

2021 年 Interbrand 全球最佳品牌出爐 三星品牌價值穩居前五強

三星電子榮登全球最佳品牌第五名，品牌價值高達 746 億美元，較 2020 年成長 20%

三星電子宣布再度登榜 [Interbrand 2021 年全球最佳品牌](#)，位居前五地位屹立不搖。

根據全球品牌顧問公司 Interbrand 於 10 月 20 日（當地時間）公佈的全球最佳品牌榜單，三星以 746 億美元品牌價值榮膺第五名，較去年成長 20%。基於三星財務表現強勁、已恢復疫情前水準，今年品牌價值飆升 20%，為 2021 年全球百大品牌平均品牌價值成長率的兩倍之多。

三星自去年首次打入前五，已連續二年名列此位，品牌價值創下自 2013 年最大增幅。

根據 Interbrand 報告，三星主要成長動能為：

- 朝「顧客導向」管理體系轉型，其中亮點為成立全新顧客體驗（CX）團隊，優化消費者體驗與價值。
- 透過全球企業社會責任（CSR）願景 - 「共創未來！賦能予人」為出發點，推行一系列活動；以及持續推動永續發展，號召全員參與的綠色倡議，例如電視產品採用環保包裝，及 Galaxy Upcycling 升級再造計劃。
- 持續推出創新產品，如 Galaxy Z Flip3、Neo QLED 量子電視與 Bespoke 系列家電（註一）。
- 穩定投資人工智慧（AI）、5G、自駕車、機器人等領域，引領先進技術發展。

三星電子行銷長李英熙（YH Lee）表示：「三星電子去年首次躋身全球前五強，今年品牌價值更創下自 2013 年最大增幅，達到兩位數的驚人成長，此成果令人無比振奮。我們將秉持顧客導向管理模式，持續聆聽消費者心聲，用以回報全球廣大消費者的熱情支持。」

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。

同時，三星電子於今年 10 月 12 日連續第二年被《富比士》評選為 [2021 年度全球最佳企業雇主](#)。身為一家營運據點及員工遍佈全球的跨國企業，三星再次奪得最佳企業雇主榜首。

《富比士》每年訪問全球 58 個地區、任職於跨國或跨地區企業的 15 萬名員工，今年針對雇主對 COVID-19 疫情的因應措施，以及企業形象、經濟足跡、人才發展、性別平等和社會責任等面向，調查員工對雇主的滿意度。

參考資料：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	2021
品牌價值 (單位：美元)	195 億 (11% ↑)	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% ↑)	746 億 (20% ↑)
品牌排名	19	17	9	8	7	7	7	6	6	6	5	5

註一：台灣未上市，目前僅於特定市場販售。