TCL 电子（01070.HK）2025 年首季度全球 TV 出货量与销售额双双保持高增
产品结构持续改善，Mini LED TV 全球出货量激增超 2.3 倍

（2025年4月27日，香港）-- **TCL电子控股有限公司**（“**TCL电子**”或“**公司**”，**01070.HK**）今天公布2025年第一季度全球TV出货量数据。凭借“TCL+雷鸟”双品牌的精准定位与“中高端+大屏化”战略持续深化，结合以Mini LED、量子点、AI智能等前沿技术进一步提升产品竞争力，TCL电子2025年第一季度全球TV出货量达651万台，同比增长11.4%；受益于公司TV业务中高端产品占比提升，带动公司TV销售额同比增长22.3%，实现2025年“开门红”。

以科技化提升产品竞争力，大尺寸及中高端产品获全球用户青睐

TCL电子持续把握全球市场的大屏化及高端化趋势，带动大屏高端产品系列出货量实现高增。2025年第一季度，65吋及以上TCL TV全球出货量同比增长33.0%，出货量占比同比提升4.5个百分点至27.7%；75吋及以上TCL TV全球出货量同比增幅更高达41.6%，出货量占比同比提升2.9个百分点至13.7%。TCL TV全球出货平均尺寸同比提升1.9吋至53.4吋。

与此同时，TCL电子深化高端显示技术布局，在旗舰系列Mini LED TV配置蝶翼华曜屏、万象分区等技术矩阵，实现高对比、低反射、广视角、无黑边，将TV产品画面细节与色彩精准度推向新高度，极大提升了用户的视觉体验，产品深受全球用户喜爱。2025年第一季度，中高端产品TCL量子点TV全球出货量同比增长74.9%至133万台，TCL Mini LED TV全球出货量约55万台，同比增幅更高达232.9%。

海内外市场出货均实现同比双位数增长，全球多区域市场占有率领跑行业

中国市场方面，凭借自身持续的品牌建设以及技术引领的产品迭代，2025年第一季度TCL TV在中国市场出货量同比增长10.8%。同时，大屏化及中高端化战略成效显著，产品结构持续改善。其中，65吋及以上TCL TV出货量同比增长18.3%，出货量占比同比提升3.5个百分点至54.7%；75吋及以上TCL TV出货量同比增长21.0%，出货量占比同比提升3.0个百分点至34.9%。TCL Mini LED TV出货量更同比提升341.1%，其出货量占比显著提升13.2个百分点至17.6%。2025年第一季度TCL TV在中国市场零售额和零售量市占率分别升至23.1%和22.1%，排名位列中国市场前二[1]。持续的产品结构改善推动销售额进一步提升，一季度公司TV业务中国市场销售额同比增长35.4%，出货均价同比升幅达22.2%。

国际市场方面，TCL于2025年2月正式宣布成为奥林匹克全球合作伙伴，将在TV、空调、冰箱、洗衣机等智能终端领域，为奥林匹克运动会提供全面的技术、产品与专业服务支持，全球品牌知名度与影响力进一步提升；同时，精准布局的体育营销、战略性活动赞助以及全球客户管理体系的系统化构建，也显著提升全球市场营销效能，促进国际市场出货表现。2025年第一季度，

[1] 数据源：中怡康全渠道，2025 年第一季度零售额及零售量数据。

TCL TV国际市场出货量同比增长11.6%，其中，大尺寸TV出货量同比快速增长，65吋及以上TCL TV出货量同比增长48.5%，75吋及以上TCL TV出货量同比增幅更达86.8%。海外大尺寸TV出货同比显著增长带动公司TV业务海外市场销售额同比升幅达17.2%。

分区域来看，欧洲市场通过“一国一策”精准布局区域渠道网络，实现快速突破，TCL品牌TV出货量同比升幅达15.8%，其中，75吋及以上TCL TV出货量同比飙升74.4%，在法国、波兰及瑞典零售量稳居排名前二[2]，在西班牙、罗马尼亚、希腊及捷克零售量排名前三[2]；新兴市场方面，包含亚太、拉美、中东非在内的市场进一步完善体育营销矩阵，加快终端及零售渠道的提升，TCL TV出货量同比增长18.8%，其中，75吋及以上TCL TV出货量同比翻倍增长100.5%，在澳洲、菲律宾零售量排名首位，在巴西、巴基斯坦、沙特、泰国、缅甸排名前二，在阿根廷、越南及韩国等地排名第三[2]；北美市场则聚焦中高端渠道突破，2025年第一季度出货量虽同比微降3.8%，但得益于中高端战略落地推进，大屏化趋势显著，75吋及以上TCL TV出货量同比增幅达79.3%，出货量占比也同比提升5.8个百分点至12.5%，TCL TV在美国市场零售量市占率依然稳居市场前二[3]。

借长风劲展垂天翼，凭豪气飞越万仞山。未来TCL电子将继续围绕“品牌引领价值、全球效率经营、科技驱动、活力至上”的公司战略，以为消费者创造价值为中心，坚持中高端发展，持续优化产品组合，加大技术投入和储备，执行区域定位策略，推进全球本土化发展，以更加昂扬的斗志加速迈向真正的全球领先。

二零二五年第一季度出货量数据（未经审计）

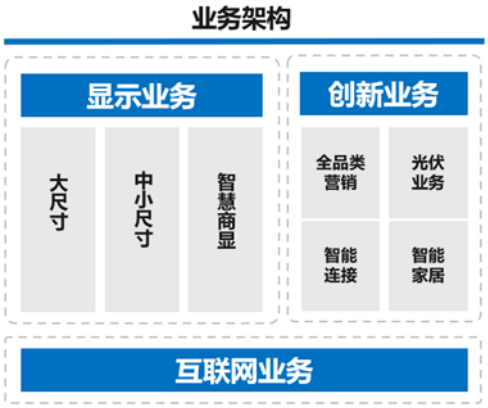
单位：台

	二零二五年第一季度	二零二四年第一季度
大尺寸显示——TCL TV 全球出货量	**6,507,078**	**5,840,635**
- 65 吋及以上 TCL TV 全球出货量占比	**27.7%**	**23.2%**
- 65 吋及以上 TCL TV 中国市场出货量占比	54.7%	51.2%
- 65 吋及以上 TCL TV 国际市场出货量占比	19.6%	14.7%
- 75 吋及以上 TCL TV 全球出货量占比	**13.7%**	**10.8%**
-75 吋及以上 TCL TV 中国市场出货量占比	34.9%	31.9%
- 75 吋及以上 TCL TV 国际市场出货量占比	7.3%	4.4%
- TCL Mini LED TV 出货量占比	**8.8%**	**3.0%**
- TCL Mini LED TV 中国市场出货量占比	17.6%	4.4%
- TCL Mini LED TV 国际市场出货量占比	6.0%	2.5%

[2] 数据源：GfK，2025 年 1 月至 2 月零售量数据。
[3] 数据源：Circana，2025 年 1 月至 2 月零售量数据。

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号。

新闻垂询：

TCL 电子

电邮：hk.ir@tcl.com