



# EASTTECH

Eastech Holding Limited Group of companies

## 東科控股股份有限公司

# 產品類別

家用音訊系統



個人音訊系統



喇叭單體








穿戴式音訊



## 產品種類結構

單位:新台幣佰萬元; %

產品種類 \ 期間		2023年上半年		2022年上半年	
家用音訊系統		2,922.7M	64.2%	3,895.2M	66.0%
個人音訊系統		881.3M	19.4%	1,096.4M	18.6%
喇叭單體		180.1M	4.0%	194.1M	3.3%
穿戴式音訊		172.0M	3.8%	267.1M	4.5%
聲學模組		4.6M	0.1%	7.7M	0.1%
模具	 MOLD	1.4M	0.0%	27.5M	0.5%
其他		386.9M	8.5%	412.1M	7.0%
合計		4,549.0M	100.0%	5,900.1M	100.0%

## 銷售客戶

單位:新台幣佰萬元；%

前十大客戶 / 期間	2023年上半年		2022年上半年	
韓系	1,959.3M	43.1%	2,624.6M	44.5%
歐美系	977.2M	21.5%	1,315.2M	22.3%
日系	1,289.3M	28.3%	1,235.1M	20.9%
陸系	69.2M	1.5%	271.7M	4.6%
前十大以外	254.0M	5.6%	453.5M	7.7%
總金額	4,549.0M	100.0%	5,900.1M	100.0%

## 損益表

單位：新台幣仟元；%

項目 \ 期間	2023 年上半年		2022 年上半年	
營業收入	4,549,019	100.0%	5,900,147	100.0%
營業毛利	678,839	14.9%	488,732	8.3%
營業費用	448,321	9.9%	461,263	7.8%
營業淨利	230,518	5.0%	27,469	0.5%
稅後淨利	200,242	4.4%	60,260	1.0%
基本每股稅後盈餘(元)	3.14		0.99	

# SoundBar 市況分析

根據《Globe Newswire》調查，全球家庭劇院市場2020年產值達150億美元，超過40%的美國家庭擁有家  
庭劇院系統，歐洲地區為全球第二大家庭劇院銷售市場，亞洲為成長動力最強的發展地區，預估到2027  
年，全球家庭劇院市場產值將達481億美元，年複合成長率達18.1%。

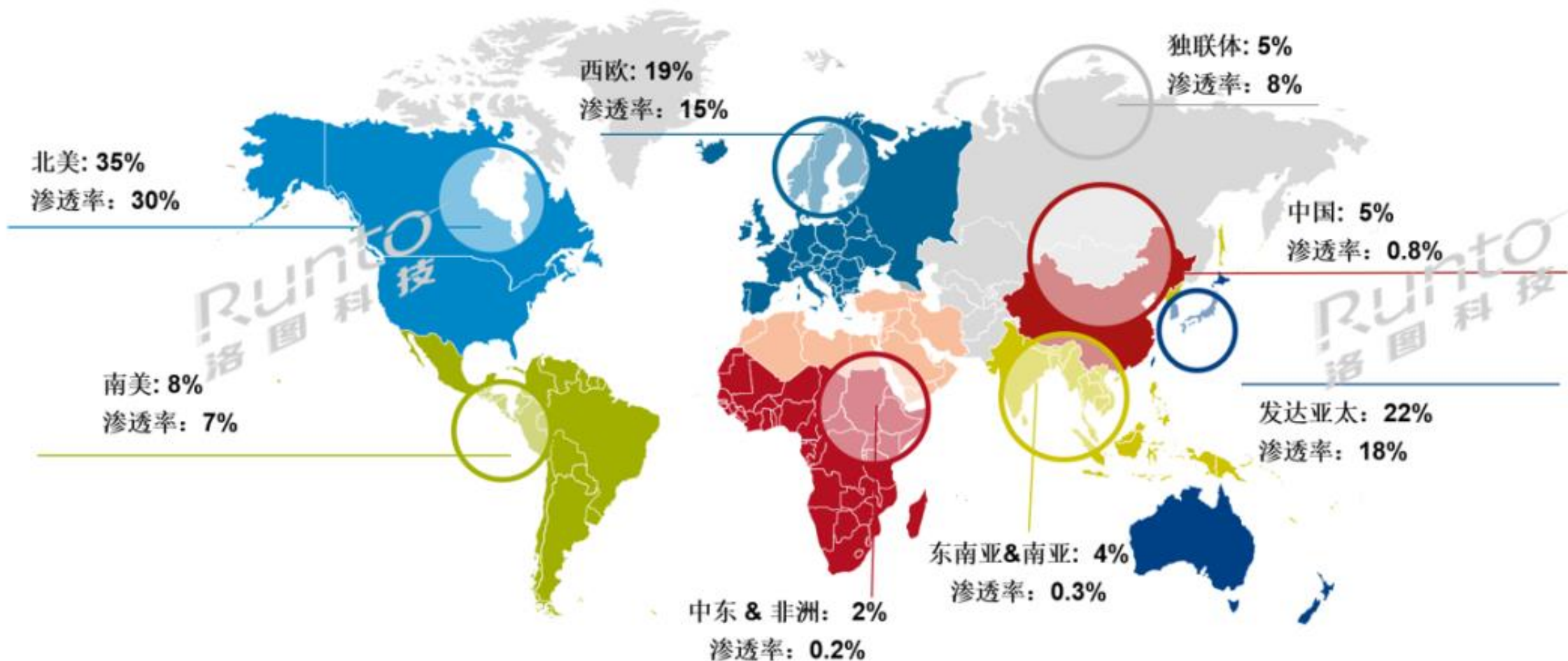
Soundbar爆發成長後盤整從賣到沒晶片到疫後打庫存Soundbar靠著輕盈的體積以及相對擴大機較親民的價  
格，近年來在家庭影音市場中快速竄起，且設置簡單，只要往電視櫃一放就完成，被稱為單件式家庭劇院  
系統，適合小資族、租屋族。根據《IMARC Group》預估，2021年全球Soundbar規模為34億美元，到了2027  
年規模將可達到56億美元，**2022年至2027年的年複合成長率（CAGR）為9.19%**

Soundbar誕生來自於面板產業價格太競爭，「電視價格現在比手機還便宜」，電視廠商於是把音響切割出  
來，另外開發產品販售，在歐美市場大為風行，近幾年這樣的熱潮吹向亞洲市場。

觀察Soundbar近年在市場發展，Soundbar同樣在疫情期間銷售大爆發，「賣到沒晶片可以做」，因此廠商  
積極追加貨料生產，但現在經濟疲軟，疫情紅利告終，這意味著市場競爭更趨於嚴峻，不排除出現盤整，  
或是往中高價產品發展才能獲利，但長期來看，這塊**市場滲透率大概只有10%**，仍具備成長性。



# 2022年 全球Soundbar市場區域市佔及滲透率



# 三星Soundbar 連續九年蟬聯全球銷售第一



Y E A R S

**Global No.1  
Soundbar**

Samsung is ranked No.1 Soundbar brand for 9 years  
Applied years (2014-2022) ©2022 Futuresource Consulting

根據國際市場調查研究機構FutureSource Consulting 的資料顯示，三星電子持續穩居全球 Soundbar 市場龍頭寶座。2月28日最新發表的報告指出，三星 Soundbar 產品在 2022 年以 20.2% 市佔率，連續九年排名市場第一。

根據Futuresource的報告，全球Soundbar市場在過去三年來，以約5.7%的幅度穩定成長，2022年銷量達到2,316萬台，並預計在2025年突破2,600萬台。

[Samsung 台灣](#)



# Soundbar品牌分類

	傳統音訊系	無線串流系	消費電子系	中國大陸系	非音訊業系
背景	Hi-end音訊公司	音訊廠商	電視品牌大廠	中國大陸品牌	電視盒、Gaming業者
屬性	音質	有自家串流系統	方便操作好上手	價格取向	強調自家產品搭配特性
特點	傳統音訊公司，絕對重視音質	擅長多室控制、支援各項無線串流系統	多為世界電視知名品牌，整合電視與音響功能，產品型號多，換代速度快	中國大陸自有品牌電視業者，著眼大陸內銷市場、強調產品性價比	非音訊領域的廠商，例如Gaming、TV Box業者
優點	單體與音質皆突出，比照Hi-end傳統音響工藝水準	從無損音質到立體環繞音效，都能完美體驗。	彌補電視視覺饗宴外，以負擔的起的價格提升音質享受	高性價比	產品單一、強調產品生態系，支援自家獨有功能
缺點	價格貴	價格貴	模擬虛擬環繞音場	知名度不高	非影音主流體系
適合對象	重視音質，有品牌信仰，對價格不敏感	喜歡豐富多元的影音、音樂平台	一般電視消費者搭配購買	喜歡以最少預算買到超值產品	小眾電玩、TV box玩家
品牌代表	Harman、Bose	Sonos、Bluesound	Sony、Samsung、LG	Xiaomi、TCL	Roku、Razer

# 聆聽多聲道音樂將會成為我們鑑賞音樂的方式之一

---

其實不只是電影，以7.1.4甚至是9.1.6為標準規格錄製的Atmos音樂素材數量在近年也呈爆炸性成長

在Apple Music上，Atmos混音的作品已經有上萬首

國內的滾石唱片公司也正逐步將手上4萬首作品重新以Atmos混音；除了重新混音以多聲道聆聽體驗為發想來錄製的沉浸式音樂內容，更提供完全不同以往的音樂聆聽體驗，換言之，「可預期聆聽多聲道音樂將會成為我們鑑賞音樂的方式之一」。

# 未來新產品新客戶策略

	音訊/CE廠商		IT品牌 廠商	其他 行業	去除西方陣 營中方商機	中國+1 商機
	舊客戶	新客戶	新客戶	新客戶		
Hearing-aid TWS輔聽器				√	√	√
VR/AR之空間音訊模組			√		√	
會議音訊系統/電話會議系統		√	√		√	
Professional Audio(專業用音訊)		√		√		√
Videobar音視訊USB會議一體機		√			√	√
品牌電視頂級款基座/背板 Soundbar一體機	√				√	
潮牌Soundbar	√					√
Teams認證/潮牌 headphone	√	√	√		√	
Gaming /ANC headphone	√			√		√
Partybox /AVR AMP	√					√