

TCL 电子（01070.HK）2025 年上半年 TV 全球出货量排名稳居前二 **Mini LED TV 全球出货量大幅增长 176.1%**

（2025年7月22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年上半年全球TV销量数据**。凭借“中高端+大屏化”战略的持续深化以及全球品牌影响力的稳步提升，**2025年上半年公司全球TV出货量达1,346万台，同比增长7.6%，出货量排名稳居全球前二¹**。其中，**Mini LED TV全球出货量同比大幅增长176.1%，出货量位居全球首位¹**。

中高端大尺寸TV全球出货量保持高增，产品结构进一步优化

TCL电子紧抓全球大屏化趋势，产品结构持续优化，大尺寸TV出货量依然维持高速增长。**2025年上半年，65吋及以上TCL TV全球出货量同比增长29.7%，出货量占比同比提升4.8个百分点至28.4%；75吋及以上TCL TV全球出货量同比增幅达29.7%，出货量占比同比提升2.4个百分点至14.2%。TCL TV全球出货平均尺寸同比增加1.5吋至53.4吋。**

与此同时，TCL电子持续深化高端显示技术布局，今年上半年推出行业首创的第四代液晶电视，极景无黑边，100%屏幕显示，为用户提供极致的影音沉浸感。今年上半年，**TCL Mini LED TV全球出货量达137万台，占比提升6.6个百分点至10.8%；TCL量子点TV全球出货量同比增长73.7%至304万台，出货量占比同比提升9.1个百分点至24.0%[^]**。

国际市场高质扩张，中国市场稳健增长，区域战略布局成效显著

国际市场方面，公司持续强化自身在全球供应链及渠道的领先布局优势，同时进一步加强全球化品牌营销，通过国际顶级体育赛事、展会、电竞活动、影视合作等高影响力场景，全方位释放品牌价值，推动公司TV规模稳健扩张以及中高端战略成效逐步显现。**2025年上半年，TCL TV国际市场出货量同比增长8.7%。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47.3%，出货量占比同比提升5.5个百分点至21.0%；75吋及以上TCL TV出货量同比增幅更达57.9%，出货量占比同比提升2.5个百分点至8.1%。同时，TCL Mini LED TV也获得海外用户青睐，海外市场出货量同比增幅达196.8%，出货量占比同比提升4.9个百分点至7.7%。**

分区域来看，欧洲市场积极完善渠道布局，大尺寸产品销量进一步提升。**2025年上半年TCL品牌TV出货量同比增长13.3%，其中，75吋及以上TCL TV出货量同比提升71.7%，TCL Mini LED TV出货量更同比大幅增长91.0%，TCL TV在法国及波兰零售量排名稳居前二²，在瑞典、西班牙、希腊及捷克**

¹ 数据源：Discien，2025 年上半年出货量数据。

[^] 经重列。

² 数据源：GfK，2025 年 1 月至 5 月零售量数据。

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，并强化零售渠道，TCL TV出货量同比增长17.9%，其中，65吋及以上TCL TV出货量同比增长45.8%，75吋及以上TCL TV出货量同比更增长68.4%；TCL TV在菲律宾、澳洲、阿根廷、巴基斯坦零售量排名首位，在巴西、沙特、泰国、缅甸排名前二，在越南及韩国等地排名第三²。

北美市场则进一步聚焦中高端化及结构改善，2025年上半年北美市场TCL TV整体出货量虽同比下降7.3%，但产品结构改善成效显著。其中，65吋及以上TCL TV出货量同比增长60.5%，出货量占比也同比大幅提升13.0个百分点至30.7%；75吋及以上TCL TV出货量同比增幅达43.8%，出货量占比也同比提升4.7个百分点至13.1%。同时，TCL Mini LED TV在北美市场出货量大幅增长，增幅同比达349.6%，出货量占比也同比提升6.0个百分点至7.6%。TCL TV在美国市场零售量市占率依然稳居市场前二，保持量价额齐升的强劲势头³。

中国市场方面，TCL电子依托品牌升级与技术创新，持续推进中高端产品与“TCL+雷鸟”双品牌战略突破。2025年上半年，TCL TV在中国市场出货量同比增长3.5%，其中，TCL品牌TV出货量同比增长10.2%，零售量排名市场前二⁴。同时，大尺寸TV出货量占比持续提升，65吋及以上TCL TV出货量同比增长11.3%，出货量占比同比提升3.9个百分点至55.4%；75吋及以上TCL TV出货量同比增长13.2%，出货量占比同比提升3.1个百分点至36.3%。得益于国家“以旧换新”政策进一步激发消费活力，TCL Mini LED TV出货量同比提升154.2%，出货量占比同比提升12.7个百分点至20.9%。618购物节期间，公司Mini LED TV全渠道零售量突破27万台，位列行业首位⁵。

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”的战略，以消费者价值为核心，坚持中高端发展路径，不断优化产品组合，加大技术投入和储备。同时，公司将继续深化区域定位策略，推进全球本地化进程，以更强的市场竞争力和品牌势能，昂扬斗志加速迈向全球领先地位。

³ 数据源：Circana，2025年1月至5月零售量数据。

⁴ 数据源：中怡康，2025年上半年零售量数据。

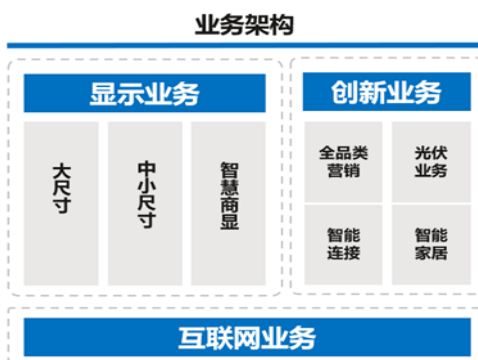
⁵ 数据源：中怡康，2025年第20-25周全渠道零售量数据。

二零二五年上半年出货量数据（未经审计）

大尺寸显示——TCL TV 全球出货量	二零二五年上半年 13,464,724 台	二零二四年上半年 12,515,740 台
- 65 吋及以上 TCL TV 全球出货量占比	28.4%	23.6%
- 65 吋及以上 TCL TV 中国市场出货量占比	55.4%	51.5%
- 65 吋及以上 TCL TV 国际市场出货量占比	21.0%	15.5%
- 75 吋及以上 TCL TV 全球出货量占比	14.2%	11.8%
- 75 吋及以上 TCL TV 中国市场出货量占比	36.3%	33.2%
- 75 吋及以上 TCL TV 国际市场出货量占比	8.1%	5.6%
- TCL Mini LED TV 出货量占比	10.8%	4.2%
- TCL Mini LED TV 中国市场出货量占比	21.2%	8.6%
- TCL Mini LED TV 国际市场出货量占比	7.7%	2.8%

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