

## TCL 電子（01070.HK）2024 年電視全球出貨量同比增長近 15% TCL Mini LED 電視全球出貨量同比增長近兩倍

（2025年2月3日，香港）-- TCL電子控股有限公司（“TCL電子”或“公司”，01070.HK）今天公佈2024年TCL電視全球出貨量數據。受惠於公司“TCL+雷鳥”雙品牌以及“中高端+大屏化”戰略成效顯著，加上持續推進Mini LED顯示技術創新，鞏固領先優勢，2024年TCL電視全球出貨量同比增長14.8%，達至2,900萬台，再創歷史新高。其中，2024年第四季度TCL電視全球出貨量同比增幅達19.3%，環比增長20.0%，維持高速增長態勢。

### “中高端+大屏化”趨勢持續，Mini LED電視出貨量進一步提速，全面擁抱智能AI

2024年，TCL電子持續把握全球市場的大屏化及高端化趨勢，大呎吋電視出貨量維持雙位數提升。65吋及以上TCL電視全球出貨量同比增長21.3%，出貨量佔比同比提升1.4個百分點至26.0%；75吋及以上TCL電視全球出貨量同比增幅更高達39.8%，出貨量佔比同比提升2.4個百分點至13.2%。TCL電視全球出貨平均呎吋同比提升1.3吋至52.4吋。

與此同時，TCL電子持續對高端顯示、AI智能技術進行研發投入，進一步提升產品力，推出的中高端顯示產品廣受市場好評。2024年，TCL量子點電視全球出貨量同比增長69.5%，TCL Mini LED電視全球出貨量同比增幅則高達194.5%。

TCL電子在今年的國際消費類電子產品展覽會（CES 2025）展示其不斷突破的屏顯科技，面向北美市場推出“畫質天花板”X11K QD-Mini LED電視。這款電視採用全球領先的QD-Mini LED技術，憑藉驚人的14,000級控光分區及6,500 nits峰值亮度，加上全域光量控制技術，通過領先的自研透鏡、高光效發光芯片、超微距OD、背光響應算法以及7,000:1超高原生對比度屏幕，將Mini LED顯示提升至行業新高度。TCL X11K電視還獲得了CES 2025 “Mini LED顯示技術創新獎”。

除此以外，公司在CES 2025上還展出了全球首款分體式智能家居陪伴機器人——TCL Ai Me。該款智能機器人Ai Me採用可愛的仿生外觀設計，可更換不同風格的外衣，搭配移動式太空艙底座，專為現代家庭量身打造；Ai Me不僅具備多模態自然交互能力，提供情感陪伴和擬人互動，還能智能移動，自動捕捉家庭美好瞬間；其通過與用戶的持續互動，能不斷學習和適應家庭成員的行為習慣，智能控制家居設備，提升生活便捷度和舒適度，為每位家庭成員提供個性化的互動體驗，深受廣大參展觀眾的喜愛。

同時，公司進一步深化與Google合作，在海外旗艦電視系列將接入Google AI大模型Gemini，顯著提升產品功能與用戶體驗。Gemini具備強大的自然語言處理能力，接入電視後可實現更加智能、流暢的語音交互；此外，Gemini可根據每個家庭成員的獨特觀看習慣、興趣偏好，進行深度分析和精準匹配，為用戶提供高度個性化的節目推薦，Gemini的引入能為用戶提供更智能、便捷的產品體驗。

## 國際市場出貨量持續佔據領先地位，國內市場Mini LED出貨量超預期增長

2024年，在歐洲杯、奧運會等重大體育賽事隆重舉行的背景下，TCL電子通過在全球市場的精準營銷，年內TCL電視國際市場出貨量同比增長17.6%。國際市場大呎吋電視出貨量同樣增長迅速，其中，65吋及以上TCL電視出貨量同比增長32.4%，75吋及以上TCL電視出貨量大幅增長79.7%。

分區域來看，在歐洲市場，得益於渠道滲透率提升，TCL品牌電視出貨量保持高速增長，2024年出貨量同比增長33.8%，其中75吋及以上TCL電視出貨量表現尤其突出，同比大幅增長104.9%，同時，TCL電視在法國、波蘭、瑞典零售量排名第二，在西班牙、希臘及捷克排名第三<sup>1</sup>；北美方面，公司通過攜手美國國家橄欖球聯盟（NFL）等本地化品牌傳播，有效提升品牌競爭力，同時積極進行渠道和產品結構調整，2024年TCL電視在北美出貨量同比增長6.4%，其中，75吋及以上TCL電視出貨量同比增長67.6%，在美國零售量市佔率穩居市場前二<sup>2</sup>；新興市場方面，2024年TCL電視出貨量同比增長12.7%，其中第四季度同比增幅更高達32.8%。公司進一步深耕拉美市場並拓展中東非市場渠道，2024年TCL電視出貨量分別同比增長17.6%及39.6%，在澳洲、菲律賓、緬甸、巴基斯坦零售量保持行業第一，在巴西躍升至第二，在阿根廷、越南、泰國、韓國等地排名第三<sup>1</sup>。

中國市場方面，公司持續推進“TCL+雷鳥”雙品牌戰略，2024年TCL電視在國內出貨量同比增長5.8%，其中，雷鳥品牌電視持續滲透年輕人市場，年內出貨量同比增速高達38.5%。同時，TCL電子亦成功在中國市場推進“中高端+大屏化”策略，且受惠於國家“以舊換新”補貼政策利好因素刺激，2024年TCL電視在中國市場出貨的平均呎吋達到63.3吋，同比提升1.9吋，75吋及以上TCL電視出貨量同比增長23.1%，出貨量佔比提升5.3個百分點至37.7%。並且，2024年TCL Mini LED電視在中國市場出貨量同比增長達264.7%，年內TCL Mini LED電視累計出貨量佔比同比提升10.9個百分點至15.3%，其中2024年四季度TCL Mini LED電視出貨量佔比顯著提升至24.4%。2024年公司在中國市場Mini LED電視零售量排名第一<sup>3</sup>。

未來，TCL電子將繼續推進“全球化”和“科技化”發展戰略，秉承“品牌引領價值，全球效率經營，科技驅動，活力至上”發展戰略，創新驅動的發展理念，以全方位的技術突破和人性化設計，不斷推動智慧生活的發展潮流，為全球用戶帶來更加便捷、舒適、環保的生活體驗，積極落實“智能物聯生態”全品類佈局，向“全球化經營的領先智能終端企業”的目標邁進。

### 二零二四年出貨量數據（未經審計）

單位：台

大呎吋顯示——TCL 電視全球出貨量	29,003,243
- 65吋及以上 TCL 電視出貨量佔比	26.0%
- 75吋及以上 TCL 電視出貨量佔比	13.2%

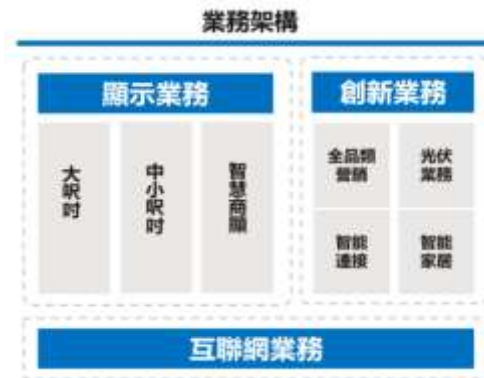
<sup>1</sup> 數據來源：GfK，2024年1月至11月。

<sup>2</sup> 數據來源：Circana，2024年1月至11月。

<sup>3</sup> 數據來源：中怡康全渠道，2024年1月至12月。

## 有關 TCL 電子

TCL 電子控股有限公司（01070.HK，於開曼群島註冊成立之有限公司），自 1999 年 11 月起於香港聯交所主板上市，業務範圍涵蓋顯示業務、創新業務以及互聯網業務。TCL 電子以“品牌引領價值，全球效率經營，科技驅動，活力至上”為戰略，積極變革創新，聚焦突破全球中高端市場，努力夯實“智能物聯生態”全品類佈局，致力為用戶提供全場景智慧健康生活，打造全球領先的智能科技公司。TCL 電子已獲納入深港通之合資格港股通股份名單，是恒生港股通指數、恒生綜合中小型股指數及恒生可持續發展企業基準指數成份股，並從 2018 年起連續多年獲得恒生指數公司授予 ESG 評級 A。



如欲查詢更多資料，請瀏覽 TCL 電子投資者關係網站 <http://electronics.tcl.com>，或掃描下方二維碼訪問 TCL 電子投資者關係官方微信公眾號。



新聞垂詢：

**TCL 電子**

電郵：[hk.ir@tcl.com](mailto:hk.ir@tcl.com)