

## 三星電子公布 2023 年第一季營運績效

第一季營收達 63.75 兆韓元，營業利潤 0.64 兆韓元

預估下半年全球市況轉好，有望帶動需求反彈

三星電子公布截至 2023 年 3 月 31 日止的第一季營運績效。

第一季合併營收達 63.75 兆韓元，較上一季下滑 10%，反映總體經濟動盪，消費支出放緩。營業利潤達 0.64 兆韓元，裝置解決方案 ( Device Solutions，DS ) 事業群面臨需求下降之壓力，裝置體驗 ( Device eXperience，DX ) 事業群獲利逆勢上揚。

DS 事業群第一季獲利較上一季衰退，主要受到記憶體需求疲弱、晶圓代工產能利率下降，以及客戶訂單未起色與庫存調整影響。

三星顯示器 ( SDC ) 在市場萎縮情況下，第一季行動裝置面板獲利呈現季度下跌，而大型面板虧損小幅收窄。

DX 事業群受惠於 Galaxy S23 旗艦系列高階手機熱銷，加上調整產品組合，主推頂規電視的銷售策略奏效，第一季業績成長。

就外匯變動而言，韓元兌美元、歐元和主要新興市場貨幣走升，導致第一季營業利潤出現約 0.7 兆韓元的匯損，以零組件業務影響最為顯著。

進入第二季，雖然整體市況仍不見好轉，但 DS 事業群將專注於採用環繞式閘極 ( Gate-All-Around，GAA ) 架構的 2 奈米製程，加大技術競爭優勢，並滿足市場對 DDR5、LPDDR5x 等高階產品需求。

SDC 行動裝置面板業務將致力滿足 2023 年下半年預期需求，而大型面板季度營收看增。

DX 事業群以拉高 Galaxy A 系列智慧型手機和新款電視業績為目標，並強化成本效益，維持穩健獲利。

展望 2023 下半年，市場有望逐漸復甦，激勵全球需求反彈，DS 事業群將瞄準大容量伺服器與行動類產品；同時開發 GAA 先進製程新訂單，鞏固技術領先地位。

SDC 預期持續引領高階行動裝置面板市場；而大型面板在高階市場版圖再拓，將挹注獲利。

DX 事業群計劃鞏固高階市場領先優勢，聚焦摺疊手機和 Neo QLED 量子電視等產品；亦將加強合作以提高市佔率，並透過優化營運效率提高獲利能力。

三星電子第一季資本支出合計 10.7 兆韓元，其中半導體投入 9.8 兆韓元，顯示面板為 0.3 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，為中長期位元供給量做準備。晶圓代工事業部將資金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。

## 半導體需求有望於下半年逐漸回籠

DS 事業群第一季合併營收達 13.73 兆韓元，營業損失為 4.58 兆韓元。

由於景氣逆風與支出縮減，客戶繼續調整庫存，導致整體需求減少，記憶體事業部第一季表現較上一季大幅滑落。

DRAM 第一季需求不振，除伺服器客戶調整超大規模資料中心的庫存，行動裝置與 PC 應用終端需求尚未恢復，導致客戶延後採購和零組件 (Set-Build) 生產下修。記憶體事業部主力銷售高密度行動記憶體等高附加價值產品，並順應新 CPU 採用趨勢，滿足伺服器 DDR5 需求。雖然記憶體跌價幅度小於預期，但位元成長無法達到預估水準。

NAND 記憶體方面，儘管需求差強人意，三星仍積極回應市場趨勢，全應用類別轉攻高密度產品，例如供應主要手機客戶的 512GB 及以上的 eStorage 和供應 PC OEM 的 1TB 及以上消費級 SSD。有賴於此，第一季位元成長優於預測。

展望第二季，主要超大規模資料中心在伺服器投資上轉趨保守，加上客戶維持去庫存策略，預期需求復甦有限。

DRAM 方面，隨著伺服器導入新 CPU 和 AI 需求增溫，記憶體事業部預期 DDR5 和高密度模組訂單增加。另將積極 LPDDR5x 供貨順暢，滿足新規格手機等高階行動裝置需求。

至於 NAND 記憶體，事業部將善用成本優勢，積極出貨全應用類別的高密度產品，同時供應行動裝置用四層單元 (QLC) NAND 和推動產品組合差異化，滿足客戶的高密度儲存需求。

經過 2022 下半年的庫存調整，三星預期客戶庫存水位已降，看好拉貨力道將在 2023 年下半年逐漸增強。而新手機發表和 PC 促銷將刺激零組件 (Set-Build) 需求。此外，隨著新 CPU 採用率增加，伺服器用 DDR5 比重將提高，而市場加快轉向高核心 CPU 的趨勢，將繼續推升平均配備容量。

DRAM 方面，計劃將 DDR5 和 LPDDR5x 加速轉進先進製程，並即時回應市場對於 HBM3 8H 和 12H 高頻寬記憶體的強勁需求。

至於 NAND 記憶體，三星將因應客戶需求，強化供應 QLC 行動裝置用市場，並擴增 V7 和 V8 等先進製程產能。

系統半導體 (System LSI) 事業部受到 SOC 的、感光元件和 DDI 等主要產品需求縮水影響，第一季獲利顯著衰退。儘管如此，手機 SOC 仍實現業績成長，事業部亦成功推出超寬頻短距無線通訊半導體產品。

第二季，系統 LSI 半導體事業部預期整體需求持平，客戶端在感光元件和面板 DDI 等庫存水位已有降低跡象。第三季旺季前的庫存回補需求，可望帶動獲利小幅回升。

針對下半年市況，預期客戶的系統 IC 元件庫存回歸正常，而中國市場好轉將帶動手機 SoC 整

體需求回溫。為強化競爭力，重新打入旗艦手機市場為系統 LSI 半導體事業部的目標；另有客戶預計商用化安全升級的指紋辨識信用卡，有助三星拓展業務布局。

晶圓代工事業部第一季需求降溫，庫存堆高，加上訂單量縮，使得第一季獲利驟減。

然而，事業部已採用 GAA 架構量產的第一代 3 奈米製程，整季良率維持穩定。與此同時，已開始研發第二代製程，期望透過高效能、低功耗等優勢爭取主要手機與高效能運算（HPC）客戶擴大下單，實現 2024 年量產目標。

步入第二季，預估需求反彈有助獲利，較上一季小幅改善。此外，近期以 2 奈米製程基本架構進行晶圓測試，取得良好成果，研發進展順利。晶圓代工事業部亦成功研發高密度記憶體整合技術，為因應日後生成式 AI 需求打好基礎。

展望下半年，HPC / 車用市場復甦可期，將驅動獲利回升。有鑑於第二代 3 奈米 GAA 製程進展穩定，晶圓代工事業部將推進至新世代 2 奈米製程，以吸引新訂單並保持技術領先。

## 顯示面板 2023 年穩居高階市場霸主

三星顯示器（SDC）第一季合併營收達 6.61 兆韓元，營業利潤達 0.78 兆韓元。

儘管需求續降，三星仍擴大摺疊領域布局，加上旗艦產品熱銷，持續稱霸高階市場，行動裝置面板第一季市佔仍居領先。

大型面板業務受惠於主要客戶大舉推出 QD-OLED 新產品，以及尺寸等規格差異化，同樣穩守高階市場主導地位。

第二季受全球經濟影響，淡季更淡，表現可能不及去年同期。

SDC 計劃藉由主要客戶於全產品線導入 OLED 面板，並配合客戶下半年新品量產規劃，目標維持高階市佔領先並衝刺銷量。而大型面板雖然需求仍乏力，但 2023 年新品推出有望貢獻業績成長。

下半年儘管市場不確定性和經濟隱憂仍在，但隨著中國市況轉好，需求有機會回穩。

SDC 將善用差異化技術打造新產品，並提升摺疊面板性能，拉抬銷售表現，努力保持在高階手機市場的龍頭地位。

在經濟持續動盪的情況下，SDC 看淡大型面板需求。接下來將有不同尺寸產品至更多市場，增添多樣化客群，有助提升高階市場市佔率。

不畏市場艱困環境，SDC 決定投資一條 8.6 代 OLED 產線。2023 年起全力拓市，提高 OLED 面板在筆電、平板和車用市場滲透率。

## Galaxy S23 旗艦系列熱賣，手機獲利穩中有撐

行動通訊 (MX) 與網路事業部第一季合併營收達 31.82 兆韓元，營業利潤達 3.94 兆韓元。

第一季整體智慧手機需求放緩，但高階市場一枝獨秀，銷售量與銷售額均勝過 2022 年同期。MX 事業部第一季營收呈季度上揚，獲利重返雙位數成長。最大功臣為新推出的 Galaxy S23 旗艦系列手機，又以旗艦機種 S23 Ultra 買氣最盛。此外，事業部成功優化整體營運效率，對營業利潤貢獻顯著。

網路事業部因北美和西南亞等海外市場冷卻，第一季營收下滑。

第二季中低階市場需求再現，預估銷售量略優於上一季，銷售額則減少。

MX 事業部將專注於維持 Galaxy S23 旗艦系列穩健表現，加碼行銷摺疊手機，一方面提高既有機種銷量，也為下半年新機預熱。事業部還將推廣全新 Galaxy A54 和 Galaxy A34 系列，掌握主流市場回溫需求。新機搭載重要升級和嶄新設計，提供更上一層樓的卓越使用體驗。

網路事業部將繼續耕耘韓國與北美市場，同時尋求新商機。

展望下半年，隨著全球經濟出現曙光，將推升智慧型手機銷售量與銷售額。三星預期高階市場成長最為強勁。

MX 事業部將發表使用體驗再進化的新款摺疊機，鞏固領導品牌地位。針對 Galaxy S23 旗艦系列和 Galaxy A 系列，將密切與銷售夥伴合作，於各市場推出不同銷售方案。平板與穿戴裝置方面，歷經疫情期間需求急漲後，市場表現趨平，事業部將強化產品競爭力並宣傳生態圈絕佳聯網體驗。

網路事業部首度爭取新單，擴展海外版圖，為營收增添動能，同時鞏固 5G 核心晶片和 vRAN (虛擬化無線存取網路) 技術優勢。

## 影像顯示與數位家電事業部 續推高階與設計生活系列產品

影像顯示與數位家電事業部第一季合併營收達 14.08 兆韓元，營業利潤為 0.19 兆韓元。

雖然全球景氣低迷導致電視需求下降，影像顯示事業部仍靠著主攻高附加價值產品與降低整體成本，在第一季交出季增與年增的佳績。

數位家電事業部面臨需求趨緩和成本壓力，第一季獲利與上一季大致持平。

第二季預期整體需求仍衰退，但幅度較 2022 年同期和緩。

儘管如此；影像顯示事業部將盡力滿足 2023 Neo QLED 量子電視等高階產品需求，配合營運優化與成本管控策略，維持良好獲利。

數位家電事業部將於全球擴大推出 Bespoke 設計品味系列產品，提升成本效益，力保獲利。

放眼下半年，受益於旺季買氣，預期市場需求逐漸轉回升，但外部不確定性持續，可能加劇產

業競爭。

影像顯示事業部將密切關注市況變化，把握旺季商機祭出差異化促銷策略，主推 Neo QLED 量子電視、OLED、設計生活系列電視等明星產品，擴充 98 吋超大電視和 Micro LED 產品陣容，持續領先市場。

數位家電事業部將重心放在 SmartThings 和提升高階產品銷售表現，強化市場競爭力。