

2024年TCL电子第一季度65吋及以上电视全球出货量同比增长23.1%

中高端市场布局成效显著

香港2024年4月26日 /美通社/ -- TCL电子控股有限公司 ("TCL电子"或"公司", 01070.HK) 今天公布2024年第一季度全球出货量数据。公司积极推行"中高端+大屏化"战略, 不断投入Mini LED、量子点、AI等技术研发, 产品结构进一步优化, TCL 65吋及以上电视出货量同比增长23.1%, 推动2024年第一季度TCL电视全球出货量同比增长5.3%至584万台, 其中中国市场出货量同比增长24.0%, 出货规模维持强劲增长。

大尺寸电视出货量占比持续扩大, Mini LED电视销量行业领先

在全球彩电市场持续呈现高端化及大屏化趋势的背景下, TCL电子紧抓机遇, 通过"TCL+雷鸟"双品牌战略, 针对各类消费需求, 推出符合消费者预期的高品质产品, TCL品牌大尺寸及中高端电视出货量均实现持续稳定增长。2024年第一季度65吋及以上TCL电视全球出货量同比增长23.1%, 出货量占比同比上升3.4个百分点至23.2%, 平均尺寸从49.0吋同比提升2.3吋至51.3吋; 同时, 2024年第一季度TCL Mini LED电视全球出货量同比升幅达82.3%, 量子点电视全球出货量同比升幅亦高达58.8%。

TCL电视除获得消费者青睐之外, 还获得行业的高度认可。在2024年中国家电及消费电子博览会(AWE 2024)上, TCL电视新品再次获得殊荣。凭借卓越画质表现和多项突破行业极限的技术创新, 新品TCL X11H领曜QD-Mini LED电视荣获艾普兰金奖。在百吋量产电视里, 该产品是全球唯一一台万级分区的QD-Mini LED电视, 拥有14,112背光分区及6,500nits峰值亮度, 同时搭载TCL全域光晕控制技术及TSR独立画质芯片, 画面细腻自然, 堪称"2024画质天花板"。同时, 雷鸟品牌推出首款千级分区Mini LED旗舰电视产品"鹤7 24款"以及雷鸟新极客Mini LED显示器等产品, 深受年轻消费者欢迎。

中国市场销量高增, 国际市场产品结构改善且销量保持领先

受益于"TCL+雷鸟"双品牌战略成效显著, 2024年第一季度TCL电视中国市场出货量同比增长24.0%, 其中, TCL品牌和雷鸟品牌出货量同比分别提升7.7%和125.5%。同时, 公司进一步推进中高端化战略带动产品结构持续改善, 65吋及以上TCL电视在中国市场出货量同比增长44.6%, 占公司中国出货量的比例同比上升7.3个百分点至51.2%, 75吋及以上TCL电视中国出货量同比大幅增长74.9%, 占公司中国出货量的比例亦同比提升9.3个百分点至31.9%。高端产品TCL Mini LED电视在中国零售量依旧遥遥领先。根据中怡康数据, 2024年第一季度TCL Mini LED电视零售量蝉联冠军。

在国际市场方面, TCL电子持续稳步推进全球化战略, 出货量稳中有升, 并且产品结构持续向大尺寸方向移动。2024年第一季度55吋及以上TCL电视国际市场出货量同比提升21.2%, 占比也同比提升6.8个百分点至40.1%。在欧洲市场, 公司进一步拓展当地渠道布局, 带动TCL品牌电视出货量同比提升29.8%, 并在法国、瑞典、波兰零售量市占率排名位列前二[1]。在新兴市场, 公司持续深化渠道布局, 带动拉美地区和中东非地区TCL电视出货量同比提升4.4%和44.1%, 零售量市占率在巴基斯坦排名第一, 在沙特阿拉伯排名第二, 在巴西、阿根廷排名第三[1]。北美市场方面, TCL电视市占率表现依旧领先, 零售量在美国市场保持第二[2]且市占率持续提升。

未来, TCL电子将继续坚持"科技化"与"全球化"布局, 持续投入高端显示技术研发, 更好地满足全球消费者对智能化产品与服务的需求, 致力成为全球化经营的领先智能终端企业。

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/209858.html>