

计算机扬声器 头豹词条报告系列



高子欣 · 头豹分析师

2023-09-01 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：

制造业/计算机、通信和其他电子设备制造业/非专业视听设备制造/音响设备制造

工业制品/工业制造

关键词：

计算机扬声器

词目录

行业定义

计算机扬声器是将电音频信号转换为声信号的电...

AI访谈

行业分类

按照计算机使用场景进行分类，可以划分为台式电脑...

AI访谈

行业特征

计算机扬声器行业技术创新发展到新高度，其次由于...

AI访谈

发展历程

计算机扬声器行业目前已达到 **3个** 阶段

AI访谈

产业链分析

上游分析

中游分析

下游分析

AI访谈

行业规模

计算机扬声器行业规模暂无评级报告

AI访谈

SIZE数据

政策梳理

计算机扬声器行业相关政策 **5篇**

AI访谈

竞争格局

中国计算机扬声器集中度相对较高，行业竞争激烈。...

AI访谈

数据图表

摘要

计算机扬声器是将电音频信号转换为声信号的电换能器，该行业则是生产制造扬声器并销售应用于计算机的音频输出系统。行业产品主要包括单个立体声扬声器、2.0声道音箱、2.1声道音箱等。计算机扬声器主要消费人群为个人用户、企业用户和专业人群，个人用户更注重音质、续航时间以及价格，企业用户更注重耐用性、稳定性，其中专业领域人群用此来满足专业需求。应用场景广泛，面向家庭娱乐市场、智能家居市场、移动设备市场、多媒体领域等等。2022年中国计算机扬声器市场规模达到132.91亿元，预计2027年市场规模将达到221.27亿元。中国计算机扬声器行业未来将聚焦于技术创新和提升品牌国际影响力，以增强其核心竞争力。

计算机扬声器行业定义^[1]

计算机扬声器是将电音频信号转换为声信号的电换能器，该行业则是生产制造扬声器并销售应用于计算机的音频输出系统。行业产品主要包括单个立体声扬声器、2.0声道音箱、2.1声道音箱等。消费人群主要分为普通消费者和企业客户，对于消费者来说，计算机作为日常娱乐的一部分；对于企业用户来说，扬声器主要用于视频会议及相关线上工作安排，使得高质量、高性价比的扬声器需求上涨。^[2]

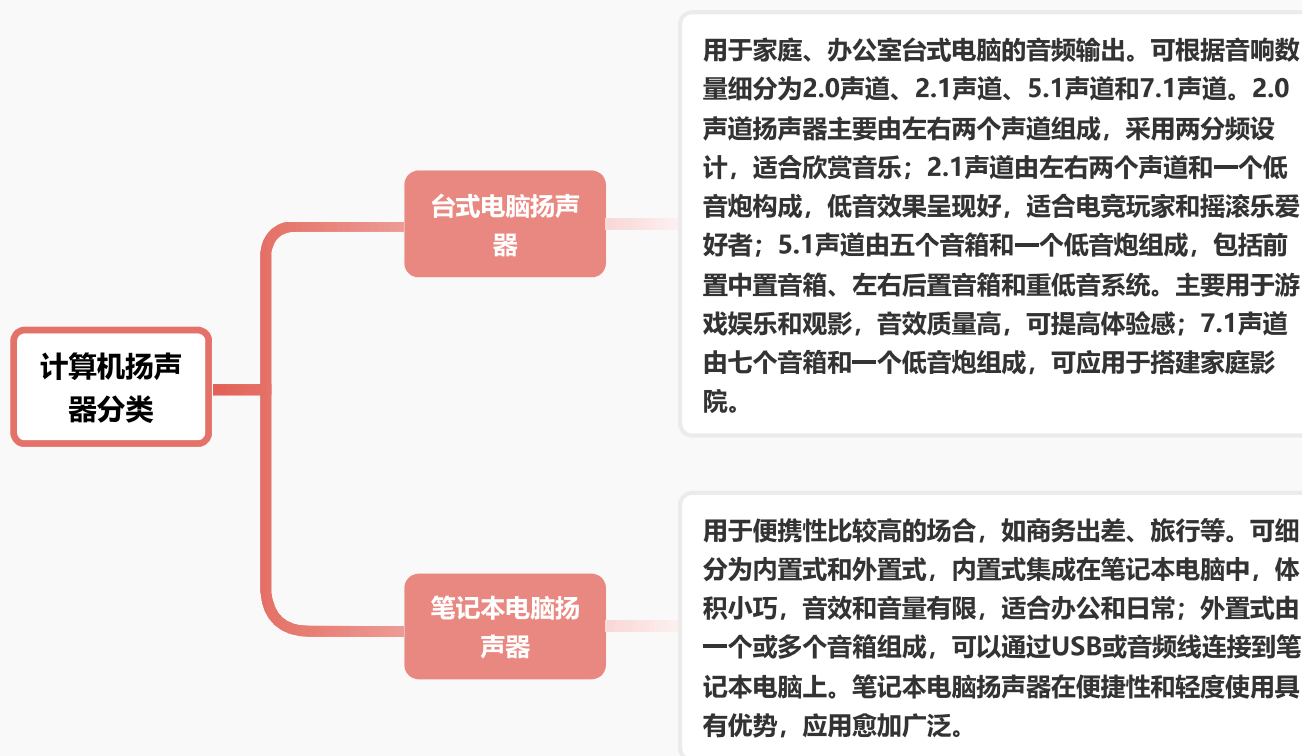
[1] 1: <https://www.mord...> | 2: Mordor Intelligence

[2] 1: <https://www.eefoc...> | 2: 知乎专栏 eefocus

计算机扬声器行业分类^[3]

按照计算机使用场景进行分类，可以划分为台式电脑扬声器和笔记本电脑扬声器；按照连接方式，可以划分为有线扬声器和无线扬声器。

计算机扬声器基于使用场景的分类



计算机扬声器基于连接方式的分类



[3] 1: <https://zhuanlan.z...> | 2: <https://zhuanlan.z...> | 3: 知乎专栏

[4] 1: <https://www.touyi...> | 2: <https://www.touyi...> | 3: 投影网

计算机扬声器行业特征^[5]

计算机扬声器行业技术创新发展到新高度，其次由于技术不断创新，应用场景更加广泛，面向到家庭娱乐市场、商业市场、移动设备市场、智能家居市场以及多媒体等领域。计算机扬声器行业品牌、供应链等集中以及行业技术门槛高，行业集中度高，竞争激烈。

1 技术创新是影响行业发展的核心

技术创新在计算机扬声器行业中具有深远的影响力，其创新度也非常高。

计算机扬声器行业在数字信号处理技术、环绕声技术、无线连接技术、低音增强技术等方面不断进行创新和发展，并随着人工智能和智能控制技术的发展，计算机扬声器也拥有了智能化和交互式特性，音质和声学设计水平不断提高。

2 应用场景广泛

计算机扬声器面向家庭娱乐市场、商业市场、移动设备市场、智能家居市场以及多媒体等领域，适用范围广。

计算机扬声器在家庭娱乐方面可提供多声道、环绕音等以搭建家庭影院。在商业市场可应用于商务会议、演示、培训或者剧院、演播室等。在移动设备方面例如笔记本电脑作为音频输出设备。在智能家居方面，可与智能家居设备相连，实现语音控制，例如语音操纵音响、家居灯具。在多媒体方面，用于专业音频，提供高质量音效体验。

3 行业集中度高

中国计算机扬声器行业品牌、供应链等集中以及行业技术门槛高，使得行业集中度高。

中国计算机扬声器行业头部企业有Edifier、音王、华硕、惠普等等知名品牌，占据较大市场份额，其以广泛的销售渠道、高性价比产品和良好的品牌声誉形成了较为稳定的市场格局。中国计算机扬声器市场需求大，生产需要多种零部件和原材料，并且生产厂商集中，与扬声器生产企业形成较稳定的长期合作关系，形成相对完善的供应链。此外，计算机扬声器需要较高的制造、调试、音质等技术水平，使得一些小微企业难以进入市场。

[5] 1: <https://zhuanlan.z...> | 2: 知乎专栏

计算机扬声器发展历程^[6]

计算机扬声器行业的发展迄今经历了三个阶段：在1925年至1969年的萌芽期，扬声器的研发技术不成熟，尚未在计算机行业应用。在1970年至1990年的启动期，在这个阶段，计算机扬声器行业初步发展，扬声器技术深入挖掘，并开发新型扬声器，计算机扬声器消费逐渐普及，市场规模进一步拓展，基本能够满足客户需求。在1991年至今的高速发展期，计算机扬声器行业市场规模迅速扩大，扬声器技术向多声道方向不断创新，并随着科技发展和客户对音效品质的不断追求，计算机扬声器智能数字化和高保真音质将成为未来市场发展的主要趋势，计算机扬声器行业未来的发展前景非常广阔。

萌芽期 · 1925~1969

- 1925年GE公司的莱斯和克洛格发明直接辐射型锥盆振膜电动式扬声器。
- 1935年Stromberg-Carlson推出曲径式扬声器箱和多声道扬声器。
- 1942年兰辛 (J.B.Lancing) 开发同轴型604扬声器系统。
- 1956年晶体管收音机用的小型扬声器被大量生产和使用。
- 1962年大型平板扬声器在市场出现。
- 1965年日本开发了三菱电视的广播用监听音箱AS-3001。

扬声器正处于萌芽阶段，技术尚且不成熟，在不断更新换代，为计算机扬声器的应用奠定基础。在20世纪70年代以前，计算机虽出现，但计算机媒体技术并未发展起来，计算机扬声器未出现，扬声器多应用于电视机、音频播放器行业。

启动期 · 1970~1990

-1973年美国海尔博士（Oscar Heil）研究推出新颖的海尔式扬声器。

-1978年三菱电视开发了固定磁头的PCM录音机。

-1988年开始出现对扬声器、音箱、分频器计算机辅助设计的论文，各种设计软件进入市场。

-1990年代初，由Bose公司开发的“WaveGuide”技术被广泛应用于计算机扬声器中，音频格式也开始从MIDI和WAV等较为简单的格式。

计算机扬声器行业初步发展，开发立体声和数字音频技术，出现新型扬声器。随着计算机趋向于小型化，轻便化，商用价值升高以及消费愈加普及，计算机扬声器逐渐成为一种必备的外设，提高电子产品的使用体验感，满足客户的基本需求。

高速发展期 · 1991~2023

-1991年Bose公司发布了一款称为Acoustimass的音响系统。

-1993年Creative Labs公司发布了SoundBlaster Pro音频卡。

-1999年JBL公司推出了一款名为Creature的计算机音箱，同年Altec Lansing公司发布了一款名为ACS340的计算机扬声器系统。

-2001年苹果公司发布了iPod便携式音乐播放器。

-2013年Sonos公司推出了一款名为“Play:1”的无线扬声器。

-2019年，苹果公司推出了HomePod智能扬声器。

21世纪以来，计算机扬声器行业迅速发展，市场规模不断扩大。随着计算机硬件的发展，计算机扬声器向多声道方向发展，愈加多样化、高端化，音质音效愈加立体环绕。同时无线技术、5G技术和AI智能的发展促使计算机扬声器趋向智能化、便携化，满足用户娱乐的高品质要求。

[6] 1: 知网

计算机扬声器产业链分析^[7]

计算机扬声器产业链主要包括原材料和零部件制造、成品组装和生产、设计以及品牌厂商等等。计算机扬声器上游主要包括音圈、音膜、磁铁、音箱壳供应商和其他零部件制造厂商，主要参与方有豪声电子、富士康、英飞凌等。中游主要包括计算机扬声器组装和制造厂商，主要参与方有惠威电声、杰夫电声、泓禧科技等。下游主要包括品牌厂商、终端用户，主要参与方有苹果、华为、小米等。

计算机扬声器产业链上游存在较大价格优势，市场供需平衡，市场规模较大。中游计算机扬声器制造商发展潜力大，但由于国外技术领先中国，起步时间早，扬声器知名品牌占据全球市场份额超过50%，备受海内外消费者青睐。**中国计算机扬声器行业需不断进行技术创新，并进行产品定位，逐渐从中低端市场向高端市场发展。下**

[9]

游终端用户定位明确，销售渠道偏向线上销售平台。随着游戏和娱乐市场的不断壮大以及技术的发展，计算机扬声器行业未来发展空间巨大。^[8]

上 产业链上游

生产制造端

音圈、音膜、磁铁、音箱壳供应商和其他零部件制造厂商

上游厂商

[浙江豪声电子科技股份有限公司 >](#)

[富士康科技集团有限公司 >](#)

[天键电声股份有限公司 >](#)

[查看全部](#)

产业链上游说明

上游包括原材料供应商和零部件制造商，主要由音圈、音膜等零部件组成，为产业链正常进行生产活动奠定基础，影响着中下游的产出和效率。

从成本分析来看，扬声器物料成本低廉，存在价格优势，上游企业成本竞争力强。扬声器由音圈、磁铁、贝壳、电路板、线圈、橡胶垫等零部件组成，其中音圈成本占整个扬声器成本的30%，磁铁成本占20%，贝壳成本占15%，电路板成本占10%，其他零部件成本占25%，由于原材料批量采购和价格偏低以及低成本生产线使得企业的成本控制能力强，从而为下游消费者提供更具性价比的选择。

从市场供需角度来看，扬声器原材料市场规模庞大，市场供给与需求处于平衡状态，并不断增长。扬声器原材料市场可细分为音频芯片市场、驱动单元市场和电子元器件市场。2022年中国音频芯片市场规模约占比全球为50%，预计2027年将占比全球达到54.49%，市场供给和需求将继续增长。中国计算机扬声器驱动单元市场的规模在2022年达到了7.8亿元人民币，预计到2025年将达到9.5亿元人民币，市场规模较大，市场供需平衡。2017-2022年，中国电子元器件行业市场规模由68,909亿元增长至149,277亿元，复合年均增长率达16.7%，中国电子元器件行业的产销规模处于世界前列，拥有高产出和强劲需求。

中 产业链中游

品牌端

计算机扬声器组装和制造厂商

中游厂商

[深圳市奋达科技股份有限公司 >](#)

[国光电器股份有限公司 >](#)

[广州惠威电声科技股份有限公司 >](#)

[查看全部](#)

产业链中游说明

中游主要包括计算机扬声器的组装、设计、包装、制造等厂商，中游产品的质量、供应稳定性和技术直接关系着产业链整体的成功。

从市场发展空间来看，计算机扬声器市场发展潜力巨大，具有广阔的发展前景和未来发展空间。在电声元器件市场上，各元器件规模占比中扬声器占比64%，规模最大。其次为音频IC占24%，麦克风占12%。2023-2025年，中国声学器件市场将保持以15.6%的年均复合增长率增长，于2025年达到460亿元，扬声器市场呈现巨大增长势头，规模不断扩大。同时预计2024年全球微型扬声器市场规模将增长至109亿美元，作为主要应用于计算机的硬件之一，计算机扬声器在市场占有率方面也将继续保持领先地位。

从技术发展路线来看，未来计算机扬声器的发展重点将集中在无线音频传输技术、虚拟环绕声技术、智能语音控制技术，重点关注音质提升、声学设计优化、智能化和多功能化。无线音频传输技术方面，通过应用蓝牙、Wi-Fi等技术摆脱有线连接的限制，增强用户体验感，例如智能音箱、Wi-Fi音乐播放器。虚拟环绕声技术方面，通过算法和声音处理技术，模拟出多声道环绕声效果，使得用户能在任何空间享受到沉浸式音频体验，例如杜比全景声、DTS:X等技术。智能语音控制技术方面，随着人工智能的发展，计算机扬声器也参与到智能家居生态系统中，通过语音指令控制音频播放，实现人机交互。这三类技术预计将为计算机扬声器行业带来超过10%的年复合增量。

产业链下游

渠道端及终端客户

品牌厂商、终端用户

渠道端

苹果（中国）有限公司 >

华为技术有限公司 >

戴尔（中国）有限公司 >

[查看全部](#) ▾

产业链下游说明

下游主要包括品牌厂商和终端消费用户，是计算机扬声器的分销渠道。

从需求对象分析，计算机扬声器主要消费人群为个人用户、企业用户和专业人群，个人用户更注重音质、续航时间以及价格，企业用户更注重耐用性、稳定性，其中专业领域人群用此来满足专业需求。

在2022年，41%的消费者认为价格为主要因素，其次36%的消费者考量最多的是音质和续航时间。由于电子产品的使用需求在逐渐增多，续航时间长成为需求关键驱动因素。混合办公模式已成为全球广泛采用的办公方式，企业用户用以视频会议等，使用频率高，大部分人33%的时间用于工作视频通话。因此企业需要稳定、流畅的音频体验并且设备耐用。其中专业领域，电影制片人利用多声道扬声器的空间音频打造沉浸式“声景”体验。

从销售渠道分析，由于电商的迅速发展以及消费者愈加重视便捷性和高效性，线上销售成为主要销售渠道。计算机扬声器主要的销售渠道包括线上和线下两个方面。线上渠道有线上商城、电商平台和品牌官网。线上商城销售额占总销售额的45%，电商平台占总销售额的35%，品牌官网占10%。线下渠道有实体店铺、专业音响店以及超市百货商场等传统零售店。实体店铺占总销售额的5%，专业音响店占3%，传统零售店占2%。随着电商平台的不断发展，线上购买产品愈加成为消费者的主要选择。

- [7] 1: <https://data.eastm...> 2: <https://data.eastm...> 3: <https://card.weibo...> 4: <https://finance.sin...>
5: <https://baijiahao.b...> 6: <https://baijiahao.b...> 7: 东方财富 新浪财经 百度...
- [8] 1: <https://zhuanlan.z...> 2: 知乎专栏
- [9] 1: <https://zhuanlan.z...> 2: <https://zhuanlan.z...> 3: <https://zhuanlan.z...> 4: <https://zhuanlan.z...>
5: <https://www.163.c...> 6: <https://zhuanlan.z...> 7: 知乎专栏 网易

计算机扬声器行业规模^[10]

2022年中国计算机扬声器市场规模达到132.91亿元,处于市场成熟阶段。在2017年中国计算机扬声器市场规模为118.66亿元,2017-2021年中国计算机扬声器市场规模呈现曲折式上升的趋势,以4.87%的年平均增长率逐渐壮大。由于抗疫期间计算机行业的潜在购买力消耗巨大,在防控政策放宽后,受市场需求不足以及芯片短缺等因素的影响导致计算机销量下滑,使得2021年-2022年中国计算机扬声器市场规模下降了11.07%,下降幅度较大。未来几年计算机扬声器市场规模将逐渐恢复,预计2027年达到221.27亿元。

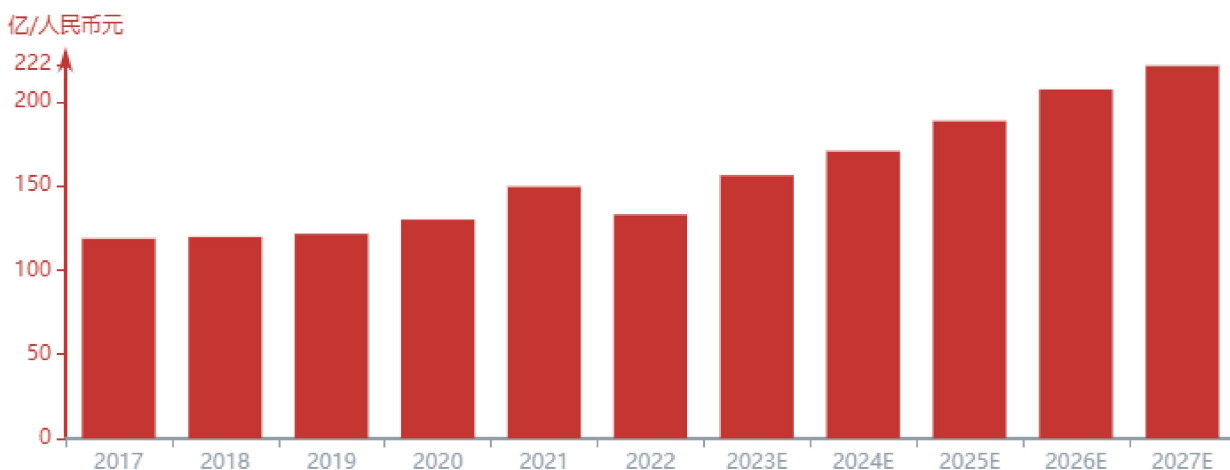
中国计算机扬声器市场规模过去五年的发展速度较为平稳,市场规模从2017年118.66亿元增长至2022年的132.91亿元。计算机扬声器市场规模增长的原因有两点:(1)首先,在需求拉动方面,计算机需求以及更新换代推动了计算机扬声器市场规模的增长。在2018年以前,由于手机以及平板电脑的分流,压缩了电脑的市场发展空间,但随着笔记本电脑的便携化、智能化、专业化、商务化,视频以及游戏等娱乐功能的发展,使得计算机需求量呈增长趋势,进入新一轮增长周期。作为一个成熟市场,2020年进入电脑替换期间,笔记本电脑更新换代使得计算机市场需求潜力巨大,使得计算机出货量在2020年-2021年从5,181.8万台增长到5,700万台。扬声器作为计算机的重要配件之一,需求随之增加。**(2)其次,在技术进步方面,新兴技术例如对高品质音质市场的需求和多声道音频技术的发展,进一步拉动计算机扬声器市场需求上升。**智能化、便携化、小型化,智能音箱已成为计算机扬声器市场的领先需求和关键推动力。2020年智能音箱出货量为3,654万台,2022年达到4,870万台,同比增长126.6%,在两年内智能音箱总出货量增长了近20倍,在2020年第一季度,中国智能音箱出货量全球占比达到51%,首次超越美国成为全球最大智能音箱市场,涌现了BAT、小米、苏宁等知名企业,推动着扬声器行业的快速创新和发展。

预计2027年，中国计算机扬声器市场规模增长到221.27亿元。未来五年中国计算机扬声器行业产品将从中低端市场向高端市场进军，中国计算机扬声器的市场份额有望进一步扩大。**(1) 在人工智能技术、5G、无线化技术以及多功能化的发展下，中国计算机扬声器行业将拓展智能化业务，丰富计算机语音识别的能力。**中国人工智能语音识别产业过去五年的增速高达23.8%。随着语音识别的市场规模持续上升，将会带动计算机对扬声器的需求。**(2) 随着客户对音质、用户体验等需求的提高，且5.1和7.1音道技术愈加成熟，计算机扬声器的需求有望继续拉动。**2021年qq音乐无损音质VIP的订阅数量达到7620万，同比增长36.1%。5.1和7.1音道技术结合空间音频技术，实现了先进的声音处理，将声源映射到360°的球体中，并可与Dolby Atmos和DTS:X等格式兼容，为听众提供沉浸式的音效体验，更能满足现今消费者对高音质的期待。综上所述，计算机扬声器行业的发展前景良好，未来市场规模将持续拉升。^[11]

计算机扬声器市场规模

计算机扬声器行业规模

计算机扬声器市场规模



数据来源：中华人民共和国国家发展和改革委员会

[10] 1: <https://www.sohu.com> | 2: 环球网

[11] 1: 腾讯

计算机扬声器政策梳理^[12]

政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	工业和信息化部	2006-08	8

	《信息产业科技发展“十一五”规划和2020年中长期规划纲要》			
政策内容	根据信息产业的科技发展趋势以及国家发展的战略需求，对15个信息计算和电子产业领域提出对重点技术的展望，有序规划产业发展布局，推动国民经济发展。			
政策解读	该政策旨在推动信息产业、电子产业和计算机产业技术发展，鼓励积极研发突破重点技术。其中新型元器件技术、数字音视频技术、电子专用设备制造技术进一步发展使得计算机扬声器行业拥有更高的发展潜力。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《电子基础材料和关键元器件“十一五”专项规划》	工业和信息化部	2008-10	9
政策内容	加快对电子材料和元器件产业新技术的研发以及产业化的引导，倡导融资和扩大国际合作缓解发展资金问题，鼓励人才培养。			
政策解读	加快推动电子材料和元器件产业创新与发展，电子元器件是扬声器产业链上游核心的零部件，该政策一定程度上推动了上游的发展以及质量的提高。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《IEC 63034 Microspeakers微型扬声器》	工业和信息化部	2016-06	10
政策内容	规定微型扬声器的配置国际标准，促进行业统一与市场发展。			
政策解读	微型扬声器的规定适应了市场对于电子设备便携化的要求，为扬声器的高质量发展提供保证，避免行业在发展中的不规范生产。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《国务院办公厅关于深化电子电器行业管理制度改革的意见》	国务院	2022-09	8

政策内容	完善对于电子电器产业产品的管理规范，加强电子电器产业链全链条监管，清理电子电器产品准入的不合理限制，推动产业有序合规发展。
政策解读	支持基础电子产业高质量发展，推动电子电器产业技术创新，保证扬声器基础零部件的质量，为产业链下游客户提供高质量的音频体验。
政策性质	指导性政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《商务部关于深圳建设中国特色社会主义先行示范区放宽市场准入若干特别措施的意见》	国家发展改革委	2023-02	7
政策内容	鼓励深圳先进信息技术引入和电子产业创新，优化市场发展环境，推动国际化发展。			
政策解读	积极鼓励、引导全球知名基础电子元器件和芯片公司及上下游企业依托中心开展交易合作，营造良好的电子产业市场环境，推动电子元器件相关产业市场规模进一步扩大，为扬声器的技术创新与交流奠定基础。			
政策性质	鼓励性政策			

[12] 1: <https://wap.miit.gov.cn/> 2: <https://wap.miit.gov.cn/> 3: <https://wap.miit.gov.cn/> 4: <https://wap.miit.gov.cn/>
5: <http://www.ic-ceca.com/> 6: 中华人民共和国工业和...

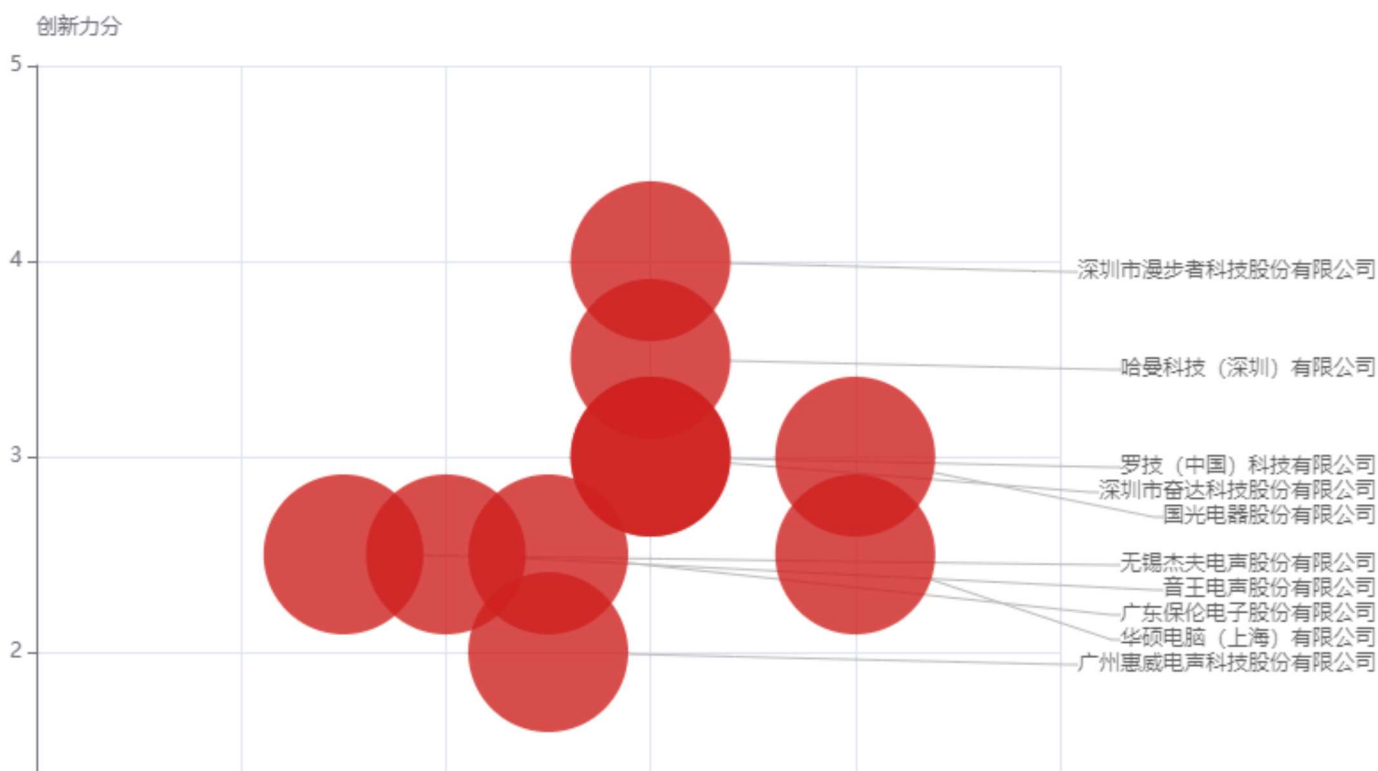
计算机扬声器竞争格局^[13]

中国计算机扬声器集中度相对较高，行业竞争激烈。外资龙头企业在全球计算机扬声器市场中处于领先地位，拥有广泛的市场份额，在全球计算机扬声器市场中占据了主导地位，中国企业相较之仍有差距。其中市场分层明显，可以分为三个梯队，第一梯队是老牌头部企业梯队，主要是由Harman Kardon、Logitech和Bose等老牌头部企业带领，主要以高品质、高端市场为主。以Bose公司为例，2021年，Bose的销售额增长10%，达到788亿欧元，其价格分布主要集中在900-2,000元市场，900-2,000元市场的销售占有率达到了33.72%。第二梯队是新晋头部企业梯队，主要是由国内品牌如音王、Edifier、华硕、惠普、TCL等带领，其产品主要以性价比高、功能齐全为主，且布局广泛，以中低端市场产品为主，也拥有高端产品。作为中国市场的头部企业，Edifier产品销售已跻身全球同行业前列，音王已成为全球专业音响与乐器行业225强中世界第21位。第三梯队是低端市场梯队，主要是由中国及东南亚一些小型厂商为主，产品价格便宜，但质量不稳定，主要针对低端市场。

中国计算机扬声器竞争现状的形成原因主要有以下三方面。**首先为技术差异，外资龙头企业拥有更为完善的研发体系和技术创新能力，拥有先进的技术设备和制造工艺，同时在该领域拥有着更多的资源和经验积累，使其在计算机扬声器技术方面处于更为领先的地位。**外资老牌企业Harman Kardon累计申请专利已达1,398件，Logitech累计申请专利有1,200余件，而中国头部企业音王集团累计申请专利有629件，中国企业在技术研发方面仍有较大发展空间和发展潜力。**其次为品牌影响力差异，中国的计算机扬声器企业在国内品牌知名度高，而在国际市场上品牌影响力和外资企业存在明显的差异。**2020年中国市场的计算机扬声器销售额为30.4亿元，其中中国品牌销售额占比超过70%，而外资品牌销售额仅占不到30%。中国的计算机扬声器企业在产品性价比等方面具有更强的竞争力，具有更好的本土化服务和定制化能力，满足了中国市场消费者的需求。2021年，全球计算机扬声器市场上，外资品牌占据了市场份额的60%，而中国品牌占比较小。**最后为营销策略和渠道的差异，中国计算机扬声器企业的营销策略主要集中于本土市场，并未在全球范围内建立完备的销售渠道，也缺乏对海外市场的广泛拓展。**这种差异主要源于企业所处的中国市场环境与国际市场环境之间的差异，以及企业自身的市场定位和资源配置等方面的限制。

未来数年内，中国计算机扬声器行业的竞争格局将维持竞争格局集中度高的现状。**首先，中国计算机扬声器头部企业积极追求国际前沿技术，加大技术研发投入力度，以提升产品的技术含量和市场竞争力。**歌尔在扬声器领域目前已形成包含60%以上发明专利的近六千项专利群，并积极发布新一代扬声器技术具体包括SBS™-Sandwich弧形振膜扬声器、扬声器单元Cyclone等等。持续的高额研发投入将继续拉大头部厂商的产品竞争优势，从而扩充市场份额。**其次，中国计算机扬声器的头部企业将在全球布局产业链，通过拓展销售渠道、加强品牌营销等方面深入全方位占据消费者心智。**例如，EDIFIER漫步者公司已在80多个国家和地区注册了国际商标，组建了来自不同国家的产品研发和销售团队。这将进一步拉大头部企业整体的营收和规模，且能够通过与国际厂商合作进一步精进已有的研发技术和经营理念。综上所述，由于中国计算机扬声器行业的产品形态较为固定，品牌力影响大，头部企业借于其规模优势和研发能力将继续稳固市场竞争格局龙头的竞争地位。^[14]

气泡大小表示:





上市公司速览

深圳市漫步者科技股份有限公司 (002351)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	5.4亿元	13.50	34.52

广州惠威电声科技股份有限公司 (002888)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	4542.4万元	-11.54	32.95

国光电器股份有限公司 (002045)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	10.9亿元	-3.10	11.71

深圳市奋达科技股份有限公司 (002681)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	5.1亿元	-25.26	23.04

- [13] 1: <https://zhuanlan.z...> | 2: <https://zhuanlan.z...> | 3: <https://www.21ic.c...> | 4: <https://www.sohu....> | 5: 知乎专栏、21ic
- [14] 1: <https://www.paten...> | 2: <https://www.qcc.c...> | 3: <https://zhuanlan.z...> | 4: 专利汇 企查查 知乎专栏
- [15] 1: <https://www.qcc.c...> | 2: <https://www.qcc.c...> | 3: <https://www.qcc.c...> | 4: <https://www.qcc.c...> | 5: 企查查 AI专家访谈
- [16] 1: <https://www.qcc.c...> | 2: <https://www.qcc.c...> | 3: <https://www.qcc.c...> | 4: <https://www.qcc.c...> | 5: <https://www.qcc.c...> | 6: <https://www.qcc.c...> | 7: <https://www.itc.vip...> | 8: <https://www.qcc.c...> | 9: <https://www.qcc.c...> | 10: <https://www.qcc....> | 11: <https://www.qcc....> | 12: <https://www.qcc....> | 13: <https://www.qcc....> | 14: <http://www.jiefu....> | 15: <https://www.qcc....> | 16: <https://www.qcc....> | 17: 企查查 itc官网 无锡杰...
- [17] 1: <https://www.paten...> | 2: <https://www.qcc.c...> | 3: <https://www.qcc.c...> | 4: <https://www.paten...> | 5: <https://www.qcc.c...> | 6: <https://www.qcc.c...> | 7: <https://www.qcc.c...> | 8: 企查查 专利汇

计算机扬声器代表企业分析^[18]

1 深圳市漫步者科技股份有限公司【002351】

· 公司信息

--	--	--	--

企业状态	存续	注册资本	88910.7万人民币
企业总部	深圳市	行业	计算机、通信和其他电子设备制造业
法人	张文东	统一社会信用代码	91440300726185358T
企业类型	股份有限公司(上市)	成立时间	2001-01-16
品牌名称	深圳市漫步者科技股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	一般经营项目是：生产销售音响设备及配件、耳机、汽车音响、模具（生产项目由分公司经... 查看更多		

• 财务数据分析

财务指标	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1)
销售现金流/营业收入	1.13	1.14	1.09	1.13	1.1	1.03	-	-	-	-
资产负债率(%)	6.5578	7.8409	8.6373	11.3059	9.7596	15.3642	20.412	16.482	17.136	13.531
营业总收入同比增长(%)	-7.203	-2.9272	9.7814	24.0463	-2.2118	41.1276	55.588	19.103	-3.875	13.496
归属净利润同比增长(%)	8.6478	8.9387	-13.7472	34.0804	-54.1876	130.0092	-	-	-	-
应收账款周转天数(天)	13.1078	16.6208	25.383	30.2546	35.4844	38.9488	36	34	33	34
流动比率	12.6545	10.9032	9.4833	7.0466	8.1016	5.3004	4.214	5.409	5.331	7.005
每股经营现金流(元)	0.2025	0.1433	-0.1069	-0.0542	0.0917	0.1026	0.324	0.316	0.459	-0.055
毛利率(%)	29.0063	31.5598	33.4868	34.473	31.3492	35.3018	33.17	-	-	-
流动负债/总负债(%)	98.3987	91.069	91.4507	94.3216	93.9696	92.4717	90.304	87.645	87.612	84.599
速动比率	1.15	1.4415	2.5423	1.1569	1.5369	3.805	3.014	3.91	4.17	5.646
摊薄总资产收益率(%)	5.0895	5.2779	4.2893	5.8067	2.2987	5.8018	11.464	11.962	8.913	2.679
营业总收入滚动环比增长(%)	1.9659	31.6755	54.2222	24.735	57.7049	65.1501	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-11.023	-0.427	25.1659	-84.8852	-436.8707	180.9612	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	5.62	5.98	5.04	6.59	3.01	6.68	-	-	-	-
基本每股收益(元)	0.31	0.34	0.15	0.2	0.09	0.21	0.31	0.35	0.28	0.0857

净利率(%)	13.3761	14.7179	11.3178	12.7376	5.2188	9.815	15.0522	14.2113	12.0491	15.3279
总资产周转率(次)	0.3805	0.3586	0.379	0.4559	0.4405	0.5911	0.803	0.873	0.801	0.191
归属净利润滚动环比增长(%)	-8.986	-4.1385	50.9284	-48.6127	-104.9222	116.3078	-	-	-	-
每股公积金(元)	3.4417	3.4417	1.2209	1.2219	1.2784	1.2712	0.5274	0.5309	0.5276	0.528
存货周转天数(天)	91.2895	101.8042	117.5203	154.4733	183.4301	165.601	144	133	131	119
营业总收入(元)	6.81亿	6.61亿	7.26亿	9.01亿	8.81亿	12.43亿	19.34亿	23.04亿	22.14亿	5.43亿
每股未分配利润(元)	1.0941	1.2143	0.648	0.6791	0.6494	0.7442	0.6837	0.8185	0.8916	0.9774
稀释每股收益(元)	0.31	0.34	0.15	0.2	0.09	0.21	0.31	0.35	0.28	0.0857
归属净利润(元)	9249.67万	1.01亿	8691.23万	1.17亿	5338.63万	1.23亿	2.76亿	3.16亿	2.47亿	7620.52万
扣非每股收益(元)	0.16	0.19	0.09	0.14	0.03	0.16	0.28	0.27	0.25	0.0837
经营现金流/营业收入	0.2025	0.1433	-0.1069	-0.0542	0.0917	0.1026	0.324	0.316	0.459	-0.055

竞争优势

漫步者公司业务聚焦于家用音响、专业音响、汽车音响、耳机及麦克风的研发、生产、销售，在技术创新、产品品质和设计引领市场潮流。广泛拓展国际市场，拥有良好的国际声誉，市场发展势头良好。

2 音王电声股份有限公司

公司信息

企业状态	存续	注册资本	10000万人民币
企业总部	宁波市	行业	计算机、通信和其他电子设备制造业
法人	王祥贵	统一社会信用代码	913302005638841967
企业类型	股份有限公司(非上市、自然人投资或控股)	成立时间	2010-11-22
品牌名称	音王电声股份有限公司		
经营范围	一般项目：音响设备制造；通信设备制造；其他电子器件制造；集成电路制造；电子元器件... 查看更多		

竞争优势

音王公司集研发、生产、销售、工程设计与安装、运维为一体的交钥匙工程和一站式服务，成为中国和国际拥有自主知识产权的音视频系统创新技术整体解决方案智造商，是全球音视频智能化系统集成产业龙头企业之一。

3 华硕电脑（上海）有限公司

公司信息

企业状态	存续	注册资本	4810万美元
企业总部	市辖区	行业	计算机、通信和其他电子设备制造业
法人	石文宏	统一社会信用代码	91310000607417881Q
企业类型	有限责任公司(外国法人独资)	成立时间	2000-06-09
品牌名称	华硕电脑（上海）有限公司		
经营范围	一般项目：研发、制造计算机软硬件及辅助设备、移动终端设备、机器人、皮革毛皮制品、... 查看更多		

竞争优势

华硕电脑是全球领先的3C解决方案提供商，拥有世界一流的研发设计团队，产品线覆盖手机、电脑以及附属硬件等，处于世界前列，业务广泛。

[18] 1: <https://www.edifie...>

2: <https://www.soun...>

3: <https://baike.baid...>

4: [漫步者官网](#) [音王官网](#) [百...](#)

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。