

Apple 15 시리즈 확인. 유럽은 2년만에 전년동월대비 증가

Monthly 휴대폰/부품 [23년 9월] 스마트폰 판매량 잠정치 | 2023.10.30



투자의견

Overweight

Analyst 김록호 roko.kim@hanafn.com

RA 김민경 minkyung.kim@hanafn.com

글로벌 스마트폰 판매량은 전년동월대비 6% 감소, 전월대비 11% 증가한 1억 6만대를 기록

- iPhone 신모델 출시와 인도 축제기간 시작으로 올해 들어 처음으로 전월대비 증가세를 기록
- 전년동월대비로 감소한 이유는 수요 둔화 영향도 있지만 iPhone 신모델 출시 및 인도 축제가 전년대비 늦어진 영향이 큰 것으로 판단
- 아울러 3분기에는 OEM 업체들의 수요 회복에 대한 기대감이 증가하며 출하량이 판매량을 추월한 것으로 추정

중국 판매량은 전년동월대비 1%, 전월대비 6% 감소한 2,107만대를 기록

- 전년동월대비로 다시 감소세를 기록했으나 감소폭이 크게 축소되어 바닥을 통과중인 것으로 판단
- 중국 로컬 브랜드인 Honor는 X50와 Honor 90 시리즈 판매 호조로 지난달에 이어 점유율 1위를 차지
- Huawei는 Kirin 9000s 칩이 탑재된 Mate 60과 폴더블폰 Mate X5 시리즈 출시로 판매량이 전년동기대비 66% 증가하며 점유율 2위를 차지
- Apple은 신모델 출시에도 불구하고 Huawei의 복귀 영향으로 점유율 3위를 기록
- 중국 내에서 전작대비 판매량도 약한 것으로 추정

미국 판매량은 전년동월대비 32% 감소, 전월대비 20% 증가한 1,001만대를 기록

- 타 지역보다 늦게 시작된 역기저 영향으로 6개월 연속 전년동기대비 큰 감소폭을 기록 중
- Apple은 전년동월대비 26% 감소, 전월대비 49% 증가했으며 시장점유율 61%를 차지
- iPhone 15 시리즈 출시로 전월대비 증가세를 기록했으나 전작대비 일주일가량 늦은 출시로 전년동월대비로는 감소
- 15 시리즈의 출시 후 17일간 판매량은 14 시리즈보다 9.5% 가량 높은 것으로 추정
- 삼성전자는 전년동월대비 40%, 전월대비 12% 감소
- 8월 출시된 Z Flip 5, Z Fold 5 신모델 출시효과가 빠르게 사라졌음

인도 판매량은 전년동월대비 15% 감소, 전월대비 30% 증가한 1,665만대를 기록

- 인도 축제 시즌 진입하며 전월대비 증가했지만, 축제가 전년대비 늦게 시작되며 전년대비로는 감소
- 소비심리가 양호한 것으로 감지되고 있고 10월부터 본격적인 대규모 프로모션이 시작되어 향후 몇 달간 양호한 성장세가 지속될 것으로 예상
- 삼성전자는 공격적인 오프라인 판촉활동과 다양한 가격대의 제품 포트폴리오를 통해 3개월만에 점유율 1위를 되찾았음
- Xiaomi는 점유율 17%로 2위를 기록
- Vivo는 온라인 중심 브랜드의 강세로 인해 점유율 15%로 3위를 차지

유럽 판매량은 전년동월대비 0.4%, 전월대비 19% 증가한 1,206만대를 기록

- 2년만에 처음으로 전년동월대비 증가
- iPhone 15가 전작대비 일주일 가량 늦게 출시되었음에도 판매량이 전년동월대비 8% 증가해 전작대비 양호한 판매량을 기록중인 것으로 추정
- 삼성전자가 점유율 33%로 점유율 1위를 유지했고 Apple, Xiaomi도 각각 2, 3위를 지켰음

Apple 판매량은 전월대비 40% 증가했으나 전년동월대비로는 12% 감소

- iPhone 15 시리즈 출시가 전작대비 일주일 가량 늦어졌고 Huawei 신제품 출시로 중국 내 점유율이 축소되었기 때문으로 추정
- 평균적인 iPhone 교체주기가 3~4년인 점을 감안하면 역대 4번째로 많이 판매된 12 시리즈 사용자들의 교체 수요가 기대
- 15 시리즈의 9월 판매량은 806만대로 14 시리즈의 동기간 판매량대비 25% 저조
- 출시일이 작년대비 1주 정도 늦었기 때문
- Pro Max와 Pro의 합산 비중은 66%이고 Pro Max 비중은 38%로 Pro보다 큼

삼성전자 판매량은 전년동월대비 13% 감소, 전월대비 5% 증가

- 갤럭시 Z Fold5, Flip5 시리즈의 출시 효과가 2개월만에 축소되었지만, 인도 및 중동 지역에서의 A 시리즈 호조로 점유율 1위를 지켰음
- 갤럭시 S23의 8개월 판매량은 2,289만대(울트라 1,069만대, 플러스 411만대, 기본 809만대)로 S22의 동기간 판매량 1,876만대를 22% 상회
- Z5 시리즈의 2개월차 판매량은 351만대(플립 226만대, 폴드 125만대)를 기록해 Z4 시리즈의 363만대(플립 228만대, 폴드 135만대)를 소폭 하회중

9월 판매량은 Apple 신모델 출시, 인도 축제 시즌 진입으로 9개월만에 1억대를 상회

- 유럽은 2년만에 전년동기대비 증가세를 기록했고, 중국도 전년동기대비 1% 감소에 그쳐 바닥을 지나고 있다고 판단
- 다만, 미국은 그간 유일하게 양호했던 수요의 역기저 효과로 지난 11월부터 전년동기대비 감소세가 지속 중
- 10월에는 Apple 판매량과 향후 지역별 회복 추이가 관전 포인트

데이터 요약본

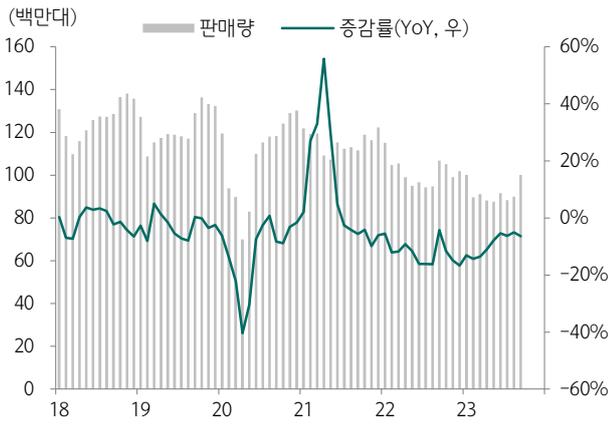
글로벌 판매량 1억 6만대 • MoM +11%, YoY -6%	미국 판매량	• MoM +20%, YoY -32%
	중국 판매량	• MoM -6%, YoY -1%
	인도 판매량	• MoM +30%, YoY -15%
	유럽 판매량	• MoM +19%, YoY +0.4%
삼성 1,952만대 (MS 20%) • MoM +5%, YoY -13%	미국	• MS 20% (전월 27%)
	중국	• MS 1.0% (전월 1.1%)
	인도	• MS 19% (전월 16%)
	유럽	• MS 33% (전월 41%)
Apple 1,872만대 (MS 19%) • MoM +45%, YoY -12%	미국	• MS 60% (전월 49%)
	중국	• MS 16% (전월 13%)
	인도	• MS 8% (전월 5%)
	유럽	• MS 27% (전월 22%)
Xiaomi 1,323만대 (MS 13%) • MoM +19%, YoY -6%	중국	• MS 14% (전월 15%)
	인도	• MS 17% (전월 17%)
	유럽	• MS 21% (전월 17%)

글로벌 판매량 9개월만에 1억대 상회

- 중국 재차 YoY 감소
- 유럽 2년만에 YoY 증가
- 미국 역성장폭 확대
- 인도는 역성장 했으나 축제기간 판매량 확대 예상

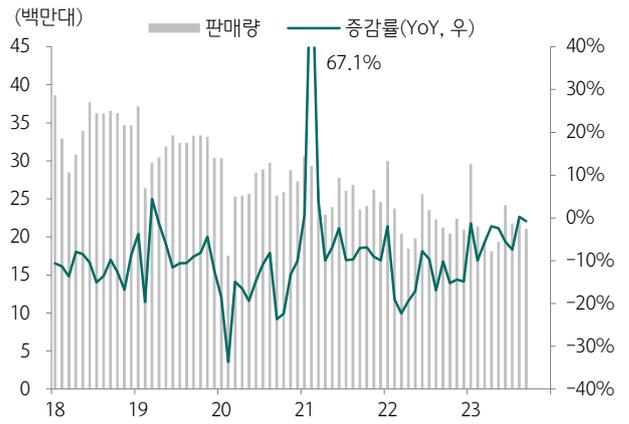
- 삼성, 폴더블 신모델 효과 감소
- Apple, 신모델 출시 반응 양호
- Huawei 신모델 출시로 중국 내 판매량 급증

도표 1. 글로벌 스마트폰 판매량 및 전년동월대비 증감률 추이



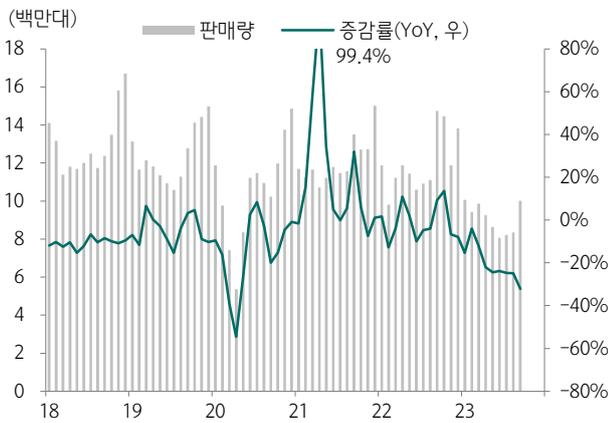
자료: Counterpoint, 하나증권

도표 2. 중국 스마트폰 판매량 및 전년동월대비 증감률 추이



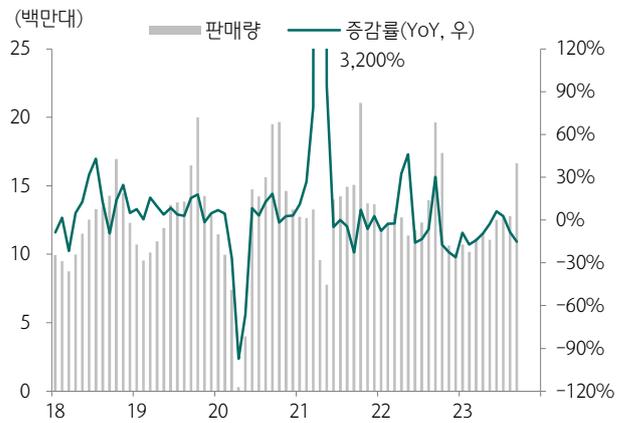
자료: Counterpoint, 하나증권

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

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 2023년 10월 29일 현재 해당회사의 지분을 1%이상 보유 하고 있지 않습니다
- 본자료를 작성한 애널리스트(김록호)는 2023년 10월 29일 현재 해당회사의 유가증권을 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 현재주가 대비 15% 이상 상승 여력
Neutral(중립)_목표주가가 현재주가 대비 -15%~15% 등락
Reduce(비중축소)_목표주가가 현재주가 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	94.55%	5.00%	0.45%	100%

* 기준일: 2023년 10월 26일