



【專訪】三星電子行銷長李英熙談物聯網的新時代智慧

三星電子在 2018 CES 的發表會及攤位提供了嶄新的感官體驗。相較於過去幾年著重發表特定產品，今年的攤位設置和媒體活動，旨在展現三星的統一概念，說明裝置的無縫連接如何帶給消費者更智能、方便的生活。

三星電子行銷長李英熙分享了此一新主題，並進一步討論變化的原因。

問：三星 CES 攤位及發表會的形式與往年非常不同。請跟我們介紹一下這個新的概念。

李：我們將今年的 CES 攤位概念定義為「三星城市 2020」，延續去年 9 月在 IFA 推出的「三星城鎮」的概念發展。透過這主題，我們希望展示一個開放的物聯網平台和 AI 技術如何為消費者增添在家中、辦公室、娛樂場新的價值。

也希望藉此說明三星 2020 年物聯網藍圖的進展。此概念在 2015 年的 CES 已提出，而我們將在 2020 前展示三星如何計劃推動物聯網和智慧的發展。

問：三星在全球發表會說明如何透過 AI 和物聯網提供整合體驗的願景和決心。此種新方法最重視的是什麼？

李：業界對物聯網和 AI 的未來有不同的看法，但三星獨特的角色，跨足全球消費性電子從電視到家電和行動裝置等多項領域之領導者，藉由領先開放、互連的物聯網平台 SmartThings，將產品串連起來，可為所有人實現物聯網的普及化，進而迎來一個無縫連接的嶄新時代。

為了差異化我們在物聯網的優勢和價值，三星希望在 CES 與成千上萬的媒體和與會者面前展示我們產品的無縫連接。

問：三星電子擁有廣泛的業務，各業務有共同的願景嗎？

李：我們在 CES 上推出了關於三星品牌理念的影片。當我們持續應用物聯網時，所有的業務部門將比從前更加緊密地合作。這不僅可增強產品為消費者帶來的價值，更可確保三星所有的產品皆能無縫連接。

這有著許許多多的挑戰，但三星的 DNA 向來專注於挑戰和創新的精神。而我們與物聯網相關的業務部門擁有相同的目標，相信我們將透過合作取得成功。

從行銷的角度來看，我們將持續傳達三星一致的共同願景。我們的口號是「挑戰你所不能」，這不僅是帶給消費者的訊息，也是對自己的承諾。期盼三星的客戶能夠認同我們為實現此一個目標所做的努力。

問：請分享去年三星的表現。作為三星電子的行銷長，您如何描述公司未來的藍圖？

李：去年，三星電子在 Interbrand 2017 年度全球最佳品牌排行榜中名列第六，品牌價值達到 562 億美元，較前年增長 9%。我們非常感謝客戶的持續忠誠和支持，這也是我們能夠維持品牌地位的主要原因。

今年，我們希望以多種方式展示三星產品的無縫連接，以開發無限可能性和提升消費者的生活，再次邁向成功。

隨著新技術不斷的發展以滿足消費者不斷變化的需求，三星的品牌理念仍然以人為本，而我們的產品則旨在幫助人們實現夢想。展望未來，三星不僅將成為領先的「人類全球品牌」，更將成為客戶心愛的品牌。