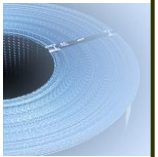


2007.9.3

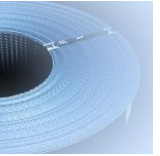
POSRI CEO REPORT

중국 승용차업계 판도 변화 전망



이대우, 김경찬, 조대현

Executive Summary



〈중국 승용차업계 판도 변화 전망〉

□ 최근 중국 승용차업계 판도, 급속히 변화 중

- 2001년 50%를 넘었던 유럽계 승용차의 시장점유율이 2006년 20%대로 추락하고, 일본계·중국계·한국계 및 미국계의 점유율이 증가하는 추세
- 기술력과 자본력 취약에도 불구하고 중국계는 2005~2006년 2년간 가장 높은 성장세를 보이고 있으며, 향후 추이에 대한 관심도 고조되는 추세

□ 유럽계 점유율 감소는 신제품 출시 지연 및 타사와의 경쟁 격화에 기인

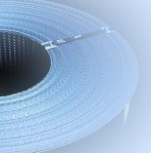
- 폭스바겐은 2006년 전체 판매 차종 중에서 구형 모델인 Jetta와 Santana의 비중은 55%에 달하는 실정

□ 반면, 중국계는 Copy 차종을 중심으로 판매기반을 확보하고, 독자모델 출시를 통해 성장잠재력을 강화

- 중국산으로 인기 있는 소형차 샤리는 다이하츠의 Charade를, QQ는 GM대우의 Matiz를 기초로 한 모델로서, 이미 시장에서 검증 받았다는 것이 장점

□ 중국 자동차업계 전문가들은 일본계와 중국계, 특히 그 중에서도 지리(吉利)와 치루이(奇瑞/안휘체리)가 향후 크게 도약할 것으로 전망

- 일본계 브랜드의 인지도 강화 전략이 효과를 발휘해, 승용차 시장점유율이 현재 28%에서 2010년 40%까지 높아질 것으로도 전망
- 지리와 치루이는 신속한 의사결정, 높은 연구개발 의지 등에 힘입어 중국계 중 가장 빠른 성장세를 보일 것으로 전망



목 차

I. 최근 중국 승용차업계 판도 변화	1
II. 판도 변화 원인	3
III. 향후 전망	4

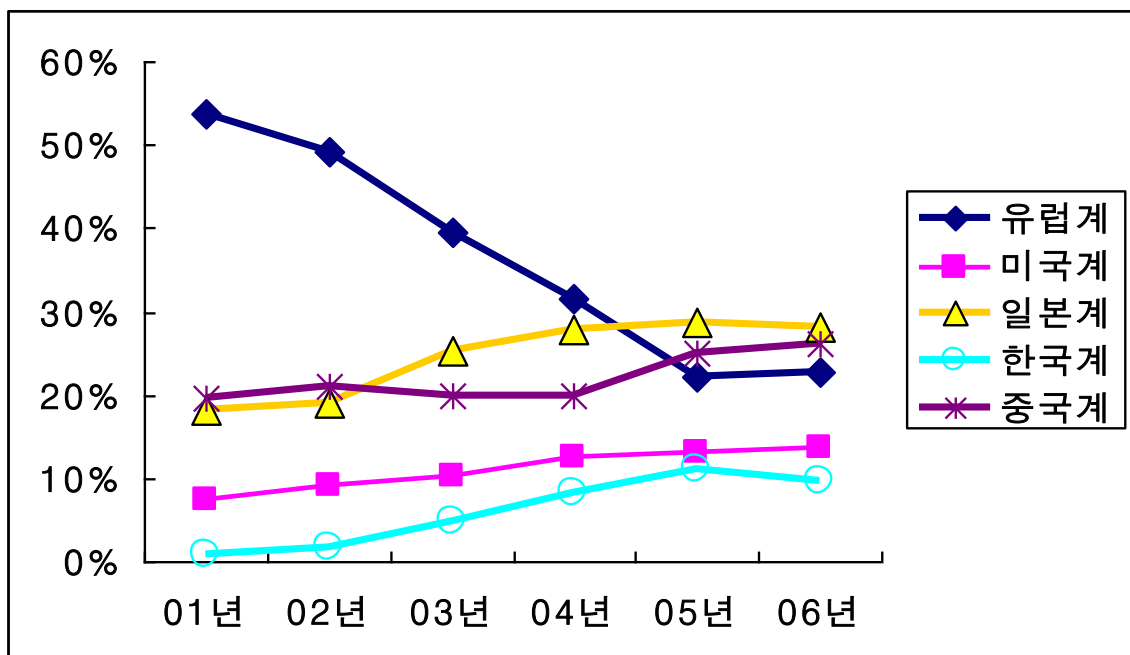
1. 최근 중국 승용차업계 판도 변화

□ 유럽계 시장점유율 감소, 일본계·미국계 시장점유율 증가 추세

○ 2001년 승용차 시장의 유럽계 점유율은 50%를 넘었으나, 2006년에는 20%대 수준으로 급락

○ 반면, 일본계 시장점유율은 꾸준히 증가하여 2005년 25%에 도달하였고, 미국계 또한 꾸준한 증가로 10%대 진입

<중국 승용차시장의 업체별 Market Share 변화>

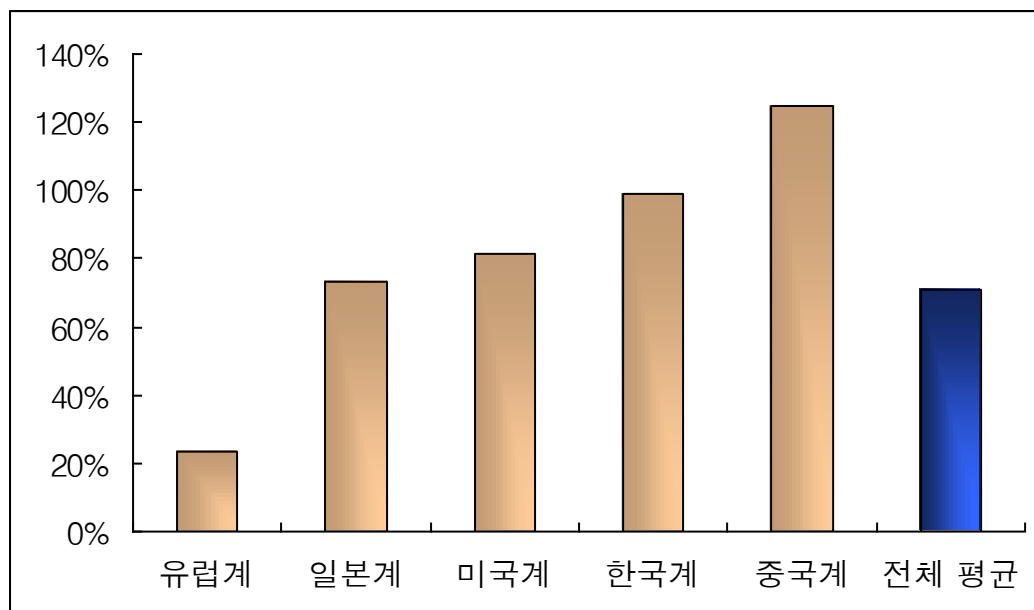


자료: FOURIN 중국자동차조사월보 자료 종합

□ 그러나 최근 2년간 점유율이 가장 크게 신장된 업체는 중국계로, 중국 승용차업계의 장기적 판도에 관심 고조

- 승용차 전체 판매대수가 2년간 71.2% 증가한 가운데, 중국계는 전체 평균을 상회하는 125%의 성장세를 시현
- 중국계가 최근 2년간의 상승세를 앞으로도 이어갈 수 있을 것인지, 그리고 누가 중국 승용차시장에서 장기적으로 시장을 주도할 것인지 관심 고조

<'05~'06년 2년간 업체별 판매증가율>



자료: FOURIN 중국자동차조사월보 자료 종합

II. 판도 변화 원인

□ 유럽계 점유율이 지속적으로 낮아진 것은 신모델 투입 지연과 경쟁사의 판촉 강화 때문

- 유럽계의 대표적 메이커인 폭스바겐의 주력 제품은 여전히 구형모델인 Jetta와 Santana로서 2006년 판매 비중이 무려 55%에 달하는 실정
- 반면, 타 지역 출신 경쟁사들은 자신의 최신 모델을 중국에 투입하고, 판촉활동 또한 강화하고 있어, 폭스바겐을 비롯한 유럽계가 신차종을 투입해도 판매가 크게 늘지 않는 상황

□ 승용의 각 segment별로 차별화가 이루어진 것도 판도 변화의 한 원인

- 현재 시장 segment별로 고급차는 일본계와 유럽계, 경차급은 중국계, 소형 및 중형차는 절대 강자가 없는 혼전 상태
- 시장이 커지고 고객들의 니즈가 다양해지면서 경쟁 또한 치열해져, 한 회사가 전 영역을 모두 지배할 수 있는 단계는 지났다는 인식이 지배적

□ 한편 중국계의 약진은 시장에서 검증된 Copy 모델 투입과 가격경쟁력을 보유한 신모델 출시에 기인

- 천진일기의 샤리는 다이하츠의 Charade를 기초로, 치루이의 QQ는 GM대우의 Matiz를 기초로 한 Copy 모델

- 대우 Matiz를 기초로 한 GM Spark 모델의 최저판매가격은 4.6만 위안인 반면, 중국계 치루이 QQ모델은 2.98만 위안에 불과해 중국계의 가격경쟁력이 월등한 상황
- 또한 중국계가 신제품을 지속적으로 시장에 출시하면서 차종 라인업을 강화한 것도 성장의 배경

Ⅲ. 향후 전망

- 장기적으로 외자계 가운데 일본계가 시장을 리드하고, 중국계 가운데 지리(吉利)와 치루이(奇瑞)가 성장할 가능성 큼
 - 판도 변화에 대한 전문가들의 의견이 엇갈리는 가운데, 많은 전문가들이 일본계와 중국계 지리·치루이의 약진을 전망
- 일본계의 강점은 타 메이커를 압도하는 높은 품질 수준과 기술력
 - 일본메이커의 품질경쟁력은 미국의 JD Power에서 조사하는 신차품질지수(IQS)와 Consumer Report에서 조사하는 내구품질시험 결과에서 최상위 수준
 - 신차품질과 내구품을 종합한 결과에서도 상위 그룹은 일본계가 다수 점유

<일본계 업체에 대한 전문가 의견>

- 타 업체들의 시장을 빼앗기보다 늘어나는 시장의 share를 일본계 업체가 가져갈 가능성 큼
- 세계적으로 뛰어난 품질경쟁력이 궁극적으로 중국에서도 통할 것
- 단기적인 원가절감보다 품질로 승부하는 브랜드 이미지가 중요

자료: '중국 자동차 부품 관계자 인터뷰' FOURIN 중국자동차조사월보('06.3)

<2006년 업체별 품질경쟁력 순위>

순위	업체명	순위 평균값	분류
1	혼다	1.5	일본계
2	현대-기아	3	한국계
3	도요타	3.5	일본계
4	닛산	5	일본계
5	미쯔비시	5.5	일본계
6	포르쉐	6.5	유럽계
7	마쯔다	6.5	일본계
8	GM	7.5	미국계
9	BMW	9	유럽계
10	폭스바겐	10	유럽계
11	포드	10.5	미국계
12	다임러크라이슬러	11	유럽계
13	스즈키	11.5	일본계

주: 순위 평균값은 초기품질 순위와 내구품질 순위를 평균한 값(낮을수록 우수)

업체별 IQS 점수와 내구품질 점수는 보고서 뒷부분 별첨 참조

자료: JD Power ('06.6) 및 Consumer Report 자료 종합

- 한편 일본계는 차량 가격이 높다는 약점이 있음. 그러나 부품현지화 비율을 높여가고 있어 가격경쟁력은 점차 보완될 전망

- 소형차급 가격은 중국계 치루이의 Qiyun, 지리의 Freedom ship 이 각각 4.5만 위안, 4.9만 위안이나, 일본계 닛산의 Tiida, 도요타의 Corolla는 각각 11.9만 13.9만 위안
- 일본계 가격이 비싼 것은 중국 부품업체의 실력이 아직 만족스럽지 못해, 품질 유지를 위해 비싼 값을 치러서라도 일본에서 많은 부품을 조달하기 때문
- 혼다는 현재 80% 수준인 부품현지화 비율을 2008년까지 90%로 끌어올릴 계획이며, 도요타 또한 현지조달비율 90% 달성을 목표로 2~3차 협력업체의 동반 진출을 독려 중
- 강한 품질경쟁력, 기술력을 바탕으로 원가경쟁력까지 갖출 경우 일본계는 2010년 점유율 40% 달성도 가능할 전망
 - 한국무역협회는 일본계 점유율이 2010년 40%를 넘으면서 확고 부동한 선두권을 형성할 것으로 전망
- 외자계와 합작한 중국 국유기업들의 경우 의사결정이 느리고 자체 연구개발 의지가 부족해 성장 잠재력 미흡, 다수의 민영업체는 규모의 경제 어려워 향후 전망 불투명
 - 짝퉁 차량을 생산하는 다수의 민영업체들은 치열한 경쟁 속에 규모의 경제를 달성하기 어렵고, 제품이 단순 모방에 그친 경우가 많아 장기적으로 성장 잠재력 저하

<지리·치루이를 제외한 기타 중국계 업체에 대한 전문가 의견>

- 제품개발능력 전무하며, 단순 모방에 그치는 경우가 다수
- 원리를 이해하지 않고 모방만 해서는 발전 가능성 희박
- “자동차 품질은 supply chain 이 결정하는데, 외국계 업체를 인수해 도면만 사온다고 품질이 바로 좋아지지는 않는다.”

자료: ‘중국 자동차 부품 관계자 인터뷰’ FOURIN 중국자동차조사월보(’06.3)

□ 반면 중국계 가운데 지리·치루이는 크게 성장 예상

- 중국계 업체 가운데 판매 1위, 2위를 기록 중인 치루이와 지리는 2005~2006년 2년간 연평균 판매액이 각각 104%, 45% 신장하는 등 급성장

□ 지리·치루이의 강점은 빠른 의사결정 능력, 높은 연구개발 의지, 현지 실정에 맞는 제품개발에 있음

<지리·치루이에 대한 전문가 의견>

- 의사결정 및 제품 대응능력 신속
- 배우려는 의지가 강하며 장기적으로 성장 가능성이 큼
- 품질과 가격 간의 Balance 구축이 장기 과제

자료: '중국 자동차 부품 관계자 인터뷰' FOURIN 중국자동차조사월보('06.3)

<치루이자동차 성공 요인>

1. 현지 실정에 맞는 차종 개발

- 기본 기능에 충실하면서도 중국 소비자 입장에서 구매 가능한 차종 개발
- 중국 소비자 요구수준이 선진국보다 높지 않으므로, 고비용을 들여 고품질, 고기능 차량을 개발하는 대신 적정품질, 저가격에 주력

2. 경차급부터 중대형까지 고른 Line-up구축

- QQ, 평윈(風雲), 치윈(旗雲), 동팡즈쯔(東方之子), SUV 루이후(瑞虎) 등 저가에서 중간 가격대 승용차와 SUV 차량에 이르는 제품라인을 형성해 매장 방문자의 전 계층을 커버

3. Reverse Engineering을 통한 연구개발

- 경쟁사 차량 분해 및 벤치마킹을 통해 차량개발 효율성 제고
- 기술력이 부족한 업체가 기초연구부터 제품개발까지 순차적인 R&D를 실시할 경우 선진국업체 대비 절대 열세라는 사실 자각

자료: 신화사('07.3)

□ 반면, 지리·치루이의 약점은 부족한 자본 및 기술력이며, 정부의 적극적인 보호정책을 기대할 수 없다는 것임

○ 지리기차는 외국기업보다 열세인 자본력 확보를 위해 홍콩 상장법인 인수를 통한 우회상장 실시하는 등 자본 확보에 전력

○ 한국의 자동차 기업은 IMF전까지 정부의 보호 아래 외국기업과 한국기업이 직접 경쟁한 경우는 없었으나, 중국은 선진국에서 검증된 최신 모델로 무장한 외국합작사와 직접 경쟁이 불가피

□ 따라서 지리·치루이는 원가경쟁력을 바탕으로 경차, 소형차 시장에 주력할 것으로 예상

○ 기술수준이 높은 중·대형차급에서 외국기업과 직접 경쟁하기 보다 저가차량을 중심으로 시장기반을 확고히 하면서 점차 실력을 배양해가는 전략이 필요

□ 최근 중국 승용차 가격 인하 경쟁이 심화되면서 업체간 경쟁 더욱 격화될 전망이며, 승용차 시장을 두고 춘추전국시대 진입

○ 2007년 주요 업체들이 일제히 가격을 인하한 가운데 일기-VW의 경우 1사분기에 전차종의 가격 인하 조치 단행

○ 가격 인하 가능한 배경에는 지속적인 부품 현지화 노력이 존재하며 실력있는 중국 부품업체 개발이 경쟁의 중요 요소로 작용

이대우 (Tel 02-3457-8123, e-mail: ldw@posri.re.kr)
김경찬 (Tel 03-3457-8156, e-mail: andrewkkim@posri.re.kr)
조대현 (Tel 02-3457-8144, e-mail: chodh@posri.re.kr)