

TCL 電子（01070.HK）2025 年前三季度 TV 實現量額齊升 產品結構進一步優化，Mini LED TV 全球出貨量同比增長 153.3%

（2025年10月28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年前三季度全球TV出貨量數據。2025年第三季度，TCL TV全球出貨量達761萬台，推動前三季度累計出貨量達2,108萬台，同比增長5.3%。公司深耕顯示技術領域，持續加碼研發投入，推出的Mini LED TV憑藉卓越的畫質表現與創新體驗，獲得全球用戶廣泛青睞，今年前三季度TCL Mini LED TV全球出貨量同比大幅增長153.3%至224萬台。產品結構優化帶動公司前三季度TCL TV銷售額增速跑贏出貨量表現，同比增長8.7%。

「中高端+大屏化」戰略成效顯著，產品結構持續優化，品牌價值穩步提升

TCL電子持續聚焦「中高端+大屏化」戰略，大吋吋產品佔比進一步提升。2025年前三季度，65吋及以上TCL TV的全球出貨量同比增長25.8%，在整體出貨量的佔比由去年同期的24.3%躍升至29.0%；75吋及以上TCL TV全球出貨量同比增幅達27.8%，佔比從去年同期的11.8%提升至14.3%，TCL TV全球出貨平均吋吋同比提升1.6吋至53.6吋。受益於產品結構持續改善，前三季度TCL TV全球銷售均價同比提升3.2%，其中第三季度同比提升5.7%。

與此同時，公司持續投入全球品牌營銷及服務體系建設，品牌價值穩步提升，TCL品牌已連續九年入選Google x KANTAR BRANDZ中國全球化品牌50強，今年排名第10位，較去年上升1位，品牌力大幅增長20%。今年第三季度，公司推出的SQD-Mini LED技術，憑藉光色控制的革命性突破，不僅終結了困擾行業多年的串色、色暈等問題，更以萬象分區控光技術重塑畫質評判體系。這項擁有100%BT.2020全域高色域與萬象分區的方案，被視為目前最尖端的顯示技術。作為行業領先產品，TCL Mini LED TV銷量延續高增長態勢，今年前三季度全球出貨量同比增長153.3%，出貨量佔比同比提升6.7個百分點至11.4%。

積極拓展海外渠道，AI技術賦能產品生態，國際市場TV銷售量額齊升

國際市場方面，公司積極拓展海外區域重點渠道，加深與中高端渠道合作，加強電商平台佈局及開展多元化營銷，不斷提升各區域市場份額，2025年前三季度TCL TV國際市場出貨量同比增長7.9%。其中，大吋吋及中高端TV出貨量增長迅猛，65吋及以上TCL TV、75吋及以上TCL TV在國際市場出貨量分別同比增長44.6%及61.8%，TCL Mini LED TV國際市場出貨量同比增幅更達至235.4%。與此同時，今年9月，TCL在國際市場發佈全球首款內置Google AI助手Gemini的新品TCL QM9K。該款產品搭載自研AI畫質芯片，深度優化畫面細節、色彩表現和動態效果，同時還提供主動式AI服務，化身家庭智能中控，支持日程展示、新聞匯總和設備聯動，不僅使智能交互與卓越畫質完美融合，更重塑TV作為

家庭信息中樞的全新價值。中高端及大呎吋產品銷售增加，推動前三季度國際市場TCL TV銷售額及銷售均價分別同比提升12.7%以及4.5%，其中第三季度國際市場TCL TV銷售額及銷售均價分別同比提升14.2%和7.2%。

分區域來看，在歐洲市場，得益於渠道滲透率持續提升，2025年前三季度TCL品牌TV出貨量同比增長20.0%，第三季度同比增速更是超30%，規模增勢持續增強。同時，中高端產品表現優異，前三季度65吋及以上、75吋及以上TCL TV出貨量分別同比增長76.2%及138.0%，TCL Mini LED TV出貨量同比增幅更達124.1%，出貨量佔比提升7.3個百分點至15.7%。TCL TV在法國、瑞典及波蘭零售量排名第二，在西班牙、希臘、比利時及捷克排名第三¹。

北美市場方面，公司積極調整渠道結構，提升中高端渠道出貨量佔比，TCL TV出貨結構顯著改善，帶動前三季度TCL TV銷售均價同比提升超15.0%。具體來看，前三季度65吋及以上TCL TV出貨量同比增長29.1%，出貨量佔比提升9.8個百分點至32.1%；75吋及以上TCL TV出貨量同比上升34.1%，出貨量佔比提升4.8個百分點至14.5%；TCL Mini LED TV出貨量同比增幅更達384.5%，出貨量佔比同比提升7.1個百分點至8.7%。中高端戰略有效落地，亦帶動9月份TCL TV北美市場出貨量開始實現同比正向增長。2025年1至8月，TCL TV在美國零售量市占率依然穩居前二²。

新興市場方面，公司貫徹一國一策戰略，深耕線下渠道的同時積極開拓電商渠道，帶動前三季度TCL TV出貨量同比上升16.3%，其中65吋及以上TCL TV出貨量同比增長46.7%，75吋及以上TCL TV出貨量同比增長71.2%；TCL TV在澳大利亞、菲律賓、沙特及阿根廷零售量保持行業第一，在泰國、緬甸、巴西、巴基斯坦排名前二，在越南、韓國排名前三¹。

中國市場方面，受整體行業階段性調整影響，雖然2025年前三季度TCL TV出貨量同比下滑4.1%，但零售端表現仍然逆勢跑贏行業，且零售量及零售額穩占市場前二³。與此同時，產品結構性增長動力依然顯著，TCL Mini LED TV中國市場出貨量同比大幅增長80.6%且其出貨量佔比同比提升9.6個百分點至20.6%，65吋及以上TCL TV出貨量佔比提升3.7個百分點至54.7%，75吋及以上TCL TV出貨量佔比同比提升3.0個百分點至35.7%。今年前三季度TCL TV在中國市場銷售均價同比提升3.4%，其中第三季度銷售均價同比提升8.1%。

展望未來，公司將秉承「戰略引領、創新驅動、先進製造、全球經營」的經營理念，持續深化「中高端+全球化」的雙輪驅動佈局，持續提升TCL全球品牌勢能，並加大研發投入，鞏固中高端市場戰略高地；同時，公司將繼續深化區域定位策略，推進全球本地化進程，以更強的市場競爭力和品牌勢能，堅定不移地走高品質發展道路，為全球消費者構建更智能、更便捷、更具溫度的未來生活藍圖。

¹ 數據來源：公司內部數據，2025年1月至8月。

² 數據來源：Circana LLC，美國零售市場調查報告，2025年1月至8月。

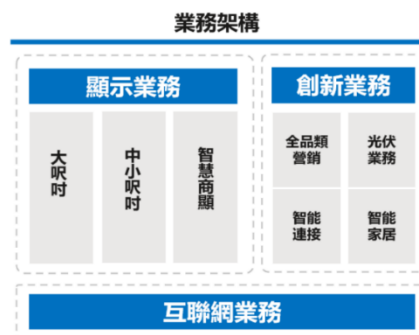
³ 數據來源：中怡康全渠道，2025年1月至9月。

二零二五年前三季度出貨量數據（未經審計）

大呎吋顯示——TCL TV 全球出貨量	二零二五年前三季度 21,076,346 台	二零二四年前三季度 20,009,435 台
- 65吋及以上 TCL TV 全球出貨量佔比	29.0%	24.3%
- 65吋及以上 TCL TV 中國市場出貨量佔比	54.7%	51.0%
- 65吋及以上 TCL TV 國際市場出貨量佔比	22.8%	17.0%
- 75吋及以上 TCL TV 全球出貨量佔比	14.3%	11.8%
- 75吋及以上 TCL TV 中國市場出貨量佔比	35.7%	32.7%
- 75吋及以上 TCL TV 國際市場出貨量佔比	9.1%	6.1%
- TCL Mini LED TV 出貨量佔比	11.4%	4.7%
- TCL Mini LED TV 中國市場出貨量佔比	20.6%	11.0%
- TCL Mini LED TV 國際市場出貨量佔比	9.0%	2.9%

有關TCL電子

TCL 電子控股有限公司（01070.HK，于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「戰略引領、創新驅動、先進製造、全球經營」為經營理念，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，為用戶提供全場景智慧健康生活，致力成為全球化經營的領先智能終端企業。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 電子投資者關係

電郵：hk.ir@tcl.com