

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告之內容概不負責，
對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就本公告全部或任何部
份內容而產生或因倚賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。



TCL ELECTRONICS HOLDINGS LIMITED

TCL 電子控股有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：01070)

業績公告

截至2023年6月30日止六個月

TCL電子控股有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然公告本公司及其附屬公司(合稱「本集團」)截至2023年6月30日止六個月之未經審核綜合業績及財務狀況，連同2022年同期之比較數字。

財務摘要

	截至6月30日止六個月		變動
	2023年 (未經審核) 百萬港元	2022年 (未經審核) 百萬港元 (經重列)	
收入	34,916	33,679	3.7%
毛利	6,500	5,782	12.4%
除稅後利潤	316	293	7.8%
歸屬於母公司擁有人(「歸母」)淨利潤	264	250	5.7%
非香港財務報告準則計量：			
經調整歸母淨利潤	262	259	1.0%

業務回顧與展望

1. 綜述

市場需求復甦受阻 新賽道潛力巨大但競爭激烈 堅守戰略經營質量穩步提升

2023年上半年，新冠疫情對全球社會活動和宏觀經濟的影響逐漸消退，惟通貨膨脹居高不下、能源危機餘波未了及地緣政治等因素仍為全球經濟復甦帶來不確定性；中華人民共和國（「中國」）消費能力在2023年第二季度多個節假日帶動下，需求有所好轉，但同比2022年同期依然呈回落態勢，復甦道路仍有滿途荊棘。統觀行業，家電行業萬億元市場空間趨於穩定，其中全球電視機（「TV」）出貨量2023年上半年同比微增0.1%，包括中國、日本、歐洲、亞太及中東非在內的多個區域出貨量規模持續收縮，TV行業呈整體持平、局部震蕩態勢¹；同時，新能源等新賽道呈高增長態勢，2023年上半年國內分佈式光伏行業新增併網裝機量同比翻倍增長至41.0GW²，競爭相對激烈，但格局尚未完全固化。

2023年上半年，面對市場的挑戰與機遇，本集團繼續秉承「品牌引領價值，相對成本優勢，極致效率經營，協作創新驅動」的發展戰略。於報告期內，在增強自身產品力、營銷力、運營力、組織力及協創力的同時，本集團聚焦智能品牌終端市場，堅持中高端突破與國際化運營，強化顯示行業領先優勢；並積極推動分佈式光伏及增強現實（「AR」）和擴展現實（「XR」）智能眼鏡等創新業務的規模發展，帶動本集團經營品質穩步提升。

¹ 根據Omdia最新數據，2023年上半年全球TV出貨量同比上升0.1%，其中中國市場同比下降2.8%，日本市場同比下降10.1%，歐洲市場同比下降9.7%，亞太及中東非分別同比下降2.3%和2.0%；北美市場及拉美市場分別同比上升13.2%和9.1%。Omdia由研究部門(Ovum/Heave Reading和Tractica)與收購的IHS Markit International合併而成，是一家全球技術研究機構。

² 數據源：中國國家能源局網。

緊抓中高端市場需求 品牌力提升推動業務規模高速擴張 盈利能力穩健改善

截至2023年6月30日止六個月，本集團收入實現349.16億港元，同比增長3.7%；得益於TCL智屏³產品結構優化成效彰顯，中高端及大屏趨勢持續深化，毛利同比增長12.4%至65.00億港元，整體毛利率同比提升1.4個百分點至18.6%。費用方面，本集團持續降本增效，提升運營效率，行政支出率同比下降0.5個百分點；同時，本集團深知品牌業務的長遠發展離不開強勁的品牌力支撐，2023年上半年戰略性地加大營銷方面投入，報告期內銷售費用率同比增加0.9個百分點，帶動本集團整體費用率同比提升0.4個百分點至15.7%，本集團深信營銷費用的投入將為長期發展帶來更多的規模擴張及品牌溢價潛力。

2023年上半年，本集團以顯示業務多年來積累的TCL全球品牌力、渠道佈局及全產業鏈垂直一體化優勢為基礎，持續推動分佈式光伏、AR/XR智能眼鏡等創新業務的高速發展，並以互聯網業務作為增值服務賦能核心業務，拓展以智慧顯示產品為核心的「智能物聯生態」全品類佈局。規模效應日益增強帶動報告期內本集團除稅後利潤同比提升7.8%至3.16億港元，歸母淨利潤錄得2.64億港元，同比增長5.7%。

於報告期內，本集團整體財務狀況持續穩健。截至2023年6月30日，本集團資本負債比率⁴為36.7%，同比降低8.0個百分點；本集團運營效率進一步提升，2023年上半年本集團存貨周轉天數70天，同比加快16天；現金周轉天數38天，同比加快15天。

³ 智屏主要指大呎吋顯示旗下的智能TV，以出貨量計本集團超90%的TV為智屏產品。

⁴ 資本負債率以債務總額（即計息銀行及其他貸款及租賃負債總額）除以歸屬於母公司擁有者之權益計算。

顯示業務全球市佔繼續領先 互聯網業務及創新業務收入延續高增長態勢

2023年上半年，本集團為長期發展投入相當的營銷推廣，顯著提升本集團品牌及產品的知名度和美譽度，2023年上半年TCL智屏全球品牌指數同比提升5.9%至82⁵；同時本集團緊抓中高端市場需求，帶動本集團業務規模取得了持續領先且同比增長顯著的突破。2023年上半年TCL智屏出貨量同比逆勢上漲12.9%至1,146萬台，TCL智屏全球出貨量及銷售額市佔率分別提升1.3個百分點至12.4%和1.5個百分點至10.2%，分別位列全球前二和前三⁶，其中65吋及以上TCL智屏出貨量同比增長67.8%，其出貨量佔比顯著提升7.4個百分點至22.5%，TCL智屏平均吋吋同比增長3.6吋至49.9吋。

作為本集團的盈利增長藍海，互聯網業務及創新業務於報告期內表現亮麗，持續強勁增長。2023年上半年，本集團互聯網業務收入錄得11.13億港元，同比提升18.1%，毛利率同比增長1.9個百分點至54.1%的高水平，盈利貢獻持續上升。本集團創新業務2023年上半年收入同比大幅增長65.2%至86.88億港元，其中自2022年第二季度起正式營運的光伏業務，2023年上半年收入達16.85億港元，同比大幅增長878.5%；全品類營銷業務規模再度擴大，收入同比增長43.0%至60.73億港元；本集團智能連接及智能家居業務收入錄得同比增長10.9%至9.30億港元，其中智能連接業務毛利率同比大幅提升7.0個百分點至20.4%。

⁵ 該品牌指數由Omdia之2023年上半年全球品牌TV銷售額市佔率除以出貨量市佔率所得。

⁶ 數據源：Omdia之2023年上半年全球品牌TV出貨量及銷售額數據。

鞏固科技研發能力驅動高質量發展 產品屢獲國際殊榮

2023年上半年研發費用同比增長2.3%至10.95億港元，研發費用率達3.1%。在研發投入及成果方面，本集團持續加強研發投入，鞏固行業領先的研發能力及地位，包括在顯示畫質技術方面實現Mini LED大屏技術控制點的構建及音質自我調整的創新突破，支撐顯示產品技術斷層領先；加大系統技術平台投入，深化AR等創新賽道的核心能力積澱，探索智能交互場景應用；夯實AIxIoT技術平台，持續融入人工智能（「AI」）大模型能力，提升產品及服務體驗和內部運營效率。

於報告期內，本集團推出Mini LED智屏、智慧平板、智能門鎖等多品類智能新品，並多次獲得國際認可，充分反映本集團領先同業的技術能力以及長遠佈局。顯示業務方面，TCL領曜QD-Mini LED 智屏X11G榮獲「2023艾普蘭獎」及「年度Mini LED顯示創新獎」，TCL 4K Mini LED智屏C845榮獲「新一代顯示技術金獎」，而TCL NXTPAPER 12 Pro平板則獲得「護眼科技創新獎」；創新業務方面，TCL雙子艙複式分區洗衣機G160Q10-HDY、TCL新風空調小藍翼III榮獲「艾普蘭優秀產品獎」；TCL超薄零嵌系列冰箱R461P12-UQ獲中國全國家用電器工業信息中心頒授「深冷鮮儲薄嵌先鋒」稱號，TCL新風空調小藍翼III則獲得「新風健康先鋒」稱號；AR/XR智能眼鏡方面，雷鳥X2獲頒「中國電子信息博覽會創新獎」，TCL NXTWEAR S則獲得「Global Mobile Award」(GLOMO)獎項；光伏業務方面，TCL光伏科技(深圳)有限公司(本公司之附屬公司)榮獲「2023工商業光伏卓越EPC⁷獎」。

⁷ EPC為Engineering Procurement Construction之縮寫，指公司受業主委託，按照合同約定對工程建設項目的設計、採購、施工、試運行等實行全過程或若干階段的承包。

2. 顯示業務

2.1 大呎吋顯示

緊抓中高端市場需求 品牌力提升推動業務規模高速擴張及盈利持續改善

根據Omdia數據顯示，2023年上半年全球TV行業出貨量為9,271萬台，同比微增0.1%，局部市場如北美、拉美區域呈復甦態勢，但包括中國、日本、歐洲、亞太及中東非在內的多個區域出貨量規模仍持續收縮。受惠於中高端需求升級及中國國內618促銷活動的推動，2023年上半年TCL智屏全球出貨量同比上升12.9%至1,146萬台，收入規模同比增長7.0%至210.42億港元，兩者增長均優於行業平均水平。市場地位持續領先，TCL智屏出貨量市佔率自2015年的5.6%穩步提升至2023年上半年的12.4%，同比提升1.3百分點，出貨量規模蟬聯全球前二；2023年上半年銷售額市佔率達10.2%，同比提升1.5個百分點，銷售額規模位列全球前三⁸。

隨著大呎吋TV逐步成為行業主流換代趨勢，本集團進一步推進「中高端+大屏」戰略及「TCL+雷鳥」雙品牌戰略落地。2023年上半年，65吋及以上TCL智屏全球出貨量同比大幅增長67.8%，出貨量佔比亦同比提升7.4個百分點至22.5%；TCL智屏平均呎吋上升至49.9吋，同比提升3.6吋；TCL Mini LED智屏全球出貨量同比升幅達114.5%，量子點智屏全球出貨量同比升幅亦高達69.9%。本集團產品結構持續改善，2023年上半年大呎吋顯示業務毛利率同比提升0.5個百分點至19.2%。

⁸ 數據源：Omdia之自2015年至2023年上半年全球品牌TV出貨量及銷售額數據。

本集團作為Mini LED顯示技術先行者，持續投入Mini LED技術研發，以科技創新不斷提升用戶畫質及音質體驗。本集團繼2023年3月推出重磅產品TCL領曜QD-Mini LED智屏X11G及Mini LED智屏Q10G Pro後，於2023年5月推出專門針對影音愛好者需求所打造的TCL Q10H旗艦Mini LED智屏，該產品採用微米級的Mini LED燈珠，擁有最高2,304個Mini LED分區、XDR (極致動態範圍) 3,000尼特峰值亮度以及3,000萬：1的超高動態對比度，在亮度、對比度、動態範圍等畫質關鍵維度上均實現大幅升級，呈現更接近自然實景的畫面。

中國市場

2023年上半年，中國TV行業整體呈現消費疲軟態勢。根據Omdia最新數據，2023年上半年中國TV市場出貨規模為1,778萬台，同比下跌2.8%。本集團在品牌影響力增強、國內渠道佈局優化以及618電商節促銷活動的拉動下，逆勢跑贏行業表現。2023年上半年TCL智屏中國市場的出貨量同比增長12.8%，第二季度出貨量同比增長14.0%，環比提升43.1%；相關收入同比增長9.2%至68.98億港元，若剔除匯率折算影響，按人民幣計算則同比增長16.8%；相關毛利率同比持平於22.2%，而2023年第二季度毛利率較第一季度環比提升3.2個百分點，反映第二季度TCL智屏新品推出對毛利率的提振顯著。

與此同時，大呎吋智屏出貨量佔比亦不斷提升。2023年上半年65吋及以上TCL智屏出貨量同比增長45.6%，出貨量佔本集團中國市場TCL智屏出貨量佔比同比提升11.5個百分點至50.9%；75吋及以上TCL智屏出貨量佔本集團中國市場TCL智屏出貨量佔比亦同比提升12.4個百分點至29.7%。

根據中怡康⁹全渠道最新數據，2023年上半年，TCL智屏零售額市佔率同比提升4.2個百分點至17.5%，穩居中國市場前二，中國市場品牌指數同比提升12.8%至132¹⁰，位列中國品牌第一。在2023年618電商節期間，本集團堅守中高端戰略，於電商平台加強投入營銷資源，結合直播、短視頻等銷售方式實現有效轉化，TCL Mini LED智屏、量子點智屏、75吋及以上智屏及98吋巨幕智屏均獲全網銷售額及銷售量的雙冠軍；子品牌雷鳥智屏亦獲得全網銷售量增速冠軍¹¹，其中，高刷遊戲TV全網銷售額同比增長98%，75吋及以上智屏全網銷售額同比增長86%。

國際市場

2023年上半年，儘管全球經濟仍存在不確定性，本集團仍成功把握顯示業務市場對高端化和大屏化產品的需求增長，TCL智屏國際市場出貨量同比上升12.9%，其中65吋及以上TCL智屏在國際市場出貨量同比提升101.7%。通過堅定推進產品結構優化策略並實現突破，本集團2023年上半年國際市場TCL智屏收入同比增長6.0%至141.44億港元，毛利率同比增長0.8個百分點至17.8%，保持在穩定水平，展現出智屏業務的強大韌性。

⁹ 中怡康指北京中怡康時代市場研究有限公司，一間專注於中國消費品及家電零售市場的研究機構。

¹⁰ 該品牌指數由中怡康之2023年上半年全渠道TV銷售額市佔率除以零售量市佔率所得。

¹¹ 數據源：TCL官方商城後台、京東商智、天貓生意參謀等。統計時間區間：2023年5月31日至2023年6月18日。

全球經濟緩慢復甦亦提振了部分科技消費品需求，根據GfK¹²和NPD¹³最新報告，2023年上半年本集團TCL智屏出貨量市場份額在海外近三十個國家排名位居前五，其中：

- 北美市場：2023年上半年，北美TV市場需求出現逆轉，從新冠疫情下跌軌跡轉向上升態勢，TV行業出貨量實現同比增長13.2%¹⁴。與此相比，本集團北美市場TCL智屏表現優異，出貨量同比增長18.6%，超越行業平均水平。其中，TCL智屏零售量市場份額在美國及加拿大分別排名第三，在墨西哥排名第五（數據源：NPD¹⁵）；
- 新興市場：2023年上半年，本集團繼續發力新興市場重點渠道，TCL智屏出貨量同比增長尤為顯著，同比漲幅達17.6%，大幅跑贏行業平均水平。其中，TCL智屏出貨量在菲律賓、澳大利亞、緬甸、巴基斯坦行業排名位居第一，在沙特阿拉伯位居第二，在巴西、阿根廷及哈薩克斯坦位居第三，在泰國、越南及智利位居第四，在日本、阿聯酋、厄瓜多爾及印度位居第五（數據源：GfK¹⁶）；及
- 歐洲市場：2023年上半年，歐洲通脹依然高企，整體經濟承壓導致TV行業出貨量同比回落9.7%¹⁷，TCL智屏出貨量同比下跌10.0%，但部分國家出貨量依然領先，其中，法國TCL智屏出貨量於行業排名保持第二位，捷克、瑞典位居第三，意大利、西班牙、希臘和波蘭上升至第四，匈牙利和荷蘭則為第五（數據源：GfK¹⁸）。

¹² GfK指Gesellschaft für Konsumforschung，一間總部位於德國紐倫堡的消費品市場研究公司及全球市場研究組織。

¹³ NPD指NPD集團，一間提供全球數據、行業專業知識及不同觀點分析的市場調研公司。

¹⁴ 數據源：Omdia之2023年上半年北美市場品牌TV出貨量數據。

¹⁵ 數據源：NPD之美國／加拿大／墨西哥零售市場調查報告，基於2023年1月至2023年6月之TV零售量。

¹⁶ 數據源：GfK之全球市場調查報告，基於2023年1月至2023年6月之TV出貨量。

¹⁷ 數據源：Omdia之2023年上半年歐洲市場品牌TV出貨量數據。

¹⁸ 數據源：GfK之全球市場調查報告，基於2023年1月至2023年6月之TV出貨量。

2.2 中小吋顯示

業務規模下滑較大 但盈利能力持續改善 研發能力賦能新業務發展

2023年上半年通訊終端及平板市場需求持續低迷，全球手機和平板出貨量分別同比下降11.3%和24.9%¹⁹。本集團圍繞「產品驅動，聚焦突破，提質發展」策略進行業務突破，於報告期內發佈了TCL 40 R 5G手機，及TCL TAB 10 Gen 2平板等中小吋顯示智能新品，並持續加強歐美一線網絡運營商全渠道覆蓋。2023年上半年，受市場環境及業務戰略收縮影響，中小吋顯示業務總出貨量為524萬台，整體收入達33.96億港元，出貨量及收入均同比下滑約5成，對本集團整體收入增長造成較大拖累；受益於產品線精簡及運營效率提升，毛利率同比增加4.8個百分點至16.3%，其中平板業務盈利能力已有顯著改善，下半年中小吋業務將持續提質發展。

從全球重點市場來看，根據IDC的最新報告，2023年上半年，本集團的智能手機出貨量在美國排名第四，在加拿大排名第五，在西歐排名第七；安卓平板出貨量在全球排名第六，其中在美國排名第三，在西歐和拉丁美洲的排名分別為第四和第五。

¹⁹ 數據源：IDC之2023年上半年全球手機和平板出貨量數據。IDC指國際數據集團，一家提供信息技術、電信行業和消費科技市場相關的市場信息和諮詢服務的全球供應商。

2.3 智慧商顯

聚焦交互式顯示平板(「IFPD」)市場 不斷拓寬服務場景 大力深化渠道合作 業務規模增速高企

2023年上半年，本集團聚焦IFPD市場，提供包括智慧教育、智慧企業、智慧醫療等多場景產品解決方案，相關收入同比增長66.2%至4.13億港元。本集團繼續攜手釘釘、騰訊生態聚焦發展IFPD市場，提供多場景產品解決方案，賦能辦公與教育場景，並與海外頭部IFPD品牌持續深化合作。於報告期內，本集團推出了智慧會議新品TCL NXTHUB V60Pro，為行業首款實現超聲波投屏的交互平板，免輸入、免配網，用戶終端電腦、平板等設備靠近該產品即可直接投屏，並搭載智能服務方案系統和高清觸碰屏等性能。另外，本集團推出了以極致簡約為設計理念的TCL教育平板X60L和C60，智能手勢及護眼技術雙重升級，全方位加強常用教學功能，交互操作便捷高效，賦能國產化智慧教室。

3. 互聯網業務

持續以用戶體驗為核心 互聯網業務規模保持雙位數高增長 盈利能力穩健

本集團持續於全球範圍內發展家庭互聯網業務，致力為用戶提供多屏即時互動、全場景智慧感知的產品與服務。截至2023年6月30日止六個月，本集團全球互聯網業務收入達11.13億港元，同比提升18.1%；毛利率同比增加1.9個百分點至54.1%的高水平，業務表現亮麗，盈利貢獻顯著。

3.1 中國市場互聯網業務

2023年上半年，本集團中國國內互聯網業務聚焦用戶體驗，持續豐富平台內容和提升平台運營效率。2023年上半年，國內互聯網業務收入達8.87億港元，同比增長8.9%。通過持續豐富平台內容，音樂、遊戲、教育、少兒、應用商店等垂直類及創新業務規模擴大，垂直類及創新業務成為了本集團互聯網業務增長新引擎。隨著軟件產品競爭力持續增強、創新業務不斷拓展以及用戶黏性進一步提升，平台運營能力再度增強。

此外，本集團於報告期內推出首個基於AI大模型構建的兒童專屬欄目「超級智繪」AI故事集。這是互聯網電視行業首次出現由AI大模型技術生成的定制內容欄目，不僅反映本集團掌握專業的AI大模型技術，可生成豐富的智能終端內容；更反映本集團具備為顯示產品提供增值內容、賦能智能家居場景的能力。

3.2 國際市場互聯網業務

於報告期內，本集團積極與Google、Roku、Netflix等互聯網巨頭保持密切合作，持續提升用戶服務體驗。同時，本集團通過合作夥伴OTT²⁰平台觸達海外龐大的TCL智屏用戶，增強變現能力。截至2023年6月底，本集團的內容聚合應用TCL Channel已覆蓋北美、歐洲、中南美洲、亞太等地區的60個國家，累計用戶數超2,100萬。2023年上半年，本集團國際市場的互聯網業務收入達2.26億港元，同比大幅增長77.1%。

²⁰ OTT為Over The Top之縮寫，即通過互聯網直接向觀眾提供各種媒體服務。

4. 創新業務

4.1 光伏業務

抓住新市場機會 規模呈指數級增長 賦能長期第二增長曲線

自2022年第二季度以來，本集團正式運營光伏業務。2023年上半年，本集團充分發揮產業協同優勢，憑藉完備的上游光伏產業鏈、豐富的金融合作夥伴資源、充沛的國內外工商項目資源，以及在國內多年來積累的渠道覆蓋滲透優勢，經過業務耕耘及能力建設，成功拓展了廣闊的光伏藍海，分佈式光伏B2B（企業對企業）及B2C（企業對客戶）業務規模不斷擴大。截止2023年6月底，本集團的光伏業務已覆蓋中國國內14個重點省市，2023年上半年收入實現超八倍增長，突破16.85億港元，新增工商簽約項目逾35個，新增經銷渠道商超350家，累計簽約農戶超萬戶。

2023年下半年，本集團將在中國更多省份及區域推進分佈式光伏業務的高質量發展，加快實現從戶用到工商分佈式光伏的規模化覆蓋，同時計劃將光伏業務擴展至海外重點國家。長遠來看，本集團致力於進入國內分佈式光伏第一梯隊，成為鄉村零碳生活和零碳園區綠能一體化解決方案服務商的創新者及引領者，並成為全球光伏市場重要參與者。

4.2 全品類營銷

借力本集團品牌力及深厚渠道優勢 業務規模快速發展

本集團憑藉全球品牌影響力及完善的市場渠道佈局，推動TCL品牌空調、冰箱及洗衣機等智能產品全球分銷業務持續增長。2023年上半年，全品類營銷收入同比大幅增長43.0%至60.73億港元。分銷毛利額同比提升57.4%至9.22億港元，分銷毛利率同比提升1.4個百分點至15.2%。根據產業在線²¹ 2023年上半年全球出貨量數據，TCL空調全球排名第四。此外，多項新產品亦獲「艾普蘭優秀產品獎」、「艾普蘭創新獎」、「iF設計大獎」及「紅點設計大獎」等行業獎項認可，本集團品牌力進一步提升。

4.3 智能連接及智能家居

持續推進全品類智能物聯生態佈局 聚焦智能連接產品及智能家居產品發展

2023年上半年，本集團智能連接和智能家居業務收入達9.30億港元，同比增長10.9%；毛利率同比提升2.2個百分點至18.7%，盈利能力持續向好，其中，智能家居業務收入同比增長9.7%至3.15億港元，智能連接業務收入同比增長11.6%至6.15億港元。

²¹ 產業在線是位於中國的一家產業鏈研究平台，提供家用電器、製冷空調、暖通制熱、元器件等相關產業的行業分析及研究報告等信息服務。

智能連接業務方面，本集團於2023年上半年持續突破運營商渠道，同時積極展開4G、5G產品佈局，上半年出貨量實現172萬台；毛利率同比顯著提升7.0個百分點至20.4%。智能家居業務方面，本集團第二季度推出4款智能門鎖新品，並升級6款10系產品，上半年新品出貨量佔比超30%。同時，線下區域連鎖渠道實現突破，帶動上半年線下門鎖出貨量同比增長超50%。

此外，2023年上半年，本集團保持AR賽道行業的領先地位，於國內發售升級版XR智能眼鏡雷鳥Air Plus，搭載多功能影音娛樂終端雷鳥魔盒。雷鳥Air Plus支持最大6米等效215吋的屏幕顯示，內部採用Micro OLED顯示技術，支持1080P分辨率及120Hz刷新率，能連接支持顯示端口(DP)功能的手機、平板、筆記本等設備，滿足觀影、遊戲、辦公等多種使用場景。其內置主流視頻平台，可提供海量超高清影視資源，打造沉浸巨幕觀影體驗。雷鳥創新技術(深圳)有限公司²²(「雷鳥創新」)在國內消費級AR眼鏡線上平台市佔排名第一²³，在618電商節期間，雷鳥智能眼鏡在京東、天貓均獲得AR品類總銷售量和總銷售額雙冠軍²⁴。

²² 智能眼鏡業務由雷鳥創新主要開展，截至2023年6月30日，本集團持有該公司約12.28%的股份。

²³ 數據源：CINNO Research之2023年第二季度中國市場消費級AR眼鏡銷售量報告。CINNO Research是中國一家專注於顯示半導體等光電核心零組件供應鏈及消費電子行業的第三方諮詢服務機構。

²⁴ 京東平台統計時間區間：2023年5月23日至2023年6月18日；天貓平台統計時間區間：2023年5月31日至2023年6月18日。

5. 展望

產業鏈優勢轉移 面板價格趨穩 行業格局向善 中高端需求突顯 通過提升品牌力及產品力 本集團鞏固全球領先地位

隨著面板產能持續向中資廠商轉移且集中度進一步提高，上游競爭格局有望重塑，繼而帶動面板價格趨勢向穩；自2022年第三季度起，全球面板價格呈緩慢上漲趨勢，有望形成有利於TV行業上下游同步發展的穩定態勢。近年來，全球TV競爭格局趨好，全球前五品牌TV集中度穩健提升，自2018年的51.4%提升至2022年的59.7%²⁵。此外，根據群智諮詢²⁶報告預測，75吋及以上大屏TV全球出貨量有望在2021年至2025年間實現年均複合增長率達26.0%的快速發展。

整體行業競爭格局趨好疊加中高端需求突顯，本集團將持續提升品牌力及產品競爭力，堅定走中高端和大屏化發展，以提升全球銷售額市佔率為目標，搶佔更多中高端市場。頭部企業集中度呈持續提升趨勢，未來包括本集團在內具備垂直產業鏈優勢的頭部品牌廠商將加速發展，進一步夯實全球領先地位。

²⁵ 數據源：Omdia之2018年至2022年全球品牌TV出貨量數據。

²⁶ 群智諮詢(Sigmaintell)是一家位於中國，專注於全球高科技產業研究與諮詢的服務公司。

核心顯示業務提市佔提盈利 創新業務擴規模 賦能第二增長曲線

本集團將以顯示業務及技術為基礎，一方面通過中高端路線及「TCL+雷鳥」雙品牌戰略落地，持續優化國內外渠道佈局及產品結構升級，夯實全球領先地位，實現高質量增長；另一方面，將高效協同核心業務積累的品牌力和渠道資源，以用戶體驗為核心，繼續加大對互聯網業務的投入，並抓住光伏及智能眼鏡等新賽道的藍海增長機遇，打造更便捷、更舒適的「智能物聯生態」，賦能本集團的長期增長。

同時，本集團將抓緊消費復甦和政策東風等利好因素，加速智能終端行業與新賽道的佈局與深耕。本集團將把握行業機遇，充分發揮競爭優勢，堅持「品牌引領價值，相對成本優勢，極致效率經營，協作創新驅動」的發展戰略，著重產品、運營、營銷、組織及協創五方面的能力提升，賦能「全球化」與「科技化」的深化佈局，擴大全產業鏈垂直一體化優勢，向成為全球領先的智能終端企業的目標邁進。

管理層討論及分析

2023上半年度與2022年上半年度比較

下表載列2023年上半年與2022年上半年的比較數字：

	截至6月30日止六個月	
	2023年 (未經審核) 千港元	2022年 (未經審核) 千港元 (經重列)
收入	34,916,442	33,679,256
銷售成本	(28,416,397)	(27,897,694)
毛利	6,500,045	5,781,562
其他收入及收益	1,008,228	1,272,650
銷售及分銷支出	(3,652,736)	(3,232,806)
行政支出	(1,829,709)	(1,923,484)
研發費用	(1,095,434)	(1,070,314)
其他營運支出	(42,773)	(14,760)
金融資產減值淨額	(49,669)	(11,025)
融資成本	837,952	801,823
分佔損益：	(431,684)	(253,912)
— 合資公司	9,573	12,026
— 聯營公司	3,986	(58,176)
除稅前利潤	419,827	501,761
所得稅	(103,775)	(208,503)
本期利潤	316,052	293,258
歸母淨利潤	263,709	249,509
非香港財務報告準則計量：		
經調整歸母淨利潤	262,035	259,412

收入

本集團收入由2022年上半年的336.79億港元同比上漲3.7%至2023年上半年的349.16億港元，若剔除人民幣折算成港元的匯率折算影響，2023年上半年整體收入按人民幣計算同比增長10.9%。下表載列截至2023年6月30日止及2022年6月30日止六個月按業務劃分的收入：

	截至6月30日止六個月			
	2023年		2022年	
	百萬港元	佔總收入 百分比	百萬港元 (經重列)	佔總收入 百分比
顯示業務²⁷	24,851	71.2%	27,190	80.7%
— 大呎吋顯示	21,042	60.3%	19,660	58.4%
— 中國市場	6,898	19.8%	6,319	18.8%
— 國際市場	14,144	40.5%	13,341	39.6%
— 中小呎吋顯示	3,396	9.7%	7,281	21.6%
— 智慧商顯	413	1.2%	249	0.7%
互聯網業務²⁸	1,113	3.1%	942	2.8%
— 中國市場	887	2.5%	814	2.4%
— 國際市場	226	0.6%	128	0.4%
創新業務²⁹	8,688	24.9%	5,259	15.6%
— 光伏業務	1,685	4.8%	172	0.5%
— 全品類營銷	6,073	17.4%	4,248	12.6%
— 智能連接及智能家居	930	2.7%	839	2.5%
其他	264	0.8%	288	0.9%
總收入	34,916	100.0%	33,679	100.0%

²⁷ 「顯示業務」(包括大呎吋顯示業務(即智屏業務)、中小呎吋顯示業務及智慧商顯業務)對應財務報告附註中經營分類資料中(i)「智屏」分類；及(ii)「智能移動、連接設備及服務」及「智慧商顯、智能家居、光伏及其他業務」兩個分類中的顯示業務。

²⁸ 「互聯網業務」對應財務報告附註中經營分類資料中「互聯網業務」。

²⁹ 「創新業務」(包括智能連接、智能家居、全品類營銷及光伏業務)對應財務報告附註中經營分類資料中(i)「全品類營銷」分類；及(ii)「智能移動、連接設備及服務」及「智慧商顯、智能家居、光伏及其他業務」兩個分類中剔除顯示業務後的其餘業務。

顯示業務

顯示業務的收入由2022年上半年的271.90億港元同比下降8.6%至2023年上半年的248.51億港元，同比下降主要是由於通訊行業需求疲軟疊加本集團中小呎吋顯示業務戰略收縮影響，其中本集團中小呎吋顯示業務收入同比下降53.4%。

互聯網業務

互聯網業務的收入由2022年上半年的9.42億港元同比增長18.1%至2023年上半年的11.13億港元，主要得益於垂直類及創新業務穩步擴大；同時，本集團海外互聯網業務商業化變現持續突破，於報告期內國際市場互聯網業務收入增長77.1%至2.26億港元。

創新業務

創新業務的收入由2022年上半年的52.59億港元同比增長65.2%至2023年上半年的86.88億港元，主要是由於報告期內光伏業務結合自身垂直產業鏈優勢及TCL資源優勢，全品類營銷業務受益於本集團全球品牌及渠道協同優勢，分別快速發展，規模提升頗有成效。

毛利及毛利率

整體毛利由2022年上半年的57.82億港元，同比增長12.4%至2023年上半年的65.00億港元。2023年上半年毛利率為18.6%，較2022年上半年增長1.4個百分點。主要是由於本集團堅持推進中高端轉型戰略，產品收入結構改善，加上成本控制措施得宜，以致收入增長幅度高於成本上漲幅度。

顯示業務

2023年上半年顯示業務的毛利率為18.8%，同比增長2.1個百分點，主要是由於報告期內大呎吋顯示業務堅定深化中高端策略及國際化運營，疊加新品推出獲得市場認可，中小呎吋顯示業務聚焦經營，精簡產品線，實現產品結構持續優化。

互聯網業務

2023年上半年互聯網業務的毛利率為54.1%，同比增長1.9個百分點，主要是由於本集團堅持以用戶體驗為核心，發力相對高毛利的垂直類及創新業務及海外業務，實現高質量增長。

創新業務

2023年上半年創新業務的毛利率為14.1%，同比增長0.1個百分點。

其他收入及收益

其他收入及收益由2022年上半年的12.73億港元，同比減少20.8%至2023年的10.08億港元，主要是由於報告期內受匯率波動影響，匯兌收益較去年同期減少所致。

銷售及分銷支出

銷售及分銷支出由2022年上半年的32.33億港元，同比增長13.0%至2023年上半年的36.53億港元，主要原因是本集團戰略性加大海外渠道建設及品牌營銷等相關投入帶來的相關銷售費用上升。

行政支出

行政支出由2022年上半年的19.23億港元，同比減少4.9%至2023年上半年的18.30億港元，同比下降主要是由於本集團進一步降本增效，運營效率有所提升。

研發費用

研發費用由2022年上半年的10.70億港元，同比增長2.3%至2023年上半年的10.95億港元，增長的主要原因是本集團於報告期內持續加大高端顯示、智能交互應用場景等相關技術的研發投入。

金融資產減值淨額

金融資產減值淨額由2022年上半年的1,103萬港元，同比增加350.5%至2023年上半年的4,967萬港元，主要是由於報告期內應收貿易賬款撥備有所提高。

融資成本

融資成本由2022年上半年的2.54億港元，同比增長70.0%至2023年上半年的4.32億港元，主要是由於報告期內美國聯邦基金利率提升帶來利息支出增加所致。

分佔損益－合資公司及聯營公司

2023年上半年分佔收益1,356萬港元，去年同期為分佔虧損4,615萬港元，主要是由於經營環境改善，本集團聯營公司分佔損益上升。

除稅前利潤

除稅前利潤由2022年上半年的5.02億港元，同比下降16.3%至2023年上半年的4.20億港元，主要是由於報告期內受市場環境影響，中小呎吋顯示業務經營表現低於預期；同時本集團戰略加大品牌及渠道營銷方面的投入以增強本集團品牌力與產品力，2023年上半年銷售及分銷支出增加較多。

所得稅

所得稅由2022年上半年的2.09億港元，同比下降50.2%至2023年上半年的1.04億港元，主要是由於本集團若干附屬公司當期應課稅利潤減少引致所得稅費同比減少。

本期利潤及歸母淨利潤

本期利潤由2022年上半年的2.93億港元，同比增長7.8%至2023年上半年的3.16億港元。歸母淨利潤由2022年上半年的2.50億港元，同比增長5.7%至2023年上半年的2.64億港元。增加的主要原因是本集團中高端戰略成效顯著，經營質量提升，帶動盈利能力回升。

非香港財務報告準則計量：經調整歸母淨利潤

經調整歸母淨利潤由2022年上半年的2.59億港元，同比提升1.0%至2023年上半年的2.62億港元，主要由於本集團深化中高端戰略過程中，戰略性加大在品牌推廣及售後服務投入，疊加中小呎吋顯示業務受所在行業的全球市場需求疲軟影響，表現低於預期，對短期利潤增幅有所抑制，引致報告期內經調整歸母淨利潤同比增速較低。

為補充根據香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈之香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）編製及呈列的本集團綜合業績，本集團採用非香港財務報告準則的經調整歸母淨利潤作為額外財務計量。本集團將經調整歸母淨利潤定義為歸母淨利潤，經加回以下各項調整：(i)來自投資公司之虧損淨額；(ii)收購附屬公司及附屬公司出售及清盤之（收益）／虧損淨額；(iii)認購期權及認沽期權相關虧損淨額；及(iv)出售非流動資產（收益）／虧損淨額之影響。

雖然經調整歸母淨利潤並非香港財務報告準則所要求且並非按香港財務報告準則呈列，但本集團的管理層相信，此等非香港財務報告準則財務計量藉排除若干非現金項目、投資及非流動資產交易影響，可為投資者評估本集團核心業務的業績提供有用的補充資料。然而，此等未經審核非香港財務報告準則財務計量應被視為根據香港財務報告準則編製的本集團財務業績的補充而非替代計量。此外，此等非香港財務報告準則財務計量的定義並未具有香港財務報告準則規定的標準化涵義，因此可能與其他公司所用的類似詞彙有所不同，未必可與其他公司採用的相若計量比較。因此，此等非香港財務報告準則財務計量作為分析工具有其局限性，投資者不應將其等與根據香港財務報告準則報告的經營業績或財務狀況分開考慮或視作替代分析。

下表載列本集團經調整歸母淨利潤與按照香港財務報告準則計算及呈列的最直接可資比較財務計量(歸母淨利潤)的對賬。

	截至6月30日止六個月	
	2023年 (未經審計) 千港元	2022年 (未經審計) 千港元 (經重列)
歸母淨利潤，呈列	263,709	249,509
來自投資公司之虧損淨額 ³⁰	3,345	9,301
收購附屬公司及附屬公司出售及清盤之 (收益)／虧損淨額 ³¹	(19,771)	8
認購期權及認沽期權相關虧損淨額 ³²	2,464	2,059
出售非流動資產(收益)／虧損淨額 ³³	12,288	(1,465)
	<u>262,035</u>	<u>259,412</u>
非香港財務報告準則計量：		
經調整歸母淨利潤	<u>262,035</u>	<u>259,412</u>

³⁰ 來自投資公司之虧損淨額包括視作出售、出售、清盤、視作部分購買或出售投資公司之(收益)／虧損淨額。

³¹ 收購附屬公司及附屬公司出售及清盤之(收益)／虧損淨額包括議價購買收益、視作出售、出售及清盤附屬公司之(收益)／虧損淨額。

³² 認購期權及認沽期權相關虧損淨額包括認購期權及認沽期權公平值變動與認沽期權有關之金融負債之估算利息及清算失效認購期權之(收益)／虧損。

³³ 出售非流動資產(收益)／虧損淨額包括出售固定資產、其他無形資產、使用權資產及其他資產之(收益)／虧損淨額。

財務回顧

主要投資、收購及出售

本集團於2023年6月30日並無持有重大投資，及截至2023年6月30日止六個月內並無任何重大收購或出售附屬公司、聯營公司或合資公司。

流動資金及財務資源

本集團管理流動性風險之主要金融工具包括銀行貸款、保理、現金和短期存款。使用這些金融工具之主要目的，是本集團可以以最低可行成本維持資金之延續性及靈活性。

於2023年6月30日，本集團之現金及現金等值項目共約6,694,898,000港元，與2022年12月31日比較減少28.7%。其中0.4%為港元、26.5%為美元、48.6%為人民幣、5.4%為歐元，而19.1%為其他貨幣以供海外業務所用。

為配合日常流動資金管理及未來擴展，本集團可動用銀行及其他貸款。本集團於2023年6月30日之銀行貸款約5,440,512,000港元，其按介乎2.40%至6.77%之固定利率計息及以美元、人民幣、歐元及墨西哥比索計值。借貸到期日為按要求至3年內。為確保有效之資本架構及鑑於合理利率，本集團擬維持股本及債務組合。可用信貸融資與截至2022年12月31日止年度比較並無重大變化，於2023年6月30日亦概無任何根據融資租賃持有之資產。

於2023年6月30日，由於本集團之現金及現金等值項目，及受限制現金及已抵押存款約6,757,691,000港元，較計息銀行及其他貸款及租賃負債總額約5,853,150,000港元為高，因此本集團之資本負債比率為0%。資本負債比率以債務淨額（即按計息銀行貸款及租賃負債總額扣減現金及現金等值項目，及受限制現金及已抵押存款）除以歸屬於母公司擁有者之權益計算。債務還款期為按要求至6年內。

資產抵押

於2023年6月30日，本集團有受限制現金及已抵押存款結餘約62,793,000港元（2022年12月31日：119,555,000港元）已作為本集團履約及質量保證結餘、金融資產及銀行授信之抵押。

資本承擔及或然負債

於2023年6月30日，本集團有已訂約但未撥備之資本承擔約619,072,000港元（2022年12月31日：673,618,000港元）及無已授權但未訂約之資本承擔（2022年12月31日：116,590,000港元）。

於2023年6月30日，本集團有以下尚未於財務報告計提撥備之或然負債：

SEMP TCL Mobilidade Ltda.（「SEMP Mobilidade」，為本公司之一間附屬公司）目前是巴西一項與巴西稅務機關的稅務評估爭議中的答辯人，其被指控在2012年和2013年財政年度不正當地應用稅收抵免。截至2023年6月30日，該稅務評估爭議仍在進行。香港會計準則（「香港會計準則」）第37號撥備、或有負債及或有資產通常所需的資料並未披露，理由是披露可能會嚴重損害此爭議的結果。根據主理此爭議的獨立律師之回覆，預計爭議期將持續3至5年。本集團並無作出任何撥備，因為本集團根據其法律顧問的意見，認為SEMP Mobilidade對該指控能進行有效抗辯。

未決訴訟

除上文所述外，本集團於2023年6月30日並未牽涉任何重大訴訟。

外幣匯兌風險

本集團的業務及營運面向國際市場，因此亦需承受外匯交易及貨幣轉換的外幣匯兌風險。

本集團的策略是中央處理外匯管理事宜，以監控其所承受的總外匯風險，抵銷各關聯公司之狀況及與銀行集中進行對沖交易。本集團強調以功能性貨幣進行貿易、投資及借貸的重要性，達到自然對沖效果。此外，為符合以穩健的財務管理策略為目標，本集團並無參與任何高風險的衍生工具交易或槓桿式外匯買賣合約。

僱員及酬金政策

於2023年6月30日，本集團共有24,119名僱員，皆為幹勁十足之優秀人才。截至2023年6月30日止六個月，僱員成本總額為約2,579,607,000港元。本集團僱員對工作充滿熱誠，致力確保業務質優可靠。本集團根據僱員於其所任職位的表現及發展潛力擢升員工。為吸引並挽留高質素員工，本集團會提供具有競爭力的福利待遇（根據市場標準及個別僱員的表現、資歷以及經驗而定）。於基本薪金的基礎上，根據本集團業績及個別僱員表現，可給予花紅獎勵。此外，本集團內持續地提供培訓及發展課程。本集團已經參照現行法例、市況以及個人及本集團之表現，定期檢討酬金政策。為了令僱員與本公司股東之利益一致，本公司根據2016年5月18日採納購股權計劃（「2016年計劃」）向相關承授人（包括本集團僱員）授出購股權。於2023年6月30日，尚未行使之購股權可認購合共35,177,319股。

本公司亦於2008年2月6日採納了股份獎勵計劃（「獎勵計劃」）並不時進行修訂。據此，指定受託人將以本公司提供之現金於市場上購入現有股份或認購新股份，並以信託形式代相關經甄選人士持有，直至該等股份按獎勵計劃之條文歸屬至該相關經甄選人士為止。獎勵計劃已於2023年2月5日到期。於到期日前根據獎勵計劃已授予並存續的獎勵股份，將根據獎勵計劃及授予條款繼續具有十足效力及影響。截至2023年6月30日，尚有37,001,744股獎勵股份已授予但尚未歸屬。

財務資料

以下中期簡明綜合財務報告未經審核，但已經本公司審核委員會（「審核委員會」）審閱。

綜合損益及其他全面收益表

	附註	截至6月30日止六個月	
		2023年 (未經審核) 千港元	2022年 (未經審核) 千港元 (經重列)
收入	5	34,916,442	33,679,256
銷售成本		(28,416,397)	(27,897,694)
毛利		6,500,045	5,781,562
其他收入及收益		1,008,228	1,272,650
銷售及分銷支出		(3,652,736)	(3,232,806)
行政支出		(1,829,709)	(1,923,484)
研發費用		(1,095,434)	(1,070,314)
其他營運支出		(42,773)	(14,760)
金融資產減值淨額		(49,669)	(11,025)
融資成本	6	837,952	801,823
分佔損益：		(431,684)	(253,912)
合資公司		9,573	12,026
聯營公司		3,986	(58,176)
除稅前利潤	7	419,827	501,761
所得稅	8	(103,775)	(208,503)
本期利潤		316,052	293,258

截至6月30日止六個月
2023年 2022年
(未經審核) (未經審核)
千港元 千港元

其他全面收益／(虧損)

於期後可能重新分類到損益的

其他全面收益／(虧損)：

現金流量對沖：

 本期內對沖工具產生之公平值變動之

 有效部分

(65,196) 132,245

 對已包括於損益表中之收益之

 重新分類調整

(56,929) (59,652)

 所得稅影響

14,277 258

(107,848) 72,851

匯兌差異：

 折算海外業務

(329,955) (798,241)

 本期內海外業務出售及清盤時之

 重新分類調整

307 31

 本期內聯營公司被視為部分出售、

 部分出售及清盤時之重新分類調整

166 (384)

(329,482) (798,594)

按公平值計入其他全面收益之金融資產：

 公平值變動，扣除所得稅後

(15,876) 6,360

於期後可能重新分類到損益的

其他全面虧損淨額

(453,206) (719,383)

		截至6月30日止六個月	
		2023年	2022年
		(未經審核)	(未經審核)
		千港元	千港元
			(經重列)
附註			
	於期後將不會被重新分類到損益的其他全面收益：		
	分佔聯營公司及一間合資公司之其他全面收益	<u>1,453</u>	<u>13,339</u>
	於期後將不會被重新分類到損益的其他全面收益淨額	<u>1,453</u>	<u>13,339</u>
	本期其他全面虧損，除稅淨額	<u>(451,753)</u>	<u>(706,044)</u>
	本期全面虧損總額	<u><u>(135,701)</u></u>	<u><u>(412,786)</u></u>
	利潤歸屬於：		
	母公司擁有人	263,709	249,509
	非控股權益	<u>52,343</u>	<u>43,749</u>
		<u><u>316,052</u></u>	<u><u>293,258</u></u>
	全面收益／(虧損)總額歸屬於：		
	母公司擁有人	(214,930)	(461,610)
	非控股權益	<u>79,229</u>	<u>48,824</u>
		<u><u>(135,701)</u></u>	<u><u>(412,786)</u></u>
	母公司普通股股東應佔每股盈利	11	
	基本	<u><u>10.92港仙</u></u>	<u><u>10.37港仙</u></u>
	攤薄	<u><u>10.62港仙</u></u>	<u><u>9.93港仙</u></u>

綜合財務狀況表

		2023年 6月30日 (未經審核) 千港元	2022年 12月31日 (經審核) 千港元 (經重列)
	附註		
非流動資產			
物業、廠房及設備		2,531,812	2,738,647
投資物業		548,930	545,800
使用權資產		849,823	992,237
商譽		3,167,153	3,195,180
其他無形資產		1,330,146	1,206,929
於合資公司之投資		120,068	110,458
於聯營公司之投資		1,440,535	1,558,882
指定按公平值計入其他全面收益之 權益投資		195,017	200,433
遞延稅項資產		458,174	429,644
其他遞延資產		582,977	567,197
		<u>11,224,635</u>	<u>11,545,407</u>
非流動資產合計			
		<u>11,224,635</u>	<u>11,545,407</u>
流動資產			
存貨		12,148,804	9,837,314
應收貿易賬款	12	13,252,239	10,935,081
應收票據		2,856,208	2,219,329
預付款項、其他應收款項及其他資產		11,217,212	9,019,669
可收回稅項		95,257	191,904
按公平值計入損益之金融資產		1,299,352	1,266,076
衍生金融工具		328,321	579,984
受限制現金及已抵押存款		62,793	119,555
現金及現金等值項目		6,694,898	9,390,941
		<u>47,955,084</u>	<u>43,559,853</u>
分類為持作出售之資產	9	<u>3,567</u>	<u>3,681</u>
		<u>47,958,651</u>	<u>43,563,534</u>
流動資產合計			
		<u>47,958,651</u>	<u>43,563,534</u>

		2023年 6月30日 (未經審核) 千港元	2022年 12月31日 (經審核) 千港元 (經重列)
	附註		
流動負債			
應付貿易賬款	13	17,638,319	14,086,945
應付票據		2,200,806	4,859,890
其他應付款項及預提費用		14,999,368	11,525,218
計息銀行貸款及其他貸款	14	4,391,804	4,433,624
租賃負債		202,773	153,915
應付稅項		83,619	175,716
認沽期權相關金融負債		176,025	160,667
衍生金融工具		394,453	134,214
預計負債		1,045,477	1,007,542
		<u>41,132,644</u>	<u>36,537,731</u>
流動負債合計			
		<u>41,132,644</u>	<u>36,537,731</u>
淨流動資產		<u>6,826,007</u>	<u>7,025,803</u>
總資產減流動負債		<u>18,050,642</u>	<u>18,571,210</u>
非流動負債			
計息銀行貸款及其他貸款	14	1,048,708	1,029,459
租賃負債		209,865	255,826
遞延稅項負債		318,608	327,928
其他長期應付款項		27,118	76,896
		<u>1,604,299</u>	<u>1,690,109</u>
非流動負債合計			
		<u>1,604,299</u>	<u>1,690,109</u>
淨資產		<u>16,446,343</u>	<u>16,881,101</u>
權益			
歸屬於母公司擁有人之權益			
已發行股本	15	2,507,569	2,499,780
儲備		13,442,113	13,963,889
		<u>15,949,682</u>	<u>16,463,669</u>
非控股權益		496,661	417,432
		<u>15,949,682</u>	<u>16,463,669</u>
權益合計		<u>16,446,343</u>	<u>16,881,101</u>

附註：

1. 編製基準

該等未經審核中期簡明綜合財務報告乃根據香港會計師公會頒佈的香港會計準則第34號*中期財務報告*以及香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)附錄十六之披露規定而編製。

未經審核中期簡明綜合財務報告不包括年度財務報告所需之所有資料及披露，及應與本集團截至2022年12月31日止之年度財務報告一併閱覽。

編製該等未經審核中期簡明綜合財務報告時所採納之會計政策及編製基準，除下文附註2所披露之採納經修訂之香港財務報告準則外，與編製本集團截至2022年12月31日止年度之年度財務報告所採納者相符，而該等未經審核中期簡明綜合財務報告乃根據香港會計師公會頒佈之香港財務報告準則(包括所有香港財務報告準則、香港會計準則及詮釋)、香港公認會計原則及公司條例(香港法例第622章)之披露規定而編製。

除衍生金融工具及若干金融資產以公平值計量外，該等未經審核中期簡明綜合財務報告乃根據歷史成本記賬法編製。分類為持作出售之資產按賬面值及公平值減銷售成本(以較低者為準)列賬。除另有說明者外，該等未經審核中期簡明綜合財務報告以港元(「港元」)呈列，所有價值均已湊整至最接近千位。

2. 會計政策及披露之變動

除採納於2023年1月1日生效之新訂及經修訂準則外，編製未經審核中期簡明綜合財務報告採納之會計政策與編製本集團截至2022年12月31日止年度之年度綜合財務報告所遵循者一致。

香港財務報告準則第17號	保險合同
香港財務報告準則第17號修訂	保險合同
香港財務報告準則第17號修訂	初始應用香港財務報告準則第17號及 香港財務報告準則第9號—比較資料
香港會計準則第1號修訂及 香港財務報告準則實務報告 第2號修訂	會計政策之披露
香港會計準則第8號修訂	會計估計之定義
香港會計準則第12號修訂	由單一交易引致與遞延稅項有關之資產及負債
香港會計準則第12號修訂	國際稅務改革—支柱二模型規則*

* 該等修訂已由國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈。於本公告日期，香港會計師公會預計將在短期內頒佈同等修訂

適用於本集團之該等新訂及經修訂香港財務報告準則之性質及資料如下文載述：

香港會計準則第1號修訂要求企業披露重大會計政策資料，而非重要會計政策。倘連同實體財務報表內其他資料一併考慮，會計政策資料可以合理預期會影響通用財務報告的主要使用者根據該等財務報表所作出的決定，則該會計政策資料屬重大。香港財務報告準則實務報告第2號修訂為如何應用會計政策披露的重要性概念提供非強制指引。本集團自2023年1月1日已應用該等修訂。該修訂對本集團中期簡明綜合財務資料沒有任何影響，但預計將影響本集團年度綜合財務報告中的會計政策披露。

香港會計準則第8號修訂澄清會計估計變動及會計政策變動的區別。會計估計界定為財務報告內的貨幣性金額，但受限於計量不確定性。該等修訂亦闡明實體如何使用計量技術及投入以制定會計估計。本集團已就2023年1月1日及以後發生的會計政策變更和會計估計變更應用該等修訂。由於本集團確定會計估計的政策與該等修訂一致，因此該等修訂不會對本集團財務狀況或表現產生影響。

香港會計準則第12號修訂由單一交易引致與遞延稅項有關之資產及負債縮小在香港會計準則第12號內首次確認例外情況的範圍，使其不再適用於產生相同的應課稅及可扣減暫時性差異的交易（例如租賃及退役責任）。因此，實體須就該等交易產生的暫時性差異確認遞延稅項資產（前提為具有足夠課稅利潤）及遞延稅項負債。本集團已於2022年1月1日應用了與租賃相關的暫時性差異的該等修訂，將任何累計影響作為對於該日保留利潤期初結餘或其他權益組成部分的調整。此外，本集團已前瞻性應用該等修訂於2022年1月1日或之後發生的除租賃以外的交易（如有）。

首次應用該等修訂後，本集團確認(i)與租賃負債相關的所有可抵扣暫時性差異的遞延稅項資產(前提是有足夠的應課稅利潤);及(ii)與截至2022年1月1日的使用權資產相關的所有應納稅暫時性差異的遞延稅項負債。對財務資料的量化影響總結如下。

對中期綜合財務狀況表之影響：

		於2023年 6月30日 千港元	增加 於2022年 12月31日 千港元	於2022年 1月1日 千港元
	附註			
資產				
遞延稅項資產	(i)	<u>3,940</u>	<u>3,494</u>	<u>3,728</u>
非流動資產合計		<u>3,940</u>	<u>3,494</u>	<u>3,728</u>
資產合計		<u><u>3,940</u></u>	<u><u>3,494</u></u>	<u><u>3,728</u></u>
負債				
遞延稅項負債	(i)	<u>112</u>	<u>49</u>	<u>193</u>
非流動負債合計		<u>112</u>	<u>49</u>	<u>193</u>
負債合計		<u><u>112</u></u>	<u><u>49</u></u>	<u><u>193</u></u>
淨資產		<u><u>3,828</u></u>	<u><u>3,445</u></u>	<u><u>3,535</u></u>
權益				
保留利潤		<u>3,807</u>	<u>3,441</u>	<u>3,473</u>
歸屬於母公司擁有人之權益		<u>3,807</u>	<u>3,441</u>	<u>3,473</u>
非控股權益		<u>21</u>	<u>4</u>	<u>62</u>
權益合計		<u><u>3,828</u></u>	<u><u>3,445</u></u>	<u><u>3,535</u></u>

(i) 同一附屬公司租賃合同產生的遞延稅項資產和遞延稅項負債在綜合財務狀況表中列報時已相互抵銷。

對中期綜合損益及其他全面收益表之影響：

	增加／(減少)	
	截至6月30日止六個月	
	2023年 千港元	2022年 千港元
所得稅撥回	383	530
本期利潤	<u>383</u>	<u>530</u>
歸屬於：		
母公司擁有人	366	547
非控股權益	<u>17</u>	<u>(17)</u>
	<u>383</u>	<u>530</u>
本期全面收益總額	<u>383</u>	<u>530</u>

本集團已追溯採納香港會計準則第12號修訂，首次採納日為2023年1月1日。在此方法下，該等修訂已追溯應用及已重列截至2022年6月30日止六個月母公司普通股股東應佔每股基本及攤薄盈利及全面虧損總額的比較資料。

香港會計準則第12號修訂*國際稅務改革—支柱二模型規則*引入了一項強制性臨時例外，以確認和披露因實施經濟合作與發展組織發佈的支柱二模型規則而產生的遞延稅項。該等修訂還對受影響的實體提出了披露要求，以幫助財務報告使用者更好地了解實體對支柱二所得稅的敞口，包括在支柱二立法期間單獨披露與支柱二所得稅相關的當期稅款。並在立法頒佈或實質頒佈但尚未生效期間披露支柱二所得稅風險的已知或可合理估計的資料。實體必須披露自2023年1月1日或之後開始的年度期間與其支柱二所得稅風險相關的資料，但無需披露截至2023年12月31日或之前結束的任何中期的此類資料。本集團目前正在評估支柱二所得稅的敞口。

3. 已頒佈但尚未生效之香港財務報告準則

本集團並無於該等未經審核中期簡明財務報告內應用下列已頒佈但尚未生效之新訂及經修訂香港財務報告準則。

香港財務報告準則第10號及 香港會計準則第28號修訂(2011年)	投資者與其聯營公司或合資公司之間資產出售或 注資 ²
香港財務報告準則第16號修訂	售後租回之租賃負債 ¹
香港會計準則第1號修訂	分類負債為流動或非流動 ^{1,3,4}
香港會計準則第1號修訂	帶有契約之非流動負債 ^{1,4}
香港會計準則第7號及 香港財務報告準則第7號修訂	供應商融資安排 ^{1,5}

¹ 於2024年1月1日或之後開始之年度期間生效

² 有待釐定強制生效日期，但可提前採納

³ 作為於2020年8月及2022年12月頒佈香港會計準則第1號修訂，香港詮釋第5號財務報表的呈報－借款人對載有按要求償還條款的定期貸款的分類已修訂，以使相應措詞保持一致而結論保持不變

⁴ 作為香港會計師公會於2022年頒佈香港會計準則第1號修訂帶有契約之非流動負債，香港會計準則第1號修訂分類負債為流動或非流動的生效日期已延後及實體必須在2024年1月1日或之後開始的年度期間應用兩項修訂。此外，香港財務報告準則實務報告第2號作出重要性判斷進行相應修訂

⁵ 該等修訂已由國際會計準則理事會頒佈。於本公告日期，香港會計師公會預計將在短期內頒佈同等修訂

本集團正在評估初次應用該等新訂及經修訂香港財務報告準則之影響。迄今為止，本集團認為該等新訂及經修訂香港財務報告準則不大可能對本集團之經營業績及財務狀況產生重大影響。

4. 經營分類資料

就管理而言，本集團根據地區智屏分類及其他產品類型組成業務單位，並分為下列五個可報告經營分類：

- (a) 智屏分類—於下列地區製造及銷售智屏：
 - TCL智屏—中國市場；及
 - TCL智屏—國際市場；
- (b) 互聯網業務分類—會員卡、視頻點播、廣告、垂直類應用及其他新業務；
- (c) 智能移動、連接設備及服務分類—製造及銷售手機、智能連接產品、移動屏及服務；
- (d) 全品類營銷分類—TCL品牌空調、冰箱、洗衣機及其他家電銷售業務；及
- (e) 智慧商顯、智能家居、光伏及其他業務分類。

本公司之管理層個別監察本集團經營分類之業績，以作出有關資源分配及表現評估之決策。分類表現乃根據各經營分類的分類收入及毛利作出評估。

可報告經營分類之披露已修改，詳情請參閱本公告第39頁，因管理層認為經重列分類之資料將有助該等財務報告之使用者，該等可報告經營分類同比金額已被重列。

有關該等可報告分類之資料(連同彼等之相關比較資料)呈列於下文。

	截至6月30日止六個月											
	智屏		互聯網業務		智能移動、 連接設備及服務		全品類營銷		智慧商顯、智能家居、 光伏及其他業務		綜合	
	TCL智屏-中國市場	TCL智屏-國際市場	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
銷售予外界客戶	6,897,535	13,341,230	1,112,871	942,110	4,011,634	7,833,030	6,072,908	4,247,585	2,677,160	996,581	34,916,442	33,679,256
毛利	1,533,400	2,267,406	601,829	491,909	678,871	912,238	922,042	585,720	247,104	121,466	6,500,045	5,781,562

5. 收入

收入分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2023 (未經審核) 千港元	2022 (未經審核) 千港元
來自客戶合約之收入	<u>34,916,442</u>	<u>33,679,256</u>

來自客戶合約的分類收入信息

截至2023年6月30日止六個月

分類	智屏及 其他產品 (未經審核) 千港元	互聯網業務 (未經審核) 千港元	合計 (未經審核) 千港元
貨物或服務類型			
銷售貨物	33,462,435	10,613	33,473,048
建設服務	341,136	–	341,136
視頻點播服務	–	267,728	267,728
廣告、垂直類應用及其他新業務	–	834,530	834,530
來自客戶合約之收入總額	<u>33,803,571</u>	<u>1,112,871</u>	<u>34,916,442</u>
地區市場			
中國內地	12,921,951	886,605	13,808,556
歐洲	3,765,212	–	3,765,212
北美	7,086,519	63,918	7,150,437
新興市場	10,029,889	162,348	10,192,237
來自客戶合約之收入總額	<u>33,803,571</u>	<u>1,112,871</u>	<u>34,916,442</u>
收入確認之時間			
在某一時間點轉讓貨物	33,462,435	10,613	33,473,048
服務隨時間轉移	341,136	267,728	608,864
在某一時間點轉讓服務	–	834,530	834,530
來自客戶合約之收入總額	<u>33,803,571</u>	<u>1,112,871</u>	<u>34,916,442</u>

截至2022年6月30日止六個月

分類	智屏及 其他產品 (未經審核) 千港元 (經重列)	互聯網業務 (未經審核) 千港元	合計 (未經審核) 千港元
貨物或服務類型			
銷售貨物	32,737,146	73,423	32,810,569
視頻點播服務	–	262,869	262,869
廣告、垂直類應用及其他新業務	–	605,818	605,818
	<u>32,737,146</u>	<u>942,110</u>	<u>33,679,256</u>
地區市場			
中國內地	9,640,822	814,374	10,455,196
歐洲	4,044,340	–	4,044,340
北美	9,040,098	6,201	9,046,299
新興市場	10,011,886	121,535	10,133,421
	<u>32,737,146</u>	<u>942,110</u>	<u>33,679,256</u>
收入確認之時間			
在某一時間點轉讓貨物	32,737,146	73,423	32,810,569
服務隨時間轉移	–	262,869	262,869
在某一時間點轉讓服務	–	605,818	605,818
	<u>32,737,146</u>	<u>942,110</u>	<u>33,679,256</u>

6. 融資成本

	截至6月30日止六個月	
	2023年 (未經審核) 千港元	2022年 (未經審核) 千港元
以下各項之利息：		
銀行及其他貸款	399,851	218,448
TCL實業控股股份有限公司(「TCL控股」) 控制之公司之貸款	18,578	21,390
租賃負債之利息支出	10,791	11,390
與認沽期權有關之金融負債之估算利息	2,464	2,059
一間TCL科技集團股份有限公司(「TCL科技」) 控制之公司之貸款	—	625
	<u> </u>	<u> </u>
本期融資成本總額	<u>431,684</u>	<u>253,912</u>

7. 除稅前利潤

本集團除稅前利潤乃經扣除：

	截至6月30日止六個月	
	2023年 (未經審核) 千港元	2022年 (未經審核) 千港元
物業、廠房及設備折舊	205,216	199,953
投資物業折舊	7,150	7,420
使用權資產折舊	104,133	96,167
其他無形資產攤銷	233,148	298,728
獎勵計劃下僱員以股份支付薪酬福利	69,215	104,119
以股份支付之購股權開支	—	91
	<u> </u>	<u> </u>

8. 所得稅

香港利得稅乃按期內在香港產生之估計應課稅利潤以16.5% (2022年6月30日：16.5%) 之稅率計提撥備。其他地區之應課稅利潤稅項乃按本集團經營所在國家／司法權區當時之稅率計算。

	截至6月30日止六個月	
	2023年 (未經審核) 千港元	2022年 (未經審核) 千港元 (經重列)
本期－香港		
期內稅項支出	11,411	61,189
過往期內超額撥備	(735)	—
本期－其他地區		
期內稅項支出	120,259	155,429
過往期內撥備不足／(超額撥備)	(9,714)	35,040
遞延	(17,446)	(43,155)
	<hr/>	<hr/>
本期稅項支出總額	103,775	208,503

9. 分類為持作出售之資產

於2021年5月20日，本集團決定出售其位於中國內地的一幅土地。該項出售預計將於2023年完成。於2023年6月30日，有關該項出售的最終談判正在進行中，該土地及樓宇分類為持作出售之流動資產。

10. 股息

董事會已決議就截至2023年6月30日止六個月不宣派任何股息 (2022年6月30日：無)。

11. 母公司普通股股東應佔每股盈利

每股基本及攤薄盈利乃根據以下各項計算：

	截至6月30日止六個月	
	2023年 (未經審核) 千港元	2022年 (未經審核) 千港元 (經重列)
盈利		
用作計算每股基本及攤薄盈利之 母公司普通股股東應佔之利潤：	<u>263,709</u>	<u>249,509</u>
股份		
	股份數目	
	截至6月30日止六個月	
	2023年 (未經審核)	2022年 (未經審核)
用作計算每股基本盈利之期內已發行普通股減 就獎勵計劃而持有的股份之加權平均數	2,415,861,008	2,406,385,683
攤薄影響－普通股之加權平均數：		
購股權	19,657	339,745
獎勵股份	<u>66,241,889</u>	<u>106,721,621</u>
用作計算每股攤薄盈利之期內已發行普通股之 加權平均數	<u>2,482,122,554</u>	<u>2,513,447,049</u>

12. 應收貿易賬款

本集團在中國內地之大部分銷售主要以貨到付款方式或以銀行擔保之商業票據結算，信貸期介乎於30日至90日。至於海外銷售方面，本集團一般要求以為期介乎90日至180日之信用證結賬。若干長期策略客戶之銷售按記賬形式進行，信貸期不超過180日。

除應收關聯方的該等金額外，鑑於上文所述，且事實上本集團之應收貿易賬款與大量分散之客戶有關，故並無重大的信貸集中風險。本集團就一組客戶欠付之應收貿易賬款約348,563,000港元(2022年12月31日：359,746,000港元)持有一項商業物業作為抵押品，按年利率3%(2022年12月31日：3%)計息。本集團並無就剩餘應收貿易賬款持有任何抵押品或其他加強信貸措施。其餘應收貿易賬款不計息。

於報告期間末，應收貿易賬款之賬齡分析(以發票日期計算)如下：

	2023年 6月30日 (未經審核) 千港元	2022年 12月31日 (經審核) 千港元
即期至90日	9,297,116	8,349,202
91日至180日	2,561,248	1,672,728
181日至365日	868,712	324,001
365日以上	809,494	831,093
	<u>13,536,570</u>	<u>11,177,024</u>
減值撥備	<u>(284,331)</u>	<u>(241,943)</u>
	<u><u>13,252,239</u></u>	<u><u>10,935,081</u></u>

本集團之應收貿易賬款中包括(i)將保理之應收款項581,772,000港元(2022年12月31日：315,207,000港元)，以及(ii)根據本集團持續參與本集團沒有保留也沒有實質上轉移絕大部分風險及回報的保理應收貿易賬款的程度而確認的資產以及相關負債16,326,000港元(2022年12月31日：25,106,000港元)。上述應收款項乃分類為按公平值計入損益之金融資產。其餘應收貿易賬款賬面總額12,938,472,000港元(2022年12月31日：10,836,711,000港元)按攤餘成本計量。

13. 應付貿易賬款

於報告期間末，應付貿易賬款之賬齡分析(以發票日期計算)如下：

	2023年 6月30日 (未經審核) 千港元	2022年 12月31日 (經審核) 千港元
即期至90日	14,998,557	11,589,314
91日至180日	2,253,288	1,920,841
181日至365日	163,060	382,203
365日以上	223,414	194,587
	<u>17,638,319</u>	<u>14,086,945</u>

應付貿易賬款為免息，信貸期一般介乎30日至120日。

14. 計息銀行貸款及其他貸款

	2023年 6月30日 (未經審核) 千港元	2022年 12月31日 (經審核) 千港元
流動		
銀行貸款—無抵押	4,375,478	4,408,518
作為保理貿易應收賬款代價之銀行墊款	16,326	25,106
	<u>4,391,804</u>	<u>4,433,624</u>
非流動		
銀行貸款—無抵押	1,048,708	1,029,459
	<u>5,440,512</u>	<u>5,463,083</u>
分析為：		
償還銀行貸款：		
於一年內或按要求	4,391,804	4,433,624
於第二年內	827,313	250,287
於第三年至第五年內(包括首尾兩年)	221,395	738,870
五年以上	—	40,302
	<u>5,440,512</u>	<u>5,463,083</u>

附註：

- (a) 於2023年6月30日及2022年12月31日，本集團之銀行及其他貸款之賬面值貼近其公平值。
- (b) 於報告期間末，TCL科技已個別為本集團之若干銀行貸款作擔保，擔保金額達103,382,000港元（2022年12月31日：123,114,000港元）及TCL控股已個別為本集團之若干銀行貸款作擔保，擔保金額達4,007,359,000港元（2022年12月31日：3,374,453,000港元）。

15. 股本

	2023年 6月30日 (未經審核) 千港元	2022年 12月31日 (經審核) 千港元
法定：		
3,000,000,000股 (2022年12月31日：3,000,000,000股) 每股1.00港元之股份	<u>3,000,000</u>	<u>3,000,000</u>
已發行及已繳足：		
2,507,568,733股 (2022年12月31日：2,499,780,203股) 每股1.00港元之股份	<u>2,507,569</u>	<u>2,499,780</u>

於2023年4月28日，本公司根據獎勵計劃（以新股份方式作出）配發及發行7,731,969股股份。

於截至2023年6月30日止六個月內，根據2016年計劃之條款，50,000股、1,000股及5,561股購股權所附帶之認購權分別按行使價每股3.7329港元、3.5700港元及4.1520港元獲行使，引致以總現金代價（除費用前）約214,000港元發行合共56,561股每股1.00港元之股份。

16. 比較金額

若干比較金額已獲重新分類以符合本期之呈列及披露。

購買、出售或贖回股份

於截至2023年6月30日止六個月期間，本公司或其任何附屬公司概無購買、贖回或出售本公司上市證券。

中期股息

董事會已決議就截至2023年6月30日止六個月不宣派任何股息（2022年6月30日：無）。

企業管治

本公司已建立並將持續優化風險管理及內部控制系統，管理層定期與董事會及審核委員會匯報本公司管治的情況及改進進展，以不斷加強董事會與管理層在企業管治上的協作，並履行各自在企業管治方面的職責。

本公司於截至2023年6月30日止六個月內已遵守載列於上市規則附錄十四之《企業管治守則》第二部分之守則條文。

審核委員會

審核委員會已聯同本公司之管理層審閱本集團截至2023年6月30日止六個月之未經審核中期簡明綜合財務報告，包括本集團採納之會計原則。於本公告日期，審核委員會由三名成員組成，包括獨立非執行董事劉紹基先生（主席）、曾憲章博士及王一江教授。

本公司董事進行證券交易之標準守則

本公司已就董事進行證券交易訂立行為守則，其條款不遜於上市規則附錄十所載之上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」）所載之規定準則。經向全體董事作出特定查詢後，全體董事已確認彼等於截至2023年6月30日止六個月內已遵守標準守則所載之規定準則，以及本公司有關董事進行證券交易之行為守則。

遵守不競爭契約

本公司已收到來自TCL控股及T.C.L.實業控股(香港)有限公司(「T.C.L.實業(香港)」)的書面確認，確認自2023年1月1日起至2023年6月30日止期間(包括首尾兩日)，彼等均已充分遵守彼等以本公司為受益人於2020年6月29日簽訂的不競爭契據(「不競爭契據(2020)」)。

本公司已收到來自TCL科技的書面確認，確認自2023年1月1日起至2023年6月30日止期間(包括首尾兩日)，彼已充分遵守由TCL科技、T.C.L.實業(香港)及本公司於2020年6月29日簽訂的終止契據(「終止契據(2020)」)。

獨立非執行董事已審閱不競爭契據(2020)及終止契據(2020)之相關確認書，且彼等均信納由2023年1月1日至2023年6月30日期內(包括首尾兩日)不競爭契據(2020)及終止契據(2020)已獲遵守。

代表董事會
杜娟
主席

香港，2023年8月25日

於本公告日期，董事會成員包括執行董事杜娟女士、閔曉林先生及胡殿謙先生；非執行董事王成先生、孫力先生及李宇浩先生；及獨立非執行董事曾憲章博士、王一江教授及劉紹基先生。