15년 중국 승용차 시장 동향

('15. 5.)

상해사무소

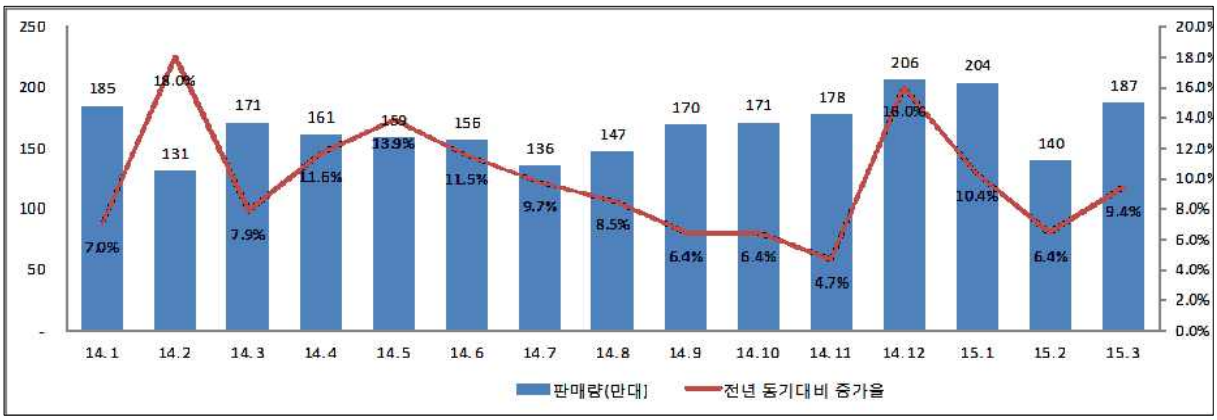
1 15년 1사분기 중국 승용차 시장

□ **(성장률)** '15. 1사분기 중국의 승용차*는 총 530.5만대가 판매되었으며 이는 전년 동기대비 9.0% 증가한 수치로 견조한 성장세 기록

○ 중국내 경기 둔화로 '14. 1사분기의 성장률('13년 동기대비 10.0% 성장)에 비해서는 다소 낮아졌으나, '15년 전체적으로는 7% 내외의 성장을 기록할 것으로 전망

* 세단, SUV, MPV, Crossover형 차량을 포함

중국 승용차시장 월별('14. 1~15. 3) 판매 동향



자료: 중국자동차협회

□ **(차종별)** 세단 보다는 SUV·MPV의 판매 증가가 두드러지며, 세단은 판매증가율이 오히려 감소

○ SUV와 MPV는 각각 129.2만대, 58.3만대가 판매되어 전년동기대비 48.8%, 19.3%의 높은 성장세를 이어간 반면 세단형 승용차는 310.37만대가 판매되어 전년 동기대비 0.36% 판매 감소

15. 1사분기 승용차 종류별 판매량(단위: 만대, %)

	세단	SUV	MPV	Crossover
판매량	310.4	129.2	58.3	32.6
전년동기대비	△0.4	48.8	19.3	△17.8

자료: 중국자동차협회

○ ‘14년 다국적 시장조사 전문기관인 Nielsen사가 중국 자동차 협회와 실시한 여론조사에서 잠재적 소비자의 54%는 SUV를 구입하겠다는 의사를 밝혀 SUV의 성장률은 일반 세단보다 지속적으로 높을 전망

□ **(브랜드별)** 브랜드로는 대표적 외국기업인 폭스바겐, GM등이 판매량이 대부분 증가한 가운데 상해GM, 북경현대 등의 판매량이 일부 감소. ‘14. 1사분기 10위였던 동펑위에다기아는 10위권 밖으로 밀려남

○ 반면, ‘14년 1사분기 10위권 밖이었던 충칭장안, 창청 등 중국계 기업의 판매량이 많이 증가하였는데, 이는 10만 위안(한화 1,700만원) 이하의 저가형 SUV차량 판매가 크게 증가한데 따른 것임

- 외국브랜드의 소형 SUV 가격은 20만 위안 수준이나 중국산은 8~9만 위안에도 구입이 가능

’15. 1/4분기 승용차 부분 브랜드별 판매량(단위: 만대)

순위	회사	국별	14. 1/4분기	15. 1/4분기	증가율
1	상해 폭스바겐	독일	51.2	52.4	2.3
2	상해 GM우링	미국	43.1	47.8	10.9
3	이치 폭스바겐	독일	43.4	43.9	1.2
4	상해 GM	미국	42.4	42.0	△0.9
5	충칭 장안	중국	28.2	36.4	29.0
6	북경 현대	한국	28.4	28.0	△1.4
7	장안 포드	미국	19.7	21.9	11.1
8	창청	중국	n.a.주)	19.3	n.a.
9	동펑 닛산	일본	21.3	19.0	△10.8
10	션롱	프랑스	16.5	18.1	9.6

주) ‘14. 1사분기 10위권 밖의 기업
자료: 중국자동차협회

□ **(국가별)** ‘15. 1사분기 중국계가 229.3만대를 판매, 43.2%의 시장점유율을 기록하였으며, 전년 동기대비 4.5% 성장. 판매량은 독일·미국·프랑스계는 증가, 한국계는 정체, 일본계는 감소. 시장점유율은 모든 외국브랜드가 감소

○ ‘13년까지 중국계 점유율은 40%를 상회하였으나, 소비자들의 수입차 또는 수입브랜드를 선호현상 등에 따라 ‘14년 37%대까지 시장점유율이 감소

○ ’14년 하반기 중국정부의 외국계 자동차 회사 반독점 벌금 부과

등으로 외자회사들이 위축되고, SUV 및 저가형 차량의 수요 증가로 중국계 시장점유율이 상승

승용차(전체) 부분 국가별 점유율(단위: 만대)

	'14년 1사분기	점유율	'15년 1사분기	점유율	점유율 변동	'14년 전체	점유율
중국계	188.5	38.7	229.2	43.2	4.5%	757.3	38.4
독일계	104.9	21.6	108.4	20.4	△1.2	394.1	20.0
일본계	69.0	14.2	65.3	12.3	△1.9	309.5	15.7
미국계	61.9	12.7	63.9	12.0	△0.7	252.6	12.8
한국계	44.0	9.0	44.1	8.3	△0.7	176.6	9.0
프랑스계	16.8	3.5	18.6	3.5	-	72.7	3.7

자료: 중국자동차협회

□ **(자동차 그룹별)** 대다수 그룹의 판매량이 증가한 가운데 현대기아차와 도요타만 전년 동기대비 -0.1%의 판매량이 감소

○ 현대기아차의 경우 '15. 1~2월 판매량이 부진했으나, 3월 판매를 시작한 신형 쏘나타의 판매량 증가*로 다소 회복되는 분위기

* 신형쏘나타는 '15. 3월부터 판매가 되었으며 8.7만대가 판매되어 중국의 '15. 1사분기 세단판매중 2위를 차지

- 현대차는 '15년 1사분기 279,873대를 판매하여 '14년 1사분기 284,222대 보다 -1.5%감소하였으며, 기아차는 159,655를 판매하여 전년 동기보다 2.4% 증가

자동차 그룹별 '15. 3월 및 1사분기 판매량 및 증가율(단위: 대, %)

구 분	'15. 3월	'14. 3월	증가율	'15. 1분기	'14. 1분기	증가율
GM	338,350	313,283	8.0	939,203	919,114	2.2
폭스바겐	n.a.	n.a.	n.a.	898,400	881,100	2.0
현대기아	161,553	147,510	9.5	439,528	440,150	-0.1
포드	104,842	103,815	1.0	296,825	281,321	9.4
르노닛산	n.a.	n.a.	n.a.	296,300	n.a	4.7
도요타	71,500	90,400	-20.9	227,700	227,900	-0.1
푸조시트로엥	65,246	61,256	6.5	183,693	168,207	9.2
혼다	68,720	59,921	14.7	164,927	164,010	0.6
BMW	43,824	40,533	8.1	114,994	107,951	6.5
다임러	32,114	26,823	19.7	82,618	71,661	15.3

자료: 十大跨国车在华销量榜(盖世汽车网, '15. 4. 29)

2 중국 진출 우리 관련기업들의 동향

□ 중국 자동차 산업의 급격한 성장에 따라 현대·기아차에 납품하는 우리 기업의 경우에도 대부분 업황이 좋은 상황임

□ 일부 기업들은 현대·기아차 이외의 상하이GM등 합작회사 앞 납품을 실시하는 등 거래선 다변화를 추구하여 좋은 성과를 내고 있음

○ 다만, 중국내 외국계 합작회사에 납품하기 위해서는 중국내에서 각 회사의 기준에 맞는 인증 절차를 밟아야 하므로 시간이 많이 소요

○ 또한, 합작회사라고 하더라고, CEO등을 제외하면 직원 대부분이 중국인으로 기술력과 더불어 네트워크 등도 중요

□ 중국계 기업들의 기술수준은 한국계 기업의 약 70% 수준으로 아직까지 우리 기업들의 경쟁력이 있는 것으로 평가되나 현대기아차 판매 정체, 현대기아차의 합작파트너인 베이징자동차, 동풍자동차 등 합작선의 중국계 부품사 이용 요구 확대 등에 대비하여 매출선 다변화 등의 노력이 필요한 것으로 보임

3 향후 전망

□ 중국의 승용차 산업은 성장기로서 향후 안정적 성장이 예상되지만*, 심각한 공해문제로 북경, 상해 등 대도시는 대부분 번호판 경매 등을 실시하여 차량 억제 정책을 실시하고 있기 때문에** 대도시보다는 중소도시, 저가형 위주로 수요가 크게 늘어날 전망

* 중국의 1,000명당 자동차 대수는 80대 수준에 불과

** 상하이의 경우 매달 자동차 번호판 경매(매월 7,000~8,000개)를 실시하며 낙찰가는 약 7.5만 위안(12,000달러) 수준

○ 최근 중국기업들의 점유율 회복도 상대적으로 저가 차량 수요가 많은 2~3선 도시의 수요증가가 원인이라는 분석

○ 상하이GM, 폭스바겐 등은 중소도시 시장 공략을 위해 중국계 업체와 비슷한 가격수준의 저가형 차량을 개발하여 판매

□ 승용차의 경우 성장하는 시장에서 계속 판매 증가율이 정체 내지

감소하고 있으며 소비자들도 세단보다는 SUV 등을 선호하고 있어, SUV관련 라인업을 강화할 필요가 있음

□ 최근 중국정부가 친환경차에 대한 보조금 지급을 확대 하는 등 친환경차 보급을 위해 노력*하고 있어 향후 전기차 배터리 등 관련부분 성장이 예상

* 취득세 면제, 관용차 친환경차 우선 구매, 보조금 지급, 전기차 연구개발 확대 등

[자료: 중국자동차산업협회 등]