

三星電子晉升 2020 年 Interbrand 全球最佳品牌前五強

三星電子榮登第五名，品牌價值高達 623 億美元，為 2000 年最初統計數值的 12 倍

2020 年 10 月 21 日，台北訊 - 三星電子宣布登上全球品牌顧問公司 Interbrand「2020 年全球最佳品牌」排行榜第五名，品牌價值達 623 億美元新高。

2020 年全球企業受新冠肺炎疫情影響，營運備受挑戰，但三星品牌價值仍從 2019 年的 611 億美元，成長 2 個百分點至 623 億美元。繼三星於 2017 年進入排行榜第六名，三年後的今日再下一城，登上第五名。

自 2000 年 Interbrand 公布首份「全球最佳品牌」報告以來，三星品牌價值穩健成長，名次也從最初的第 43 位節節攀高，2012 年以第九名的成績進入前十大品牌後便穩步攀升，2017 年為第六名，2020 年升至第五名。三星之所以能在 Interbrand 全球百大最有價值品牌排行榜中穩定進步，歸功於持續致力產品創新及豐富多樣的全球行銷活動。

品牌價值提升的四大關鍵：因應新冠肺炎的措施、肩負企業社會責任、創新生活風格產品、投資引領未來的創新技術

根據 Interbrand 報告，三星主要成長動能為：

- 透過全球企業社會責任 (CSR) 行動及整合式全球活動，快速因應新冠肺炎疫情的變化
- 全公司致力推動永續發展
- 持續推出創新產品，例如 Galaxy Fold、The Terrace 電視和 BESPOKE 系列冰箱
- 穩定投資人工智慧 (AI)、5G 和物聯網 (IoT) 等領域，引領先進技術發展

在全球面臨新冠肺炎的衝擊下，三星電子依據各國不同需求，捐助多筆款項與物資協助當地社會度過難關。三星亦成功發起以「用星相聚 心更靠近」(Get through this together) 為口號的全球活動，透過各大社群媒體宣傳並在重要地標設置數位看板，包含紐約時代廣場、倫敦皮卡迪利圓環、義大利米蘭大教堂、香港娛樂行等，在此艱難時刻持續與消費者互動和溝通。此外，三星於社群媒體上邀請民眾投稿照片和故事，並將徵得的內容剪輯成影片廣告，在戶外數位看板上播放，為全球民眾加油打氣，也獲得廣大好評。除了因應疫情的各項措施外，三星也持續以各式活動落實「賦能予人」(Enabling People) 的企業社會責任願景，並持續推動下一代教育計畫，例如「Solve for Tomorrow」競賽、「智慧教室」(Smart School) 以及「創新校園」(Innovation Campus) 等。

三星致力於企業各層面的管理實踐永續發展理念，像是三星電視使用的環保包裝，以及利用回收材料製成的智慧型手機外殼等，也推升了品牌價值。

儘管面臨疫情衝擊，三星創新腳步仍未停歇，亦為本次品牌價值晉升至第五位的關鍵因素。

三星行動通訊事業部透過 Galaxy A 系列手機和 Awesome 等行銷活動，成功鞏固品牌於 5G 智慧型手機市場的領先地位，並緊扣 Z 世代的心。此外，以 Galaxy Z Flip 開創智慧型手機全新領域，展現持續精進的創新實力。在網路事業方面，三星率先進軍新市場並擴大與美國、日本等



主要市場的企業合作，奠定 5G 龍頭地位。

在影像顯示事業方面，三星順應消費者全新生活方式，推出 The Sero 和 The Terrace 等創新產品，引領電視市場。同時持續落實相關永續發展行動，發展有便於身障者和視覺辨認障礙患者使用的電視產品，並發起環保包裝計畫等。

在數位家電領域，三星致力產品創新，以 BESPOKE 系列冰箱和 Grande AI 洗 / 烘衣機，滿足消費者日新月異的生活方式。此外，針對烹飪、運動、室內設計和寵物照護等一系列主題的行銷活動，成功拉近與消費者的距離。

值得一提的是，三星穩坐記憶體市場霸主地位，並宣布「Vision 2030」計畫；領先全球供應商，成為第一個推出採用極紫外光 (EUV) 技術生產的 DRAM 產品，而且多年來持續投資應用於 AI 的 HBM2E Flashbolt 記憶體技術，以及車用零組件、IoT、AI 與 5G 等領域。隨著全球各地擴大實施居家工作，伺服器與雲端服務需求水漲船高，預期將推升 DRAM 與 NAND Flash 晶片銷售量。在系統半導體 (System LSI) 方面，持續推動 Exynos 和 ISOCELL 等技術的創新與投資，並加強與奧迪 (Audi) 等主要夥伴的合作。

三星電子行銷長李英熙 (YH Lee) 表示：「2000 年我們的品牌價值為 52 億美元，排名第 43 名。2020 年品牌價值成長至 623 億美元，擠進前五名，成績斐然。如果沒有全球消費者的支持，三星也不會有今日的成就。為進一步提升國際地位，我們將持續與消費者互動和溝通。」

Interbrand 透過詳盡分析財務表現、品牌對於購買行為的影響力以及品牌競爭力等多面向因素，估算出品牌價值。

※ 三星電子品牌價值成長趨勢

年度	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
品牌價值 (單位：美元)	195 億	234 億 (20%↑)	329 億 (40%↑)	396 億 (20%↑)	455 億 (15%↑)	453 億 (-)	518 億 (14%↑)	562 億 (9%↑)	599 億 (6.5%↑)	611 億 (2%↑)	623 億 (2%↑)
品牌排名	19	17	9	8	7	7	7	6	6	6	5



SAMSUNG

