

## 三星品牌價值呈雙位數成長 榮登 2022 全球最佳品牌前五強

三星連續二年品牌價值呈雙位數成長

根據全球品牌顧問公司 Interbrand 公佈 2022 年全球最佳品牌排名，三星電子躋身榜單前五名。Interbrand 每年定期公佈全球百強品牌，三星品牌價值高達 877 億美元，較 2021 年的 746 億美元成長 17%，連續三年穩居前五強。

此成果基於三星財務表現強勁，已恢復至近乎疫情前水準，且因數據流量成長帶動記憶體需求升溫。2021 年，三星品牌價值較 2020 年飆升 20%，今年持續維持雙位數成長。三星於 2012 年首次擠進前十強、排名第九，而後逐年向前推進，2017 年排名第六，2020 年晉升前五強。

三星電子執行副總裁暨行銷長李英熙 ( YH Lee ) 表示：「三星品牌價值連續兩年呈雙位數成長，皆歸功於全球消費者的支持。三星全體同仁將團結一心，致力創造更優質、更令人滿意的消費者體驗，藉以回報廣大消費者。」

### Interbrand 透過多面向評鑑機制，確立三星品牌價值

2021 年底，三星整併旗下 SET 事業群，並創建裝置體驗 ( Device eXperience ) 事業群，以提升產品之間的綜效，為消費者打造更上層樓的體驗。此外，三星成立「消費者體驗 - 跨裝置體驗中心」，強化跨裝置的串聯體驗。

除上述措施，三星整合橫跨各類產品的 SmartThings，打造更包羅萬象的生態圈及跨裝置體驗。SmartThings 亦讓消費者能淋漓盡致地運用三星裝置，及其已持有的第三方產品。

此外，三星亦成立未來世代實驗室 ( Future Generation Lab )，促進針對新世代活動交流的真實想法。三星將來自於該實驗室的深刻見解，應用於產品與行銷活動。

除了基於消費者體驗的創新產品，三星持續挹注資金開發前瞻技術，例如人工智慧 ( AI )、5G、汽車和機器人等，皆為三星成長注入動能。

### 三星各產品部門齊心努力，成果備受肯定，創造更優質的消費者體驗

#### 手機

- 基於消費者洞察打造的 Galaxy S22 系列相機創新並推出夜拍活動，鞏固其在摺疊手機領域的領導地位。
- 與 Google 和 Microsoft 攜手合作，強化用戶的互聯體驗。
- 藉由 Samsung Knox 平台，尊重用戶安全與隱私的價值。

## 網路

- 奠基於大規模商用體驗，引領虛擬化、開放性的網路創新之路。
- 透過領先市場的 5G 產品陣容（從 RAN、Core 到自動化工具），推動 5G 產業的未來發展。
- 借助提升能效的智慧網路方案，落實企業 ESG 承諾。

## 影像顯示

- 高階電視的持續創新，包括 Micro LED、Neo QLED 8K / 4K 量子電視。
- 強化以消費者生活型態為導向的產品陣容，例如 The Frame 美學電視、The Freestyle 微型智慧投影機。
- 為消費者提供嶄新的遊戲體驗，包括 Samsung Gaming Hub 和 Odyssey Ark。

## 家電

- 將 Bespoke 設計品味系列的應用場域，從廚房延伸至整個居家空間，涵蓋衣物呵護、地板清潔、空氣清淨等領域。
- 透過產品實現永續發展價值（主要產品的高效節能；數位變頻壓縮機的保固；攜手 Patagonia 對抗洗衣機產生的塑膠微粒汙染）。
- 透過線上與線下活動，為 Bespoke 粉絲創造連連驚喜。

## 半導體

- 投資新世代技術和產能，確保先進應用的穩定供貨（斥資 170 億美元於德州興建生產線；在器興研發園區投入 20 兆韓元規模資金）。
- 實現業界第一的半導體創新，提高產品效能和能效（領先業界投入 3nm GAA 量產）。
- 開發創新的記憶體解決方案，以因應數據密集型任務的爆發性成長，例如 AI 和 ML（CXL 記憶體、HBM-PIM、第二代 SmartSSD）等領域，並擴大策略夥伴關係以克服新的產業挑戰。
- 突破邏輯解決方案的極限，打造升級的用戶體驗與嶄新機會（5G Exynos Modem、Exynos 2200、200MP ISOCELL HP3）。

Interbrand 的全球最佳品牌排名，透過詳盡分析財務表現、品牌對於購買行為的影響力，以及品牌競爭力等多面向因素，估算出各品牌價值。