

三星電子公布 2023 年第二季營運績效

第二季營收達 60.01 兆韓元，營業利潤 0.67 兆韓元

下半年全球 IT 需求和商業環境將逐漸復甦；宏觀經濟風險依然存在

三星電子公布截至 2023 年 6 月 30 日止的第二季營運績效。

第二季合併營收達 60.01 兆韓元，較上一季下滑 6%，主要因裝置解決方案 (Device Solutions · DS) 事業群營收略有回升，但智慧型手機出貨量下降。受惠 DS 事業群虧損收窄，且三星顯示器 (SDC) 和數位家電事業部獲利好轉，營業利潤上升至 0.67 兆韓元。

記憶體事業部營運績效優於上一季，主要因看好 AI 應用的強勁需求，專注於高頻寬記憶體 (HBM) 和 DDR5 產品，使 DRAM 出貨量優於預期。而系統半導體 (System LSI) 事業部獲利表現因主要應用需求疲軟，導致利用率下降而出現下滑。

在行動裝置面板業務方面，因高階面板銷售表現穩健，收益與上一季持平，而大型面板業務持續聚焦高階市場 QD-OLED 產品。

得益於高階智慧顯示器和數位家電的銷售成長、成本結構改善與運營效率提升，裝置體驗 (Device eXperience · DX) 事業群獲利表現強勁。網路事業部在北美、日本等主要海外市場的營收下滑。

因便攜式、真無線立體聲等消費類音訊產品的市場需求拉升，Harman 營收、獲利雙雙告捷。此外，本季 Harman 亦斬獲史上最大的汽車訂單。

由於韓元兌美元、歐元和主要新興市場貨幣走弱，為公司整體獲利帶來正面效應。

全球需求預計將於今年下半逐漸復甦，盈收有望因零組件業務的回溫而好轉。但宏觀經濟風險揮之不去，恐對需求復甦造成挑戰。

DS 事業群看好需求復甦，將專注於高附加價值產品如 DDR5、LPDDR5x 和 HBM 的銷售。該事業群將藉由加大對基礎設施、研發和封裝技術的投資，進而提升 Gate-All-Around (GAA) 製程良率，持續強化中長期的競爭優勢。

隨著主要客戶推出新款智慧型手機，有望帶動 SDC 行動面板業務的盈收成長，大型面板業務將供應超大型面板以滿足年末的季節性需求。

DX 事業群計劃藉由推出新款摺疊機與穿戴裝置，及衝刺高階智慧顯示器和生活家電銷量，維持穩定的獲利能力。網路事業部旨在爭取新單為營收表現增添動能，並同時鞏固其在 5G 核心晶片和 vRAN (虛擬化無線存取網路) 領域的技術優勢。

數位家電事業部將於全球擴展 Bespoke 設計品味系列產品，為支援 SmartThings 平台 Energy Savings Mode 的節能產品注入銷售動能，而 Harman 則透過提振消費類音訊產品的銷售提升獲利表現。

三星電子第二季資本支出合計 14.5 兆韓元，其中半導體投入 13.5 兆韓元，顯示面板為 0.6 兆韓元。記憶體事業部資本支出集中於完善 P3 廠基礎設施和 P4 廠架構，為中長期供應量做準備。晶圓代工事業部將資金持續應用於建置美國德州泰勒廠和韓國平澤廠，以因應先進製程節點的需求；顯示面板則投入在基礎設施和提升顯示模組生產品質。

受惠於市況穩健，記憶體事業部業績成長

DS 事業群第二季合併營收達 14.73 兆韓元，營業損失為 4.36 兆韓元。

儘管 DRAM 和 NAND 價格下修有限，記憶體事業部仍展現優於上一季的良好表現。雖整體採購需求因伺服器客戶繼續進行庫存調整尚未恢復，然而因生成式 AI 需求強勁，資料中心以 AI 伺服器作為投資布局重點。

在 DRAM 部份，記憶體事業部除了拓展伺服器的銷售版圖，亦擴大了消費級應用、顯卡和車用的銷售，積極滿足 DDR5 和 HBM 對生成式 AI 應用的需求成長，使位元成長超越預估水準。

至於 NAND，記憶體事業部以具有競爭優勢的 UFS 4.0，積極回應旗艦智慧型手機的需求，同時藉由提升遊戲裝置、品牌產品的銷售，使位元成長達到預估水準。與此同時，售價跌幅亦較上一季明顯收斂。

展望下半年，由於產業擴大減產規模，市場有望逐漸趨於穩定，客戶端庫存調整力道將逐漸減弱。

在行動裝置與 PC 應用部份，由於主要客戶的庫存水位正常化，下半年新型智慧型手機的推出和 PC 促銷，有望刺激 Set-Build 需求。

預計伺服器需求將逐漸回溫，產品方面，DDR4 和 DDR5 的需求亦有望獲得改善。

基於依市況變化而調整供應的靈活性，記憶體事業部將優化產品組合聚焦高附加價值與高密度產品。在 DRAM 方面，為強化其在高效能伺服器、高階行動裝置領域的領導地位，記憶體事業部將迅速提升 DDR5、LPDDR5x 和 HBM 等先進產品的銷售占比。

回顧第二季度，由於半導體需求遲遲未見復甦力道，加上客戶持續進行庫存調整，系統 LSI 半導體事業部獲利表現不如預期。

然而，系統 LSI 半導體事業部 2025 年高階車型榮獲韓國 OEM 汽車 SoC 設計大獎，並繼續擴大 SoC 應用，包括積極與歐洲客戶洽談中長期合作。

系統 LSI 半導體事業部延伸其應用廣度，使其涵蓋安全業務的指紋認證卡，以及電源管理 IC 業務的電池管理系統 (BMS)。

展望 2023 下半年，由於消費者信心低迷，加上中國重新開放的腳步不如預期，可能會使行動裝置等主要應用的需求延遲復甦。

系統 LSI 半導體事業部透過積極作為，推動對於主要客戶的服務回歸正軌，包括確保旗艦機型的產品效能，並推出智慧型手機以外的新型業務方案。在車載 SoC 方面，亦將持續專注於爭取 2026 年歐洲 OEM 訂單。

受惠於部份美國客戶的拉貨力道提升，晶圓代工事業部盈收較上一季成長，但受累於晶圓廠擴張、短期需求充滿不確定性，導致產能利用率下降，營業利潤大幅縮水。

得益於 3 奈米 GAA 製程進展穩定，晶圓代工事業部順利以 GAA 技術量產第三項產品，且第二代 3 奈米與 2 奈米 GAA 技術的開發，亦按計劃進展順利。

晶圓代工事業部於美國和韓國成功舉辦 SFF / SAFE 2023 活動，揭示其製程路線圖和各種技術創新。該事業部與其生態圈夥伴共組 Multi-Die Integration Alliance。

展望 2023 下半年，儘管仍充滿不確定性，但預計需求將逐漸回溫。

晶圓代工事業部將藉由優化功耗、效能與面積 (PPA)，提升 3 奈米 GAA 製程的開發良率，並積極爭取主要客戶擴大訂單，為未來的業績成長奠定基礎。

該事業部將持續開發諸如 8 奈米 eMRAM 等成熟製程，以及汽車應用的 8 吋技術，致力擴大產品陣容規模。

SDC 新型技術助攻獲利躍進

SDC 第二季合併營收達 6.48 兆韓元，營業利潤達 0.84 兆韓元。

在行動裝置面板方面，SDC 藉由提供效能與技術卓越的 OLED 面板，業績表現與上一季持平，並保持其市場佔有率。

在大型面板業務方面，SDC 藉由提升良率與生產力，持續強化業務基本面，並透過以超大型 77 吋智慧顯示器為核心的產品陣容升級，鞏固其在 QD-OLED 產品的龍頭地位。

展望今年下半年，由於 SDC 的數家行動面板客戶即將發佈新產品，可望為獲利帶來正面挹注。SDC 更將運用其在 HIAA 和 HOP 等新領域積累的技术實力，旨在領先競爭對手，配合客戶新品量產規劃。

下半年，大型面板需求仍存在不確定性。對於業績一向亮眼的超大尺寸智慧顯示器，SDC 將與客戶合力衝刺銷量。此外，今年五月 SDC 收購微型顯示器製造商 eMagin。看好延展實境 (XR) 的快速成長潛力，SDC 將積極開發相關技術，力拼成為市場的領頭羊。

下半年聚焦摺疊新機與 Galaxy 生態圈裝置

行動通訊 (MX) 與網路事業部第二季合併營收達 25.55 兆韓元，營業利潤達 3.04 兆韓元。

由於宏觀經濟狀況持續惡化，包括高利率和通貨膨脹，整體市場需求較上一季下降。

因第一季上市的 Galaxy S23 旗艦系列新機效應逐漸消退，導致 MX 事業部業績下滑。經濟情勢持續低迷，大眾市場復甦腳步緩慢，進一步影響第二季銷售表現。

儘管如此，上半年 Galaxy S23 旗艦系列的銷售量與銷售額，皆優於前一代機型。

在主要原物料價格持穩的支撐下，MX 事業部透過優化研發、製造與物流的整體營運效率，維持雙位數的獲利成長。

展望 2023 下半年，整體智慧型手機市場有望較去年同期成長、重返往日榮景，尤其是高階市場。

然而，因全球經濟烏雲籠罩，外部對市場成長預測數字下修。

在平板業務部份，預計整體市場將大致持平，但高階市場將有所成長。

MX 事業部將聚焦最新上市的 Galaxy Z Flip5 和 Galaxy Z Fold5 系列，這些產品深具差異化，重新定義用戶體驗，進一步鞏固其在全球摺疊智慧型手機市場的王者地位。

針對 Galaxy S23 旗艦系列和 Galaxy A 系列，MX 事業部將密切與銷售夥伴合作，於各市場推出不同銷售方案，藉以拉抬銷售額。

MX 事業部亦側重於提升平板與穿戴裝置銷售表現，強力主打本周 Galaxy Unpacked 發表的高階機型。

MX 事業部計劃透過以上積極作為，提振 2023 年度營收表現，藉由提升營運效率，力拼雙位數的獲利成長。

影像顯示與數位家電事業部後市可期，下半年續開紅盤

影像顯示與數位家電事業部第二季合併營收達 14.39 兆韓元，營業利潤為 0.74 兆韓元。

儘管因季節性的消費趨勢，導致智慧顯示器需求較上一季下降，但相較去年同期，需求疲弱情況開始緩解。影像顯示事業部主攻高附加價值產品，例如 Neo QLED / OLED / 超大型智慧顯示器等，同時降低整體成本，銷售表現優於去年同期。

展望 2023 下半年，影像顯示事業部預計隨著時序進入旺季，可望緩解因商業環境不確定性續存，而導致的整體智慧顯示器需求不振的困境，而高階市場預計將延續強勁走勢。

影像顯示事業部將透過創新性產品，包括 98 吋超大螢幕、Micro LED 產品系列，以及全球首款大型 OLED 電競顯示器，搭配消費者高度關注如環境、安全相關之差異化行銷策略，持續穩坐業界龍頭寶座。此外，該事業部將把握旺季商機，祭出極具吸引力的促銷策略，主推 Neo QLED、OLED 與 Lifestyle 等明星產品。