

산업분석 Vol. 154

BYD의 일본 진출 경과와 전망

 산업조사실
이호 책임연구원

KATECH Insight

- ◆ 글로벌 확장 전략을 추진하는 BYD는 '23.1월 일본 시장에 공식적으로 진출하여 모델 라인업 및 판매·사후관리 네트워크를 신속히 확대하는 등 뚜렷한 시장 공략 의지를 나타내고 있음
- ◆ BYD의 일본 내 판매량과 시장 점유율은 미미하지만 전기차 부문의 입지는 강화되고 있으며, '26.下 예정된 BEV 경차 출시가 일본 진출의 성패를 가르는 중요한 분기점이 될 것으로 전망

» BYD는 특유의 전방위적 확장 전략을 지속적으로 전개하며 수년간 빠르게 성장 중

- 미·중 갈등으로 북미 시장 진출은 구체화 되지 않고 있으나 중남미, 동남아, 유럽에 더해 일본 등 동아시아 시장까지 거의 전 세계에서 동시다발적인 확장을 도모하고 있음
 - 중국에서의 수출을 넘어 지역별 현지 사업 기반을 강화 중으로, 특히 유럽에서는 생산 설비 외 지사·R&D센터를 설립하고 Denza 브랜드(중 생산)·BYD 브랜드(헝가리·튀르키예 생산 예정) 판매 확대 도모 중
 - * 해외 공장 현황 가동(예정) 일정 및 규모(출처: MarkLines): 태국('24.7월, 15만대), 브라질('25.7월, 15만대), 헝가리('25년 말, 30만대), 인도네시아('26.1월, 15만대), 튀르키예('26년 말, 15만대) 등
 - BYD는 주요 가치사슬의 수직 계열화를 통해 뛰어난 가격 경쟁력을 갖춘 것으로 평가되는데, 전방위적 확장에 따르는 비용 부담을 규모의 경제로 상쇄하고 가격 경쟁력 우위를 지켜나가려는 전략으로 해석
- '25년 상반기 판매량을 기준으로 중국 시장의 비중이 85.9%에 달하였으나, 최근 중국 내수 시장에서의 경쟁 심화로 성장이 둔화된 반면 해외 시장에서의 판매량은 빠르게 증가하는 추세
 - JP Morgan('25.7.11.)은 BYD의 해외 시장 개척이 예상보다 빠르게 진전되어 국내 시장 부진이 해외 사업 강세로 부분적으로 상쇄되고 있다고 보며, 장기적으로 글로벌 전기차 시장의 강자가 될 것이라고 평가

Ⅰ BYD의 주요국 신차 판매량 추이(BEV·PHEV 합산) Ⅰ

구분	판매량(대)					성장률	점유율
	2022	2023	2024	2024.1H	2025.1H	2025.1H	2025.1H
합계	1,821,313	2,885,083	4,137,662	1,508,882	1,878,799	24.5%	100.0%
중국	1,804,127	2,772,093	3,883,984	1,405,847	1,613,030	14.7%	85.9%
중국 외	17,186	112,990	253,678	103,035	265,769	157.9%	14.1%
브라질	47	17,479	77,231	32,707	47,781	46.1%	2.5%
태국	363	30,560	26,980	14,734	28,253	91.8%	1.5%
튀르키예	0	832	7,874	970	25,501	2529.0%	1.4%
호주	2,113	12,438	20,458	9,548	23,355	144.6%	1.2%
일본	31	1,409	2,383	1,084	1,782	64.4%	0.1%

* 자료원: SNE Research

» 특히 '22.7월 '수입차의 무덤'으로 평가되던 日 승용차 시장 진출 공식화, '23.1월 첫 모델 출시에 따라 의사 결정 배경, 성공 가능성 및 파급 효과 등이 관심을 받은 바 있음

- 일본은 좁은 도로, 차고지증명제 등으로 통행 및 외부 주차장 이용이 유리한 작은 차 특히 독자 규격을 따르는 경차의 인기가 높은 등, 자국 내 인기 모델의 글로벌 호환성이 낮은 갈라파고스화된 시장

* 상세 내용은 [이호중\(2022.6.\), 일본 완성차 내수 시장의 특성, 한국자동차연구원, 산업동향 Vol. 96](#) 참고

- 진출 목적을 명시적으로 확인하기는 어려우나, 새로운 시장 개척이라는 직접적 효과 외에도 선진 시장에서의 활동을 통해 브랜드 가치를 높이는 간접적 효과를 기대하는 것이라는 주장이 제기
 - (직접적 효과) 일본은 성숙 시장으로 전체 시장 성장은 기대하기 어려우나 전동화 전환에 따라 BYD가 경쟁력을 갖는 BEV·PHEV 부문의 성장 가능성이 높으며 그 과정에서 업체 간 경쟁 구도 변화 기대 가능
 - (간접적 효과) BYD는 중국 내에서는 상당한 수준의 브랜드를 확보하였으나 해외에서는 검증이 필요한 신생 업체에 가까운데 선진 시장에서의 활동은 소비자의 심리적 허들을 낮춰줄 가능성 존재

» BYD의 日 판매량은 '24년 2,383대, '25년 상반기 1,782대로 절대적인 규모나 전체 시장 내 점유율은 미미하나, 전기차(BEV·PHEV) 시장에서의 점유율은 높은 수준으로 성장

* 日 자동차 판매량(MarkLines) 및 BYD 점유율: '24년 4,415천대 0.05%, '25년 상반기 2,342천 대 0.08%

- 일본은 주요국 중 전동화 속도가 매우 느린 시장으로, Nissan Sakura, Mitsubishi eK x EV 등 경형 BEV가 일으킨 열풍이 최근 진정되면서 전기차(BEV·PHEV) 시장의 일시적 성장세가 둔화

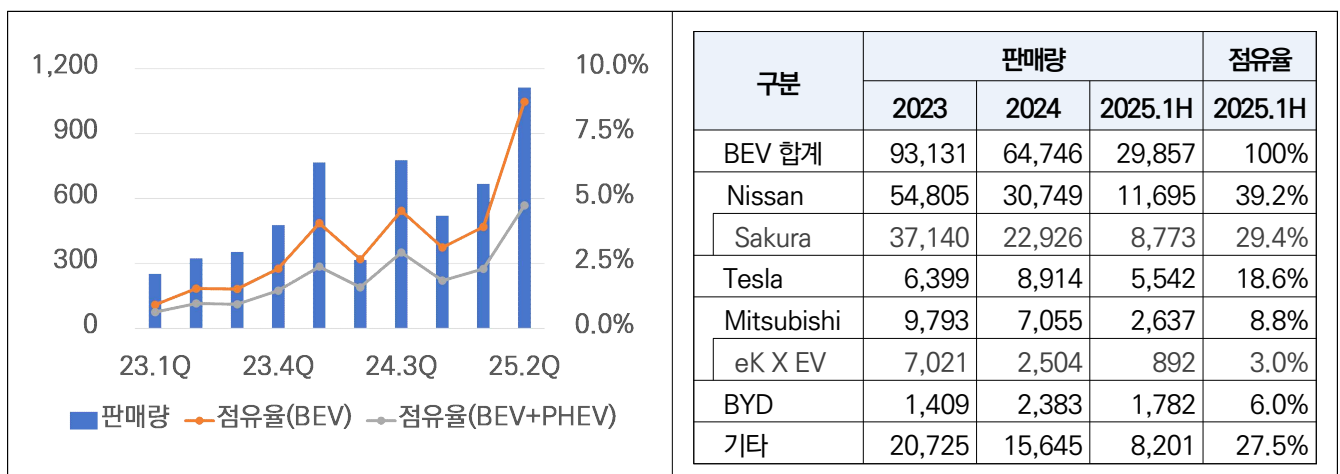
* Sakura 및 eK는 양사의 합작법인 NMKV에서 개발한 차량으로 파워트레인 등을 공유하는 배지 엔지니어링 모델임

- 일본 전기차 시장의 성장 둔화에도 BYD의 판매량은 증가 추이를 보이고 있으며, 시장 점유율은 '25.2Q 기준 전기차 시장의 4.7%, BEV 신차의 8.7%까지 성장

- 초기 시장의 특성상 판매량의 절대 규모가 작고 향후 시장 구도의 불확실성도 높으나, 외국 기업이 일본의 인기 세그먼트인 경차 모델 없이 이뤄낸 성과임을 고려할 때 양호한 실적을 달성한 것으로 평가됨

* 일본은 전기차 시장에서도 경차의 인기가 높는데, Nissan의 Sakura 및 Mitsubishi의 eK, Minicab 등 3개 경차 BEV 모델의 점유율이 '22년 27.9% '23년 32.3%, '24년 27.9% 기록(BEV 중에서는 각각 34.1%, 45.5%, 37.6%)

Ⅰ BYD의 일본 내 분기 판매량·점유율 추이(左) 및 일본 내 주요 업체의 BEV 판매량(右) Ⅰ



* 자료원: SNE Research

» BYD는 일본 내 판매 모델을 다양화하고 판매·사후관리 네트워크를 강화하는 동시에 특화 모델 개발·출시 계획을 발표하는 등 일본 시장에 대한 의지를 지속 표명 중

* 하기 내용 중 경차 관련 통계의 출처는 '일본자동차공업회, 2023년도 경차 사용 실태 보고서'임

- 소형 SUV Atto 3('23.1월), 소형 해치백 Dolphin('23.9월), 중형 세단 Seal('24.6월), 중형 SUV Sealion 7('25.4월)을 출시했고 '26년 하반기 日 경차 규격을 충족하는 BEV 출시 예정
 - 일본에서 경차는 보유 가구의 69%가 2대 이상의 차량을 운용하는 등 세컨카 성격이 짙어 요구 주행거리가 짧고 가정 내 충전으로 일상적인 사용이 가능하므로 여타 세그먼트 대비 BEV 전환에 대한 장벽이 낮음
 - * 다만 '22년 출시되어 수년간 큰 인기를 끈 경형 BEV인 Nissan Sakura 및 Mitsubishi eK도 동급 내연기관 모델 대비 판매량이 많다고 보기 어렵다는 점은 일본 내에서 BEV 자체에 대한 전환 장벽이 여전히 높음을 시사
 - 또한, 경차를 선택하는 중요한 이유가 경제성이기 때문에 경쟁력 있는 전비와 가격 경쟁력을 갖춘 모델을 출시한다면 전기차 및 중국 브랜드에 대한 거부감을 일부 극복할 가능성이 있음
 - * 경차 선택 이유(연비/가격/세금, 복수응답): 승용(44%/45%/62%), 캡밴(30%/35%/38%), 트럭(30%/37%/51%)
 - * 최근 Nissan·Honda 등 경쟁사에서 상품성이 높다고 평가되는 경형 BEV를 연달아 출시하고 있으므로, BYD가 중국 브랜드의 한계를 극복하기 위해서는 더욱 엄격한 수준의 경제성 또는 차별화 전략이 필요할 것으로 예상됨
 - BYD의 경차 모델은 Sakura 및 eK X EV와 같이 기존 내연기관차 모델의 변형이 아닌 신규 개발에 가까워 상대적으로 높은 개발비가 투입될 것으로 예상되는데, 일본의 독특한 규격에 맞춘 모델이기 때문에 일본서 성과를 내지 못하는 경우 다른 시장에서의 활용이 제한되어 재정적인 부담을 유발할 수 있음
 - * 그러나 '20.7월 중국에서 출시된 SGMW의 Hongguang Mini EV가 수년간 큰 인기를 끌었는데, 동 모델의 개념이 일본 경차와 흡사하다는 점에서 약간의 개량을 거쳐 중국 및 아세안 등 시장에 판매할 가능성이 없는 것은 아님 (Hongguang Mini EV는 전폭에서 일본 경차 규격을 소폭 상회(1493mm > 1480mm)하나 전반적인 제원은 흡사)

Ⅰ Nissan Sakura(左), Mitsubishi Minicab EV(中), Hongguang Mini EV 1세대 모델(右) Ⅰ



* 자료원: 각 사 공식 홈페이지

- 또한, 초기 단계에 있는 日 BEV 시장의 한계를 극복하기 위해 PHEV 모델도 출시할 예정임
 - 언론에 따르면 중형 SUV인 Sealion 6가 일본 내 출시되는 첫 PHEV가 될 것으로 보이며, 동 모델 외 추가적인 PHEV 모델 출시에 대해서는 확인되지 않고 있음
 - * BYD는 '27년까지 7~8개 전기차 모델 출시 목표를 제시한 바 있어 PHEV 모델의 추가 출시 가능성도 있음
 - 가격 등 구체적인 내용은 올해 10월 개최되는 Japan Mobility Show에서 공개될 예정인데, 언론은 BYD가 경쟁 PHEV 모델의 평균적인 가격보다 저렴한 500만 엔 이하 가격을 제시할 것으로 전망
- 일본 내에서 판매 및 서비스 네트워크를 공격적으로 확장하여 '25년 말까지 100개 거점 확보 계획
 - '23년 1월 31일 Atto 3 출시와 함께 주요 지역에 공식 딜러 거점을 설치하여 판매, 보증 및 유지보수 지원 등을 수행하고 있으며, '25년 7월 말 기준 거점을 64개로 늘리는 등 빠르게 확대하고 있음

- 일각에서는 BYD가 공격적으로 거점을 늘려가고 있으나 절대적인 숫자가 많다고 보기 어렵고 주요 도시 지역에 집중되어 있다는 점에서 차량 판매 특히 경차 판매에 한계가 있을 것으로 판단하고 있음
- 이는 경차의 주요 소비 지역인 비-도심 지역에서 고객과 장기적인 관계를 형성하는 소규모 정비소가 대리점 역할을 겸하는 관행이 있어, 신규 업체인 BYD가 핵심 소비자층에 접근하기 어려울 것이라는 관점을 반영
 - * 일본에서는 경차가 비-도심 지역에서 열악한 대중교통을 대체하는 역할을 하며 폭넓게 활용되고 있음
(인구 밀도별 경차 점유율: 500인/km 미만 45%, 1500인/km 미만 28%, 4000인/km 미만 13%, 그외 14%)
- 이에 대한 대안으로 일본 업계의 판매망을 이용하는 등의 방안도 고려할 수 있겠으나, 주요 OEM을 중심으로 공고한 연합을 형성 중인 일본 업체가 잠재적인 경쟁 상대인 BYD에 협조적일지는 불확실

» BYD는 일본 시장 진출에 브랜드 인지도 제고를 넘어서는 높은 가치를 부여하는 것으로 판단되며, 경차 모델 출시 이후 성패를 가늠할 수 있을 것으로 전망

- BYD가 지향하는 글로벌 자동차 업체로의 성장을 진정으로 달성하기 위해서는 중국·신흥국 시장에서의 성공뿐만 아니라 선진시장에서의 성공이라는 성과가 필요
 - 유럽에서 현지 생산 체계 구축과 함께 지사 및 R&D센터 설립을 추진 중이며 일본에서도 매우 공격적으로 사업을 전개 중인데, 이는 단기적인 수익성 관점을 넘어 선진시장 진입을 위한 정면 승부 의지로 해석됨
- 중국 시장 경쟁 심화 및 적극적인 해외 확장의 영향으로 BYD의 재정 위기론이 제기된 바 있는데, 당초 기대에 비해 선진시장 진입이 장기화되면 현 전략을 유지하기 어려울 것이라는 관점도 존재
 - 다만, 최재희('25.6.26.)*는 BYD의 재무 상태를 분석하여 재무 위기론을 다소 과도한 해석으로 결론을 내리기도 하는 등 BYD의 재정 건정성에 대해서는 아직 명확한 결론이 나오지 않은 상태
 - * 최재희('25.6.26.), 최근 BYD 위기설에 대한 평가와 전망, CSF(중국전문가포럼), 제12호 지역연구 공동 동향세미나
 - 한편, BYD에 중국 자동차 산업의 글로벌 성공 신화라는 상징적인 의미가 부여되고 있어 중국 정부의 명시적·묵시적 지원이 있을 수도 있다는 점에서 급격한 위기 가능성은 높지 않을 것으로 보임
- 일본 소비자의 유난히 강력한 자국 브랜드 선호가 허들로 작용하고 있으나, BYD가 경차 모델에서 일정 이상의 성공을 거둔다면 중국 브랜드 전반의 인식 개선 가능성 존재
 - 주요 지역·국가에서 선호 브랜드의 국적 분포가 비교적 다양한 것과 달리 일본은 선호도 상위 10위 내 해외 브랜드는 BMW(8위), Mercedes(9위)만 포함되는 등 강력한 자국 브랜드 선호 존재
 - 유럽 시장에서 중국 자동차 판매가 확대되면서 소비자가 가지는 불신도 점차 감소하고 있다는 점에서, 일본 내 경차 모델의 성공이 BYD를 넘어 중국 자동차 브랜드 전반의 인식을 개선하는 계기가 될 수도 있음
 - * 유럽서 中 브랜드에 '우려가 없다'는 소비자 비중이 지속 증가하여 '25.5월 32%(전체), 38%(BEV 구매 고려) 기록
- 한편, 중국 브랜드를 견제하기 위한 일본의 전기차 보조금 정책 변경, 미·중 갈등의 파급 효과, 반중 정서 확산 가능성 등이 제약 요인으로 작용할 여지도 있음
 - 변화의 촉매제가 될 수 있는 경차의 경우 경제성이 소비자 선택에 큰 영향을 끼치는데 보조금 정책의 변경을 통해 경제성이 훼손되는 경우 신규 경차 모델의 성공에 상당한 영향을 미칠 수 있음
 - * 일본 정부는 '24년에 GX(녹색 전환) 실현을 명분으로 전기차 보조금 제도를 개편, 제조업체가 설치한 충전기, 사후관리 등을 보조금 산정 기준에 포함하여 BYD 전기차의 보조금을 삭감한 바 있음

| 주요 시장별 자동차 브랜드 선호도(2025년) |

Ranking	Europe	China	US	Japan	GCC
1	Audi	BYD	Toyota	Toyota	Toyota
2	Toyota	Tesla	Ford	Honda	Mercedes
3	BMW	BMW	Tesla	Suzuki	Tesla
4	Volkswagen	Xiaomi	Honda	Nissan	BMW
5	Mercedes	Li Auto	Chevrolet	Daihatsu	Ford
6	Ford	Toyota	Nissan	Lexus	Nissan
7	Renault	Mercedes	BMW	Mazda	Lexus
8	Tesla	Volkswagen	Jeep	BMW	Kia
9	Peugeot	Audi	Hyundai	Mercedes	Hyundai
10	Kia	Honda	Audi	Mitsubishi	Audi

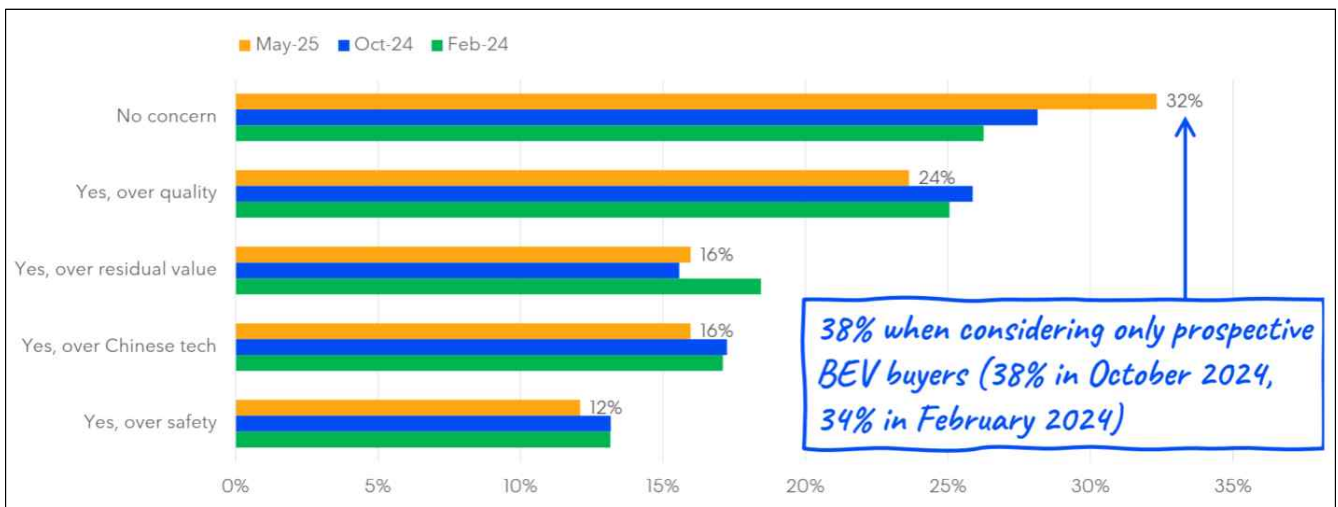
Note: Brand's color based on the region/country of origin:
 ■ Europe; ■ China; ■ US; ■ Japan; ■ S. Korea.

Source: Attest, Bloomberg Intelligence

Bloomberg Intelligence BI

* 자료원: Bloomberg Intelligence('25.9), BI Survey: Toyota, Tesla Top BI Global Buyers List

| 유럽 내 중국 브랜드 차량에 대한 우려 변화 추이 |



* 주) 다음 질문에 대한 답변임: If a Chinese branded car (e.g. BYD, MG, Geely) with similar features to what you are looking to buy becomes available, would you be concerned about purchasing it?

* 자료원: Bloomberg Intelligence('25.5), Europe Autos Survey