

중국 자동차 산업 전망 (2편)

2030년 중국의 ‘도요타’를 찾아서

남대엽 책임연구원, 글로벌연구센터 (dynam@posri.re.kr)

목차

1. 중국 자동차산업의 발전 가능성
2. 장기성장성 분석
3. 재무안정성 분석
4. 로컬브랜드 경쟁력 분석
5. 종합 및 시사점

Executive Summary

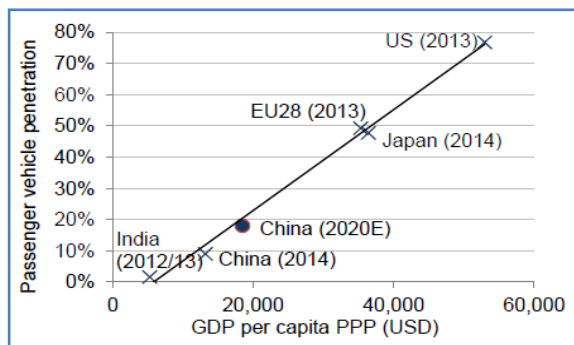
- **중장기 중국 자동차산업의 지속 성장이 예상되는 가운데, 일부 로컬업체들이 미래 글로벌 기업으로 발돋움할 것으로 예상됨**
 - 중국의 인당 소득 증가율과 현재 낮은 수준의 승용차 보유율 감안 시, 중국 자동차산업은 중장기적으로 안정적 성장세를 시현할 가능성이 매우 높음
 - 한편, 중국의 풍부한 내수와 제조업 인프라는 중국 로컬 업체의 성장을 견인해, 이 중 일부 업체는 글로벌 리딩 기업으로 발전할 전망이다
- **장기성장성 분석 결과, 창청, 상하이, BYD가 높은 성장성을 보유함**
 - 맥킨지 분석 결과, 장기적으로 기업의 성장에 매출 규모 및 증가율은 (+) 영향을 미치는 반면, 총주주수익률(TRS)은 (-) 영향을 미침
 - 중국의 특성을 감안해 '15년 생산량, 과거 10년간 생산증가율, ROE 등을 통해 분석한 결과 창청 자동차의 성장성이 월등히 높은 것으로 분석됨
- **재무적 측면에서는 화천과 창청 자동차의 안정성이 매우 높게 평가됨**
 - 중국 자동차 수요가 급증함에 따라 기업들이 설비투자를 대거 확대하면서 일부 자동차업체의 재무건전성이 크게 악화됨
 - 과도한 차입을 통해 성장한 기업은 중국 경제의 일시적인 충격에 타격을 받을 수 있으며, 재무비용 측면에서도 기업의 성장 가능성을 제약함
 - 부채율과 스트레스 테스트(Altman-Z Score) 분석 결과, 화천과 창청 자동차가 재무적으로 매우 안정적인 반면, 최근 높은 성장세를 기록한 베이치, 광치는 재무건전성이 취약한 것으로 평가됨
- **로컬브랜드 경쟁력은 창안, 창청, 지리 자동차가 높은 것으로 평가됨**
 - 중국 자동차 업체들도 '13·5 계획' 기간('16~'20년)에는 기존의 양적 성장 전략에서 벗어나 로컬브랜드를 집중 육성할 계획임
 - 도요타도 성장초기 로컬브랜드 육성에 성공하며 글로벌 기업으로 발돋움함
 - 로컬브랜드 생산 규모 및 생산 중 차지하는 비중, 소비자 선호도 조사 등에 따르면 창청, 창안, 지리의 로컬브랜드 경쟁력이 우수한 것으로 분석됨
- **종합적으로 창청, 상하이, 창안, 화천 자동차 등이 높은 성장 가능성을 보유한 것으로 분석됨**
 - 이들 기업에 대한 철저한 분석과 함께 조기 협력·대응 방안 마련이 필요함

1. 중국 자동차산업의 발전 가능성

□ 중국 자동차산업 과거 15년간 생산량 급증, 향후에도 안정적 성장 예상

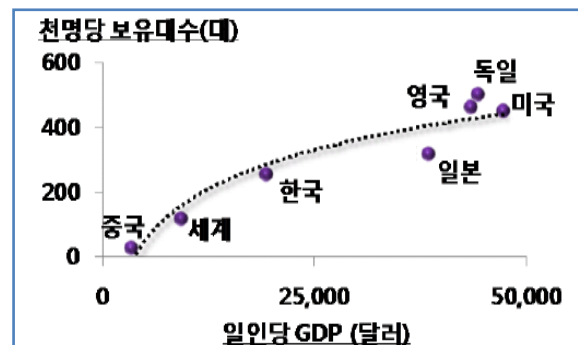
- 도시화 진전 및 평균소득의 증가로 중국 자동차 판매량은 '00년 207만대에서 '15년 2,450만대로 수직 상승
 - 중국 도시화율은 '00년 36%에서 '14년 54%로 상승했으며, 동기간 인당 소득도 2,915불에서 13,206불로 급증함 (PPP기준, World Bank)
 - 일반적으로 한 국가의 인당 연평균 소득이 5,000~10,000불 사이일 때 자동차 구매가 본격적으로 증가하는 모터라이제이션 시기에 진입하는 것으로 평가
- 중국 경제의 지속 성장 가능성이 높은 가운데, 현재 중국의 자동차 보유량 감안 시 자동차 판매는 안정적 성장세 지속할 가능성 高
 - '14년 중국의 승용차 보유율(9%)은 미국, EU, 일본 대비 현저하게 낮은 가운데, 역사적으로 한 국가의 인당 연평균 소득과 자동차 보유율은 매우 높은 상관관계 보유 (Deutsche Bank, World Bank)

〈인당 GDP 대비 승용차 보유율〉



자료: Deutsche Bank(2015)

〈천명 당 승용차 보유율〉



자료: World Bank(2008)

○ 전체 자동차 생산량 급증 기간 주요 업체마다의 성장률은 천차만별¹

- 특히, 자동차산업의 성장세가 다소 둔화된 최근 5년('11~'15년) 사이 업체별 성장률은 -5.3~16.9%로 분화됨
- 현재 생산량 기준으로는 상하이, 동펑, 디이 자동차가 1~3위를 차지하고 있지만, 성장성 측면에서는 후발 업체들의 잠재력이 더욱 높음

☞ 중국 자동차산업의 미래를 이끌어 나갈 '히든 챔피언' 선별 필요

¹ 2015년 기준 12대 주요 업체는 전체 자동차 생산 중 93%의 비중 차지

〈2005~2015년 주요 업체별 생산량 및 증가율〉 (단위: 만대)

순위	업체	'15 년	'05 년	CAGR		
				'05~'10	'10~'15	'05~'15
1	상하이	584	91	31.8%	10.0%	20.4%
2	동펑	382	73	29.6%	7.3%	17.9%
3	디이	282	98	21.2%	1.9%	11.1%
4	창안	278	62	30.8%	3.2%	16.2%
5	베이치	250	59	20.8%	10.7%	15.6%
6	광치	127	24	24.9%	12.0%	18.3%
7	창청	87	7	42.6%	16.9%	29.1%
8	화천	85	11	36.3%	10.5%	22.7%
9	장화이	58	16	24.7%	4.5%	14.1%
10	지리	53	15	22.7%	4.9%	13.5%
11	치루이	53	19	30.1%	-5.3%	11.0%
12	BYD*	45	-	71.6%	-3.0%	25.0%

주: 중국자동차공업협회 기준 BYD 생산량은 2006년 6만대부터 시작

자료: CEIC, 중국자동차공업협회

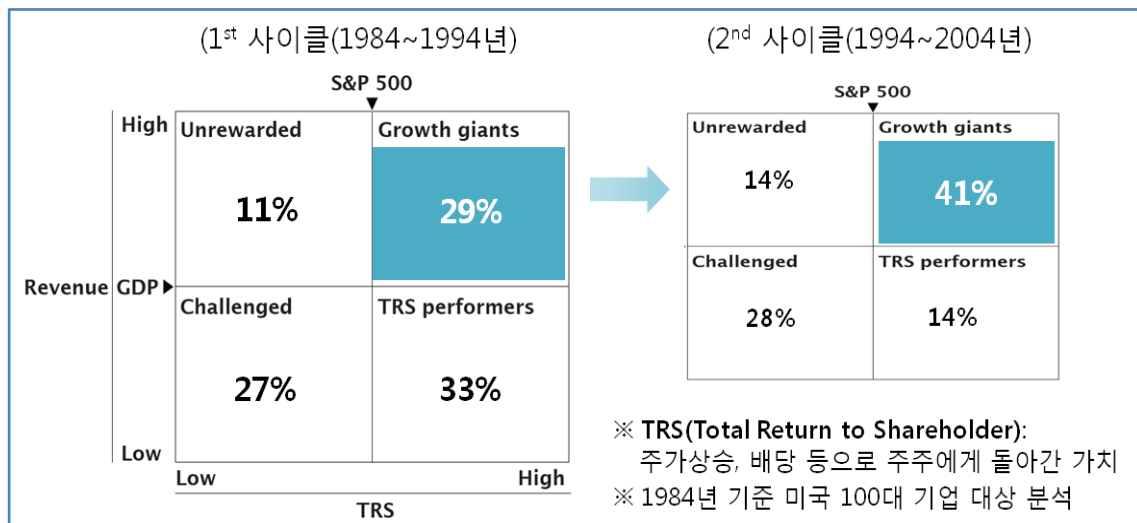
2. 성장성 분석 - 창청, 상하이, BYD

□ 맥킨지 분석 결과, 장기적으로 기업의 성장에 매출 규모 및 증가율은 (+) 영향을 미치는 반면, 총주주수익률(TRS)²은 (-) 영향을 미침

- 매출 규모가 큰 기업일수록 두 번의 비즈니스 사이클 동안 평균 이상의 성장률과 가치 창출을 유지할 확률이 높음 (방법론은 [첨부 2] 확인)
- 첫 번째 사이클에서 GDP 증가율 보다 높은 성장률을 기록한 기업들은 다음 사이클에서도 높은 성장률을 기록할 가능성이 2배 높음
 - 반면, 첫 번째 사이클에서 GDP 증가율 보다 낮은 성장률을 기록한 기업들은 다음 사이클 때 시장에서 사라질 가능성이 5배나 증가
- 첫 번째 사이클에서 'TRS performers'에 속했던 기업들은 두 번째 기간 중 시장에서 퇴출될 가능성이 36%로 가장 높음

² Total Return to Shareholder: 주가상승, 배당 등으로 주주에게 돌아간 가치

〈맥킨지 성장 및 실적 매트릭스〉



주: 전체 분석 결과는 [첨부 2] 참조

자료: The Granularity of Growth

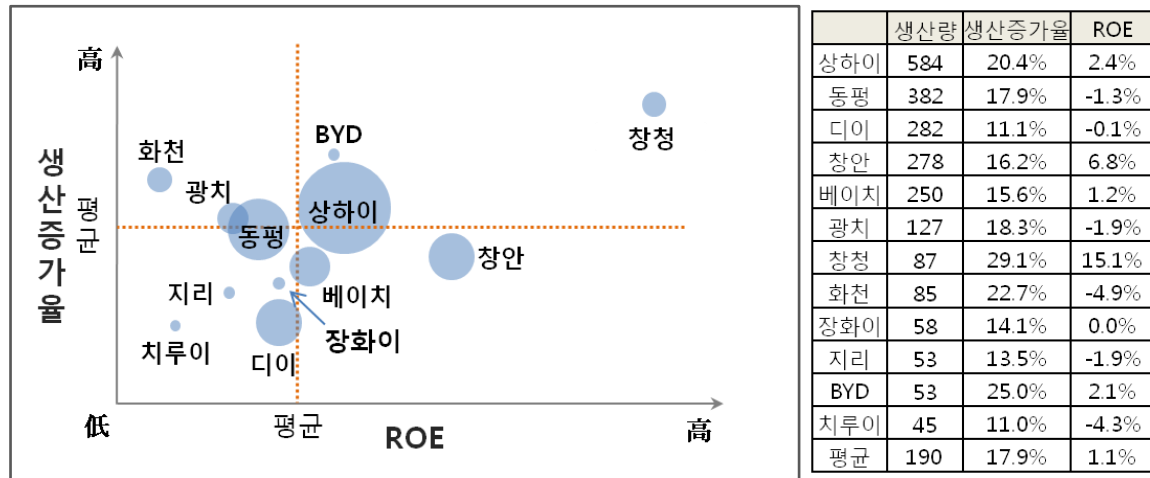
□ 맥킨지 방법론에 중국의 특성을 고려해 분석한 결과, 창청, BYD, 상하이 자동차의 발전 가능성이 가장 높게 평가됨

- 중국 증시의 역사가 짧고 변동성이 높은 점 등을 고려해 대체변수를 사용하고 2005~2015년은 첫 번째 사이클로 가정해서 분석 진행
 - 중국 증시는 '90년 상해증권거래소 개장과 함께 시작되었으며, 개미 투자자의 비중이 90%에 육박하고 관본위 경제체제에 따라 증시의 변동성이 매우 높음
 - y축과 x축에 자동차 생산량 증가율과 ROE³를 설정하고 기준치로는 12대 자동차 업체의 평균값을 사용함
- 분석결과, 창청 자동차의 성장성이 가장 높게 평가되며, 그 다음으로 상하이, BYD 등이 높은 성장성을 보유한 것으로 분석됨
 - 창청 자동차는 생산증가율 및 ROE 모두 2위 업체를 크게 앞서며 높은 성장성을 보유한 것으로 분석됨
 - 화천 자동차는 3번째로 높은 성장률을 기록했지만 ROE가 가장 낮고, 창안과 베이치는 ROE는 높지만 평균 대비 성장률이 낮음
 - 동평, 디이 자동차는 '15년 생산량 기준 각각 업계 2,3위지만, 최근 5년간 성장률과 ROE는 모두 업계 평균을 하회함

³ 맥킨지 분석에서 기업의 장기 성장과 TRS의 연관성이 낮으며, 가치투자의 관점에서 ROE는 기업의 장기적인 성장성을 나타내는 지표로도 활용

<12대 자동차 업체 성장성 분석>

(단위:만대)



주: 원의 크기는 생산량에 비례

ROE는 2014년 대표 상장사 재무제표 기준이며, 비상장된 치루이는 그룹 재무제표 사용

자료: Bloomberg, Baidu 등 종합

3. 안정성 분석 - 화천, 창청 자동차

□ 스트레스 테스트와 부채율을 기준으로 기업의 안정성을 분석한 결과, 화천과 창청 자동차의 재무 건전성이 가장 우수한 것으로 분석됨

- 과도한 차입을 통해 성장한 기업은 중국 경제의 일시적인 충격에 타격을 입을 수 있으며, 재무비용 증가로 장기 성장 가능성도 제약됨
 - 중국의 자동차 수요가 급증함에 따라 기업들이 생산능력('10년 2천만대→'15년 3,500만대 이상)을 빠르게 확대하면서 일부 업체의 재무건전성이 크게 악화됨
 - '14년 말 12대 업체의 평균 부채율은 151%에 달하며, 평균 유동비율도 103%에 불과해 일반적 기준으로 평가되는 200%에 크게 미달함
- 부채율과 스트레스 테스트 분석 결과, 화천, 창청, 다이, 상하이 자동차의 재무건전성이 우수한 것으로 분석됨
 - 부채율과 스트레스 테스트 지수인 'Altman-Z Score⁴'를 x, y축으로 설정해 기업의 재무 건전성 분석을 진행함

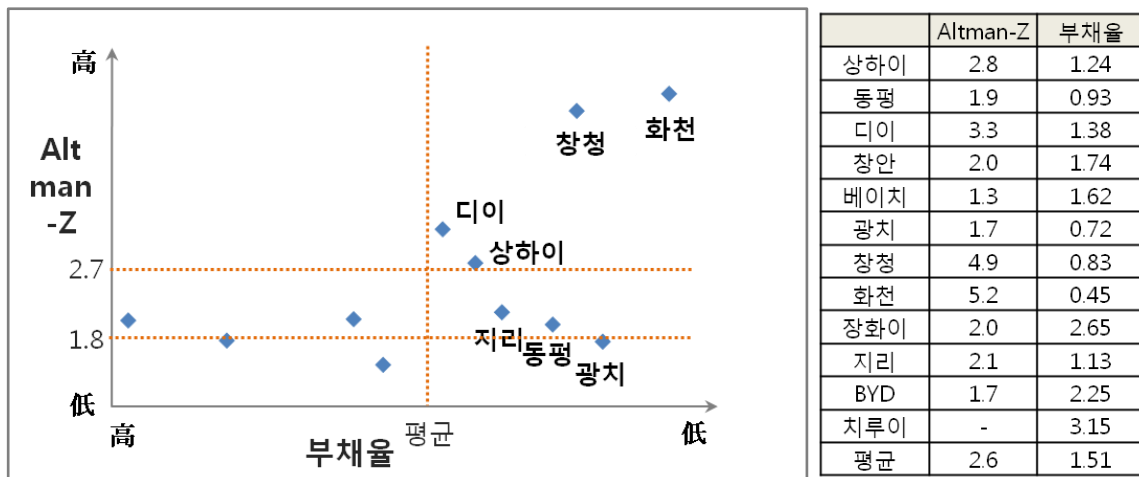
⁴ 1968년 뉴욕대 에드워드 알트만 교수가 기업의 2년 내 파산가능성을 예측하기 위해 개발했으며 당시 72%의 높은 정확도를 나타냄. 'Altman-Z Score'가 2.7 이상이면 'Safety Zone'으로 구분하며, 1.8 미만인 경우 2년 내 파산 가능성이 매우 높은 것으로 해석 가능

$$* Altman-Z Score = 1.2 * X1 + 1.4 * X2 + 3.3 * X3 + 0.6 * X4 + X5$$

X1=운전자본/자산총액 X2=이익잉여금/자산총액 X3=EBITDA/자산총액
X4=시가총액/총부채 X5=순매출액/자산총액

- 화천, 창청, 디이, 상하이 자동차 모두 'Altman-Z Score'의 안전기준치 2.7을 상회하는 가운데, 화천과 창청 자동차가 특히 우수한 재무건전성을 보유함
- 반면, 지리, 동펑, 광치는 부채율이 평균 대비 낮지만, 'Altman-Z Score'는 안전기준치 2.7을 하회함
- 특히, 5년간 상대적으로 높은 성장세를 기록한 베이치(CAGR 10.7%), 광치(12.0%)는 Altman-Z Score 위험기준치 1.8을 하회하며 재무건전성이 매우 취약한 것으로 평가됨

<12대 자동차 업체 안정성 분석>



주: 부채율은 '14년 대표 상장사 기준, 비상장사인 치루이는 그림에서 제외

자료: Bloomberg, Baidu 등 종합

4. 로컬브랜드 경쟁력 분석 - 창안, 창청, 지리 자동차

□ 중국 자동차 업체들은 '13·5 계획' 기간('16~'20년) 양적 성장에서 벗어나 로컬브랜드 집중 육성 계획

○ 중국 자동차산업은 '85년 상하이자동차와 폭스바겐이 합작사를 설립한 이후 외국계 업체의 '기술'과 로컬 업체의 '시장'을 맞바꾸는 전략으로 성장

- 디이자동차는 폭스바겐('91), 도요타('02)와 동펑은 PSA('92), 르노닛산('03) 등과 합작하며 성장함

- '12·5 계획'까지 양적 성장에만 치중했던 중국업체들도 '13·5 계획' 기간 중점 목표로 자주 브랜드 육성을 설정함 ([첨부 3] 참조)
 - '11년 각 사가 발표한 '12·5 발전 계획'을 보면, '15년 말까지 상하이(600만대), 동펑, 창안, 디이(이상 500만대) 등 대다수 업체들은 양적 성장 목표를 제시함
 - 상하이자동차만 목표 달성에 성공, 그 외 업체들은 목표치에 크게 미달
 - 주요 업체들은 '13·5 계획' 기간 양적 성장 보다 로컬브랜드, 해외시장 진출, 친환경차 분야에 역량을 집중할 계획임
 - 상하이자동차는 '20년까지 로컬 브랜드 승용차 100만대 판매, 해외 판매비중 20~30%, 5년간 친환경차 60만대 판매 등의 목표 설정

[참고] 도요타의 성공 배경과 로컬브랜드 육성의 중요성

- 일본도 자동차산업 초기 외국계업체와의 JV와 국산자동차 개발의 기로에서 도요타가 자체 브랜드 '크라운' 및 '카로라' 개발에 성공하며 자동차대국으로 발돋움함
 - 도요타는 주변의 만류와 기술적 난관에도 불구하고 국산차 개발에 집중해 '54년 일본 최초의 국민차 '크라운' 출시, '56년 1만대 판매에 성공하며 성장의 발판을 다짐
 - 다음 목표로 '세계에서 통용되는 자동차'를 설정한 후 연구개발을 집중해 '66년 '카로라'를 출시해 '67년 16만대 판매
 - '카로라'는 세계 16개 공장에서 생산되어 144개국에 판매되고 있으며, 누적 판매 대수는 3,200만대에 달해 도요타가 세계 최대 자동차기업으로 성장하는 바탕이 됨
- * 출처: 이우광. 2009. 『도요타-존경 받는 국민기업이 되는 길』

□ 로컬브랜드 경쟁력은 규모의 경제와 높은 브랜드 선호도를 보유한 창안, 창청, 지리 자동차가 우위를 보이고 있음

- '15년 로컬브랜드 판매 순위를 보면, 창안(111만대), 창청(75만대), 지리(54만대) 자동차가 1~3위를 차지했으며 (승용차시장정보연석회, '16.1)
 - 전년비 증가율 기준으로는 장화이(75%, 35만대), 광치(45%, 20만대), 치루이(34%, 48만대) 등이 1~3위를 차지함
- 12대 자동차 업체 기준 전체 승용차 생산량과 로컬브랜드 생산 비중은 반비례 관계를 보이는 가운데, 창안 자동차는 생산량과 로컬브랜드 비중 모두 상대적으로 높은 순위를 나타냄
 - 창청, 지리, 치루이, BYD, 장화이 등은 로컬브랜드 생산 비중이 매우 높음

- 반면, '15년 생산량 기준 Top3인 상하이(24%), 동펑(17%), 디이(16%) 자동차의 승용차 중 로컬브랜드 비중은 30% 미만임

- 상하이, 동펑 자동차는 저가의 MPV 모델을 제외할 경우 로컬브랜드 생산 비중이 각각 3%, 11%로 낮아짐

- 로컬브랜드 선호도 조사에 따르면, Haval(창청), Changan(창안), Geely Auto(지리), Baojun(상하이), Dongfeng(동펑)이 1~5위를 차지함 (凤凰汽车, '16.3.3)

〈2015년 12대 업체의 로컬브랜드 생산 비중〉

(단위: 만대)

	세단 + SUV + MPV			세단 + SUV		
	로컬	로컬+외자	로컬계 비중	로컬	로컬+외자	로컬계 비중
상하이	112	465	24%	12	353	3.3%
창안	94	212	44%	75	193	39.0%
창청	77	77	100%	77	77	100.0%
베이치	63	194	33%	40	171	23.5%
동펑	57	332	17%	31	299	10.5%
지리	53	53	100%	53	53	100.0%
치루이	49	49	100%	44	44	100.0%
BYD	45	45	100%	44	44	100.0%
디이	43	267	16%	41	266	15.6%
장화이	35	35	100%	28	28	100.0%
화천	25	54	47%	20	49	41.5%
광치	19	124	16%	19	119	16.0%

주: CEIC 통계를 기준으로 저자가 직접 계산한 수치로 기타 통계와 소폭의 차이 존재

자료: CEIC

5. 종합 및 시사점

□ 창청 자동차의 장기 성장 가능성이 가장 높은 것으로 평가됨

- '84년 설립된 창청자동차는 하북성 바오딩시에 본사가 위치한 민영 기업으로 바오딩과 텐진기지에 100만대 이상의 생산능력 보유
- 현재 바오딩시에 연산 50만대 규모의 공장을 건설 중이며, 러시아 툴라주에도 33억 위안을 투자해 15만대 규모의 SUV 제조 공장 건설 중

○ 그 다음으로 상하이, 창안, 화천 자동차가 높은 순위를 기록함

- 중국 최대 자동차업체인 상하이 자동차는 성장성과 안정성에서 매우 높은 순위를 기록했지만, 로컬브랜드 경쟁력은 낮은 것으로 평가
- 자회사인 SGMW*가 생산하는 바오췌은 MPV 분야에서 높은 성장성과 시장점유율을 보이고 있지만, 세단 및 SUV에서는 경쟁력이 취약함
- * '02년 상하이(50.1%), GM(34%), 류주오룽자동차(15.9%) 합작 설립
- 상하이, 난징, 창샤, 우한, 리우저우, 충칭 등을 중심으로 700만대 이상의 생산능력 보유
- '62년 중앙국유기업으로 설립된 창안자동차는 충칭시에 본사를 두고 있으며, 충칭, 난징 등에 400만대 이상의 생산능력 보유
- '02년 지방정부 국유기업으로 설립된 화천자동차는 랴오닝성 선양시에 본사를 두고 있으며, 선양, 충칭 등에 100만대 이상의 생산능력 보유

〈중국 자동차 장기 성장가능성 종합 평가〉

그룹	업체	장기 성장성			재무 안전성		로컬브랜드 경쟁력	
		생산량 (만대)	생산증가율	ROE	Altman-Z	부채율	생산량	로컬 브랜드 생산비중
Tier 1	창칭	87	29.1%	15.1%	4.9	0.83	77	100%
Tier 2	상하이	584	20.4%	2.4%	2.8	1.24	112	24%
	창안	278	16.2%	6.8%	2.0	1.74	94	44%
	화천	85	22.7%	-4.9%	5.2	0.45	25	47%

[첨부 1] 중국 12대 자동차 업체 현황

업체	생산량	본사	외국계 주요 합작사	국유/민영	주요 생산기지
상하이	584	상하이	GM, VW	지방국유	상하이, 옌타이, 류주, 난징, 우한
동평	382	후베이 우한	Nissan, Honda, KIA, Citroen	중앙국유	우한, 옌청, 충칭, 정저우, 광저우
디이	282	지린 창춘	VW, GM, Toyota, Mazda	중앙국유	창춘, 톈진, 하얼빈, 청두, 하이난
창안	278	충칭	Ford, Mazda, Suzuki, PSA	중앙국유	충칭, 베이징, 하얼빈, 선전
베이치	250	베이징	Hyundai, Benz	지방국유	베이징, 장수
광치	127	광저우	Toyota, Honda, FIAT	지방국유	광저우, 후난
창청	87	허베이 바오딩	-	민영	바오딩
화천	85	랴오닝 선양	BMW	지방국유	선양
장화이	58	안휘 허페이	-	지방국유	허페이
지리	53	저장 항저우	-	민영	린하이, 닝보, 상하이
BYD	53	광둥 선전	-	민영	시안, 선전
치루이	45	안휘 우후	Land Rover	지방국유	우후

주: 창안은 중앙국유(中国兵器装备集团 자회사)기업의 자회사, 생산량은 2015년 기준

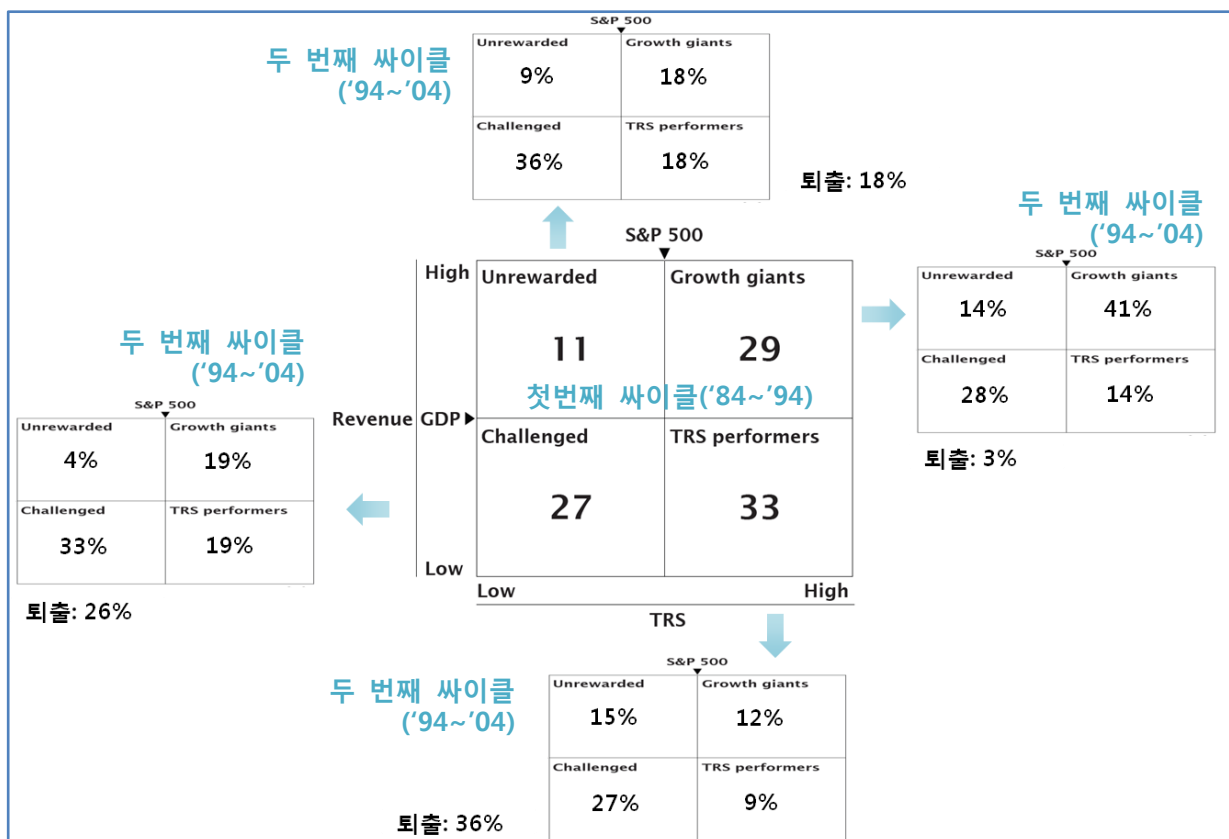
자료: CEIC, Baidu 등 종합

[첨부 2] 맥킨지 기업의 장기 성장성 분석 방법론

* P. Viguerie, S. Smit And M. Baghai. 『The Granularity of Growth』. 2008

- 맥킨지는 기업의 매출 규모 및 증가율, 주주가치의 창출 등을 주요 변수로 선정해 기업의 장기 성장성을 분석함
- 맥킨지는 '84년 미국 증시에 상장된 100대 기업을 대상으로 매출증가율과 총주주 수익률(TRS)을 기준으로 20년간의 기업 성과와 실적을 분석함
- y축(매출증가율)과 x축(총주주수익률)을 설정한 후 기준으로 미국의 GDP 증가율과 S&P500지수를 사용해 2x2 매트릭스 구성 (<그림> 참조)
- 기간을 '84~'94년과 '94~'04년의 2번의 사이클로 나누어 첫 번째 기간 한 그룹에 속했던 기업이 두 번째 기간 어느 그룹으로 이동하는지 관찰

<맥킨지 기업의 장기 성장성 분석 결과>



자료: The Granularity of Growth

[첨부 3] 주요 업체 '12·5 계획' 성과와 '13·5 계획' 목표

	12·5 계획 성과	13·5 계획 발전 목표
상하이	• 판매량 목표(600만 대) 달성한 유일한 업체 • NEV 시장점유율 20% 목표 달성 실패	• 2020년 독자브랜드 100만대 • 판매 중 수출 또는 해외 비중 20~30% • 향후 5년간 200억 위안 투자, NEV 60만 대 판매
동평	• 500만대 목표 달성 실패 • NEV 분야에서도 성과 미미 • 청두에 새로운 생산기지 건설, PSA 지분 참여 • 상용차 분야 Volvo와 합작으로 세계 최대 상용차 JV를 만든 것은 성과	• 2020년 국내 시장점유율 18% • 전체 판매 중 15% 수출 • 매년 30만대씩 판매량 확대 • 독자 브랜드 누적 300만대 판매 : 상용차 100만대, 승용차 200만대
디이	• 500만대, 20% 시장점유율 목표달성 실패, NEV도 미미 • 홍치 생산을 재개한 것은 성과	• 2020년 18개 독자 브랜드 신차 출시 및 200만 대 판매 • 2020년 연간 400만 대 판매 • 홍치: SUV 등 2020년까지 5개 이상 신차 출시
창안	• 500만대 달성 목표 실패 • 연구개발 성과: CS75, CS35 등 독자 브랜드 SUV 성공	• 2017년 350만대 판매(독자 브랜드 198만 대) • 독자 브랜드 판매량 글로벌 15위 • 2020년 450만 대(독자 브랜드 247만 대) • 독자 브랜드 판매량 글로벌 12위 • 5년간 200억 위안 R&D 투자 계획 • NEV 2020년 연간 40만대 판매, 2025년 누적 200만대 판매
광치	• 300만대 목표 달성 실패, NEV 측면에서도 성과 미미 • 혼다와 공동 개발한 독자브랜드 "理念S1" 출시는 성과	• 2020년 240만대 판매(CAGR 12%), 매출 4000억 위안 • 5대 부문 육성: R&D, 완성차, 자동차 부품, 무역, 금융서비스
창청	• 180만대 목표 달성 실패 • 2015년 11월 H6 100만대 생산, 독자 브랜드 SUV 중 최초 • 천진기지 2기(30만대), 바오딩 기지 가동 시작은 성과	-
지리	• 200만대, 2/3 해외 판매 목표 달성 실패 • "GEELY"에서 독자 브랜드 "GLEAGLE", "ENGLON", "EMGRAND" 출시 및 인지도 제고는 성과	-
치루이	• 200만대 목표 실패 • 상대적으로 높은 수출 비중 유지 • 브라질 공장 건설 완성 등은 성과	-

자료: 언론 보도 종합

[참고자료]

[서적/논문]

P. Viguerie, S. Smit, and M. Baghai, *The Granularity of Growth: How to Identify the Sources of Growth and Drive Enduring Company Performance*. Wiley, 2008

이우광. 도요타: 존경받는 국민기업이 되는 길. 살림출판사, 2009

우해월. “중국 자동차산업의 성장에 관한 연구”. 건국대 석사논문, 2015

[언론]

算算车企十二五成绩, 看看他们十三五蓝图, 中国汽车报网, 2016.1.5

2015年12月汽车销量排行榜: 中国五大自主品牌2015年销量点评, 南方财富网, 2016.1.21

2015年自主品牌汽车排行榜 销量暴增, 腾讯汽车, 2016.1.31

[홈페이지]

봉황기차 중국 자동차 로컬브랜드 선호도 순위 (http://car.auto.ifeng.com/top/s_4_1/)