

# 글로벌 완성차사의 對中 협력 변화

산업분석실  
이호 책임연구원

## KATECH Insight

- ◆ 글로벌 - 중국 완성차 기업 간 전통적인 협력 유형은 중국 시장 공략을 위한 합작회사 설립이었으나, 최근에는 中 기업이 보유한 기술노하우를 중국 외 시장에서의 사업 전개에 활용하려는 사례도 등장
- ◆ 中 완성차 기업의 경쟁력 원천에 대해 정부의 영향 및 낮은 인건비, 큰 내수시장 및 초기 시장 선점 등의 관점들이 병존하는데 협력 성과를 주시하여 경쟁력 원천을 가늠할 수 있을 것으로 예상

### » 과거 글로벌 - 중국 완성차 기업 간의 협력은 중국 시장 진출을 원하는 글로벌 기업과 선진 기술을 확보하기 위한 중국 기업이 중국 내 합작회사를 설립하는 형태로 추진

- 글로벌 완성차 기업들은 소득은 낮았으나 빠른 성장이 기대되는 중국 시장을 공략하기 위해서, 현지 생산을 통해 관세\*로 인한 가격 경쟁력 약화를 저감하고 중국의 저렴한 인건비 등을 활용하는 전략을 선택

\* 승용차를 기준으로 살펴보면, 중국은 80~100%의 높은 관세율을 설정하여 무역장벽을 쌓았으나 2001년 WTO를 가입하며 회원국 등에 대해 2006년까지 관세율을 25%로 단계적으로 인하한 바 있음[Eric Harwit(2001), "The Impact of WTO Membership on the Automobile Industry in China", The China Quarterly, No. 167, pp.655-670]

- 당시 中 정부는 자국 시장 진출 요건으로 중국 측 지분 50% 이상을 요구하였기 때문에 글로벌 완성차 기업들은 현지 기업 특히 국유 완성차 기업과 합작기업을 설립하여 중국에 진출

\* 이러한 현지 기업 등의 지분 규제는 2018년 특수목적차·신에너지차 대상 규정 폐지, 2020년 상용차 대상 규정 폐지 등 단계적으로 완화되어 현재는 전면 폐지된 상태임[외국인 투자 진입 특별관리조치(外商投资准入特别管理措施)]

### » 반면, 근래에는 전기차 분야를 선도하지는 못하고 있다고 평가되는 일부 레거시 기업 등을 중심으로 中 기업이 보유한 전기차 등에 대한 기술노하우를 확보하려는 협력 시도들이 등장

- 협력의 일환으로 합작회사 설립 계획도 발표되고 있는데, IMD 등은 글로벌 기업 - 중국 기업 간의 기술적 우위 역전을 주장하면서 이를 '역합작투자/회사(Reverse Joint Ventures)'로 구분
- 다만, 역내 사업 전개를 위해 중국에 특화\*된 기술노하우 확보 목적에 방점을 두는 경우를 글로벌 기업과 중국 기업 간의 전반적인 기술 우위 역전으로 보는 것은 다소 과장된 것으로 볼 여지도 있음

\* 중국 자동차 시장은 미국, 유럽 등 다른 주요 시장에 비해 전기차 전환이 매우 빠르다는 특징 외에도, ①경쟁강도가 높고 트렌드 전환이 빨라 신차 개발 주기를 짧게 가져가야 하며, ②소비자들이 주행성능과 같은 전통적인 요소 외 UX의 완성도 및 첨단 ICT 기술 적용 여부 등을 중요시하여 기술노하우의 축적 방향이 다소 다른 모습을 보임

- 이러한 관점에서 ①중국 내 사업 전개에 무게가 실린 사례는 기존 전략의 연장선에서 협력 범위가 일부 확대되는 점진적인 변화로 볼 수 있으며, ②중국 외 시장에 확장될 수 있는 사례는 글로벌 기업 - 중국 기업 간의 협력 양상의 큰 변화 가능성을 시사하여 중요도가 높다고 볼 수 있음

- Toyota, Mercedes-Benz, Volkswagen은 中 기업과의 기존 합작사 등과 전기차를 개발 등을 진행하고 있으나 中 생산 등 기존 전략의 연장선에 있는 사례에 가까우며, Stellantis 및 Renault는 기술노하우를 확보해 중국 외 생산까지 염두에 두고 있어 협력 양상의 변화를 보여주는 사례로 판단

### Ⅰ 주요 완성차사의 중국과의 협력 사례 Ⅰ

기업명	구분	협력 내용
Toyota	점진적 변화 (中 생산 및 中 사업 전개 중심)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 日 스바루와 공동으로 개발한 자사의 첫 양산 전기차 bZ4X를 中 FAW 및 GAC와의 기존 합작사를 통해 생산하여 미국, 영국, 중국 등지에 판매 중이며, 中 BYD와 공동으로 개발한 bZ3를 中 FAW와의 합작사에서 생산하여 중국에서 판매 중. 또한 광저우모터쇼에서 GAC와 공동으로 개발 중인 전기차 모델 공개</li> <li>* (bZ4X 주요 판매지, '24.1.~4.) 미국 7,038대, 영국 4,194대, 노르웨이 1,843대, 중국 1,574대 (bZ3 주요 판매지, '24.1.~4.) 중국 13,051대(중국 전용 모델)</li> <li>* (bZ4X 공장) FAW-Toyota Tianjin, GAC-Toyota Guangdong, Toyota Aichi (bZ3 공장) GAC-Toyota Tianjin</li> </ul>
Mercedes-Benz		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 中 Geely와의 합작사인 Smart에서 소형 전기차 #1, #3를 개발·생산하여 중국, 독일을 중심으로 판매 중</li> <li>* (Smart #1, #3 주요 판매지, '24.1.~4.) 중국 5,588대, 독일 2,595대, 홍콩 867대, 프랑스 661대 등</li> <li>* (Smart #1, #3 공장) Smart Shaanxi</li> </ul>
Volkswagen		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 中 Xpeng과 전기차, 플랫폼 및 소프트웨어 등에 대한 전략적 기술 협력 계약을 체결하였으며, Xpeng 플랫폼을 이용하여 2대의 전기차를 개발하여 '26년에 Volkswagen 브랜드로 출시할 계획. 또한 협력의 일환으로 Xpeng 지분을 취득</li> <li>* '23.12월말 기준으로 Volkswagen은 Xpeng의 지분 4.9%, 의결권 1.8%를 보유하고 있음(Xpeng은 차등의결권을 도입하여 Class A 주식에는 의결권 1, Class B 주식에는 의결권 10을 부여)</li> <li>* (Xpeng 플랫폼의 新 전기차 생산 예정 공장) Volkswagen Anhui (舊 JAC-Volkswagen)</li> <li>▶ '24.5.29. 주주총회에서 CEO인 Oliver Blume은 중국과의 기술 파트너십으로 중국 생태계에 통합되고 있다고 언급하면서, 중국 소비자에게 더 다가설 수 있을 것으로 기대한다고 발언하는 등 Xpeng과의 협력이 역대 사업 전개에 방점을 둔 것임을 명시</li> </ul>
Stellantis		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 中 Leapmotor와의 협력을 위해 지분*을 취득하고, Stellantis-Leapmotor 간 51:49 합작사인 Leapmotor International을 설립. 합작사는 Leapmotor 차량에 대한 중국 외 지역에서의 수출, 판매, 제조 등에 대한 독점적인 권리를 보유</li> <li>* '23.12월말 기준으로 Stellantis는 Leapmotor의 지분 21.3%를 보유(Beneficial Owner)</li> <li>▶ Reuters('24.6.17.)에 따르면 합작사는 Stellantis의 폴란드 공장에서 '24.6월 소형 전기차 T03의 시범 생산을 완료하였으며 '24.9월에는 양산이 예정되어 있음. 또한, '25.1분기까지 Leapmotor의 전기 SUV인 A12를 같은 공장에서 생산할 계획임</li> </ul>
Renault	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 동사가 '92년부터 생산하고 있는 경차인 Twingo의 전기차 모델 개발을 위해 익명의 중국 엔지니어링 기업과 협력. '26년까지 20,000 유로(약 2,970만 원) 이하 가격의 모델을 출시하는 것이 목표이며 생산은 Renault의 프랑스 공장에서 하는 것으로 예정</li> </ul>	

\* 자료: 차량 판매량 SNE Research, 생산공장 MarkLines, 그 외 각 사 발표 내용 및 언론 종합

## » 글로벌 - 중국 기업 간 협력 방식 변화 및 이의 전망 등을 가능하기 위해서는 전기차를 중심으로 한 中 자동차 산업 경쟁력의 원천, 특히 강력한 가격 경쟁력의 원천에 대한 고찰 필요

- 경쟁력 원천을 <sup>(관점1)</sup> 소위 국가자본주의(State Capitalism)의 대표주자로 구분되는 中 특유의 경제 시스템으로 보는 관점과 <sup>(관점2)</sup> 큰 내수시장과 이를 이용해 초기 전기차 시장을 선점한 결과로 보는 관점 병존
  - (관점1) 경쟁력 원천을 중국 정부의 막대한 공식·비공식적 보조금\*, 낮은 생산 비용(저렴한 인건비 등) 같은 요인으로 보는 경우, 생산 등 주요 기능이 중국 내에 위치하여야 유효\*\*하기 때문에 최근 미국·유럽 등에서 추진 중인 관세 인상이 효과적인 견제 장치로 작동할 수 있음
    - \* 美 전략국제문제연구소(CSIS)은 '09~'23년 전기차 관련 中 정부 누적 지원금을 2,308억 달러(약 320조 원)로 추정. 해당 추정치는 구매보조금, 세제혜택, 충전기 등 인프라에 대한 보조금, 전기차 제조업체에 대한 R&D 지원, 정부의 전기차 공공구매 등을 포괄한 수치임
    - \*\* 다만, R&D, 시험평가, 인증 지원 등 일부 효과들은 중국 외 생산 전략을 활용하는 경우에도 유효할 수 있음
  - (관점2) 경쟁력 원천을 초기 전기차 시장, 특히 저가 전기차 시장을 선점하며 축적한 기술노하우와 수많은 업체 간 경쟁을 통해 확보한 낮은 원가 등으로 보는 경우, 관세 등의 견제 조치의 효과는 제한적일 수 있음
- 불투명한 회계 등으로 경쟁력 원천 파악에 타국 대비 어려움이 있으나, 산업 전체적으로는 여러 효과가 혼재된 가운데 국유 및 레거시 기업은 관점1, 非레거시 기업은 관점2의 설명력이 높을 것으로 예상
  - (정부 지원) 중국은 판시(关系)라고 불리는 인적 네트워크의 중요성이 높아 국유 기업이나 오랜 시간 정부와 관계를 맺은 기업들에게는 이들의 영향이 강하게 자리잡은 반면, 非레거시 기업은 새롭게 인적 네트워크를 형성해나가야 하는 불리점을 가지고 있어 관계 기반 경쟁전략의 중요성이 상대적으로 낮았을 것으로 예상
  - (저비용 환경) 글로벌 완성차사와의 협력은 중국의 저비용 환경을 누리기 위한 것이었기 때문에 이들의 파트너였던 국유 기업 및 레거시 기업들을 중심으로 이를 이용한 경쟁전략의 강도가 강할 것으로 예상
  - (전략에 따른 개별성) 다만, 非레거시 기업도 전략에 따라 예외적인 경우가 발생하는데, 예를 들어 BYD는 가치사슬 전반의 내재화 및 중국 내 낮은 인건비를 적극적으로 이용한 노동집약적 생산을 추구\*하고 있어 중국 외에서 생산 등 주요 기능을 수행해야 하는 상황에서는 경쟁력이 약화 될 수 있음
    - \* 주요社 판매량 및 임직원 수 비교(판매량 MarkLines, 임직원수 각사 사업보고서): (BYD) '23년 판매량 313만대, 임직원수 '23년말 70만명(그룹사 기준) (Toyota) '23년 판매량 1,052만대, 임직원수 '24.3월말 37만명(연결 기준)

## » Stellantis - Leapmotor 등 사례는 유럽 현지 생산 계획을 포함하는 등 해당 기업의 경쟁력이 중국 외에서도 유효하다는 판단에 바탕을 두는 것으로 볼 수 있어 주목할 필요가 있음

- 양사의 협력이 구체적 성과를 창출할 때까지는 다소 시간이 소요될 것으로 보이나 중간 과정에서의 성과들을 주시한다면 中 자동차 산업의 경쟁력 원천을 가능하는 기회가 될 것으로 판단됨
  - \* 본고에서 소개하는 사례 외에도 중국 기업들의 유럽 현지 생산 설비 구축 계획이 단계적으로 실현된다면 기업의 경쟁력 원천이 중국 정부의 보조금 및 낮은 인건비 등을 넘어서고 있다는 증거로 해석 가능함
- 또한 중단기적으로 중국 자동차 특히 전기차 산업에서 높은 강도의 경쟁이 지속되면서 자금난에 직면할 기업이 증가할 것으로 보이는데, 타 글로벌 기업도 양사의 협력 등의 사례를 참고하여 자금난을 겪는 기업 중 기술노하우를 보유한 기업과의 협력 관계를 모색하는 사례도 증가할 것으로 예상됨
  - \* 다만, 미국 및 유럽 등에서 추진 중인 관세 인상 등의 제재조치가 중국 기업의 활동을 원천적으로 저해하는 방향으로 확대될 가능성도 존재하므로 각 기업에서 득과 실을 저울질할 것으로 판단됨