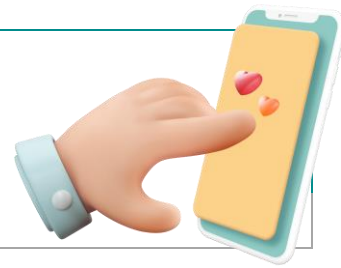


인도 제외 모든 지역 성장중

Monthly 휴대폰/부품 [24년 7월] 스마트폰 판매량 잠정치 | 2024.08.29



투자 의견

Overweight

Analyst 김록호 roko.kim@hanafn.com

RA 김영규 kyg1019@hanafn.com

글로벌 스마트폰 7월 판매량은 전년동월대비 7% 증가, 전월대비 2% 감소한 9,573만대 기록

- 미국의 성장세가 지난달에 이어 2개월째 지속되면서 전년동월대비 증가세 시현
- 지역별로는 인도를 제외한 중국, 미국, 유럽이 모두 전년동월대비 증가
- 유럽의 성장세 유지되는 가운데 미국의 회복세 지속이 고무적
- 중국은 618 프로모션 이후에도 전년동월대비 증가세 시현한 점이 긍정적

중국 판매량은 전년동월대비 7% 증가, 전월대비 8% 감소한 2,324만대 기록

- 618 프로모션 종료에도 불구하고 화웨이와 샤오미 등 로컬 브랜드 판매 호조로 전년동월대비 7% 증가
- 특히 화웨이의 판매량이 전년동월대비 55% 증가하면서 전체 판매량에 기여했는데, 이는 Pura 시리즈 판매 호조 때문
- 애플의 판매량은 618 프로모션 종료 이후 iPhone 16 대기 수요로 전년동월대비 4% 감소
- 점유율은 Vivo가 20%로 1위, 화웨이와 Honor가 나란히 2위를 기록. Apple은 13%를 기록하며 6위로 하락

미국 판매량은 전년동월대비 6% 증가, 전월대비 3% 증가한 875만대 기록

- 독립기념일 프로모션과 아마존 프라임데이 등으로 전년동월대비 증가세 시현했음
- 지난달에 이어 2개월 연속 증가세를 시현한 점이 긍정적
- Apple의 판매량은 선불 채널 약세로 인해 전년동월대비 4% 감소
- 특히 아이폰SE, 아이폰11, 아이폰12의 합산 판매량이 전년동월대비 70% 가까이 감소
- 삼성전자의 판매량은 Z6 시리즈의 조기 출시와 A15에 대한 마케팅과 선불 채널에서의 프로모션으로 전년동월대비 31% 증가

인도 판매량은 전년동월대비 4% 감소, 전월대비 4% 증가한 1,216만대 기록

- 아마존 프라임데이 등 다양한 프로모션과 주요 브랜드의 신규 모델 출시로 전월대비 증가세 시현
- 전년동월대비 감소세 시현중이나 8월 락사반단 축제를 시작으로 연말까지 다양한 축제가 예정된 만큼 향후 수요 회복을 기대
- 점유율은 Vivo가 중저가 라인에서 4G / 5G 모델을 골고루 출시하며 1위(20%)를 견고하게 유지중
- 2위는 Xiaomi(19%)로 Redmi 13C 5G가 판매 호조 유지하며 2위를 지속중
- 3위는 삼성전자(15%)이며, 고가부문으로 전략을 전환하면서 \$300~\$599 모델 내 점유율 1위(28%) 기록

유럽 판매량은 전년동월대비 15% 증가, 전월대비 4% 감소한 1,203만대 기록

- 유럽은 전년동월대비 15% 성장하면서 11개월 연속 성장중
- 삼성전자 및 Apple과 더불어 모토로라, Honor 등 비주류 브랜드들의 20%가 넘는 성장세가 판매량에 기여
- 삼성전자는 Z6 시리즈의 조기 출시로 인해 전년동월대비 11% 증가하면서 점유율 1위(34%) 기록
- Apple은 여름 프로모션으로 인해 전년동월대비 18% 증가하면서 점유율 2위(23%) 기록

Apple 판매량은 전년동월대비 3% 증가, 전월대비 7% 감소해 1,438만대 기록

- 유럽의 회복세와 일본에서의 신학기 프로모션으로 전년동월대비 소폭 증가
- 중국 618 프로모션 종료와 미국 내 약세에도 불구하고 전체 판매량 증가는 긍정적
- 15 시리즈의 10개월간 판매량은 1억 4,080만대로 14 시리즈의 동기간 판매량을 지난달 0.6% 상회해 이어 또다시 1.8% 상회
- Pro Max와 Pro의 합산 비중은 60%이고, Pro Max 비중은 33%로 Pro보다 높게 유지

삼성전자 판매량은 전년동월대비 7% 증가, 전월대비 4% 증가해 1,828만대 기록

- 갤럭시 S24 시리즈 7개월 누적 판매량은 2,340만대(울트라 1,120만대, 플러스 471만대, 기본 749만대)로 S23 시리즈의 2,081만대(울트라 983만대, 플러스 372만대, 기본 726만대)를 12% 상회
- Z5 시리즈의 12개월 판매량은 730만대(플립 467만대, 폴드 263만대)를 기록해 Z4 시리즈의 895만대(플립 551만대, 폴드 333만대)를 하회. 이는 Z6 시리즈의 조기 출시 영향 때문
- 7월 말 출시된 Z6 시리즈 판매량은 69만대(플립 42만대, 폴드 27만대)를 기록. 첫 2주 판매량은 Z5 시리즈 대비 소폭 감소
- S와 A 시리즈 둔화에도 Z6 시리즈를 조기 출시하며 미국과 유럽 내 판매량은 각각 전년동월대비 31%, 11% 증가

미국은 2개월 연속 회복. 유럽의 성장세 지속. 중국 재고 부담 완화중

- 유럽 시장의 성장세 지속되고 있는 가운데 미국의 회복세 지속은 고무적
- 중국은 618 프로모션 이후 재고 완화가 중요한데, 7월 출하량 또한 판매량을 약 1백만대 하회하며 6월에 이어 재고 부담 완화
- 중국은 2개월 연속 재고 부담이 완화되고 있으며, 8월에도 추가적인 완화를 기대
- 인도는 8월 이후 다양한 축제 예정된 만큼 수요 회복을 기대
- 글로벌 판매량은 전년동월대비 7% 상승하면서 6개월 연속 성장세 유지중
- 8월 체크 포인트는 미국의 성장세 지속 여부와 중국 내 재고 완화 지속, 삼성 폴더블 스마트폰 판매량 추이

데이터 요약본

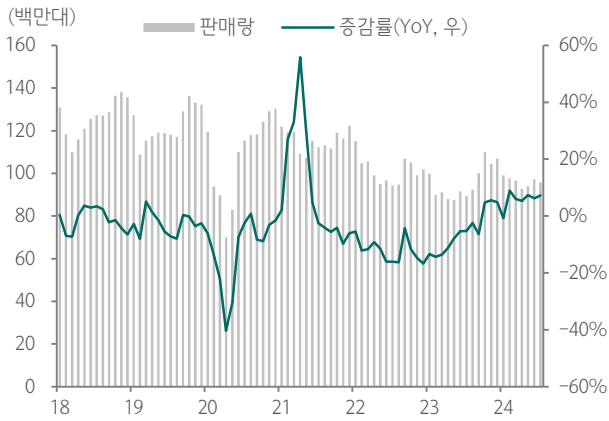
<div>글로벌 판매량</div> <div>9,573만대</div> <div>MoM -2%, YoY +7%</div>	미국 판매량	MoM +3%, YoY +6%
	중국 판매량	MoM -8%, YoY +7%
	인도 판매량	MoM +4%, YoY -4%
	유럽 판매량	MoM -4%, YoY +15%
<div>삼성</div> <div>1,828만대 (MS 19%)</div> <div>MoM +4%, YoY +7%</div>	미국	MS 28% (전월 26%)
	중국	MS 0.6% (전월 0.7%)
	인도	MS 15% (전월 17%)
	유럽	MS 34% (전월 33%)
<div>Apple</div> <div>1,438만대 (MS 15%)</div> <div>MoM -7%, YoY +3%</div>	미국	MS 49% (전월 51%)
	중국	MS 13% (전월 16%)
	인도	MS 4% (전월 4%)
	유럽	MS 23% (전월 23%)
<div>Xiaomi</div> <div>1,357만대 (MS 14%)</div> <div>MoM -6%, YoY +17%</div>	중국	MS 16% (전월 16%)
	인도	MS 19% (전월 19%)
	유럽	MS 20% (전월 21%)

유럽과 미국은 회복세 지속. 중국은 재고완화, 인도는 다양한 축제로 인한 수요 회복 기대

- 유럽의 성장세 지속되는 가운데 미국이 지난달에 이어 성장세 유지중
- 중국은 618 프로모션 종료 이후에도 로컬 브랜드 중심으로 판매량 증가. 향후 재고 완화 기대
- 인도는 수요 부진 지속되고 있으나 8월 락사반단 등 연말까지 다양한 축제 예정된 만큼 수요 회복 기대

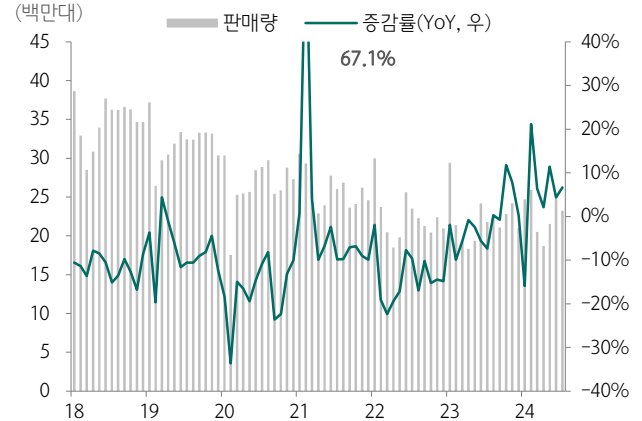
- 삼성전자, Z6 시리즈 조기 출시로 미국 및 유럽 내 판매량 증가. 향후 판매량 추이 확인 필요
- Apple, 중국 618 종료와 iPhone 16 대기 수요에도 불구하고 유럽과 일본에서의 판매 호조를 통해 전년동월대비 소폭 증가
- Xiaomi, Huawei 등 중국 업체들 전년동월대비 판매량 고성장 지속중

도표 1. 글로벌 스마트폰 판매량 및 전년동월대비 증감률 추이



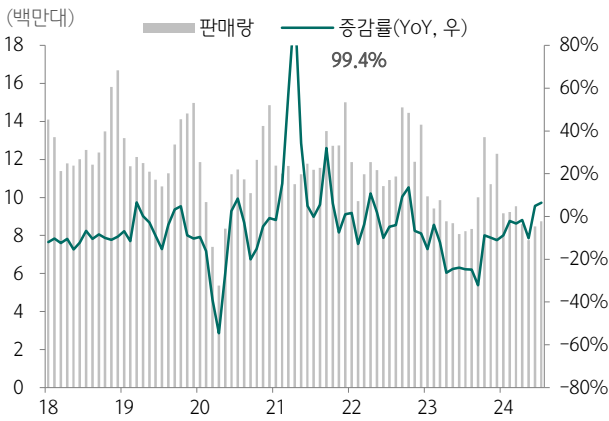
자료: Counterpoint, 하나증권

도표 2. 중국 스마트폰 판매량 및 전년동월대비 증감률 추이



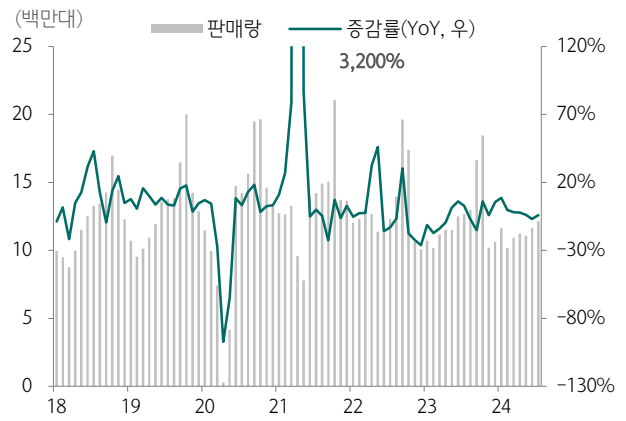
자료: Counterpoint, 하나증권

도표 3. 미국 스마트폰 판매량 및 전년동월대비 증감률 추이



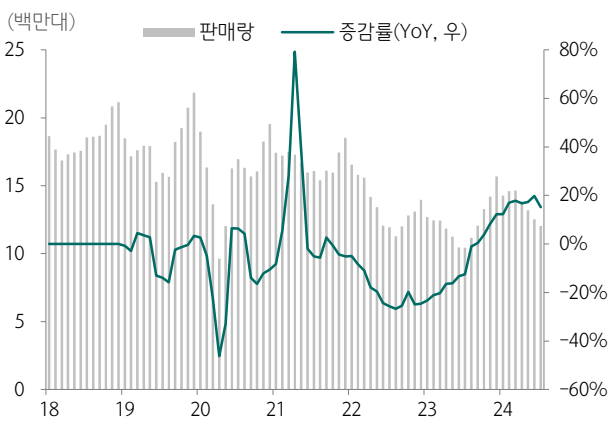
자료: Counterpoint, 하나증권

도표 4. 인도 스마트폰 판매량 및 전년동월대비 증감률 추이



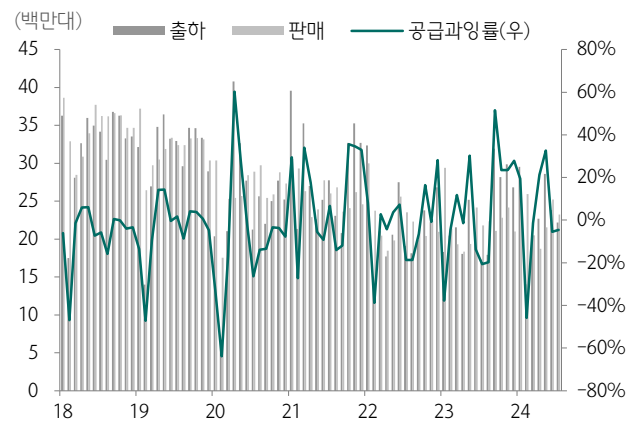
자료: Counterpoint, 하나증권

도표 5. 유럽 스마트폰 판매량 및 전년동월대비 증감률 추이



자료: Counterpoint, 하나증권

도표 6. 중국 스마트폰 월별 출하량 및 판매량 비교



자료: Counterpoint, 하나증권

Compliance Notice

- 본 자료를 작성한 애널리스트(김록호)는 자료의 작성과 관련하여 외부의 압력이나 부당한 간섭을 받지 않았으며, 본인의 의견을 정확하게 반영하여 신의성실 하게 작성하였습니다.
- 본 자료는 기관투자자 등 제 3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다
- 당사는 2024년 8월 29일 현재 해당회사의 지분을 1%이상 보유 하고 있지 않습니다
- 본자료를 작성한 애널리스트(김록호)는 2024년 8월 29일 현재 해당회사의 유가증권권을 보유하고 있지 않습니다

본 조사자료는 고객의 투자에 정보를 제공할 목적으로 작성되었으며, 어떠한 경우에도 무 단 복제 및 배포 될 수 없습니다. 또한 본 자료에 수록된 내용은 당사가 신뢰할 만한 자료 및 정보로 얻어진 것이나, 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으므로 투자자 자 신의 판단과 책임하에 최종결정을 하시기 바랍니다. 따라서 어떠한 경우에도 본 자료는 고객의 주식투자의 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

투자등급 관련사항 및 투자의견 비율공시

- 투자의견의 유효기간은 추천일 이후 12개월을 기준으로 적용
- 기업의 분류
BUY(매수)_목표주가가 현재가 대비 15% 이상 상승 여력
Neutral(중립)_목표주가가 현재가 대비 -15%~15% 등락
Reduce(비중축소)_목표주가가 현재가 대비 15% 이상 하락 가능
- 산업의 분류

- Overweight(비중확대)_업종지수가 현재지수 대비 15% 이상 상승 여력
- Neutral(중립)_업종지수가 현재지수 대비 -15%~15% 등락
- Underweight(비중축소)_업종지수가 현재지수 대비 -15%~15% 등락

투자등급	BUY(매수)	Neutral(중립)	Reduce(매도)	합계
금융투자상품의 비율	94.17%	5.38%	0.45%	100%

* 기준일: 2024년 08월 26일