

TCL 電子 2019 年首三季度品牌電視銷售量同比大增 21.2% 全球出貨量穩居前二

(2019年11月15日, 香港) TCL電子控股有限公司(「TCL電子」或「公司」, 01070.HK)今天欣然公佈2019年首三季度電視機銷售量表現, 品牌電視銷售量同比大增21.2%。根據群智諮詢數據, 公司首三季度電視機出貨量持續攀升, 穩居全球前二, 全球市佔率達13.2%, 同比增長1.1個百分點, 是全球前三中升幅最大的電視品牌, 與排名第一的差距進一步縮小。

公司首三季度全球化戰略再收穫豐碩成果, 2019年首三季度海外市場TCL品牌電視銷量維持同比快速增長達33%, 超全年目標增速。海外市場作為公司增長的重要引擎, 持續維持強勁的增長動力, 且各區域均實現同比快速增長。

北美市場銷量延續強勁增長勢頭, 同比增幅達31.7%, 且高端銷售渠道銷量佔比顯著提升, 產品結構進一步優化。根據NPD最新市場研究報告數據, 2019年首三季度, TCL品牌電視機在美國的銷量市佔率同比提升3.3個百分點至16.5%, 穩居前二。TCL品牌電視機銷量市佔率與第一名的差距由去年同期的9.1個百分點大幅縮小至3個百分點; 且在3月份和7月份, TCL品牌電視機單月銷售量均排名第一。此外, 公司品牌電視去年11月開始進駐加拿大市場, 發展迅速, 今年一至八月在加拿大銷量市佔率排名前五, 達7.4%。

歐洲市場方面, TCL品牌電視機首三季度銷量同比增長24.1%, 其中第三季同比增幅達33%。西班牙、意大利、法國、德國首三季度銷量明顯增長, 分別快速增長247%、236%、108%及101%。在法國電視機銷售量市佔率排名第三(數據來源: GfK)。

新興市場方面, TCL品牌電視機首三季度銷量同比增長36.5%, 第三季度增幅更是超過50%, 其中快速增長區域包括印度、阿根廷、澳大利亞、印尼、巴西和俄羅斯, 銷量增幅分別達到191%、99%、69%、55%、47%及34%, 在巴西和印度電視機銷售量市佔率排名前五, 澳大利亞銷售量市佔率在第三季度更一躍攀升至第一(數據來源: GfK)。

中國市場方面, 公司持續優化中國市場產品結構和渠道結構, 不斷提升市場競爭力, 首三季度TCL品牌電視機繼續保持逆勢增長態勢, 同比增幅超公司全年目標增速, 其中4K及超大屏銷量增勢顯著。

公司全球互聯網業務快速發展, 今年新增海外互聯網業務收入, 盈利能力持續增強。未來TCL電子將不斷推動品牌國際化和提升品牌影響力, 持續提升全球市場份額的同時重點發展全球互聯網業務, 並大力推動「AI x IoT」戰略, 致力實現硬件+軟件+萬物連接和各種場景的融合, 為用戶提供智慧健康生活相關的產品與服務, 成為全球領先的智慧科技公司, 為股東創造更大的價值。

-完-

有關 TCL 電子

TCL 電子控股有限公司（1070.HK，於開曼群島註冊成立之有限公司）總部設於中國，從事研發、生產及銷售消費電子產品，是全球電視機行業的領先企業之一。通過「智能+互聯網」及「產品+服務」的「雙+」戰略構建以同時經營產品和用戶為中心的新商業模式，積極構建智能電視機的全生態圈，為用戶提供智慧健康生活的產品和服務，並致力成為全球領先的智慧科技公司。根據群智諮詢數據，TCL 電子 2019 年上半年全球電視機銷售量市場佔有率位列前二。TCL 電子獲納入深港通之合資格港股通股份名單、恒生港股通指數、恒生綜合中小型股指數及恒生可持續發展企業基準指數成份股。如欲查詢更多資料，請瀏覽其網頁：<http://electronics.tcl.com>。