

유럽 제외한 주요 시장 전년동월대비 증가

Monthly 휴대폰/부품 [25년 5월] 스마트폰 판매량 잠정치 | 2025.07.02



투자의견

Overweight

Analyst 김민경 minkyung.kim@hanafn.com

글로벌 스마트폰 5월 판매량은 전년동월대비 5%, 전월대비 2% 증가한 9,856만대 기록

- 지역별로 미국, 중국, 인도는 각각 전년동월대비 10%, 6%, 7% 증가, 유럽은 2% 감소
- 미국, 중국, 인도는 공격적인 프로모션 정책이 소비를 자극한 것으로 추정되며 유럽은 경제악화로 인해 소비가 둔화
- 5월 글로벌 스마트폰 출하량은 전월대비 3% 증가했는데 중국 618 쇼핑 축제 준비 및 미국 내 OEM사들이 90일 관세 유예 기간 내 채널 재고를 확보했기 때문. 시장 불확실성이 지속되는 가운데 25년 이후 월별 출하량과 판매량은 유사한 수준을 유지하고 있는 것으로 파악

중국 판매량은 전년동월대비 6%, 전월대비 21% 증가한 2,282만대 기록

- 618 쇼핑 축제를 앞두고 OEM사들은 대대적인 가격 인하 마케팅을 단행했고 국가 보조금 프로그램 지원이 이루어지며 전년대비 강한 성장세를 기록. 다만 프로모션과 보조금 효과는 618 시즌 이후 둔화될 것으로 예상
- Apple은 15 및 16 시리즈에 대해 공격적인 프로모션을 진행하며 전년동월대비 27%, 전월대비 61% 증가. Pro 모델에 대해서는 약 350달러 수준의 가격 인하를 적용해 정부 보조금 적용 기준에 포함시켰는데 이에 따라 하반기 출시 예정인 17 시리즈 수요에 부정적 영향이 있을 수 있음
- 프로모션 영향으로 Apple 점유율은 전월대비 4.5%p 상승한 18.4%, Huawei는 전월대비 3%p 하락한 16.7%를 기록하며 각각 1, 2위를 기록

미국 판매량은 전년동월대비 10% 증가, 전월대비 13% 감소한 855만대 기록

- 미국 판매량은 Apple, Samsung 중심으로 전년동월대비 증가했으며 통신사 프로모션 및 관세 부과 전 선제적인 소비자 수요가 발생하고 있는 것으로 추정
- Apple 판매량은 iPhone 16e 신모델 효과가 이어지며 전년동월대비 11% 증가
- 삼성전자 판매량은 갤럭시 S25 시리즈 판매량 증가로 전년동월대비 17% 증가

인도 판매량은 전년동월대비 7%, 전월대비 4% 증가한 1,181만대 기록

- 주요 온라인/오프라인 유통 채널의 여름 세일 행사로 수요가 증가. 또한 25년 5월부터 시행된 정부의 세금 인하 정책이 소비 심리 개선에 긍정적 영향
- Vivo가 21%로 점유율 1위를 차지했는데 인도 소비자 수요가 저가(\$100~199)에서 중저가(\$200~299) 모델로 이동하면서 수혜가 있는 것으로 파악
- 삼성전자는 17%로 점유율 2위를 차지했는데 전년동월대비로는 판매량이 1% 감소. 인도시장 내 중저가 및 고가 스마트폰 시장 내 경쟁이 심화된 영향
- Apple은 전년동월대비 55% 증가했는데 하이엔드(\$600 이상) 시장에서 78% 이상으로 점유율을 확대한 영향

유럽 판매량은 봄 프로모션 종료 및 전반적인 소비심리 위축으로 전년동월대비 2%, 전월대비 5% 감소한 1,291만대 기록

- 삼성전자 판매량은 전년동월대비 5% 감소. 갤럭시 S24 시리즈 판매 호조에 따른 역기저 영향과 중저가 세그먼트 내 점유율이 축소된 영향으로 추정. 5월말 S25 Edge가 출시되어 6월 판매량은 전월대비 증가할 것으로 예상되지만 높은 출고가로 인해 신모델 출시 효과는 제한적일 것으로 예상
- Apple 판매량은 전자 기저효과로 인해 전년동월대비 7% 증가. iPhone 16e는 높은 가격으로 인해 판매량은 제한적인 상황

Apple 판매량은 전년동월대비 18%, 전월대비 2% 증가한 1,725만대 기록

- 5월 중국과 미국 내 판매량이 전년동월대비 각각 27%, 11% 증가하며 큰 폭의 판매량 증가
- 중국 618 쇼핑 축제 기간 동안 Pro 모델에 대한 공격적인 프로모션이 있었고 미국 내에서는 통신사 프로모션 및 16e 시리즈 출시효과가 있었던 것으로 파악. 인도 내 판매량은 오프라인 매장 확장, 프로모션 활동 및 소비여력 증가에 따른 프리미엄 소비 증가로 인해 전년동월대비 55% 증가
- iPhone 16e의 4개월 누적 판매량은 571만대를 기록해 16 Plus 모델의 누적 4개월간 판매량을 상회. 16 시리즈의 출시 후 9개월 누적 판매량은 1억 1,463만대로 15 시리즈의 동기간 판매량을 2% 하회 중. 5월 판매량 호조로 전작과의 판매량 격차가 축소. Pro Max와 Pro의 합산 비중은 61%이고, Pro Max 비중은 33%로 Pro보다 높게 유지중

삼성전자 판매량은 전년동월대비 8% 증가, 전월대비 2% 감소한 2,033만대 기록

- 유럽 및 인도 지역 내 판매량은 감소했으나 미국 판매량이 전년동월대비 17% 증가
- 미국 내 점유율은 전년동월대비 확대되었으나 유럽 및 인도 시장에서는 중저가 세그먼트 내 경쟁 심화로 인해 점유율이 축소
- 갤럭시 S25 시리즈의 4개월 판매량은 1,642만대(기본형 486만대, 플러스 317만대, 울트라 839만대). 갤럭시 S24 시리즈의 4개월 판매량은 1,483만대(기본형 428만대, 플러스 291만대, 울트라 765만대). 두 모델의 출시 월이 상이하고, 판매 일수에서도 차이가 나기 때문에 동일선상에서 비교하는 것이 어려움
- 5월 말 출시된 S25 Edge 시리즈 판매량은 19만대

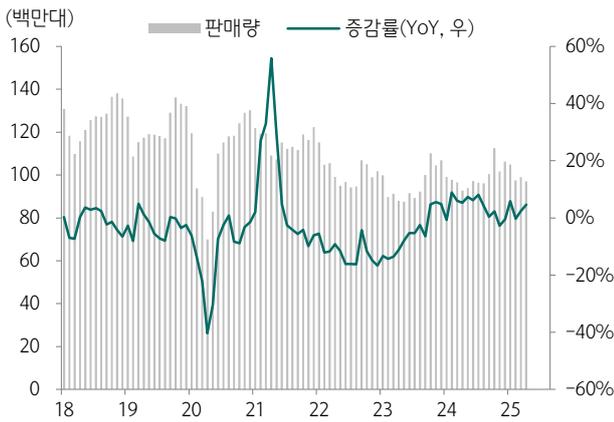
6월 체크 포인트는 중국 판매량 및 재고 감소 여부와 iPhone 16 시리즈(16e 포함) 및 갤럭시 S25(S25 Edge 포함) 판매량 동향

- 25년 5월에는 중국, 미국, 인도 등 주요 시장의 판매량 호조로 21년 이후 가장 높은 5월 스마트폰 판매량을 기록. 다만 강력한 프로모션 및 정부 보조금 정책 영향이 있었기 때문에 향후 지역별 판매량 추이를 지켜볼 필요가 있음
- 중국은 6월에 여러 지역에서 중앙정부 보조금 지급이 중단되었기 때문에 6월 판매량에 영향이 있을 수 있으며 하반기에는 상반기와 비슷한 규모의 보조금이 지원될 것으로 예상
- 미국은 관세 불확실성으로 인해 일시적으로 수요가 증가했을 가능성이 있음

데이터 요약본

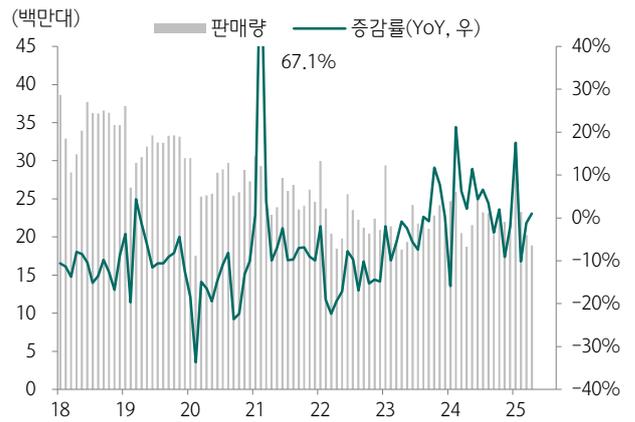
글로벌 판매량 9,856만대 • MoM +2%, YoY +5%	미국 판매량	• MoM -13%, YoY +10%
	중국 판매량	• MoM +21%, YoY +6%
	인도 판매량	• MoM +4%, YoY +7%
	유럽 판매량	• MoM -5%, YoY -2%
삼성 2,033만대 (MS 21%) • MoM -2%, YoY +8%	미국	• MS 31% (전월 31%)
	중국	• MS 0.7% (전월 0.6%)
	인도	• MS 17% (전월 17%)
	유럽	• MS 34% (전월 34%)
Apple 1,725만대 (MS 18%) • MoM +2%, YoY +18%	미국	• MS 49% (전월 50%)
	중국	• MS 18% (전월 14%)
	인도	• MS 7% (전월 7%)
	유럽	• MS 26% (전월 26%)
Xiaomi 1,312만대 (MS 13%) • MoM +1%, YoY -1%	중국	• MS 16% (전월 17%)
	인도	• MS 15% (전월 15%)
	유럽	• MS 18% (전월 19%)

도표 1. 글로벌 스마트폰 판매량 및 전년동월대비 증감률 추이



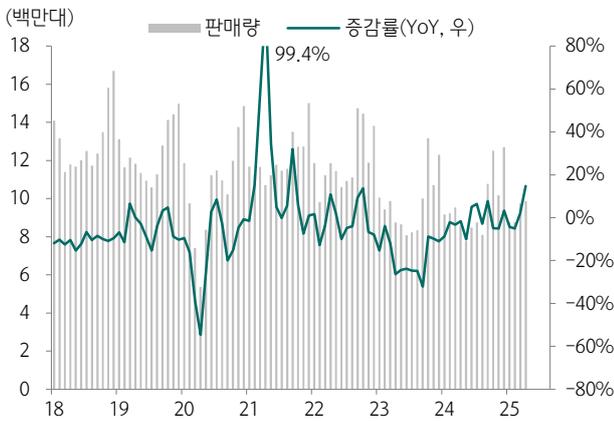
자료: Counterpoint, 하나증권

도표 2. 중국 스마트폰 판매량 및 전년동월대비 증감률 추이



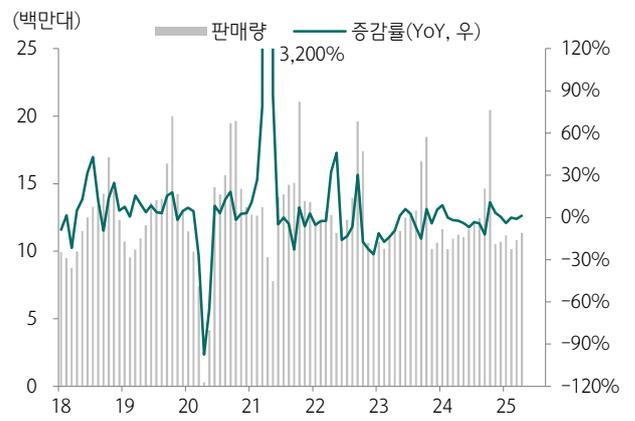
자료: Counterpoint, 하나증권

도표 3. 미국 스마트폰 판매량 및 전년동월대비 증감률 추이



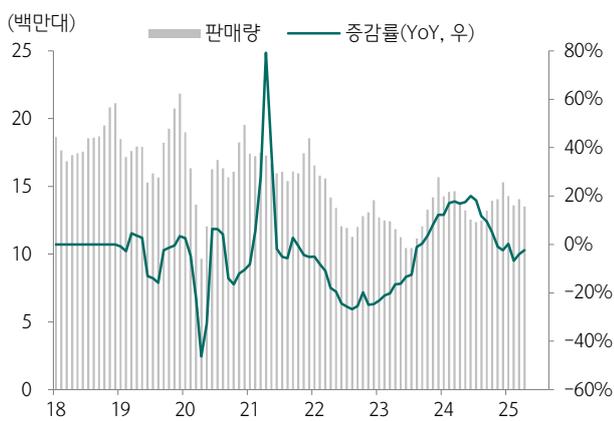
자료: Counterpoint, 하나증권

도표 4. 인도 스마트폰 판매량 및 전년동월대비 증감률 추이



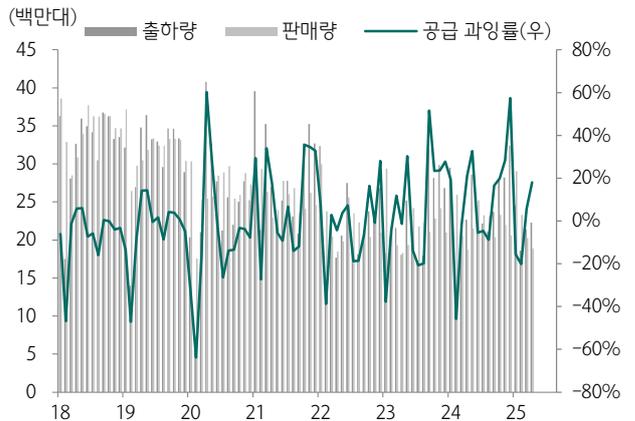
자료: Counterpoint, 하나증권

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

- 당사는 2025년 7월 1일 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 7월 1일 현재 해당회사의 유가증권을 보유하고 있지 않습니다

본 조사항목은 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 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 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	95.45%	4.55%	0.00%	100%

* 기준일: 2025년 06월 29일