

중국 현대·기아차 영업 현황 및 우리의 대응방안

(17. 5. 19)

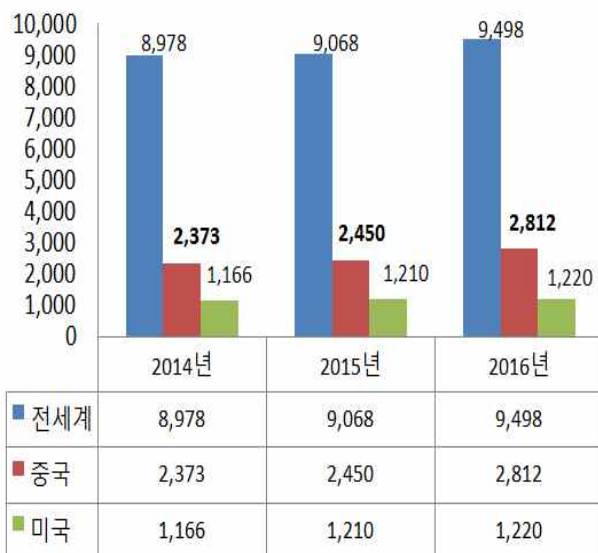
한국수출입은행 상해사무소

I. 중국 자동차 시장 동향

- 중국은 생산·판매량 기준 전 세계 1위로 성장 지속
 - '16년 전 세계 자동차 시장은 생산 및 판매량 모두 전년 대비 4.7% 성장하여 각각 9,498만 대, 9,386만 대를 기록함. 아울러 올해 1분기 판매량은 전년동기 대비 5.2% 증가한 2,375만 대를 시현함.
 - 중국 자동차 시장은 생산 및 판매량 모두 전년 대비 14%대로 크게 증가하여 각각 2,812만 대, 2,803만 대를 기록함. 또한 올해 1분기 판매증가율은 5.5%로 전 세계 자동차 시장 성장률을 상회함.
 - 반면 미국의 경우 생산 및 판매량이 각각 전년 대비 0.8%, 0.4% 증가한 1,220만 대, 1,754만 대로 저조한 성장세를 보임. 더욱이 올해 1분기 판매량은 전년동기 대비 1.4% 감소한 403만 대를 기록함.

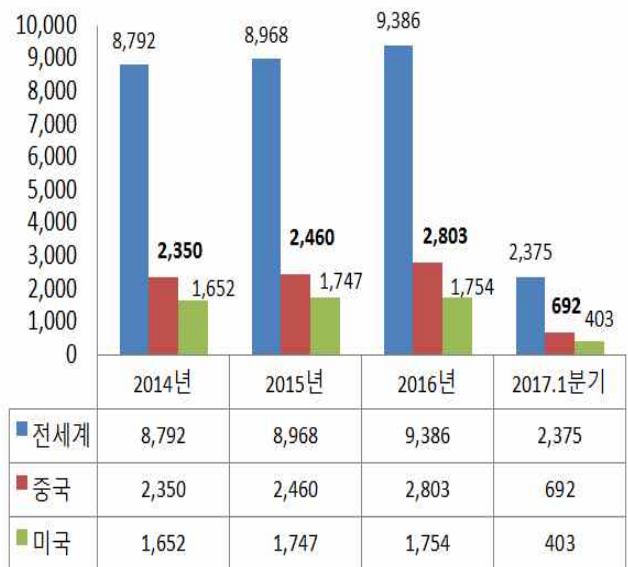
< 자동차 생산량 추이 >

단위: 만 대



< 자동차 판매량 추이 >

단위: 만 대



자료: 中國汽車工業協會(중국자동차공업협회), 中上産業研究院(중상산업연구원)

□ 한국차 시장점유율은 지속 하락하나, 중국 로컬 및 일본차는 상승

○ 한국차는 '14년 약 9%의 시장점유율을 시현하였으나, 중국 내 자체 경쟁력(브랜드, 가격, 디자인 등) 하락, 사드 영향 등으로 지속 하락하여 '17.4월 2.9%를 기록함.

- '16년 승용차 판매량은 179만 대로 '14년 177만 대와 비교 시, 중국 내 성장이 거의 정체되어 있음. 더욱이 올해 1분기 및 4월에 각각 27만 대, 5만 대를 기록 중으로 '17년 판매량은 전년 대비 대폭 축소될 가능성이 큼.

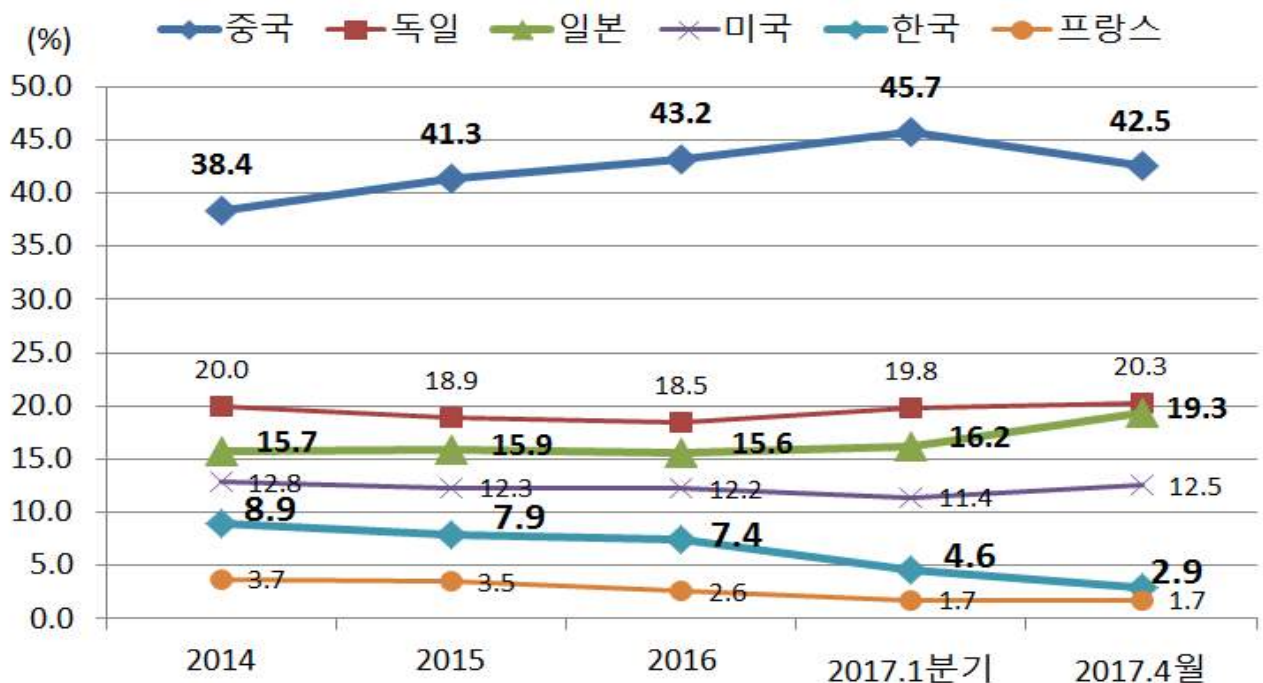
<참 부: 중국 내 주요 국가별 승용차 판매량 및 시장점유율 상세 >

○ 중국 로컬 자동차의 시장점유율은 '15년부터 40%를 넘어선 이후, '17.1분기에 45.7%를 기록하였고, 일본은 올해 1분기에 최초로 16%를 돌파하여 4월 현재 19.3%를 시현 중임.

- '16년 중국 로컬 및 일본의 승용차 판매량은 각각 1,052만 대, 379만 대를 기록했으며, 올해 1분기에는 각각 272만 대, 96만 대를 시현함.

- 한편 독일 및 미국 자동차는 큰 폭의 변동 없이 각각 20%, 12%대를 유지하고 있으나, 중국 로컬과 일본의 상승세로 다소 영향을 받고 있음.

< 주요 국가별 승용차 시장점유율 추이 >



자료: 中國汽車工業協會(중국자동차공업협회) 등을 참고하여 저자 작성

□ 한국·미국차 판매량은 감소하나, 중국 로컬 및 일본차 판매량은 급증

○ '17.1분기 중국 승용차 시장에서 베이징현대, 창안포드 등 한국·미국차 판매량은 전년동기 대비 각각 14.4%, 18.7% 감소한 반면, 지리, 동풍기차 등 중국 로컬기업은 폭발적인 성장세를 시현함.

- 상하이폭스바겐 등 독일, 미국 합자기업이 중국 승용차 시장에서 선두권을 유지하고 있고, 지리기차 등 중국 로컬기업이 중위권에 진입함.

※ '17.4월 승용차 판매량의 경우, 광치혼다 등 중·일 합자기업이 8~10위권에 진입함에 따라 베이징현대는 10위권 밖으로 밀려남.

○ 합자기업의 경우에도 한·미 자동차 판매량이 감소하는 가운데, 동풍혼다, 광치혼다 등 일본 자동차 판매량이 크게 증가함.

- 특히 중·일 합자기업은 적극적인 신차 출시, SUV(Sports Utility Vehicle)시장 조기 진입 등에 힘입어 10대 자동차기업에 5개사가 포진하고 있음.

< '17.1분기 중국 10대 자동차기업 및 합자기업의 승용차 판매량 >

단위: 만 대, %

자동차기업	'17.1분기	증감률	합자기업	'17.1분기	증감률
上汽大衆 (상하이폭스바겐)	50.4	△4.5	上汽大衆 (상하이폭스바겐)	50.4	△4.6
上汽通用五菱 (상하이제엠우링)	48.8	△4.3	一汽大衆 (이치폭스바겐)	46.7	5.0
一汽大衆 (이치폭스바겐)	46.7	3.5	上汽通用 (상하이제엠)	42.9	3.6
上汽通用 (상하이제엠)	42.9	3.6	東風日産 (동풍니싼)	22.0	5.4
長安汽車 (창안기차)	37.4	6.2	長安福特 (창안포드)	20.4	△18.7
吉利汽車 (지리기차)	28.5	97.9	北京現代 (6위) (베이징현대)	19.6	△14.4
東風汽車 (동풍기차)	25.2	55.6	一汽丰田 (이치토요타)	16.4	7.2
長城汽車 (창청기차)	22.5	9.2	東風本田 (동풍혼다)	15.8	58.1
長安福特 (창안포드)	20.4	△18.7	广汽本田 (광치혼다)	14.4	17.0
北京現代 (10위) (베이징현대)	19.6	△14.4	广汽丰田 (광치토요타)	11.2	12.7

주: '17.1분기 판매량 순 배열

자료: 中國汽車工業協會(중국자동차공업협회) 등을 참고하여 저자 작성

II. 국내 및 중국 현대·기아차 영업 현황

- 현대·기아차, 더딘 매출 증가세와 영업·당기순이익 감소세 시현
 - 현대자동차의 매출액은 '16년까지 2%대의 증가세를 시현 중이나, 영업 및 당기순이익이 '14년부터 지속 감소하고 있음. 특히 올해 1분기에 전년동기 대비 각각 6.8%, 20.5% 하락함.
 - 이는 한국 내수시장에서의 안정적인 성장에도 불구하고, 중국 판매부진 심화와 미국 및 브라질 시장에서의 판매실적 하락에 기인한 것임.
 - 한편 기아자동차는 '16년 영업실적이 '14~15년에 비해 회복되었으나, 올해 들어 영업실적이 급격히 추락하고 있음.
 - 주원인은 전년도 내수판매 역기저 효과와 함께 중국, 브라질, 미국에서의 영업 부진에 기인한 것으로, 2분기 영업이익도 전년동기 대비 약 50% 감소할 것으로 시장 전문가들은 예상하고 있음.

< 현대·기아차 영업 추이(연결 기준) >

단위: 억 원, %

구 분	2014		2015		2016		2017.1분기		
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률	
현대차	매출액	892,563	2.2	919,587	3.0	936,490	1.8	233,660	4.5
	영업 이익	75,500	△9.2	63,579	△15.8	51,935	△18.3	12,508	△ 6.8
	당기 순이익	66,005	△ 25.7	65,002	△1.5	59,754	△8.1	14,057	△ 20.5
기아차	매출액	470,970	△ 1.1	495,214	5.2	527,129	6.4	128,439	1.5
	영업 이익	25,725	△ 19.0	23,543	△8.5	24,615	4.6	3,828	△ 39.6
	당기 순이익	25,771	△ 29.8	22,704	△11.9	28,178	24.1	7,654	△ 19.0

자료: 전자공시시스템 및 당행 신용평가시스템

□ 북경현대·동풍열달기아차, 판매 부진 지속

- 북경현대 및 동풍열달기아차(이하 '중국 현대·기아차)의 판매량이 지속 하락함에 따라 영업 및 당기순이익도 급감하고 있음.
 - 중국 현대·기아차 매출액은 '14년까지 증가해 왔으나, '15년부터 하락 전환되기 시작하여 '17년 2월말 사드 부지 결정 이후 급감함.
 - ※ '16년 일시적인 영업실적 회복은 경쟁심화에 따른 가격 인하 및 중국 정부의 1,500CC 이하 차종 세금인하(10% → 5%) 정책 시행에 따른 기저 효과임.
 - 이에 중국 현대·기아차의 1분기 판매량*은 각각 19.6만 대, 7.7만 대로 전년동기 대비 약 14%, 45% 감소한 데 이어, 기아차의 경우 영업이익 및 당기순이익이 각각 -1.7억 위안 및 -2.1억 위안을 기록하며 적자 전환함.
 - ※ '17.4월 판매량은 3월(7만 대) 대비 하락한 5만 대로 전년동월 대비 65% 급감
- 한편 중국 현대·기아차의 영업 악화는 사드 영향도 있으나, 중국 내 자체 경쟁력 약화가 주원인으로 작용함.
 - 중국 로컬기업은 타 경쟁사 대비 높은 가성비 외에도 외국산 차종에 견줄 수 있는 혁신적이고 파격적인 디자인, 승용차 시장 트렌드를 고려한 SUV 및 다양한 신차 출시 등을 통해 '14년 이후 급격히 성장하고 있음.
 - 그러나 중국 현대·기아차는 소나타, 아반테 등 기존 모델을 들여와 일부만 변형한 face-off 모델을 출시 후 고가전략을 고수하였고, SUV 모델 출시도 타 경쟁사 대비 늦어 시장 선점의 기회를 놓침.

< 북경현대 및 동풍열달기아 자동차 영업 추이 >

단위: 만 대, 억 위안, %

구 분		2014		2015		2016		2017.1분기	
		금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
북경현대	판매량	1,120	-	1,062	△ 5.2	1,142	7.5	19.6	△ 14.4
	영업이익	1,097	-	1,015	△ 7.5	1,100	8.4	-	-
	당기순이익	113	-	81	△ 28.3	78	△ 3.7	3.8	△ 47.6
동풍열달기아	판매량	65	-	62	△ 4.6	65	4.8	7.7	△ 45.3
	영업이익	619	-	557	△ 10.0	595	6.8	△ 1.7	적자
	당기순이익	43	-	10	△ 76.7	15	50.0	△ 2.1	전환

주: '13년 영업실적 자료는 입수하지 못하여 '14년 증감률 생략
 자료: 중국 盖世汽车网 등 각종 보도자료를 참고하여 저자 작성

III. 부문별 현지 반응

□ [중국 정부] 아국 자동차 기업에 대한 보복조치는 없음

- '17.2월말 사드 부지 제공으로 유통업체 등에 대한 영업정지 처분 등의 '실질적 제재 조치'가 있었으나, 중국 현대·기아차 및 부품 협력사에 대한 영향은 미미한 것으로 파악됨.
 - 올해 1월부터 당행 상해사무소 관할 자동차 부품 협력사를 방문한 결과, 통관절차, 소방점검 등에 대한 중국 정부의 보복조치는 없었으며 사전적으로 관리하고 있어 영업에 별 다른 영향은 없는 것으로 파악됨.
- 더욱이 한국의 신정부 출범('17.5.9자) 이후 양국간 정치갈등 화해 분위기가 조성되고 있어, 향후 아국 자동차기업의 영업환경이 점진적으로 개선될 것으로 기대됨.
 - 그러나 한·중관계가 개선되더라도 예전 수준으로 점유율이 회복되거나, 현대·기아차의 경쟁력 제고로 소비자 수요가 증가할지는 미지수임.

□ [중국 매체] 한국차 판매 급감을 예전 경영방식 지속의 결과물로 해석

- 대부분의 매체는 한국차의 판매 급감을 사드 영향보다는 중국산 로컬 브랜드 자체 경쟁력 강화와 중국 현대·기아차가 시장 트렌드를 읽지 못하고 오히려 '예전 경영방식을 지속한 결과물'로 분석함.
- 구체적으로 중국 로컬기업 및 합자기업들이 SUV, MPV(multi-purpose vehicle), 전기자동차* 판매에 주력할 때, 한국차는 기존 모델과 비슷한 상품을 지속 출시하며 시장 선점의 기회를 놓쳤다고 평가함.
 - * '16년 중국 전기차 판매량은 50만 대를 넘어섬. 중국 정부는 올해부터 전기차 보조금 감소(전년 대비 20% 축소), 기술요건 강화 등을 통해 공급과잉을 사전에 관리하는 한편, '18년부터 전기차 의무 생산제도¹⁾를 도입할 계획임.

1) '18년부터 연간 5만대 이상 생산(수입)하는 모든 자동차업체는 일정 수준 이상의 신에너지차(EV+PHEV+FCEV)를 의무 생산해야 함에 따라, 전기차 시장 규모가 지금의 3~5배 이상 성장할 것으로 보임. 결과적으로 중국 내 모든 완성차기업은 전기차 생산 비중을 반드시 늘려야 하며 일정 비율 조건에 미달 시 벌금 등을 내야함.

□ **[로컬·합자기업]** 한국차 침체 국면을 점유율 확대 기회로 활용

- 지리기차, 동풍기차 등 로컬기업은 디자인 혁신, 다양한 신차 출시 등 경쟁력을 강화하는 한편, 최근 한국차의 판매 부진을 시장점유율 확대 기회로 활용함. 이에 올해 1분기 판매량이 급격히 증가*함.

* 지리기차, 동풍기차의 '17.1분기 성장률이 전년동기 대비 각각 98%, 56% 급증

- 또한 합자기업 중 이치 및 광치토요타, 동풍 및 광치혼다는 한국차가 침체 국면에 있는 동안, 큰 폭의 성장세를 시현하여 10대 합자기업 대열에 진입함.

□ **[아국 부품 협력사]** 영업 악화와 함께 운영자금 확보에 어려움

- 최근 중국 현대·기아차의 매출 급감에 따라, 협력사 매출액이 동반 하락하는 등 영업실적이 크게 악화*되고 있음.

* 당행 중국 현지법인에 대한 영업 점검 및 공장실사 결과, 대다수 협력사의 매출액이 전년 대비 30~40% 감소하였고, 공장가동률도 20~30% 정도로 파악됨.

- 실제로 기아차의 전년도 월평균 판매량은 5만 대였으나 올해는 1.3만 대로 급감했고, '16.11~12월 현대·기아차 재고물량이 각 30만 대, 7만 대로 현 판매량을 감안 시 재고소진에만 3~7개월이 소요될 것으로 예상됨.

- 아울러 협력사 대부분이 중국 현대·기아차 및 계열사 앞 매출 비중이 80% 이상인 경우가 많아 당분간 영업실적 개선은 어려울 것으로 보임.

- 이에 자체적으로 주재원 축소 및 임금 삭감, 현지직원 자연퇴사 유도, 출장비 최소화 등 경비 절감을 통해 손익보전 방안을 강구중임.

※ 북경현대차 일부 협력사에서 근로자들이 최소 임금을 보장해 달라는 시위를 벌이고 있으며 다른 업체로의 확산 가능성으로 긴장 상태

- 한편 중국 현대·기아차 및 계열사는 그간의 대규모 이익실현을 통해 유동자금을 충분히 확보하고 있으나, 협력사는 단가 조정, 거래대금 회수 지연 등으로 운영자금 확보에 난항을 겪고 있음.

- 이에 협력사 대부분이 올해 신규 투자를 거의 보류한 상황이며, 운영자금 용도로 현지 차입(중국은행 등) 또는 본사 증자 및 대부자금을 활용하여 유동자금을 확보해 나갈 계획임.

□ **[대리상]** 중국 현대·기아차 앞 소송을 진행하는 등 갈등 상황

- 중국 대리상은 현대·기아차의 자체 경쟁력 약화에 따른 판매 급감과 사드 영향으로 인한 구매심리 저하로, 최근 할인 이벤트를 통해 재고물량을 해소하려고 노력 중이나 쉽지 않은 상황임.
- 실례로 ix25 SUV 및 K5 GLS 시장가격은 각각 약 16만 위안, 15만 위안이었으나, 현재 5만 위안 및 13만 위안으로 할인 판매 중임. 그러나 재고 소진에만 3~7개월 정도가 소요될 것으로 예상하고 있음.
- ※ 중국 자동차유통협회에 따르면, '17.4월 동풍열달기아차 대리상 재고경계지수는 약 60%로 기준치인 50%를 크게 초과하여 재고압력이 높은 수준임.
- 이에 일정량의 재고분을 현대·기아차 앞 보전해 달라는 소송(중국 장시성 기아대리상 상회 등)을 진행하였으며, 대리상들이 할당된 영업 목표를 달성하기 어려워 갈등 상황이 지속되고 있음.

□ **[중국 소비자]** 브랜드 이미지 하락과 수요 감소의 이중고 상황

- 한국차는 기술, 디자인 면에서 전반적으로 중급차라는 인식이 강하게 자리 잡고 있으며, 동부 연해 및 남방 지역을 중심으로 브랜드 이미지가 지속 하락하고 있는 것으로 파악됨.
- 특히 상하이 등 대도시는 생활수준이 높고 주변 시선을 의식하는 '체면 문화'가 강하여 독일, 일본 등의 고급 차종을 선호하는 경향이 높음.
- 한편 중국 로컬기업은 젊은 소비층을 겨냥한 SUV 출시로 판매량이 급증*하였으나, 한국차는 신차 출시에도 불구하고 예전과 큰 차이가 없는 모델과 디자인 및 고가전략으로 소비자들로부터 외면받고 있음.
- * 로컬기업 SUV판매량은 526만 대로 승용차 총 판매량(1,052만 대)의 약 60%를 차지하고 있고, 가격은 8~13만 위안으로 젊은 세대와 신차 소비층 구매력에 부합

□ **[중국진출 시중은행]** 신규 대출 제한 등 리스크 관리 강화

- 신규 대출은 보류하고 기존 대출은 금리 압박 또는 담보 보장 등을 통해 연장하는 등 리스크 관리를 강화하고 있음.
- 한국계 은행들은 현대·기아차 협력사의 중국 현지법인 여신을 일부 회신하거나 예전보다 신용도, 여신한도를 보수적으로 운용하기 시작함.

IV. 우리의 대응방안

- **[현대·기아차]** 현장의 목소리를 최우선으로 하는 의사결정 체계 개선
 - 중국 현대·기아차의 자동차 판매량 급감으로 기존 공장가동률이 30~50% 이하로 하락하였음. 또한 제4공장(창조우) 생산 중단, 제5공장(충칭) 완공 지연 등으로 올해도 영업활동에 고전이 예상됨.
 - 한편 일본은 '12년 센카구 열도 분쟁에 따라 1년이 경과한 후에야 이전 수준으로 회복함. 이는 일본차의 중국 내 높은 브랜드 인지도, 기술력 등이 있었기에 가능했던 것으로 분석됨.
 - 현재 한국차의 조건은 일본과 다소 차이가 있고 자체 경쟁력이 약화되고 있는 상황임. 단시간 내 회복을 목표로 하기보다 중장기적으로 경쟁력을 강화하여 시장 재포지셔닝을 하는 전략이 필요함.
 - 이에 '현장의 목소리(China Voice Talk, 가칭)'를 최우선으로 하는 의사결정 체계를 구축할 필요가 있음.
 - 중국 자동차시장은 로컬 기업의 성장과 함께 글로벌 합자기업과의 경쟁도 더욱 거세지고 있음. 이에 과거와 같이 한국이라는 브랜드 이미지로는 구매 수요를 일으킬 수 없는 무한경쟁 시장으로 변모함.
 - 이에 중국 현대·기아차 및 계열사는 물론, 협력사 등과 'China Voice Talk' 대화 창구를 개설하는 등 시장 트렌드에 한 발 앞서 행동할 수 있도록 현장 경영을 더욱 강화할 필요가 있음.
 - 아울러 소비계층별, 지역별 특성을 고려하는 동시에, 중국 정부의 정책 변화 등을 감안한 '전략 차종을 개발 및 출시'해야 함.
 - 먼저 예전과 같이 기존 모델을 들여와 일부만 변형한 'face-off 모델 출시 및 고가전략 고수' 정책은 지양해야 함. 또한 SUV에 이어 전기차 시장이 더욱 확대되고 있어 시장 트렌드에 뒤처지지 않도록 해야 함.

- 다음으로 소비계층의 특성을 감안한 '중국향 신차 모델'을 개발하여 출시해야 함. 특히 로컬기업 성장과 글로벌기업의 추격이 거세므로, 시장 침투를 위한 혁신적인 디자인, 합리적 가격 재조정 등이 요구됨.
- 동시에 지역별로 차종 사양을 전략적으로 재편할 필요가 있음. 예를 들어, 3~4선 도시에서는 여전히 한국차가 중급차로서 매력이 있으므로 적극적인 홍보활동을 통해 수요 차종을 판매해야 함.
- 그러나 상하이 등 대도시 지역에서는 높은 생활수준 및 고급차종을 선호하는 특성을 고려하여, 제네시스, 스타터 등 고급차종에 대한 판매를 더욱 장려하는 차별화 정책을 써야 함.
- 이 외에도 중국 정부의 전기차 육성 정책 등을 고려 시, 동 부문에 대한 시장 진입 및 영업확대를 위해서는 아국 협력사 외에도 반드시 로컬 및 글로벌 부품사를 개발할 필요가 있음.
- 끝으로 완성차와 계열사간 구조 개혁을 단행하여, 중국 로컬 및 합자기업과 경쟁 가능한 합리적인 차량가격 산출이 필요함.
- 협력사는 매년 중국 현대·기아차 및 계열사의 단가조정으로 적절한 마진 또는 더 이상 납품단가를 낮추기 힘든 수준으로 부품을 공급하고 있음. 그러나 계열사는 협력사로부터 낮은 가격으로 부품을 제공받아 조립공정 후 높은 가격으로 완성차에게 공급하는 구조가 가능함.²⁾
- 현지 업계 전문가들은 현대모비스 등 계열사를 통한 납품구조 외에도 R&D센터에서 품질만 고려한 고사양의 디자인, 고급차도 저급차도 아닌 애매한 가격대로 인해, 한국차가 중국에서 고전하고 있다고 분석함.
- 이에 품질은 일부 양보하더라도 사양을 낮추고 완성차 앞 납품구조를 개선한다면, 합리적인 차량 단가 수준으로 조정 가능하다고 자체 전망함.

2) '17.2~4월 중 조사 분석한 현지 보도자료와 당행 아국 부품 협력사 인터뷰 내용

□ **[협력사]** 로컬 및 합자기업으로 매출처를 다각화할 필요

- 아국 협력사는 중국 현대·기아차에 대한 의존도를 전략적으로 관리할 필요가 있음. 이를 위해 로컬 및 합자기업 앞 제품공급 확대 또는 신규 거래 추진 등을 통해 매출처를 다각화해야 함.
- 특히 아국 협력사는 로컬기업의 장기 어음거래 관행 등을 이유로 신규 거래를 꺼리고 있으나, 로컬기업의 성장을 고려 시 중장기적으로 납품처를 다변화할 필요가 있음.
- 따라서 로컬 및 글로벌기업과의 협상에서 유리한 조건을 제시할 수 있도록, 기술 개발과 특허권 취득 노력이 필요하며 통상 2년 정도의 시간이 소요되는 품질·기술인증 절차 등은 미리 진행해야 함.

□ **[당행]** '자동차부품 동반성장 펀드(가칭)' 등을 통한 지원 강화

- 당행은 유동성이 풍부한 현대·기아차-계열사와 공동으로 '자동차 부품 동반성장 펀드'를 조성하여, 중국 내 아국 중소·중견 부품 협력사 앞 자금지원(운영자금 등)을 강화할 필요가 있음.
- 자체 경쟁력(기술력 등)을 보유한 협력사 중, 일시적으로 운영자금 확보에 어려움을 겪고 있는 협력사 앞 자금을 적시에 지원하여 부품 산업 생태계를 보호할 수 있도록 해야 함.

문의 : 한국수출입은행 상해사무소
(연락처 : 070-7525-0857)

첨 부

중국 내 주요 국가별 승용차 판매량 및 시장점유율 상세

단위 : 만 대, %

구 분	2014		2015		2016		2017.1분기		2017.4월	
	판매	비중	판매	비중	판매	비중	판매	비중	판매	비중
중국	757.3	38.4	873.8	41.3	1,052.9	43.2	272.0	45.7	73.3	42.5
독일	394.1	20.0	399.8	18.9	451.0	18.5	117.5	19.8	35.0	20.3
일본	309.5	15.7	336.4	15.9	379.2	15.6	96.1	16.2	33.2	19.3
미국	252.6	12.8	259.6	12.3	296.5	12.2	68.1	11.4	21.5	12.5
한국	176.6	8.9	167.9	7.9	179.2	7.4	27.3	4.6	5.1	2.9
프랑스	72.7	3.7	72.9	3.5	64.4	2.6	10.3	1.7	2.8	1.7

자료: 中國汽車工業協會(중국자동차공업협회)