

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)

### 截至2024年6月30日止六個月

### 業績公告

董事會欣然公告本集團截至2024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2023年同期之比較數字。

#### 財務摘要

	截至6月30日止六個月		變動
	2024年 (未經審核) 百萬港元	2023年 (未經審核) 百萬港元 (經重列)	
收入	<b>45,494</b>	34,916	30.3%
毛利	<b>7,748</b>	6,500	19.2%
除稅後利潤	<b>653</b>	316	106.6%
歸屬於母公司擁有人(「歸母」)淨利潤	<b>650</b>	264	146.5%
非香港財務報告準則計量：			
經調整歸母淨利潤	<b>654</b>	265	147.3%

## 管理層討論及分析

### 業務回顧與展望

#### 1. 綜述

##### 應對複雜多變的經濟形勢 堅守戰略方向 提升經營質量

全球經濟在2024年上半年呈現紛亂多變的局面，在復甦跡象漸現的同時，通脹持續給全球多個主要經濟體帶來壓力，地緣政治不確定性及能源價格波動亦為全球經濟帶來變數。與此同時，中國出口增長放緩、房地產市場持續調整，但基礎設施投資和消費市場逐步回暖，政策層面亦出台了一系列促進消費的措施；在多種因素互相作用下，2024年上半年中國經濟實現了穩健增長，國內GDP同比上升5.0%。

得益於歐洲盃、奧運會等重大體育賽事對歐美TV市場的拉動，2024年上半年全球TV行業出貨量同比微增1.9%，但中國市場TV行業出貨量同比下跌6.1%<sup>1</sup>。在存量競爭大背景下，結構升級及顯示技術革新成為當前全球TV市場發展的主基調，包括大呎吋TV及Mini LED TV在內的中高端需求增勢進一步擴張，2024年上半年全球75吋及以上TV行業出貨量同比增加37.8%<sup>2</sup>，Mini LED TV行業出貨量規模同比增長74.3%<sup>3</sup>。同時，行業頭部企業市場份額集中度繼續攀升，全球品牌TV出貨量前四集中度由2023年的53.8%進一步提高至2024年上半年的54.6%<sup>4</sup>。光伏市場則延續高速增長，2024年上半年國內分佈式光伏行業新增併網裝機量同比增長29.1%至52.9GW<sup>5</sup>。

---

<sup>1</sup> 數據源：Omdia之2024年上半年全球品牌TV出貨量數據。

<sup>2</sup> 數據源：Omdia之2024年上半年全球品牌TV出貨量數據。

<sup>3</sup> 數據源：群智諮詢之2024年上半年全球TV出貨量數據。

<sup>4</sup> 數據源：Omdia之自2023年至2024年上半年全球品牌TV出貨量數據。

<sup>5</sup> 數據源：中國國家能源局。

面對機遇與挑戰並存的複雜經營環境，TCL電子作為消費科技領先企業，於2024年上半年堅持「品牌引領價值，全球效率經營，科技驅動，活力至上」的戰略方向，同時積極落實關鍵舉措，持續提升產品、營銷、運營及組織等核心能力。2024年上半年，本集團大力推進中高端戰略及全球化經營，深耕智能終端市場，實現顯示業務及互聯網業務的高質量增長，亦積極推動光伏業務、全品類營銷以及AR/XR智能眼鏡等創新業務的規模發展，成功實現了多元化收入快速增長，使本集團經營質量穩步提升。

#### **中高端及全球化戰略成效突顯 經營實現有質量增長 財務狀況持續穩健**

截至2024年6月30日止六個月，本集團財務表現突出，實現收入454.94億港元，同比增長30.3%。於報告期內，TCL電子推進中高端及全球化經營戰略得宜，配合新業務快速發展帶來的規模效應，帶動毛利同比增長19.2%至77.48億港元。費用方面，得益於規模效益及提質增效，2024年上半年本集團經營效率持續提升，行政支出率同比下降1.1個百分點至4.1%；同時，本集團堅持精準營銷策略，銷售及分銷支出率同比下降0.9個百分點至9.6%，整體費用率同比降低2.0個百分點至13.7%。在規模效應的助力下，本集團於報告期內除稅後利潤同比提升106.6%至6.53億港元，歸母淨利潤同比增長146.5%至6.50億港元，經調整歸母淨利潤同比增長147.3%至6.54億港元。

於報告期內，本集團整體財務狀況持續穩健，截至2024年6月30日，本集團淨額資本負債比率<sup>6</sup>維持於0.0%；本集團堅持效率至上，以全球化佈局優化供應鏈、物流和服務能力及合作生態，運營效率有所改善，於報告期內本集團存貨周轉天數69天，同比加快1天；現金周轉天數36天，同比加快2天；同時，本集團自2017年起維持高派息政策回饋股東，2023年派息率高達50.0%。

### 全球品牌美譽度提升 顯示業務規模增長領跑行業 創新業務成新增長動力

2024年上半年，本集團堅持品牌戰略本地化，在重要體育賽事、電子競技、影視以及展會等多個領域精準營銷，全球品牌影響力有效提升，2024年上半年TCL TV全球品牌指數同比提升11.1%至92<sup>7</sup>。TCL品牌更連續八年躋身「Google x Kantar BrandZ中國全球化品牌50強榜單」。

得益於本集團在全球市場的積極開拓和品牌影響力的有效提升，疊加產品結構優化，高端產品佔比持續增加，2024年上半年顯示業務收入同比增長21.3%至301.35億港元。同時，本集團持續擴大及深化北美、歐洲、新興市場等多區域重點渠道覆蓋，2024年上半年TCL TV出貨量同比增長9.2%至1,252萬台，大幅跑贏行業平均水平，全球出貨量市佔率同比提升0.9個百分點至13.3%，位列全球品牌TV前二<sup>8</sup>，在全球近三十個國家出貨量排名穩居前五<sup>9</sup>。

---

<sup>6</sup> 淨額資本負債比率以債務淨額（即按計息銀行及其他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人之權益計算。

<sup>7</sup> 該品牌指數由Omdia之2024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。

<sup>8</sup> 數據源：Omdia之2024年上半年全球品牌TV出貨量數據。

<sup>9</sup> 數據源：Circana之美國/加拿大/墨西哥零售市場調查報告，GfK之全球市場調查報告；基於2024年上半年之TV零售量。

本集團通過互聯網業務完善「智能物聯生態」全品類佈局，持續提高品牌競爭力以及提升客戶體驗。2024年上半年，互聯網業務收入同比增長8.9%至12.12億港元，毛利率維持於54.0%的高水平。同時，本集團持續運用顯示業務所積累的品牌力、全球化渠道資源及全產業鏈垂直一體化優勢，推動光伏業務、全品類營銷等創新業務的高速發展。2024年上半年，本集團創新業務收入同比大增60.6%至139.53億港元，毛利同比增長64.1%至20.09億港元。其中，光伏業務收入及毛利分別同比大幅增長212.7%及322.5%至52.69億港元及5.43億港元，毛利率同比提高2.7個百分點至10.3%；全品類營銷業務收入同比增長27.7%至77.53億港元，毛利率同比增加1.1個百分點至16.3%。

### **持續強化研發能力 提升用戶體驗 技術成果廣受認可**

2024年上半年，本集團研發費用達10.93億港元。本集團持續在智能終端方面投放研發資金，重點發展Mini LED、量子點等先進顯示技術，以及AR/XR智能眼鏡、IoT智能家電等創新產品。報告期內，本集團在顯示、人工智能、物聯網等領域取得多項技術突破，進一步鞏固技術領先優勢。

於報告期內，本集團推出的Mini LED TV、平板、AR/XR眼鏡、冰箱、洗衣機等多品類產品，憑藉出色的性能和創新設計，獲得廣泛認可，囊括多個國際性獎項。其中，TCL X11領曜QD-Mini LED TV榮獲「艾普蘭獎金獎」，TCL NXPAPER 14 Pro平板榮獲「艾普蘭優秀產品獎」及「護眼科技創新獎」，彰顯了TCL在新一代顯示技術上的領先優勢。

此外，TCL新風空調小藍翼P7、TCL R540P12-DQ超薄零嵌電冰箱分別榮獲「艾普蘭獎創新獎」、「艾普蘭優秀產品獎」，雷鳥X2 Lite AR眼鏡獲頒「2023-2024年度AR眼鏡創新獎」，體現本集團在智能家電和AR/XR領域的創新成果，並標誌著TCL已成為全球消費級AR/XR硬件的引領者之一。TCL X11領曜QD-Mini LED TV等10項產品及設計還榮獲「2024德國iF設計大獎」，充分展現了TCL在產品設計上的實力。

## 2. 顯示業務

### 2.1 大吋吋顯示

**把握高端化及大屏化市場機遇 品牌力及產品力持續提升 量額表現遠優於行業水平**

儘管全球TV出貨量復甦承壓，本集團始於堅持中高端及「TCL+雷鳥」雙品牌戰略。2024年上半年，TCL TV全球出貨量達1,252萬台，同比增長9.2%，收入同比增長23.2%至259.14億港元，量額均大幅跑贏行業平均水平。其中，2024年第二季度TCL TV出貨量達668萬台，同比增幅高達12.9%，環比增幅更達14.3%，增長進一步加速。根據Omdia最新報告<sup>10</sup>顯示，TCL TV全球出貨量市佔率自2015年的5.6%增長至2024年上半年的13.3%，2024年上半年同比提高0.9個百分點，出貨量規模全球前二；銷售額市佔率亦達12.1%，同比提高1.9個百分點，銷售額規模全球前三，且為前十品牌中同比增幅最大的TV品牌。

2024年上半年，本集團繼續緊追市場的中高端及大屏化趨勢，高端及大吋吋產品持續受到全球用戶青睞，75吋及以上TCL TV全球出貨量同比增長34.5%，出貨量佔比則提升2.3個百分點至11.8%，全球TV出貨平均吋吋從49.9吋同比提升1.8吋至51.7吋；TCL中高端產品量子點TV及Mini LED TV全球出貨量分別同比高增64.4%及122.4%，Mini LED TV規模維持全球領先水平。

<sup>10</sup> 數據源：Omdia之自2015年至2024年上半年全球品牌TV出貨量及銷售額數據。

## 中國市場

根據Omdia數據<sup>11</sup>，受內需持續下降影響，2024年上半年國內TV行業出貨量同比下降6.1%。然而，本集團積極把握「消費品以舊換新」等政策機遇，通過TCL品牌進行產品結構向上突破，雷鳥品牌進行年輕化市場下沉，帶動出貨量快速增長，2024年上半年中國市場TCL TV出貨量同比逆勢增長5.4%，收入同比增長21.1%至83.53億港元。其中，雷鳥品牌TV的出貨量同比增速更達至66.4%。受到品牌結構變化影響，2024年上半年中國市場TCL TV毛利率同比下降2.4個百分點至19.8%，但得益於費用控制得當，中國市場TCL TV經營業績表現保持穩健。

本集團亦在報告期內進一步突破中高端市場，2024年上半年65吋及以上、75吋及以上TCL TV在中國市場出貨量分別同比增長6.7%及17.7%，出貨量佔比分別提升0.6個百分點至51.5%以及3.5個百分點至33.2%。同時，TCL Mini LED TV規模快速發展，2024年上半年出貨量同比增長120.1%，出貨量佔比顯著提升4.5個百分點至8.6%。市場地位方面，2024年上半年TCL TV在中國市場零售額市佔率同比上升1.5個百分點至22.1%<sup>12</sup>，位居行業第二，TCL Mini LED TV零售量穩居中國市場第一<sup>13</sup>。

---

<sup>11</sup> 數據源：Omdia之2024年上半年中國市場品牌TV出貨量數據。

<sup>12</sup> 數據源：中怡康全渠道之2024年上半年中國市場品牌TV零售額數據，TCL與雷鳥品牌加總。

<sup>13</sup> 數據源：中怡康全渠道之2024年上半年中國市場品牌TV零售量數據，TCL與雷鳥品牌加總。

## 國際市場

受惠於TCL TV的品牌影響力及產品力持續提升，2024年上半年本集團在海外市場表現尤為突出。2024年上半年，TCL TV國際市場出貨量同比增幅達10.4%，收入同比增長24.2%至175.61億港元。其中，75吋及以上TV及TCL Mini LED TV出貨量同比分別大幅增長77.9%和124.7%，產品結構實現進一步優化。毛利率方面，受到低毛利區域銷售量佔比上升及面板價格上漲影響，2024年上半年海外市場毛利率同比下降2.2個百分點至15.6%。但得益於提質增效，2024年上半年TCL TV國際市場經營業績同比進一步提升。

此外，本集團通過精準投入品牌營銷，並且加大北美、歐洲、新興市場等多區域重點渠道覆蓋，根據GfK和Circana數據，TCL TV在海外近30個國家零售量排名穩居前五。

- 北美市場：2024年上半年經濟實現「軟著陸」，通脹回落，但壓力尚存，本集團持續推進中高端戰略，TCL TV出貨量同比微跌2.7%。同時，得益於本集團主動調整產品和渠道結構，75吋及以上出貨量同比提升46.9%，出貨量佔比提升2.8個百分點至8.4%，且TCL TV在美國零售量市佔率同比提升0.5個百分點至12.5%，穩居市場第二，在加拿大及墨西哥分別排名第三及第五（數據源：Circana<sup>14</sup>）；

---

<sup>14</sup> 數據源：Circana之美國/加拿大/墨西哥零售市場調查報告，基於2024年上半年之TV零售量。



- 新興市場：2024年上半年經濟表現呈現出明顯的分化態勢，部分地區顯示出強勁增長，而其他則面臨通脹壓力和政治動蕩的雙重挑戰。根據數據<sup>15</sup>，TV行業出貨量於2024年上半年同比微增0.3%。本集團於2024年上半年在部分區域率先推出具有競爭力的新品，同時積極強化品牌營銷，表現跑贏行業水平，TCL TV新興市場出貨量同比增長4.0%，其中，TCL TV在澳洲、菲律賓及緬甸零售量市佔率保持行業第一，在沙特及巴基斯坦保持排名第二，在越南、泰國、韓國、巴西、阿根廷位居第三，在阿聯酋、印度及印尼排名第五（數據源：GfK<sup>16</sup>）；及
- 歐洲市場：受益於歐洲盃、奧運會等大型體育賽事的舉辦，2024年上半年TV行業出貨量同比增長9.8%<sup>17</sup>。本集團於報告期內持續拓展重點國家渠道，TCL品牌TV出貨量同比增長40.1%，零售量市佔率在法國、瑞典、波蘭排名前二，在捷克、西班牙排名第三，在意大利、荷蘭、希臘、匈牙利位居第四，在英國排名第五（數據源：GfK<sup>18</sup>）。

## 2.2 中小呎吋顯示

### 市場初現復甦 收入增長理想 盈利能力有待持續改善

根據IDC數據<sup>19</sup>，2024年上半年全球手機和平板行業出貨量分別同比增長8.4%及10.0%。本集團於報告期內堅持產品驅動、聚焦突破，差異化創新推動提效經營取得成果。2024年上半年，本集團中小呎吋顯示業務收入同比增長10.7%至37.61億港元，毛利同比增長13.6%至6.28億港元，毛利率提高0.4個百分點至16.7%。

<sup>15</sup> 數據源：Omdia之2024年上半年新興市場品牌TV出貨量數據。

<sup>16</sup> 數據源：GfK之全球市場調查報告，基於2024年上半年之TV零售量。

<sup>17</sup> 數據源：Omdia之2024年上半年歐洲市場品牌TV出貨量數據。

<sup>18</sup> 數據源：GfK之全球市場調查報告，基於2024年上半年之TV零售量。

<sup>19</sup> 數據源：IDC之2024年上半年全球手機和平板出貨量數據。

## 2.3 智慧商顯

### 專注IFPD市場 產品力引領業務突破 賦能長期規模增長

2024年上半年，本集團借勢顯示核心技術如Mini LED及量子點，攜手釘釘、騰訊生態，以TCL商用OS為紐帶串聯多顯示品類，尤其聚焦IFPD市場，提供包括智慧教育、智慧企業、智慧商業等多場景產品解決方案。同時基於原有供應鏈資源及產業鏈垂直一體化優勢，本集團與海外頭部IFPD品牌持續深化合作。於報告期內，本集團推出了第六代護眼IFPD 98X60A和第六代智慧黑板86C60M等新品，同時推出了全新品類辦公智屏M系列及E系列多款新品，搭載如未來紙顯示技術、秒級4K投屏、TCL企業版OS等創新設計，滿足辦公輕量化、多元化需求。2024年上半年，本集團智慧商顯業務收入同比11.3%增長至4.60億港元，毛利率達13.8%。

## 3. 互聯網業務

### 聚焦用戶體驗 全球收入規模增長穩健 盈利能力維持於高水平

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2024年6月30日止六個月，本集團全球互聯網業務收入達12.12億港元，同比提升8.9%；毛利率維持於54.0%的高水平。

### 中國市場

2024年上半年，本集團中國市場互聯網業務以智能、便捷和創新為向導，聚焦自定義桌面、AI交互場景等體驗及應用場景突破創新，不斷豐富平台內容和優化平台運營效率，提升用戶體驗，增強用戶黏性。作為OTT領域的創新者，本集團於報告期內完成了「靈控桌面2.0」的升級，通過簡化操控、個性化分身系統、去除廣告、視覺美化等升級，並實現大小屏聯動和手機編輯TV桌

面，大幅提升使用便捷性和舒適度，為用戶提供更為個性化的產品服務。同時，本集團基於AI大模型打造「雷咚咚」自有IP，並與頭部少兒IP合作，發展AI動畫成長教育，持續為用戶提供豐富的平台內容。於報告期內，本集團中國互聯網業務收入達8.70億港元，維持穩定表現。

## 國際市場

於報告期內，本集團繼續加強與Google、Roku、Netflix等互聯網巨頭保持密切合作，不懈追求用戶服務體驗的持續升級；同時，本集團商業模式持續突破，自有內容產品2024年6月的日均消費總時長<sup>20</sup>同比翻倍提升，流量變現能力進一步增強。截至2024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2,480萬。2024年上半年，本集團國際市場的互聯網業務收入達3.42億港元，同比大幅增長51.2%。

## 4. 創新業務

### 4.1 光伏業務

**規模指數級增長 盈利能力提升 緊抓市場發展機遇 持續推進業務高質量發展**

2024年上半年，面對市場的動態變化，本集團堅持「相對輕資產」模式，通過強化產品、數字化、工程技術、金融及渠道等核心能力，實現精細化運營牽引業務規模的有質量增長。2024年上半年，本集團光伏業務收入同比大幅增長212.7%至52.69億港元，毛利同比大幅上升322.5%至5.43億港元，毛利率同比提高2.7個百分點至10.3%。截至2024年6月底，本集團的光伏業務已覆蓋中國國內23個重點省市，累計工商簽約項目超150個，累計經銷商渠道超1,200家，累計簽約農戶超70,000戶。

<sup>20</sup> 日均消費總時長以該月內每日日活用戶數乘以該日人均使用時長之總額除以該月天數。

本集團將以成為「以用戶為本、全球領先的分佈式智慧能源解決方案服務商」為業務定位，致力於探索電力市場交易完善的政策環境下分佈式光伏業務的高質量發展，提升中國主流市場滲透率，實現有序擴張，目標是戶用業務進入第一梯隊；商用業務提升區域影響力，通過多場景解決方案、金融模式創新等方式進入小微工商業儲能業務。海外市場方面，本集團將盡快鎖定全球化最優路徑，聚焦資源深耕渠道，優勢市場本地化作戰，同時強化組織佈局，激發業務效率。長遠來看，本集團致力於實現國內光伏電站業務向全球新能源綜合解決方案服務商的轉型，緊抓全球能源轉型與碳中和發展機遇。

## **4.2 全品類營銷**

### **強化全球品牌及渠道協同優勢 推動收入強勁增長**

基於顯示業務多年積累的全球品牌影響力及跨地域的市場渠道佈局，本集團旗下空調、冰箱及洗衣機等智能產品的全球品牌分銷業務規模保持快速增長。2024年上半年，全品類營銷收入同比增加27.7%至77.53億港元，毛利同比增加37.1%至12.64億港元，分銷毛利率同比提升1.1個百分點至16.3%。根據產業在線2024年上半年全球出貨量數據，TCL空調全球排名第三。此外，多款新產品亦獲「艾普蘭獎創新獎」、「艾普蘭優秀產品獎」等行業獎項認可，品牌度再度鞏固。

## **4.3 智能連接及智能家居**

### **持續優化智能互聯設備生態系統 提升產品開發和市場推廣能力**

2024年上半年，本集團智能連接和智能家居業務收入達9.31億港元，同比微增0.1%；毛利率同比提升3.1個百分點至21.7%，盈利能力進一步改善。智能連接業務方面，本集團於2024年上半年持續深耕運營商渠道，

同時積極展開4G、5G產品佈局。智能家居業務方面，本集團期內推出千元價位段K7系列，中高價位段K9系列智能門鎖，以及C3V室內可視安全攝像頭，銷量符合預期。

此外，本集團始終堅持發展AR和XR技術，內部孵化的雷鳥創新於2024年上半年在國內市場推出首個通過ZREAL幀享超高清認證的AR眼鏡雷鳥Air 2s，該產品採用最新Sony Micro OLED屏幕，首發應用了對稱式雙單元音頻結構及雙向力消音結構，並搭載行業首款眼鏡自定義調節面板，可支持觀看3D立體空間視頻，為用戶提供更為沉浸的音視頻體驗。618購物節期間，雷鳥智能眼鏡榮獲京東及天貓平台銷量與銷額雙冠，彰顯市場領導力。

## 5. 展望

### **TV中高端需求崛起 上游面板競爭格局穩定 下游中資TV企業優勢擴大 機遇與風險並存 積極打造新增長曲線**

近年來，儘管TV行業需求相對飽和，但面板產能行業集中度持續向中資廠商傾斜，上游競爭格局趨於穩定，為TV行業的上下游健康穩定發展提供有力支撐，下游中資頭部TV企業優勢進一步擴大。同時，雖然全球TV市場需求持續穩定，但產品結構升級及中高端趨勢越發顯著。據群智諮詢報告預測，75吋及以上大屏TV及Mini LED TV的全球出貨量預計在2023至2025年間有望實現年均複合增長率分別達25.0%及60.1%。本集團將順應市場需求變化，持續推進中高端戰略，並以精準營銷加強品牌形象，同時持續提升產品技術質量，搶佔市場份額。

未來，全球空冰洗市場規模相對穩定，但較TV市場仍有很大的市場空間。本集團將憑藉多年深耕海外所積累的全球TV品牌及渠道優勢，持續積極拓展全品類營銷業務規模，進一步提升全品類產品的市場份額，為本集團多元化發展開闢新機遇。與此同時，光伏市場及AR/XR頭顯市場均保持著快速增長，本集團亦將持續創新與拓展，在激烈的市場競爭中把握行業機遇，積極佈局，打造具備長遠健康增長潛力的新曲線。

### **拓規模強運營 持續夯實能力建設 全球化驅動高質量發展**

2024年下半年，本集團將圍繞「拓規模、強運營、活組織、全球化」強勢出擊，力爭經營目標實現淨利額增速>毛利額增速>收入增速的高質量發展。本集團在穩固中低端市場的基礎上，將持續突破中高端市場，深化海外零售、渠道以及營銷能力，強化全球品牌優勢；本集團並致力於極致效率經營，持續完善全球化組織運作能力，強化數據驅動運營，全面助力降本增效及提升用戶體驗。與此同時，本集團將堅持全球化運營，通過全球產能佈局實現產品當地或就近供應，全球化人才培養實現當地人才全球佈局，全球本土化品牌營銷精準提升全球品牌影響力。

展望未來，本集團將秉承「品牌引領價值，全球效率經營，科技驅動，活力至上」戰略，聚焦強化產品力、營銷力、運營力及組織力等核心能力，推動顯示業務及互聯網業務等主航道業務與創新業務的長遠可持續發展，並將繼續深化「全球化」與「科技化」佈局，向「全球化經營的領先智能終端企業」的目標邁進。

## 管理層討論及分析

### 2024上半年與2023年上半年比較

下表載列2024年上半年與2023年上半年的比較數字：

	截至6月30日止六個月	
	2024年 (未經審核) 千港元	2023年 (未經審核) 千港元 (經重列)
收入	45,493,620	34,916,442
銷售成本	<u>(37,745,894)</u>	<u>(28,416,397)</u>
毛利	7,747,726	6,500,045
其他收入及收益	1,094,792	1,008,228
銷售及分銷支出	(4,367,160)	(3,652,736)
行政支出	(1,860,323)	(1,829,709)
研發費用	(1,092,783)	(1,095,434)
其他營運支出	(171,529)	(42,773)
金融及合約資產減值虧損淨額	<u>(10,053)</u>	<u>(49,669)</u>
融資成本	1,340,670	837,952
分佔損益：	(521,358)	(431,684)
— 合資公司	16,039	9,573
— 聯營公司	<u>46,445</u>	<u>3,986</u>
除稅前利潤	881,796	419,827
所得稅	<u>(228,882)</u>	<u>(103,775)</u>
本期利潤	<u><u>652,914</u></u>	<u><u>316,052</u></u>
歸母淨利潤	649,920	263,709
非香港財務報告準則計量：		
經調整歸母淨利潤	654,211	264,562

## 收入

本集團收入由2023年上半年的349.16億港元同比上漲30.3%至2024年上半年的454.94億港元。下表載列截至2024年6月30日止及2023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			
	2024年		2023年	
	百萬元	佔總收入 百分比	百萬元	佔總收入 百分比
<b>顯示業務<sup>21</sup></b>	<b>30,135</b>	<b>66.3%</b>	24,851	71.2%
大呎吋顯示	25,914	57.0%	21,042	60.3%
— 中國市場	8,353	18.4%	6,898	19.8%
— 國際市場	17,561	38.6%	14,144	40.5%
中小呎吋顯示	3,761	8.3%	3,396	9.7%
智慧商顯	460	1.0%	413	1.2%
<b>互聯網業務<sup>22</sup></b>	<b>1,212</b>	<b>2.7%</b>	1,113	3.1%
中國市場	870	1.9%	887	2.5%
國際市場	342	0.8%	226	0.6%
<b>創新業務<sup>23</sup></b>	<b>13,953</b>	<b>30.6%</b>	8,688	24.9%
光伏業務	5,269	11.6%	1,685	4.8%
全品類營銷	7,753	17.0%	6,073	17.4%
智能連接及智能家居	931	2.0%	930	2.7%
<b>其他</b>	<b>194</b>	<b>0.4%</b>	264	0.8%
<b>總收入</b>	<b>45,494</b>	<b>100.0%</b>	34,916	100.0%

<sup>21</sup> 「顯示業務」(包括大呎吋顯示業務(即TV業務)、中小呎吋顯示業務及智慧商顯業務)對應財務報告附註中經營分類資料中(i)「TV」分類；及(ii)「智能移動、連接設備及服務」及「智慧商顯、智能家居及其他業務」兩個分類中的顯示業務。

<sup>22</sup> 「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」。

<sup>23</sup> 「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」；(ii)「光伏業務」；及(iii)「智能移動、連接設備及服務」及「智慧商顯、智能家居及其他業務」三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2023年上半年的248.51億港元同比增長21.3%至2024年上半年的301.35億港元，主要受益於本集團在全球市場的積極開拓和品牌影響力的有效提升，2024年上半年TCL TV全球出貨量錄得同比增長，疊加產品結構改善，大呎吋顯示業務收入規模同比擴大23.2%。

### **互聯網業務**

互聯網業務的收入由2023年上半年的11.13億港元同比增長8.9%至2024年上半年的12.12億港元，主要得益於海外互聯網業務商業化變現持續突破，於報告期內互聯網業務海外收入增長51.2%至3.42億港元。

### **創新業務**

創新業務的收入由2023年上半年的86.88億港元同比增長60.6%至2024年上半年的139.53億港元，主要是由於報告期內光伏業務展業區域及渠道拓展，且本集團針對房型結構提供多樣化設計滿足市場需求，實現收入規模快速增長212.7%；同時，全品類營銷業務受益於本集團全球品牌力及渠道協同優勢快速發展，於報告期內規模同比提升27.7%。

### **毛利及毛利率**

本集團整體毛利由2023年上半年的65.00億港元，同比增長19.2%至2024年上半年的77.48億港元。毛利同比增長主要得益於本集團堅持推進業務中高端轉型戰略，產品結構改善，疊加成本控制措施得宜，推動整體毛利同比穩步增長；2024年上半年毛利率為17.0%，較2023年上半年同比下降1.6個百分點，主要是受大呎吋顯示業務毛利率水平下降影響。

### **顯示業務**

2024年上半年顯示業務的毛利率為16.9%，同比下降1.9個百分點，主要是由於本集團持續推進「TCL+雷鳥」雙品牌戰略的落地，受到國內品牌結構及海外區域結構變化，以及面板成本上漲影響引致大呎吋顯示業務毛利率水平下降。

### **互聯網業務**

2024年上半年互聯網業務的毛利率為54.0%，同比基本持平，主要得益於本集團在鞏固提升國內互聯網業務產品體驗的同時，持續挖掘國內互聯網垂直創新類業務發展及海外互聯網變現能力，實現毛利率表現穩定。

### **創新業務**

2024年上半年創新業務的毛利率為14.4%，同比增長0.3個百分點，主要是由於本集團全品類營銷業務充分利用既有品牌及渠道資源，產品結構持續改善；以及光伏業務運營持續擴大，形成規模效應，盈利能力進一步改善。

### **其他收入及收益**

其他收入及收益由2023年上半年的10.08億港元，同比增加8.6%至2024年上半年的10.95億港元，主要是由於本集團利息收入增加。

### **銷售及分銷支出**

銷售及分銷支出由2023年上半年的36.53億港元，同比增長19.6%至2024年上半年的43.67億港元，主要原因是伴隨規模擴大及消費市場逐漸復甦，本集團戰略性加大品牌營銷及產品宣傳等相關投入。

### **行政支出**

行政支出由2023年上半年的18.30億港元，同比增加1.7%至2024年上半年的18.60億港元，主要是由於本集團2024年上半年業績達成良好，獎金計提增加所致。

## 研發費用

研發費用由2023年上半年的10.95億港元，同比微跌0.2%至2024年上半年的10.93億港元，主要原因為期內人民幣貶值所致。

## 其他營運支出

其他營運支出由2023年上半年的4,277萬港元，同比增加301.0%至2024年上半年的1.72億港元，主要由於本集團於報告期內計提商譽減值。有關詳情請參閱載列於本公告中財務報告附註11。

## 金融及合約資產減值虧損淨額

金融及合約資產減值虧損淨額由2023年上半年的4,967萬港元，同比下降79.8%至2024年上半年的1,005萬港元，主要是由於去年同期受計提一間商業零售商（為上市公司）應收貿易賬款撥備的影響。

## 融資成本

融資成本由2023年上半年的4.32億港元，同比增長20.8%至2024年上半年的5.21億港元，主要是由於報告期內票據貼現利息支出增加所致。

## 分佔損益－合資公司及聯營公司

分佔收益由2023年上半年的1,356萬港元，同比增長360.8%至2024年上半年的6,248萬港元，主要是受到本集團合資公司業績改善，盈利增長，以及減少虧損聯營公司持股比例的影響。

## 除稅前利潤

除稅前利潤由2023年上半年的4.20億港元，同比增長110.0%至2024年上半年的8.82億港元，主要是由於報告期內包括顯示業務、互聯網業務以及創新業務在內的多個業務線經營質量顯著改善，並得益於規模效益及提質增效，整體費用率有效降低。

## 所得稅

所得稅由2023年上半年的1.04億港元，同比增加120.6%至2024年上半年的2.29億港元，主要是由於本公司若干附屬公司於報告期內除稅前利潤增加所致。

## 本期利潤及歸母淨利潤

本期利潤由2023年上半年的3.16億港元，同比增長106.6%至2024年上半年的6.53億港元。歸母淨利潤由2023年上半年的2.64億港元，同比增長146.5%至2024年上半年的6.50億港元。增加的主要原因是本集團規模擴張疊加經營質量提升，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2023年上半年的2.65億港元，同比提升147.3%至2024年上半年的6.54億港元，主要由於報告期內包括顯示業務、互聯網業務以及創新業務在內的多個業務線經營業績顯著改善，並得益於規模效應及提質增效，整體費用率有效降低，經營效率持續提升所致。

為補充根據香港會計師公會頒佈之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(收益)／虧損淨額；(ii)附屬公司出售及清盤之(收益)／虧損淨額；(iii)認購期權及認沽期權相關(收益)／虧損淨額；(iv)出售非流動資產(收益)／虧損淨額；及(v)所得稅影響。

雖然經調整歸母淨利潤並非香港財務報告準則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	
	2024年 (未經審計) 千港元	2023年 (未經審計) 千港元 (經重列)
歸母淨利潤，呈列	<b>649,920</b>	263,709
來自投資公司之(收益)／虧損淨額 <sup>24</sup>	<b>253</b>	3,345
附屬公司出售及清盤之(收益)／虧損淨額 <sup>25</sup>	-	(19,771)
認購期權及認沽期權相關(收益)／虧損淨額 <sup>26</sup>	<b>449</b>	2,464
出售非流動資產(收益)／虧損淨額 <sup>27</sup>	<b>4,764</b>	12,288
所得稅影響 <sup>28</sup>	<b>(1,175)</b>	2,527
	<u>649,920</u>	<u>263,709</u>
非香港財務報告準則計量：		
經調整歸母淨利潤	<b>654,211</b>	264,562
	<u>654,211</u>	<u>264,562</u>

<sup>24</sup> 來自投資公司之(收益)/虧損淨額包括視作出售、出售、清盤、視作部分購買/出售投資公司之(收益)/虧損淨額。

<sup>25</sup> 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。

<sup>26</sup> 認購期權及認沽期權相關(收益)/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)/虧損淨額。

<sup>27</sup> 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。

<sup>28</sup> 所得稅影響指非香港財務報告準則調整對所得稅的影響。

## 財務回顧

### 主要投資、收購及出售

本集團於2024年6月30日並無持有重大投資，及截至2024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2024年6月30日，本集團之現金及現金等值項目共約9,850,755,000港元，相較2023年12月31日減少8.3%。其中48.5%為人民幣、36.3%為美元、4.8%為歐元、0.6%為港元，而9.8%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2024年6月30日之銀行貸款約6,653,421,000港元，其按固定及浮動利率計息及以美元、人民幣、歐元及越南盾計值。借貸到期日介乎按要求至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2023年12月31日止年度比較並無重大變化，於2024年6月30日亦概無任何根據融資租賃持有之資產。

於2024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10,049,600,000港元，較計息銀行及其他貸款及租賃負債總額約7,001,575,000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（即按計息銀行及其他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。債務還款期介乎按要求至9年內。

### 資產抵押

於2024年6月30日，本集團有受限制現金及已抵押存款結餘約198,845,000港元（2023年12月31日：57,432,000港元）、存貨約328,681,000港元（2023年12月31日：無）及應收票據約284,392,000港元（2023年12月31日：無）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2024年6月30日，本集團有已訂約但未撥備之資本承擔約576,737,000港元（2023年12月31日：599,510,000港元）。於2024年6月30日，並無已授權但未訂約之資本承擔（2023年12月31日：無）。

於2024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：

TCL SEMP Eletroeletronicos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2024年6月30日，該稅務評估爭議仍在進行。香港會計準則第37號撥備、或然負債及或然資產通常所需的資料並未披露，理由是披露可能會嚴重損害此爭議的結果。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8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TCL SEMP Eletroeletronicos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2024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2024年6月30日，本集團共有25,817名僱員，皆為幹勁十足之優秀人才。截至2024年6月30日止六個月，僱員成本總額為約2,836,547,000港元。本集團僱員致力為本集團的成長及發展作出貢獻。本集團根據僱員其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，本集團提供具有競爭力的福利待遇(根據市場標準及僱員個人表現、資歷以及經驗而定)。於基本薪金的基礎上，根據本集團業績及僱員個人表現，可給予花紅獎勵。此外，本集團內持續提供培訓及發展課程。本集團已經參照現行法例、市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年購股權計劃向相關承授人(包括本集團僱員)授出購股權。於2024年6月30日沒有尚未行使本公司股份之購股權。本公司於2023年11月3日為符合新生效的上市規則第十七章採納2023年購股權計劃，並於同日終止2016年購股權計劃。自採納2023年購股權計劃後直至2024年6月30日期間，概無任何根據2023年購股權計劃授出之購股權。

由於2008年股份獎勵計劃已於2023年2月5日屆滿，本公司於2023年11月3日也採納了2023年股份獎勵計劃。根據2023年股份獎勵計劃，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，並以信託形式由受託人代相關指定人士持有，直至該等股份按2023年股份獎勵計劃之條文歸屬該等相關指定人士為止。根據2008年股份獎勵計劃於到期日前已授予並存續的獎勵股份，將根據2008年股份獎勵計劃及授予條款繼續具有十足效力及影響。於2024年1月25日，根據2023年股份獎勵計劃已授予82,270,000股獎勵股份(均為現有股份)。截至2024年6月30日，合共84,448,550股獎勵股份已授予但尚未歸屬，其中2,928,550股獎勵股份根據2008年股份獎勵計劃授出及81,520,000股獎勵股份根據2023年股份獎勵計劃授出。



## 財務資料

以下中期簡明綜合財務報告未經審核，但已經審核委員會審閱。

### 綜合損益及其他全面收益表

	附註	截至6月30日止六個月	
		2024年 (未經審核) 千港元	2023年 (未經審核) 千港元
收入	5	<b>45,493,620</b>	34,916,442
銷售成本		<b>(37,745,894)</b>	(28,416,397)
毛利		<b>7,747,726</b>	6,500,045
其他收入及收益		<b>1,094,792</b>	1,008,228
銷售及分銷支出		<b>(4,367,160)</b>	(3,652,736)
行政支出		<b>(1,860,323)</b>	(1,829,709)
研發費用		<b>(1,092,783)</b>	(1,095,434)
其他營運支出		<b>(171,529)</b>	(42,773)
金融及合約資產減值淨額		<b>(10,053)</b>	(49,669)
		<b>1,340,670</b>	837,952
融資成本	6	<b>(521,358)</b>	(431,684)
分佔損益：			
合資公司		<b>16,039</b>	9,573
聯營公司		<b>46,445</b>	3,986
除稅前利潤	7	<b>881,796</b>	419,827
所得稅	8	<b>(228,882)</b>	(103,775)
本期利潤		<b>652,914</b>	316,052

截至6月30日止六個月  
**2024年**                      2023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

**38,995**                      (65,196)

對已包括於損益表中之(收益)／虧損之  
重新分類調整

**38,766**                      (56,929)

所得稅影響

**649**                              14,277

**78,410**                      (107,848)

匯兌差異：

折算海外業務

**(441,667)**                      (329,955)

本期內海外業務出售及清盤時之  
重新分類調整

—                                      307

本期內一間聯營公司被視為部分  
出售之重新分類調整

**84**                                      166

**(441,583)**                      (329,482)

按公平值計入其他全面收益之金融資產：

應收票據公平值變動，扣除所得稅後  
分佔聯營公司及一間合資公司之

**9,818**                              (15,876)

其他全面收益

**14,333**                              —

於期後可能重新分類到損益的  
其他全面虧損淨額

**(339,022)**                      (453,206)

		截至6月30日止六個月	
		2024年	2023年
		(未經審核)	(未經審核)
		千港元	千港元
附註			
於期後將不會被重新分類到損益的 其他全面收益／(虧損)：			
分佔聯營公司及一間合資公司之 其他全面收益／(虧損)		<u>(14)</u>	<u>1,453</u>
於期後將不會被重新分類到損益的 其他全面收益／(虧損)淨額		<u>(14)</u>	<u>1,453</u>
本期其他全面虧損，除稅淨額		<u>(339,036)</u>	<u>(451,753)</u>
本期全面收益／(虧損)總額		<u><b>313,878</b></u>	<u>(135,701)</u>
利潤歸屬於：			
母公司擁有人		<u>649,920</u>	<u>263,709</u>
非控股權益		<u>2,994</u>	<u>52,343</u>
		<u><b>652,914</b></u>	<u>316,052</u>
全面收益／(虧損)總額歸屬於：			
母公司擁有人		<u>393,670</u>	<u>(214,930)</u>
非控股權益		<u>(79,792)</u>	<u>79,229</u>
		<u><b>313,878</b></u>	<u>(135,701)</u>
母公司普通股股東應佔每股盈利	10		
基本		<u><b>26.69港仙</b></u>	<u>10.92港仙</u>
攤薄		<u><b>25.62港仙</b></u>	<u>10.62港仙</u>

## 綜合財務狀況表

		2024年 6月30日 (未經審核) 千港元	2023年 12月31日 (經審核) 千港元
	<i>附註</i>		
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		2,275,464	2,384,306
投資物業		525,911	544,530
使用權資產		777,274	846,034
商譽	11	3,022,443	3,193,639
其他無形資產		1,441,765	1,377,238
於合資公司之投資		98,019	101,223
於聯營公司之投資		1,328,917	1,252,557
指定按公平值計入其他全面收益之權益投資		378,398	323,592
遞延稅項資產		463,237	490,690
其他遞延資產		744,320	749,247
衍生金融工具		936	1,071
		<u>11,056,684</u>	<u>11,264,127</u>
<b>非流動資產合計</b>			
		<u>11,056,684</u>	<u>11,264,127</u>
<b>流動資產</b>			
存貨		15,436,727	12,211,524
應收貿易賬款	12	17,206,053	15,547,888
合約資產		289,886	147,702
應收票據		2,559,151	3,458,107
預付款項、其他應收款項及其他資產		13,758,323	10,143,709
可收回稅項		79,797	78,378
按公平值計入損益之金融資產		541,025	943,102
衍生金融工具		291,680	187,604
受限制現金及已抵押存款		198,845	57,432
現金及現金等值項目		9,850,755	10,736,877
		<u>60,212,242</u>	<u>53,512,323</u>
<b>流動資產合計</b>			
		<u>60,212,242</u>	<u>53,512,323</u>

		2024年 6月30日 (未經審核) 千港元	2023年 12月31日 (經審核) 千港元
	附註		
<b>流動負債</b>			
應付貿易賬款	13	23,718,780	19,115,674
應付票據		3,860,841	4,892,498
其他應付款項及預提費用		17,284,175	15,108,788
計息銀行貸款及其他貸款	14	6,211,010	4,922,828
租賃負債		140,225	163,836
應付稅項		137,150	183,295
衍生金融工具		163,552	96,518
預計負債		1,097,146	1,052,159
流動負債合計		<u>52,612,879</u>	<u>45,535,596</u>
淨流動資產		<u>7,599,363</u>	<u>7,976,727</u>
總資產減流動負債		<u>18,656,047</u>	<u>19,240,854</u>
<b>非流動負債</b>			
計息銀行貸款及其他貸款	14	442,411	888,826
租賃負債		207,929	243,480
遞延稅項負債		320,566	340,361
其他長期應付款項		44,354	52,986
其他非流動負債		227,490	140,114
認沽期權相關金融負債		269,001	269,001
非流動負債合計		<u>1,511,751</u>	<u>1,934,768</u>
淨資產		<u>17,144,296</u>	<u>17,306,086</u>
<b>權益</b>			
歸屬於母公司擁有者之權益			
已發行股本	15	2,520,935	2,507,569
儲備		14,113,041	14,200,085
非控股權益		<u>16,633,976</u>	<u>16,707,654</u>
		<u>510,320</u>	<u>598,432</u>
權益合計		<u>17,144,296</u>	<u>17,306,086</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上市規則附錄D2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，應與本集團截至2023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2023年12月31日止年度之年度財務報告所採納者一致，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香港公司條例之披露規定而編製。

除衍生金融工具、若干金融資產及權益投資以公平值計量外，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。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2024年1月1日生效之經修訂準則外，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2023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16號修訂	售後租回之租賃負債
香港會計準則第1號修訂	分類負債為流動或非流動（「2020年修訂」）
香港會計準則第1號修訂	帶有契約之非流動負債（「2022年修訂」）
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

適用於本集團之經修訂香港財務報告準則之性質及影響如下文載述：

香港財務報告準則第16號修訂規定了賣方承租人在計量售後租回交易中產生的租賃負債時使用的要求，以確保賣方承租人不確認與其保留的使用權相關的任何收益或虧損金額。由於本集團沒有不依賴自首次應用香港財務報告準則第16號之日起發生的指數或利率的可變租賃付款的售後租回交易，該等修訂不會對本集團的財務狀況或表現造成任何影響。

2020年修訂闡明將負債分類為流動或非流動之規定，包括闡釋延遲償還負債權利及報告期末必須存在延遲權利之規定。實體是否行使其延遲償還負債權利的可能性並不影響負債的分類。該等修訂也明確負債可以以其自身權益工具結算，且只有當可轉換負債中的轉換選擇權本身作為權益工具進行會計處理時，負債的條款才不會影響其分類。2022年修訂以進一步闡明，在貸款安排產生的負債的契約中，只有實體必須在報告日或之前遵守的契約方會影響該負債分類為流動或非流動。實體在報告期後12個月內遵守未來契約影響之非流動負債作出額外披露。本集團已重新評估於2023年及2024年1月1日的負債條款及條件及結論為本集團負債的流動或非流動分類自首次應用該等修訂後保持不變。因此該等修訂不會對本集團的財務狀況或表現造成任何影響。

香港會計準則第7號及香港財務報告準則第7號修訂闡明供應商融資安排的特點，並規定須就該等安排作出額外披露。該等修訂的披露規定旨在協助財務報告使用者了解供應商融資安排對實體的負債、現金流量及流動資金風險的影響。在實體應用修訂的首個年度報告期間的任何中期報告期間，無需披露供應商融資安排的相關資料。此等修訂對中期簡明綜合財務資料並無任何影響。

### 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18號	財務報告之列示及披露 <sup>3</sup>
香港財務報告準則第19號	非公共受託責任附屬公司：披露 <sup>3</sup>
香港財務報告準則第9號及 香港財務報告準則第7號修訂	金融工具分類及計量之修訂 <sup>2</sup>
香港財務報告準則第10號及 香港會計準則第28號修訂	投資者與其聯營公司或合資公司之資產出售或注資 <sup>4</sup>
香港會計準則第21號修訂	缺乏可兌換性 <sup>1</sup>

<sup>1</sup> 於2025年1月1日或之後開始之年度期間生效

<sup>2</sup> 於2026年1月1日或之後開始之年度期間生效

<sup>3</sup> 於2027年1月1日或之後開始之年度期間生效

<sup>4</sup> 有待釐定強制生效日期，但可供採納

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。

#### 4. 經營分類資料

就管理而言，本集團根據地區TV分類及其他產品類型組成業務單位，並分為下列六個可報告經營分類：

- (a) TV分類－於下列地區製造及銷售TV：
  - － TCL TV－中國市場；及
  - － TCL TV－國際市場；
- (b) 互聯網業務分類－會員卡、視頻點播、廣告、垂直類應用及其他新業務；
- (c) 智能移動、連接設備及服務分類－製造及銷售手機、智能連接產品、智能移動屏及服務；
- (d) 全品類營銷分類－TCL品牌空調、冰箱、洗衣機及其他家電銷售業務；
- (e) 光伏業務分類－光伏發電設備及系統的銷售、提供建設及運維服務及其他新能源科技業務；及
- (f) 智慧商顯、智能家居及其他業務分類。

本公司之管理層分別監察本集團各經營分類之業績，以作出有關資源分配及表現評估之決策。分類表現乃根據分部的分部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33頁，而該等可報告經營分類之比較數字亦已重列，因管理層認為該等經重列分類之資料將有助該等財務報告之使用者。



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

TV	TCL TV - 中國市場		TCL TV - 國際市場		互聯網業務		智能移動、連接設備及服務		全品類營銷		光伏業務*		智慧商顯、智能家居及其他業務		綜合
	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	
	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
銷售予外界客戶	8,353,344	6,897,535	17,560,766	14,144,334	1,212,056	1,112,871	4,410,323	4,011,634	7,752,507	6,072,908	5,269,368	1,684,966	935,256	992,194	45,493,620
毛利	1,650,150	1,533,400	2,738,598	2,516,799	654,923	601,829	781,934	678,871	1,264,174	922,042	542,437	128,401	115,510	118,703	7,747,726
															6,500,045

銷售予外界

客戶

毛利

\* 光伏業務分類已自智慧商顯、智能家居及其他業務分類中重新分類為一個單獨分類，以便本公司管理層作出更佳決策。

## 5. 收入

收入分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2024 (未經審核) 千港元	2023 (未經審核) 千港元
來自客戶合約之收入	<u>45,493,620</u>	<u>34,916,442</u>

來自客戶合約的分類收入信息

截至2024年6月30日止六個月

分類	TV及		合計 (未經審核) 千港元
	其他產品* (未經審核) 千港元	互聯網業務 (未經審核) 千港元	
<b>貨物或服務類型</b>			
銷售貨物	43,515,661	30,653	43,546,314
建設服務	765,903	–	765,903
視頻點播服務	–	306,518	306,518
廣告、垂直類應用及其他新業務	–	874,885	874,885
來自客戶合約之收入總額	<u>44,281,564</u>	<u>1,212,056</u>	<u>45,493,620</u>
<b>地區市場</b>			
中國內地	18,194,431	869,837	19,064,268
歐洲	5,504,723	35,479	5,540,202
北美	7,282,697	176,363	7,459,060
新興市場	13,299,713	130,377	13,430,090
來自客戶合約之收入總額	<u>44,281,564</u>	<u>1,212,056</u>	<u>45,493,620</u>
<b>收入確認之時間</b>			
在某一時間點轉讓貨物	43,515,661	30,653	43,546,314
服務隨時間轉移	765,903	306,518	1,072,421
在某一時間點轉讓服務	–	874,885	874,885
來自客戶合約之收入總額	<u>44,281,564</u>	<u>1,212,056</u>	<u>45,493,620</u>

截至2023年6月30日止六個月

分類	TV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
<b>貨物或服務類型</b>			
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>
<b>地區市場</b>			
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>
<b>收入確認之時間</b>			
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>

\* TV及其他包括於互聯網業務外之所有其他五個經營分類。

## 6. 融資成本

	截至6月30日止六個月	
	2024 (未經審核) 千港元	2023 (未經審核) 千港元
以下各項之利息：		
銀行貸款	497,732	399,851
TCL實業控股控制之公司之貸款	15,187	18,578
租賃負債之利息支出	8,439	10,791
與認沽期權有關之金融負債之估算利息	—	2,464
	<u>521,358</u>	<u>431,684</u>
本期融資成本總額	<u>521,358</u>	<u>431,684</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	
	2024 (未經審核) 千港元	2023 (未經審核) 千港元
物業、廠房及設備折舊	188,058	205,216
投資物業折舊	7,450	7,150
使用權資產折舊	89,743	104,133
商譽減值*	126,040	—
其他無形資產攤銷	241,031	233,148
TCL股份獎勵計劃下僱員以股份支付薪酬福利	44,645	69,215
	<u>44,645</u>	<u>69,215</u>

附註：

\* 該項目之虧損已於綜合損益及其他全面收益表入賬列為「其他營運支出」。

## 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% (2023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	
	2024 (未經審核) 千港元	2023 (未經審核) 千港元
本期－香港		
期內稅項支出	2,640	11,411
過往期內超額撥備	–	(735)
本期－其他地區		
期內稅項支出	218,749	120,259
過往期內撥備不足／(超額撥備)	14,429	(9,714)
遞延	(6,936)	(17,446)
	<hr/>	<hr/>
本期稅項支出總額	<b>228,882</b>	<b>103,775</b>
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

## 9. 股息

董事會已決議就截至2024年6月30日止六個月不宣派任何股息 (2023年6月30日：無)。

## 10. 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	
	2024	2023
	(未經審核)	(未經審核)
	千港元	千港元
<b>盈利</b>		
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>649,920</u>	<u>263,709</u>
<b>股份數目</b>		
截至6月30日止六個月		
	2024	2023
	(未經審核)	(未經審核)
<b>股份</b>		
用作計算每股基本盈利之期內已發行普通股減 就TCL股份獎勵計劃而持有的股份之加權平均數	2,434,812,243	2,415,861,008
攤薄影響－普通股之加權平均數：		
購股權	–	19,657
獎勵股份	<u>102,298,251</u>	<u>66,241,889</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>2,537,110,494</u>	<u>2,482,122,554</u>

## 11. 商譽

千港元

於2024年1月1日：	
成本	3,256,671
累計減值	<u>(63,032)</u>
賬面淨值	<u><u>3,193,639</u></u>
於2024年1月1日之成本，扣除累計減值	3,193,639
本期減值	(126,040)
匯兌調整	<u>(45,156)</u>
於2024年6月30日之成本及賬面淨值(未經審核)	<u><u>3,022,443</u></u>
於2024年6月30日：	
成本	3,211,515
累計減值	<u>(189,072)</u>
賬面淨值(未經審核)	<u><u>3,022,443</u></u>

截至2024年6月30日止六個月，因應市場變化的預測，來自於智能移動、連接設備及服務現金產生單位之商譽減值金額126,040,000港元已於綜合損益及其他全面收益表入賬。

## 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242,303,000港元(2023年12月31日：354,540,000港元)持有一項商業物業作為抵押品，按年利率3%(2023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：

	2024年 6月30日 (未經審核) 千港元	2023年 12月31日 (經審核) 千港元
即期至90日	13,177,840	10,740,047
91日至180日	2,075,442	3,186,071
181日至365日	1,331,821	916,826
365日以上	<u>917,976</u>	<u>1,003,912</u>
	17,503,079	15,846,856
減值撥備	<u>(297,026)</u>	<u>(298,968)</u>
	<u><u>17,206,053</u></u>	<u><u>15,547,888</u></u>

本集團之應收貿易賬款中包括(i)將保理之應收款項1,510,579,000港元(2023年12月31日：910,616,000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12,634,000港元(2023年12月31日：26,964,000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15,979,866,000港元(2023年12月31日：14,909,276,000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：

	2024年 6月30日 (未經審核) 千港元	2023年 12月31日 (經審核) 千港元
即期至90日	20,145,703	15,712,598
91日至180日	3,081,185	2,502,257
181日至365日	273,776	731,302
365日以上	<u>218,116</u>	<u>169,517</u>
	23,718,780	19,115,674
	<u><u>23,718,780</u></u>	<u><u>19,115,674</u></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

	2024年 6月30日 (未經審核) 千港元	2023年 12月31日 (經審核) 千港元
<b>流動</b>		
銀行貸款－無抵押	5,737,615	4,344,214
銀行貸款－已抵押	460,761	–
作為保理貿易應收賬款代價之銀行墊款	12,634	26,964
一間TCL實業控股控制之公司之貸款	–	551,650
	<u>6,211,010</u>	<u>4,922,828</u>
<b>非流動</b>		
銀行貸款－無抵押	442,411	888,826
	<u>6,653,421</u>	<u>5,811,654</u>
分析為：		
償還銀行貸款：		
於一年內或按要求	6,211,010	4,371,178
於第二年內	223,839	665,290
於第三年至第五年內(包括首尾兩年)	218,572	223,536
	<u>6,653,421</u>	<u>5,260,004</u>
分析為：		
償還其他貸款：		
於一年內或按要求	–	551,650
	<u>6,653,421</u>	<u>5,811,654</u>

#### 附註：

- (a) 於2024年6月30日及2023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實業控股已個別為本集團之若干銀行貸款作擔保，擔保金額達4,326,925,000港元(2023年12月31日：4,006,479,000港元)及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56,227,000港元(2023年12月31日：80,888,000港元)。
- (c) 本集團之若干銀行貸款以若干受限制現金及已抵押存款金額達132,080,000港元(2023年12月31日：無)及存貨金額達328,681,000港元(2023年12月31日：無)之抵押。

## 15. 股本

	2024年 6月30日 (未經審核) 千港元	2023年 12月31日 (經審核) 千港元
法定：		
3,000,000,000股 (2023年12月31日：3,000,000,000股) 每股1.00港元之股份	<u><u>3,000,000</u></u>	<u><u>3,000,000</u></u>
已發行及已繳足：		
2,520,935,155股 (2023年12月31日：2,507,568,733股) 每股1.00港元之股份	<u><u>2,520,935</u></u>	<u><u>2,507,569</u></u>

於2024年5月28日，本公司根據2008年股份獎勵計劃（以新股份方式作出）配發及發行8,788,507股股份。

於截至2024年6月30日止六個月內，根據2016年購股權計劃之條款，附帶認購4,577,915股股份之購股權按行使價每股3.57港元獲行使，引致以總現金代價（除費用前）約16,344,000港元發行合共4,577,915股每股1.00港元之股份。

## 購買、出售或贖回股份

於截至2024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、出售或贖回本公司上市證券。

## 中期股息

董事會已決議就截至2024年6月30日止六個月不宣派任何股息（2023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2024年6月30日止六個月內已遵守企業管治守則之守則條文。

## 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2024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，包括劉紹基先生（主席）、曾憲章博士及王一江教授，彼等均為獨立非執行董事。

## 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，其條款嚴格程度不遜於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2024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實業控股及T.C.L.實業(香港)的書面確認，確認自2024年1月1日起至2024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(2020)。

本公司已收到來自TCL科技的書面確認，確認自2024年1月1日起至2024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(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，且彼等均信納自2024年1月1日至2024年6月30日止期間(包括首尾兩日)不競爭契據(2020)及終止契據(2020)已獲遵守。

## 釋義

於本公告內，除文義另有所指外，下列詞彙於本公告內具有以下涵義：

「2008年股份獎勵計劃」	指	本公司於2008年2月6日採納之限制性股份獎勵計劃(經不時修訂或修改)，並已於2023年2月5日屆滿；
「2016年購股權計劃」	指	本公司於2016年5月18日採納之購股權計劃，並已於2023年11月3日終止；
「2023年股份獎勵計劃」	指	本公司於2023年11月3日採納之股份獎勵計劃；
「2023年購股權計劃」	指	本公司於2023年11月3日採納之購股權計劃；
「AI」	指	人工智能；
「AR」	指	增強現實；
「審核委員會」	指	本公司之審核委員會；
「艾普蘭獎」	指	於中國家電及消費電子博覽會期舉辦期間頒發的獎項，該博覽會是全球三大頂級家電於消費電子展之一；

「董事會」	指	董事會；
「企業管治守則」	指	上市規則附錄C1所載的企業管治守則；
「產業在線」	指	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；
「Circana」	指	Circana集團，由NPD Group L.P.和Information Resources Corporation合併而成，是一間提供全球數據、行業專業知識及不同觀點分析的市場調研公司；
「中怡康」	指	北京中怡康時代市場研究有限公司，一間專注於中國消費品及家電零售市場的研究機構；
「守則條文」	指	企業管治守則下守則條文；
「本公司」／「TCL電子」	指	TCL電子控股有限公司，一間於開曼群島註冊成立的有限公司，其股份於香港聯交所主板上市（股份代號：01070）；
「不競爭契據(2020)」	指	由TCL實業控股、T.C.L.實業（香港）及本公司於2020年6月29日以本公司為受益人簽立之契據，據此，TCL實業控股及T.C.L.實業（香港）各自己承諾不會（在本公司日期為2020年6月29日的公告第39頁所界定的例外情況除外）直接或間接進行或從事從事製造及組裝TCL品牌電視機及智能手機或於其中擁有權益；

「終止契據(2020)」	指	由TCL科技、T.C.L.實業(香港)及本公司於2020年6月29日簽立之契據，據此，各訂約方同意終止經不時之修訂之不競爭契據(1999)，TCL科技承諾不會(在本公司日期為2020年6月29日的公告第39頁所界定的例外情況除外)直接或間接經營或從事製造及組裝TCL品牌電視機或於其中擁有權益；
「董事」	指	本公司董事；
「新興市場」	指	包括亞太(不包括中國)、拉丁美洲、中東非地區；
「FPD」	指	顯示平板；
「GDP」	指	國內生產總值；
「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；
「本集團」	指	本公司及其附屬公司的統稱；
「港元」	指	港元，香港法定貨幣；
「香港會計準則」	指	香港會計準則；
「香港財務報告準則」	指	香港財務報告準則；
「香港會計師公會」	指	香港會計師公會；
「香港」	指	中國香港特別行政區；
「香港公司條例」	指	香港法例第622章公司條例；
「香港聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司；

「IDC」	指	國際數據公司，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；
「IFPD」	指	交互式顯示平板；
「物聯」	指	物聯網；
「IP」	指	知識產權；
「LED」	指	發光二極管；
「上市規則」	指	香港聯交所證券上市規則；
「標準守則」	指	載於上市規則附錄C3的上市發行人之董事進行證券交易的標準守則；
「Omdia」	指	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；
「OS」	指	操作系統；
「OTT」	指	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；
「中國」	指	中華人民共和國；就本公告而言，不包括香港、中國澳門特別行政區及中國台灣；
「量子點」／「QD」	指	量子點顯示技術；
「研發」	指	研究及開發；
「雷鳥創新」	指	雷鳥創新技術(深圳)有限公司，本集團智能眼鏡業務主要由其開展，截至2024年6月30日，本集團持有該公司約11.50%的股份；

「人民幣」	指	人民幣，中國法定貨幣；
「股份」	指	本公司股份；
「股東」	指	本公司股東；
「群智諮詢」	指	Sigmaintell，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；
「附屬公司」	指	具有上市規則對「附屬公司」一詞所界定的涵義之任何實體，而「該等附屬公司」一詞須作相應詮釋；
「TCL實業控股」	指	TCL實業控股股份有限公司，前稱TCL實業控股(廣東)股份有限公司，一間根據中國法律成立之股份有限公司；
「T.C.L.實業(香港)」	指	T.C.L.實業控股(香港)有限公司，一間於香港註冊成立之有限公司，為直接控股股東，及TCL實業控股之全資附屬公司；
「TCL SEMP Electroeletronicos」	指	TCL SEMP Electroeletronicos Ltda，前稱SEMP TCL Mobilidade Ltda.，一間根據巴西法律註冊成立的有限責任公司，本公司的間接附屬公司；
「TCL股份獎勵計劃」	指	2008年股份獎勵計劃及2023年股份獎勵計劃之統稱；
「TCL科技」	指	TCL科技集團股份有限公司，前稱TCL集團股份有限公司，一間根據中國法律成立之股份有限公司，其股份於深圳證券交易所上市(股份代號：000100.SZ)；
「TV」	指	電視機；
「美國」	指	美利堅合眾國；



「XR」 指 擴展現實；及

「%」 指 百分比。

代表董事會  
杜娟  
主席

香港，2024年8月23日

於本公告日期，董事會成員包括執行董事杜娟女士、張少勇先生、彭攀先生及孫力先生；以及獨立非執行董事曾憲章博士、王一江教授及劉紹基先生。