

TCL 电子（01070.HK）2025 年前三季度 TV 实现量额齐升 产品结构进一步优化，Mini LED TV 全球出货量同比增长 153.3%

（2025年10月28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年前三季度全球TV出货量数据。2025年第三季度，TCL TV全球出货量达761万台，推动前三季度累计出货量达2,108万台，同比增长5.3%。公司深耕显示技术领域，持续加码研发投入，推出的Mini LED TV凭借卓越的画质表现与创新体验，获得全球用户广泛青睐，今年前三季度TCL Mini LED TV全球出货量同比大幅增长153.3%至224万台。产品结构优化带动公司前三季度TCL TV销售额增速跑赢出货量表现，同比增长8.7%。

“中高端+大屏化”战略成效显著，产品结构持续优化，品牌价值稳步提升

TCL电子持续聚焦“中高端+大屏化”战略，大尺寸产品占比进一步提升。2025年前三季度，65吋及以上TCL TV的全球出货量同比增长25.8%，在整体出货量的占比由去年同期的24.3%跃升至29.0%；75吋及以上TCL TV全球出货量同比增幅达27.8%，占比从去年同期的11.8%提升至14.3%，TCL TV全球出货平均尺寸同比提升1.6吋至53.6吋。受益于产品结构持续改善，前三季度TCL TV全球销售均价同比提升3.2%，其中第三季度同比提升5.7%。

与此同时，公司持续投入全球品牌营销及服务体系建设，品牌价值稳步提升，TCL品牌已连续九年入选Google x KANTAR BRANDZ中国全球化品牌50强，今年排名第10位，较去年上升1位，品牌力大幅增长20%。今年第三季度，公司推出的SQD-Mini LED技术，凭借光色控制的革命性突破，不仅终结了困扰行业多年的串色、色晕等问题，更以万象分区控光技术重塑画质评判体系。这项拥有100%BT.2020全局高色域与万象分区的方案，被视为目前最尖端的显示技术。作为行业领先产品，TCL Mini LED TV销量延续高增长态势，今年前三季度全球出货量同比增长153.3%，出货量占比同比提升6.7个百分点至11.4%。

积极拓展海外渠道，AI技术赋能产品生态，国际市场TV销售量额齐升

国际市场方面，公司积极拓展海外区域重点渠道，加深与中高端渠道合作，加强电商平台布局及开展多元化营销，不断提升各区域市场份额，2025年前三季度TCL TV国际市场出货量同比增长7.9%。其中，大尺寸及中高端TV出货量增长迅猛，65吋及以上TCL TV、75吋及以上TCL TV在国际市场出货量分别同比增长44.6%及61.8%，TCL Mini LED TV国际市场出货量同比增幅更达至235.4%。与此同时，今年9月，TCL在国际市场发布全球首款内置Google AI助手Gemini的新品TCL QM9K。该款产品搭载自研AI画质芯片，深度优化画面细节、色彩表现和动态效果，同时还提供主动式AI服务，化身家庭智能中控，支持日程展示、新闻汇总和设备联动，不仅使智能交互与卓越画质完美融合，更重塑TV作为

家庭信息中枢的全新价值。中高端及大尺寸产品销售增加，推动前三季度国际市场TCL TV销售额及销售均价分别同比提升12.7%以及4.5%，其中第三季度国际市场TCL TV销售额及销售均价分别同比提升14.2%和7.2%。

分区域来看，在欧洲市场，得益于渠道渗透率持续提升，2025年前三季度TCL品牌TV出货量同比增长20.0%，第三季度同比增速更是超30%，规模增势持续增强。同时，中高端产品表现优异，前三季度65吋及以上、75吋及以上TCL TV出货量分别同比增长76.2%及138.0%，TCL Mini LED TV出货量同比增幅更达124.1%，出货量占比提升7.3个百分点至15.7%。TCL TV在法国、瑞典及波兰零售量排名第二，在西班牙、希腊、比利时及捷克排名第三¹。

北美市场方面，公司积极调整渠道结构，提升中高端渠道出货量占比，TCL TV出货结构显著改善，带动前三季度TCL TV销售均价同比提升超15.0%。具体来看，前三季度65吋及以上TCL TV出货量同比增长29.1%，出货量占比提升9.8个百分点至32.1%；75吋及以上TCL TV出货量同比上升34.1%，出货量占比提升4.8个百分点至14.5%；TCL Mini LED TV出货量同比增幅更达384.5%，出货量占比同比提升7.1个百分点至8.7%。中高端战略有效落地，亦带动9月份TCL TV北美市场出货量开始实现同比正向增长。2025年1至8月，TCL TV在美国零售量市占率依然稳居前二²。

新兴市场方面，公司贯彻一国一策战略，深耕线下渠道的同时积极开拓电商渠道，带动前三季度TCL TV出货量同比上升16.3%，其中65吋及以上TCL TV出货量同比增长46.7%，75吋及以上TCL TV出货量同比增长71.2%；TCL TV在澳大利亚、菲律宾、沙特及阿根廷零售量保持行业第一，在泰国、缅甸、巴西、巴基斯坦排名前二，在越南、韩国排名前三¹。

中国市场方面，受整体行业阶段性调整影响，虽然2025年前三季度TCL TV出货量同比下滑4.1%，但零售端表现仍然逆势跑赢行业，且零售量及零售额稳占市场前二³。与此同时，产品结构性增长动力依然显著，TCL Mini LED TV中国市场出货量同比大幅增长80.6%且其出货量占比同比提升9.6个百分点至20.6%，65吋及以上TCL TV出货量占比提升3.7个百分点至54.7%，75吋及以上TCL TV出货量占比同比提升3.0个百分点至35.7%。今年前三季度TCL TV在中国市场销售均价同比提升3.4%，其中第三季度销售均价同比提升8.1%。

展望未来，公司将秉承“战略引领、创新驱动、先进制造、全球经营”的经营理念，持续深化“中高端+全球化”的双轮驱动布局，持续提升TCL全球品牌势能，并加大研发投入，巩固中高端市场战略高地；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，坚定不移地走高品质发展道路，为全球消费者构建更智能、更便捷、更具温度的未来生活蓝图。

¹ 数据来源：公司内部数据，2025年1月至8月。

² 数据来源：Circana LLC，美国零售市场调查报告，2025年1月至8月。

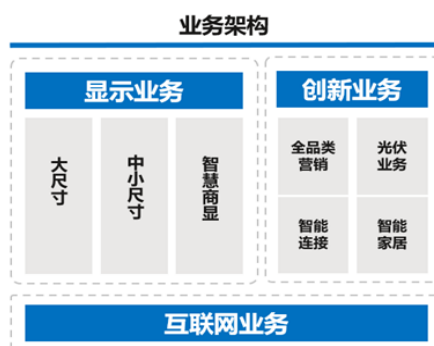
³ 数据来源：中怡康全渠道，2025年1月至9月。

二零二五年前三季度出货量数据（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 全球出货量占比	29.0%	24.3%
- 65吋及以上 TCL TV 中国市场出货量占比	54.7%	51.0%
- 65吋及以上 TCL TV 国际市场出货量占比	22.8%	17.0%
- 75吋及以上 TCL TV 全球出货量占比	14.3%	11.8%
- 75吋及以上 TCL TV 中国市场出货量占比	35.7%	32.7%
- 75吋及以上 TCL TV 国际市场出货量占比	9.1%	6.1%
- TCL Mini LED TV 出货量占比	11.4%	4.7%
- TCL Mini LED TV 中国市场出货量占比	20.6%	11.0%
- TCL Mini LED TV 国际市场出货量占比	9.0%	2.9%

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“战略引领、创新驱动、先进制造、全球经营”为经营理念，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，为用户提供全场景智慧健康生活，致力成为全球化经营的领先智能终端企业。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 电子投资者关系

电邮：hk.ir@tcl.com