

三星電子公布 2023 年第四季與全年度營運績效

DRAM 業務第四季獲利傳捷報，目標強化 DDR5 領導地位、滿足 HBM 市場需求

受宏觀不確定性影響，上半年獲利緩步復甦，下半年可望顯著改善

三星電子公布 2023 年第四季與全年度營運績效。

截至 2023 年 12 月 31 日，第四季合併營收達 67.78 兆韓元，營業利潤達 2.82 兆韓元。全年營收達 258.94 兆韓元，營業利潤達 6.57 兆韓元。

第四季營收和營業利潤優於第三季，主要得益於價格上揚帶動記憶體業績改善，以及高階面板產品銷售持續暢旺。

展望 2024 年第一季，三星將主攻高附加價值產品的銷售，提升獲利表現。零組件業務部份，將以滿足市場對先進產品、生成式 AI 應用的需求為目標，裝置體驗 (DX) 事業群將強化智慧型手機及其他消費類產品的 AI 功能。

儘管總體經濟仍存在不確定性，記憶體市場和 IT 需求可望於 2024 年持續復甦。三星將滿足半導體對 AI 應用的需求，並延伸至 AI 消費產品市場。同時，三星將強化其高階產品領域的領導地位，及在先進節點半導體領域的競爭優勢。

由於宏觀經濟不確定性持續波動，短期內將對商業環境造成壓力，三星預計 2024 年上半年收益將緩步回溫，下半年有漸入佳境之勢，收益可望顯著改善。

2023 年三星電子資本支出合計 53.1 兆韓元，其中 48.4 兆韓元應用於裝置解決方案 (DS) 事業群，2.4 兆韓元投入三星顯示器 (SDC)。第四季資本支出合計 16.4 兆韓元，其中 DS 占 14.9 兆韓元，SDC 占 0.8 兆韓元。

記憶體支出集中於建造南韓平澤廠的基礎設施，以及擴大 HBM、DDR5 和其他先進節點的產能。晶圓代工事業部資金主要用於擴張平澤廠先進 EUV 的 5 奈米 (nm) 製程產能，以及加州泰勒 (Taylor) 廠的基礎設施。SDC 投資重點為 IT OLED 產品及可撓式面板。

2024 年半導體需求將逐步復甦

DS 事業群 2023 年第四季合併營收達 21.69 兆韓元，營業損失為 2.18 兆韓元。

記憶體事業部方面，整體市場較上一季有所回溫，PC 和行動裝置的平均容量持續增加。隨著整體 IT 產業對生成式 AI 的投資不斷擴大，伺服器需求出現回升跡象。

記憶體事業部亦聚焦於促進高附加價值產品銷售，大幅拉升 HBM、DDR5、LPDDR5x 和 UFS 4.0 等先進解決方案的銷售額。因此，其位元成長幅度優於市場表現，DRAM 和 NAND 加速去庫存化。DRAM 業務因價格上漲傳出獲利捷報。

展望 2024 年第一季，雖然市場狀況有待密切關注，PC 和行動需求預計將繼續穩步成長，而伺服器 and 儲存需求亦將嶄露復甦曙光。就產業供給面而言，儘管整體市場的先進產品位元成長預計受限，消費者對先進節點產品的需求料將維持強勁態勢。記憶體事業部將全力因應先進產品的市場需求，同時積極滿足 HBM、生成式 AI 相關伺服器 SSD 的市場需求，為獲利表現注入成長動能。

展望 2024 年，儘管存在各種潛在挑戰，包括利率政策和地緣政治問題，記憶體事業部預期市場將繼續回升。在 PC 和行動裝置方面，受到智慧終端 AI (On-Device AI) 的擴張影響，預計 PC 和行動裝置的平均容量將持續上升。就伺服器而言，伺服器更換及新平台的轉移，有望刺激需求逐漸回溫。此外，記憶體事業部計劃發揮先進節點的競爭優勢，全力衝刺獲利表現。

在 DRAM 業務方面，三星力求及時提升新世代 HBM3E 產量，強化其在高密度 DDR5 市場的領導地位，同時鞏固 HBM 競爭力。至於 NAND，為回應客戶對高密度儲存的需求，記憶體事業部將以領先業界的腳步率先佈局 QLC 市場，並引領生成式 AI 應用的 Gen5 SSD 市場。

系統半導體 (System LSI) 事業部第四季獲利有所改善，主因得益於庫存調整及主要客戶旗艦機型選用 Exynos 2400 所致。

展望 2024 年第一季，新型 SoC 和高畫素感光元件的銷售預計將持續強勁。然而，部份 SoC 市場需求預期下降，導致收益出現衰退 - 主因行動顯示驅動 IC (DDI)，整體收益成長恐受限。然而，智慧終端 AI (On-Device AI) 的導入有望激起消費者的換機欲望，為低迷的局勢帶來曙光。

儘管智慧型手機市場有望在 2024 年反彈，晶片價格正常化和財務成本上升，將侵蝕零組件廠商的推廣能力，削弱需求成長力道。

系統半導體 (System LSI) 事業部將運用 AI 的拉抬力道，同時最大化 SoC、感應器、LSI 業務競爭力，確保未來的成長動能。該事業部計劃持續改良裝置功能，例如提升 NPU 效能，以及機型的輕量化。在感光元件方面，即使環境充滿不確定性，但隨著 IT 裝置採用為數更多的 OLED，高畫素感光元件與 DDI 的銷售可望進一步拓展，實現成長目標。

受累於全球經濟復甦遲緩，晶圓代工事業部收益出現下滑。雖存在挑戰，三星仍積極開發 3 奈米 (nm) 和 2 奈米 (nm) Gate-All-Around (GAA) 製程技術，並計劃拓展至採用先進製程技術的新興應用領域。此外，晶圓代工事業部 2023 年訂單量創歷年新高。

展望今年第一季，AI 智慧型手機、AI PC 等新產品的上市，可望刺激需求成長。然而，隨著客戶持續減少庫存，收益增長面臨挑戰。儘管如此，晶圓代工事業部將持續以提升良率、優化第二代 3 奈米 (nm) GAA 製程為首要任務。該事業部亦拿下包括 HBM、先進封裝在內的 2nm AI 加速器訂單。

隨著智慧型手機、PC 需求逐漸於 2024 年回溫，先進製程預計將使晶圓代工市場重返 2022 年榮景。晶圓代工事業部將持續穩定 3nm GAA 製程的量產、開發 2 奈米 (nm) 製程；而在快速成長的應用領域，該事業部將搶攻諸如 AI 加速器等訂單。

行動裝置面板主攻智慧型手機和 IT / 汽車應用；大型面板力求獲利改善

SDC 第四季合併營收達 9.66 兆韓元，營業利潤達 2.01 兆韓元。

行動裝置面板業務方面，智慧型手機市場需求較去年同期小幅成長。儘管本季面臨多重挑戰，SDC 藉由即時供貨主要客戶、專攻其產品組合的高階機型，業績表現與前一季持平。

大型面板業務方面，儘管因經濟環境不佳，導致需求持續疲弱，但在年底智慧顯示器需求旺季的支撐下，SDC 實現銷售成長並降低虧損。

展望 2024 年第一季，受累於面板廠競爭加劇、季節性需求疲軟，行動裝置面板業務收益將下滑。

在大型顯示器業務方面，儘管面臨需求疲軟、淡季影響等挑戰，SDC 將繼續努力不懈，藉由推出新型 QD-OLED 面板、拓展客群減少虧損。

展望 2024 年，因全球經濟放緩、地區衝突的長期化風險，預計智慧型手機市場需求將陷入低迷。儘管如此，SDC 的未來佈局重點，在於善用其在智慧型手機市場的差異化技術與實力，特別是在競爭激烈的高階市場，挹注銷售成長。此外，SDC 亦計劃進一步強化其在 IT、汽車領域的未來成長動能。

宏觀經濟環境仍存在不確定性，對大型面板業務構成挑戰，然而，隨著運動賽事即將到來，SDC 預計智慧顯示器需求將略為回暖。SDC 將密切關注市場發展，藉由將 QD-OLED 顯示器導入其產品組合，在不需擴大投資的情況下，同步提高生產效率與產能，進而提振獲利表現。

MX 維持雙位數獲利成長，以 Galaxy AI 樹立行動 AI 的全球標竿

行動通訊 (MX) 與網路事業部第四季合併營收達 25.04 兆韓元，營業利潤達 2.73 兆韓元。

儘管持續通膨及地緣政治不穩定，但在高階市場的推動下，智慧型手機市場需求較去年同期略有成長。

MX 事業部銷售與獲利表現均較上一季減少，主因智慧型手機銷量下滑，包括來自第三季的旗艦新機效應退燒。然而，在新品上市的帶動下，平板出貨量大幅成長，包括高階產品的穩健銷售。在節慶旺季期間，穿戴裝置亦維持亮麗的銷售業績。

展望 2024 年第一季，受季節性因素影響，預計智慧型手機市場需求將下滑，但高階市場料較去年同期成長。因此，MX 事業部計劃善用 Galaxy S24 旗艦系列新機包括其搭載的最新 AI 技術、更出色的產品競爭力等優勢，擴大旗艦產品銷售。MX 事業部亦將繼續聚焦於營運效率。

由於全球經濟復甦有望，帶動消費者信心趨於穩定，2024 年智慧型手機市場需求將反彈，進而拉抬市場成長，尤其是高階市場。平板市場亦將走勢好轉，而穿戴裝置市場前景看好，智慧手錶有望實現雙位數的傲人成長，真無線立體聲 (TWS) 裝置則有小幅成長。

MX 事業部以引領 AI 智慧型手機市場為目標，其具體做法包括將 Galaxy AI 整合至 S24 旗艦系列，為用戶打造差異化體驗，同時強化用戶體驗、為摺疊裝置優化 Galaxy AI。MX 事業部將藉由以上途徑，力拼旗艦機全年出貨量達雙位數成長，並鞏固其在摺疊機市場的領導地位。

此外，MX 事業部將持續衝刺高階平板機型的銷售。在穿戴裝置方面，該事業部將藉由整合 AI 技術，大力提升三星 Galaxy 生態圈體驗，並強化智慧手錶的健康功能，同時提升智慧型手機的搭售率。

為因應不穩定的市場條件，MX 事業部透過以上措施力求實現收益成長，並將持續優化資源，確保穩健的獲利表現。最後，MX 事業部將加碼研發與投資，加重佈局具成長潛力的領域，諸如生成式 AI、數位健康、XR 等。

影像顯示和數位家電事業部引領 AI 新紀元

影像顯示與數位家電事業部第四季合併營收達 14.26 兆韓元，營業虧損為 0.05 兆韓元。

受季節性因素影響，智慧顯示器第四季整體市場需求較去年同期成長，然因高階市場的消費情緒減弱，業績表現不如去年同期。

影像顯示事業部專注於高附加價值產品銷售 - 包括 Neo QLED、OLED 和 75 吋以上的大型智慧顯示器，藉以擴大其在高階市場的領導地位，積極把握旺季如黑色星期五的需求高峰。

然而，由於智慧顯示器需求陷入停滯，加上競爭加劇導致成本上揚，獲利成長較前一季、去年同期有所下滑。

展望 2024 年第一季，整體智慧顯示器需求預期受淡季影響下滑，但高階市場將不受影響 - 包括 Neo QLED、OLED 和 75 吋以上的大型智慧顯示器，預計高階市場需求仍將維持強勁。

影像顯示事業部將力推於 CES、First Look 發表的新款高階機型以擴大知名度，並專注於策略產品的銷售、實現獲利目標，未來將採取更積極的行動，推廣差異化產品和服務。

放眼 2024 年，國際體育賽事的接連登場可望帶動換機熱潮，緩解智慧顯示器市場的需求下滑。然而，宏觀經濟形勢仍將充滿不確定性。

影像顯示事業部將大力推動高階、Lifestyle 設計生活系列產品陣容的創新與多元化，滿足不同的消費需求。此外，該部門將以自家的新世代 AI 處理器、Tizen 作業系統作為驅動力，在超連結、客製內容與服務方面持續求新求變，引領產業邁向 AI 新紀元。