

三星電子公布 2022 年第二季營運績效

第二季度營收 77.2 兆韓元創歷年同期新高，營業利潤達 14.1 兆韓元
因應全球經濟的不確定性，下半年 DS 事業群將聚焦先進製程節點與新型應用，
DX 事業群則強化其在高階市場的領導地位

三星電子公布截至 2022 年 6 月 30 日止的第二季營運績效。

合併營收達 77.2 兆韓元，創歷年第二季新高，營業利潤達 14.1 兆韓元，較去年成長 12%。DS（裝置解決方案）事業群連續兩季營收創歷史新高，裝置體驗（Device eXperience，DX）事業群營收則較去年同期顯著成長。

記憶體事業部獲利提升，年增率、季增率同步走揚，主因三星重視市場需求，採取穩定平均售價的嚴謹銷售策略，全力滿足強勁的伺服器需求。系統半導體事業部（System LSI 與晶圓代工業務合併）單季獲利創新高，主要受惠於 System LSI 擴大產品陣容，同時晶圓代工事業部達成先進製程節點的良率目標，對全球客戶的供應量大幅提升。

三星顯示器（SDC）方面，行動裝置面板在手機客戶的強勁需求帶動下，第二季營收與獲利雙雙創歷史佳績。受累於量子點（QD）顯示器的初期生產成本上升、LCD 價格下滑，大型面板業務表現疲弱。

MX（行動通訊）事業部因材料與物流成本攀升，導致獲利衰減，但得益於高階機種強勁的銷售動能，營收較去年同期成長。網路事業部營收亦較上一季增加，並爭取到新客戶 DISH Network。

由於全球電視需求下滑，影像顯示事業部獲利衰退，而數位家電事業部營收連續兩季締造新猷，主要受益於全球 BESPOKE 設計品味系列家電銷量上漲。

受惠於美元持續走強，三星元件業務匯兌收益獲利提升，第二季營業利潤較前一季提升約 1.3 兆韓元。

展望下半年，預期宏觀經濟的不確定性將持續存在，DS 事業群將提升高附加價值產品的管理比重，同時發展先進製程節點與新型應用；DX 事業群則將繼續強化其在高階市場的領導地位和產品陣容。

記憶體事業部方面，預計伺服器需求持穩，但 PC 和行動裝置需求可能持續走軟。三星將密切關注各種因素對需求的影響，例如新款行動產品的發佈，並專注於管理高附加價值與高密度的產品組合。

系統半導體事業部計劃擴大 SoC 業務，同時鞏固其在感光元件領域的領導地位。至於晶圓代工事業部，三星目標爭取全球新客戶，以展現超越市場的成長幅度，並藉由開發第二代 GAA 製程，持續提升技術競爭力。

三星顯示器 (SDC) 得益於新款智慧型手機的推出，以及汽車、遊戲等應用領域的延伸，預計行動裝置面板業務獲利將會持續上揚。在量子點 (QD) 顯示器需求升溫的加持下，預計大型面板業務獲利將有所提升。

隨著摺疊產品躍升為新主流，以及三星力拼摺疊機銷售量超越 Galaxy Note 系列，預期 MX 事業部獲利表現穩健；網路事業部方面，三星計劃藉由擴展海外業務，延續營收成長動能。

影像顯示事業部的營運重點在於拉抬 Neo QLED 量子電視、Super Big、設計生活系列電視等策略產品的銷售動能，緊抓高階市場需求。數位家電事業部則將全力提升高階產品銷售量，以實現獲利成長目標。

三星第二季資本支出達 12.3 兆韓元，其中 10.9 兆韓元應用於 DS 事業群，0.8 兆韓元投入 SDC。與前一季大同小異，第二季的記憶體資本支出主要用於 P3 廠基礎設施，以及華城、平澤與西安廠的製程轉進。晶圓代工的投資重點，在於提升 5 奈米以下先進製程產能。

半導體單季營收破歷史新高

DS 事業群第二季合併營收達 28.5 兆韓元，營業利潤達 9.98 兆韓元。

記憶體事業部表現告捷，年增率與季增率皆呈現正成長，主因三星以嚴謹的銷售策略回應市場需求，加上美元走強帶來的利多，使 ASP 維持優於預期的水準。儘管伺服器需求持穩，但由於整體經濟的影響層面不斷擴大，行動裝置等消費產品的需求下降，導致 DRAM 和 NAND 位元出貨成長低於財測。

DRAM 方面，三星透過優化產品陣容，及積極回應以伺服器為主的強勁需求，使伺服器產品的單季銷售量，創下業界歷史最佳表現，但由於 PC 和行動裝置等消費產品的需求疲軟，整體位元成長不如預期。

至於 NAND 記憶體，三星繼續擴大伺服器 SSD 512Gb 以上高密度產品的銷售比重，並專注發展用戶端 SSD 和行動裝置的高密度趨勢，使 ASP 持續保有獲利空間。但由於行動裝置需求遠低於預期水準，導致整體位元成長不及預期。

展望下半年，預期資料中心客戶對核心基礎架構的持續投資，以及 AI 與 5G 等新興領域不斷擴

張，伺服器的基本需求將持穩。受累於部份 IC 元件的供應短缺，以及各界對經濟衰退、地緣政治問題的擔憂，客戶可能暫時調整庫存。

對 PC 和行動裝置等消費產品的需求可能持續走軟。PC 需求下滑的現象，可能延伸至企業市場。儘管如此，年終促銷季節的來臨，仍有望刺激消費需求。

面對劇烈震盪的市場環境，三星計劃依循過往策略，持續優化產品組合，主攻高密度和高附加價值的解決方案，並以靈活彈性的供應對策，回應市場環境與客戶需求。

DRAM 業務方面，三星預計繼續採取嚴謹的策略，避免銷售過度擴張，視市場需求隨時調配、管理供應。

NAND 業務方面，三星將專注於高密度產品為主的需求，並將價格彈性高的產品特性納入考量，以卓越的成本競爭優勢為基石，積極回應市場需求，持續鞏固市場主導地位。

得益於 DDI、大眾化 SoC 的供貨成長，以及匯率走勢帶來的正面影響，系統半導體(System LSI) 事業部獲利較上一季成長。三星搶先全球供應 2 億畫素感光元件，並積極擴大汽車 SoC 業務版圖，爭取到歐洲以外的美國客戶，進一步鞏固在感光元件領域的領導地位。

展望下半年，三星目標擴大 5G SoC 陣容及客戶群，最大化 2 億畫素感光元件的出貨量，取得超前的營收與獲利成長。

晶圓代工業務方面，受益於良率提升、以 HPC 為核心的先進製程需求強勁，以及來自各類應用對成熟製程的需求穩定，第二季營收刷新歷史記錄，單季利潤亦創新高。此外，三星於六月搶先全球進入 3 奈米 GAA 製程量產階段，進一步強化技術競爭力。

展望下半年，即使地緣政治、通貨膨脹問題依舊存在，三星仍看好 HPC 和 5G 相關需求將持續升溫。三星與客戶密切合作，藉由提升先進製程良率與適當的定價策略，實現優於市場的成長。

此外，三星計劃完成第二代 GAA 製程開發，以擴大客戶群及訂單規模。今年 10 月，三星也將於美國、歐洲、日本和韓國舉行實體論壇，進一步強化客戶關係。

下半年新產品上市，助力 SDC 獲利上揚

SDC 第二季合併營收為 7.71 兆韓元，營業利潤達 1.06 兆韓元。

儘管智慧型手機需求放緩，然受惠於旗艦級智慧型手機銷售暢旺，以及外匯走勢的利多加持，行動裝置面板營收仍較去年同期成長；此外，筆電與遊戲裝置擴大導入 OLED 面板，亦為營運注入

成長動能。

受累於 LCD ASP 下滑，以及 QD 面板開發的初始成本上升，大型面板業務持續虧損。但三星樂觀預期自 2022 下半年起，在 QD 面板良率快速提升、採用 QD 面板產品的品牌數攀升的帶動下，銷售額和獲利率將大幅提高。

展望今年下半年，就智慧型手機市場而言，受惠於主要客戶發佈新產品，三星預測獲利成長將優於上半年。但由於存在難以預測的外部因素，獲利可能較去年更不穩定。三星預期 OLED 面板銷量將繼續穩定擴大，且因高階產品線的銷售占比高，將較不受經濟波動影響。

在筆電部份，儘管預期市場將萎縮，但由於消費者對高解析度、反應時間快速的顯示器具有強烈的偏好，三星預測 OLED 面板在筆電市場的銷售量將繼續成長。

至於大型面板業務，隨著配備 QD 面板的新款電視和顯示器陸續於全球各地上市，三星將與客戶聯手促銷，積極向消費者傳達 QD 面板的卓越性，引領高階市場的前進。

下半年行動裝置業務聚焦旗艦產品銷售與多裝置體驗

MX 和網路事業部第二季合併營收達 29.34 兆韓元，營業利潤達 2.62 兆韓元。

除了受淡季影響，加上地緣政治與通膨壓力來襲，導致整體市場需求較上一季衰退。因零組件、物流成本上揚，以及匯率變動帶來的負面影響，獲利表現較前一季下降。

然而，第一季的供應短缺，已於第二季獲得大幅度的緩解，在 Galaxy S22 系列、Galaxy Tab S8 系列等旗艦機型穩健銷售的支撐下，三星營收較去年同期成長。

放眼下半年，因地緣政治局勢與全球經濟仍壟罩不確定性，三星預計智慧型手機的市場需求將與去年同期持平，或呈個位數成長。然而，三星目標推出主流摺疊新機，一舉擴大旗艦機種的銷售成績，並透過與全球夥伴的合作，創造更優質的顧客體驗。

雖然短期之內，全球智慧手錶市場可能受經濟乏力風險影響，但三星將藉由新款手錶的上市，壯大 Galaxy 生態圈的裝置陣容，延續強勁的成長動能。

此外，三星計劃導入更豐富的多裝置體驗，以 SmartThings 為中樞平台，為個人生活型態打造各種日常應用場景。雖然市場波動預計將持續一段時間，但三星將透過躍升主流的折疊機系列、以旗艦產品為核心的產品優化陣容，提升營運效率、力拼雙位數的獲利成長。

全力主攻高階產品，力抗宏觀經濟的不確定性

影像顯示事業部第二季合併營收達 14.83 兆韓元，營業利潤達 0.36 兆韓元。

第二季的電視市場需求疲弱，季增率與年增率雙雙下滑，前者主要受到淡季影響，後者則是因前一年受壓抑的消費需求被釋放，基期相對較高。消費需求亦受到通貨膨脹、高利率等宏觀經濟因素影響，導致單季營收與獲利下滑。

然而，三星將持續擴大策略產品，包括 Neo QLED 量子電視和設計生活系列電視的銷售布局，維持高階市場的主導地位。

邁入下半年，儘管進入需求旺季，全球運動賽事接連登場，但宏觀風險也將持續，為整體市場需求增添不確定性。

三星將密切關注瞬息萬變的市場局勢，並進一步提高策略產品的銷售比重，實現穩健的獲利表現。此外，三星將鎖定近期 B2B 需求復甦的數位看板市場，發展與通路夥伴的策略性合作關係；同時亦將主攻 Micro LED 和 Odyssey Ark 等創新產品，鞏固市場霸主地位。