

공격적 프로모션 효과 지속, 하반기 수요 우려

Monthly 휴대폰/부품 [25년 6월] 스마트폰 판매량 잠정치 | 2025.08.06



투자의견

Overweight

Analyst 김민경 minkyung.kim@hanafn.com

글로벌 스마트폰 6월 판매량은 전년동월대비 3%, 전월대비 2% 증가한 1억 36만대 기록해 25년 1월 이후 처음으로 1억대를 상회

- 지역별로 미국, 인도, 유럽은 각각 전년동월대비 2%, 7%, 1% 증가했고, 중국은 1% 감소
- 미국과 중국에서는 공격적인 프로모션 정책이 지속되었으며 인도는 인플레이션 완화에 따라 소비심리 회복 중
- 유럽은 매크로 불확실성 확대에 유의미한 회복세가 감지되지 않고 있음

중국 판매량은 전년동월대비 0.4% 감소, 전월대비 10% 증가한 2,508만대 기록

- 618 페스티벌이 전년 대비 1주일 일찍 시작되며 수요가 앞당겨졌고 스마트폰 브랜드들의 6월 판매 모멘텀 약화
- Apple은 일부 모델에 대해 최대 3,600위안(약 \$502) 할인을 진행하는 등 공격적인 프로모션을 지속했으나 판매량은 전년동월대비 2%, 전월대비 3% 감소. 5월에 판매량이 급증한 영향으로 추정.
- 프로모션 효과로 단기적인 판매 성과는 있었으나 교체 주기를 앞당기며 하반기 iPhone 17 시리즈 수요에 부담으로 작용할 것으로 예상
- Vivo는 Y 시리즈, iQoo, X200s, 신제품 S30 시리즈 등 고르게 판매 호조를 보이며 중국 시장점유율 1위를 탈환

미국 판매량은 전년동월대비 2%, 전월대비 1% 증가한 866만대 기록

- 통신사들이 2분기 마무리를 앞두고 강력한 프로모션을 유지한 영향
- Verizon, AT&T, T-Mobile, Charter 등 미국 통신사들은 2분기 실적 발표에서 치열한 경쟁 환경을 언급한 바 있음
- Apple 판매량은 전년동월대비 보합, 전월대비 2% 증가했는데 T-mobile 프로모션 효과가 지속된 영향
- 삼성전자 판매량은 전년동월대비 22%, 전월대비 2% 증가. S25 Edge가 월 판매량에 온전히 기여하기 시작한 영향. 7월말 Z 시리즈(Z Fold7, Z Flip7, Z Flip7 FE)가 출시됨에 따라 신제품 출시효과가 지속될 것으로 예상

인도 판매량은 전년동월대비 7%, 전월대비 6% 증가한 1,247만대 기록

- 인플레이션 압박 완화에 소비심리 회복이 이어지고 있는 것으로 파악
- Vivo, Samsung, Oppo가 미드엔드 시장 성장 주도했으며 Realme, Tenco의 신모델 출시도 시장 회복에 기여
- Vivo 판매량은 전년동월대비 22%, 전월대비 10% 증가했으며 Y/V 시리즈가 판매를 견인. 시장점유율은 22%로 1위 유지
- 삼성전자 판매량은 전년동월대비 6% 증가, 전월대비 1% 감소했으며 시장점유율은 16%로 2위를 차지. 저가 포트폴리오(A/M/F 시리즈)를 강화했으며 A/S 시리즈 할인 및 N-1 전략 등으로 판매량이 견조하게 이어지고 있음
- Apple 판매량은 할부/금융 지원 등으로 전년동월대비 59% 증가, 전월대비 9% 감소

유럽 판매량은 전년동월대비 1% 증가, 전월대비 1% 감소한 1,273만대 기록

- 매크로 불확실성 확대에 소비심리에 부정적 영향이 지속되고 있으며 Xiaomi를 제외한 대부분 브랜드의 판매량이 전월대비 감소
- 삼성전자 판매량은 전년동월대비 6% 증가. 작년에 부재했던 S25 Edge 시리즈가 출시된 영향이며 34.3%로 24년 9월 이후 가장 높은 시장 점유율을 기록
- Apple 판매량은 전작 기저효과로 인해 전년동월대비 11% 증가했음에도 계절적 비수기 영향으로 점유율은 지속 하락 중. iPhone 17 시리즈 출시 전까지는 점유율 하락 추세가 지속될 것으로 예상

Apple 판매량은 전년동월대비 6% 증가, 전월대비 5% 감소한 1,647만대 기록

- 6월 인도와 유럽 내 판매량이 전년동월대비 각각 59%, 11% 증가. 중국 618 쇼핑 축제 기간 동안 Pro 모델에 대한 공격적인 프로모션이 있었고 미국 내에서는 통신사 경쟁 심화에 따른 프로모션 효과가 있었음
- 인도 내 판매량은 오프라인 매장 확장, 프로모션 활동 및 소비여력 증가에 따른 프리미엄 소비 증가로 인해 전년동월대비 큰 폭의 판매량 증가가 이어졌음
- iPhone 16e의 5개월 누적 판매량은 715만대 기록. 16e를 제외한 16 시리즈의 출시 후 10개월 누적 판매량은 1억 2,657만대로 15 시리즈의 동기간 판매량을 2% 하회중. Pro Max와 Pro의 합산 비중은 61%이고, Pro Max 비중은 33%로 Pro보다 높게 유지중

삼성전자 판매량은 전년동월대비 15% 증가, 전월대비 1% 감소한 2,022만대 기록

- 미국, 유럽 및 인도 지역 내 판매량이 전년동월대비 증가. S25 Edge의 신제품 출시 효과 영향으로 추정
- Edge를 제외한 갤럭시 S25 시리즈의 5개월 판매량은 1,957만대(기본형 607만대, 플러스 385만대, 울트라 964만대). 갤럭시 S24 시리즈의 5개월 판매량은 1,802만대(기본형 544만대, 플러스 358만대, 울트라 900만대). 5월 말 출시된 S25 Edge 시리즈 2개월 누적 판매량은 65만대

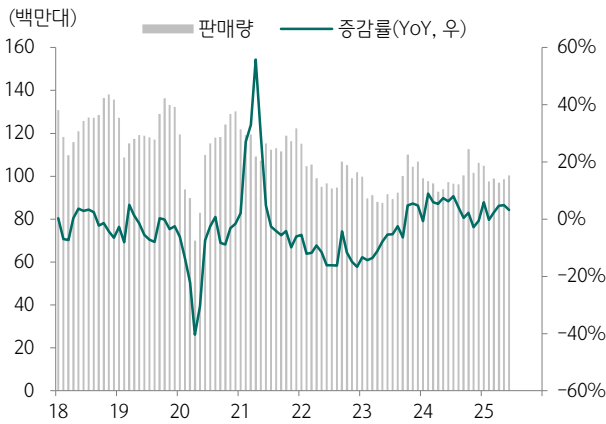
7월 체크 포인트는 미국, 중국 내 강한 프로모션 이후 판매량 추이 및 유럽 스마트폰 수요 회복 여부

- Apple은 최근 실적발표에서 유통채널 재고를 적정수준에서 유지하고 있다고 언급했으나 본격적인 관세 부과를 앞두고 일부 수요가 선반영된 것으로 추정. 아울러 iPhone 17 시리즈 가격 인상으로 수요에 부담이 있을 것으로 예상. 뿐만 아니라 중국 또한 정부 보조금 지급, 618 페스티벌 이후 7월에는 수요 공백이 발생할 가능성 상존

데이터 요약본

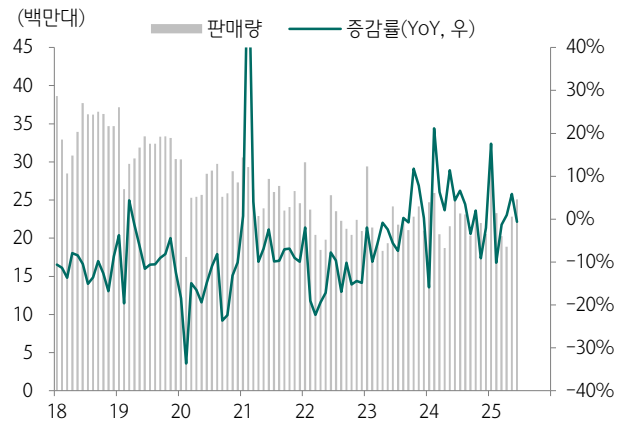
글로벌 판매량 1억 36만대 • MoM +2%, YoY +3%	미국 판매량	• MoM +1%, YoY +2%
	중국 판매량	• MoM +10%, YoY -1%
	인도 판매량	• MoM +6%, YoY +7%
	유럽 판매량	• MoM -1%, YoY +1%
삼성 2,022만대 (MS 20%) • MoM -1%, YoY +15%	미국	• MS 31% (전월 31%)
	중국	• MS 0.7% (전월 0.7%)
	인도	• MS 16% (전월 17%)
	유럽	• MS 34% (전월 34%)
Apple 1,647만대 (MS 16%) • MoM -5%, YoY +6%	미국	• MS 50% (전월 49%)
	중국	• MS 16% (전월 18%)
	인도	• MS 6% (전월 7%)
	유럽	• MS 25% (전월 26%)
Xiaomi 1,411만대 (MS 14%) • MoM +7%, YoY -2%	중국	• MS 16% (전월 16%)
	인도	• MS 15% (전월 15%)
	유럽	• MS 20% (전월 18%)

도표 1. 글로벌 스마트폰 판매량 및 전년동월대비 증감률 추이



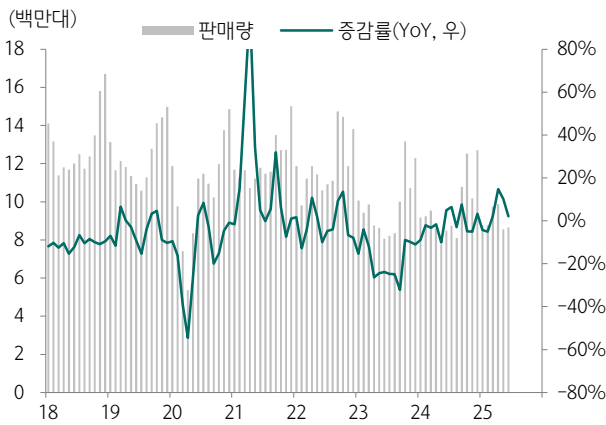
자료: Counterpoint, 하나증권

도표 2. 중국 스마트폰 판매량 및 전년동월대비 증감률 추이



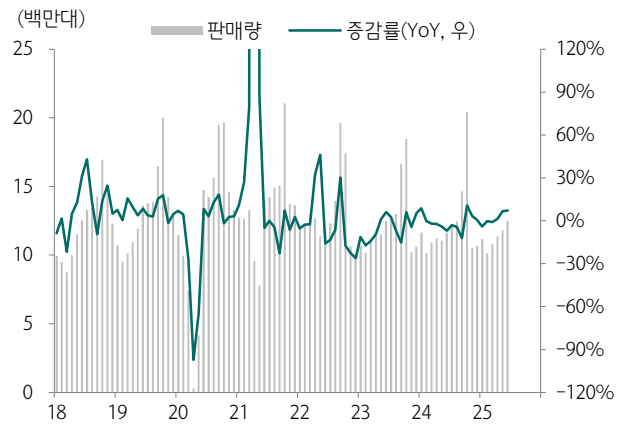
자료: Counterpoint, 하나증권

도표 3. 미국 스마트폰 판매량 및 전년동월대비 증감률 추이



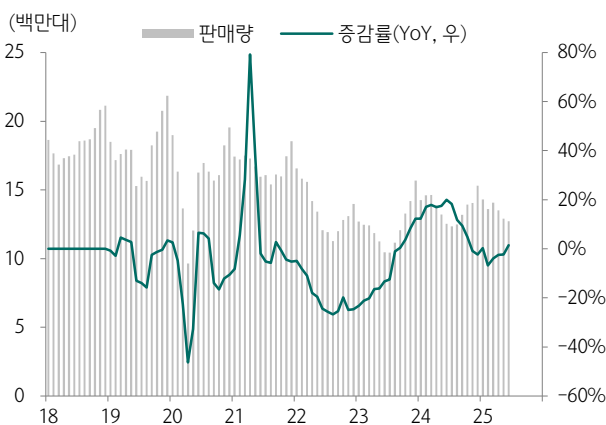
자료: Counterpoint, 하나증권

도표 4. 인도 스마트폰 판매량 및 전년동월대비 증감률 추이



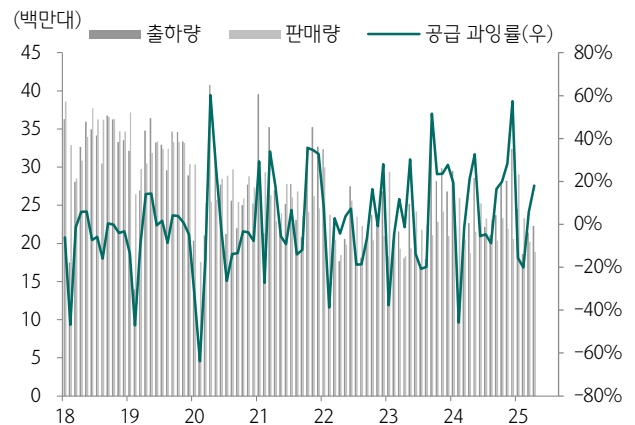
자료: Counterpoint, 하나증권

도표 5. 유럽 스마트폰 판매량 및 전년동월대비 증감률 추이



자료: Counterpoint, 하나증권

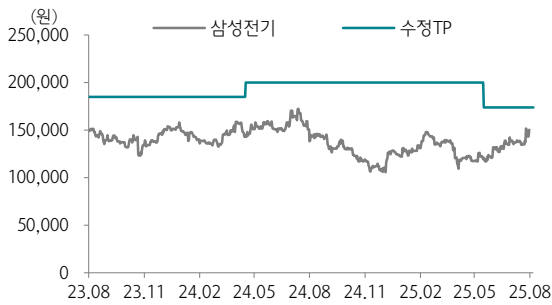
도표 6. 중국 스마트폰 월별 출하량 및 판매량 비교



자료: Counterpoint, 하나증권

투자의견 변동 내역 및 목표주가 과리율

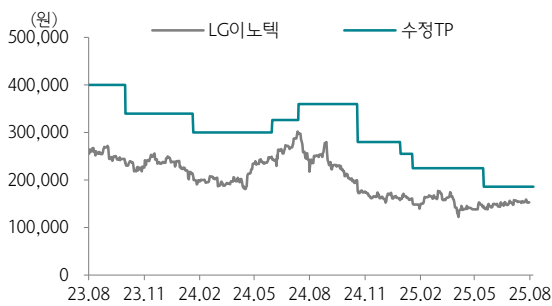
삼성전기



날짜	투자의견	목표주가	과리율	
			평균	최고/최저
25.5.21	BUY	174,000		
25.5.12	담당자 변경			
25.4.21	1년 경과		-	-
24.4.21	BUY	200,000	-31.54%	-13.65%
24.4.13	1년 경과		-	-
23.4.13	BUY	185,000	-22.47%	-14.11%

투자의견 변동 내역 및 목표주가 과리율

LG이노텍



날짜	투자의견	목표주가	과리율	
			평균	최고/최저
25.5.21	BUY	186,000		
25.5.12	담당자 변경			
25.1.23	BUY	225,000	-31.86%	-21.11%
25.1.3	BUY	255,000	-35.79%	-32.75%
24.10.24	BUY	280,000	-40.27%	-36.57%
24.7.18	BUY	360,000	-34.22%	-17.36%
24.6.4	BUY	326,000	-18.04%	-7.36%
24.1.25	BUY	300,000	-30.78%	-17.00%
23.10.5	BUY	340,000	-31.50%	-24.85%

Compliance Notice

- 당사는 2025년 8월 5일 현재 해당회사의 지분을 1%이상 보유 하고 있지 않습니다
- 본 자료를 작성한 애널리스트(김민경)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
- 본 자료를 작성한 애널리스트(김민경)는 2025년 8월 5일 현재 해당회사의 유가증권을 보유하고 있지 않습니다

본 조사자료는 고객의 투자에 정보를 제공할 목적으로 작성되었으며, 어떠한 경우에도 무단 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 자신의 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 현주가 대비 15% 이상 상승 여력
Neutral(중립)_목표주가가 현주가 대비 -15%~15% 등락
Reduce(비중축소)_목표주가가 현주가 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	95.43%	4.57%	0.00%	100%

* 기준일: 2025년 08월 02일