

三星電子公布 2022 年第三季營運績效

第三季度營收 76.78 兆韓元創歷年同期新高，營業利潤達 10.85 兆韓元

2023 年需求有望部分回穩，然總體經濟仍有變數

三星電子公布截至 2022 年 9 月 30 日止的第三季營運績效。

合併營收達 76.78 兆韓元，力抗景氣逆風創下歷史新高；營業利潤達 10.85 兆韓元，較上一季衰退 23%。三星 2022 年營收已連三季攀峰，預期全年表現有望超越 2021 年紀錄再締新猷。

記憶體事業部受到客戶庫存調整幅度超過市場預期，加上消費性產品需求未見好轉的影響，獲利呈現衰退。系統半導體 (System LSI) 事業部因智慧型手機和電視需求疲弱導致獲利下滑，但晶圓代工事業部受惠於先進製程良率改善，單季營收創新高。

三星顯示器 (SDC) 方面，摺疊手機等旗艦新機齊發帶動需求，行動裝置面板營收改寫新紀錄；大型面板業務受到電視與顯示器需求低迷的影響，仍呈虧損。

MX (行動通訊) 事業部受益於摺疊機等旗艦手機和穿戴新品熱銷，獲利表現持穩。網路事業部在海外屢有斬獲，爭取到 Comcast 新訂單，帶動獲利較上一季成長。

影像顯示事業部雖提高旗艦產品銷量，仍不敵整體需求不振與成本壓力，第三季獲利衰退。數位家電事業部優化產品組合，但依然面臨需求冷清和材料與物流成本上漲的挑戰。

第三季美元兌韓元走強有利零組件業務，匯兌收益對營業利潤貢獻約 1.0 兆韓元。

展望第四季，記憶體事業部預期核心基礎架構投資力道增強，伺服器基本需求無虞，但客戶可能將持續消化庫存。三星將積極滿足市場對高密度產品的需求，同時以維持 DRAM 獲利能力為首要目標。系統半導體事業部預期手機客戶推出新品將驅動系統單晶片 (SoC) 營收上揚；晶圓代工方面，全球客戶穩定下單和良率逐步提升，可望為獲利再添柴火。

三星顯示器受益於高階智慧型手機 OLED 面板需求暢旺，看好行動裝置面板獲利續揚。大型面板業務將著重擴大量子點 (QD) OLED 面板市佔，開拓新客源。

MX 事業部致力延續高階手機銷售熱況，並刺激平板與穿戴裝置買氣。因應全球經濟不確定性，三星將以維持獲利能力為營運重點。網路事業部計劃擴展北美與日本等海外業務。

影像顯示事業部將優先搶攻高階市場，並提高成本效益以改善獲利能力。數位家電事業部則將把握年底旺季，衝刺高階產品與線上通路銷量，目標實現營收成長。

放眼 2023 年，市場需求有望回升至一定水準，但總體經濟仍存在不確定性。DS (裝置解決方案) 事業群將積極回應市場對高密度產品的需求，同時提升先進製程貢獻並拓展新型應用領域。裝置體驗 (Device eXperience, DX) 事業群將鞏固高階市場領先地位，並精進手機、電視與家電之間的多裝置串聯體驗。

記憶體事業部預期隨著資料中心恢復建置，伺服器相關需求將反彈，一掃上半年頹勢。考量產業整體產能成長有限，三星供貨策略將根據中期展望適時調整。系統半導體事業部將藉由重組 SoC 業務進一步強化競爭力，而晶圓代工事業部有信心擴大先進製程技術領先優勢，並取得高效能運算（HPC）和車用新訂單。

三星顯示器仍主攻高階智慧型手機，同時加強耕耘 IT 和遊戲等新型應用。大型面板業務將擴充產品陣容並增進效能表現，拉抬 QD-OLED 需求。

MX 事業部寄望摺疊機和 S 系列等旗艦機種銷量再增，以期達到營收成長目標。此外，三星計劃藉由推廣大螢幕高階平板、維持穿戴裝置銷售熱度，保持良好獲利能力。網路事業部將擴展海外業務，同時鞏固 5G 核心晶片和 vRAN（虛擬化無線存取網路）技術的龍頭地位，維持營收穩定向上。

影像顯示事業部將穩守超大螢幕與高階產品市佔領先優勢；數位家電事業部將持續研發創新的節能環保家電，並期望藉由高階產品帶動營收成長。

第三季三星電子資本支出達 12.7 兆韓元，其中 11.5 兆韓元應用於 DS 事業群，0.5 兆韓元投入 SDC。2022 年累計前九月資本支出達 33 兆韓元，DS 事業群佔其中 29.1 兆韓元，SDC 佔 2.1 兆韓元。

2022 年全年資本支出預估約為 54 兆韓元，其中 47.7 兆韓元分配給 DS 事業群，3 兆韓元用於 SDC。

記憶體事業部 2022 年資本支出集中於 P3 和 P4 廠基礎設施和 EUV（極紫外光）等先進技術，進一步強化市場競爭力。晶圓代工事業部遵循「Shell-First」策略，將資金應用於擴充 Taylor 廠和平澤廠產能，回應市場對 EUV 先進製程的需求。SDC 投資重點為增加柔性行動裝置面板產能和優化 QD-OLED 大型面板生產效率。

晶圓代工獲利衝上新高；記憶體第四季力拚位元成長優於產業水準

半導體事業部第三季合併營收達 23.02 兆韓元，營業利潤達 5.12 兆韓元。

記憶體事業部受到客戶庫存調整幅度超過市場預期影響，加上消費性產品需求持續走弱，DRAM 與 NAND 位元成長均不如預期，獲利較上一季衰退。

面臨產業整體需求加劇放緩，DRAM 業務謹慎採取以獲利為主的銷售策略，使庫存水位略微增加。至於 NAND 記憶體，三星穩定增加行動裝置與伺服器 OEM 應用的高密度產品銷售比重，加強產品陣容競爭力，但整體位元成長仍低於財測。

進入第四季，三星將專注於滿足客戶對高密度與高效能產品的需求，達到 DRAM 與 NAND 位元成長優於產業水準的目標。

DRAM 方面，三星將持續強化成本競爭力和保持獲利能力，包括將伺服器 DRAM 加速轉進至先進節點，並預備採用 16GB 顆粒的產品，以因應 64GB 以上高密度搭載趨勢。此外，亦將全力配合旗艦新機配置 LPDDR5x 的需求，進一步鞏固領先優勢。至於 NAND 記憶體，三星將積極出

貨高效能與高密度產品，同時善用 NAND 價格彈性優勢繼續爭取新訂單。

展望 2023 年，儘管地緣政治動盪，上半年市場需求可能受到一定程度影響，但受惠於資料中心恢復建置和新 CPU 擴大採用 DDR5，後市回穩可期。產能方面，考量產業整體產能成長有限，三星將依據中期展望適時調整供應策略。其中，配合客戶需求升溫，供貨聚焦 DDR5、LPDDR5/x 等新型介面和高密度產品，有助三星維持市場主導地位。

系統半導體事業部因主要零組件需求減少，第三季獲利下滑。然 5G 產品比重增加推升 SoC 營收，且三星拿下車用 SoC 的 OEM 訂單，為中長期營運奠定穩固基礎。

邁入第四季，在主要手機客戶發表新機帶動下，SoC 營收看增，三星亦規劃量產中低價位新產品。

2023 年三星將拉高大眾化 SoC 銷售占比，同時強化旗艦產品競爭力與市場地位。亦將與晶圓代工廠密切合作，確保各類 200MP 影像感光元件供應順暢。

晶圓代工事業部第三季營收和營業利潤雙創單季新高，歸功於先進製程良率穩定提升，對營收的貢獻亦增加。

繼成功量產與出貨全球首款 3 奈米 GAA 產品後，三星公佈新世代 2 奈米與 1.4 奈米路線圖，技術實力領先群雄。

進入第四季，三星所有應用類別需求強勁，並透過優化產品組合實現產能最大化，以及先進製程產能比重提高，預期營收季增幅達雙位數。而 2022 年全年營收與營業利潤更有望締造新紀錄。

展望 2023 年，總體經濟變數、景氣放緩和客戶庫存調整可能暫時削弱上半年需求。然而，下半年受到新訂單進入量產支撐，加上 HPC、資料中心和車用需求增溫，預期全年仍將交出成長表現。

行動裝置面板獲利躍進；大型面板加碼佈局 QD-OLED

三星顯示器 (SDC) 第三季合併營收達 9.39 兆韓元，營業利潤達 1.98 兆韓元。

第三季主要手機客戶新機上市挹注需求，行動裝置面板獲利年增率、季增率同步成長。三星專攻高階 OLED 策略奏效，獲利站上單季新高。

大型面板方面，儘管 QD-OLED 銷售表現亮眼，但初期投資成本高，使得營運仍處虧損。

第四季智慧型手機和 IT 市場迎來傳統旺季，但在消費者縮手之下，預期成長幅度可能不若以往。面臨景氣逆風，三星將把握高階市場的競爭優勢與匯兌利多，盼維持上一季獲利水準。

展望 2023 年，雖然總體經濟仍有挑戰，但三星將提前進行投資、研發差異化技術並有效控管生產品質與良率，維持穩健獲利。同時將與客戶密切合作以提高 OLED 面板市佔，將著重 IT、車用和遊戲等新型應用領域，彰顯採用 OLED 的效益。

其中，AR/VR 產業預計從 2023 年起展翅高飛，三星將依據客戶需求研發相關技術，全面升級供

應鏈管理，站穩市場領導地位。

旗艦機熱賣助推手機業務；2023 年目標達到營收成長與獲利穩健

MX（行動通訊）與網路事業部第三季合併營收達 32.21 兆韓元，營業利潤達 3.24 兆韓元。

MX 事業部在新款智慧型手機和穿戴裝置助攻下，營收與營業利潤雙雙優於上一季。Galaxy Z Fold4 和 Z Flip4 銷量超越前代機種，在不景氣中逆勢突圍。上半年推出的 Galaxy S22 旗艦系列持續熱銷，營收較 2021 年同期大幅成長。

展望第四季，儘管地緣政治衝突和全球經濟隱憂仍在，受益於年底旺季需求，預期智慧型手機和穿戴裝置表現將優於上一季。三星將竭力延續摺疊機和 S22 系列等旗艦產品的熱絡買氣，並力推平板和穿戴裝置等 Galaxy 裝置生態圈產品。此外，新款主流手機的發表亦將促進業績更上層樓。

2023 年全球經濟持續動盪，三星預期智慧型手機和穿戴裝置仍將逆勢成長。平板方面，雖然中低階市場將略微降溫，但仍看旺高階需求。透過維持摺疊機熱度和拉抬 S 系列買氣，有助三星優化產品組合，為營收添翼。另一方面，三星將完善高階平板陣容，並結合 S Pen 等功能增進使用體驗，交出更亮眼成績。

不只如此，三星計劃以 SmartThings 為核心打造便捷的多裝置體驗，並推廣 Galaxy 裝置生態圈產品，多方增添獲利動能。三星盼藉由上述努力，實現 2023 年營收上揚與獲利穩增的目標。

影像顯示事業部持續引領高階市場發展

影像顯示與數位家電事業部第三季合併營收達 14.75 兆韓元，營業利潤達 0.25 兆韓元。

第三季因旺季效應，整體電視需求高於上一季，但全球經濟乏力抑制消費，表現弱於 2021 年同期。影像顯示事業部受到需求疲弱、成本上升，與部分地區外匯條件不利等因素影響，導致獲利衰退。然而，三星在高階市場依然穩居主導地位。

展望第四季，年底買氣將推動市場需求較上一季改善，但整體經濟風險仍在。三星將把握黑色星期五購物節（Black Friday）和全球體育賽事等商機，衝高 Neo QLED 量子電視、設計生活系列和超大尺寸電視業績。同時透過優化營運與成本管理，實現穩健的獲利能力。

放眼 2023 年，預期整體電視市場仍陷停滯，但超大尺寸電視等高階產品需求持續暢旺。三星將鎖定高階產品進行創新，並加強落實永續與環保承諾。