

인도 외 역성장하며 글로벌 판매량 1억대 하회

Monthly 휴대폰/부품 [25년 2월] 스마트폰 판매량 잠정치 | 2025.03.31



투자의견

Overweight

Analyst 김록호 roko.kim@hanafn.com

RA 김영규 kyg1019@hanafn.com

글로벌 스마트폰 2월 판매량은 전년동월대비 0.2%, 전월대비 7% 감소한 9,755만대 기록

- 인도를 제외한 모든 주요 시장에서 역성장을 기록하면서 6개월 만에 글로벌 판매량은 1억대를 하회
- 다만 중남미/중동/아프리카/동남아 등 신흥 시장이 소폭 성장세를 이어가면서 전년동월대비로는 0.2% 감소에 그침
- 지역별로 중국과 유럽이 각각 10%, 7% 감소. 중국은 춘절 영향, 유럽은 주요 OEM 판매량 감소가 주요인
- 미국은 5% 감소했는데, 지난해 갤럭시 S24 호조로 인한 역기저 영향
- 인도는 유일하게 2% 증가했으며, 미국과 반대로 S25 판매가 S24대비 긍정적이었음

중국 판매량은 전년동월대비 10%, 전월대비 20% 감소한 2,328만대 기록

- 중국 판매량은 전년동월/전월대비 모두 감소. 이구환신 진행 구간임을 감안하면 부진한 판매량
- 이는 2024년 춘절은 2월이었던 반면, 2025년 춘절은 1월부터 시작하면서 춘절 이전인 1월에 판매 급증이 있었기 때문
- 다만 춘절 기간이 동일하게 1월부터였던 2020년과 2023년과 비교할 시 가장 높은 판매량을 기록
- 특히 춘절 기간을 제외한 일평균 판매량은 2020년 84만대, 2023년 93만대, 2025년 146만대로 50% 이상 증가함
- 점유율 1위는 Huawei(19%)가 차지. 2월 한 달간 진행한 Mate70과 Pura 70 시리즈에 대한 500위안 할인이 주효했음
- 점유율 2위와 3위는 각각 Vivo(18%), Xiaomi(17%)가 차지. 이구환신에 맞춰서 진행한 할인이 긍정적으로 작용
- Apple은 전년동월대비 17% 감소해 점유율 13%를 기록. iPhone16e는 2월 말에 출시로 판매량에 기여하지 못했음

미국 판매량은 전년동월대비 5% 감소, 전월대비 플랫한 877만대 기록

- 미국 판매량은 갤럭시 S25 출시에도 불구하고 전년동월대비 감소. 전년 갤럭시S24의 판매 호조에 따른 역기저 영향
- Apple 판매량은 전년동월대비 1% 감소. 3월에는 iPhone 16e 판매가 본격적으로 반영되기에 전년동월대비 증가 가능
- 삼성전자 판매량은 전년동월대비 13% 감소. 다만 갤럭시 S24가 출시된 '24년을 제외한 예년보다 높은 수준의 판매량을 기록
- Motorola는 전년동월대비 9% 증가. 4개월 연속 증가세 시현하고 있으며, Moto G2025 시리즈 판매가 긍정적

인도 판매량은 전년동월대비 2% 증가, 전월대비 7% 감소한 1,040만대 기록

- 인도 판매량은 주요 국가 중 유일하게 전년동월대비 증가. 미국과 반대로 S25의 판매량이 S24를 상회
- 삼성전자 판매량은 전년동월대비 4% 증가. S25의 사전예약이 S24대비 20% 높게 나오면서 긍정적인 반응 얻고 있음
- Apple 판매량은 전년동월대비 20% 증가. iPhone 16 시리즈의 지속적인 강세로 4개월 연속 전년동월대비 증가세 유지중
- Xiaomi 판매량은 전년동월대비 37% 감소. Redmi14 및 Note 14 시리즈의 부진이 지속

유럽 판매량은 전년동월대비 7%, 전월대비 5% 감소한 1,363만대 기록

- 유럽 판매량은 2024년 이래로 가장 큰 감소폭을 시현. 삼성전자와 Apple의 판매량 감소가 주요인
- Apple 판매량은 전년동월대비 12% 감소. iPhone16 수요 약세 지속되면서 감소폭 확대했음
- 삼성전자 판매량은 전년동월대비 10% 감소. S24 출시가 1월이었던 반면 S25 출시는 2월 7일이었던 영향이 일부 있음
- Xiaomi 판매량은 전년동월대비 3% 증가. 200~299달러대 세그먼트에서 점유율 확대가 주효했음
- 이외에도 Honor와 Motorola가 각각 59%, 54% 증가. 양사 각각 19개월, 13개월 연속 증가세 시현중

Apple 판매량은 전년동월대비 1%, 전월대비 17% 감소한 1,723만대 기록

- 인도를 제외한 미국/유럽/중국에서 각각 1%, 12%, 17% 감소
- 미국 등 주요 시장에서 감소했지만, 일본/중동/중남미 등의 시장에서 증가했고, 인도 판매량이 20% 증가하며 전체 판매량은 전년동월대비 1% 감소하는 데 그침
- 3월부터는 iPhone16e의 판매 영향이 온전히 반영되기 때문에 전년동월/전월대비 증가세 전환 가능할 것으로 전망
- 16 시리즈의 출시 후 6개월 누적 판매량은 8,014만대로 15 시리즈의 동기간 판매량을 3% 하회중
- Pro Max와 Pro의 합산 비중은 64%이고, Pro Max 비중은 35%로 Pro보다 높게 유지

삼성전자 판매량은 전년동월대비 3% 감소, 전월대비 15% 증가한 1,903만대 기록

- 인도를 제외한 모든 지역에서 전년동월대비 감소. 갤럭시 S25에 대한 반응은 지역별로 상이하게 나타나고 있음
- 갤럭시 S25 시리즈의 첫달 판매량은 456만대(기본형 117만대, 플러스 84만대, 울트라 255만대). 사전판매 마감은 1월 25일, 정식 출시일은 1월 31일
- 갤럭시 S24 시리즈의 첫달 판매량은 142만대(기본형 32만대, 플러스 27만대, 울트라 83만대). 사전판매 마감은 2월 3일, 정식 출시일은 2월 7일
- 두 모델의 출시 월이 상이하고, 판매 일수에서도 차이가 나기 때문에 동일선상에서 비교하는 것이 어려움
- 다만, 단순하게 첫 달 판매량을 사전판매 마감 이후로 일 평균으로 환산해 보면 S24 일평균 판매량 24만대, S25는 18만대

갤럭시 S25 출시. 향후 판매량 추이 지켜볼 필요 있음. 중국은 재고 소진 지속될 것으로 전망

- 인도를 제외한 주요 시장에서 역성장 기록하면서 글로벌 판매량은 6개월 만에 1억대를 하회했음
- 중국 판매량이 전년동월/전월대비 모두 감소했으나, 올해처럼 1월에 춘절이 시작된 2020년과 2023년과 비교시 가장 높은 2월 판매량을 기록. 따라서 판매량 감소에 따른 수요 우려는 하지 않아도 된다고 판단
- 또한 중국의 2월 스마트폰 출하량은 2018년 이후 평균 1,700만대 내외였다는 것을 고려하면 이구환신에 따른 출하량 증가가 있겠지만, 판매량을 하회할 가능성 높다고 판단
- 3월 체크 포인트는 중국 판매량 및 재고 감소 여부. iPhone 16 및 갤럭시 S25 판매량 동향

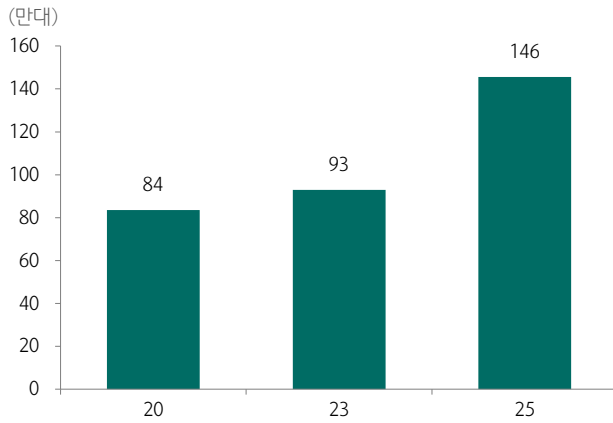
데이터 요약본

글로벌 판매량 9,755만대 • MoM -7%, YoY -0.2%	미국 판매량	• MoM +0.02%, YoY -5%
	중국 판매량	• MoM -20%, YoY -10%
	인도 판매량	• MoM -7%, YoY +2%
	유럽 판매량	• MoM -5%, YoY -7%
삼성 1,903만대 (MS 20%) • MoM +15%, YoY -3%	미국	• MS 33% (전월 19%)
	중국	• MS 0.7% (전월 0.5%)
	인도	• MS 18% (전월 16%)
	유럽	• MS 32% (전월 27%)
Apple 1,723만대 (MS 18%) • MoM -17%, YoY -1%	미국	• MS 50% (전월 66%)
	중국	• MS 13% (전월 14%)
	인도	• MS 7% (전월 9%)
	유럽	• MS 27% (전월 30%)
Xiaomi 1,321만대 (MS 14%) • MoM -9%, YoY +4%	중국	• MS 17% (전월 16%)
	인도	• MS 12% (전월 13%)
	유럽	• MS 18% (전월 19%)

인도 제외 주요 시장 역성장하며 글로벌 판매량 1억대 하회. 중국은 재고 소진 지속될 전망

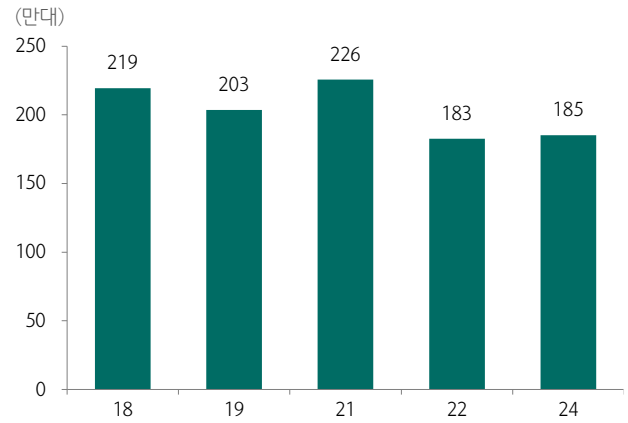
- 중국은 예년보다 일찍 춘절 기간으로 인해 전년동월/전월대비 감소세 시현. 그럼에도 불구하고 2월 중국 내 스마트폰 재고는 소진될 것으로 전망
- 미국은 갤럭시 S24 역기저 영향으로 전년동월대비 감소세 시현. 유럽은 주요 OEM 판매 감소로 인해 감소세 전환
- 인도는 갤럭시 S25 판매 호조로 전년동월대비 증가세 시현
- 이후 체크 포인트는 갤럭시 S25 및 iPhone 16 판매량 추이 및 중국 재고 소진 여부
- 삼성전자, 중저가 라인에서 중국 OEM들과의 경쟁 심화중
- Apple의 iPhone16 6개월 누적 판매량은 전작대비 3% 하회
- Xiaomi, Huawei 등 중국 OEM들의 중저가 라인 점유율 확대중

도표 1. 춘절이 1월부터 시작된 해의 2월 중국 일평균 스마트폰 판매량



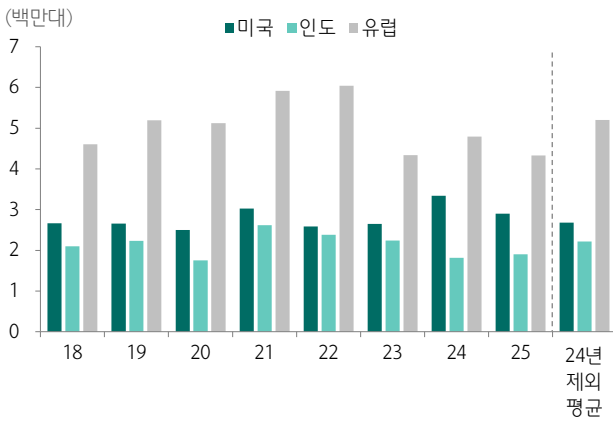
자료: Counterpoint, 하나증권
주: 일평균 판매량=중국 전체 판매량/(2월 전체 일수-춘절기간)

도표 2. 춘절이 2월부터 시작된 해의 2월 중국 일평균 스마트폰 판매량



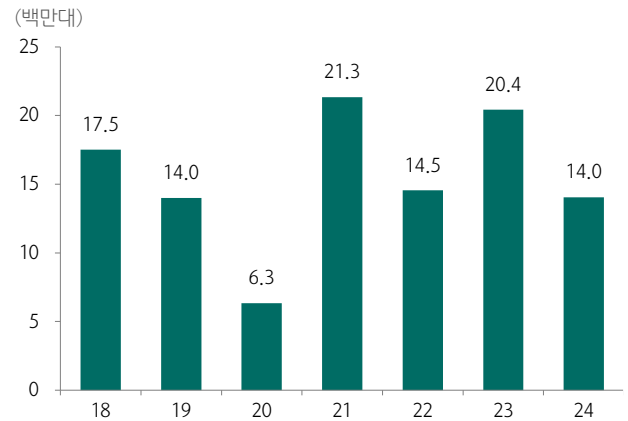
자료: Counterpoint, 하나증권
주: 일평균 판매량=중국 전체 판매량/(2월 전체 일수-춘절기간)

도표 3. 삼성전자의 미국/인도/유럽 내 연도별 2월 판매량



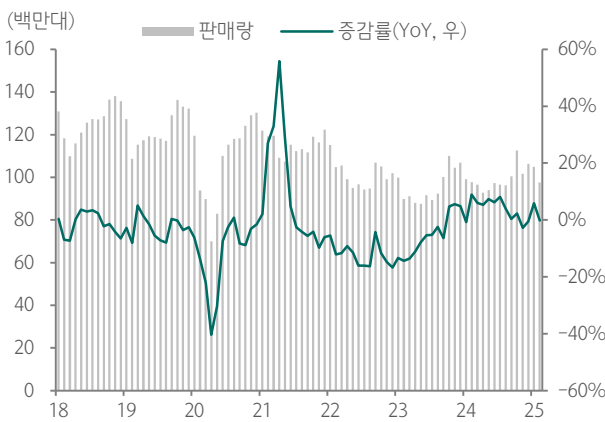
자료: Counterpoint, 하나증권

도표 4. 중국의 연도별 2월 스마트폰 출하량



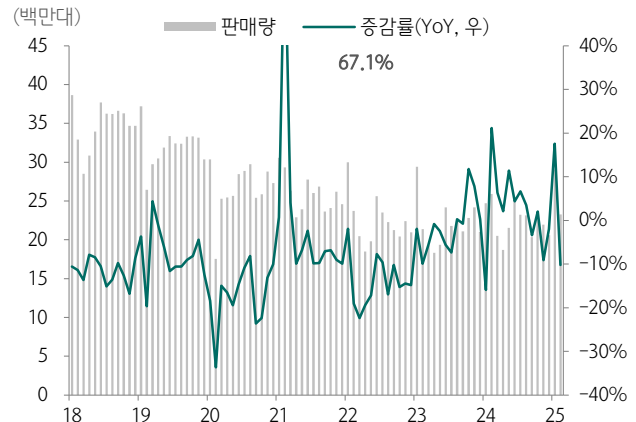
자료: Counterpoint, 하나증권

도표 5. 글로벌 스마트폰 판매량 및 전년동월대비 증감률 추이



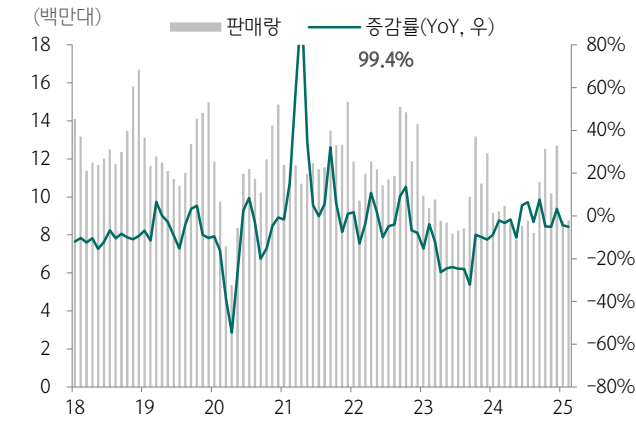
자료: Counterpoint, 하나증권

도표 6. 중국 스마트폰 판매량 및 전년동월대비 증감률 추이



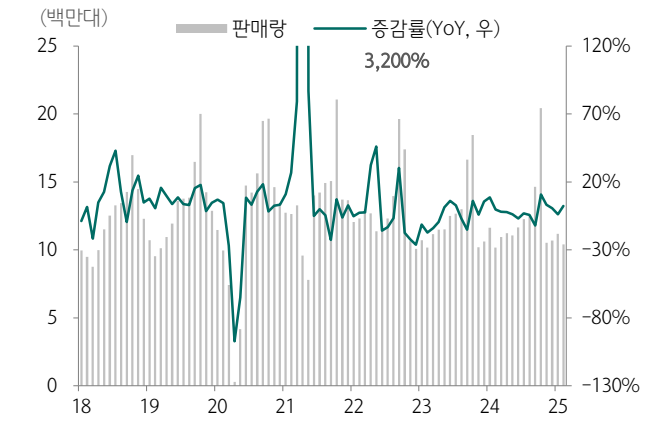
자료: Counterpoint, 하나증권

도표 7. 미국 스마트폰 판매량 및 전년동월대비 증감률 추이



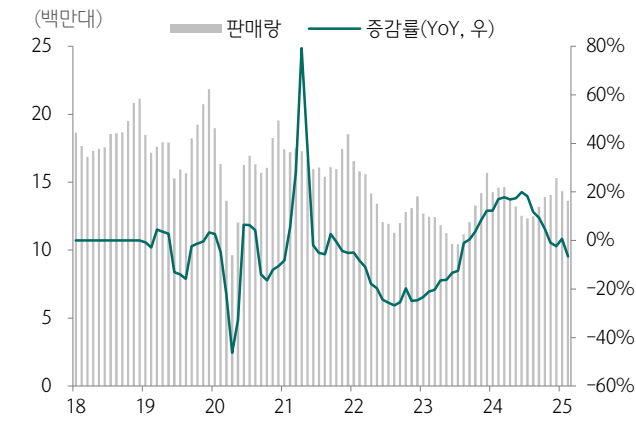
자료: Counterpoint, 하나증권

도표 8. 인도 스마트폰 판매량 및 전년동월대비 증감률 추이



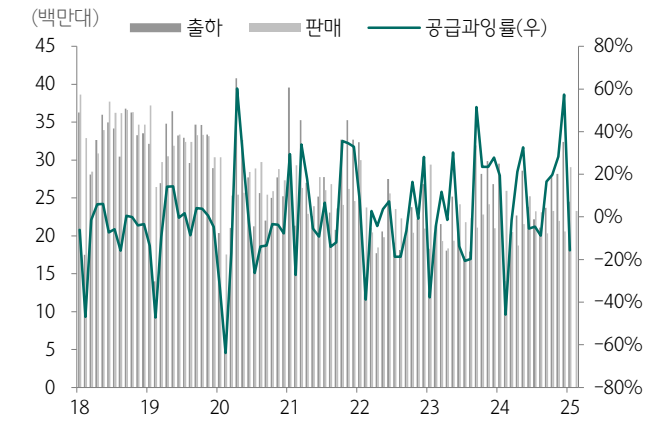
자료: Counterpoint, 하나증권

도표 9. 유럽 스마트폰 판매량 및 전년동월대비 증감률 추이



자료: Counterpoint, 하나증권

도표 10. 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 2025년 3월 31일 현재 해당회사의 지분을 1%이상 보유 하고 있지 않습니다
- 본자료를 작성한 애널리스트(김록호)는 2025년 3월 31일 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	93.64%	5.91%	0.45%	100%

* 기준일: 2025년 3월 28일