公司代码：600060　　公司简称：海信视像

海信视像科技股份有限公司

2025 年年度报告摘要

第一节 重要提示

1、 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。

2、 本公司董事会及董事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

3、 公司全体董事出席董事会会议。

4、 信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

5、 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经董事会决议，公司2025年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数分配利润，利润分配方案为：（1）公司拟向全体股东每10股派发现金红利9.403元（含税），截至2025年12月31日，公司总股本为1,304,972,254股，以此计算合计拟派发现金红利1,227,065,410.44元（含税）；（2）不送红股，不进行公积金转增股本。

上述方案自审议通过后至实施权益分派股权登记日期间，因回购股份/股权激励授予股份回购注销/重大资产重组股份回购注销等致使公司总股本发生变动的，公司拟维持每股分配金额不变，相应调整分配总额。

6、 截至报告期末，母公司存在未弥补亏损的相关情况及其对公司分红等事项的影响

□适用 √不适用

第二节 公司基本情况

1、 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	海信视像	600060	海信电器

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	范潇	李胜军
联系地址	山东省青岛市崂山区香港东路88号	山东省青岛市崂山区香港东路88号

	海信国际中心A座	海信国际中心A座
电话	0532-83889556	0532-83889556
传真	0532-83889556	0532-83889556
电子信箱	zqb@hisense.com	zqb@hisense.com

2、 报告期公司主要业务简介

公司以“建百年海信，成为全球最值得信赖的品牌”为愿景，以“致力于科技创新，以高质量的产品和服务幸福亿万家庭，让显示无处不在、服务无处不在、连接无处不在”为使命，以“世界一流的多场景显示解决方案提供商”为战略定位。

公司坚持以“多场景大显示”为核心，多品牌、多品类协同，全球化、高端化发展。公司持续深耕“1+(4+N)”的产业布局：智慧显示终端市场份额持续增长，产品结构不断升级；激光显示持续实现技术突破引领全球，市场和场景应用不断拓展；商用显示提升场景化解决方案竞争力，聚焦海外市场及行业高价值客户；芯片逐步构建全场景全显示产品矩阵；云服务以 AI 驱动产品创新并持续提升运营效率；同时积极布局场景显示、智能穿戴、人工智能、机器人等领域，推动显示技术从固定场景向移动与个人场景延伸，构建全时全域的智慧生活生态体系，为公司长远发展注入持久动能。

（一）家用显示

受益于技术创新与产业升级，全球电视市场整体呈现温和复苏态势。根据 Omdia 数据及预测，2025 年全球电视市场出货总量达 2.08 亿台，同比下降 0.1%；2026 年预计将突破 2.10 亿台，同比增长 1.0%。全球电视行业竞争格局逐步重塑，呈现头部品牌集中度不断提升以及中国品牌快速崛起的鲜明特征。根据 Omdia 数据，2021 年-2025 年的全球出货量份额，全球前三品牌从 41.2%提升至 46.9%，中国主要品牌从 35.3%提升至 41.5%。

1、大屏化进程不断演进

从全球电视市场发展趋势来看，大尺寸化已成为驱动行业增长的核心动能。根据 Omdia 数据，2025 年全球电视平均尺寸达 51.6 英寸，同比增长 0.8 英寸，其中中国市场以 62.4 英寸的平均尺寸持续领跑全球，同比增幅达 1.6 英寸，显著高于北美（52.3 英寸，同比+0.6 英寸）、欧洲（50.1 英寸，同比+1 英寸）等成熟市场。亚太及新兴市场虽仍以 47.5 英寸为平均尺寸，但同比 1.1 英寸的增幅显示其消费升级进程已进入加速通道。

在中国市场，用户对沉浸式超大屏体验的刚性需求已构筑起显示市场的基本盘。奥维云网监测数据显示，2025 年 75 英寸及以上电视产品线上/线下零售量占比分别达 38.1%和 55.6%，较 2024 年分别提升 2.3 和 3.1 个百分点，较 2019 年累计增长超 36.4 和 52.1 个百分点。其中，75 英寸产品以 23.1%（线上）和 26.6%（线下）的市场份额取代 65 英寸成为消费首选，85 及 100 英寸超大尺寸产品份额呈现显著提升态势。

海外市场方面，大尺寸产品的渗透率持续提升，根据 Omdia 数据，2019 年-2025 年海外市场 65 英寸及以上产品占比从 10.32%提升至 22.18%，75 英寸及以上产品占比从 1.92%提升至 8.07%。在 2026 年世界杯带来的催化下，北美与欧洲市场的高端换机需求有望继续增长，并推动产品结构向中高端倾斜。海外用户正加速由传统的 55/65 英寸向 75/85 英寸跨越，特别是在 100 英寸及以上细分领域，中国领先品牌凭借技术和产业链优势，已在北美与欧洲等高购买力地区占据市场重要地位。

2、高端化推动价值升级

在产业升级与技术迭代的双重驱动下，显示行业的高端化逻辑已从单一“高价”转向“高质”与“场景化”的深度融合。2025 年奥维云网数据显示，在中国市场，全渠道 4,000 元以下市场份额收缩至 64.8%（同比-4%），而 4,000 至 10,000 元及 10,000 元以上市场份额分别提升至 28.81%（同比+2.62%）与 6.39%（同比+1.38%）。2019-2025 年电视线上均价从 2,108 元跃升至 3,460 元（CAGR 8.6%），线下渠道更从 3,799 元飙升至 6,992 元（CAGR 10.7%）。

在技术路径的选择上，Mini LED 已确立了其在高端市场的主流地位。Omdia 数据显示，2025 年全球 Mini LED 电视出货量达 1,272 万台，同比增长 104%，其中中国市场出货量约为 480 万台，同比增长 79%，北美、欧洲、亚太等市场增速均超过 100%。作为进阶版本的 RGB-Mini LED，已通过三原色发光芯片实现由“控光”到“控色”的技术跨越，在亮度提升与色彩纯净度上实现代际突破。根据 Omdia 预测，2026 年全球 Mini LED 电视仍将保持 17.1%的高速增长，同时 RGB-Mini LED 电视出货量有望冲刺 70 万台。

除了显示技术的突破，高端化的广度正延伸至高刷新率电竞观影及 AI 领域。根据奥维云网数据，2025 年中国彩电市场 120HZ 及以上产品销量渗透率已达 70.44%。此外，随着 AI 技术的底层渗透，集成了多模态感知与边缘计算的“AI 协作显示系统”正重新定义智能家居与商务办公场景。显示行业已形成“Mini LED 筑基、AI 深度赋能、多场景无缝衔接”的立体化竞争格局。

3、差异化场景驱动结构性扩容

随着消费需求从单一的“视听满足”向“深度体验”分化，显示行业正通过差异化的场景解决方案，在电竞娱乐、家庭教育、健康与办公、移动生活等维度实现价值重塑与市场扩容。

在游戏电竞场景，产品从参数竞赛向全链路沉浸跃迁。适配主机与 PC 的高性能显示终端，通过新的显示技术提供极致 HDR 画质，并推动刷新率持续向物理极限演进；同时结合 AI 自适应技术优化延迟与动态画面，满足从职业竞技到大众娱乐的差异化需求。根据洛图科技（RUNTO）数据，2025 年中国显示器线上市场零售量达到 1,301 万台，同比增长 18.6%；其中电竞显示器销量约 748 万台，同比增长 23%，市场渗透率提升至 64%。

在家庭教育场景，产品从数字化工具向护眼互动生态升级。新一代教育显示设备通过整合云端教育资源与互动应用，打破传统学习的时间与空间限制，为在线课程、家庭学习与亲子互动提供更加沉浸的体验。同时，行业持续强化护眼技术，通过硬件级低蓝光、高频调光等方案降低长时间使用电子屏幕带来的视觉负担，使家庭显示设备逐步成为承载学习、互动与内容获取的重要家庭终端。

在健康与办公场景，推动主动健康与高效协作的融合发展。搭载 AI 体感识别与动作追踪功能的健身屏可结合课程内容实现动作识别与训练反馈，将家庭空间延展为居家健身场景；与此同时，随着远程协作与混合办公模式的普及，显示终端在视频会议、多任务处理及跨设备协同方面的重要性持续提升，推动家庭显示设备逐步成为连接健康管理与居家办公的重要交互入口。

在移动生活场景，作为新品类的移动智慧屏（闺蜜机）正爆发增长。这种“可移动+AI 交互”的产品特性，打破了传统显示的被动属性，为智能化的家庭移动场景提供了关键的落地载体与交互入口。洛图科技（RUNTO）数据显示，2025 年中国市场销量约 33.8 万台，同比增长 30%以上。

4、AI 赋能从功能满足到智能陪伴

家庭 AI 正经历一场深刻的范式转变：从被动执行指令的工具，进化为主动共情、具备自主规划能力的“生活伴侣”。领先的 AI 应用已不再是单纯的软件功能，而是已升级为“物理世界执行能

力+软件智能”的深度融合，这种整合正在成为新的行业发展趋势。

多模态语言模型使智能电视在语音搜索、内容推荐和设备控制方面的能力显著提升。它们能够更精准地理解用户需求，提供个性化服务。智能体的引入，让电视具备了类人化的思考和服务能力，可感知用户意图可自主规划任务路径，更好的满足用户需求，并具备自主化、主动式服务的潜力。搭载的高清摄像头与高精度声纹识别模块，能够精准捕捉用户的面部表情、肢体动作、声纹特征，感知环境状态，联动其他设备形成服务闭环。

各类视频生成模型快速迭代，颠覆视频生产和消费模式。视频生成模型正在规模化应用于电影、动漫、短剧等视频生产，让电视内容服务变得更加丰富、智能和场景化。用户也通过日益成熟的生成式 AI 软件参与内容创作并上传网络，彻底颠覆原有的“你播我看”模式，将极大丰富电视的基本功能和内容生态。

具身智能让 AI 从“能看会想”进阶到“能动手做事”。头部家电企业正在向融合感知、决策和行动的“具身智能”迈进，将家庭陪伴机器人作为核心突破项目，通过多模态交互与智能体技术，向主动智能服务延伸。深入探索居家服务、智能交互、跨设备联动等关键场景，让 AI 不再是冰冷的技术产品，而是充满人文温度的“家庭守护者”。

2025 年，由海信与清华大学智能产业研究院、中国电子视像行业协会、中关村标准化协会共同制定的行业首个《AI 电视白皮书》发布，完整定义了 AI 电视从 L1 到 L5 的能力标准以及视觉友好画质、场景化交互、可控内容生成等七大关键技术特征，为行业指明全新智能时代下电视的发展方向。

随着显示与 AI 技术的深度耦合，家庭服务生态将形成“以 AI 电视为中枢、多场景协同、智能服务”的新格局，有望开启万亿级智慧生活市场的新蓝海。

（二）激光显示

激光显示凭借大屏沉浸、健康护眼的核心优势，正在重构家庭影音场景，并持续拓宽商务办公、文旅展演等多元应用，已确立为下一代显示技术的核心方向。当前，全球激光显示产业进入加速发展周期，呈现技术迭代提速、市场结构优化、中国引领全球的发展格局。根据洛图科技（RUNTO）数据，2025 年全球激光显示产品（涵盖激光电视、家用及商用激光投影）出货量达到 237.9 万台，同比增长 6.9%，2020 年-2025 年复合增长率达 23.4%；其中中国市场出货量占全球 43%，持续领跑全球市场发展与结构升级，是驱动行业增长的核心引擎。

在技术层面，三色化成为行业高端化与产业升级的核心路径。随着显示芯片与激光器等上游核心供应商加大技术投入与产能供给，三色激光在成本优化、画质提升、规模量产等方面持续突破，推动行业进入技术成熟、渗透率快速提升的普及阶段。海信作为三色激光技术的开创者与引领者，凭借全栈自研、超 1,200 项授权专利、光学引擎与整机系统深度整合等优势，持续主导全球三色激光技术路线与产品迭代方向，推动激光显示向高色域、高色准、高亮度的影院级标准升级。根据洛图科技（RUNTO）数据，2025 年中国智能投影线上市场，激光光源产品销量占比达到 15.9%，同比提升 2.3 个百分点；行业发布的 56 款激光投影新品中，有 43 款采用三色激光技术，三色激光成为中高端新品标配。

市场维度上，激光显示凭借高品质体验获得全球用户广泛认可。中国电子视像行业协会 2025 年发布的《显示技术革命与视觉健康发展白皮书》显示，92.4%的目标消费者认可激光显示产品，89.7%的用户高度认可其健康护眼优势。海外市场表现强劲，欧美、东南亚等地区消费者对超大屏、沉浸式影音需求呈倍速增长，成为全球市场新的增长极。产业前景吸引了徕卡、安克、优酷等消费电子与互联网科技品牌跨界布局，推动激光显示从视听产品向消费电子领域转型，为产业

发展注入新动能。

此外，激光显示产品形态持续迭代，由单一显示硬件向贴合家居场景的“空间显示”演进。可卷曲屏幕、一体化结构、主机小型化等创新设计在激光电视上落地，有效解决了传统大屏入户难、家居环境适配差的痛点。高画质、智能化、便携化不断升级的激光智能投影，进一步丰富家庭大屏显示场景。通过将显示功能与家居美学深度融合，激光显示产品已从传统视听硬件，升级为兼具功能价值与美学属性的家庭大屏影音体验中心，彰显了激光显示技术的创新实力与产业升级潜力。

（三）商用显示

近三到五年，全球商用显示市场在波动中逐步复苏，行业发展模式从“规模扩张”加速转向“场景化精细运营”与“智能化价值共生”，产品融合创新与显示技术突破共同推动市场稳步增长，根据 Omdia 数据，近五年全球行业规模复合增长率达 9.8%。目前，商用显示行业全球市场集中度持续提升，教育信息化、智慧零售、企业协作等核心需求持续释放，竞争格局向具备技术、品牌及全球化布局优势的头部企业集中。在数字化转型深化及新兴场景驱动下，迪显咨询（DISCIEN）预测 2026 年中国商用显示市场规模预计达 574.8 亿元（同比增长 1.8%）；Omdia 预测同期海外市场规模将增至 841.4 亿元（同比增长 3.6%）。

交互平板（IFPD）领域，国内教育与会议场景市场分化加速，IFPD 会议线上市场呈现快速增长趋势；受“十五五”规划推进“双一流”高校建设政策及国务院“人工智能+”专项政策拉动，国内 IFPD 市场规模稳步增长；海外亚太、中东非等新兴市场增长加速，教育信息化与企业数字化转型驱动需求爆发。LED 显示领域，品牌集中度低，COB 和一体机增速快，会议、教育、演出租赁、家庭影院等细分市场稳步增长；海外市场在 Mini/Micro LED 技术商业化推动下，应用场景从专业显示向高端消费领域延伸。数字标牌领域，数字屏幕加速普及，国内传统行业显示需求旺盛，泛零售、智慧城市相关行业需求增长，海外零售和传媒广告行业应用场景拉升半户外/户外高亮产品需求。

（四）显示芯片

受益于中大尺寸显示器及笔记本电脑显示面板向高分辨率化演进，叠加 OLED 技术渗透率的持续提升，显示芯片行业整体呈现温和增长态势。根据百谏方略（DI Research）研究数据，2025 年全球 TCON 芯片市场规模达到 20.64 亿美元，预计至 2032 年将以 4.89%的年均复合增长率稳步增长。伴随全球面板产业重心转移，中国大陆已稳居全球显示芯片的主要消费地。面对产业高端化转型的关键机遇，中国大陆企业正依托关键芯片产品和自研 IP 技术，加速在 TCON 芯片、SOC 芯片等复杂高价值领域的突破，有力推动了中大尺寸显示芯片的国产化替代进程，重塑全球显示供应链格局。

随着显示技术向高端化、智能化深度演进，LED 芯片同步朝着小型化、高集成、高可靠方向迭代升级；Mini/Micro LED 等新型显示技术加速产业化落地与场景渗透，LED 行业整体由总量增长转向结构升级。Mini LED 直显凭借 COB 等关键技术突破，正加速向商用及民用全场景渗透，预计 2021 年-2026 年全球市场规模复合增长率达 36%；Mini LED 背光则在 2025 年进入规模化爆发期，全球背光市场规模突破 700 亿元，同比增长 20%；Micro LED 伴随巨量转移等技术突破，于 2025 年开启“应用元年”，在智能穿戴及 VR/AR 领域展现出巨大潜力；车用 LED 与植物照明亦在智能化浪潮下稳步增长，共同驱动 LED 产业迈向高价值增长新阶段（数据来源：Trend Force 集邦咨询）。

（五）智能穿戴

全球智能穿戴行业正经历从“被动数据记录终端”向“主动式 AI 数字枢纽”的跨越，伴随端侧多模态大模型的加速落地，穿戴设备具备更强大的自然语言处理与场景感知能力，能够主动为用户提供个性化的洞察与建议。根据 Electro IQ 预测数据，全球 AI 智能穿戴市场规模预计将从 2023 年的 312 亿美元激增至 2033 年的 3,048 亿美元，年复合增长率（CAGR）高达 25.6%，智能穿戴产品正逐步演进为连接物理世界与数字算力的新一代核心入口。

细分赛道的产品形态正围绕消费者的核心痛点进行高频迭代，呈现出 AI 眼镜、AI 耳机等设备多点开花的新格局。在视觉交互领域，AI 智能眼镜实现了从概念向办公提效、随身第一视角记录等高频场景的深度渗透。得益于轻量化与微显示技术的融合，智能眼镜整机重量正逐步逼近日常佩戴体验；IDC 预测数据显示，2025 年全球包含无屏智能眼镜在内的 AR/VR 头显出货量预计将达 1,430 万台，同比增长 39.2%。在声学领域，无线化与智能化持续推动行业规模扩张，真无线耳机（TWS）已成为当前市场的主流产品形态，据 Future Market Insights 数据，2025 年全球 TWS 耳机市场规模预计约 883 亿美元。从产品结构看，开放式无线耳机（OWS）近年来增长较快，通过开放式声学结构兼顾环境感知与佩戴舒适性，并在算法与声学技术持续迭代下加速与 AI 语音交互、智能降噪等功能融合，推动智能耳机产品形态及应用场景持续拓展。

3、 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2025年	2024年		本年比上年增减(%)	2023年	
		调整后	调整前		调整后	调整前
总资产	44,581,470,338.79	46,742,592,338.30	46,655,339,881.59	-4.62	45,193,293,789.88	45,106,594,415.15
归属于上市公司股东的净资产	21,260,164,263.26	19,665,066,489.28	19,578,170,064.55	8.11	18,981,264,428.96	18,894,678,966.32
营业收入	57,679,224,941.74	58,530,485,019.64	58,530,241,713.44	-1.45	53,615,558,652.19	53,615,558,652.19
利润总额	3,227,317,499.91	2,883,881,530.52	2,883,568,201.48	11.91	2,781,314,124.28	2,781,618,085.50
归属于上市公司股东的净利润	2,454,011,405.43	2,246,528,265.28	2,246,217,303.19	9.24	2,095,550,736.66	2,095,854,697.88
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,877,000,161.78	1,817,677,912.69	1,817,367,025.60	3.26	1,732,536,368.45	1,732,840,329.67
经营活动产生的现金流量净额	4,583,216,212.72	3,596,618,663.15	3,594,654,930.15	27.43	2,927,595,710.05	2,927,595,665.61
加权平均净资产收益率（%）	12.11	11.86	11.91	增加0.25个百分点	11.40	11.41
基本每股收益（元／股）	1.888	1.716	1.716	10.02	1.622	1.622
稀释每股收益（元／股）	1.888	1.716	1.716	10.02	1.619	1.619

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元　币种：人民币

主要财务数据	第一季度 （1-3 月份）	第二季度 （4-6 月份）	第三季度 （7-9 月份）	第四季度 （10-12 月份）
营业收入	13,375,476,796.65	13,855,231,315.60	15,599,682,983.75	14,848,833,845.74
主营业务收入	12,294,474,524.78	12,628,320,297.83	15,065,820,018.58	13,875,352,645.22
归属于上市公司股东的净利润	553,575,026.43	502,150,339.15	572,782,573.50	825,503,466.35
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	451,990,291.87	360,009,121.00	394,215,002.21	670,785,746.70
经营活动产生的现金流量净额	1,214,346,070.12	587,276,450.44	1,629,031,419.76	1,152,562,272.40

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用　√不适用

4、 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）	30,448
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）	39,191
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）	0
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）	0

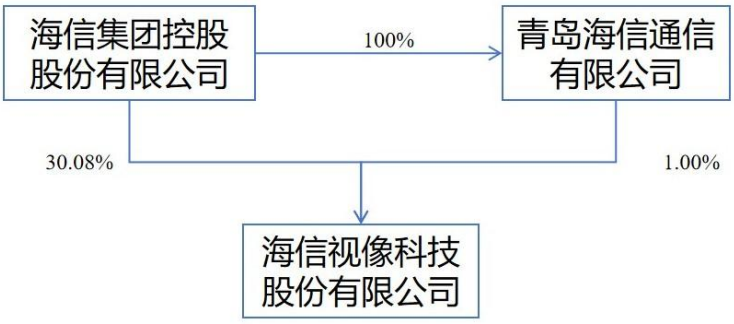
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）

股东名称 （全称）	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
海信集团控股股份有限公司	0	392,505,971	30.08	0	无	0	境内非国有法人

海信集团有限公司	0	216,293,231	16.57	0	无	0	国有法人
香港中央结算有限公司	14,263,467	61,694,287	4.73	0	无	0	境外法人
全国社保基金一零三组合	4,000,000	30,000,000	2.30	0	无	0	其他
海信视像科技股份有限公司－2024 年员工持股计划	-9,860,196	16,823,885	1.29	0	无	0	其他
青岛海信通信有限公司	1,608,500	13,054,001	1.00	0	无	0	境内非国有法人
嘉实基金管理有限公司－社保基金16042 组合	-7,867,200	12,506,605	0.96	0	无	0	其他
中国农业银行股份有限公司－中证500 交易型开放式指数证券投资基金	707,762	11,620,332	0.89	0	无	0	其他
龙大食品集团有限公司	10,883,500	10,883,500	0.83	0	无	0	境内非国有法人
全国社保基金一一零组合	10,341,100	10,341,100	0.79	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，海信集团有限公司持有海信集团控股股份有限公司 26.79%股份，但不存在一致行动关系；青岛海信通信有限公司系海信集团控股股份有限公司的全资子公司。除此之外，公司未知上述其他股东之间是否存在关联关系或一致行动关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

□适用 √不适用

4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

□适用 √不适用

4.5 公司债券情况

□适用 √不适用

第三节 重要事项

1、 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

报告期内，公司坚定不移执行“高端化、大屏化、智能化”战略，持续深化变革，经营业绩稳健增长，运营质量持续向好。报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项，详见公司年度报告“第三节 管理层讨论与分析”以及“第五节 重要事项”部分相关内容。

2、 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

□适用 √不适用