

证券代码：600060

证券简称：海信视像

## 海信视像科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-02

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称	红杉资本、泰信基金、润晖投资、泰康资产、泓德基金、朱雀基金、中庚基金、仁桥资产、嘉实基金、鹏扬基金、中泰资产、小米集团、诺安基金、华安基金、Dymon Asia、保德信、招商基金、汇添富基金、民生加银基金、中信资管、银河基金、博时基金、Pleiad Investment Advisors、CITADEL、花旗银行、富国基金、长安基金、阳光资产、瑞众保险、经纬创投、粤港澳大湾区共同家园发展基金、九泰基金、景顺长城基金、鹏华基金、青骊投资、上海易同私募基金、前海开源基金、宝盈基金、南方基金、华夏人寿、上海宽远资管、泓德基金、广发基金、巨杉资产、银华基金、宝新能源、中欧基金、英轩捷信投资、鹏扬基金、苏州高新私募基金、浙江旌安投资、交银施罗德基金、中金基金、浙商资管、德远投资、朴易资产、英大保险、中加基金、华泰柏瑞、申万菱信基金、西部证券、中金公司、华泰证券、华创证券、长江证券、天风证券、东方证券、申万宏源、华西证券、华源证券、广发证券、国联民生、国泰海通、西南证券、财通证券、国信证券、银河证券、国金证券、国投证券、方正证券、国盛证券、兴业证券、东方财富证券、开源证券、野村东方国际证券、招商证券、华福证券、中信建投证券、中泰证券、光大证券
时间	2026年3月1日-31日
地点	公司会议室、电话会议等
上市公司接待人员姓名	董事、总裁 李 炜 财务负责人 郑丽非 董事会秘书 范 潇

投资者关系  
活动主要内  
容介绍

## 1. 公司 2025 年的市场表现怎么样？

答：2025 年公司坚定不移推进全球化布局与高端大屏战略，市场表现稳健向上。根据奥维睿沃统计，2025 年海信系电视全球出货量市占率为 14.56%，同比提升 0.5 个百分点，在中国、日本、澳大利亚、南非及斯洛文尼亚等核心市场蝉联第一。海外市场产品结构持续优化，Mini LED 产品出货量同比增长超过 26%，并在 98 吋及以上、100 吋及以上超大屏分别以 30.3%、57.1% 的出货量份额登顶全球第一。

国内市场方面，根据奥维云网全渠道监测数据，2025 年海信系电视中国内地零售额市占率为 30.38%，零售量市占率为 25.59%，均位居中国内地市场第一名，持续巩固行业龙头地位，同时公司产品结构持续优化，Mini LED 产品销量同比增长 23%，98 吋以上产品销量同比增长超过 50%，整体均价同比提升 5% 左右，在全渠道百吋及以上市场，海信系零售量与零售额占有率分别达 46.3% 和 53.06%，稳居中国第一，在 75 吋及 85 吋以上市场也均保持市场首位，线下高端额占有率达 43.2%，线上高端额占有率达 33.31%，实现了规模与质量同步双增长。

## 2. 在电视行业整体规模稳定、结构提升的趋势下，公司如何应对？

答：公司坚定“技术立企”，夯实高质量增长基础。一方面，公司坚持以技术创新构建核心竞争壁垒。2025 年，公司推出 RGB-Mini LED 技术及量产产品，在核心芯片与光学架构方面完成技术迭代，对 RGB-3D Dimming 芯片进行升级，并攻克“光晕”与“串色”等行业瓶颈优化画质表现。同时，公司自研应用自研黑曜屏技术，并与头部面板厂商合作，推出 180Hz 刷新率液晶显示技术。公司已完成从旗舰到中高端 RGB-Mini LED 产品的主流尺寸市场布局，推动 RGB-Mini LED 加速从高端市场向主流市场渗透。奥维云网数据显示，2026 年 1 月-2 月，在国内线下高端消费市场中，均价 2 万元及以上 85 英寸电视细分领域，RGB-Mini LED 电视销售额占比达 51.46%，销量占比达 56.97%，市场份额过半，RGB-Mini LED 成为高端电视主流选择。

另一方面，公司聚焦高端化与大屏化战略，持续优化产品结构，2022 年至 2025 年电视产品平均尺寸从 50.44 吋增长到 53.63 吋，65 吋以上产品销售额内占比从 44% 提升至 56%，75 吋以上产

品销售额内占比从 21%提升至 39%，98 吋以上产品销售额内占比从 1%提升至 7%，Mini LED 产品销售额内占比从 2%提升至 24%，过去三年电视产品均价增长 15.24%，高端市场竞争力持续增强。

同时，公司持续深化全球化布局与品牌建设，结合世界杯、欧洲杯、世俱杯等世界顶级赛事以及《黑神话：悟空》《影之刃零》等游戏 IP 展开整合营销，提升品牌全球影响力；并通过海信、东芝、Vidda 三大品牌协同运作，以“科技化、品质化、年轻化”满足用户多场景、多层次需求。公司在全球范围内设立 9 个生产基地和 13 个研发中心，持续完善全球区域运营中心“研产销一体化”布局，在北美、欧洲、东南亚、中东、日本等地区前置研发能力，重点强化中东非、中南美等新兴区域的本地化供应保障能力；并推广“灯塔工厂”智造标准，深化全链路数字化治理。2019-2025 年间，公司海外收入持续提升，年均复合增长率达 13%，海信品牌连续 9 年位居 BrandZ™中国全球化品牌 10 强，品牌全球影响力持续提升。

### 3. 公司新显示新业务板块表现如何？

答：报告期内公司持续深化技术创新与产业布局，以多场景大显示为核心，持续提升激光、商显、云服务、芯片以及多场景显示等产品技术的全球市场竞争力，开拓第二增长曲线，新显示新业务板块 2025 年收入为 84.58 亿元，同比增长 24.92%。

激光显示业务实现规模与市场份额双增长，海外市场销量同比增长 79%，2025 年海信激光电视全球出货量份额达 70.3%，连续七年排名全球第一，国内激光电视整体销售额占有率达 96.4%。

商用显示业务坚定推进自主品牌出海战略，报告期内收入同比增长 265%，业务覆盖欧洲、亚太、美洲、中东非等区域 87 个国家。其中交互平板收入同比增长 168%，海外市场实现 6 倍增长，2025 年交互平板全球出货量第二、海外第一；数字标牌收入同比增长 44%，海外业务增速达 53%；LED 显示海外业务规模同比增长 48%。

Micro LED 技术已构建起覆盖全产业链的垂直整合能力，攻克了传统 LED 直显难以满足家用级显示性能与 EMC 认证的关键技术瓶颈，并实现商业化落地，产品远销欧美及中东等核心区

域，全球渠道布局持续完善。产品远销欧美及中东等核心区域，全球渠道布局持续完善。

芯片业务持续构建全场景全显示产品矩阵。TCON 芯片业务同比增长 10%以上，电视 TCON 芯片全球市占率约 45%，持续保持行业领先地位；自研高性能 RGB-Mini LED 背光芯片实现规模化应用，驱动背光芯片业务营收同比增长约 70%。

场景显示领域实现创新突破。移动智慧屏国内出货量同比增长 156%，市场份额达 18.1%，稳居行业第二；显示器国内出货量同比增长 86%，海外出货量同比增长 161%，为新显示新业务长期增长注入持续动能。

#### **4. 今年在美加墨三地举办的世界杯，公司做了哪些准备？**

答：针对 2026 年美加墨世界杯赛事带来的市场机遇，公司依托全球化运营体系与全产业链技术优势，紧抓赛事催化下的全球高端换机需求，持续强化品牌全球影响力与市场竞争力。

公司围绕观赛场景发布多款世界杯定制款新品，推出的 RGB-Mini LED UX2026，打造世界杯专属沉浸式观赛体验；在激光显示产品方面，公司推出探索 X1 系列激光电视，配备全球首发的纳米光谱选择屏 Pro，实现 100 英寸全屏亮度突破 1000nits，打造影院级赛事观赛体验；在 Micro LED 领域，推出 163 英寸四基色（RGBY）Micro LED 无界巨幕，突破传统色域限制，实现 100% BT.2020 超广色域覆盖，满足多场景观赛需求。

在品牌建设方面，公司延续顶级体育赛事营销的成熟经验，将充分发挥 2026 年 FIFA 世界杯全球官方赞助商优势和资源，重点发力美加墨、欧洲及澳洲等核心战略区域。通过体育 IP 与影像、游戏场景的深度联动，协同平板电视、激光电视、智能投影及移动智慧屏等全品类“爆款”全球接力，实现品牌声量与市场规模的双重跃升。