

三星電子蟬聯五年全球最佳品牌前五強 品牌價值高達 1,008 億美元

三星以領先業界的 AI 實力與串聯體驗備受肯定

三星電子宣布其連續五年榮登全球品牌顧問公司 Interbrand 公佈的「全球最佳品牌」前五強。Interbrand 每年定期公佈「全球最佳品牌」排名，今年榜單顯示，三星的品牌價值高達 1,008 億美元，較去年同期成長 10%。

三星品牌價值的顯著攀升，主要受惠於 AI 產業強勁的成長動能，尤其是三星在智慧終端及半導體領域的競爭優勢。自 2020 年首次晉升前五名以來，三星在四年內實現 62% 的成長，成績令人刮目相看，且仍是唯一進入全球前五大品牌的亞洲企業。

三星電子總裁暨全球行銷部門負責人 YH Lee 表示：「今年品牌價值的大幅成長，主要歸功於三星全面導入 AI 技術，並致力將此強大技術交付於全球三星用戶手中。展望未來，我們將進一步提升品質，不負用戶的殷切期望。」

三星憑藉智慧終端、強化的互聯體驗、領先業界的 AI 實力而備受認可

根據 Interbrand 報告，三星主要成長動能為：

- 於主要產品導入 AI 技術，鞏固智慧終端市場領導地位
- 透過 AI 驅動的平台和產品，全面提升串聯體驗
- 在半導體領域展現卓越的 AI 競爭力
- 落實全球一致的品牌策略
- 堅守對永續未來的承諾

今年，三星以「AI for All」的願景，如火如荼地將 AI 技術導入旗下產品陣容，藉以強化消費者體驗。隨著 Galaxy S24 旗艦系列的登場，三星躍升行動 AI 技術的領導者。三星亦推出搭載 AI 處理器、AI 升頻技術的智慧電視，以及賦能用戶日常的 Bespoke AI 家電。

三星亦不遺餘力拓展 SmartThings 生態圈，且不獨厚自家品牌產品，將多元的第三方裝置納入支援行列，提供一致的串聯體驗。兼容並蓄的跨品牌整合，不僅有助於提升便利性，更在節能與家庭照護等方面，帶來莫大的好處。

身為半導體產業的領導者，三星投注大量資金於技術研發，以滿足日益升溫的 AI 需求，並透過創新的記憶體產品，例如 DDR5、GDDR7、HBM3E、LPDDR5X、第 9 代 V-NAND、Exynos SoC、高解析度感光元件等，積極因應伺服器與智慧終端 AI 的市場需求。

在品牌策略方面，三星以提供一致的品牌價值並與消費者建立真誠的關係，深受各界肯定。

此外，三星於旗下廣泛的產品線導入多元再生材質，以具體行動與舉措展現對環保的重視。亦積極參與全球倡議、與產業領導者合作，以落實環保目標為首要任務；例如減少使用裝置產生的碳排放。三星在推動永續發展、形塑多元企業文化上的努力，皆獲得一致的正面評價。

三星各事業部表現亮眼，成果備受肯定

行動裝置

- 自 Galaxy S24 旗艦系列登場以來，以 Galaxy AI 引領行動 AI 新紀元
- 以獨樹一格的 Galaxy Z Fold6 和 Z Flip6 摺疊體驗，將 Galaxy AI 推升至嶄新境界
- 推出 Galaxy Ring 和新款 Galaxy Watch 系列，強化其在健康 AI 領域的領導地位

網路

- 強化其在虛擬化無線接取網路 (vRAN) 和 Open RAN 領域的領導地位
- 引領 6G 技術標準化
- 追求技術的持續創新，以支援多元化的 5G 使用案例，包括串流媒體與遊戲
- 強化與企業客戶的夥伴關係，宣傳三星網路技術的永續面向

影像顯示

- 持續稱霸全球電視與 soundbar 市場
- 持續創新旗下產品，包括智慧電視、MICRO LED、Music Frame 等
- 以 AI 影像升頻技術、智慧抗噪模式 Pro 等先進技術，實現創新的觀影體驗
- 以遊戲關鍵夥伴之姿廣泛結盟
- 透過 Samsung Knox 強化資安和隱私

數位家電

- 透過持續性的產品創新與先進的 AI 功能，在冰箱、洗衣機等產品類別穩居全球龍頭
- 透過 Bespoke AI 系列家電，提供以客為尊的價值與體驗
- 結合自動開門設計、升級的 Bixby 語音控制，強化無障礙輔助功能
- 提供實質性的益處，例如透過 SmartThings AI 節能模式提升能源效率，以及於全球擴展 SmartThings 串聯體驗

半導體

- 推出業界首款 GDDR7 DRAM、HBM3E DRAM、LPDDR5X DRAM 和第 9 代 V-NAND，鞏固 AI 時代的市場霸主地位

- 持續在 AI 技術精益求精，例如為自駕車研發優化的 ISOCELL Auto 1H1 感光元件
- 持續推出 990 EVO 和 SSD T9 等卓越的 B2C 固態硬碟產品，一再超越客戶期望

「Interbrand 全球最佳品牌排名」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（策略、同理心、差異化、顧客契合度、一致性、信任等）等多面向因素，估算出各品牌價值。其為全球歷史最悠久的品牌價值評鑑之一，極具公信力。