

广东 TCL 智慧家电股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2026-11

投资者关系活动类别	☒特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他
参与单位名称及人员姓名	中泰证券 吴嘉敏，汇丰晋信 蔡宁悦，汇添富基金 董超，华夏基金 艾邦妮，源乐晟资产 赵楠，东吴基金 姚一鸣，Point 72 宋星琦，铜冠投资陈宇，圆信永丰 田玉铎，远信投资 张骏，中银基金 郁茜，国华兴益 韩冬伟，富安达基金 刘一霖，财通证券 于雪娇，农银汇理 仲恒
时间	2026 年 7 月 10 日
地点	公司
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 温晓瑞 证券事务主管 刘癸源
投资者关系活动主要内容介绍	1. 相比其他的家电产品，为什么公司及整个行业的出口增速较高？是由于需求增加还是份额增加？ 答：公司及整个家电行业出口增速较高，是出口高增长并非单一因素驱动，而是全球需求回暖与中国家电企业竞争力增强、份额持续扩张的共振结果。从需求端来看，一方面，新兴市场国家（如拉美、东南亚、中东非等）经济发展带动家电渗透率持续提升，对中国家电存在较大的增量需求空间；另一方面，欧洲等发达市场经历去库存周期后，补库存需求逐步恢复，带动出口回暖。从份额端来看，中国家电企业依托成熟完善的供应链体系、持续提升的品牌影响力以及产品结构向中高端转型，在全球市场的竞争力日益凸显。中资企业通过自主品牌出海和 ODM 业务双轮驱动，不断抢占全球市场份额。公司 2025 年海外收入达 144.05 亿元，自有品牌海外收入同比增长达 115%，国际市场份额快速提升。 2. 奥马海外代工与合肥家电海外自主品牌业务的增速分别如何？公司的发展重心是否都在海外？ 答：海外代工（ODM）方面，公司子公司奥马冰箱以出口 ODM 模式为主，截至 2025 年已实现连续 17 年中国冰箱出口欧洲排名第一，连续 18 年中国冰箱出口排名第一。2025 年奥马冰箱出口泰国、墨西哥销量同比增速超 80%，出口日本、巴西、波兰、韩国等国家销量增速亦高于行业水平，代工业务竞争优势显著。海外自主品牌方面，公司借助 TCL 成为奥林匹克全球合作伙伴的契机，加大自有品牌推广力度，合肥家电

	增长势头强劲。合肥家电 2025 年自有品牌海外收入同比增长达 115%，海外市场收入占比已超过 50%。未来公司将持续坚定推进全球化战略，进一步优化海外市场及产能布局，支撑公司实现稳健增长。 3. 公司 2025 年北美市场业务怎样？泰国工厂的产能布局后续是怎么安排？ 答：公司北美市场收入占比较低，且出口产品大多为毛利较低的小容量冰箱产品，去年美国提高家电产品关税未对公司造成较大影响。目前泰国生产基地项目进展顺利。其中一期 30 万台冷柜产能已于 2026 年年初建成投产；二期 140 万台高端风冷冰箱生产线正在积极推进中。公司仍然重视北美等国际市场，泰国生产基地的投入将进一步优化公司全球供应链布局，有利于公司更加灵活应对国际贸易环境波动，提高公司抗风险能力。 4. 公司未来的分红政策规划是怎样的？ 答：公司高度重视投资者回报，并已制定《未来三年股东回报规划（2026 年-2028 年）》。未来，随着公司盈利能力持续增强及未分配利润转正，未来分红水平有望稳步提升。公司将在稳健经营的基础上，持续优化分红政策，增强分红的连续性和可预期性，切实提升投资者的获得感和长期持有信心。 5. 公司与控股股东旗下 TCL 统一销售平台的销售政策是怎么确定的？ 答：公司与控股股东旗下 TCL 统一销售平台发生的销售业务遵循公允、公平、公正的原则，参照同类产品与无关联第三方的交易价格，结合成本加成法具体确定交易价格。TCL 实业拥有全品类智能终端业务及销售平台，具备成熟的运营经验与规模效应。通过发挥协同效应，可以提升公司销售规模，减少市场建设成本，同时公司品牌业务依托 TCL 实业旗下售后服务平台为用户提供售后及备件保障服务，使公司能够更专注于产品的研发、生产及销售。
是否涉及应当披露重大信息	本次交流内容不涉及未公开披露的重大信息。
附件清单	无
日期	2026 年 7 月 10 日