业链客户提供全栈式数字化解决方案。2022 年，国家政策导向持续向好，数字化转型成为产业共识，工业软件作为数字化转型的基石，作用更加凸显，进一步催化客户数字化转型与智能制造需求，为格创东智顺利完成全年经营目标提供了良好基础。2022 年格创东智实现主营业务收入 12.55 亿元，同比增长约 69.7%。

**12.55** 亿元

格创东智 2022 年主营业务收入

同比增长 69.7%



### 巩固根基，强化泛半导体产业链影响力

持续在半导体面板、集成电路等产业环节攻坚，完成中国首例满产半导体面板工厂苏州华星全套 CIM 系统 100% 自主创新，实现“生产零影响”无缝系统替换，由格创东智、武汉华星等联合打造的“新一代 5G+ 智慧工厂助力中国光谷华星光电抢占全球‘光芯屏端网’生产高地”获第五届“绽放杯”全国赛二等奖；成功研发 8 寸晶圆整厂 CIM 系统方案，FDC、SPC、EAP 等多款自研 CIM 产品在半导体前道、后道工厂得到落地和推广复用，产品综合实力得到业界广泛认可，成功入选“IC Future 2022”十大芯势力产品。

### 战略突破，新能源产业链开拓成效显著

凭借对高度自动化工厂生产、设备和品质管理需求的理解，服务半径从泛半导体延伸突破至新能源产业链。顺应产业发展周期，推出锂电设备智能运维、锂电池能耗双碳、锂电池智能工厂整厂升级、光伏电站智能运维监控、光伏晶片智能良率分析等创新型行业解决方案，成功打造 10 余个标杆项目案例，初步建立起整厂咨询规划到系统软件落地全链条服务能力，加速建立公司垂直行业竞争优势。

### 工业互联网平台产品技术实力再突破

深度结合物联网、人工智能、大数据、5G 等新一代信息技术，推动东智工业应用智能平台技术架构持续升级，平台资源管理能力持续提升，工业应用生态不断丰富。2022 年 5 月，东智平台成功入选工信部行业跨领域工业互联网平台，截至 12 月底，平台累计已接入超 80 万台/套工业设备，沉淀 3 万+ 工业机理模型，承载 1 万+ 工业 APP。2022 年相继在深圳、湖北、上海入选当地重点工业互联网平台服务商，参与工信部电子第五研究所《质量大数据白皮书》编制、安全分级分类试点等工作，构建工业互联网平台安全三大体系、四大能力，助力工业互联网行业加速发展。

## TCL 金服

TCL 金服依托产业经营场景，携手大型商业银行等优质金融伙伴，持续为产业生态圈实体中小微企业及家庭提供金融服务。TCL 金服通过优化业务策略，强化市场领导地位，业务保持快速增长。整体业务聚焦供应链金融科技，发展路径清晰，业务规模不断提升，实现主营业务收入 8.80 亿元，同比增长 47.2%。

### 供应链金融科技业务行业地位稳固，规模快速增长

截至 2022 年末，供应链金融业务多点开花、快速扩张，简单汇平台为近 3.8 万家企业提供高效、便捷的供应链金融服务，累计交易规模超过 9,600 亿元，持续保持并稳固行业领先地位。此外，公司各项业务指标快速增长，其中应收账款债权凭证和供应链票据保持市场领先地位，规模位居第三方科技平台前三。

### 普惠金融业务抵御市场风险，稳扎稳打

惠商经营贷、光伏融租等产品持续拓展，并创新推出符合政策方向和市场需求的车险、农险分期产品。其中，车险分期业务规模突破 2 亿元，农险分期业务已与省内主要保险机构达成合作。业务整体不良率保持业内优秀水平，在疫情导致的严峻市场环境下，不良率始终位于目标 1.3% 以下，资产质量得到严格把控。

### 与监管及同业保持密切沟通，合规稳健经营得到广泛认可

高度重视合规经营，在开展各类业务创新的同时，与监管机构保持透明、双向沟通。2022 年，简单汇荣获广东省金融局、广东省中小企业融资平台颁发的“地市推广及功能建设突出奖”，TCL 智融科贷荣获广东省楷模监管 AAA+ 评级，TCL 网贷荣获广东省楷模监管 AAA 评级，TCL 融资租赁在珠海市金融局业务试点资格现场检查中顺利通过并获得好评。

**8.80** 亿元

TCL 金服 2022 年主营业务收入

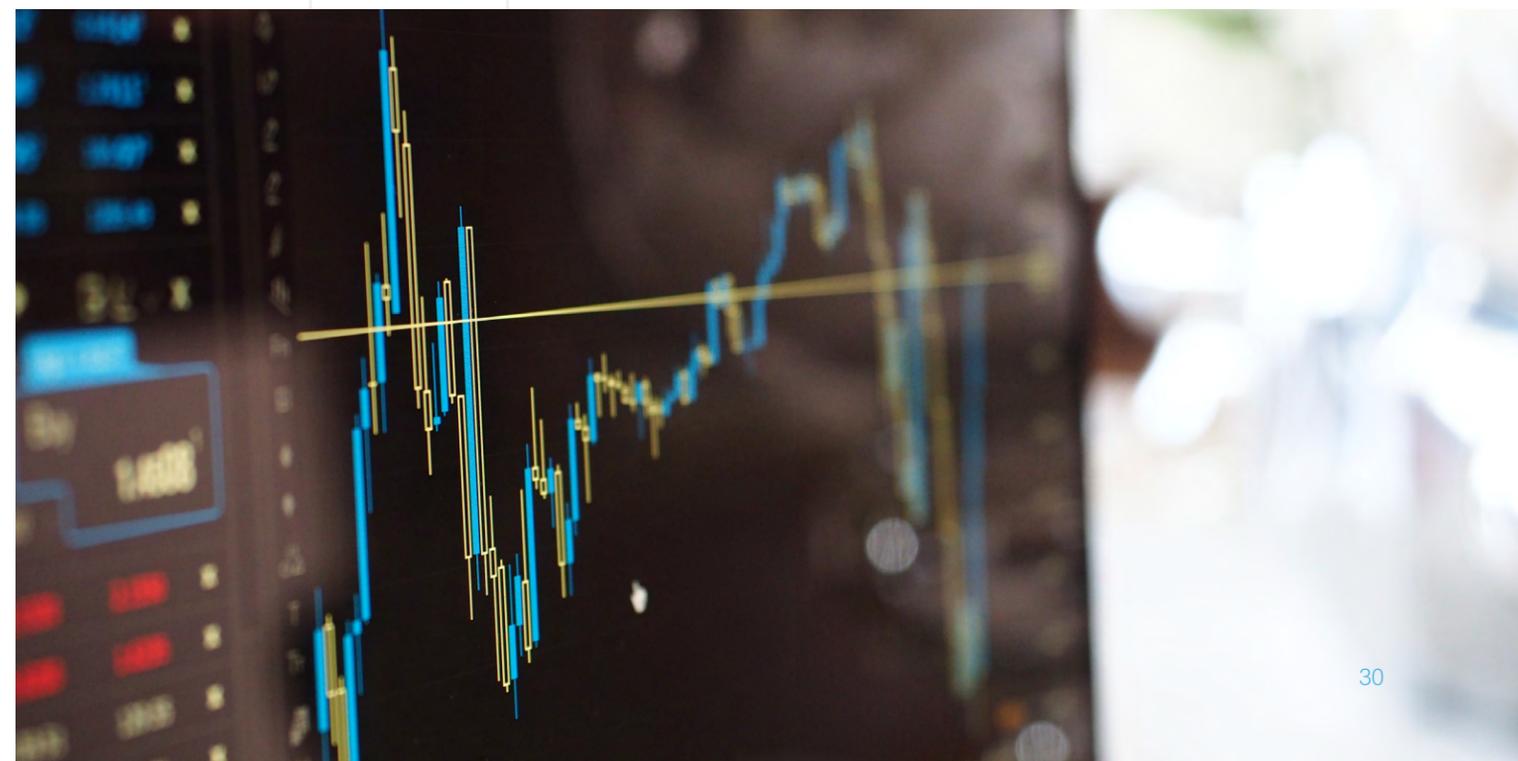
同比增长 47.2%

**9,600** 亿元

累计交易规模超过

**No.3**

规模位居第三方科技平台前三



## 资本运作与回顾

2022 年资本市场环境错综复杂，TCL 实业在外部环境极具挑战性的情况下，依旧秉持稳健的理念，在配合整体战略的同时，做到兼顾风险、谨慎实施。

### 格创东智与科天云完成内部重组，并完成数亿元 B 轮融资

2022 年 4 月，TCL 实业旗下格创东智与科天云完成内部重组，科天云业务并入格创东智，成为格创东智子公司，TCL 实业以转让所得价款继续对格创东智进行增资，增加对格创东智的持股比例。此次业务重组将促进科天云业务加快转型，有利于格创东智重点拓展原有的智慧园区业务；同时，通过业务融合能充分利用科天云端业务能力和资源禀赋，形成业务协同，赋能工业互联网业务，提升专业能力。

2022 年 11 月，格创东智完成了数亿元 B 轮融资，本轮融资由上汽集团及旗下恒旭资本、粤财基金共同投资，势能资本担任本轮融资财务顾问。恒旭资本为上汽金控旗下私募股权基金，依托上汽集团整体产业优势和上汽金控高效协同赋能，布局绿色出行、出行生态、健康生态战略新兴产业，是广东省产业发展基金和广东省半导体及集成电路产业投资基金的管理人，管理规模超 800 亿元，累计投资项目近 300 个。资金将主要用于加大对半导体 CIM（计算机集成制造系统）产品的投入，强化公司 AI、大数据技术基础，拓展在装备智能化、边缘控制智能化的核心竞争力，为半导体材料、设备、晶圆制造、封装测试，以及新能源锂电、光伏等客户提供行业深度融合解决方案。

截至 2022 年 12 月 31 日，TCL 实业作为控股股东持有格创东智 34.6% 股权。

### TCL 电子收购数码科技，利于后续被投资企业资本运作与实施

2022 年 5 月，TCL 电子旗下子公司 TCL 电子惠州受让实业香港持有的 TCL 数码科技（深圳）有限责任公司（下称“TCL 数码科技”）100% 股权，TCL 数码科技由 TCL 实业全资孙公司变成由 TCL 实业控股的 TCL 电子持有。

TCL 数码科技旗下持有高盛达控股（惠州）有限公司、华瑞光电（惠州）有限公司、TCL 华瑞照明科技（惠州）有限公司、泰洋光电（惠州）有限公司、泰和电路科技（惠州）有限公司、惠州高盛达金属有限公司等 TCL 实业产业链上游战略合作伙伴的部分股权，是 TCL 与供应链深度合作、实现投资与业务联动的投资控股平台。本次股权转让有利于 TCL 数码科技投资企业后续资本运作，加快资产登陆资本市场节奏，提升 TCL 实业整体财务回报，稳固供应链战略合作。

截至 2022 年 12 月 31 日，TCL 实业通过旗下香港上市公司——TCL 电子持有 TCL 数码科技 100% 股权。

### 通力股份提交主板 IPO 申请

#### 有望增强公司核心竞争力、进一步巩固提升市场地位

2022 年 5 月，通力股份完成原香港上市境外架构拆除，其股东通力电子（香港）成为 TCL 实业全资子公司。2022 年 9 月，通力股份向深圳证券交易所提交了主板上市申请，其中：华泰联合证券有限责任公司为保荐人，大华会计师事务所（特殊普通合伙）为审计师，北京市嘉源律师事务所为公司律师。登陆 A 股资本市场有望丰富通力股份融资渠道，为未来快速发展提供资金支持、降低财务风险；同时，能提升其在资本市场的影响力，增强公司核心竞争力，进一步巩固提升市场地位。

截至 2022 年 12 月 31 日，TCL 实业通过全资子公司——通力电子（香港）持有通力股份 61% 股权。

### TCL 环保科技新一轮融资拟引入国资平台及产业投资基金

2022 年下半年，TCL 环保科技展开新一轮融资，主要用于广元铝灰全量化资源综合利用项目、退役锂电池回收综合利用项目、硅泥资源化利用项目、退役光伏组件资源化利用项目等多个资源回收利用项目的建设。本轮拟融资总额过亿元，投资方包括惠州地方政府资金平台、江苏省国资旗下专注于环保领域投资的基金平台、财务投资人等。

截至 2022 年 12 月 31 日，TCL 实业作为控股股东持有 TCL 环保科技 28.1% 股权。

## 研究与创新

2022 年，TCL 实业在研发战略层面继续坚持以显示画质、健康节能和智能化为主线，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、健康诉求、智慧互联与交互探索创新业务并持续夯实技术平台。2022 年研发费用 40.05 亿元，同比提升 9.4%。

### 立足显示画质战略，多维度提升显示技术能力

围绕智屏音质画质核心能力，巩固技术先发优势，持续演进 MiniLED 的技术应用，全球首发 OD0 方案保持行业领先；在结构和设计上进行大尺寸的产品和技术创新，并稳步推进画质引擎相关技术的研发，提升智屏画质观感体验；超薄天空音和整机形态领先国内友商一代。通过智慧调光、多重散射过滤打造类纸阳光屏形成护眼技术方案，获得德国莱茵和中标院 VICO 双护眼认证。智屏芯片技术能力提升，SoC 研发顺利，成功流片并在 TCL 平台点亮。

### 推进 MiniLED 技术迭代，占领显示技术高地

通过自研和合作 COB 全制程工艺、定制 LED 芯片、自研 PG-LENS 光学设计、驱动背板技术储备等平台全架构研发，形成 MiniLED 显示技术控制点。攻关了超多分区极致性能 MiniLED 背光技术，实现双 5000 硬核指标（亮度 5000nits、5000 分区）行业领先。搭载 MiniLED 技术的 TCL 智屏产品落地 X11G 及 C12G 全系列进入量产，获得了市场验证，支撑了 MiniLED 画质的核心竞争力，满足了用户对高端画质的需求。TCL MiniLED 智屏获得包括德国红点设计大奖，欧洲影像协会 EISA 大奖，CES 显示创新大奖等国内外多项大奖的垂青。

### 优化画质引擎，实现主观画质效果领先

自研 LD 算法并充分调教，开发高精度低延时护眼驱动技术方案，软硬结合支撑公司 MiniLED 战略；研究 AI 画质算法的应用，将景深识别模型移植到智屏系统中，持续优化使画面更具层次感；开发了动态色视角提升算法，动态检测观看者位置改善色视角，实现画随人动。

### 积极维护显示技术生态，引领 MiniLED 行业标准

截止 2022 年底 TCL MiniLED 技术已修订了国家标准 6 份，行业标准 17 份，推荐标准 10 份，超高清联盟标准 4 份，是 MiniLED 领域的行业标准奠基者。

### 围绕健康节能的战略，空冰洗研发创新成效显著

#### TCL 空调——大新风量和变频节能技术国际领先认证

基于空气品质智能控制的大新风量高舒适性新风空调关键技术，研究解决了新风空调新风量小、噪音大、音质差、舒适性差、不智能等行业难题。提出了基于管网减阻增流及多场耦合降噪技术，通过管网减阻入流与风机做功场协同、流固磁多场耦合降噪，实现大新风量低噪声；提出了基于 TVOC 检测的空气品质智能控制技术，实现多场景空气品质的智能控制；发明了“小蓝翼”高舒适性新风气流组织引射结构，实现恒温舒适效果。相关技术已产业化，获得用户一致好评，并获得国际领先技术认证。

突破了高频变载波 PFC 控制与纹波抑制技术，实现了变频控制器集约化、高效化设计，解决了功率器件温升高、电解电容寿命短等行业技术难题，是在高效变频控制器关键技术研究方面核心创新成果。在高频变载波 PFC 控制技术基础上，研发了载波频率与导通时间同步控制技术，结合占空比前馈控制，显著降低了元器件温升，并改善了 EMI 及谐波指标；提出了纹波抑制算法，通过瞬时功率前馈控制降低电解电容纹波电流，显著提升了电解电容寿命与可靠性。相关变频技术的引入，有效提升了空调使用寿命，助力了能效升级。

#### TCL 冰箱——坚持探索健康保鲜、制冰、材料创新、仿真技术、结构创新等方向

在分子保鲜领域持续探索，与江南大学合作建立“保鲜技术创新联合实验室”，荣获国内外多项技术奖项与国际领先认证。研究低耗能磁场对实物营养物质的影响规律及微生物抑制机理，突破了低能耗磁场技术瓶颈，节能降耗实现高品质保鲜。分子保鲜成果获得国际领先的技术鉴定，依托分子保鲜成果，TCL 冰箱构建了多达 120 余篇专利的

护城河。应用该技术的 TCL 格物系列冰箱上市后获得消费者良好反响。

此外，围绕冰箱产品体验的提升，在制冰技术、深冷技术、材料 CMF 研究、仿真技术、结构创新设计等技术方向均有一定预研投入，进一步发掘冰箱类产品研发的技术长板，为行业发展和消费者产品体验不断努力。

#### TCL 洗衣机——聚焦健康洗护、智慧高效、节能等技术方向

以健康洗护为中心，以分区洗、免污除菌、智能柔护、节能为核心技术，综合打造洗衣机技术控制点。分区洗产品品类齐全，研发双筒双驱独立悬挂减振系统、双行程变阻尼减振器，通过振动优化系统支撑双滚筒的上筒洗涤容量做到行业领先。免污除菌方面，引领离子风除菌技术，首创毛绒过滤免污技术，TPE 无异味橡胶技术行业领先。智

能柔护等技术实现关键突破，干衣机蒸汽护理平整护衣，烘干机多维烘干算法提升速率，行业内首创无电解电容电抗器变频技术，单芯片双变频技术行业领先。节能方面，通过研究变速高效洗涤技术、负载精确识别技术、低温洗涤节能技术推进全系列产品能效提升，实现欧洲滚筒 A 级能效突破。

探索智能化场景应用，AI、IoT、AR 等创新赛道突围

AI 技术赋能终端智慧交互与场景智能应用

AI 语音方面，已具备构建端到端完整语音交互链路的技术开发能力，助力了空调、电视等终端设备的智能语音交互。语言模型是 AI 自然语言处理的基石，TCL 实业自研的复杂语义分析方法（Logical Form）在开放对话中的语义、各类复杂的并列和嵌套语句等维度的表征能力上处于行业领先，支撑语音中控性能的提升，为语音搜索交互提供技术支持。边缘 AI 技术突破，AutoML 在 ECCV 2022 Mobile AI 竞赛的深度估计第 1 名和图像超分超分综合成绩第 2 名，实现在终端设备上完全自动化的优化和部署 AI 模型，加速 TCL 智能电视、手机等智能终端的 AI 模型收敛，赋能 AI 健身、远程课堂、少儿内容等智能化应用场景智能应用。

积极推动国内外互联互通的行业标准与生态能力建设

在标准产品与生态层面，TCL 实业是 Matter 1.0 Launch Event 唯一的 TV 赞助商与参展商，并已顺利获得 Matter TV 第一批产品认证；在技术标准制定层面，围绕智能家居全场景技术栈，积极推动从底层通信层面、应用层面、生态层面的行业标准化工作，累计向国内外行业标准组织递交标准提案 50+ 篇，推动多项技术落地行业标准，获得 Sparklink 标准组织先进贡献奖。作为 3GPP 与 AVS 标准的重要成员单位，积极推进广域局域通信技术、音视频编解码技术的国际标准化工作，围绕互联网全品类设备、AIoT 全场景、以用户为中心的音视频数据流转等，TCL 实业将积极通过已有成熟技术赋能行业标准，为实现更广泛的互联互通、智慧生活贡献力量。

AR 眼镜关键技术实现突破

在消费级 AR 中突破性的实现轻量体积、自然显示、全天候场景和虚实融合四个关键特性融合。在 MicroLED 全彩显示、光波导亮度、全自研光引擎精密及小型化等关键技术上获得显著突破。做出了 0.7cc 超小型全彩 MicroLED 光引擎组件、衍射光波导高光效亮度 3 倍提升、微米级双目融合自然显示效果，率先在消费级 AR 眼镜所要求的轻量体积下，实现双目全彩高亮显示，并满足多场景使用。在量产问题上，从技术底层出发，自行设计工艺流程，开发出自有的全自动化设备与系统，最终实现全彩光引擎超精密、高良率的量产。

风险要素

2022 年，面对复杂多变的内外部环境 and 风险，公司严格按照各项法律法规的要求，不断完善公司法人治理结构，提高公司规范运作水平，增强内部控制体系，有效预防和控制各类风险，确保公司持续、稳定、健康发展。

政策监管风险

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不断变化的国际政治形势等多重因素，使得公司在全球化经营时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、出口和制裁合规风险、供应链合规风险、反贿赂风险、反垄断风险、隐私保护、网络安全等合规风险，以及由于政治不确定性带来的风险。

公司始终致力于严格遵守适用的法律法规，在公司内部建立重点合规管理体系，指定相关责任部门加强法律法规和市场规则的学习，力求通过发布政策、建立组织、形成制度、嵌套流程等各种合规管控方式对相关风险进行系统性管控。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，公司一方面将积极关注相关法律法规和政策变化，持续提升合规能力，拓宽、加固现有的合规管理体系，提升危机响应能力；另一方面则以合规为出发点，充分发挥全球化布局优势，优化产能布局和供应链体系，降低政策监管风险对公司业务带来的负面影响。

供应链风险

2022 年，宏观层面全球货币政策收紧导致消费需求急剧下降，上半年俄乌战争严重影响全球经济，美联储连续加息和欧美经济的通胀缓解不及市场预期对全球经济产生了更多的不确定性，进一步削弱了对贸易增长的预期。消费者消费支出从商品转向服务，直接影响产业销售预期和物流履约能力，导致物流供应商新约谈判竞争力不足。对公司而言，供应链任何环节中断都可能导致停工停产、无法交货等状况，尤其半导体欧美系大功率及主控等品类，技术壁垒高、交付周期较长、产业链集中在海外，对此类部品中长周期备货及资源管控提出更多挑战。同时，美国联合日本和欧洲等对大陆先进制程和技术的围堵，台湾局势变化也将进一步影响半导体等关键物料供应保障。

公司始终坚持全球化、多元化的供应战略，执行“1+1+N”供应策略，通过全球战略合作模式的推进，加深和巩固与战略+核心供应商的合作关系，除了贯彻深化原有实体经销商合作，也加快拓展在线销售网络的方针，确保在快速变化的市场及客户竞争压力下，公司供应链仍具柔性，

构建以用户为中心的安全、低成本、透明、敏捷、高效的全球集成供应链和质量管理体系，支持公司业务的长远健康发展。

流动性风险

公司始终重视债务管理，确保债务规模、结构和成本处在合理水平。截止 2022 年 12 月 31 日，公司资产负债率为 81.4%，同比略降 0.48 个百分点；有息负债率 24.4%，同比下降 1.6 个百分点；公司有息负债余额为 253.85 亿元，其中 1 年以内到期 140.14 亿元，1-2 年到期 59.40 亿元，2-5 年到期 27.58 亿元，5 年以上到期 26.73 亿元。为避免流动性不足而使公司业务发展受到制约，公司一方面积极加强应收账款的催收力度，另一方面，提前进行资金筹划，与银行等金融机构建立良好的合作关系，通过短期借款等手段来筹措公司正常经营所需资金。此外，公司还努力分散融资来源，筹集中长期低成本资金，尽量降低再融资风险。

外汇风险

TCL 实业的海外销售遍布北美、欧洲、南美、亚太、中东、非洲等全球各个区域，2022 年公司外销收入占公司整体收入超过 60%，各下属子公司承受来自外币计价的金融资产负债敞口以及海外经营净投资的外汇风险，而且若汇率大幅波动，不仅可能对公司产品的海外业务带来不利影响，同时可能造成公司汇兑损失，增加财务成本。同时，2022 年在新冠疫情、主要经济体货币政策分歧及通胀危机、地缘战争、全球经济复苏缓慢等多重因素冲击下，外汇市场多个货币出现创纪录的大幅波动情况：其中，美联储年内累计完成 7 次加息共 425bps，美元指数在期间更是升破 114，达二十年以来新高，年末回落至 103 附近；欧元兑美元、日元兑美元及人民币兑美元均较年初大幅下跌。

面对日益剧烈波动的外汇市场，管理层迅速应对，公司坚持“风险中性”的原则，制定与业务经营相匹配的对冲策略，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，通过外汇资金业务的开展进一步提升公司外汇风险管理能力，为外汇资产进行保值。由于 2022 年美联储多次加息，企业美元融资成本持续上升，公司财务费用承压，公司通过主动调整融资策略并优化债务结构，抓住市场窗口期获取低成本贷款资源，最大程度控制利息支出。



# 财务 报告



## 合并资产负债表（续）

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	9,772,253	14,375,096
交易性金融负债	-	12,861
衍生金融负债	302,569	18,673
应付票据	7,742,500	6,756,867
应付账款	24,001,024	23,363,728
预收款项	389,019	-
合同负债	3,559,508	3,299,963
卖出回购金融资产款	504,439	-
应付职工薪酬	3,112,087	2,765,011
应交税费	776,901	755,852
其他应付款	15,849,483	13,415,638
一年内到期的非流动负债	3,288,153	1,467,516
其他流动负债	1,053,012	1,507,246
流动负债合计	70,350,949	67,738,452
长期借款	11,972,433	9,491,407
预计负债	337,882	-
租赁负债	741,196	916,460
长期应付款	289,143	40,685
长期应付职工薪酬	40,861	-
递延收益	137,257	103,492
递延所得税负债	483,183	515,487
其他非流动负债	32,323	61,092
非流动负债合计	14,034,278	11,128,622
负债合计	84,385,267	78,867,074
所有者权益（或股东权益）：		
股本	3,225,000	3,225,000
资本公积	504,448	-
专项储备	488	-
其他综合收益	(1,181,551)	(483,968)
盈余公积	130,617	82,378
一般风险准备	506	-
未分配利润	4,073,522	3,241,507
归属于母公司所有者权益合计	6,751,030	6,064,917
少数股东权益	12,589,419	11,444,266
所有者权益合计	19,340,450	17,509,183
负债和所有者权益总计	103,725,677	96,376,257

法定代表人： 杜娟 CEO： 杜娟 CFO： 胡殿谦

## 合并利润表

人民币千元

	本期金额	上期金额
一、营业总收入	106,086,484	105,641,242
减：营业总成本	102,398,307	87,564,894
其中：营业成本	85,494,601	87,564,894
税金及附加	687,854	577,092
销售费用	8,997,835	8,177,291
管理费用	4,068,847	4,370,469
研发费用	4,005,346	3,660,636
财务费用	(856,185)	666,344
其中：利息费用	1,346,586	904,994
利息收入	769,450	585,095
加：其他收益	727,258	673,870
投资收益	(470,125)	3,819,502
汇兑收益	-	-
净敞口套期收益	-	-
公允价值变动收益	275,580	259,143
资产减值损失	299,359	656,530
信用减值损失	143,413	121,112
资产处置收益	(7,271)	42,550
二、营业利润	3,770,847	4,641,938
加：营业外收入	106,005	78,548
减：营业外支出	166,262	86,351
三、利润总额	3,710,591	4,634,135
减：所得税费用	649,022	419,636
四、净利润	3,061,569	4,214,500
按所有权归属分类		
归属于母公司股东的净利润	1,480,760	1,951,575
少数股东损益	1,580,809	2,262,925
按经营持续性分类		
持续经营净利润	3,061,569	2,235,961
终止经营净利润	-	1,978,539

法定代表人： 杜娟 CEO： 杜娟 CFO： 胡殿谦

## 合并现金流量表

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	111,787,877	108,780,355
收到的税费返还	4,176,117	4,321,055
收到的其他与经营活动有关的现金	4,572,720	1,611,706
经营活动现金流入小计	120,536,714	114,713,116
购买商品、接受劳务支付的现金	90,604,794	93,678,986
支付给职工以及为职工支付的现金	11,580,943	10,528,659
支付的各项税费	3,435,954	2,061,278
支付的其他与经营活动有关的现金	9,213,952	8,223,337
经营活动现金流出小计	114,835,642	114,492,260
经营活动产生的现金流量净额	5,701,072	220,856
二、投资活动产生的现金流量：		
收回投资收到的现金	18,305,375	18,343,249
取得投资收益收到的现金	585,407	531,200
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	50,558	58,186
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	196,975	1,170,351
收到其他与投资活动有关的现金	988,570	1,628,574
投资活动现金流入小计	20,126,885	21,731,560
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,299,729	3,037,839
投资支付的现金	21,249,439	20,342,861
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	8,894	1,131,891
支付的其他与投资活动有关的现金	314,699	454,446
投资活动现金流出小计	24,872,762	24,967,037
投资活动产生的现金流量净额	(4,745,877)	(3,235,477)

法定代表人： 杜娟 CEO： 杜娟 CFO： 胡殿谦

## 合并现金流量表（续）

人民币千元

	本期金额	上期金额
三、筹资活动产生的现金流量：		
吸收投资收到的现金	1,180,552	959,006
取得借款收到的现金	26,848,117	32,769,167
收到其他与筹资活动有关的现金	4,411,570	3,699,319
筹资活动现金流入小计	32,440,239	37,427,492
偿还债务支付的现金	28,190,820	24,607,307
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	2,796,068	2,243,017
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	890,781	728,271
支付其他与筹资活动有关的现金	2,984,968	6,402,058
筹资活动现金流出小计	33,971,856	33,252,382
筹资活动产生的现金流量净额	(1,531,617)	4,175,110
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	271,322	151,890
五、现金及现金等价物净增加额	(305,099)	1,312,379
加：年初现金及现金等价物余额	13,113,372	11,800,995
六、期末现金及现金等价物余额	12,808,273	13,113,374

法定代表人： 杜娟 CEO： 杜娟 CFO： 胡殿谦

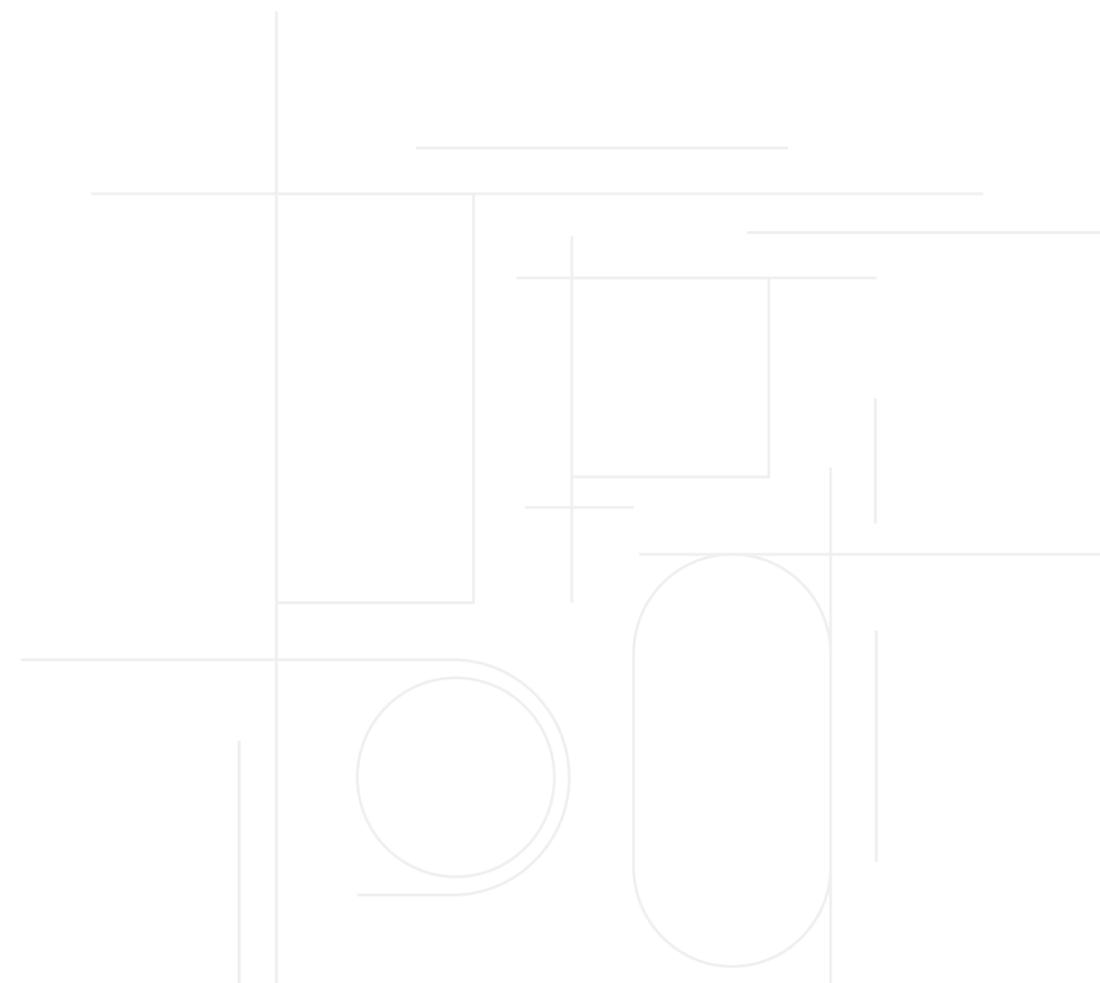
# 释义与 汇率

# 释义与汇率

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 空调	指	TCL 空调器（中山）有限公司
TCL 白电	指	TCL 家用电器（合肥）有限公司
奥马电器	指	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 家电	指	TCL 家电集团有限公司
通力股份	指	通力科技股份有限公司
通力电子（香港）	指	通力电子科技（香港）有限公司
TCL 环保科技	指	TCL 环保科技股份有限公司
TCL 惠州新材料	指	惠州 TCL 新材料科技有限公司
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
苏州华星	指	苏州华星光电技术有限公司
TCL 金服	指	TCL 金服控股（广州）集团有限公司
TCL 智融科贷	指	惠州市仲恺 TCL 智融科技小额贷款股份有限公司
TCL 网贷	指	广州 TCL 互联网小额贷款有限公司
TCL 融资租赁	指	TCL 融资租赁（珠海）有限公司
TCL 中环	指	TCL 中环新能源科技股份有限公司
科天云	指	Sky-Tech Holding Limited
上汽集团	指	上海汽车集团股份有限公司
恒旭资本	指	上海上汽恒旭投资管理有限公司
粤财基金	指	广东粤财产业投资基金合伙企业（有限合伙）
势能资本	指	上海势之能投资管理有限公司
上汽金控	指	上海汽车集团金控管理有限公司
TCL 电子惠州	指	TCL 电子（惠州）有限公司
实业香港	指	TCL 实业控股（香港）有限公司
TCL 数码科技	指	TCL 数码科技（深圳）有限责任公司

## 汇率

人民币 / 港币	2022 年 1-12 月	2021 年 1-12 月
平均汇率	0.8628	0.8294
人民币 / 港币	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
期末汇率	0.8933	0.8176



# TCL

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 9 楼

电话：4008-123456

信箱：4008123456@tcl.com

[www.tcl.com](http://www.tcl.com)