

TCL 電子（01070.HK）2025 年首季度全球 TV 出貨量與銷售額雙雙保持高增 產品結構持續改善，Mini LED TV 全球出貨量激增超 2.3 倍

（2025年4月27日，香港）-- TCL 電子控股有限公司（「TCL 電子」或「公司」，01070.HK）今天公佈2025年第一季度全球TV出貨量數據。憑藉「TCL+雷鳥」雙品牌的精準定位與「中高端+大屏化」戰略持續深化，結合以Mini LED、量子點、AI智能等前沿技術進一步提升產品競爭力，TCL 電子2025年第一季度全球TV出貨量達651萬台，同比增長11.4%；受益於公司TV業務中高端產品佔比提升，帶動公司TV銷售額同比增長22.3%，實現2025年「開門紅」。

以科技化提升產品競爭力，大吋吋及中高端產品獲全球用戶青睞

TCL 電子持續把握全球市場的大屏化及高端化趨勢，帶動大屏高端產品系列出貨量實現高增。2025年第一季度，65吋及以上TCL TV全球出貨量同比增長33.0%，出貨量佔比同比提升4.5個百分點至27.7%；75吋及以上TCL TV全球出貨量同比增幅更高達41.6%，出貨量佔比同比提升2.9個百分點至13.7%。TCL TV全球出貨平均吋吋同比提升1.9吋至53.4吋。

與此同時，TCL 電子深化高端顯示技術佈局，在旗艦系列Mini LED TV配置蝶翼華曜屏、萬象分區等技術矩陣，實現高對比、低反射、廣視角、無黑邊，將TV產品畫面細節與色彩精準度推向新高度，極大提升了用戶的視覺體驗，產品深受全球用戶喜愛。2025年第一季度，中高端產品TCL量子點TV全球出貨量同比增長74.9%至133萬台，TCL Mini LED TV全球出貨量約55萬台，同比增幅更高達232.9%。

海內外市場出貨均實現同比雙位數增長，全球多區域市場佔有率領跑行業

中國市場方面，憑藉自身持續的品牌建設以及技術引領的產品迭代，2025年第一季度TCL TV在中國市場出貨量同比增長10.8%。同時，大屏化及中高端化戰略成效顯著，產品結構持續改善。其中，65吋及以上TCL TV出貨量同比增長18.3%，出貨量佔比同比提升3.5個百分點至54.7%；75吋及以上TCL TV出貨量同比增長21.0%，出貨量佔比同比提升3.0個百分點至34.9%。TCL Mini LED TV出貨量更同比提升341.1%，其出貨量佔比顯著提升13.2個百分點至17.6%。2025年第一季度TCL TV在中國市場零售額和零售量市佔率分別升至23.1%和22.1%，排名位列中國市場前二¹。持續的產品結構改善推動銷售額進一步提升，一季度公司TV業務中國市場銷售額同比增長35.4%，出貨均價同比升幅達22.2%。

國際市場方面，TCL於2025年2月正式宣佈成為奧林匹克全球合作夥伴，將在TV、空調、冰箱、洗衣機等智能終端領域，為奧林匹克運動會提供全面的技術、產品與專業服務支持，全球品牌知名度與影響力進一步提升；同時，精準佈局的體育營銷、戰略性活動贊助以及全球客戶管理體系的系統化構建，也顯著提升全球市場營銷效能，促進國際市場出貨表現。2025年第一季度，

¹ 數據源：中怡康全渠道，2025 年第一季度零售額及零售量數據。

TCL TV國際市場出貨量同比增長11.6%，其中，大呎吋TV出貨量同比快速增長，65吋及以上TCL TV出貨量同比增長48.5%，75吋及以上TCL TV出貨量同比增幅更達86.8%。海外大呎吋TV出貨同比顯著增長帶動公司TV業務海外市場銷售額同比升幅達17.2%。

分區域來看，歐洲市場通過「一國一策」精準佈局區域渠道網絡，實現快速突破，TCL品牌TV出貨量同比升幅達15.8%，其中，75吋及以上TCL TV出貨量同比飆升74.4%，在法國、波蘭及瑞典零售量穩居排名前二²，在西班牙、羅馬尼亞、希臘及捷克零售量排名前三²；新興市場方面，包含亞太、拉美、中東非在內的市場進一步完善體育營銷矩陣，加快終端及零售渠道的提升，TCL TV出貨量同比增長18.8%，其中，75吋及以上TCL TV出貨量同比翻倍增長100.5%，在澳洲、菲律賓零售量排名首位，在巴西、巴基斯坦、沙特、泰國、緬甸排名前二，在阿根廷、越南及韓國等地排名第三²；北美市場則聚焦中高端渠道突破，2025年第一季度出貨量雖同比微降3.8%，但得益於中高端戰略落地推進，大屏化趨勢顯著，75吋及以上TCL TV出貨量同比增幅達79.3%，出貨量佔比也同比提升5.8個百分點至12.5%，TCL TV在美國市場零售量市佔率依然穩居市場前二³。

借長風勁展垂天翼，憑豪氣飛越萬仞山。未來TCL電子將繼續圍繞「品牌引領價值、全球效率經營、科技驅動、活力至上」的公司戰略，以為消費者創造價值為中心，堅持中高端發展，持續優化產品組合，加大技術投入和儲備，執行區域定位策略，推進全球本土化發展，以更加昂揚的鬥志加速邁向真正的全球領先。

二零二五年第一季度出貨量數據（未經審計）

單位：台

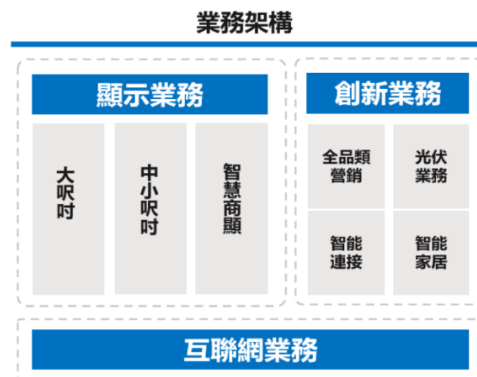
	二零二五年第一季度	二零二四年第一季度
大呎吋顯示——TCL TV 全球出貨量	6,507,078	5,840,635
- 65吋及以上 TCL TV 全球出貨量佔比	27.7%	23.2%
- 65吋及以上 TCL TV 中國市場出貨量佔比	54.7%	51.2%
- 65吋及以上 TCL TV 國際市場出貨量佔比	19.6%	14.7%
- 75吋及以上 TCL TV 全球出貨量佔比	13.7%	10.8%
- 75吋及以上 TCL TV 中國市場出貨量佔比	34.9%	31.9%
- 75吋及以上 TCL TV 國際市場出貨量佔比	7.3%	4.4%
- TCL Mini LED TV 出貨量佔比	8.8%	3.0%
- TCL Mini LED TV 中國市場出貨量佔比	17.6%	4.4%
- TCL Mini LED TV 國際市場出貨量佔比	6.0%	2.5%

² 數據源：GfK，2025年1月至2月零售量數據。

³ 數據源：Circana，2025年1月至2月零售量數據。

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