

ICT산업 2023년 2분기 동향

- I. 반도체
- II. 디스플레이
- III. 휴대폰
- IV. 시사점

작성

선임연구원 이미혜 (6252-3608)



*본 보고서의 내용은 담당 연구원의 주관적 견해로, 한국수출입은행의 공식입장과는 무관합니다.



< 요약 >

(반도체) 2분기 메모리반도체 시장은 전년동기 대비 52.5% 감소, 전분기 대비 14.2% 성장했으며 1분기를 저점으로 수요가 점진적으로 개선되는 양상

- (세계시장) D램 시장은 전년동기 대비 55.3%, 전분기 대비 20.4% 감소한 114.3억 달러, 낸드플래시 시장은 전년동기 대비 48.5% 감소, 전분기 대비 7.4% 증가한 93.4억 달러 기록
- D램과 낸드플래시 시장은 IT기기 수요둔화, 수요기업의 재고조정, 메모리반도체 가격 하락 등으로 4분기 연속 전년동기 대비 역성장
- (가격) 2분기 D램 가격은 전년동기 대비 58.4%, 전분기 대비 22.5% 하락한 1.40달러, 낸드플래시 가격은 전년동기 대비 19.8%, 전분기 대비 6.1% 하락한 3.82달러를 기록
- (수출) 반도체 수출은 전년동기 대비 35% 감소한 226억 달러 기록, 4분기 연속 역성장

(디스플레이) 디스플레이 시장은 6분기 연속 전년동기 대비 역성장했으나 2분기에는 하락폭이 0.2%로 축소되면서 3분기 업황 개선 전망

- (세계시장) LCD 시장은 전년동기 대비 Δ 1.3%, OLED 시장은 전년동기 대비 2% 성장
- OLED 시장은 TV 패널 수요 부진에도 불구하고 스마트폰용 패널 시장의 개선으로 전년동기 대비 2% 성장
- (가격) LCD TV 패널 가격은 2022년 3분기부터 반등했으며 2분기에도 상승세 지속, OLED TV 패널 평균 판매가격은 팍 가동률 조정 등으로 전년동기 대비 1.5% 상승
- (수출) 디스플레이 수출은 전년동기 대비 23% 감소한 43.6억 달러를 기록, 코로나19 특수가 사라지면서 4분기 연속 전년동기 대비 역성장

(휴대폰) 스마트폰 출하량은 인플레이션, 경제 불확실성 등으로 전년동기 대비 7.8% 감소한 2.7억 대를 기록

- (세계시장) 중국 등 주요 시장에서 스마트폰 수요 부진이 지속되면서 세계 스마트폰 출하량이 8분기 연속 전년동기 대비 역성장
- (시장점유율) 삼성전자와 애플은 프리미엄폰 선호도 증가 등으로 중국기업의 추격에도 Top 2를 유지
- (수출) 휴대폰 수출은 전년동기 대비 27%, 전분기 대비 23% 감소한 25억 달러 기록



반도체산업은 점진적 업황 회복이 예상되며 2024년에 업황이 반등할 전망

- 반도체 업황은 IT기기 수요 약세, 재고조정, 중국 경제 불확실성 등으로 2024년에 반등할 전망
 - 2023년 스마트폰 출하량 전망은 전년 대비 1.1% 감소에서 3.2% 감소로 수정되었으며 최근 주요 시장조사기관들은 전년 대비 5~6% 역성장을 예상
 - 2023년 서버 출하량은 생성형AI 열풍 등에도 불구하고 전년 대비 5.9% 감소할 전망
 - D램 시장은 하반기부터 회복이 예상되며 메모리반도체 시장은 2023년 조정 후 2024년에 고성장 기대
- * 메모리반도체 성장률 전망(%): [D램]('23)△43 → ('24)31, [낸드]('23)△27 → ('24)23(옵디아)

디스플레이산업은 한국의 OLED 주도권 수성을 위해 기술보호, 국내기업간 협력 강화 전망

- 삼성디스플레이는 2022년에 미국 국제무역위원회(ITC)에 특허침해조사 신청서 제출, 2023년 6월 미국 법원에 BOE의 특허침해소송을 제기
- 삼성전자는 패널 공급사에서 BOE를 제외할 계획이며 삼성전자는 LG디스플레이의 TV용 OLED 패널 구매 개시하여 국내기업간 협력이 강화될 전망
 - 삼성전자는 디스플레이 공급망에서 BOE 전면 배제를 추진, BOE 매출중 삼성전자 비중은 10~20%로 추정
 - 삼성전자는 프리미엄 TV 시장 확대, 삼성디스플레이의 제한적 대형 OLED 생산능력 보완 등을 위해 LG디스플레이의 OLED TV용 패널 구매 개시

프리미엄폰 선호 트렌드는 개발도상국 스마트폰 업셀링(Upselling)으로 이어져 경제불확실성 개선시 스마트폰 출하량 및 고부가 부품 수요 확대를 견인할 전망

- 경제불확실성 개선되는 2024년에는 스마트폰 교체주기가 단축되고 개도국의 5G폰 보급 확대, 프리미엄폰 선호 등으로 스마트폰 평균 판매가격이 상승할 것으로 예상
- 프리미엄폰 선호로 2023년에 삼성전자의 스마트폰 출하량이 애플에 역전될 가능성이 제기되나 중국의 공무원 아이폰 사용 금지 등으로 삼성전자가 1위 유지 예상



I. 반도체

(세계시장) 2분기 메모리반도체 시장은 전년동기 대비 52.5% 감소, 전분기 대비 14.2% 성장했으며 1분기를 저점으로 수요가 점진적으로 개선되는 양상

- 2분기 세계 D램 시장은 전년동기 대비 55.3%, 전분기 대비 20.4% 감소한 114.3억 달러, 낸드플래시 시장은 전년동기 대비 48.5% 감소, 전분기 대비 7.4% 증가한 93.4억 달러 기록
- D램과 낸드플래시 시장은 IT기기 수요둔화, 수요기업의 재고조정, 메모리반도체 가격 하락 등으로 4분기 연속 전년동기 대비 역성장
 - PC 출하량은 가격 할인 등으로 재고 감소, 판매량 개선이 나타나고 있으나 크롬북과 저사양 노트북 교체 수요 중심으로 판매량이 개선되면서 메모리반도체 수요에 대한 영향은 제한적
 - * PC 출하량 증감률(전년동기 대비, %): ('22.4분기)△28.5% → ('23.1분기)△30.0% → (2분기)△16.6% (가트너)
 - 스마트폰 출하량은 인플레이션, 경제 불확실성 등으로 인한 소비자의 구매심리 위축 등으로 전년동기 대비 7.8% 감소
 - 서버용 반도체 수요는 클라우드 기업의 보수적 투자 기조와 높은 메모리반도체 재고수준, 중국 클라우드 기업의 주문 감소, 범용 서버 주문 감소 등으로 회복되지 못함
- 생성형 AI 열풍은 AI 서버 투자 확대로 이어지면서 고부가 D램이 수혜를 받고 있으나 낸드플래시는 데이터 저장에 사용되어 AI 서버 투자 확대 영향은 D램 대비 제한적
 - D램 시장은 전분기 대비 3분기 연속 두 자릿수 감소했으나 2분기에는 고대역폭메모리(HBM)¹⁾, DDR5(Double Data Rate 5)²⁾ 등의 수요 증가로 성장세로 전환
 - 기업용 SSD(eSSD)³⁾ 시장규모는 전분기 대비 24.9% 감소

세계 D램 시장규모



세계 낸드플래시 시장규모



자료: 트렌드포스.

1) High-Bandwidth Memory로 D램을 수직으로 적층하고 TSV(Through Silicon Via, 실리콘관통전극)으로 빠른 전송속도 제공. D램 시장에서 HBM 점유율은 1% 수준이나 일반 서버용 D램보다 가격이 5배 이상 높음
 2) DDR5는 DDR4 대비 고속(2x), 저전력 등의 장점을 보유
 3) Enterprise SSD(Solid State Drive)로 낸드플래시가 핵심 부품

(가격) D램과 낸드플래시 가격은 주요 기업의 감산 발표 등에도 불구하고 공급과잉이 지속되며 하락했으나 하락폭은 축소되는 추세

- 2분기 D램 가격*은 전년동기 대비 58.4%, 전분기 대비 22.5% 하락한 1.40달러, 낸드플래시 가격*은 전년동기 대비 19.8%, 전분기 대비 6.1% 하락한 3.82달러를 기록
 - * D램은 DDR4 8Gb 1Gx8 2133Mbps(PC용), 낸드플래시는 128Gb 16Gx8 MLC(메모리카드/USB용) 기준
- 반도체 수요기업은 '22년 상반기에 공급망 붕괴 우려 등으로 반도체 재고를 축적했으나 하반기부터 IT기기 수요가 급감하면서 재고 소진에 주력
- 2분기 주요 메모리반도체 기업의 D램 팹 가동률은 74~82% 수준으로 추정되며 수요 부진 등으로 D램 가격은 4월과 6월에 2차례 하락
- 3분기 D램 가격과 낸드플래시 가격은 하락세를 지속하나 하락폭은 축소될 전망
 - 경제불확실성, 중국 경기둔화 등으로 구매자들의 보수적 반도체 구매가 지속되면서 메모리반도체 수요 약세가 지속될 전망
 - SK하이닉스는 2022년 4분기부터 감산, 삼성전자는 4월에 반도체 감산을 공식화했으나 의미 있는 수준으로 재고가 감축되지 못하자 양사는 7월에 추가 감산을 발표
 - SK하이닉스는 낸드플래시의 5~10% 추가 감산 추진, 마이크론은 감산 기조를 2024년까지 이어가겠다고 밝힘
 - * SK하이닉스의 재고자산: ('22.4분기)15.6조원 → ('23.1분기)17.2조원 → (2분기)16.4조원
 - * 삼성전자 DS부문 재고자산: ('22.4분기)29.1조원 → ('23.1분기)31.9조원 → (2분기)33.7조원
- 7~8월 D램 평균 가격은 2분기 대비 6% 하락, 낸드플래시 평균 가격은 2분기 수준을 유지



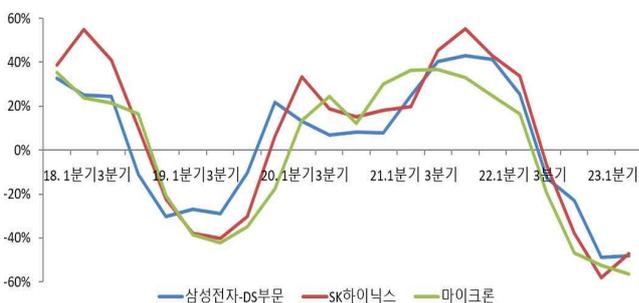
주: D램은 DDR4 8Gb 1Gx8 2133Mbps(PC용), 낸드플래시는 128Gb 16Gx8 MLC(메모리카드/USB용) 고정거래 가격 기준.

자료: 트렌드포스.

(기업) 주요 메모리반도체 기업은 업황 악화로 2분기 매출과 영업이익이 큰 폭으로 감소했으나 전분기 대비로는 개선되는 추세

- 주요 메모리반도체 기업의 2분기 매출은 전년동기 대비 47% 이상 감소하면서 2분기 연속 약 50%대 감소
- 삼성전자의 DS부문⁴⁾ 2분기 매출은 전년동기 대비 48% 감소, 전분기 대비 7.3% 증가한 14.7조원을 기록
 - 메모리반도체 매출(매출 비중 61%)은 전년동기 대비 57% 감소, 전분기 대비 0.6% 증가한 9.0조원을 기록
 - 비메모리반도체 매출은 시스템반도체 수요 부진, 파운드리 가동률 하락 등으로 전년동기 대비 22% 감소한 5.8조원을 기록
- SK하이닉스의 2분기 매출은 전년동기 대비 47% 감소, 전분기 대비 44% 증가한 7.3조원
 - D램 매출(매출 비중 62%)은 전년동기 대비 49% 감소, 전분기 대비 53% 증가한 4.5조원, 낸드플래시 매출은 전년동기 대비 52% 감소, 전분기 대비 31% 증가한 2.2조원을 기록
 - * D램은 엔비디아에 고부가 HBM 등을 공급하면서 전분기 대비 높은 성장률을 기록
- 주요 메모리반도체 기업은 가격하락 등으로 영업손실이 지속되었으나 반도체 재고평가손실 등으로 손실폭은 개선
- 삼성전자 DS부문은 2분기 연속 4조원대 영업손실을 기록했으나 반도체 재고평가손실 감소 등으로 손실폭은 전분기 대비 2,100억원 감소한 4.4조원, 영업이익률은 △30%를 기록
- SK하이닉스는 2분기에 3분기 연속 영업손실 기록했으나 개선 추세, 영업이익률 △39% 기록
- * 영업손실 : (22.4분기)1.9조원 → (23.1분기)3.4조원 → (2분기)2.9조원

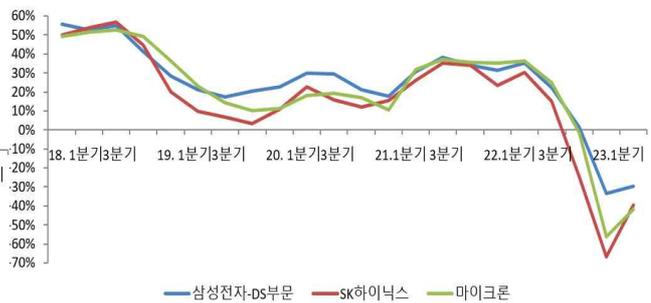
주요 기업의 매출증가율



주: 전년동기 대비 매출증가율

자료: 블룸버그 및 전자공시시스템.

주요 기업의 영업이익률



4) Device Solution. 반도체사업을 포함

(수출) 2분기 반도체 수출은 전년동기 대비 35% 감소한 226억 달러 기록, 4분기 연속 역성장

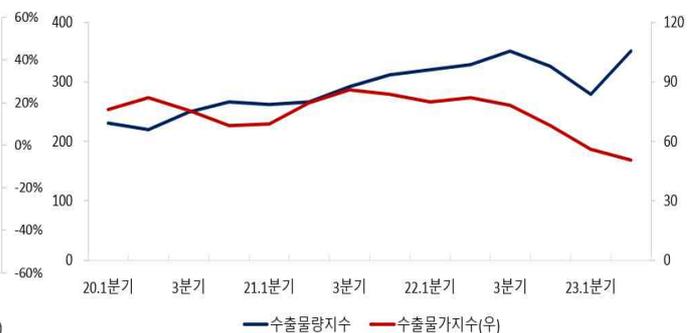
- 메모리반도체 수출은 전년동기 대비 48% 감소한 111억 달러를 기록, 4분기 연속 역성장했으나 수출감소폭은 전분기 대비 축소
 - * 메모리반도체 수출증감률(전년동기 대비, %): ('22.4분기)△44.6 → ('23.1분기)△51.2 → (2분기)△48.2
- 메모리반도체 수출중량은 전년동기 대비 5.8% 감소했으나 메모리반도체 가격하락 영향이 커서 메모리반도체 수출이 전년동기 대비 큰 폭 감소
- 비메모리반도체 수출은 전년동기 대비 13% 감소한 115억 달러를 기록, 2분기 연속 역성장
 - 비메모리반도체 수출은 스마트폰 출하량 감소 등으로 어려운 환경에서도 3분기 연속 메모리반도체 수출을 뛰어넘음
- 대중국(홍콩 포함) 수출은 전년동기 대비 33%, 대베트남 수출은 전년동기 대비 12% 감소
 - 대중국 수출은 메모리반도체는 전년동기 대비 43%, 시스템반도체는 전년동기 대비 8% 감소하면서 128억 달러를 기록
 - 베트남 수출은 메모리반도체는 전년동기 대비 45%, 시스템반도체는 전년동기 대비 20% 감소하면서 27억 달러를 기록
- 반도체 수출물가 지수(2015=100)는 2022년 3분기부터 하락세를 지속하면서 4분기 연속 전년동기 대비 하락, 반도체 수출물량지수(2015=100)는 상승세로 전환
 - 반도체 수출물량지수는 전년동기 대비 7% 상승했으나 반도체 수출물가지수는 2022년 3분기부터 4분기 연속 전년동기 대비 하락했으며 하락폭 확대
 - * 수출물량지수: ('22.2분기)329 → (3분기)352 → (4분기)327 → ('23.1분기)279 → (2분기)353
 - * 수출물가지수: ('22.2분기)82 → (3분기)78 → (4분기)68 → ('23.1분기)56 → (2분기)51

반도체 수출액 추이

단위: 억 달러



반도체 수출물량지수 및 수출물가지수



주: 수출물량지수와 수출물가지수는 2015=100, 원화 기준.

자료: 산업통상자원부 및 한국은행.

II. 디스플레이

(세계시장) 2분기 세계 디스플레이 시장은 6분기 연속 전년동기 대비 역성장했으나 하락폭이 0.2%로 축소되면서 3분기에는 업황 개선 전망

- (LCD) LCD 시장은 5분기 연속 전년동기 대비 두 자릿수 감소했으나, 2분기에는 TV 패널 수요 개선, LCD 가격 회복 등으로 전년동기 대비 1.3% 감소에 그침
- 대형 LCD 시장은 중국 TV 제조사의 패널 구매 확대, TV 패널 가격 상승 등에도 불구하고 IT용 패널 가격 정체 등으로 전년동기 대비 2% 감소
- 중국 TV 제조사는 중국 상반기 최대 온라인쇼핑 행사인 618 등에 대비하여 패널 구매를 확대하면서 LCD TV 패널 출하량 감소폭 축소, 한국 TV 제조사는 패널 구매에 보수적 태도 견지
 - * LCD TV 패널 출하량 증감률(전년동기 대비): ('23.1분기)△13.7% → (2분기)△1.2%
- 중소형 LCD 패널 시장은 전년동기 대비 5% 증가
- (OLED) OLED 시장은 TV 패널 수요 부진에도 불구하고 스마트폰용 패널 시장의 개선으로 전년동기 대비 2% 성장
- 스마트폰용 패널 시장(매출비중 77%)은 출하량이 전년동기 대비 2% 증가하면서 전년동기 대비 2% 성장
- TV용 패널 시장(매출비중 9%)은 패널 출하량이 전년동기 대비 20% 감소하면서 전년동기 대비 19% 역성장, 3분기 연속 두 자릿수 역성장 지속
- 모니터용 OLED 패널 시장은 게임용 수요 증가 등으로 전년동기 대비 43%, 태블릿용 패널과 노트북용 패널 시장은 전년동기 대비 각각 18%, 14% 성장

세계 디스플레이 시장규모

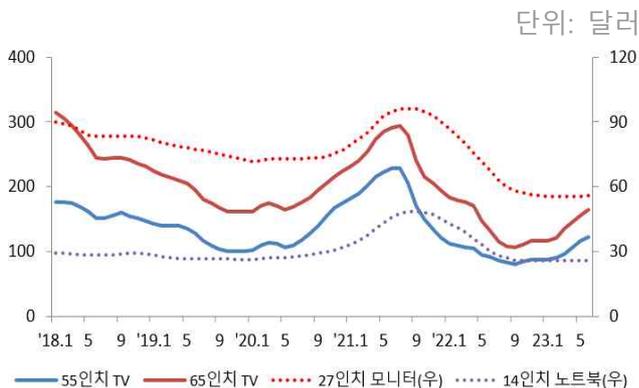


자료: 옴디아.

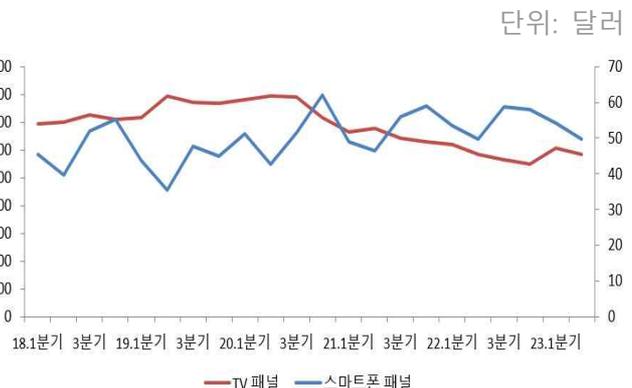
(가격) LCD TV 패널 가격은 2022년 3분기부터 반등했으며 2분기에도 상승세 지속, OLED TV 패널 평균 판매가격은 팽 가동률 조정 등으로 전년동기 대비 1.5% 상승

- (LCD) LCD TV 패널 가격은 2022년 10월부터 주요 기업의 공장 가동률 조정으로 반등했으며 2023년 1분기에 재고조정이 일단락되면서 2분기에 전분기 대비 25% 이상 상승
- LCD TV 패널 가격은 코로나19 특수이 사라지면서 2021년 여름부터 하락세가 지속되었으나 2022년 9월에 저점을 찍고 반등중
- LCD TV 패널 가격은 상승하고 있으나 IT용 패널(노트북, 모니터 등) 가격은 보합세
- 55인치와 65인치 UHD(Ultra High Definition, 4K 해상도) TV 패널 가격은 각각 전분기 대비 26%, 25% 상승한 115달러와 156달러를 기록하면서 전년동기 대비 각각 18%, 4% 상승
- 주요 기업은 TV 패널 수주시 생산하는 전략(Production to order)을 통해 팽 가동률을 조정, 우리기업은 국내 LCD TV 패널 생산 중단⁵⁾ 및 LG디스플레이의 중국 공장 생산량을 50% 수준으로 축소 운영중
- 3분기 LCD TV 패널 가격은 공장 가동률 조정, TV 교체주기 도래 등으로 상승세 지속 예상
- (OLED) OLED TV와 스마트폰 패널의 평균 판매가격은 전년 동기 수준을 유지했으나 전분기 대비 각각 4%, 8% 하락
- OLED TV 패널 가격은 2020년 4분기부터 2023년 1분기까지 10분기 연속 전년동기 대비 하락했으나 2분기에는 팽 가동률 조정 등으로 전년동기 대비 1.5% 상승으로 전환
- * OLED TV 팽 가동률 : ('23.4)44% → (5)48%→ (6)55%
- 모바일용 OLED 패널 평균 판매 가격은 전년동기 대비 2% 상승

LCD 패널 가격



OLED 패널 평균 판매가격



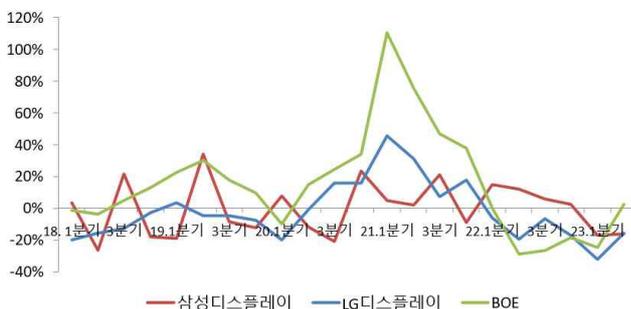
자료: 옴디아.

5) 삼성디스플레이는 2022년 6월에 대형 LCD 패널 생산을 종료했으며 하반기에는 기계약된 TV 패널을 출하하고 12월에는 LCD사업 전면 철수. LG디스플레이는 2022년 12월 국내 LCD TV 패널 생산을 중단

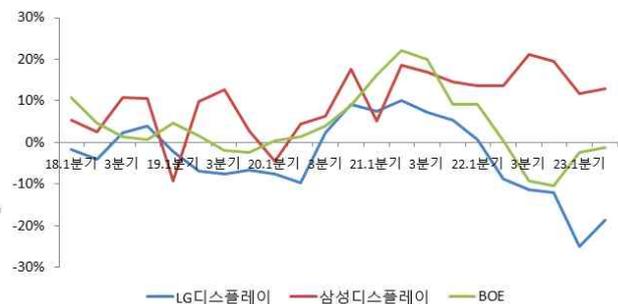
(기업) 2분기 주요 기업의 성장성은 둔화되었으나 수익성은 사업 포트폴리오 등에 따라 차별화 지속

- (삼성디스플레이) 2분기 매출은 스마트폰용 OLED 수요 약세 등으로 전년동기 대비 16% 감소한 6.5조원을 기록
 - 매출과 영업이익은 스마트폰용 OLED 수요 감소, QD OLED⁶⁾의 낮은 수익성 등으로 각각 16%, 21% 감소
 - 대형 디스플레이 사업 관련 '21년 11월말부터 QD OLED 양산을 시작했으며, 수율 개선 등에도 불구하고 제한적인 생산능력(150만대/년), 높은 원가, 낮은 가격 등으로 수익성이 낮음
 - * 삼성디스플레이의 QD OLED 패널은 LG디스플레이의 OLED 패널 대비 제조원가가 1.5배 높으나 판매가격은 유사한 수준으로 추정 (65인치 패널 기준)
 - * QD OLED는 55/65/77인치 패널을 생산중이며 고가의 77인치 물량 확대를 추진
 - 영업이익은 전년동기 대비 21% 감소한 0.8조원을 기록했으나 고부가 패널 판매 등으로 경쟁사 대비 높은 영업이익률(13%)을 유지
 - 아이폰14는 아이폰14, 아이폰14 Plus, 아이폰14 Pro, 아이폰14 Pro Max로 구성되며 고가 Pro 모델은 삼성디스플레이와 LG디스플레이가 패널을 공급
 - 2분기 폴더블폰 패널 출하량 점유율은 삼성디스플레이 63%, BOE 25% (DSCC)
- (LG디스플레이) 2분기 매출은 전년동기 대비 15% 감소한 4.7조원을 기록
 - 매출(OLED 비중 42%)은 TV 및 IT제품 수요 부진, LCD TV 패널 사업 축소⁷⁾ 등으로 전년동기 대비 15% 감소했으나 전분기 대비 7% 증가
 - LG디스플레이는 5분기 연속 영업손실을 기록, 2020년 3분기에 흑자전환한 이후 2022년 2분기에 8분기만에 손실로 전환된 이후 손실 지속
 - * 영업손실(조원) : ('22.2분기)0.5 → (3분기)0.8 → (4분기)0.9 → ('23.1분기)1.1 → (2분기)0.9

주요 기업의 매출증가율



주요 기업의 영업이익률



주:BOE의 영업이익은 중국 정부 보조금 포함.
자료: 전자공시시스템 및 각사 홈페이지.

6) LG디스플레이는 백색 OLED를 광원으로 사용하는 WOLED(White OLED), 삼성디스플레이는 청색 OLED를 광원으로 사용하고 쿼텀닷(양자점) 컬러필터를 적용한 QD OLED 방식
7) 2022년말 국내 LCD TV 팹 생산 종료

(수출) 2분기 디스플레이 수출은 전년동기 대비 23% 감소한 43.6억 달러를 기록, 코로나19 특수가 사라지면서 4분기 연속 전년동기 대비 역성장

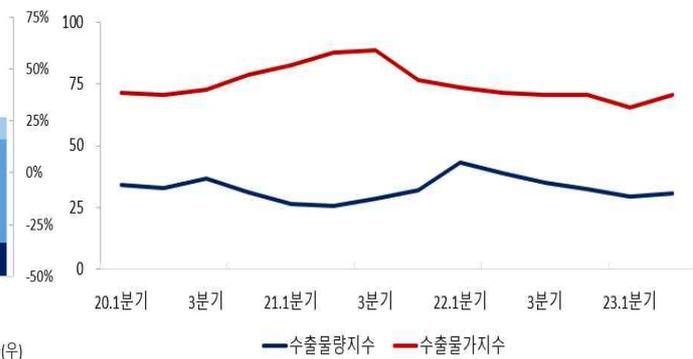
- OLED 수출은 전년동기 대비 7.7% 감소한 30억 달러, LCD 수출은 전년동기 대비 33% 감소한 9.7억 달러를 기록
 - OLED 수출은 스마트폰 수요 둔화, 중국의 스마트폰용 패널 저가 공세 등으로 감소
 - LCD 수출은 국내기업의 LCD 구조조정 등으로 4분기 연속 전년 동기 대비 역성장
- 대베트남 수출은 1.4% 증가했으나 대중국(홍콩 포함) 수출은 43.7% 감소
 - 베트남 수출(수출비중 65%)은 한국기업의 휴대폰·TV 해외 생산기지로 OLED 수출은 전년 동기 대비 6% 증가했으나 LCD 수출이 45% 감소하면서 26억 달러를 기록
 - 중국 수출(수출비중 25%)은 스마트폰 수요둔화 등으로 OLED 수출이 전년동기 대비 57%, LCD 수출은 34% 감소하면서 10억 달러를 기록
- 디스플레이 수출물가지수(2015=100)와 수출물량 지수(2015=100)는 반등했으나 전년동기 대비 각각 1%, 21% 낮은 수준을 기록
 - 디스플레이 수출물가지수는 2021년 3분기를 정점으로 하락세를 지속했으나 2분기에는 LCD TV 패널 수출물가회복 등으로 전분기 대비 7% 상승
 - * 디스플레이 수출물가지수: ('22.2분기)71.3 → (3분기)70.8 → (4분기)70.6 → ('23.1분기)65.7 → (2분기)70.6
 - 디스플레이 수출물량지수는 2022년 1분기를 정점으로 하락세 지속했으나 2분기에는 전분기 대비로는 5% 상승
 - * 디스플레이 수출물량지수: ('22.2분기)38.7 → (3분기)35.0 → (4분기)32.4 → ('23.1분기)29.3 → (2분기)30.6

디스플레이 수출액

단위: 억 달러



디스플레이 수출물량지수 및 수출물가지수



주: 수출물량지수와 수출물가지수는 2015=100, 원화 기준. 부분품은 편광판, BLU 등.

자료: 산업통상자원부 및 한국은행.

Ⅲ. 휴대폰

(세계시장) 2분기 세계 스마트폰 출하량은 인플레이션, 경제 불확실성 등으로 전년동기 대비 7.8% 감소한 2.7억 대를 기록

- 중국 등 주요 시장에서 스마트폰 수요 부진이 지속되면서 세계 스마트폰 출하량이 8분기 연속 전년동기 대비 역성장
 - 중국 스마트폰 출하량은 리오프닝 등에도 불구하고 전년동기 대비 2.1% 감소한 65.7백만 대를 기록, 5분기 연속 전년동기 대비 두 자릿수 역성장한 이후 2분기에는 감소폭 축소
 - * 중국 스마트폰 출하량 증감률(전년동기 대비): ('22.1분기)△14% → (3분기)△12% → ('23.1분기)△12%
 - 인도 스마트폰 출하량은 전년동기 대비 3% 감소한 33.7백만대를 기록, 4분기 연속 전년동기 대비 역성장했으나 감소폭은 축소되는 추세
 - * 인도 스마트폰 출하량 증감률(전년동기 대비): ('22.4분기)△27% → ('23.1분기)△16% → (2분기)△3%
 - 미국과 유럽·중동·아프리카의 스마트폰 출하량은 전년동기 대비 각각 19.1%, 3.1% 감소
- 스마트폰 교체주기가 스마트폰 가격 상승 등으로 길어지고 있으며, 시장 양극화 등으로 프리미엄폰 시장의 성장 지속
 - * 프리미엄 스마트폰(500달러 이상) 비중: ('21) 25% → ('22)27% → ('23.1분기)31% (캐널리스)
 - * 인도의 600달러 이상 스마트폰 출하량은 전년동기 대비 75%, 500~600달러 스마트폰 출하량은 전년동기 대비 34% 증가했으나 200달러 미만 스마트폰 출하량은 전년동기 대비 11% 감소

세계 스마트폰 출하량

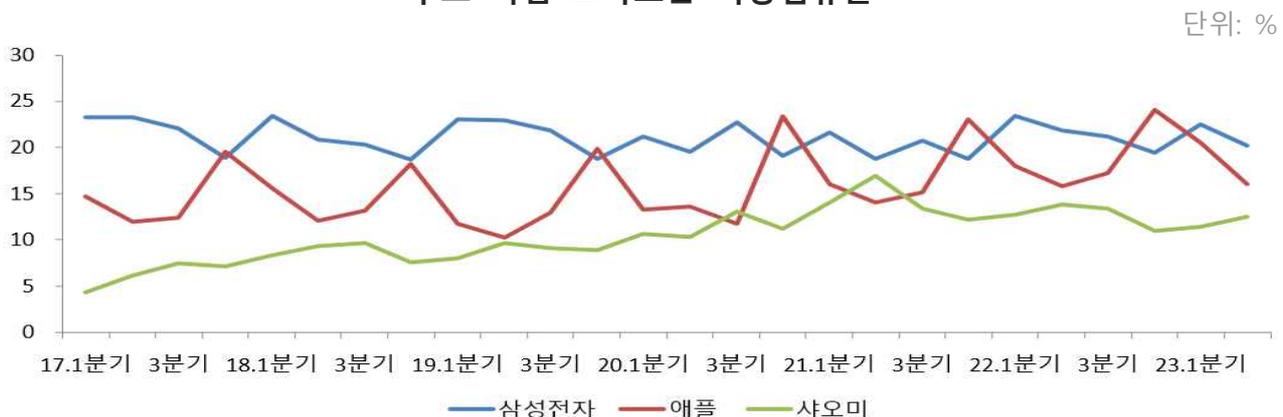


자료: IDC.

(시장점유율) 삼성전자와 애플은 프리미엄폰 선호도 증가 등으로 중국기업의 추격에도 Top 2를 유지

- 삼성전자의 2분기 스마트폰 출하량은 전년동기 대비 15.2% 감소, 시장점유율은 20.2%를 기록
 - 삼성전자의 스마트폰 출하량은 2월에 출시된 갤럭시S23의 출시 효과 감소, 중저가 시장 회복 지연 등으로 전년동기 대비 15.2% 감소
 - 인도에서는 삼성전자가 3분기 연속 1위를 유지했으나 2분기에는 중국 Vivo가 1위로 도약(시장점유율 16.0%)하면서 순위가 한단계 하락했으며 시장점유율은 15.7%를 기록
 - 삼성전자의 중국 스마트폰 시장점유율은 1% 수준이나 중국의 폴더블폰 시장점유율은 1분기 기준 26%로 1위를 기록하며 중국시장에서 성장 가능성을 보여줌
- 애플의 스마트폰 출하량은 스마트폰 Top 3 기업중 스마트폰 출하량 감소폭(△6.3%)이 가장 낮았으며 시장점유율은 16.0%를 기록
 - 아이폰 출하량은 글로벌 스마트폰 수요 약세에도 불구하고 중국, 인도 등에서 선전하면서 경쟁사 대비 양호한 실적을 기록
 - 아이폰의 중국과 인도 출하량이 각각 전년동기 대비 6%, 61% 증가하면서 아이폰의 Top 5 시장은 중국, 미국, 일본, 영국, 인도로 변화
- 샤오미의 스마트폰 출하량은 프리미엄폰 선호 등으로 전년동기 대비 16.0% 감소, 시장점유율은 12.5%를 기록
 - 샤오미의 중국 스마트폰 출하량은 화웨이의 스마트폰 판매 호조 등으로 전년동기 대비 17.5% 하락하면서 중국 스마트폰 출하량 증가율(△2.1%) 대비 부진한 실적을 기록
 - 인도 출하량은 전년동기 대비 39% 감소하면서 판매량 순위는 5위를 기록

주요 기업 스마트폰 시장점유율



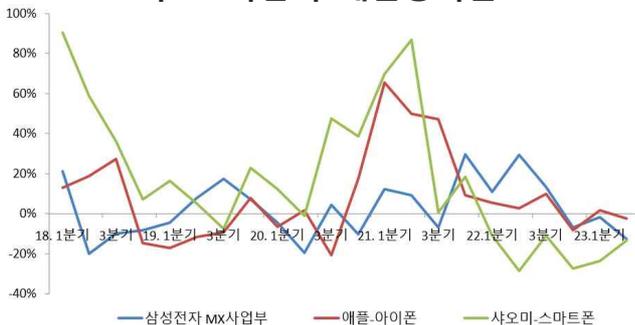
주: 출하량 기준.
자료: IDC.



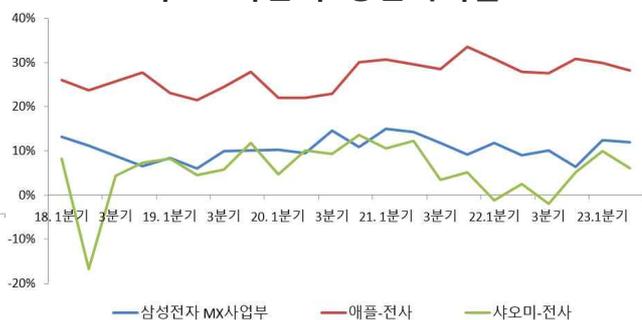
(매출·수익성) Top 3 기업중 애플만이 매출이 전년동기 대비 증가했으나, 수익성은 평균 판매가격 상승, 원가절감 노력 등으로 3사 모두 양호한 모습을 보임

- 삼성전자 MX/네트워크사업부 2분기 매출은 전년동기 대비 12.9% 감소, 영업이익은 개발·제조·물류 등 프로세스 전반의 효율화 등으로 전년동기 대비 16.0% 증가
 - 매출은 스마트폰 출하량 감소 등에 영향을 받았으나 영업이익은 주요 원자재 가격 안정화에 기반한 개발·제조·물류 등 프로세스 전반의 최적화와 효율화 등으로 증가된 영업이익률 12% 기록
 - 애플의 2분기 스마트폰 매출은 전년동기 대비 2.4%, 전사 영업이익은 전년동기 대비 0.3% 감소
 - 아이폰 매출은 스마트폰 출하량 감소, 강달러로 인한 가격경쟁력 하락⁸⁾ 등에도 불구하고 고가 모델인 아이폰14 프로 모델의 판매 호조 등으로 매출은 소폭 감소에 그침
 - 아이폰 중가 모델인 아이폰SE 3세대가 2022년 3월 출시되어 2022년 2분기 실적에 영향을 주었으나 2023년에는 아이폰SE 신모델 미출시
 - 애플의 전사 영업이익률은 프리미엄폰 시장의 높은 지배력과 서비스 사업(애플 뮤직 등) 등으로 28%를 기록
 - 샤오미의 2분기 스마트폰 매출은 프리미엄화 전략에 따른 평균 판매가격 상승에도 불구하고 출하량 감소 등으로 전년동기 대비 13.4% 감소, 전사 영업이익률은 6%를 기록
 - 스마트폰 평균 판매가격은 중국내 평균 판매가격 상승 등으로 전년동기 대비 2.8% 증가한 1,112위안(20.3만원)을 기록
- * 중국내 평균 판매가격은 전년동기 대비 24% 증가하면서 중저가폰 시장에서 프리미엄 시장으로 시장 확대 지속

주요 기업의 매출증가율



주요 기업의 영업이익률



주: 애플과 샤오미의 영업이익률은 전사 기준.

자료: 블룸버그 및 전자공시시스템.

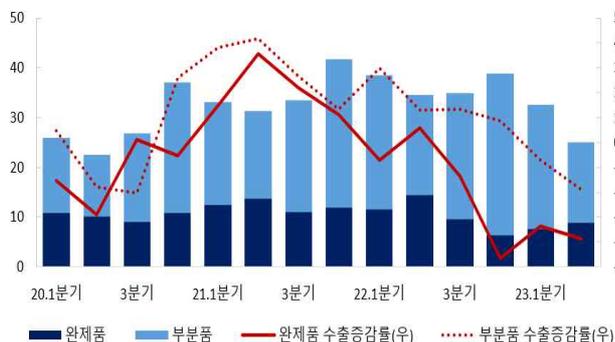
8) 아이폰14는 아이폰13과 동일 가격이나 강달러로 다수 국가에서 가격이 상승

(수출) 2분기 휴대폰 수출은 전년동기 대비 27%, 전분기 대비 23% 감소한 25억 달러 기록

- 부분품 수출은 전년동기 대비 19%, 완제품 수출은 전년동기 대비 39% 감소
 - 부분품 수출은 스마트폰 수요 감소 등으로 하락세로 전환하면서 16억 달러를 기록
 - 완제품 수출은 스마트폰 수요 위축, 삼성전자의 OEM/ODM 생산비중 확대 등으로 전년 동기 대비 39% 감소하면서 9억 달러를 기록
 - * 국가별 수출 비중은 미국(46.0%), 독일(11.0%), 영국(8.5%) 순
- 미국 수출은 견조했으나 대중국(홍콩 포함), 베트남 수출은 전년동기 대비 감소
 - 대중국 수출은 완제품은 중국 스마트폰기업의 성장, 부분품은 글로벌 스마트폰 수요 둔화 등으로 전년동기 대비 17% 감소한 10.3억 달러를 기록
 - 대미국 수출은 갤럭시 신모델 출시 등으로 완제품 수요가 증가하면서 전년동기 대비 23% 증가한 3.7억 달러를 기록
 - 대베트남 수출은 우리기업의 스마트폰 생산기지의 스마트폰 생산량 감소 등으로 부분품 수출이 감소하면서 전년동기 대비 2% 감소한 3.6억 달러를 기록
- 휴대폰 수출물량지수는 전년동기 대비 7% 감소, 전분기 대비 7% 증가, 수출물가지수는 전년동기 대비 5%, 전분기 대비 4% 증가
 - * 수출물량지수: ('22.2분기)92 → (3분기)101 → (4분기)105 → ('23.1분기)80 → (2분기)85
 - * 수출물가지수: ('22.2분기)80 → (3분기)80 → (4분기)79 → ('23.1분기)73 → (2분기)76

휴대폰 수출액

단위: 억 달러



휴대폰 수출물량지수 및 수출물가지수



주: 수출물량지수와 수출물가지수는 2015=100, 원화 기준.
자료: 산업통상자원부 및 한국은행.



IV. 시사점

반도체산업은 주요 기업의 추가 감산발표 등으로 점진적 업황 회복이 예상되며 2024년에 업황이 반등할 전망

- IT기기 수요 약세, 재고조정, 중국 경제 불확실성 및 인플레이션 등으로 반도체 업황은 2024년이나 반등할 전망
- 2023년 스마트폰 출하량 전망은 전년 대비 1.1% 감소에서 3.2% 감소로 수정되었으며 최근 주요 시장조사기관들은 전년 대비 5~6% 역성장을 예상⁹⁾
 - * 2023년 스마트폰 출하량 증가율 전망: ('23.2)△1.1% → ('23.6)△3.2% (IDC)
- 2023년 서버 출하량은 생성형AI 열풍 등에도 불구하고 인플레이션과 고금리 등으로 투자가 제약되면서 전년 대비 5.9% 감소할 전망
 - * 2023년 서버 출하량 증가율 전망: ('23.3)1.3% → (5)△2.9% → (8)△5.9%(트렌드포스)
- AI서버는 총 서버 출하량의 10% 미만으로 작아 서버 수요에 미치는 영향은 제한적이며 중국의 서버 투자는 미국의 제재¹⁰⁾, 중국 경기 등에 영향을 받고 있음
- D램은 하반기부터 회복이 예상되며 메모리반도체 시장은 2023년 조정 후 2024년에 고성장 기대
 - * D램 시장 전분기 대비 성장률(%): ('23.2분기)3.7 → (3분기)13.3 → (4분기)11.2 (옵디아)
 - * 메모리반도체 성장률 전망(전년 대비, %): [D램] ('23)△43 → ('24)31, [낸드]('23)△27 → ('24)23

디스플레이산업은 한국의 OLED 주도권 수성을 위해 기술보호 강화, 국내기업간 협력 추진

- 삼성디스플레이는 2020년부터 상표등록 및 홍보를 본격화하고 2022년에 미국 국제무역위원회(ITC)에 특허침해조사 신청서를 제출
- 2022년 삼성디스플레이는 미국 국제무역위원회에 자사 특허를 침해한 패널을 미국 스마트폰 사설 수리업체에 공급하는 기업을 대상으로 특허침해조사 신청서 제출
 - * 미국 관세법 337조는 불공정 수입 조사로 수입 상품의 특허 침해 및 상표권 침해 주장을 포함한 지적재산권 관련 내용을 다루며 위반 수입품의 미국 반입을 중지할 수 있음
- BOE는 5월에 중국 법원에 삼성디스플레이, 삼성전자가 자사 특허를 침해했다고 소송 제기

9) 카운터포인트 △6%, 옵디아 △5%

10) 첨단 고성능 반도체의 중국 수출 규제 등을 시행



- 삼성디스플레이는 BOE가 특허침해 소송을 제기하자 2023년 6월 미국 법원에 BOE의 특허 침해소송을 제기
- 삼성전자는 패널 공급사에서 BOE를 제외할 계획이며 삼성전자는 LG디스플레이의 TV용 OLED 패널 구매 개시
- 삼성전자는 디스플레이 공급망(스마트폰·TV)에서 BOE 전면 배제를 추진하며, BOE 매출중 삼성전자 비중은 10~20%로 추정됨
 - 1분기 기준 BOE는 삼성전자 LCD TV 패널의 10.9%를 공급 (옴디아)
- 삼성전자는 프리미엄 TV 시장 확대, 삼성디스플레이의 제한적 대형 OLED 생산능력 보완 등을 위해 LG디스플레이의 OLED TV용 패널 구매 개시
 - 삼성전자의 OLED TV는 55/65/77인치이나 83인치 추가했으며 83인치는 LG디스플레이서 구매
 - 삼성전자는 LG디스플레이의 LCD 패널을 구매해왔으나 OLED TV에 대한 양사 논쟁 등으로 OLED용 TV 패널은 최초로 구매 결정
- 삼성전자는 LG디스플레이와 협력으로 LCD TV 패널의 높은 중국 의존도를 낮춰 가격협상력을 제고하고 LG디스플레이는 매출과 수익성 개선 예상

프리미엄폰 선호 트렌드는 개발도상국 스마트폰 업셀링(Upselling)¹¹⁾으로 이어져 경제 불확실성 개선시 스마트폰 출하량 및 고부가 부품 수요 확대를 견인할 전망

- 경제불확실성 개선되는 2024년에는 스마트폰 교체주기가 단축되고 개도국의 5G폰 보급 확대, 프리미엄폰 선호 등으로 스마트폰 평균 판매가격이 상승할 것으로 예상
- 프리미엄폰 선호도 증가로 2023년에 삼성전자의 스마트폰 출하량이 애플에 역전될 가능성이 제기되나 중국의 공무원 아이폰 사용 금지 등으로 삼성전자가 1위 유지 예상
- 애플은 스마트폰 매출, 수익성 측면에서는 세계 1위 기업이나 출하량 기준으로는 삼성전자가 1위를 고수하면서 세계 2위를 유지
 - * 2분기 스마트폰 매출중 애플은 45%, 삼성전자는 17%를 창출
- 2023년 상반기 삼성전자와 애플의 스마트폰 출하량 차이는 2022년 상반기 36백만대에서 2023년 상반기 16백만대로 축소되었으며 하반기는 애플이 신제품 출시로 강세를 보여왔음
- 중국은 9월에 아이폰 사용 금지 대상을 중앙정부 공무원에서 지방정부와 국영기업으로 확대했으며 미중갈등 심화, 중국 경제 부진 등이 중국내 아이폰 판매량에 영향을 줄 전망

11) 기존 고객이 프리미엄 제품을 구매하게하여 매출을 확대