

## 三星電子公布 2021 年第四季與全年度營運績效

季度營收 76.57 兆韓元，創單季新高，營業利潤達 13.87 兆韓元

消費性電子業務將以獲利穩健成長為首要目標

三星電子公布截至 2021 年 12 月 31 日止第四季及 2021 全年度營運績效。

第四季合併營收為 76.57 兆韓元，刷新單季紀錄，營業利潤達 13.87 兆韓元。2021 全年營收達到 279.6 兆韓元的歷史新高，營業利潤達 51.63 兆韓元。

第四季營收成長主要歸功於終端產品業務，包括摺疊手機等高階機種，及電視和家電產品之銷售量皆大有斬獲。雖因發放員工特別獎金，營業利潤較第三季衰退，但在半導體業務的帶動下，營業利潤較去年仍穩定成長。

由於記憶體價格出現一定程度下跌，加上位元成長幅度低於預期，記憶體事業部第四季營收較第三季下滑。晶圓代工營收創下季度新高，但加速導入先進製程導致成本增加，獲利較前一季微幅衰退。

顯示面板方面，行動裝置面板的獲利續增，但 LCD 面板跌價和量子點 (QD) 顯示器的相關成本，導致大型面板虧損。

行動通訊事業部 (Mobile eXperience, MX) 受惠於摺疊手機等高階機種，以及裝置生態圈產品的旺盛需求，營收小幅上揚；然而，因行銷支出增加，獲利呈現季度衰退。網路事業部方面，韓國當地與海外營收雙雙成長，業績表現優於前一季。

來自高階產品的銷售動能，助力消費性電子事業部單季營收衝上新高，但因成本持續上升，獲利較前一季小幅衰退。

相較第三季，第四季韓元兌美元走貶，兌換主要新興市場貨幣走升，消長之下，匯兌收益對營業利潤貢獻約 3 千億韓元。

展望第一季，記憶體事業部將專注於產品組合最佳化，藉由提高先進製程產品銷售量，因應伺服器與個人電腦端的需求復甦，但不確定的市場因素仍為隱憂。系統半導體 (System LSI) 事業部將全力滿足主要客戶旗艦產品的關鍵零組件需求，包括系統單晶片 (SoC) 和影像感光元件 (CIS) 等；晶圓代工事業部將提升先進製程產能與良率，以期擴大供給能力。

顯示面板方面，受益於新一代智慧型手機上市和摺疊面板的客戶增加，行動裝置面板業績預期將實現年成長。至於大型面板，隨著 QD 顯示器量產，有望抵銷部分虧損。

儘管供給承壓，但伴隨旗艦新機發表，加上 5G 主流機種、平板與穿戴裝置銷售量均看增，行動通訊事業部預期營收與獲利將雙雙上升。網路事業部將積極爭取歐洲等全球客戶的新訂單。

影像顯示與數位家電業務將主推高階產品、拓展新應用品類，同時提升線上銷售比重，多管齊下提升獲利能力。

展望 2022 年，全球 IT 需求有望復甦，三星零組件業務將專注提高先進製程產能，並強化新世代產品及技術的領先優勢。在終端產品方面，三星將完善高階產品陣容，並提升不同裝置間的連結與加乘，以打造嶄新的使用體驗。然而，供應端問題與新冠肺炎（COVID-19）疫情影響，未來將仍有眾多挑戰。

記憶體事業部方面，隨著企業加大 IT 投資力道，預期將刺激需求成長。三星亦將增加高效能產品供給，並擴大基於業界領先極紫外光（EUV）技術的產品應用，鞏固成本競爭力與市場龍頭地位。系統半導體事業部將強化 SoC 產品陣容；晶圓代工事業部則期望透過量產第一代環繞式閘極（GAA）製程拉開領先差距，進而締造優於市場水準的成長表現。

顯示面板方面，受惠於 5G 手機滲透率提升與摺疊市場擴張，OLED 面板需求有望持續攀升；至於大型面板，三星寄望以 QD 顯示器持續引領高階電視市場，同時按表定計畫關閉 LCD 面板產線。

行動通訊事業部將加速旗艦產品創新與創造差異化的使用體驗，提升市場佔有率。三星亦將竭力為裝置生態圈產品加值，贏得更多消費者青睞。網路事業部方面，三星將積極把握 5G 網路建置商機，搶下全球新訂單。

影像顯示與數位家電事業部將持續主打 Neo QLED 量子電視和 Bespoke 設計品味家電系列等高階產品，同時推廣設計生活系列電視和新型家電產品，實現業績成長的目標，站穩市場領先地位。

三星電子 2021 年資本支出合計 48.2 兆韓元，其中 43.6 兆應用於半導體，2.6 兆投入顯示面板。記憶體資本支出主要用於平澤廠和西安廠的產能擴充與製程轉進，滿足市場對先進製程的需求，包括採用 EUV 技術的 15 奈米 DRAM 和第六代 V-NAND。晶圓代工以提升 5 奈米 EUV 製程產能為投資重點；顯示面板則將資金挹注於行動裝置面板模組和 QD 顯示器。

## 伺服器業績帶動半導體續強；晶圓代工營收締新猷

半導體事業部第四季合併營收為 26.01 兆韓元，營業利潤達 8.84 兆韓元。

以伺服器為主力的記憶體整體需求穩健，但受到全球供應鏈持續波動與均價小跌影響，獲利較第三季衰退。考量庫存水位與市場前景，三星收斂出貨力道，使得位元成長幅度不如原先預期。然而，透過擴大布局業界領先的先進製程，三星仍具競爭優勢。

DRAM 業務方面，全球供應鏈問題干擾零組件生產，對所有應用類別均造成衝擊，但隨著高核心 CPU 採用率增加，推升 DRAM 平均配備容量，伺服器端需求維持強勁。此外，電競 PC 需求暢旺，加上挖礦熱潮居高不下，顯卡仍呈現供不應求。藉由預先調整產品組合，三星得以快速回應伺服器與繪圖記憶體高漲的需求。

至於 NAND 記憶體，主要資料中心客戶持續拉貨，支撐伺服器 SSD 需求維持穩健，但 IC 零組件供應問題對市場構成一定影響。消費級 SSD 需求略顯停滯，因部分客戶調整庫存及缺料

影響生產所致。經多方評估並考量本身庫存水位，三星優化銷售策略，同時精確掌握西安封城對產線運作與產能的影響。

2022 年第一季，記憶體事業部將密切關注新冠肺炎變異株的現狀與其他潛在風險，同時聚焦於平衡產品組合，包括提升先進製程與高價值產品的銷售比重，助力伺服器 / 個人電腦端業務，同時積極滿足市場對各應用類別的需求。

展望 DRAM 第一季表現，得益於高密度趨勢、資料中心客戶加大投資，加上高核心 CPU 採用率持續提升，伺服器需求持續旺盛。由於主要品牌發表搭載新規格的機種並增加 LPDDR5 用量，行動記憶體需求將持穩。

至於 NAND 記憶體，因市場擴大投資，尤以資料中心領域，伺服器 SSD 需求仍穩中有撐。個人電腦端需求有望復甦，以筆記型電腦最為顯著，缺料問題亦將逐漸緩解。行動記憶體方面，雖然第一季為淡季，但隨著廠商推出 5G 新機，三星預期高儲存密度趨勢將持續。

展望 2022 年，考量 IT 投資持續增加、導入新型高核心 CPU 等因素，三星預估伺服器需求持續看增，而 5G 機種增加有望推升行動記憶體平均配備容量，但供應鏈問題與疫情仍為隱憂。有鑑於此，三星將提升高效能產品的供應佔比，並擴大導入業界最佳的 EUV 技術，固守市場領先地位。

系統半導體事業部第四季營收改寫單季新高紀錄，成長動能由 SoC、驅動 IC ( DDI ) 和整合式電源管理晶片 ( PMIC ) 等類別貢獻；然而，因發放特別獎金，獲利出現小幅下滑。三星於第四季開始供應搭載 AMD GPU 的 4 奈米 SoC；亦有更多客戶採用其 108MP 影像感光元件。

2022 年第一季，預期 OLED DDI、近距離通訊技術 ( NFC ) / 嵌入式安全元件 ( eSE ) 和 PMIC 的需求仍保持暢旺。三星計畫擴大供應搭載升級版 GPU 和 NPU 的 SoC 產品及超高解析度影像感光元件。

展望 2022 年，系統半導體事業部將鎖定大眾化產品使用之 5G SoC，及 108MP 和 200MP 影像感光元件，實現產能最大化的目標，帶動業績持續向上。

晶圓代工方面，受益於大型高效能運算系統 ( HPC ) 客戶擴大拉貨，HPC 應用亦收穫新訂單，三星第四季營收創下歷史新高，並確定於美國德州泰勒市和韓國新建三星晶圓廠，穩定全球半導體供應鏈。然而，因先進製程導入量產的進度延後，致使成本上升，獲利略微衰退。

2022 年第一季，三星將注重改善先進製程良率，提升供應穩定性，另規劃於 2022 年上半年量產第一代 GAA 製程，持續引領技術發展。

展望 2022 年，考量 5G 滲透率提升、HPC 需求穩健、IDM 廠外包比重日增，以及維持安全庫存水位等因素，三星預期供給仍偏緊。透過擴充先進製程產能、調整價格與搶攻新客戶，三星期望成長幅度將優於市場水準。

## 行動裝置面板獲利續揚；2022 年主力衝刺 OLED 與 QD 顯示器

顯示面板事業部第四季合併營收為 9.06 兆韓元，營業利潤達 1.32 兆韓元。

行動裝置面板獲利持續上升，因主要手機客戶推出新機，使需求維持穩健。而筆電、遊戲機等新應用類別需求增溫，亦貢獻業績成長。

然而，受到 LCD 面板均價下跌影響，加上 QD 顯示器生產的初期成本，大型面板第四季虧損幅度擴大。

2022 年第一季，憑藉主要客戶發表新機和摺疊面板採用率增加的帶動下，三星預估行動裝置面板將交出年成長表現。

至於大型面板，隨著 QD 顯示器量產，相關電視和顯示器產品將問世，有望部分緩解虧損狀況。

展望 2022 年，儘管大環境仍存在風險，但 5G 滲透率增加與摺疊市場成長，預期將強勢支撐 OLED 需求。三星以均衡發展為後續目標，包括擴大於中階裝置導入柔性 OLED 面板，同時多元布局硬式 OLED 應用，如 IT、遊戲和車用領域，力求業績穩定成長。

大型面板業務部分，三星將藉由 QD 顯示器強攻高階市場成長商機，鞏固技術領先優勢，同時按表定計畫結束 LCD 面板生產。

## 行動裝置業務著眼旗艦機種、強化 5G 主流產品陣容

行動通訊事業部與網路事業部第四季合併營收達 28.95 兆韓元，營業利潤為 2.66 兆韓元。

受惠於年終銷售旺季，整體市場需求較第三季成長。雖受缺料問題影響，行動通訊事業部第四季營收仍較前一季小幅提升，成長動能來自摺疊手機和 Galaxy S 系列等高階機種。個人電腦、平板和穿戴裝置等裝置生態圈產品亦貢獻營收成長。於此同時，為刺激摺疊機種買氣並預熱 2022 年第一季新機，三星投入更高行銷成本，對獲利產生一定程度影響。

2022 年第一季，受淡季效應影響，加上缺料隱憂，預期智慧型手機與平板需求將呈現季度衰退。然而，行動通訊事業部將主力推廣旗艦機種，包括 Galaxy S21 FE 和即將推出的新一代 Galaxy S 系列，以維持後續獲利動能。此外，三星亦將推出具競爭力的 5G 主流機種，積極掌握換機需求並擴大市佔，同時持續衝刺個人電腦、平板與穿戴裝置等裝置生態圈產品。

展望 2022 年表現，市場仍面臨疫情延續和缺料等不確定因素，即便如此，智慧型手機市場預期將持續增溫，穿戴裝置更有機會達到雙位數成長。行動通訊事業部將加速創新研發，專注為 Galaxy S 系列和摺疊手機等產品打造與眾不同的體驗，同時強化 5G 主流機種和裝置生態圈產品的市場競爭力。透過多方舉措，三星力求達成 2022 年業績顯著成長的目標，並持續改良產品組合和營運效率，支撐獲利穩定攀升。

網路事業部方面，韓國當地與海外市場均報佳音，使第四季表現優於前一季。三星將積極拓展歐洲等海外新商機，並滿足韓國當地擴建 5G 網路的需求。此外，亦將持續改良三星自主研发的 5G 晶片，為後續成長奠定穩固基礎。

## 影像顯示與數位家電持續鎖定高階產品和生活家電

消費性電子事業部第四季合併營收達 15.35 兆韓元，營業利潤達 0.7 兆韓元。

受惠年底銷售旺季的激勵，整體電視市場呈現季度成長，但因疫情遞延的需求日漸消退，表現不及 2020 年同期。影像顯示業務方面，儘管高階與設計生活系列產品持續熱銷，然因包括物流在內的成本上漲，導致營業利潤較第三季小幅衰退。數位家電業務因遞延性需求減退，加上原物料與物流成本攀升，第四季成長趨緩。然而，拜產品組合與營運效率提升所賜，獲利表現仍較前一季成長。

2022 年第一季，電視與家電產品市場需求預計將呈現年衰退，且家電領域仍將受到原物料與物流成本高漲影響。三星將持續推升高階與設計生活系列家電產品銷售，並改善營運效率。影像顯示事業部計畫透過促銷刺激高階產品買氣，如配合區域體育賽事的優惠方案等；設計生活系列亦將為主力銷售產品，包括在 CES 2022 發表的全新 The Freestyle。數位家電事業部首重拓展 Bespoke 設計品味家電系列的全球市場與線上銷售業績。

放眼 2022 年，儘管市場不確定性仍在，三星預期高階與超大尺寸電視的需求將維持強勁。除了專注推廣高階和設計生活系列電視，三星亦規劃推出升級的家庭娛樂體驗，結合多樣化服務與依據居家用途優化的 Smart Hub。至於家電產品，預估市場將呈現停滯，但新類型的生活家電產品需求有望逐漸上升。三星將進一步拓展 Bespoke 設計品味家電系列陣容，並陸續推出新類別產品，滿足消費者日新月異的需求。