

TCL

2023

年度报告

TCL实业控股股份有限公司



目录

01

董事长
致辞

05

关于
TCL 实业

09

2023 年
关键业务
进展

17

财务
概要

21

管理层
讨论与分析

43

财务
报告

51

释义与
汇率

01

董事长致辞



董事长致辞



2023 年是充满艰辛和挑战的一年。世界经济复苏步履维艰，高通胀、需求下降乃至地缘政治风险和贸易摩擦为全球企业发展带来不少挑战。虽然面对严峻的环境，但中国经济依然平稳发展，中国企业也在充满挑战的环境中找到新机遇。

关山万里，矢志向前，主动变革释放增长潜能

面对时代大变局，我们保持着上坡加油敢于超越的斗志和冲劲，以“品牌引领价值，全球效率经营，科技驱动，活力至上”作为新的战略导向，持续深化“科技化”和“全球化”的发展步伐，探索新赛道，挖掘增长点，以足够的增长韧性来应对未来的不确定性。我们始终坚持中高端战略与国际化运营，经营业绩稳中有进。经营业绩方面，公司实现营业总收入 1,203.2 亿元，同比增长 13.4%；毛利率较 2022 年提升 1 个百分点至 20.5%；净利润同比增长 5.7% 至 32.4 亿元。经营效率方面，经营现金净流量 92.5 亿元，同比增长 62.2%；现金周转天数同比加快 5 天至 22 天。

TCL 实业旗下拥有两家上市公司，包括 TCL 电子（01070.HK）及 TCL 智家（002668.SZ，原奥马电器），年内也完成了 TCL 冰洗业务的资本整合。我们始终聚焦智能终端核心业务，不断优化产品结构、持续提升相对竞争力获得规模增长。年内，TCL 电视全球出货量同比逆势提升 6.2% 至 2,526 万台，出货量市占率同比提升至 12.5%，稳居全球品牌 TV 前二；空调全球出货量稳居前四，移动路由器全球出货量排名第三，奥马冰箱连续 15 年为中国冰箱出口第一。在智能终端业务之外，TCL 实业还拥有通力股份、环保、格创东智、金服、产业园等多元化业务，这些产业分别在融资或上市进程中，带动了公司整体业务的蓬勃发展。

追智逐新，稳中求进，践行高质量发展之路

合抱之木，生于毫末。公司近年来坚持的中高端策略效果显著，业务规模日益扩张。高端产品 TCL Mini LED 智屏维持快速增长，全球出货量同比增长 180.1%，TCL 量子点智屏全球出货量同比升幅亦高达 116.1%，TCL Mini LED 智屏及 TCL 量子点智屏在中国市场全渠道销量及销售额均位列第一。

从仰望到超越，TCL 实业敢向山行，始终坚持科技创新，自立自强。2023 年，我们先后推出多款行业领先的产品，包括业内首款发布和量产的双目全彩 Micro LED 光波导 AR 眼镜雷鸟 X2、全球首台使用自研“未来纸”护眼显示技术的 TCL NXTPAPER 手机、获得 TÜV 莱茵硬件低蓝光、无反射两项专业认证和 28 项护眼专利等。TCL 空调再添两项国际领先技术，已构建智新风、智柔风、智净风三大产品矩阵。年内，我们在智慧显示、智能 AI 领域重点突破。Mini LED 显示技术领先行业实现万级背光分区，带动 TCL Mini LED 智屏中国销量占据国内市场半壁江山。公司持续聚焦用户体验，不断开拓新业务类型，于年内推出行业首创的“灵控桌面”和首个基于 AI 大模型构建的儿童专属栏目“超级智绘”AI 故事集，进一步丰富应用场景。

随着全球经济格局变化，面对新贸易保护主义的挑战，我们坚定不移的加强全球化布局。我们从组织、供应链、渠道到营销等多方面坚持本土化布局以实现全球领先。年内，我们完成了组织架构的优化，拆分中国、北美、拉美、欧洲、亚太、中东非六大营销本部，减少决策链条，提升组织效率，增强了公司全球产品端到端的经营能力。我们通过中国、越南、墨西哥、巴西、波兰等全球 20 个制造基地和 24 个研发中心，输出工业能力，加速全球产能和供应链布局，以本土产能的灵活调配及时满足全球各地的市场需求。同时，我们坚持全球品牌战略本地化，通过体育、电子竞技、影视、展会等多领域营销提升 TCL 品牌全球美誉度，结合全球重点区域和渠道的营销拓展，助力公司在全球市场打开新的增长空间。

时代同频，和谐共生，可持续发展创永续未来

生态兴则文明兴，生态衰则文明衰。公司在高质量发展的同时，仍不忘高标准践行企业社会责任。大自然是人类赖以生存发展的基本条件，面对严峻的全球气候危机形势，我们秉持绿色发展理念，全面建设低碳经营能力，并运用数字化技术提升低碳管理体系效率。TCL 空调武汉智能制造基地实现园区光伏全覆盖、海绵城市体智能水循环、废气智能处理，创造“零废工厂”，并通过 AI 节能算法有效降低空调产品调温场景能耗，节能率最高达 40%。同时，我们对外共铸绿色生态链，年内推动了家电行业首份《关于共建绿色供应链的倡议》的签署。社会方面，我们积极投身公益事业，年内本公司员工参与志愿服务总时长超 28,621 小时；同步开展藏区助学，捐赠 TCL 智慧教室，组织徒步清野守护自然等一系列公益活动；推出业界首个电视关怀解决方案 TCL Care 并荣获 IDEA 美国工业设计大奖 - 银奖，为弱势及老幼群体在观看智能电视时带来无尽关怀；同时提倡平等、多元、共融的文化，鼓励性别平等，截至 2023 年 12 月 31 日公司全球女性雇员占比超 36%。同时，我们在全球范围内倡导女性价值，发起名为“TCL for Her”的女性向品牌长线项目，激励女性互相支持、共同成长。治理方面，公司恪守商业道德，健全廉洁体系机制，并积极开展网络安全和隐私保护管理工作，全面规范集团信息资产管理，保护用户个人隐私安全。

胜而不骄，安不忘危，未来我们并肩前行

过去一年的经营业绩稳中有进，成绩来之不易，我为 TCL 实业全体员工的辛勤付出及不懈努力致以敬意。展望 2024 年，外部环境将依然复杂多变，我们面临的压力无疑是巨大的，但我们也有增长机会、有客户及伙伴的信任、有敢赢善战的团队。我们无法改变环境，唯有强大自我，用确定性战胜不确定性，在广阔业务前景的江河湖海中，奔腾翻涌，中流击楫，行稳致远。

我们将在转型变革的当下逆风飞翔，坚持做难而正确的事，不断加强产品力、营销力、运营力、组织力及协创力，夯实核心主业，提升经营效率，继续推进“科技化”和“全球化”的发展战略，走出一条属于自己的成功之路。

感谢全球消费者对 TCL 实业的选择与信赖，感谢股东、全球客户及合作伙伴一如既往的支持，2024 年征望在即，让我们时刻怀揣着全球领先的梦想，敢向山行，勇攀高峰！

李东生

02

关于 TCL 实业



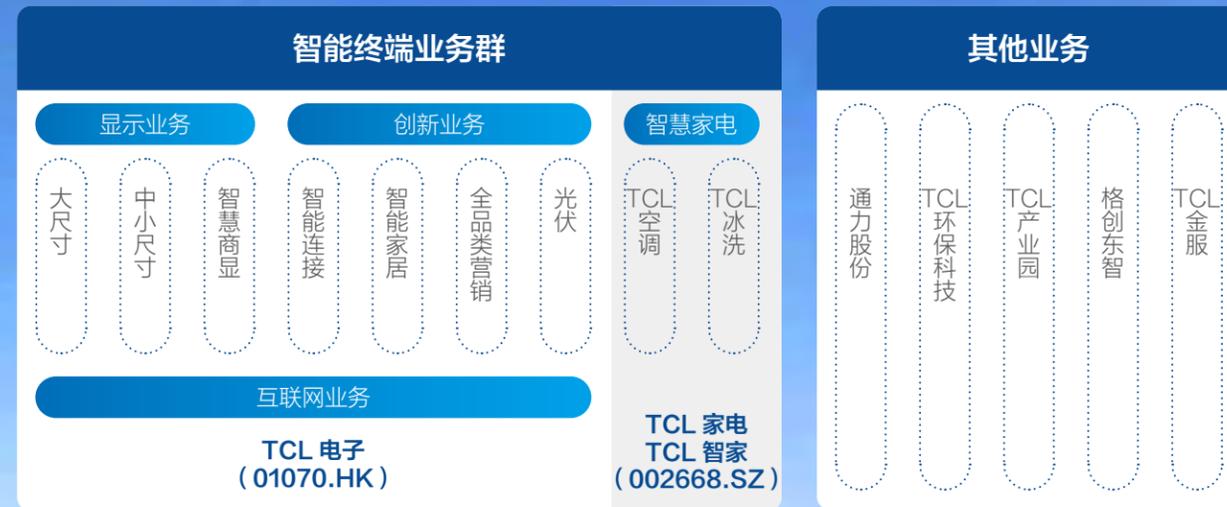
关于 TCL 实业

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 多个国家和地区,旗下品牌涵盖 TCL、XESS、雷鸟、乐华、FALCON、ALCATEL、HOMA、TONLY 等。

2023 年 6 月,谷歌与凯度联合发布“2023 凯度 BrandZ 中国全球化品牌 50 强”榜单,TCL 排名第 11 位,较上一年跃升 7 位。在 2023 年度“IT 影响中国”评选中,TCL 实业荣获“年度影响力企业奖”,其全球化品牌影响力和技术创新实力再获认可。2023 年 7 月,TCL 实业正式发布碳中和白皮书,提出“3050”承诺目标及碳中和行动计划 TCLGreen,旨在以自身科技创新驱动,打造制造业绿色生态标杆,推动产业链加快绿色变革。

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

2023 年 关键业务进展



2023 年关键业务进展

显示无处不在

中高端策略效果持续显现，业务规模日益扩张

凭借积极推进“中高端+大屏”策略及“TCL+雷鸟”双品牌战略，2023年TCL智屏全球出货量达2,526万台，同比逆势增长6.2%，出货量市占率同比提升0.8个百分点至12.5%，稳居全球前二¹；TCL智屏全球销售额市占率同比提升1.3个百分点至10.7%，排名全球前三²，其中，高端产品TCL Mini LED智屏维持快速增长，全球出货量同比增长180.1%，TCL量子点智屏全球出货量同比升幅亦高达116.1%，TCL Mini LED智屏及TCL量子点智屏在中国市场全渠道销量及销售额均位列第一³。

巩固技术先发优势，多维度提升显示技术能力

TCL实业围绕智屏画质核心能力，持续演进Mini LED的技术应用。2023年，公司在全球首发20,000+级分区方案、六晶方芯技术，在结构和设计上进行超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；通过适度提高亮度和对比度，优化色彩表现能力，并获得德国莱茵TÜV真实视觉体验认证；凭借显示器对色彩的精准还原等领先技术，荣获潘通色彩认证，TCL成为中国第一家获得潘通色彩认证的电视品牌。截至2023年底，TCL Mini LED技术已修订了国家标准8份，行业标准18份，推荐标准10份，超高清联盟标准4份，成为Mini LED领域的行业标准奠基者。

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、智能能耗管理等多细分场景应用，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。2023年，TCL实业先后推出多款行业领先的产品，包括业内首款发布和量产的双目全彩Micro LED光波导AR眼镜雷鸟X2、全球首台使用自研“未来纸”护眼显示技术的TCL NXTPAPER手机、获得TÜV莱茵硬件低蓝光、无反射两项专业认证和28项护眼专利等。

¹数据来源：Omdia，2023年全球品牌TV出货量及销售额数据。

²数据来源：Omdia，2023年全球品牌TV出货量及销售额数据。

³数据来源：中怡康全渠道，2023年全年零售数据。

2023年TCL智屏

2,526万台

全球出货量

↑ **6.2%**

前二

稳居全球

180.1%

TCL Mini LED智屏

全球出货量同比增长

第一

TCL量子点智屏及TCL Mini LED

智屏在中国市场全渠道销量及销售额



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、双子舱洗烘护集成机、超薄零嵌冰箱、AR/XR 智能眼镜、智能交互平板、真 3D 人脸识别智能门锁等众多智能新品，同时分布式光伏业务规模迅速增长，创新业务增长曲线爆发新力量。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第三⁴，空调出货量全球排名第四⁵，雷鸟智能眼镜国内消费级市场 AR 产品排名第一⁶，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，不断提升用户服务体验



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。在海外互联网业务方面，TCL 实业积极与 Roku、Google、Netflix 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、亚太等地区的 60 个国家，累计用户数已超 2,300 万；在国内市场，公司推出行业首个基于 AI 大模型的定制内容栏目“超级智绘”AI 故事集，广受消费者喜爱。

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



TCL 实业作为 3GPP/IEEE/SparkLink/OLA/Matter 等多个技术标准组织重要成员单位，围绕全场景智能家居，积极推进面向下一代通信技术、空天地物联网技术、人工智能+等方面的技术研究探索与标准化工作，牵头 3GPP/IEEE/SparkLink 等多项行业权威标准制定，得到产业的广泛认同。在 AI 语音方面，TCL 实业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；同时，公司已实现边缘 AI 技术突破，AutoML 在 ECCV 2022 Mobile AI 竞赛获得深度估计第 1 名和图像超分综合成绩第 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。

第三

TCL 移动路由器出货量全球排名

第四

空调出货量全球排名

第一

雷鸟智能眼镜
国内消费级市场 AR 产品排名



⁴ 数据来源：TSR，2023 年全球出货量数据。
⁵ 数据来源：产业在线，2023 年全球出货量数据。
⁶ 数据来源：洛图科技，2023 年中国市场 AR 线上销售量数据。

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。2023 年，TCL 智屏出货量市场份额在全球近三十个国家排名位居前五⁷，手机出货量则在加拿大和美国分别位居第三和第四⁸，中小尺寸显示产品全面覆盖了 Vodafone、T-mobile 等欧美一线网络运营商；同时，TCL 在体育、影视、电竞、全球展会等领域，与 EDG、英雄联盟、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 实业在中国、越南、墨西哥、巴西、波兰等地共设立 20 个制造基地，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 5,300 万台，产业链形成上下游协同，构建了强大的供应链生态圈。2023 年公司存货周转天数加快 7 天，现金周转天数加快 5 天。

强化区域配置，组织活力本土化

为提升产品端到端经营能力，截止报告发布日，TCL 实业将全球市场划分为中国、北美、拉美、欧洲、亚太、中东非等八大区域，在关键岗位起用海外人才，通过强调专业和本地化协同，提升组织和运营能力；同时，建立全球用户服务中心，全面构建全球供应链、服务、物流合作生态。

⁷ 数据来源：GfK、Circana，2023 年零售量数据。

⁸ 数据来源：IDC，2023 年全球出货量数据。

3,000+ 万台

TCL 智屏全球年产能

5,300+ 万台

空冰洗产能



04

财务概要



财务概要

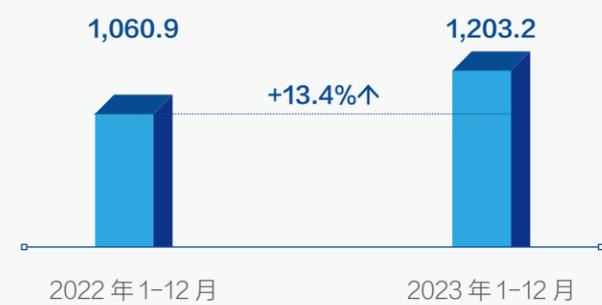
| | 2023.01-12 | 2022.01-12 | 增减变动 |
|----------------|------------|------------|----------|
| 营业收入 | 1,203.2 | 1,060.9 | 13.4% |
| 毛利额 | 243.4 | 203.2 | 19.8% |
| 毛利率 | 20.5% | 19.5% | 1.0 pct |
| 息税前营业利润 | 43.2 | 28.5 | 51.3% |
| 净利润 | 32.4 | 30.6 | 5.7% |
| 加权平均净资产收益率 (%) | 16.1 | 23.1 | -7.0 pct |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 92.5 | 57.0 | 62.3% |
| 现金周期 (天) | 22 | 27 | -5 |

单位：人民币亿元

| | 2023.12.31 | 2022.12.31 | 增减变动 |
|----------------------|------------|------------|---------|
| 总资产 | 1,196.2 | 1,037.3 | 15.3% |
| 总负债 | 986.1 | 843.9 | 16.9% |
| 资产负债率 (%) | 82.4% | 81.4% | 1.0 pct |
| 所有者权益总额 | 210.2 | 193.4 | 8.6% |
| 归属于母公司股东的所有者权益 | 69.9 | 67.5 | 3.5% |
| 归属于母公司股东的每股净资产 (元/股) | 1.0836 | 1.0467 | 3.5% |

单位：人民币亿元

营业收入
单位：人民币亿元



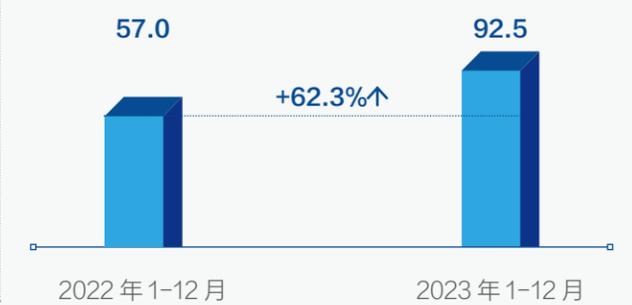
毛利额



息税前营业利润
单位：人民币亿元



经营活动产生的现金流量净额
单位：人民币亿元



05

管理层讨论与 分析



管理层讨论与分析

2023 年，尽管能源价格下降快于预期，欧美各国央行连续加息一定程度上缓解了通胀压力，然而由于地缘政治风险犹存以及其他不可预测因素，全球宏观经济增长仍充满不确定性。中国经济在新冠疫情后稳步增长，全年 GDP 增速达 5.2%，但仍存在消费需求不足，房地产行业低迷等风险隐患，叠加经济激励政策出台效果有待时日验证，国内经济进一步向好仍存挑战。

统观行业，包括彩电、空调、冰箱、洗衣机等在内的传统大型家电行业万亿元市场规模保持稳定。其中，彩电市场存在结构性改善机会，如大尺寸及 Mini LED 等在内的中高端电视需求增势显著，同时，随着全球面板产能向中资转移并集中，中资顶尖电视品牌市占率持续提升，未来有望借势进一步突破；空冰洗市场规模稳定但可挖掘空间仍较大，拥有品牌及渠道资源优势的企业有望进一步提升其市占水平。另一方面，新能源等新赛道呈高速增长发展态势，2023 年国内分布式光伏行业新增并网装机量同比增长 88.5% 至 96.3GW⁹。

⁹数据源：中国国家能源局网。

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，全球效率经营，科技驱动，活力至上”的发展战略，围绕产品、运营、营销、组织及协创五大方面能力建设，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，积极开拓创新业务新赛道，向“成为全球化经营的领先智能终端企业”这一目标迈进。

※ 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、智能商显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。

※ 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。

※ 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，在全球重要区域建立本地化经营，与全球合作伙伴共同打造共荣业务生态。

※ 缔造绿色未来

绿色环保、碳中和是可持续发展的安全网。TCL 实业秉持绿色发展理念，推动低碳经营，从绿色设计、绿色供应链、绿色制造、绿色包装、绿色物流、绿色营销与服务、绿色回收等维度全面建设低碳经营能力，并运用数字化技术提升低碳管理体系的效率。

TCL 实业拥有庞大的生产、销售、物流和服务网络，因此在自身减排实践的基础上，更重视绿色低碳供应链建设，我们将积极承担科技龙头企业的社会责任，大力投资“双碳”新赛道，全力打造“碳中和”生态圈。我们承诺，TCL 实业力争 2030 年前实现碳达峰、2050 年前实现碳中和。我们相信，碳中和是功在当下、利在千秋的事业，值得我们全力以赴。



2023 年业务回顾

2023 年，公司根据市场趋势开展了多项变革，以科技和人才驱动为导向，品牌引领、效率经营。我们始终聚焦智能终端核心业务，追求有质量的增长。报告期，公司实现营业总收入 1,203.2 亿元，同比增长 13.4%；毛利额 243.4 亿元，同比增长 19.8%；毛利率 20.5%，较上年同期提升 1 个百分点；经营现金净流量 92.5 亿元，同比增长 62.3%。实现现金流增幅 > 毛利额增幅 > 收入增幅的高质量增长。

1,203.2 亿元

营业总收入
↑ 13.4%

243.4 亿元

毛利额
↑ 19.8%

| 主营业务收入分产业列示 | 2023.01-12 | 2022.01-12 | 同比变动 |
|----------------------|------------|------------|-------|
| TCL 电子 | 711.4 | 614.5 | 15.8% |
| TCL 空调 | 240.9 | 201.9 | 19.3% |
| TCL 智家 ¹⁰ | 150.1 | 114.8 | 30.7% |
| TCL 环保科技 | 23.6 | 20.5 | 15.3% |
| 格创东智 | 14.5 | 12.6 | 15.7% |
| TCL 产业园 | 9.4 | 9.2 | 1.5% |
| TCL 金服 | 9.2 | 8.8 | 4.5% |

单位：人民币亿元

| 主营业务收入分区域列示 | 2023.01-12 | 2022.01-12 | 同比变动 |
|-------------|------------|------------|-------|
| 中国市场 | 478.6 | 380.8 | 25.7% |
| 海外市场 | 709.3 | 662.7 | 7.0% |
| 合计 | 1,187.9 | 1,043.5 | 13.8% |

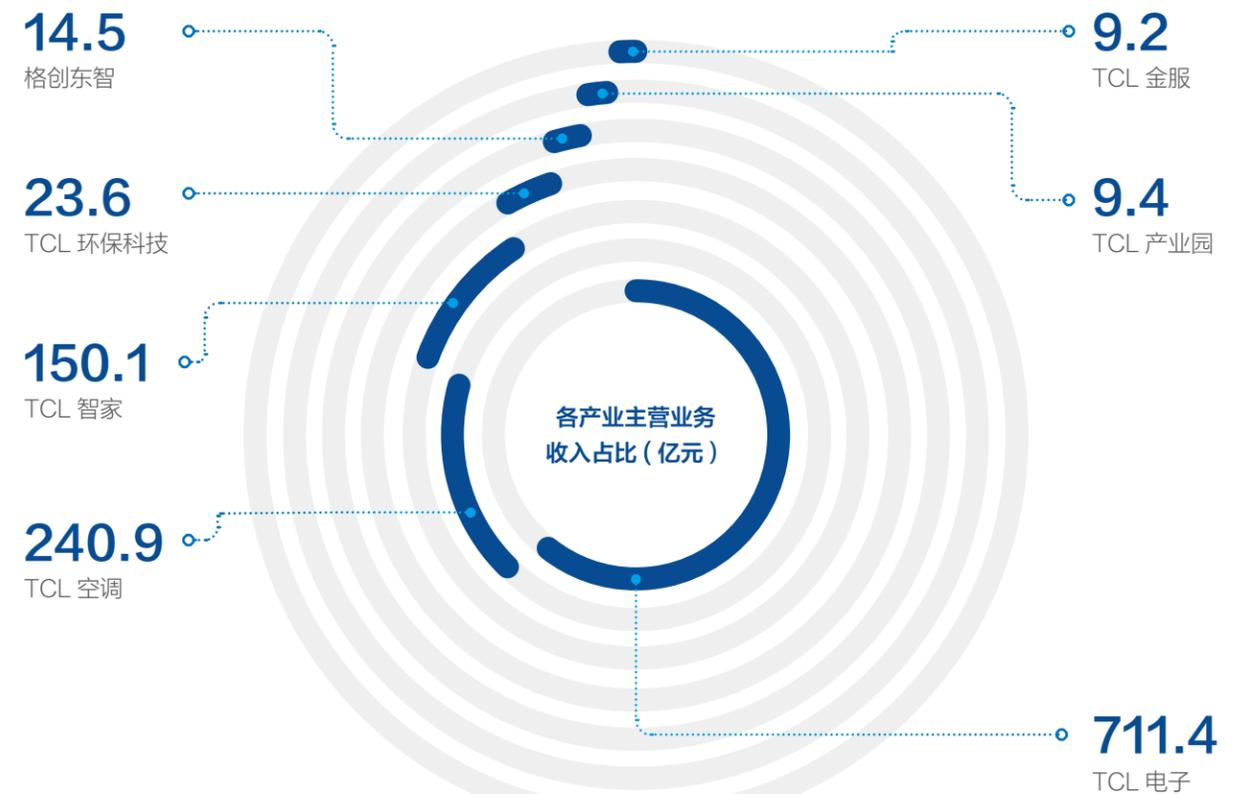
单位：人民币亿元

中国市场

聚焦全品类智能产品布局，高端化持续推进，市场渗透率持续提升，进一步深化产品结构升级，优化线上线下渠道，带动公司 2023 年全年中国市场主营业务收入大幅增长，同比提升 25.7% 至 478.6 亿元。

海外市场

力推全球本土运营，强化全球供应链体系能力，海外制造比例上升。通过加强全球工厂协同，进一步提升生产效率。海外市场整体实现主营业务收入 709.3 亿元，同比增长 7.0%。



¹⁰ TCL 智家（原奥马电器）于报告期内完成对合肥家电的收购，2023 年和 2022 年均含合肥家电的合并数据。

TCL 电子

面对充满挑战的外部环境，TCL 电子锚定“品牌引领价值，全球效率经营，科技驱动，活力至上”的战略方向，积极落实关键举措，持续提升包括产品、营销、运营、组织及协创在内的五大核心能力，以中高端与国际化运营策略深耕智能终端市场，成功实现多元化收入增长，经营质量稳步提升。报告期内，TCL 电子实现收入 711.4 亿元¹¹，同比增长 15.8%；归母净利润 7.5 亿元，同比增长 5.6%；得益于 TCL 智屏产品结构持续优化及“中高端 + 大屏”策略推动，TCL 电子 2023 年盈利能力显著提升，毛利同比增长 18.7% 至 136.9 亿元，毛利率提升至 19.2%。



显示业务市场领先地位稳固，科技引领实现量利同增

TCL 电子聚焦中高端市场，成功推出众多高品质和高性价比智屏产品以满足不同人群需求，各类产品备受市场青睐。报告期内，TCL 智屏全球出货量达 2,526 万台，同比逆势提升 6.2%，出货量市占率持续提升至 12.5%，稳居全球第二。其中，65 吋及以上 TCL 智屏出货量同比增长 35.5%，高端产品 TCL Mini LED 智屏全球出货量同比升幅也达至 180.1%，TCL Mini LED 智屏及量子点智屏在中国市场全渠道零售量及零售额均位居第一。

TCL 电子在智屏业务上持续突破，先后在全球范围内推出多款具备行业顶尖技术的 Mini LED 智屏，其中全球最大 115 吋 QD-Mini LED 智屏更搭载 20,000+ 级背光分区，创造了目前业内最高的背光分区数量及 XDR 5,000 尼特峰值亮度，极致还原每一帧电视画面细节，受到行业专家及消费者的一致好评。

711.4 亿元

TCL 电子实现收入

2,526 万台

TCL 智屏全球出货量

↑ **6.2%**

24.9 亿元

TCL 电子全球互联网业务收入

↑ **25.7%**

167.9 亿元

TCL 电子创新业务收入

↑ **86.7%**

¹¹ 数据来源：TCL 电子相关财务数据均为中国准则人民币数据。

积极发展垂直创新类及国际业务，全球互联网盈利能力稳健

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 24.9 亿元，同比提升 25.7%。作为 OTT 领域的创新者，TCL 电子推出了兼顾设计美学、创新技术及用户体验的智能屏幕系统“灵控桌面”，有效解决传统电视界面操作难等问题，进一步提升用户体验；同时，TCL 电子也推出了行业首个由 AI 大模型技术生成的定制内容栏目——“超级智绘”AI 故事集，通过创新技术高效赋能智能终端内容与交互。另外，TCL 电子积极发展海外业务，截至 2023 年 12 月底，内容聚合应用 TCL Channel 服务范围已覆盖在北美、欧洲、中南美洲、亚太地区的 60 个国家，用户数超 2,300 万。

创新业务蓬勃发展，成为推动业绩稳增的新引擎

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、分布式光伏等创新业务，报告期内，TCL 电子创新业务收入达 167.9 亿元，同比高增 86.7%。

在光伏业务方面，自 2022 年第二季度正式运营光伏业务以来，TCL 电子以成为“以用户为本、全球领先的分布式智慧能源解决方案服务商”为愿景，充分发挥产业协同优势，凭借完备的上游光伏产业链、丰富的金融合作伙伴资源、充沛的工商业项目储备，以及在国内多年来积累的渠道覆盖渗透优势，分布式光伏业务规模不断扩大。报告期内，TCL 电子光伏业务收入达 56.7 亿元，同比增长超 19 倍。目前业务已覆盖 20 个重点省市，年内新增工商签约项目超 70 个，新增经销商超 500 家，累计签约农户超 4 万户。在海外光伏市场方面，TCL 电子已实现产品落地，未来将力求尽快进入海外重点国家的头部光伏业分销商和安装商渠道，在全球范围内打造完整产品矩阵。

另外，雷鸟创新在国内推出消费级 AR 眼镜雷鸟 X2、X2 Lite、XR 眼镜雷鸟 Air 2 等新品，截至 2023 年底，雷鸟创新在国内消费级 AR 眼镜线上监测市场份额排名蝉联第一。

TCL 空调

TCL 空调始终坚持“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”为价值定位，以“让更多人轻松享受空气带来的健康绿色生活”为使命，建立千人研发队伍，布局“家用空调业务、商用空调业务、特种空调业务、上游延伸业务”四大核心业务，构建企业可持续发展的来源；坚持以技术创新推动行业进步，以新风空调引领空调行业第三代空调的发展，致力于成为用户值得信赖的健康空气管理、热泵和热能管理的领先品牌，取得了整体经营的大幅改善。2023 年实现主营业务收入 240.9 亿元，同比增长 19.3%。

经营业绩逆势增长，市场地位持续巩固

在全球市场需求低迷、行业增速放缓的复杂环境下，TCL 空调实现了超越行业的增长速度，全年销量 1,549 万台，同比增长 20.1%，全球排名稳居第四。据产业在线数据，2023 年全年行业增速 11.2%，TCL 空调内销累计出货 427 万台，同比增长 28.3%；海外累计出货 995 万台，同比增长 25.3%；在内销零售市场方面，据中怡康数据，截止第 52 周的行业线上同比增长 18.9%，线下下滑 5.6%，而 TCL 空调实现了线上零售额同比增长 25.2%，线下零售额同比增长 15.2%。

国际领先技术加持，品牌影响显著提升

2023 年，TCL 空调共获 528 项专利，并再添两项国际领先：高效节能静音新风技术和热泵运行节能技术。截止 2023 年 12 月，TCL 空调拥有七大国际领先技术，已构建智新风、智柔风、智省电三大产品矩阵，率先完成行业最全新风空调产品矩阵的布局，并连续三年斩获“新风领军品牌”。同时，在品牌业务方面，聚焦新风赛道，大力开展世界一流智能制造实力传播专项、策划新风音乐节品效联动等有影响力的大事件，品牌知名度显著提升。

智能制造全面启动，助力双碳高质发展

2023 年 3 月，TCL 空调武汉智能制造基地全面启动。该基地通过智慧园区系统及 6+1 工业互联网平台集成强大的数字孪生技术，打造智能制造示范基地，拥有黑灯工厂、先进实验室 16 个、数字化智能生产线 8 条、全球首条无尘新风空调专用生产线。基于绿色低碳理念，实现园区光伏全覆盖、海绵城市体智能水循环、废气智能处理，创造“零废工厂”。同时，在 2024 CES 上展出的 TCL 空调三联供（热泵）明星产品集采暖、制冷、热水于一体的智慧解决方案，助力全球碳中和，实现高质量可持续发展。

240.9 亿元
2023 年实现主营业务收入
↑ **19.3%**

1,549 万台
TCL 空调全年销量
↑ **20.1%**

528 项
TCL 空调共获专利



TCL 智家

2023 年，TCL 智家（原奥马电器）顺利完成了对合肥家电的战略收购，有效解决控股股东与 TCL 智家之间潜在同业竞争的同时，更显著提升了 TCL 智家的整体实力，优化了业务结构，丰富了产品矩阵。旗下奥马冰箱坚持“全球专业冰箱 ODM 供应商”的战略定位，聚焦冰箱与冷柜的精研，深度耕耘风冷技术，全力推进智能制造进程；合肥家电则聚焦中高端冰洗产品的创新研发与生产制造，积极推进全球化战略布局。

收入首破 150 亿大关 核心指标创历史新高

报告期，公司冰箱冷柜销量跃升至 1,419 万台，同比劲增 35.7%，洗衣机销量 256 万台，同比增长 19.2%。整体营业收入首次跨越 150 亿元，同比增长超 30%；归属于上市公司股东的净利润 7.9 亿元，同比增长近 70%。公司旗下产品奥马冰箱连续第 15 年蝉联中国冰箱出口量冠军¹²，连续第 16 年蝉联中国冰箱出口欧洲冠军¹³，荣获艾普兰金口碑等奖项，进一步巩固了其在国内乃至全球冰箱行业的领先地位。旗下 TCL 品牌冰箱和洗衣机国内销量均稳居行业前五¹⁴，TCL 超薄系列冰箱荣获深冷鲜储薄嵌先锋，TCL 双子舱洗衣机 Q10 摘取红顶提名奖，合肥家电在技术创新领域获多项成就。

150 亿元
2023 年整体营业收入跨越
↑ **30%**

1,419 万台
冰箱冷柜销量
↑ **35.7%**

256 万台
洗衣机销量
↑ **19.2%**

¹² 数据来源：产业在线
¹³ 数据来源：产业在线
¹⁴ 数据来源：产业在线

聚焦品质和中高端 持续打造爆品

报告期内，奥马冰箱发布多款旗舰新品，包括集高效节能与艺术外观于一体的 520 全嵌旗舰款冰箱，将生活美学与创新技术相融合；其次是拥有超大容量和卓越制冷效能的对开冰箱 705 极地岩系列，不仅满足消费者对于存储空间的需求，更体现奥马冰箱在技术创新和用户体验方面的不懈追求。合肥家电凭借在“薄嵌”技术上的持续研发投入，巩固该领域的技术领先地位，推出更具设计感和功能性的嵌入式冰箱产品，成功吸引了大量消费者的目光。2023 年，根据第三方统计数据，在国内嵌入式新品市场 TCL 冰箱品牌市场份额位居第二，单品第一。合肥家电在 2023 年第四季度通过双子舱·洗烘护集成机 T10 切入洗烘护集成机这一新兴赛道，其超薄全嵌、智慧柔烘、高颜值等特色获得了消费者青睐，上市后迅速占据线上洗干集成机细分市场销量榜首。

智能制造投产运行 ESG 评级攀升至“A”

2022 年投建的“奥马冰箱年产 280 万台高端风冷冰箱智能制造项目”一期工程于 2023 年 11 月顺利竣工并投入生产，进一步提升了 TCL 智家在高端风冷冰箱市场的竞争力。同时，通过 MES 制造执行系统，TCL 智家逐渐实现业务在线实时化、管理移动化、智能化、数字化，运营效率明显提升。在可持续发展方面，TCL 智家积极践行社会责任，注重环保，以扎实的经营数据和高质量发展战略，获得了 Wind ESG “A” 评级和财联社年度最具投资价值奖，进一步提升了社会形象，彰显了其在治理和社会责任方面的优秀表现。



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。2023 年，聚焦内部运营改善，加强产能布局，丰富客户结构，极致降本增效，提升盈利能力。

音箱可穿戴业务稳健增长，摄像头业务崭露头角

作为全球知名消费电子品牌的重要供应商，通力股份行业标杆地位明显。2023 年 Party Box、蓝牙音箱及 Soundbar 出货量均实现稳定增长；可穿戴业务亦呈持续增长态势，特别是中高端头戴耳机及真无线立体声蓝牙耳机。此外，摄像头产品作为新业务的增长点，通力股份正以多元化业务布局迎接市场新挑战。

精密技术能力获重大突破，一体化工厂优化产能布局

在精密制造方面，通过引领行业人才，加强技术研发，显著提升精密模具与微型电声技术，为 TWS 耳机整机业务提供坚实支撑，赢得行业头部客户赞誉。深入挖掘类湾区客户的部件及附件业务机会，形成精密制造、精密模塑、中小微电声等多模块协同的产品竞争力。同时，提高越南工厂产能利用率，推动生产自动化、数字化进程，增强精密制造能力。通过内部降本增效，不断优化生产效率，实现产能布局的全面优化。

加大研发创新力度，增强工程技术能力

通力股份深耕研发创新，布局惠州、深圳、西安及槟城（马来西亚）多地，协同优势资源，构筑智能互联工业平台。自主研发的真无线蓝牙耳机，降噪功能获市场好评。通力股份不断完善蓝牙 LE audio 技术布局，紧跟蓝牙无线技术创新步伐，实现低延时、低功耗、高码流音频，拓展万物互联产品结构，进一步持续推动智能制造的发展进程。



TCL 环保科技

TCL 环保科技围绕“聚焦资源循环利用，提供综合环境服务”的战略定位，以市场为引领、技术为驱动、价值为导向，努力实现在电器电子循环业务、危废处理处置业务、新材料与一般固废循环再利用及环境综合服务业务的细分领域领先。2023 年，面对经济增速放缓、市场需求低靡等严峻挑战，TCL 环保科技积极应对，逆势实现主营业务收入 23.6 亿元，同比增长 15.3%。

23.6 亿元
主营业务收入
↑ 15.3%



深挖需求，提升品级，增加溢价

在技术领域不断寻求突破，危废资源化业务铜盐产品产出率提升突破 92%，再生蚀刻液产出率增至 87%。杂盐资源化产品产量提升近 40%，达到 450 吨 / 月。电器电子循环业务方面，PCR 塑料再生技术通过多项品质认证；新材料业务研发硅泥资源化及锂电池再生技术，实现中试与量产验证；环境综合服务推进含氟污泥减量化技术，智慧环保编制多项技术指南并授权 5 项专利，并深挖客户需求，提升产品品级，实现产品溢价，展现强大技术实力与市场竞争力。

深耕市场，开拓客户，提升份额

危废资源化业务在惠州市市占率超 20%，黄冈市市占率超 60%，保持两城市占率第一的领先地位。报告期，危废收运量同比提升 51.1% 至 14.3 万吨，废水处置量同比提升 108.0% 至 200 万立方米，电器电子循环业务四机一脑拆解量达 476 万台，同比增长 8.6%，空调拆解最高产能突破 19 万台 / 月。新材料业务完成硅泥收运系统搭建。废水运营方面围绕水气为主的环保服务业务领域基本建立了设计、施工、验收、运营、回收的全覆盖能力。不断挖掘市场潜力，强化业务拓展，为持续发展奠定坚实基础。

提质增效，优化组织，极致降本

在运营上持续提质增效，危废资源化及电器电子循环业务通过优化生产降低成本，一般固废资源循环业务改进经营模式提升效率。同时，环境综合服务业务实现标准化运营，有效减少辅料消耗。注重组织优化，极致效率成本控制，确保各项业务稳健发展。

格创东智

格创东智具备深厚的制造业基因，是源自半导体的工业互联网领航企业，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。2023 年，泛半导体与新能源产业链发展格局复杂多变，客户对于数字化转型与智能制造的投资回报也提出了更高要求，格创东智积极应对外部环境挑战，优化产品与解决方案组合，开拓新市场、新机会，累计新签客户超过 450 个，交付超过 1,200 个数字化项目，持续提质增效赋能客户，实现主营业务收入 14.5 亿元，同比增长约 15.7%。

巩固泛半导体产业链竞争优势 获得客户与市场认可

格创东智深耕优势领域，持续在面板、芯片上下游行业攻坚，基于“生产 - 分析 - 预测”的全面视角，成功构建了智能工厂全栈国产化 CIM 解决方案，并成功交付红外芯片 IDM 工厂整厂解决方案、碳化硅封测厂整厂解决方案等十余个标杆案例。其中，QMS 质量管理体系获得业界广泛认可，产品技术实力跃居半导体行业第一。凭借对半导体智能制造的卓越贡献，格创东智荣获深圳半导体行业协会优质服务奖。这些成就不仅巩固了在泛半导体产业链的竞争地位，也为其在市场中的进一步发展提供了有力支撑。

产品策略再聚焦，精准投入强化产品力

聚焦相对竞争力建设，围绕 IT/OT 融合策略，持续完善智能制造、质量优化、设备集控、智能物流、能源双碳等产品和解决方案。通过吸纳优质研发团队、收购产品源代码、建立战略合作等举措在 12 吋半导体 MES、EAP、RTD 和 SPC 等关键半导体 CIM 产品上增强实力，联手战略客户共创共研，在半导体 AMHS、AOI 领域加速落子，进一步增强了从咨询规划到软硬综合系统实施落地的全栈式服务能力。报告期，东智工业应用智能平台整体技术实力再次获得国家级认可，在工信部双跨平台动态评价中稳居 Top10。

14.5 亿元

主营业务收入

↑ 15.7%

全力实现数字化经验跨行业推广 快速成长为新能源产业链智能制造领先厂商

依托对高度自动化行业生产、设备和质量管理需求的深刻理解，格创东智将目标客户群体从泛半导体产业链延展至光伏、锂电池、新能源汽车、3C 等细分行业，典型案例包括助力光伏晶片龙头企业搭建统一的自主化 MES 系统，帮助锂电正极材料龙头企业实现工艺数据驱动的智能产线管控，协助电池研发制造龙头企业实现能碳可视可知可控，基于“AI+ 机理”帮助新能源汽车整车厂实现高效设备故障诊断等。2023 年，凭借在人工智能、大数据、物联网等新兴信息技术领域的创新突破，格创东智荣膺高工金球奖“年度技术奖”。

TCL 产业园

面对宏观经济下行和房地产市场的持续“寒冷”，TCL 产业园积极调整组织架构和策略方向，全面降低投资和经营风险。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、房产投资、建设管理业务的持续发展。报告期内，实现主营业务收入 9.4 亿元，同比增长 1.5%。

强运营稳续租，稳定商务办公获利能力

在商务办公领域积极应对市场变化，通过灵活调整租赁政策，实现新租面积 2.7 万平方米，平均出租率提升至 93.8%。深圳 TCL 国际 E 城和 TCL 大厦项目出租率均保持高位。同时强化运营管理，主动进行租约重构和续租谈判，全年累计续租面积 9.0 万平方米。此外，通过提质增效措施，削减支出，进一步优化业务结构。

清库存慎投资，加速地产业务资金回流

在房产投资领域，采取降价清库存策略，全年回笼权益资金 7.1 亿元。面对房地产行业的困境，TCL 产业园审慎投资，战略性撤退，保全实力。通过精准把握市场脉搏，等待有利时机，为未来的发展做好十足准备。

降成本去库存，降低工业物流经营风险

面对市场环境低迷，在工业物流领域采取了一系列应对措施。通过暂缓投资、开展降本增效专项工作以及积极去库存，有效降低了经营风险。惠城 2 期项目延迟开工，各项目共削减支出约 1.3 亿元。合肥 1 期、光明项目等均超额完成去化目标，展现出较好的市场应对能力。

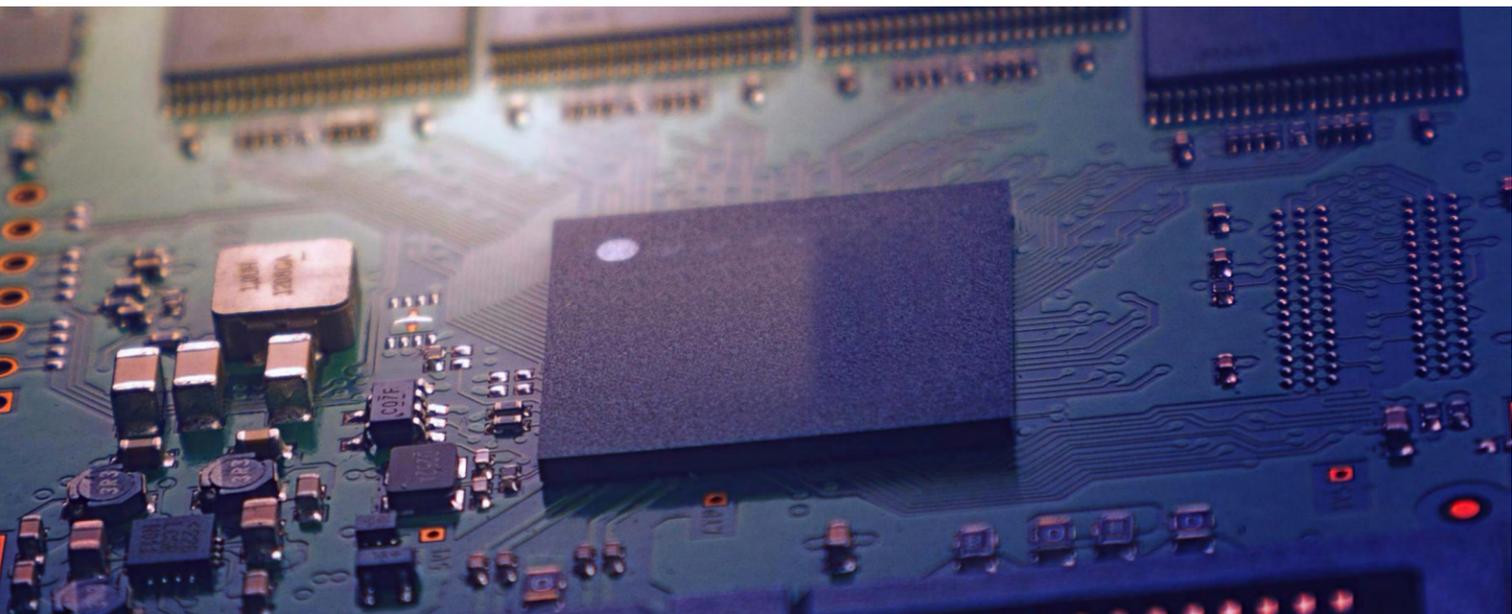
提质量保安全，加强建设管理业务成效

在建设管理领域，注重提升项目质量、保障安全施工，积极开展降本增效工作。通过优化组织管理，实现了项目动态成本控制率的显著提升，并成功交付了多个新建项目。同时，通过设计优化和商务竞价等措施，助力企业工程降本约 2.6 亿元，为提升整体竞争力奠定了坚实基础。

9.4 亿元

主营业务收入

↑ 1.5%



TCL 金服

TCL 金服是依托产业经营场景，携手银行等优质金融伙伴，为产业生态圈实体中小微企业及家庭提供金融服务的供应商。整体业务聚焦供应链金融科技，发展路径清晰，业务规模快速增长。2023 全年实现主营业务收入 9.2 亿元，同比增长 4.5%。

发展交易科技业务实现快速增长

聚焦经营好存量客户，积极拓展合作银行份额，并全力突破价值大客户，以不断创新产品为动力，打造运营核心竞争能力。截至 2023 年 12 月末，供应链金融业务蓬勃发展，简单汇平台已为超过 6.2 万家企业提供高效便捷服务，累计交易规模突破 1.3 万亿元，稳固行业领先地位。同时，应收账款债权凭证业务（金单）尤为突出，融资余额较年初增长 83.0%。

深耕产业生态圈提升服务成效

TCL 金服优化资产配置，聚焦光伏、保险、运营商等主赛道，积极开拓新收入来源。深耕产业生态圈，不断创新金融产品，成功孵化出跨境供应链（金单）融资和弱确权供应链（银单）融资等多元化解决方案。坚持以市场为导向，以客户为中心，不断优化服务流程，提升服务质量，共同推动行业持续健康发展。以融资促进产业发展，以融资推动销售增长，不断提升企业服务成效。

调整金融业务结构严格把控风险

调整转型，做好大类资产配置。金单融资、光伏融租等产品持续深耕拓展，普惠金融产品顺应形势调整结构，产业金融发展方向进一步明确。其中，普惠商贷业务适时调整，新拓上海北京区域，聚焦一线城市，退出并压缩二三线城市业务；探索政策支持的商用车险分期及农业险分期业务，取得不错成效。进一步提升低风险优质场景业务占比，加大贷后催收及资产处置力度，业务整体不良率持续大幅优于同业，资产质量得到严格把控。

加快绿色发展理念获行业高度认可

积极推动绿色供应链金融产品创新，深化普惠金融中的绿色理念，吸引外部 ESG 长期资金支持。同时，高度重视合规经营，与监管及知名机构保持良好沟通。简单汇荣获广东省专精特新企业，广州市第二批隐形冠军企业、毕马威中国领先金融科技 50 企业、绿色可持续发展贡献奖等诸多奖项，获得行业高度认可。

9.2 亿元

主营业务收入

↑ 4.5%

6.2+ 万家

企业提供高效便捷服务

资本运作与回顾

TCL 实业从总体战略出发，秉持稳健理念开展资本运作，优化产业结构，提升整体价值。

※ 出售智屏产业内蒙制造基地，深化高端大屏化战略

2023 年 5 月，TCL 实业旗下子公司 TCL 王牌电器（惠州）有限公司（以下简称“惠州王牌”）与 TCL 中环下属子公司内蒙古中环晶体材料有限公司（以下简称“内蒙古中环”）签署股权转让协议，惠州王牌出售其全资子公司内蒙古 TCL 光电科技有限公司（以下简称“TCL 光电”）100% 股权，转让对价为 1.4 亿元人民币。本次交易旨在推动 TCL 实业“高端 + 大屏化”战略落地，进一步改善产品结构，优化产能利用率，提升经营质量，提升 TCL 实业整体股东回报。

※ 出售参股公司泰和电路股权，进一步聚焦主营业务

2023 年 5 月，TCL 实业旗下 TCL 数码科技（深圳）有限责任公司（以下简称“TCL 数码科技”）将其全部持有的参股公司泰和电路科技（惠州）有限公司（以下简称“泰和电路”）20% 股权以人民币 1.0 亿元转让给天津普林电路股份有限公司（以下简称“天津普林”），同时，天津普林以人民币 3.2 亿元对泰和电路进行增资并获得新增注册资本约人民币 5,694 万元，以扩大其生产及业务规模。本次交易完成后，天津普林将持有泰和电路 51% 股权。本次出售联营公司股权，有效实现投资退出，优化产业结构和投后管理，获得投资回报，改善现金流。

※ TCL 智家现金收购合肥家电消除同业竞争，强化管理协同

2023 年 10 月，TCL 实业与旗下控股上市公司广东奥马电器股份有限公司（已更名为广东 TCL 智慧家电股份有限公司，证券简称变更为“TCL 智家”）签署协议，以人民币 3.3 亿元将全资子公司 TCL 家用电器（合肥）有限公司（以下简称“合肥家电”）100% 股权转让给 TCL 智家，旨在消除合肥家电与 TCL 智家存在的潜在同业竞争。本次交易显著提升了上市公司 TCL 智家的资产、收入规模和盈利能力，实现主营业务进一步拓展。同时，在冰箱业务基础上新增洗衣机业务，产品结构更加多元，分散整体经营风险，有利于形成更为稳定的盈利模式，强化管理协同，增强持续经营能力。

※ 通力股份 IPO 过会，有望进一步提升市场地位

通力股份在监管审核中进展顺利，2023 年 6 月通过证监会注册准备会，7 月通过深交所上市委员会，11 月向证监会递交注册稿，待通力股份登陆 A 股资本市场，将有望进一步丰富其融资渠道，为未来快速发展提供资金支持，降低财务风险。同时，提升其在资本市场的影响力，增强核心竞争力，进一步提升市场地位。截至 2023 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。

研究与创新

2023 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。2023 年研发投入 40.9 亿元。

※立足显示画质战略，多维度提升显示技术能力

围绕智屏画质核心能力，巩固技术先发优势

持续演进 Mini LED 的技术应用，全球首发 20,000+ 级分区方案、六晶方芯技术等保持行业领先；在结构和设计上进行超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；安桥 6.2.2 Hi-Fi 音响和整机形态领先国内友商一代。通过适度提高亮度和对比度，优化色彩表现能力，获得德国莱茵 TÜV 真实视觉体验认证；凭借显示器对色彩的精准还原等领先技术，荣获潘通色彩认证，TCL 成为中国第一家获得潘通色彩认证的电视品牌；智屏芯片技术能力提升，SoC、PMIC、AMIC，拥有 TCL 自主知识产权；智能画质引擎 (TXR) 技术突破，正式进入测试阶段，真正引领电视行业进入强 AI 算法和人工智能思维的新时代。

推进 Mini LED 技术迭代，占领显示技术高地

通过 LED 芯片、透镜、驱动、LD 算法等构建 Mini LED 断裂点；集团内高效协同，从显示器件本身出发挖掘突破的机会点；专利布局、自建产线形成 knowhow。攻关了通过微纳光引擎核心架构开发，实现全球领先的双 5000 指标的同时，大幅度降低了 Mini LED 显示成本，做到成本远低于竞争对手，技术方案持续领先对手一代。搭载 14112 级分区、XDR 6500nits 峰值亮度的 X11H 系列进入量产，获得了市场验证，支撑了 Mini LED 画质的核心竞争力，满足了用户对高端画质的需求。TCL Mini LED 智屏获得包括欧洲影像协会 EISA 大奖，CES 显示创新大奖等国内外多项大奖的垂青。

强化画质引擎，实现主观画质效果领先

以用户为中心，聚焦观影、游戏、轻办公的差异化场景，通过 LD 自研 IP、AI 画质增强、全向视角 IP 集成入定制芯片，构建画质技术控制点，实现画质巅峰，获得 Digitaltrends 测评机构“整体控光水平几乎和 OLED 一样好”的好评，突破北美极具影响力的 AVS Forums、Reviewed.com、Digital Trends 等测评机构的 Editor's Choice 奖项。

积极维护显示技术生态，引领 Mini LED 行业标准

截止 2023 年底 TCL Mini LED 技术已修订了国家标准 8 份，行业标准 18 份，推荐标准 10 份，超高清联盟标准 4 份，是 Mini LED 领域的行业标准奠基者。

40.9 亿元

2023 年研发投入

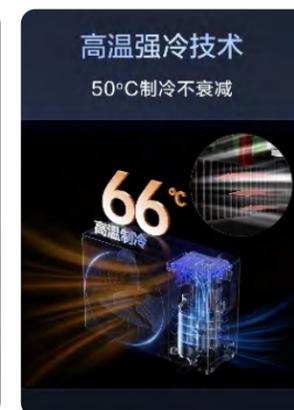
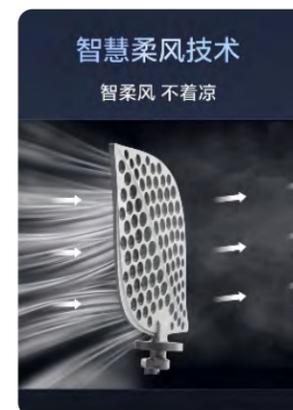
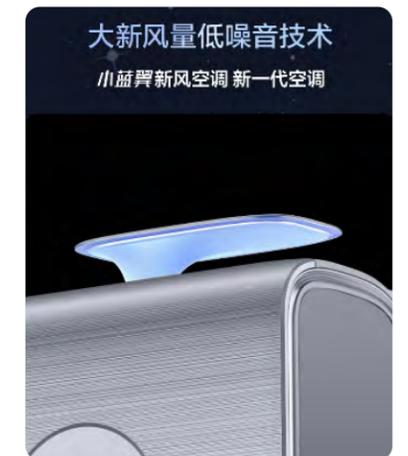
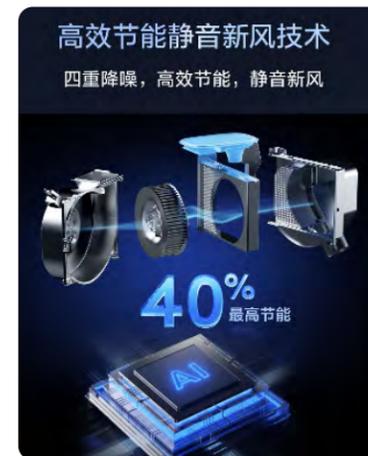


※围绕健康节能的战略，空冰洗研发创新成效显著

TCL 空调——高效节能静音新风技术和热泵运行节能技术获得国际领先认证

TCL 空调高效节能静音新风技术，实现了吸风、排风、内循环三种模式协同，解决了室内空气难以同时满足洁净、恒温、恒湿、氧含量不降低的难题。该项目技术难度大、创新性强，其中低噪音大新风量技术和自由工况下大数据模型预测节能技术达到了国际领先水平，解决了新风空调新风量小、噪声大、音质差、舒适体验不佳、不智能等行业难题，从热舒适、声舒适、空气品质舒适三个维度，全面提升用户使用体验。

TCL 空调的热泵运行节能技术，实现了大热惰性负载辨识与自寻优热泵制冷剂 / 水联控综合节能控制。该项目技术难度大、创新性强，大热惰性负载辨识与自适应空气源热泵制冷剂侧节能控制技术、多品位供热热水侧需求预测与自主学习节能控制技术、制冷剂 / 水耦合联动均衡决策与寻优节能控制技术达到了国际领先水平。



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

零缝隙嵌入

如果生活有尺度 那应该是严丝合缝

正看无缝隙全嵌，侧看超薄机身与橱柜齐平，轻松隐匿于家居之中，是融合一体，也是互相成就。



分子保鲜科技双国际领先加持，持续构建全食材、全空间、全场景行业领“鲜”解决方案

在冰箱健康保鲜领域持续探索，分子保鲜科技创新性的通过生物磁场技术+温湿度精控技术，1+1+X 技术组合的不断进阶，从分子保鲜到“分子保鲜+”，从冷藏果蔬类到过冷畜禽水产类，从解决食材保鲜期到食材营养品质保鲜升级，持续构建全食材、全空间、全场景的行业领“鲜”解决方案。

为了充分发挥资源整合优势，持续构建健康保鲜技术控制点，解决用户对食材保鲜的本质诉求，TCL 冰箱与江南大学、华南理工大学、安徽工业大学等高校在保鲜研究上建立科研战略合作关系，并同江南大学联合成立“TCL-江南大学保鲜技术创新联合实验室”，建立冰箱全空间营养保鲜应用和全品类食材研究，对食材健康保鲜的多维技术研究、食材保鲜品质评价体系构建、智能感知与识别、食材保鲜数据库建立、冰箱保鲜技术趋势分析与规划等方向进行深入研究和长期布局。搭载“分子保鲜科技”的 TCL 格物系列、薄嵌系列冰箱取得优异的市场表现和商业成功，获得消费者信赖与良好反响。

薄嵌技术突破，成功打造行业现象级爆品

TCL 薄嵌冰箱为了解决用户关注的嵌装不凸出、空间散热、容积利用最大化、开关门拿取食材的便利性等痛点需求，做了大量的技术攻关：得益于嵌入式铰链和底部散热的设计，实现冰箱嵌入所需的预留间隙缩小到行业最小的 0.1 厘米，大大提升家居设计的一体化观感，使其能够 90° 自由开合，取放物品十分自如。

TCL 洗衣机——聚焦健康洗护、洗净、节能等技术方向

以健康、烘干、节能为核心，聚焦在免污技术、热泵技术、洗护性能优化提升等方向深入研究。全域免污技术，通过超大筒径设计、6D 提升筋和海波纹内筒三大技术加持，实现了 1.2 的行业最高洗净比。通过内仓免污水封舱设计+外筒采用光滑内壁设计，结合活水门封喷淋，智能调节免污洗时间。同时引入滚筒洗衣机 TPE 全塑门封技术。对固体污垢免除率和微生物免除率均达到 1 级水平。

通过技术生态合作，引入无电解变频技术和单芯片双变频技术，有效克服了浪涌能力恶化，骚扰功率恶化，双电机信号采样干扰等技术难点，支撑双筒和洗烘一体平台的可靠性提升。



※探索智能化场景应用，AI、IoT 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

TCL 在 AI 语音方面持续夯实平台能力，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。

TCL 实业在可穿戴设备中首次应用大模型技术，标志着智能眼镜行业的一次开创性进步。这一创新不仅增强了实时信息获取和交互能力，也象征着智能可穿戴技术新纪元的开始。TCL 进一步巩固了其技术领导地位，巧妙地将知识图谱与大型语言模型结合，建立了全面的内部产品知识库。该战略举措驱动了 TCL+ APP 智能助手的成功上线，使 TCL 成为国内首批正式注册大模型算法的家电制造商之一。

此外，TCL 还推出了基于大型语言模型的智能代理平台。该平台促成了 300 多个智能代理的创建，满足了从客户服务和任务执行到数据分析的广泛需求，使用户能够轻松创建完全符合其特定需求的智能代理。

在空调整能领域，TCL 利用其自主研发的超省电 AI 大数据模型算法，实现了行业领先的 40% 的能效提升。

积极推动国内外互联互通的行业标准与生态能力建设

TCL 实业作为 3GPP/IEEE/SparkLink/OLA/Matter 等多个技术标准组织重要成员单位，围绕全场景智能家居，积极推进面向下一代通信技术、空天地物联网技术、人工智能+等方面的技术研究探索与标准化工作，牵头 3GPP/IEEE/SparkLink 等多项行业权威标准制定，得到产业的广泛认同。同时 TCL 作为视频显示 TV 产品领域的领先者，积极推进在 JVET/AVS 等行业权威标准组织，并围绕超高清视频、3D 视频、沉浸式视频、AI+ 视频编解码等方向的下一代技术标准研究与标准制定工作。未来，TCL 实业将在现有的 50 多家合作伙伴的基础上进一步联合业界厂商共同探索面向未来在连接能力、视频编解码能力、人工智能+等多个领域的技术标准突破，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。

风险要素

2023 年，全球经济增速表现平稳，中国经济增速虽稳步增长，但仍存在消费需求不足、房地产行业低迷等风险。公司严格按照各项法律法规的要求，持续优化治理结构，完善内部控制体系，不断提升风险防控能力，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、出口管制和制裁、隐私保护、反商业贿赂、商业秘密等风险，以及由于政治不确定性带来的风险。

公司始终致力于合规文化和合规管理能力建设，明确了由各业务单位、各合规风险领域专业管理部门、审计部门组成的合规管理三道防线，确保有效防范、监控、应对合规风险。

基于管理层的要求，公司建立了全面合规管理体系，在合规管理委员会指导下，在组织、制度、运行机制、监督考核、系统建设、文化培育等方面进行全面建设规划和推动。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。

※ 供应链风险

2023 年中国出口整体呈 N 型走势，上半年在积压订单释放的影响下，出口同比增速短暂回正，下半年随着外需持续走弱，出口增速再度转负。年末两个月，在上年同期低基数效应的支撑下，同比增速重回 0 以上。2024 年虽然有全球经济下行的不利因素，但我国出口市场占有率将较为稳定，利好因素包括与“一带一路”国家经贸不断深入、区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）全面实施加深与东南亚国家经贸关系、全产业链体系有效支撑系统性供给能力、以机电出口产品为主的中高端制造业继续发力等等。另外，在人民币升值态势初现、中东紧张局势升级、相关行业进入主动补库存周期的情况下，大宗商品价格易涨难跌，出口价格企稳回升。

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，拓展端到端深入发展合作。确保在快速变化的市场及客户竞争压力下，公司供应链仍具柔韧性，构建以用户为中心的安全、高效、敏捷、绿色的全球集成供应链，支持公司业务的长远健康发展。

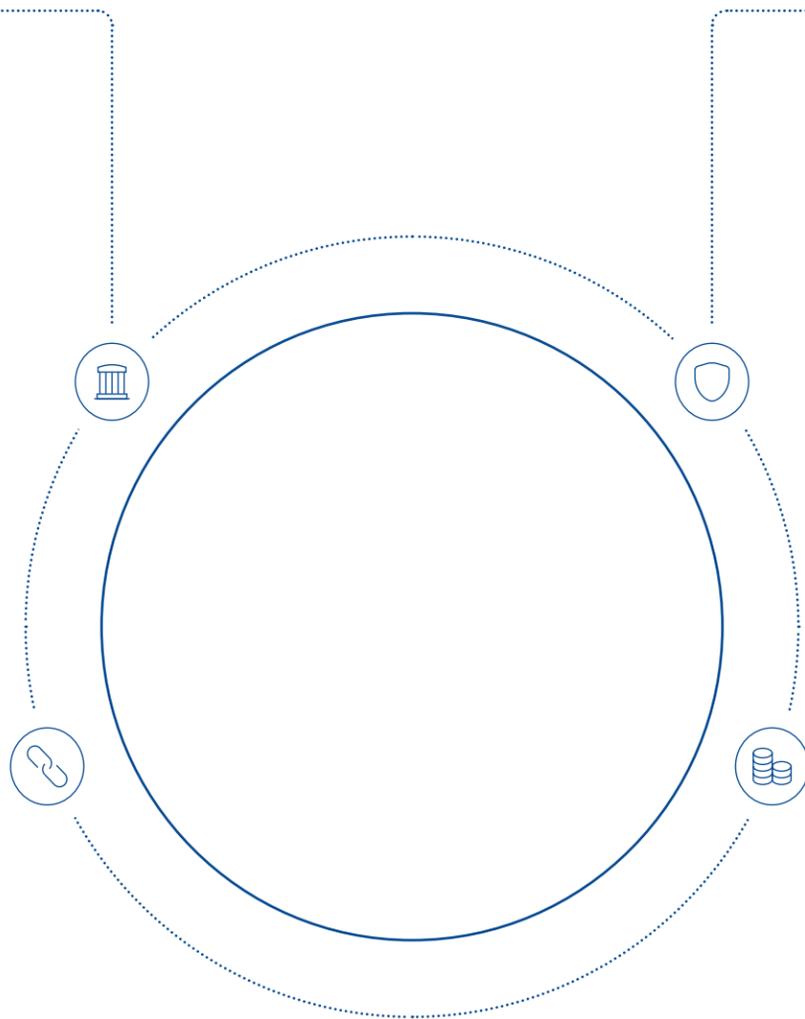
※ 流动性风险

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 2023 年 12 月 31 日，公司资产负债率为 82.4%，同比增长 1 个百分点；有息负债率 21.8%，同比下降 2.7 个百分点；公司有息负债余额为 260.5 亿元，其中 1 年以内到期 122.3 亿元，1-2 年到期 29.7 亿元，2-5 年到期 89.0 亿元，5 年以上到期 19.6 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，2023 年公司外销收入占公司整体收入约 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。2023 年在世界主要经济体货币政策分歧和疫情后经济复苏节奏不一，以及通胀危机、地缘战争等多重因素冲击下，外汇市场多个货币出现大幅波动情况，其中：美联储年内累计完成 4 次加息共 100bps 使目标利率上调至 5.25%-5.5%，为近二十年高峰；美元兑人民币年内最大波动达 9.6%、欧元兑美元年内最大波动达 7.3%。

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。由于美元利率居高不下，企业美元融资成本高企，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。



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）

（2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日止）

| 一、财务报告目录 | 页次 |
|------------|-------|
| 1. 合并资产负债表 | 46-47 |
| 2. 合并利润表 | 48 |
| 3. 合并现金流量表 | 49-50 |

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

（人民币千元）

| 资产 | 期末余额 | 期初余额 |
|----------------|--------------------|--------------------|
| 流动资产 | | |
| 货币资金 | 15,675,984 | 14,132,907 |
| 交易性金融资产 | 5,202,528 | 2,675,439 |
| 衍生金融资产 | 217,492 | 690,857 |
| 应收票据 | 2,282,525 | 2,136,637 |
| 应收账款 | 22,572,100 | 18,328,600 |
| 应收款项融资 | 3,880,416 | 2,429,490 |
| 预付款项 | 1,089,755 | 1,358,033 |
| 其他应收款 | 7,552,498 | 6,165,607 |
| 存货 | 17,541,274 | 14,697,363 |
| 合同资产 | 111,562 | 27,913 |
| 持有待售资产 | - | - |
| 一年内到期的非流动资产 | 111,562 | 27,913 |
| 其他流动资产 | 8,364,404 | 7,434,603 |
| 流动资产合计 | 84,490,538 | 70,077,449 |
| 非流动资产 | | |
| 发放贷款及垫款 | 752,015 | 1,200,021 |
| 债权投资 | 1,212,867 | 764,701 |
| 长期应收款 | 934,160 | 572,279 |
| 长期股权投资 | 4,082,000 | 4,134,405 |
| 其他权益工具投资 | 1,036,917 | 1,185,131 |
| 其他非流动金融资产 | 1,330,649 | 2,732,473 |
| 投资性房地产 | 5,772,934 | 5,922,766 |
| 固定资产 | 9,389,974 | 7,294,890 |
| 在建工程 | 1,360,093 | 1,811,167 |
| 使用权资产 | 1,754,168 | 951,777 |
| 无形资产 | 1,949,182 | 1,790,368 |
| 开发支出 | 278,870 | 289,570 |
| 商誉 | 2,914,020 | 2,888,998 |
| 长期待摊费用 | 689,790 | 685,730 |
| 递延所得税资产 | 722,101 | 645,934 |
| 其他非流动资产 | 951,815 | 782,048 |
| 非流动资产合计 | 35,131,555 | 33,652,258 |
| 资产总计 | 119,622,093 | 103,729,707 |

法定代表人：杜娟 CEO：杜娟 CFO：彭攀

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 | 9,987,138 | 9,772,253 |
| 交易性金融负债 | - | - |
| 衍生金融负债 | 114,144 | 302,569 |
| 应付票据 | 8,550,864 | 7,742,500 |
| 应付账款 | 31,052,124 | 24,001,024 |
| 预收款项 | 384,191 | 389,019 |
| 合同负债 | 3,526,744 | 3,559,508 |
| 卖出回购金融资产款 | 769,214 | 504,439 |
| 应付职工薪酬 | 3,674,885 | 3,112,087 |
| 应交税费 | 1,002,468 | 776,901 |
| 其他应付款 | 19,638,158 | 15,849,483 |
| 一年内到期的非流动负债 | 2,589,133 | 3,288,153 |
| 其他流动负债 | 1,430,411 | 1,053,012 |
| 流动负债合计 | 82,719,474 | 70,350,948 |
| 长期借款 | 13,167,979 | 11,972,433 |
| 租赁负债 | 1,456,079 | 741,196 |
| 长期应付款 | 93,726 | 289,143 |
| 长期应付职工薪酬 | 47,737 | 40,861 |
| 预计负债 | 273,215 | 337,882 |
| 递延收益 | 107,532 | 137,257 |
| 递延所得税负债 | 484,958 | 484,317 |
| 其他非流动负债 | 258,022 | 32,323 |
| 非流动负债合计 | 15,889,248 | 14,035,412 |
| 负债合计 | 98,608,722 | 84,386,360 |
| 所有者权益（或股东权益）： | | |
| 股本 | 3,225,000 | 3,225,000 |
| 资本公积 | 509,547 | 504,448 |
| 其他综合收益 | (1,500,090) | (1,183,446) |
| 盈余公积 | 182,122 | 130,617 |
| 专项储备 | 244 | 488 |
| 一般风险储备 | 54,339 | 506 |
| 未分配利润 | 4,517,812 | 4,074,857 |
| 归属于母公司股东权益 | 6,988,974 | 6,752,470 |
| 少数股东权益 | 14,024,397 | 12,590,877 |
| 股东权益合计 | 21,013,371 | 19,343,347 |
| 负债和股东权益总计 | 119,622,093 | 103,729,707 |

法定代表人：杜娟 CEO：杜娟 CFO：彭攀

合并利润表
（人民币千元）

| | 本期金额 | 上期金额 |
|---------------|------------------|------------------|
| 一、营业总收入 | 120,321,916 | 106,086,484 |
| 减：营业总成本 | 115,850,763 | 102,398,307 |
| 其中：营业成本 | 95,761,447 | 85,494,610 |
| 税金及附加 | 748,940 | 687,854 |
| 销售费用 | 10,264,565 | 8,997,835 |
| 管理费用 | 4,758,523 | 4,068,847 |
| 研发费用 | 4,087,137 | 4,005,346 |
| 财务费用 | 230,151 | (856,185) |
| 其中：利息费用 | 1,603,929 | 1,346,586 |
| 利息收入 | 989,028 | 769,500 |
| 加：其他收益 | 786,180 | 727,258 |
| 投资收益 | 27,644 | (470,125) |
| 汇兑损益 | | |
| 净敞口套期收益 | (27,114) | - |
| 公允价值变动收益 | (203,887) | 275,580 |
| 信用减值损失 | (475,489) | (143,413) |
| 资产减值损失 | (488,747) | (299,359) |
| 资产处置收益 | 920 | (7,271) |
| 二、营业利润 | 4,090,660 | 3,770,847 |
| 加：营业外收入 | 188,297 | 106,005 |
| 减：营业外支出 | 189,523 | 166,262 |
| 三、利润总额 | 4,089,434 | 3,710,590 |
| 减：所得税费用 | 854,175 | 648,793 |
| 四、净利润 | 3,235,259 | 3,061,797 |
| （一）按经营持续性分类 | | |
| 持续经营净利润 | 3,235,259 | 3,061,797 |
| 终止经营净利润 | - | - |
| （二）按所有权归属分类 | | |
| 归属于母公司所有者的净利润 | 1,106,860 | 1,480,638 |
| 少数股东损益 | 2,128,399 | 1,581,159 |

法定代表人：杜娟 CEO：杜娟 CFO：彭攀

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 | 121,836,275 | 111,787,877 |
| 收到的税费返还 | 4,637,303 | 4,176,117 |
| 收到的其他与经营活动有关的现金 | 3,086,316 | 4,572,720 |
| 经营活动现金流入小计 | 129,559,894 | 120,536,714 |
| 购买商品、接受劳务支付的现金 | 95,201,678 | 90,604,794 |
| 支付给职工以及为职工支付的现金 | 12,237,259 | 11,580,943 |
| 支付的各项税费 | 3,907,194 | 3,435,954 |
| 支付的其他与经营活动有关的现金 | 8,961,804 | 9,213,952 |
| 经营活动现金流出小计 | 120,307,935 | 114,835,643 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 9,251,959 | 5,701,071 |
| 二、投资活动产生的现金流量： | | |
| 收回投资收到的现金 | 13,236,049 | 18,305,375 |
| 取得投资收益收到的现金 | 287,323 | 585,407 |
| 处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额 | 54,740 | 50,557 |
| 处置子公司及其他营业单位收到的现金净额 | 155,526 | 196,975 |
| 收到其他与投资活动有关的现金 | 720,339 | 988,570 |
| 投资活动现金流入小计 | 3,220,446 | 3,299,729 |
| 购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金 | - | 8,894 |
| 投资支付的现金 | 330,117 | 314,699 |
| 取得子公司及其他营业单位支付的现金净额 | 19,835,892 | 24,872,761 |
| 支付的其他与投资活动有关的现金 | 330,117 | 314,699 |
| 投资活动现金流出小计 | 19,835,892 | 24,872,762 |
| 投资活动产生的现金流量净额 | (5,381,915) | (4,745,877) |

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 | 187,889 | 1,180,552 |
| 取得借款收到的现金 | 28,456,765 | 26,848,117 |
| 收到其他与筹资活动有关的现金 | 1,643,678 | 4,411,570 |
| 筹资活动现金流入小计 | 30,288,332 | 32,440,239 |
| 偿还债务支付的现金 | 27,981,887 | 28,190,820 |
| 分配股利、利润或偿付利息所支付的现金 | 3,144,774 | 2,796,068 |
| 其中：子公司支付给少数股东的股利、利润 | 979,731 | 890,781 |
| 支付其他与筹资活动有关的现金 | 1,389,584 | 2,984,968 |
| 筹资活动现金流出小计 | 32,516,245 | 33,971,856 |
| 筹资活动产生的现金流量净额 | (2,227,913) | (1,531,617) |
| 四、汇率变动对现金及现金等价物的影响 | 132,317 | 271,325 |
| 五、现金及现金等价物净增加额 | 1,774,448 | (305,098) |
| 加：年初现金及现金等价物余额 | 12,808,276 | 13,113,374 |
| 六、期末现金及现金等价物余额 | 14,582,724 | 12,808,276 |

法定代表人： 杜娟 CEO： 杜娟 CFO： 彭攀

法定代表人： 杜娟 CEO： 杜娟 CFO： 彭攀

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 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 环保科技 | 指 | TCL 环保科技股份有限公司 |
| 格创东智 | 指 | 格创东智科技有限公司 |
| TCL 产业园 | 指 | TCL 科技产业园有限公司 |
| TCL 金服 | 指 | TCL 金服控股（广州）集团有限公司 |
| 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 |
| 通力股份 | 指 | 通力科技股份有限公司 |
| 简单汇 | 指 | 简单汇信息科技有限公司（珠海）有限公司 |
| TCL 中环 | 指 | TCL 中环新能源科技股份有限公司，为深圳证券交易所上市公司，股票代码：002129.SZ |
| 惠州王牌 | 指 | TCL 王牌电器（惠州）有限公司 |
| 内蒙古中环 | 指 | 内蒙古中环晶体材料有限公司 |
| TCL 光电 | 指 | 内蒙古 TCL 光电科技有限公司 |
| TCL 数码科技 | 指 | TCL 数码科技（深圳）有限责任公司 |
| 泰和电路 | 指 | 泰和电路科技（惠州）有限公司 |
| 天津普林 | 指 | 天津普林电路股份有限公司，为深圳证券交易所上市公司，股票代码：002134.SZ |
| 通力电子（香港） | 指 | 通力电子科技（香港）有限公司 |

汇率

| 人民币 / 港币 | 2023 年 1-12 月 | 2022 年 1-12 月 |
|----------|------------------|------------------|
| 平均汇率 | 0.9010 | 0.8628 |
| 人民币 / 港币 | 2023 年 12 月 31 日 | 2022 年 12 月 31 日 |
| 期末汇率 | 0.9064 | 0.8933 |

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 9 楼
电话：4008-123456
信箱：4008123456@tcl.com

www.tcl.com