

TCL 电子（01070.HK）2024 年电视全球出货量同比增长近 15% TCL Mini LED 电视全球出货量同比增长近两倍

（2025年2月3日，香港）-- TCL电子控股有限公司（“TCL电子”或“公司”，01070.HK）今天公布2024年TCL电视全球出货量数据。受惠于公司“TCL+雷鸟”双品牌以及“中高端+大屏化”战略成效显著，加上持续推进Mini LED显示技术创新，巩固领先优势，2024年TCL电视全球出货量同比增长14.8%，达至2,900万台，再创历史新高。其中，2024年第四季度TCL电视全球出货量同比增幅达19.3%，环比增长20.0%，维持高速增长态势。

“中高端+大屏化”趋势持续，Mini LED电视出货量进一步提速，全面拥抱智能AI

2024年，TCL电子持续把握全球市场的大屏化及高端化趋势，大尺寸电视出货量维持双位数提升。65吋及以上TCL电视全球出货量同比增长21.3%，出货量占比同比提升1.4个百分点至26.0%；75吋及以上TCL电视全球出货量同比增幅更高达39.8%，出货量占比同比提升2.4个百分点至13.2%。TCL电视全球出货平均尺寸同比提升1.3吋至52.4吋。

与此同时，TCL电子持续对高端显示、AI智能技术进行研发投入，进一步提升产品力，推出的中高端显示产品广受市场好评。2024年，TCL量子点电视全球出货量同比增长69.5%，TCL Mini LED电视全球出货量同比增幅则高达194.5%。

TCL电子在今年的国际消费类电子产品展览会（CES 2025）展示其不断突破的屏显科技，面向北美市场推出“画质天花板”X11K QD-Mini LED电视。这款电视采用全球领先的QD-Mini LED技术，凭借惊人的14,000级控光分区及6,500 nits峰值亮度，加上全域光晕控制技术，通过领先的自研透镜、高光效发光芯片、超微距OD、背光响应算法以及7,000:1超高原生对比度屏幕，将Mini LED显示提升至行业新高度。TCL X11K电视还获得了CES 2025 “Mini LED显示技术创新奖”。

除此以外，公司在CES 2025上还展出了全球首款分体式智能家居陪伴机器人——TCL Ai Me。该款智能机器人Ai Me采用可爱的仿生外观设计，可更换不同风格的外衣，搭配移动式太空舱底座，专为现代家庭量身打造；Ai Me不仅具备多模态自然交互能力，提供情感陪伴和拟人互动，还能智能移动，自动捕捉家庭美好瞬间；其通过与用户的持续互动，能不断学习和适应家庭成员的行为习惯，智能控制家居设备，提升生活便捷度和舒适度，为每位家庭成员提供个性化的互动体验，深受广大参展观众的喜爱。

同时，公司进一步深化与Google合作，在海外旗舰电视系列将接入Google AI大模型Gemini，显著提升产品功能与用户体验。Gemini具备强大的自然语言处理能力，接入电视后可实现更加智能、流畅的语音交互；此外，Gemini可根据每个家庭成员的独特观看习惯、兴趣偏好，进行深度分析和精准匹配，为用户提供高度个性化的节目推荐，Gemini的引入能为用户提供更智能、便捷的产品体验。

国际市场出货量持续占据领先地位，国内市场Mini LED出货量超预期增长

2024年，在欧洲杯、奥运会等重大体育赛事隆重举行的背景下，TCL电子通过在全球市场的精准营销，年内TCL电视国际市场出货量同比增长17.6%。国际市场大尺寸电视出货量同样增长迅速，其中，65吋及以上TCL电视出货量同比增长32.4%，75吋及以上TCL电视出货量大幅增长79.7%。

分区域来看，在欧洲市场，得益于渠道渗透率提升，TCL品牌电视出货量保持高速增长，2024年出货量同比增长33.8%，其中75吋及以上TCL电视出货量表现尤其突出，同比大幅增长104.9%，同时，TCL电视在法国、波兰、瑞典零售量排名第二，在西班牙、希腊及捷克排名第三¹；北美方面，公司通过携手美国国家橄榄球联盟（NFL）等本地化品牌传播，有效提升品牌竞争力，同时积极进行渠道和产品结构调整，2024年TCL电视在北美出货量同比增长6.4%，其中，75吋及以上TCL电视出货量同比增长67.6%，在美国零售量市占率稳居市场前二²；新兴市场方面，2024年TCL电视出货量同比增长12.7%，其中第四季度同比增幅更高达32.8%。公司进一步深耕拉美市场并拓展中东非市场渠道，2024年TCL电视出货量分别同比增长17.6%及39.6%，在澳洲、菲律宾、缅甸、巴基斯坦零售量保持行业第一，在巴西跃升至第二，在阿根廷、越南、泰国、韩国等地排名第三¹。

中国市场方面，公司持续推进“TCL+雷鸟”双品牌战略，2024年TCL电视在国内出货量同比增长5.8%，其中，雷鸟品牌电视持续渗透年轻人市场，年内出货量同比增速高达38.5%。同时，TCL电子亦成功在中国市场推进“中高端+大屏化”策略，且受惠于国家“以旧换新”补贴政策利好因素刺激，2024年TCL电视在中国市场出货的平均尺寸达到63.3吋，同比提升1.9吋，75吋及以上TCL电视出货量同比增长23.1%，出货量占比提升5.3个百分点至37.7%。并且，2024年TCL Mini LED电视在中国市场出货量同比增长达264.7%，年内TCL Mini LED电视累计出货量占比同比提升10.9个百分点至15.3%，其中2024年四季度TCL Mini LED电视出货量占比显著提升至24.4%。2024年公司在中国市场Mini LED电视零售量排名第一³。

未来，TCL电子将继续推进“全球化”和“科技化”发展战略，秉承“品牌引领价值，全球效率经营，科技驱动，活力至上”发展战略，创新驱动的发展理念，以全方位的技术突破和人性化设计，不断推动智慧生活的发展潮流，为全球用户带来更加便捷、舒适、环保的生活体验，积极落实“智能物联生态”全品类布局，向“全球化经营的领先智能终端企业”的目标迈进。

二零二四年出货量数据（未经审计）

单位：台

大尺寸显示——TCL 电视全球出货量	29,003,243
- 65 吋及以上 TCL 电视出货量占比	26.0%
- 75 吋及以上 TCL 电视出货量占比	13.2%

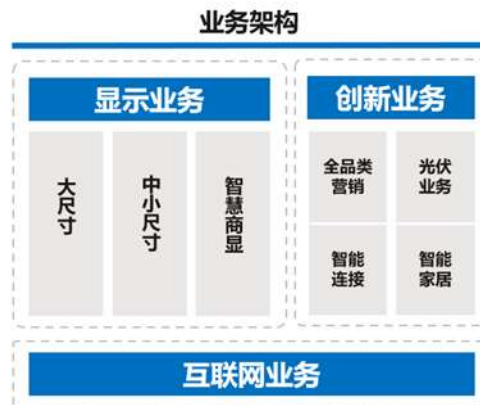
¹ 数据来源：GfK，2024 年 1 月至 11 月。

² 数据来源：Circana，2024 年 1 月至 11 月。

³ 数据来源：中怡康全渠道，2024 年 1 月至 12 月。

有关 TCL 电子

TCL 电子控股有限公司（01070.HK，于开曼群岛注册成立之有限公司），自 1999 年 11 月起于香港联交所主板上市，业务范围涵盖显示业务、创新业务以及互联网业务。TCL 电子以“品牌引领价值，全球效率经营，科技驱动，活力至上”为战略，积极变革创新，聚焦突破全球中高端市场，努力夯实“智能物联生态”全品类布局，致力为用户提供全场景智慧健康生活，打造全球领先的智能科技公司。TCL 电子已获纳入深港通之合资格港股通股份名单，是恒生港股通指数、恒生综合中小型股指数及恒生可持续发展企业基准指数成份股，并从 2018 年起连续多年获得恒生指数公司授予 ESG 评级 A。



如欲查询更多资料，请浏览 TCL 电子投资者关系网站 <http://electronics.tcl.com>，或扫描下方二维码访问 TCL 电子投资者关系官方微信公众账号。



新闻垂询：

TCL 电子

电邮：hk.ir@tcl.com