

Strategy Idea

본 자료의 원본은 2023년 5월 25일 발간된

[2023년 하반기 전망 시리즈 7 - 전기전자/IT부품장비: OLD&NEW] 임



▲ 전기전자/IT 부품장비

Analyst 양승수

seungsoo.yang@meritz.co.kr

2023년 하반기 전망 시리즈 7 (해설판)

[전기전자/IT부품장비] OLD&NEW

- ✓ 스마트폰 시장은 1) 프리미엄 스마트폰 선호도 상승 2) 리퍼비시폰 출하량 증가로 인해 구조적으로 출하량이 감소하는 국면에 진입
- ✓ 하반기 신모델 출시 모멘텀도 부족하기 때문에 기대했던 스마트폰 수요의 평균으로의 회귀는 어렵다고 판단. 올해 연간 스마트폰 출하량 전망치를 11.4억대로 하향 조정
- ✓ 다만 프리미엄 시장에서 높은 입지를 확보하고 있는 아이폰15와 점진적인 입지 확대가 예상되는 폴더블은 상대적으로 견고한 수요를 예상
- ✓ 스마트폰 시장의 성장이 한계에 도달했기 때문에 신규 수요 창출이 가능한 새로운 디바이스에 대한 니즈 증가
- ✓ 휴대성, 핸즈프리, 실시간성에서 스마트폰의 단점을 보완해주는 XR디바이스를 Next 디바이스로 주목
- ✓ Vision Pro의 출시와 Quest 3 판매 확대가 이뤄지는 2024년부터 2027년까지 XR디바이스 시장은 연평균 44.2% 고성장 전망. 수혜부품은 1) 3D 센싱 카메라 2) 광학렌즈
- ✓ 전장 부품 시장은 부진한 IT 수요 환경에서 점진적으로 매력도가 높아질 전망
- ✓ 전장부품 중 1) 옵션 채택률 상승 및 화소수 증가를 통한 P,Q 동반 상승이 가능한 전장 카메라와 2) Q 상승과 함께 과점적 지위를 통한 가격 방어가 가능한 리드프레임 선호

Part 1 한계에 봉착한 스마트폰, 돌파구는 프리미엄 시장

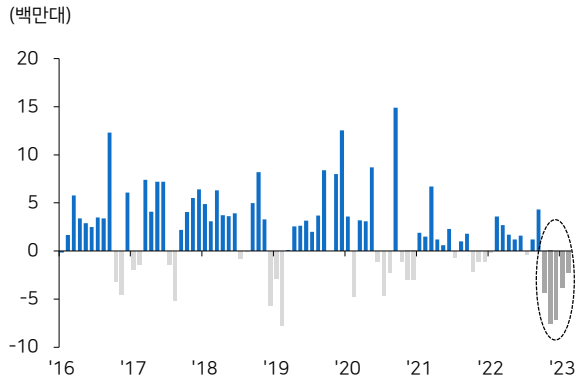
1Q23 글로벌 스마트폰 출하량은 2.7억대(-9.1% QoQ, -14.2% YoY) 기록했다. 지속적인 재고조정 및 수요 부진으로 모든 세트 업체들의 출하량이 전년 대비 감소했다. 연초 리오프닝에 따른 회복을 기대했던 중국 스마트폰의 출하량도 5월 첫째주까지 -3.8% YoY 역성장하였다. 2022년 중국 스마트폰 출하량이 2021년 대비 -23.7% YoY 역성장했다는 점을 감안했을 때, 극심한 스마트폰 출하 부진 환경이 지속되고 있다.

2022년 스마트폰 시장은 러시아·우크라이나 전쟁, 중국의 제로 코로나 정책으로 인한 비정상적인 수요 환경으로 인해 극심한 재고 문제가 발생하였다. 이로 인해 세트업체들은 하반기부터 생산량 및 출하량 조절을 통한 공격적인 채널재고 조정을 진행하였고, 채널 재고 하락 추세가 지속되며 세트 업체별 채널 재고 조정은 마무리 국면에 진입한 것으로 파악된다.

재고조정이 마무리 국면에 진입함에 따라 선행적으로 재고 조정이 이뤄진 부품업체들은 실수요 반등으로 인한 재고 축적 수요를 기대하였다. 다만 상반기 내 스마트폰 수요 환경의 회복이 나오지 않아 기대했던 Re-stocking 수요는 미발생한

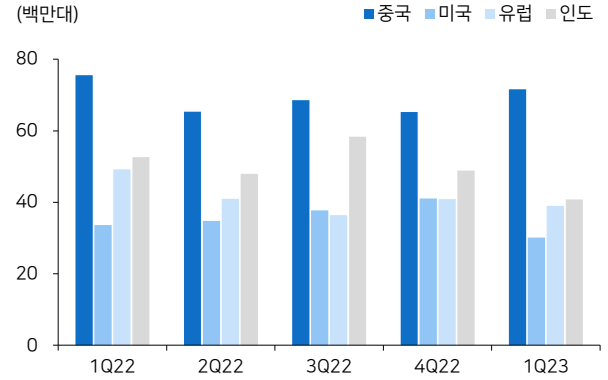
상황이다. 1Q23 판매량 기준 판매량 기준 중국(-5.2% YoY), 미국(-10.4% YoY), 유럽(-20.7% YoY), 인도(-22.5% YoY) 모두 역성장했기 때문이다. 지속적인 수요 부진을 감안했을 때, 작년 발생했던 스마트폰 수요의 하락이 일시적 요인이 아닌 구조적 변화에 기인했다고 판단한다.

그림1 월별 스마트폰 채널재고의 변화



자료: 메리츠증권 리서치센터

그림2 지역별 스마트폰 판매량 추이



자료: 메리츠증권 리서치센터

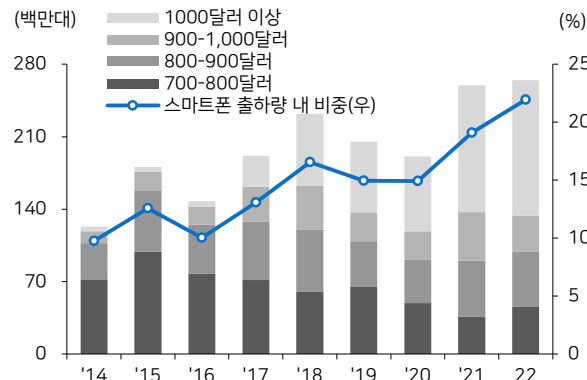
2023년 스마트폰 연간 출하량 전망치를 하향 조정하는 이유

1) 프리미엄 스마트폰 선호 지속 상승 → 교체주기 증가

경기 침체와 고물가로 인해 소비자들의 소비 형태는 1) 프리미엄 선호 + 2) 합리적인 소비로 양분화되고 있다. 세트 업체들도 상대적으로 가격 전가가 용이한 플래그십 판매에 집중하는 상황이다. 이로 인해 작년 글로벌 스마트폰 출하량이 11.8% 역성장 했음에도 불구하고 프리미엄 스마트폰 출하량은 1.8% 소폭 성장하였다.

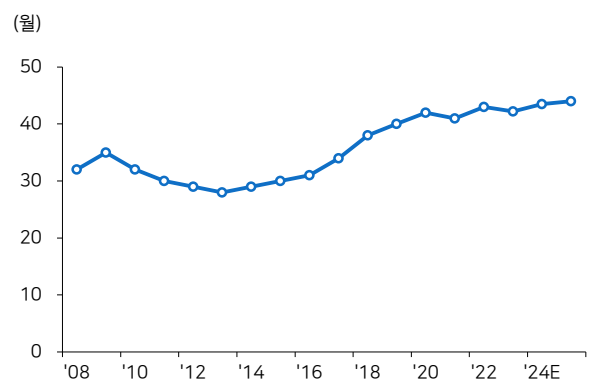
프리미엄 스마트폰에 대한 선호도 상승은 스마트폰 교체주기의 증가로 연결되며 스마트폰 교체 주기는 작년 기준 역대 최장인 43개월로 추정된다. 향후 프리미엄 위주의 수요환경 지속과 스마트폰 교체 수요에 비우호적인 EU집행위원회의 탈착식 배터리 의무화 정책으로 스마트폰 교체주기는 지속 증가할 것으로 전망한다.

그림3 글로벌 프리미엄 스마트폰 출하량 추이



자료: 메리츠증권 리서치센터

그림4 스마트폰 교체 주기 추이 및 전망



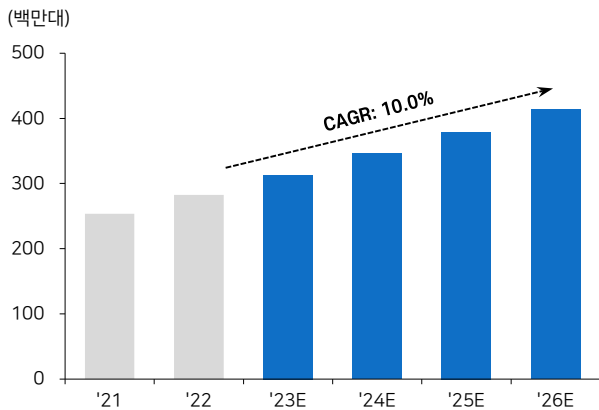
자료: 메리츠증권 리서치센터

2) 리퍼비시폰의 성장

합리적인 소비의 하나로 가성비가 뛰어난 '리퍼비시폰'으로도 수요가 향하고 있다. '리퍼비시폰'은 중고 스마트폰을 회수해 재판매하는 제품으로, 사용자가 스마트폰을 반납하면 외관이나 내부 부품 등을 교체해 재포장한 뒤 다시 판매하는 방식으로 기존 스마트폰 대비 가격이 30~50% 저렴하다. 2022년 글로벌 스마트폰 시장의 11.8% 역성장에도 불구하고 리퍼비시폰 출하량은 전년대비 11.5% 성장했으며 2026년까지 연평균 10.0% 성장이 예상된다.

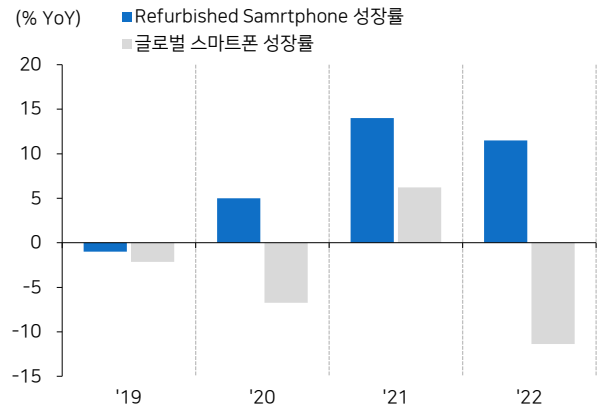
특히 인도와 중남미 지역에서 각각 19%, 18% 성장하면서 신흥국 중심의 중저가 스마트폰에 대한 수요를 리퍼비시폰이 잠식 중인 것으로 파악된다. 브랜드 별로는 애플의 아이폰이 49%의 시장점유율 기록 중인데 아이폰의 높은 가격이 부담스러운 신흥 시장 및 청소년 소비자들 중심으로 리퍼비시폰의 침투율 증가가 예상된다. 향후 해당 소비자들의 교체 수요가 애플로 나올 수 있다는 점을 감안했을 때, 리퍼비시폰 내 애플의 성장은 애플 중심으로 스마트폰 시장의 재편되는데 일조하고 있다.

그림5 글로벌 리퍼비시 스마트폰 출하량 추이 및 전망



자료: 메리츠증권 리서치센터

그림6 글로벌 스마트폰 vs 리퍼비시폰 출하량 성장률 비교



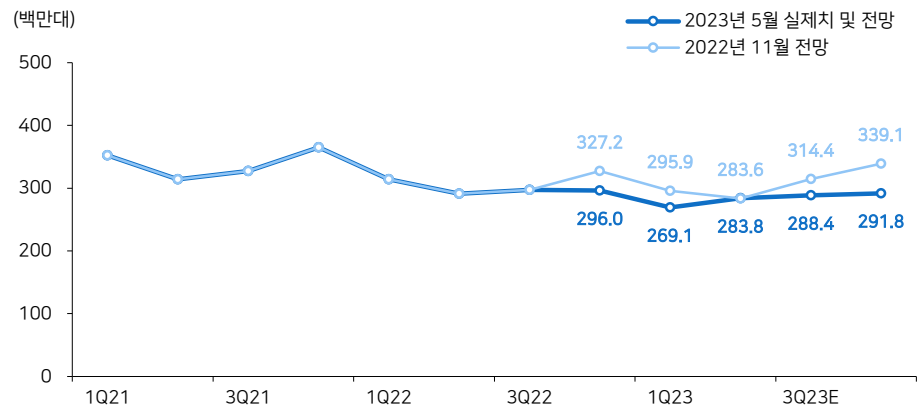
자료: 메리츠증권 리서치센터

3) 하반기 신모델 출시 모멘텀도 상반기 대비 부재 → 스마트폰 출하량 전망치 하향 조정

올해 3~5월 중국 세트업체들은 중국 리오프닝 특수를 노린 다수의 신모델을 출시하였다. 실제로 신모델 출시로 인한 셀인 재고 축적으로 중화권 향 일부 부품업체들은 QoQ 기준 매출이 증가하고 있다. 그러나 반대로 생각해보면 전년대비 다수의 신모델이 상반기에 집중되었기 때문에, 하반기는 신모델 출시 모멘텀이 상대적으로 부재할 전망이다. 실제로 작년 말 기준 예상했던 올해 세트업체별 기대작들 중 아이폰15와 Z폴드5/Z폴립5를 제외한 대다수 기대작들은 이미 출시 완료된 상황이다.

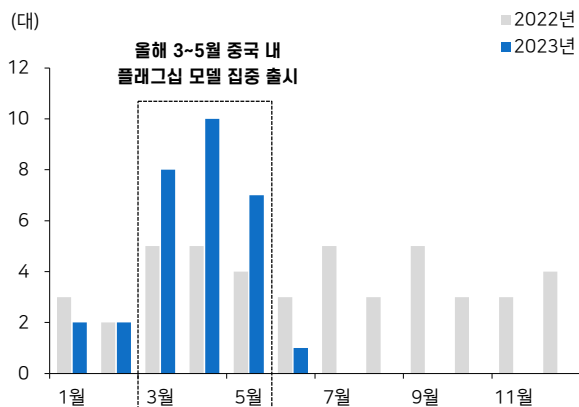
종합적으로 부진한 수요 환경의 지속으로 작년 연말 예상했던 스마트폰 수요의 평균으로의 회귀는 어렵다고 판단한다. 판매 부진의 영향을 반영하여 2023년 스마트폰 연간 출하량을 전년 대비 4.5% 감소한 11.4억대로 전망한다(기존 예상치 Flat YoY). 2024년 출하량도 교체주기의 증가와 리퍼비시 폰의 성장을 반영, 보수적인 전망을 유지한다(11.5억대, +0.5% 성장 예상) 다만 프리미엄 시장에서의 높은 입지를 보유하고 있는 아이폰15와 점진적인 입지 확대가 예상되는 폴더블은 상대적으로 견고한 수요를 예상하며 부진하는 스마트폰 시장으로 인해 새로운 IT 디바이스의 출현에 대한 니즈가 더욱 증가할 전망이다.

그림7 메리츠 스마트폰 출하량 전망치 변화



자료: 메리츠증권 리서치센터

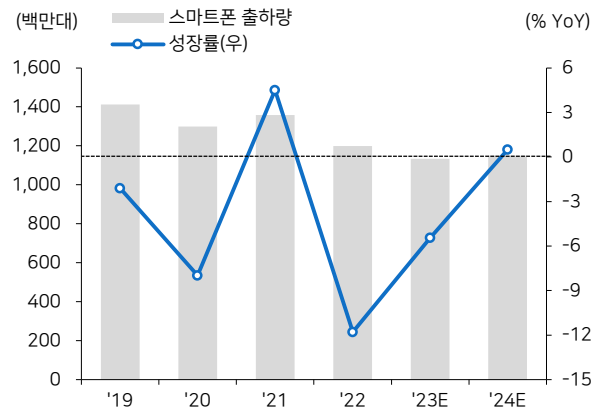
그림8 중국 세트업체 플래그십 스마트폰 출시 모델 수 추이



주: 하반기 출시 계획은 미정

자료: Electrorates, 메리츠증권리서치센터

그림9 연도별 스마트폰 출하량 전망



자료: 메리츠증권 리서치센터

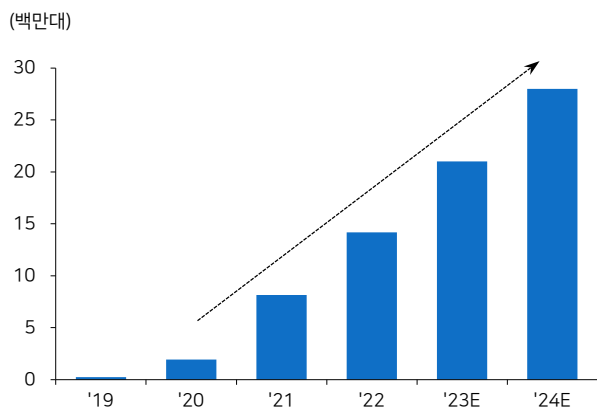
Part 2 하반기 기대요인은 폴더블과 아이폰15

올해는 반전을 기대하는 폴더블

올해 글로벌 폴더블 스마트폰 출하량 2,100만대(+48.0% YoY) 전망한다. 세트업체별로 삼성전자 1,500만대(+33.5% YoY, 갤럭시 290만대/신모델 1,210만대), 중화권 세트업체 550만대(+100.7% YoY), 구글 및 기타 업체 50만대를 예상한다. 출하량이 큰 폭으로 늘어나는 핵심 이유는 중화권 업체들의 적극적인 폴더블 시장 참전이다. 중국 스마트폰 시장 내 프리미엄 스마트폰의 점유율은 1Q18 9.6%에서 4Q22 24.2%까지 지속 상승하였다. 동시에 화웨이의 반사수혜를 입은 애플이 프리미엄 수요를 흡수하면서 중국 프리미엄 시장 내 애플의 선호도가 지속적으로 상승하는 상황이다. 결국 바 타입의 스마트폰 내에서 경쟁력이 약화된 중화권 세트업체들이 경쟁력 강화와 자국 내 점유율 회복을 위해 다수의 폴더블 스마트폰 신작 출시를 시작하였다. 중화권 세트업체들의 적극적인 폴더블 스마트폰 신작 출시로 폴더블 스마트폰 모델은 작년 19개에서 올해 37개로 증가할 전망이다.

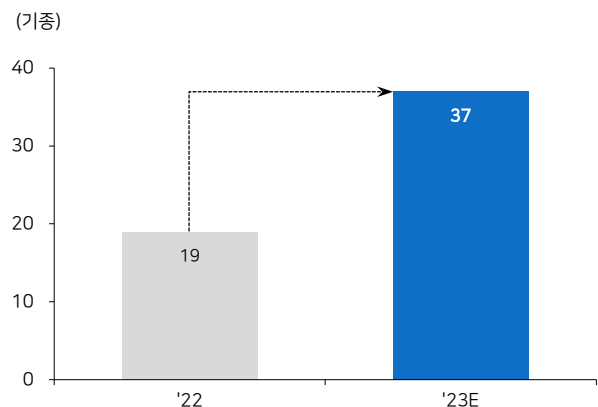
삼성전자의 판매 호조도 예상되는데 전작과 달리 이번 신작에서는 소비자들의 불만사항 개선이 이뤄지기 때문이다. 올해 삼성전자 폴더블 시리즈의 가장 큰 변화는 물방울 타입의 힌지 적용과 플립의 외부 디스플레이 확대이다. 물방울 타입 힌지 적용 효과는 1) 제로갭 형태의 폴딩 구현으로 두께가 얇아지고(Z폴드4 14.2mm→Z폴드5 13.4mm 예상) 2) 부드러운 곡선이 적용돼 내부 주름이 전 모델 대비 개선될 전망이다. Z플립5의 경우 기존 1.9인치였던 외부 디스플레이가 3.4인치로 확대되는데, 이를 통해 앱 실행, 음악 제어, 사진 촬영 등의 작업이 외부 디스플레이로 가능하기 때문에 사용성이 극대화될 전망이다. Z폴드의 단점이었던 휴대성도 무게 경량화(Z폴드4 263g → Z폴드5 250g)를 통해 일정 부분 개선이 이뤄지고, 기능적인 측면에서 퀄컴의 스냅드래곤 8 Gen 2 탑재를 통한 성능 개선이 기대된다. 종합적으로 소비자 사용 측면에서 의미 있는 개선이 이뤄진다는 측면에서 올해 폴더블 수요 성장에 긍정적인 영향이 기대된다.

그림10 글로벌 폴더블 출하량 전망



자료: 메리츠증권 리서치센터

그림11 폴더블 스마트폰 모델 수 추이



자료: DSCC, 메리츠증권 리서치센터

출시 타이밍이 기가 막힌 아이폰15

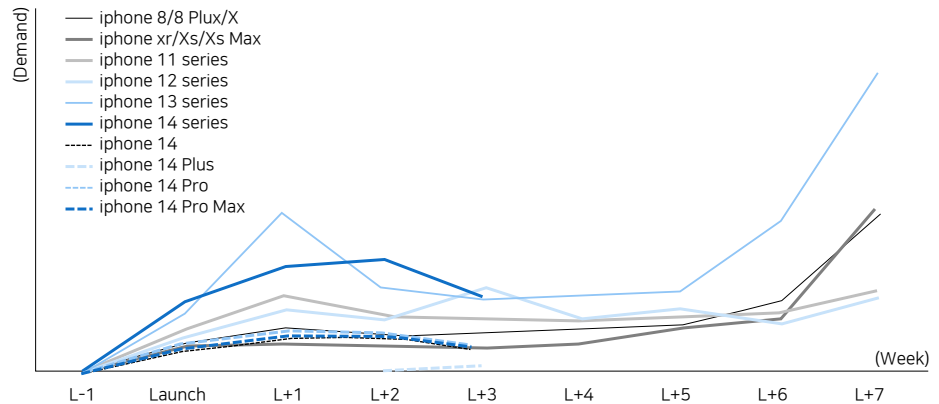
올해 3,4분기 아이폰15 출하량은 7,850만대(+20.0% YoY)를 전망하며, 흥행에 성공했던 아이폰13 대비(7,397만대) 해서도 6.1% 늘어날 것으로 예상한다. IT디바이스 수요 둔화 환경이 지속됨에도 불구하고 아이폰15의 양호한 출하량을 예상하는 이유는 1) 아이폰14 이연수요 2) 아이폰 12 교체수요 3) 아이폰8/X의 업그레이드 수요를 기대하기 때문이다. 아이폰15의 출하량 호조로 '23년 애플의 연간 출하량은 다른 스마트폰 세트업체 대비 상대적으로 양호한 2.22억대(-1.8% YoY)를 전망한다.

중국 판매량 기준 아이폰14는 아이폰14플러스의 늦은 출시에도 불구하고 출시 초기에는 아이폰13 대비 높은 판매량을 기록하였다. 그만큼 기대감이 높았던 모델이었으나 아이폰 수요의 성수기인 4Q22에 폭스콘 정저우 공장 가동 중단으로 공급·수요의 불균형이 발생하였다. 이로 인해 사라진 대기수요가 이연수요로 올해 상반기에 나타날 것 기대했으나 1~3월 아이폰14의 판매량은 3,958만대로 전년 1~3월 아이폰 13 대비 12.6% 오히려 감소하였다. 이는 매크로 환경의 악화와 동시에 USB C Type, 폴디드줌 적용, 일반 모델의 Dynamic island 적용 등의 아이폰15의 스펙 변화가 구체적으로 알려졌기 때문이다. 당사는 올해 상반기 나타나지 않은 아이폰14의 이연수요가 하반기 아이폰15에서 일부 나타날 것으로 전망한다.

또한 아이폰12는 출시 후 3개월간 판매량 5,486만대(아이폰13 4,421만대)을 기록하며 아이폰6 이후 6년 만에 슈퍼사이클에 성공한 모델이다. 일년 누적 판매량 기준으로는 늦은 출시(10~11월)에도 불구하고 1억 5,000만대를 돌파하였다. 6년 만에 바뀐 디자인, 제품 다변화(첫 미니 모델 출시), 5G 폰이라는 상징성, 화웨이 몰락으로 교체 수요가 대거 집중되었는데, 장기화된 스마트폰의 교체주기를 감안해도, 아이폰12의 일부 교체수요 물량이 15에 등장할 시점이다.

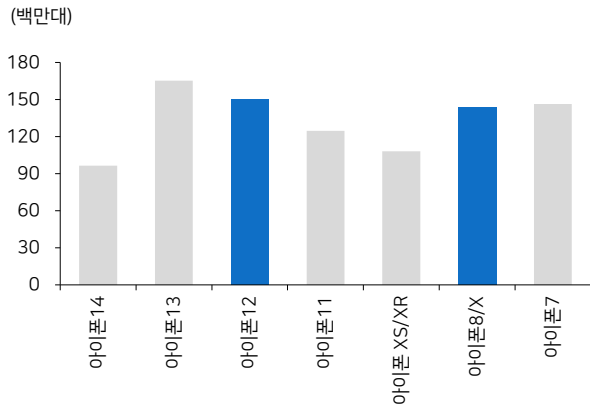
마지막으로 Apple은 6월 5일 WWDC에서 당사 예상대로 아이폰8/X 모델의 iOS17 업데이트 지원을 중단하였다. 이 중 아이폰X 모델은 OLED로의 처음 전환이 이뤄졌던 모델로 높은 출하량을 기록했기 때문에 평년보다 높은 업그레이드 수요를 예상한다. 기존 예상했던 아이폰14 이연 수요, 아이폰12 교체 수요와 함께 아이폰15 잠재 수요에 추가 반영될 전망이다.

그림12 아이폰 출시 후 중국 내 주간 판매량 추이



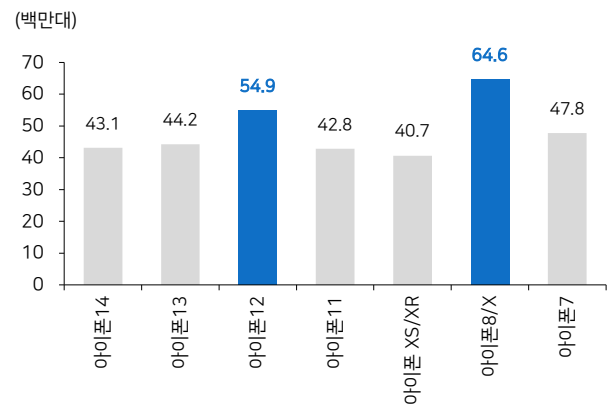
자료: 메리츠증권 리서치센터

그림13 아이폰 모델별 12개월 판매량 추이



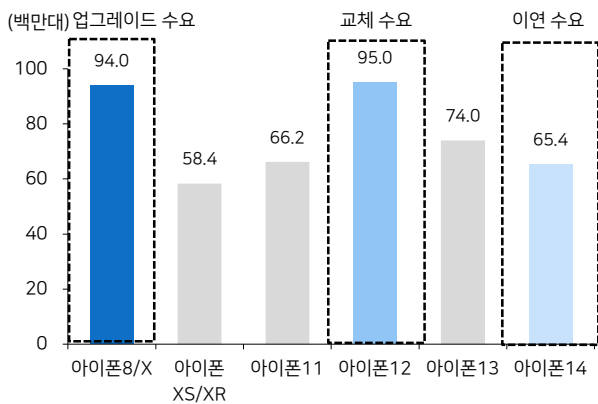
자료: 메리츠증권 리서치센터

그림14 아이폰 모델 별 출시 후 3개월 판매량 추이



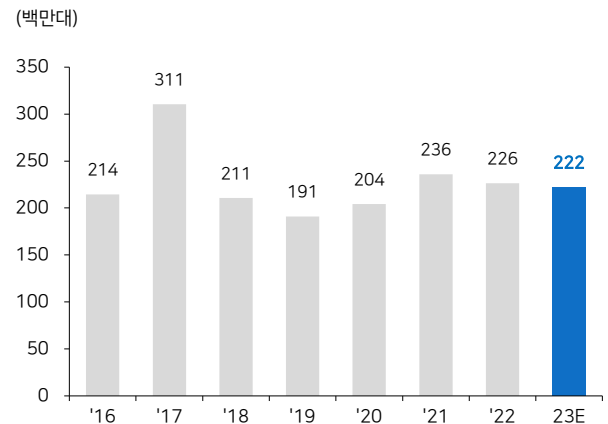
자료: 메리츠증권 리서치센터

그림15 아이폰 출시 후 2개 분기 누적 출하량



자료: 메리츠증권 리서치센터

그림16 아이폰 전모델 합산 글로벌 출하량 전망



자료: 메리츠증권 리서치센터

Part 3 New Device

새로운 디바이스가 필요한 시점, 애플의 시도에 주목

시대별로 IT 디바이스 및 플랫폼 시장을 선점한 기업은 막대한 부를 차지했다. 막대한 부를 차지한 원동력은 소비자들의 일상 속 IT디바이스 내 체류시간을 늘려왔기 때문이다. PC → PC+인터넷 → 모바일 + 인터넷 → 스마트폰을 통해 IT 디바이스내 소비자들의 체류시간은 점진적으로 증가해왔다.

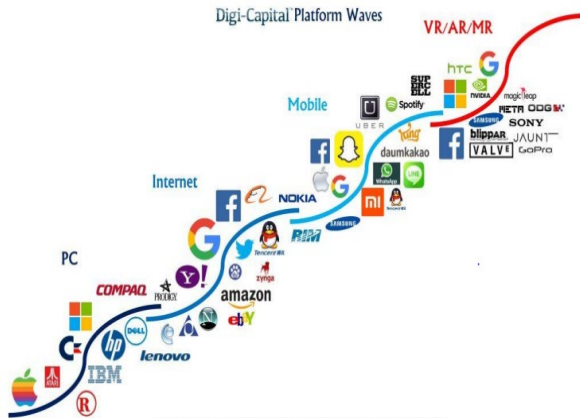
다만 기존 개인형 디바이스 시장의 성장은 한계에 봉착했는데 2010년대 성장을 주도했던 스마트폰의 성장이 한계에 도달했기 때문이다. 이에 따라 기업들이 원하는 이상적인 New IT 디바이스는 스마트폰의 체류시간의 한계를 해결해주는 디바이스이다. 스마트폰 체류시간의 한계점은 ① 정보량과 휴대성의 딜레마 ② 핸드프리 ③ 실시간성 3가지이다. 안경 형태의 XR 디바이스는 두손이 자유롭고, 즉각적으로 반응이 가능하기 때문에 휴대성, 핸드프리, 실시간성에서 스마트폰 체류시간의 단점 보완이 가능하기 때문에 Next 디바이스로 주목받고 있다.

2022년 XR디바이스 출하량은 882.7만대(-20.7% YoY)를 기록, Meta의 신제품 흥행 실패와 Apple 및 Sony 등의 주요 업체들의 출시 지연으로 2022년은 2021년대비 역성장했다 다만 과거 200~300만대 수준에서 연간 1,000만대 규모의 시장으로 성장했다는 점에서 성장 국면의 초입에 진입했다고 판단한다. 메타가 2014년 2.3억달러에 인수한 VR 기기 제조사 오쿨러스(Oculus)는 2022년 기준 전세계 XR 기기 출하량의 82.1%를 점유 중이다 (2020년 이후 누적 판매량 1,925만대 추정) 2020년 10월 4일 중저가형 오쿨러스 퀘스트 2를 통해 XR기기 대중화에서 앞서나갔지만 작년 4분기에 출시한 Quest Pro의 흥행 실패로 Quest 2 출시 이후 처음으로 점유율 50% 이하로 감소했다.

WWDC 행사에서 공개된 'Vision Pro'는 Apple의 MR관련 기술(5,000개의 특허)과 향후 AR 시장에 대한 관점(공간 컴퓨팅 + B2B)을 선보였다는 점에서 긍정적이다. 또한 Apple 디바이스 간 호환성을 고려했을 때, 현재의 애플워치나 맥북처럼 유의미한 시장 규모를 형성할 가능성이 높다고 판단한다. 다만 상대적으로 높은 가격과 스마트폰 대체가 아닌 공간컴퓨팅을 표명했다는 점에서 부품업체 입장에서 아이폰(연 2.1억대) 같은 볼륨매출은 기대하기 어려울 전망이다. 또한 Apple Vision Pro의 내년 출시를 반영, 2023년 XR디바이스 출하량은 900.3만대(+2.0% YoY)로 전망한다.

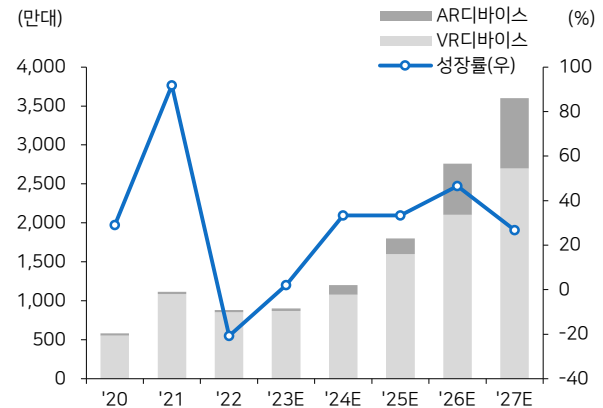
그럼에도 불구하고 당사는 1) 리퍼비쉬폰 성장+교체주기 증가 등 스마트폰 시장이 구조적 한계에 봉착하였고 2) XR디바이스 시장은 교체주기에 의존하는 스마트폰과 다르게 유의미한 신규수요가 지속 창출이 가능하다는 점에서 긍정적인 관점을 유지한다. Vision Pro가 출시되고, Quest 3 판매 확대가 이뤄지는 2024년부터 2027년까지 XR디바이스 시장은 연평균 44.2% 성장을 전망하는데, 1) 향후 Apple의 보급형 제품 출시 2) 삼성, 구글 등의 빅테크 업체들의 추가적인 시장 진입 3) 2026년부터 본격적인 AR글라스 제품의 출시가 예상되기 때문이다.

그림17 소비자들의 체류 시간 ↑ = 기업가치 상승으로 연결



자료: Yolo Development

그림18 글로벌 XR 디바이스 시장 전망



자료: 메리츠증권 리서치센터

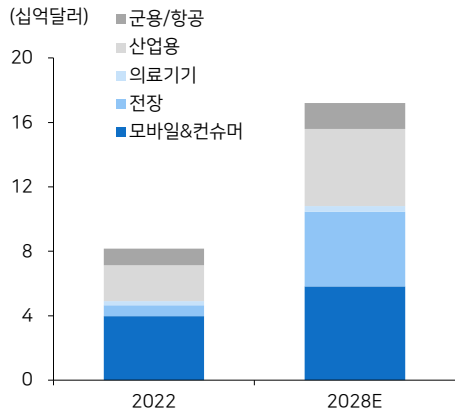
수혜 부문 ① 카메라모듈

기존 스마트폰은 전면+후면으로 4~6개의 카메라가 사용된다. 반면 XR 디바이스의 경우 내부카메라(Eye-tracking, 헤드트래킹, Face Tracking), 외부카메라(패스 스루카메라), 3D 센싱(3D ToF, Lidar), 6DoF 지원카메라 등 다양한 센서와 내부 외부 카메라가 탑재된다. 메타의 Quest Pro의 경우 컨트롤러를 제외하고 10개의 카메라모듈과 센서가 탑재되었다. 이번체 출시된 애플의 Vision Pro의 경우 센서와 카메라모듈이 총 17개 탑재되었다. 향후 등장할 AR글라스의 경우도 최소 15개 이상의 센서·카메라모듈 탑재가 예상된다.

그러나 스마트폰에 주로 사용되는 2D카메라 공급 업체 입장에서는 XR디바이스 시장이 아직은 스마트폰 대비 볼륨매출이 나오지 않기 때문에, 매력도가 낮다. 카메라모듈 중에서는 3D 센싱 카메라의 활용도가 높아질 전망이다. XR 디바이스는 사용자의 행동을 Tracking 하거나, 전방에 대한 맵핑이 필요하기 때문이다. 3D 센싱 카메라는 SL 방식과 ToF 방식이 존재하는데, 실시간 대응성과 거리감이 중요한 XR디바이스에서 SL카메라보다 ToF 카메라의 활용도가 높아질 전망이다. Yole Development에 따르면 3D 센싱 시장은 2022년 82억 달러의 수익 창출(4억 900만개 모듈 출하)에서 2028년 기준 172억 달러 규모의 시장으로의 성장이 예상된다.

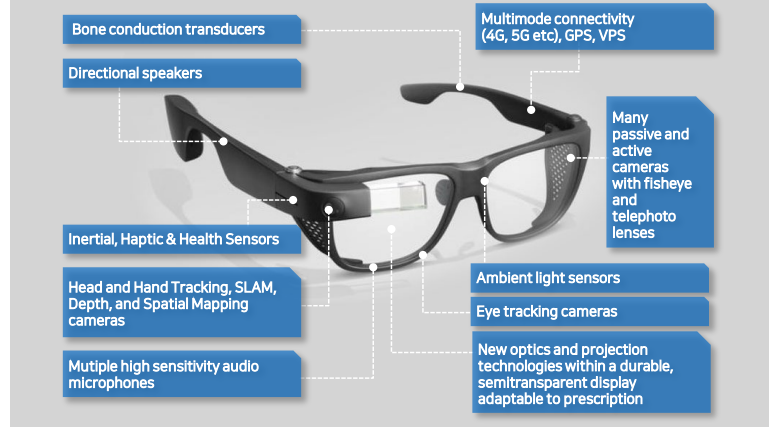
카메라모듈 FPCB 공급업체의 수혜도 예상되는데, 기존 스마트폰 (5~10개) 대비 탑재량(대당 15~25개 예상)과 면적 증가가 이뤄지기 때문이다. Prismark에 따르면 2021년 이후 역성장중인 FPCB 시장은 XR 디바이스향 보급 확대에 2027년까지 재성장이 이뤄질 전망이다.

그림19 3D 센싱 카메라 현황 및 전망



자료: YoleIntelligence, 메리츠증권리서치센터

그림20 AR글래스에 사용될 센서·카메라모듈 전망



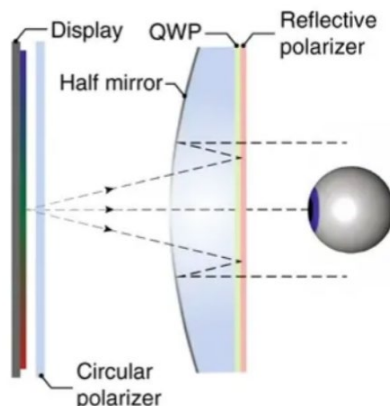
자료: Qualcomm, 언론, 메리츠증권 리서치센터

수혜부품 ② 광학렌즈

렌즈는 카메라모듈의 하나 부품으로 스마트폰에 사용될 때는 낮은 단가와 중국 업체들과의 경쟁 심화로 주목 받지 못하였다. 그러나 XR 디바이스에서는 눈과 화면 사이에 렌즈를 넣어, 렌즈를 통해 실제 디스플레이의 깊이 보다 이미지가 더 멀리 있는 것처럼 느끼게 유도하는 부품으로 사용되며 높은 기술력이 요구되기 때문에 단가가 높은 것으로 파악된다.

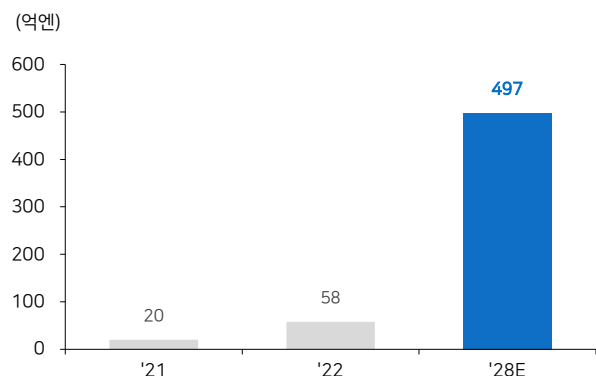
기존 VR디바이스에는 프레넬 렌즈가 많이 사용되었으나 디스플레이와 렌즈 사이에 필수적인 갭이 생긴다는 단점이 존재한다. 이런 단점을 해결하기 위해 Folded/Array 광학 방식의 렌즈 개발이 진행되어 왔고, 대표적인 방식이 팬케이크 렌즈 방식이다. 편광 기반 반사를 사용하여 광학 경로를 작은 공간으로 접는 방식으로 하프 미러에 두 번의 빛의 입사가 일어나기 때문에 낮은 광효율이 단점이었으나, 최근 OLEDs 등 높은 휘도를 보유한 디스플레이의 등장으로 점진적인 사용확대가 이뤄질 전망이다. 후지카메라종합연구소에 따르면 2028년까지 VR디바이스의 확대와 고단가의 팬케이크 렌즈로의 전환으로 16배 성장할 전망이다.

그림21 팬케이크 렌즈 방식 개요



자료: Nature

그림22 VR용 접안렌즈 시장 전망



자료: 후지카메라종합연구소, 메리츠증권 리서치센터

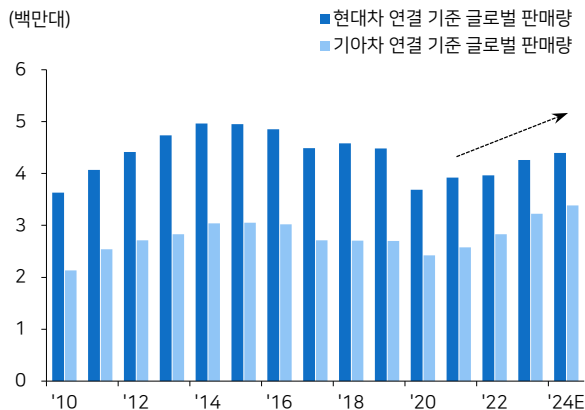
Part 4 여전히 견고한 전장

1~4월 누적 완성차 출하량은 전년 동기 대비 5.3% 성장하며 IT 세트 대비 양호한 수요 환경을 입증하였다. 1Q23 기준 전기차(BEV+PHEV) 판매량 또한 전년 동기 대비 31.7% 성장하며 견고한 수요가 유지되고 있다. 이에 따라 전장용 카메라모듈, MLCC, PCB 공급 업체 모두 IT용 부품 공급업체 대비 상대적으로 양호한 실적을 시현하였다.

완성차 출하량은 Fleet 업계의 수요 정상화와 부품 공급 정상화에 따른 대기 수요 소화로 본격적인 총 수요의 YoY 확장을 전망한다. 특히 국내 전장부품 업체와 실적관련성이 높은 현대기아차가 다른 완성차 업체 대비 BEV 양산이 빨랐기 때문에 Fleet 수요정상화의 상대적 수혜강도가 높을 전망이다. 이를 통해 전장 부품 업체들의 안정적인 수요 확대가 기대된다. 또한 전장 관련 장비 업체들의 작년 연말 ~ 1분기 실적 호조를 감안했을 때, 앞단의 전장부품업체들 또한 순차적인 매출 인식을 통한 외형 성장을 예상한다.

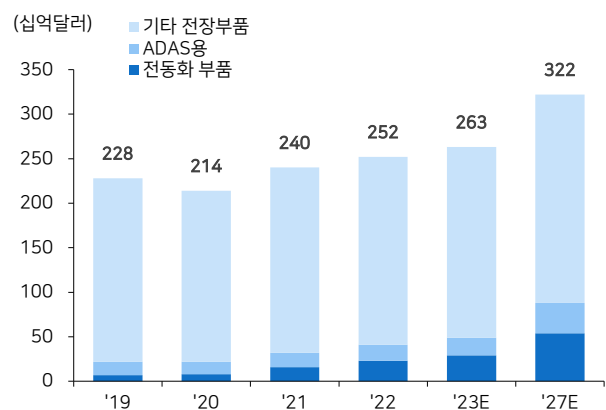
종합적으로 Prismask에 따르면 전장부품시장은 올해 4.4% 추가 성장하고, 2027년까지 322억 달러 규모의 시장으로 성장할 전망이다. 전장부품 중 1) 옵션 채택률 상승 및 화소수 증가를 통한 P,Q 동반 상승이 가능한 전장 카메라와 2) Q 상승과 함께 과점적 지위를 통한 가격 방어가 가능한 전장용 리드프레임을 선호한다.

그림23 Fleet 시장 중심 현대기아차 글로벌 수요 성장 시작



자료: 현대차, 기아차 메리츠증권 리서치센터

그림24 전장부품 시장 전망



자료: Prismask, 메리츠증권 리서치센터

Compliance Notice

본 조사분석자료는 제3자에게 사전 제공된 사실이 없습니다. 당사는 자료작성일 현재 본 조사분석자료에 언급된 종목의 지분을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다. 본 자료를 작성한 애널리스트는 자료작성일 현재 추천 종목과 재산적 이해관계가 없습니다. 본 자료에 게재된 내용은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 신의 성실하게 작성되었음을 확인합니다.

본 자료는 투자자들의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 배포되는 자료입니다. 본 자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터의 추정치로서 오차가 발생할 수 있으며 정확성이나 완벽성은 보장하지 않습니다. 본 자료를 이용하시는 분은 본 자료와 관련한 투자의 최종 결정은 자신의 판단으로 하시기를 바랍니다. 따라서 어떠한 경우에도 본 자료는 투자 결과와 관련한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다. 본 조사분석자료는 당사 고객에 한하여 배포되는 자료로 당사의 허락 없이 복사, 대여, 배포 될 수 없습니다.