

## 三星電子公布 2026 年第一季年度營運績效

第一季營收達 133.9 兆韓元，營業利潤 57.2 兆韓元

三星電子公布截至 2026 年 3 月 31 日的第一季營運績效。

第一季合併營收達 133.9 兆韓元，創下單季歷史新高，較前一季成長 43%。營業利潤攀升至 57.2 兆韓元，同步創下歷史新高。

裝置解決方案 (DS) 事業群營收較前一季增加 86%，其中記憶體業務憑藉其在市場上的技術領先地位，以及平均售價 (ASP) 提升，單季營收與營業利潤雙雙締造歷史新高。

受惠於新款旗艦智慧型手機上市，裝置體驗 (DX) 事業群營收較前一季增加 19%。儘管成本壓力上升，該事業群藉由擴大整體的高附加價值產品銷售，維持獲利能力。

### AI 需求熱潮點火，驅動半導體結構性成長

DS 事業群第一季合併營收達 81.7 兆韓元，營業利潤為 53.7 兆韓元。

在記憶體業務方面，儘管供應量受限，三星藉由因應高附加價值 AI 需求，輔以整體產業記憶體價格上揚助攻，銷售額再創歷史新高。

此外，記憶體業務藉由差異化的技術領先地位，在該市場獨占鰲頭。包括以領先業界之姿，為 NVIDIA 的 Vera Rubin 平台啟動 HBM4 和 SoCMM2 量產出貨，並及時開發 PCIe Gen6 SSD。

展望 2026 年第二季，隨著 AI 基礎設施的擴張，記憶體業務預計需求將持續暢旺，並計劃交付首批 HBM4E 樣品，以鞏固其技術領導地位。此外，隨著下半年新款 GPU 與 CPU 發布在即，記憶體業務將把握市場先機，而在 DRAM 和 NAND 的銷售上，將延續以 AI 產品為導向的銷售策略。

而 2026 年下半年，隨著雲端巨頭積極因應企業用戶對 AI 及 LLM 服務逐日升溫的需求，三星預計伺服器記憶體需求熱潮將持續延燒。此外，代理式 AI 的市場需求亦有望加速成長。

記憶體業務亦將憑藉其技術競爭優勢，持續擴大其在 DDR5、SOCMM2 等高附加價值 AI 產品的市占率，引領 AI 記憶體市場。同時，該業務計劃以高效能產品引領 PCIe Gen6 eSSD 初期市場，以滿足 KV 快取記憶體需求為布局重點。

受惠於系統單晶片 (SoC) 銷量成長，系統半導體 (System LSI) 事業部獲利回溫。

2026 年第二季，系統半導體 (System LSI) 事業部將致力提振中低階智慧型手機 SoC 與感應器銷量。

放眼 2026 年下半年，該事業部力求其旗艦級 SoC 設計方案獲客戶採用，並拓展其 2 億畫素感應器客群與產品陣容。

雖然晶圓代工事業部營收因淡季而下滑，該事業部將持續深耕 HPC 技術領域，以贏取客戶的設計定案，同時為矽光子業務的未來發展奠定基礎。

2026 年第二季，該事業部計畫達成先進製程產線的滿載運轉，並藉由增加 HBM4 基底晶片供應提升獲利。該事業部正按計畫穩步推進 1.4 奈米製程節點的研發，並積極爭取大規模量產 2 奈米製程的客戶訂單。

2026 年下半年，晶圓代工事業部計畫逐步提升第二代 2 奈米製程在行動產品領域的產量，並為 AI 與 HPC 客戶量產 4 奈米記憶體產品及 LPU。此外，該事業部力求產品組合的多元化，使其不僅涵蓋 AI 與 HPC 領域，亦延伸至汽車與航太產業。

## **SDC 將發揮差異化技術與高階產品優勢**

三星顯示器 (SDC) 第一季合併營收達 6.7 兆韓元，營業利潤為 0.4 兆韓元。

針對中小型面板業務，受季節性因素及記憶體價格上漲影響，獲利有所下滑；大型面板業務則受惠於 OLED 電競顯示器的強勁需求，銷售表現維持穩健。

2026 年第二季，儘管市場整體需求疲軟，SDC 中小型面板業務將以相對穩健的旗艦產品線，作為未來的銷售主力；在大型面板業務方面，將透過推出新產品及掌握全球體育賽事熱潮，全力搶占市場商機。

2026 年下半年，SDC 預期中小型面板市場仍面臨諸多不確定性，預計將透過差異化技術的高階產品及 8.6G IT OLED 量產，追求更亮眼的營收表現。在大型面板方面，三星將竭力鞏固其高階電視市場的領先地位，同時擴大顯示器客群。

## **多元產品組合告捷，MX 營收大有斬獲**

行動通訊 (MX) 與網路事業部第一季合併營收達 38.1 兆韓元，營業利潤達 2.8 兆韓元。

受惠於旗艦產品組合，MX 事業部銷量與利潤雙雙成長，並藉由積極優化成本，力保個位數的獲利成長。

2026 年第二季，隨著新機上市效應遞減，預計營收表現較前一季度下滑。然而，MX 事業部將透過旗艦機的銷售，以及新款 A 系列裝置的推出，實現優於去年同期的營收成長。

2026 年下半年，MX 事業部計畫強化旗艦機的銷售力道，採用向上銷售策略，實現全面性的成長，並將強化摺疊產品的開發，因應快速變遷的顧客需求。同時，該事業部將藉由推行成本效益措施，緩解成本上升對獲利的衝擊。

回顧 2026 年第一季，受累於電信產業投資放緩，網路事業部營收較前季及去年同期減少。2026 年第二季，該事業部將藉由提振海外銷售改善獲利表現。展望 2026 年下半年，該事業部將運用其在 vRAN、ORAN 與 AI-RAN 領域的領先優勢開拓新市場，同時透過結構性的成本管控，確保其獲利能力。

## **CE 事業部與 Harman 將進一步精進產品陣容與 AI 功能**

影像顯示 (VD) 與數位家電 (DA) 事業部第一季合併營收達 14.3 兆韓元，營業利潤達 0.2 兆韓元。

得益於旗艦級與大尺寸電視的穩健銷售與資源優化，VD 事業部實現獲利成長。

2026 年第二季，VD 事業部將強化產品陣容，掌握運動賽事帶動的需求熱潮，藉以提振營收表現。2026 年下半年，該事業部將借助 AI 功能、加速拓展服務與 OS 業務版圖，鞏固其在電視市場的霸主地位。

同時，在成本與關稅的雙重壓力下，DA 事業部 2026 年第一季獲利提升幅度有限。該事業部將透過新一代的旗艦產品陣容，以及空調產品需求復甦，帶動 2026 年第二季的營收成長。展望 2026 年下半年，該事業部將以推行成本效益措施、驅動旗艦產品銷售為目標。

受累於記憶體供應緊縮、音響產業進入傳統淡季，Harman 2026 年第一季營收衰退。2026 年第二季，隨著車用產品的供貨提升，預期獲利將有所起色。2026 年下半年，Harman 將擴大車用產品的供應、提振旗艦音響的銷售，藉以維持獲利動能。