

iM증권 리서치본부

[자동차]
Overweight

중국 자동차에 편견을 걷어내야 할 때

자율주행과 리브랜딩을 통해 밖으로 나올 중국 OEM

iM증권

2026.05.27

In-Depth Report

[자동차/로보틱스]
이상수 2122-9197
sang.su@imfnsec.com



CONTENTS

Summary	4
I. 자율주행의 대중화	6
II. 가성비를 넘어 프리미엄 시장을 겨냥	20
III. 역합작을 통한 현지화 2.0 현상 관찰	28
IV. 결국 글로벌 시장으로 나올 중국 OEM	37

Summary

I. 자율주행의 대중화

- 중국 베이징에서 Auto China 2026이 개최되었고, 금번 행사의 주제는 지능화의 미래. 중국 업체들의 자율주행 기술력은 L3 언저리로 상향 평준화되고 있음을 확인.
- (1) 중국 전기차 삼형제 (NIO, Li Auto, Xpeng): 중국 전기차 삼형제는 9 시리즈로 대표되는 플래그십 모델을 통해 풀스택 자율주행 솔루션이라는 강점을 가짐.
- (2) 자율주행 Tier 1 업체들의 영역이 구체화: DeepRoute.ai, Momenta 등은 스마트카 관련 개발 역량이 미진한 업체에게 소프트웨어 솔루션을 제공하는 영역 확립.
- (3) 중저가 차량에서도 자율주행을 제공: BYD의 천신지안 C 플랫폼은 2,000만원 이하 차량에도 제공되는데, 이는 고급 NOA와 도심 자율주행의 중간 수준의 기술력.
- (4) 화웨이와 샤오미가 자동차 산업에 침투: 화웨이는 레거시 OEM을 중심으로 협력사를 확대하고 있고, 샤오미는 IT 디바이스와 차량의 연결성을 강조하며 판매 확대.

II. 가성비를 넘어 프리미엄 시장까지 겨냥

- (1) 전통 프리미엄 브랜드: 중국의 럭셔리 브랜드 홍치는 2018년 리브랜딩 이후 일반 대중들의 프리미엄 차량 수요를 타겟. 28년까지 유럽 등 주요 권역 진출을 목표.
- (2) 신생 업체들은 풀 스택 자율주행을 통한 프리미엄 시장 겨냥: 신생 EV 업체들은 ADAS가 아닌 풀스택 자율주행 솔루션을 무기로 프리미엄 시장 수요를 선점할 계획.
- (3) 전통 브랜드도 화웨이를 통한 프리미엄 차량 시장 진출 모색: 전통 OEM들의 경우 자율주행 개발 역량이 부족한 탓에 Huawei 의존도가 계속해서 높아지는 상황.

III. 역합작을 통한 현지화 2.0 현상 관찰

- 전동화, 스마트카 등 중국 자동차 산업의 변화를 해외 OEM들은 대응하지 못함. 중국 시장 경쟁력 제고를 위해 로컬 소프트웨어 업체와의 협력이라는 역합작 현상 관찰.
- (1) VW/GM: VW (Xpeng과의 공동 개발한 CEA 아키텍처 적용한 ID.UNYX 모델 출시), GM (뷰익과 캐딜락 중심의 프리미엄 브랜딩 지속 위해 Momenta와 협력 선택)
- (2) Mercedes Benz/Toyota: Mercedes Benz (GLC L 등 중국 전용 모델에 Momenta 탑재 확대), Toyota (bZ7은 Huawei의 구동계 플랫폼까지 채택하며 협력 확대)
- (3) 현대차: 아이오닉 V 발표 (플랫폼: 베이징자동차, ADAS: Momenta, 배터리: CATL, 인포테인먼트용 LLM: 바이두). 30년 기준 중국 판매 50만대 목표 (수출 포함).

IV. 결국 글로벌 시장으로 나올 중국 OEM

- 포화 상태의 내수, 중국 정부의 보조금 축소 기조 등은 중국 OEM으로 하여금 해외 진출을 사실상 강제. 신흥 시장을 포함해 유럽 권역 등 선진시장 침투 가능성도 높음.
- (1) BYD: 가동률 하락, 공격적인 프로모션으로 수익성이 하락 중인데, 보조금 축소까지 예정된 상황. 유럽을 기점으로 한국을 포함한 글로벌 사우스 외 권역 진출 본격화.
- (2) 체리자동차/지리자동차: 체리자동차 (이미 해외 매출 비중 50%에 달하고, 생산 현지화도 진행), 지리자동차 (프리미엄 브랜드 인수 및 지분 투자를 통한 외연 확대).
- 단 중국 OEM들의 외연 확대는 현대차그룹보다 전동화, 스마트카 전환이 늦어지고 있는 레거시 OEM들의 시장 점유율에 더 직접적인 영향을 끼칠 것으로 판단됨.

Summary

<그림> Summary

I. 자율주행의 대중화	II. 가성비를 넘어 프리미엄 시장까지 겨냥	III. 역합작을 통한 현지화 2.0 현상 관찰	IV. 결국 글로벌 시장으로 나올 중국 OEM
<p>오토 차이나 2026의 주제를 지능화의 미래라고 설정. 신생 업체들부터 레거시 OEM들까지 자율주행 개발 현황이 일정 수준 이상으로 수렴하는 중. 단 해당 업체들간 자율주행 개발 전략은 상이함을 확인.</p>	<p>중국 자동차는 이제 단순히 가격이 저렴한 차량이 아님을 확인. 자율주행 솔루션 탑재를 통해 프리미엄 차량 수요 또한 타겟. 단 기존 업체들의 경우 자체 역량이 부족함에 따라 Huawei 의존도 높음.</p>	<p>전동화 전환 국면에 해외 OEM들은 대응 실패. 해외 OEM들은 생존을 위해 중국 현지 업체와의 협력을 통한 역합작을 강요받고 있음. 이와 같은 역합작 기조 또한 놓친다면 대다수 OEM들은 도태할 것.</p>	<p>포화 상태의 내수 경쟁 구도, 친환경차량 관련 정부 지원 중단 등에 따라 중국 OEM은 해외 진출을 모색. 글로벌 사우스 지역 외의 권역 또한 자율주행 솔루션과 프리미엄 브랜딩을 통한 점유율 확대 노림.</p>
(1) 중국 전기차 3형제 (NIO, Xpeng, Li Auto)	(1) 전통 프리미엄 브랜드 (홍치)	(1) 폭스바겐: Xpeng과 협력을 확대	(1) BYD: 리브랜딩을 통한 해외 시장 진출
(2) 자율주행 Tier 1 업체들의 영역이 구체화	(2) 자율주행 풀스택이라는 차별점 (신생 업체)	(2) GM: 캐딜락, 부의 중심의 프리미엄 브랜드	(2) 체리자동차: 이미 해외 매출 비중 50%
(3) 중저가 차량에서도 자율주행을 제공	(3) 레거시 OEM은 Huawei와 협력 선택	(3) Mercedes Benz: Momenta와 더 밀착	(3) 지리자동차: 프리미엄 브랜딩에 주안점
(4) 화웨이와 샤오미가 자동차 산업에 침투		(4) Toyota: Bz7을 기점으로 역합작 기조 강화	
		(5) 현대차: 중국 전용 모델 아이오닉 V 출시	

I ~ IV 의 시사점 중 특히 중국 OEM들의 해외 시장 진출 확대라는 대목은 현대차그룹의 향후 경쟁 구도에도 일정 부분 영향을 미칠 수 밖에 없을 것. 단 현대차그룹을 제외한 거의 모든 레거시 OEM들의 전동화, SDV, 자율주행 등 전반적인 스마트카 전환 속도가 매우 미진함에 따라 중국 OEM들의 외연 확대에 따른 시장 점유율 축소는 레거시 OEM들에 한해 집중적으로 나타날 것.

미국의 경우 중국을 배제하는 배타적인 규제 정책이 이어질 가능성이 높고, 인도 또한 중국 OEM들의 현지 생산 설비 관련 허가를 쉬이 내주지 않을 것. 이에 미국과 인도 시장에서의 현대차그룹의 경쟁 우위는 유지될 것. 유럽의 경우 상대적으로 중국 OEM들의 침투 속도가 빠를 것이나, 전술한 내용과 같이 레거시 OEM 대비 현대차그룹의 스마트카 전환 준비 상태는 우수함에 따라, 그 영향을 최소화 할 것.

I. 자율주행의 대중화	분석 및 언급 업체: NIO, Xpeng, Li Auto, Horizon Robotics, Momenta, DeepRoute.ai, BYD, Huawei, Xiaomi → 협력의 형태가 어떻게 자율주행 기술은 분명 상향평준화
II. 가성비를 넘어 프리미엄 시장까지 겨냥	분석 및 언급 업체: 홍치, NIO, Xpeng, Li Auto, BYD, Huawei → 극소수 럭셔리 브랜드를 제외하고, 대부분의 중국 OEM들은 프리미엄 브랜딩을 위해 자율주행 솔루션 탑재 필수
III. 역합작을 통한 현지화 2.0 현상 관찰	분석 및 언급 업체: VW, Audi, GM, Mercedes Benz, Toyota, 현대차, Honda → 중국 시장에서의 역합작은 테스트베드라는 의미도 가지기에, 역합작에도 실패한다면 도태될 것
IV. 결국 글로벌 시장으로 나올 중국 OEM	분석 및 언급 업체: BYD, 체리자동차, 지리자동차 → 단순히 글로벌 사우스 권역 중심의 신흥국 시장 진출이 아니라, 유럽을 포함한 선진 시장을 리브랜딩을 통해 공략할 것



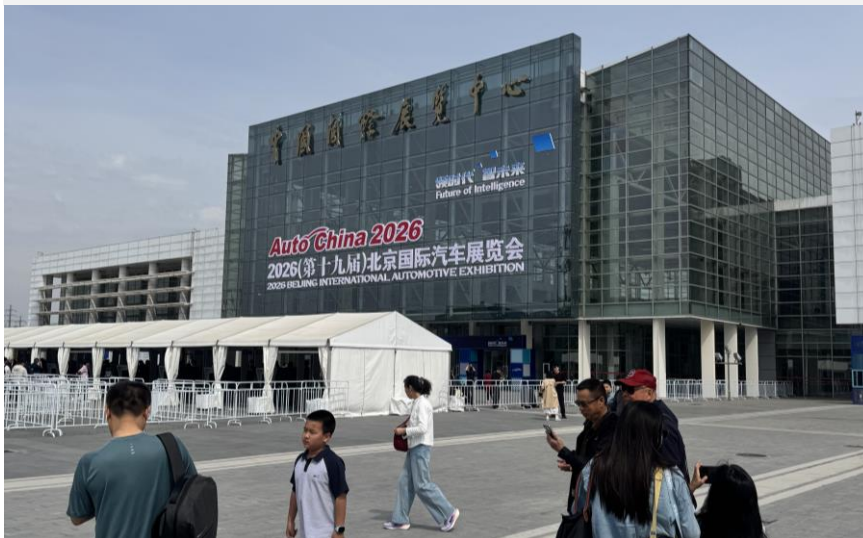
1. 자율주행의 대중화

자율주행의 대중화

지능화의 미래를 핵심 주제로 설정

- 26.04.24~26.05.03 중국 베이징에서 Auto China 2026 개최 (베이징과 상하이 지역에서 격년으로 개최되는 행사). 금번 행사의 주제를 '지능화의 미래', 즉 자율주행을 중심으로 한 스마트카로 제시.
- Auto China 2026 행사는 순이 메인 전시장과 국제전시컨벤션 센터에서 동시에 전시가 이뤄짐. 이는 행사 규모가 커짐과 동시에 중국 자동차 산업 성장 속도를 보여주는 방증.
- 실제로 행사 면적은 전년 대비 약 73% 증가했으며, Auto China 2026에 약 128만명의 관람객이 다녀가며 성황리에 개최됨.

<그림> 26.04.24~26.05.03 베이징에서 개최된 오토 차이나 2026



자료: iM증권 리서치본부

<그림> 행사의 핵심 주제로 지능화의 미래를 제시



상하이와 베이징에서 격년으로 개최되는 차이나 오토쇼. 올해는 베이징에서 오토쇼가 개최되었고, 행사 주제를 지능화의 미래로 설정하며 자율주행, 미래 자동차 제품 전시

자료: iM증권 리서치본부

자율주행의 대중화

행사 규모의 확대, 신형 EV 및 소프트웨어 업체의 부상

- 베이징에서 개최되어 온 기존 Auto China는 순이 메인홀 (완성차 업체), 국제전시컨벤션센터 (부품) 등의 구조로 행사가 진행되었고, 부품 전시가 크지 않았다는 공통점이 있었음.
- 하지만 Auto China 2026부터 국제전시컨벤션센터의 비중이 증가했으며, 단순 샤시 구성 부품 업체 외 Horizon Robotics 등 스마트카 관련 Tier 1 업체들의 존재감이 높아졌다는 점이 인상적.
- A홀: 해외 OEM 합작 완성차 업체 및 국영 기업, B홀: 전통 중국, 해외 OEM 및 Huawei 생태계 (HIMA 플랫폼) 업체 다수 포진, W홀: BMW, Mercedes-Benz 등 럭셔리 브랜드, 배터리 셀 업체, E홀: BYD 산하 브랜드를 중심으로 한 전시 다수 등으로 각 전시관이 구성됨.
- 각 전시장을 구성하는 업체들의 면면에서 나타나듯이, 과거와 같이 단순히 국적이나 차량 가격대를 기준으로 전시가 이뤄지지 않았음. 스마트카 기술을 중심으로 한 신형 EV 업체인지, 혹은 Huawei, Xiaomi 등 어떤 테크 업체와 협력하는 지 등과 같이 기술 포지셔닝에 근거한 업체 배치가 이뤄졌다는 점이 인상적이었음.
- EV 수요 증가에 힘입어 2024년 행사에는 등장했지만, 올해 행사에는 불참한 업체도 다수 존재 (HiPhi, WM Motor, Aiyas). 중국 완성차 업체가 18~25년에 약 400개 도산한 것으로 파악되며, 향후 오토 차이나에도 중국 자동차 산업 구조조정에 따라 업체 참여 상황 변동 생길 것.
- 국내 업체는 현대차가 유일하게 참여했으며, 아이오닉 V 전시함과 동시에 30년 중국 판매 50만대를 목표함을 공유 (수출 물량 포함).

<그림> 오토 차이나 2026 전시장 구조



A홀: 해외 OEM 합작 완성차 업체 및 국영 기업, B홀: 전통 중국, 해외 OEM 및 Huawei 생태계 (HIMA 플랫폼) 업체 다수 포진, W홀: BMW, Mercedes-Benz 등 럭셔리 브랜드, 배터리 셀 업체, E홀: BYD 산하 브랜드를 중심으로 한 전시 다수.

2020년 초의 행사까지만 해도, 주요 전시장별 업체 전시 구성은 업체 국적과 따라 이뤄짐. 그러나 올해 행사부터 신형 EV 업체인지, 플랫폼 라인 중심인지, 혹은 Huawei, Xiaomi 등 어떤 테크 업체와 협력하는 지 등과 같은 기술 포지셔닝에 근거함.

EV 수요 증가에 힘입어 2년전 행사에는 등장했으나, 올해 행사에는 불참한 업체들도 다수. 향후 오토 차이나 행사를 지켜보며 있어 현재 경쟁 구도가 도태 및 통폐합이 어떤 결과로 나타날지도 확인해야 할 것.

자율주행의 대중화

(1) 중국 전기차 삼형제 (NIO, Li Auto, Xpeng)

- Li Auto는 금번 행사에서 L9 차량을 공개함과 동시에 05.15 출시를 예고. L9은 약 55만 위안의 플래그십 차량이라는 의미를 넘어 자체 개발 5나노급 칩 Mach를 탑재했다는 의의 가짐 (Mach 연산능력은 2,560 Tops로 Nvidia Thor의 2배, Xpeng의 Turing 2,250 Tops 초과).
- Li Auto의 자율주행 모델은 MindVLA 시스템은 22억 파라미터 VLM(Vision-Language Model)을 통해 차량이 "추론" 할 수 있게 설계됨. 교통경찰의 수신호 해석, 옹덩이 옆에 서 있는 보행자의 의도 파악 같은 복잡한 엣지 케이스를 처리할 수 있음. 이를 바탕으로 한 인지 네트워크 체제는 Tesla Occupancy Network와 같은 방향성을 지향 중.

<그림> Li Auto의 L9



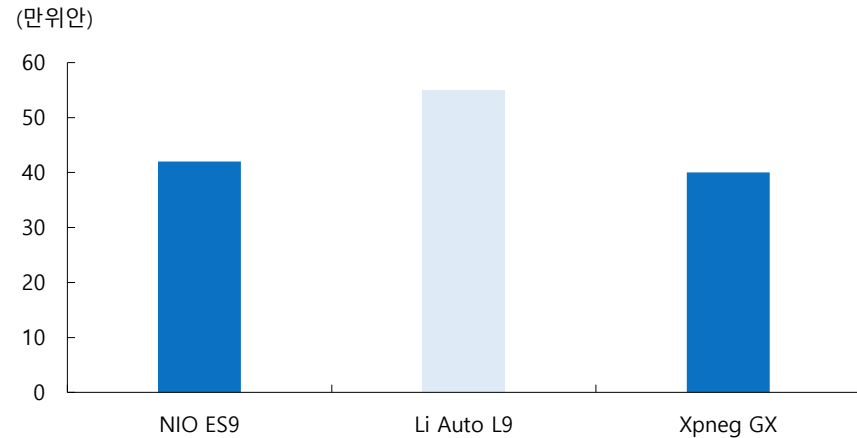
자료: Li Auto, iM증권 리서치본부

<그림> Li Auto의 자체 개발 칩 Mach를 중심으로 구성되는 컴퓨팅 플랫폼



자료: Li Auto, iM증권 리서치본부

<그림> 중국 3형제 업체 플래그십 모델 가격 비교



중국 전기차 3형제의 플래그십 차량 중 Li Auto L9가 가장 높은 가격대 위치하고 있음

자료: iM증권 리서치본부

자율주행의 대중화

(1) 중국 전기차 삼형제 (NIO, Li Auto, Xpeng)

- Xpeng은 금번 행사의 핵심 주제를 플래그십 모델 Xpeng GX, 휴머노이드 Iron, 그리고 플라잉카 등 세가지로 제시.
- GX 모델은 약 39.9만 위안으로 가격이 설정되며 Xpeng에서 가장 비싼 차량으로 등극. GX는 LiDAR를 사용하는 Xpeng과 일반적인 중국 업체의 자율주행 방식과 달리 카메라만을 탑재. 자체 개발 Turing 칩이 탑재되며, 최고 트림 기준 4개의 Turing 칩을 통해 약 3,000 Tops 수준의 연산 능력을 보여줄 수 있음.
- Xpeng의 자율주행 솔루션은 Max, Ultra SE, Ultra 등 크게 세가지로 구성됨. 이 중 Ultra 채택율이 26.05 기준 전월 대비 118% 증가.

<그림> Xpeng의 GX 모델



자료: Xpeng, iM증권 리서치본부

<그림> GX, Iron, Flying Car 등 세가지를 핵심 주제로 제시한 Xpeng



자료: Xpeng, iM증권 리서치본부

<그림> Xpeng의 자율주행 솔루션은 세가지로 구성됨



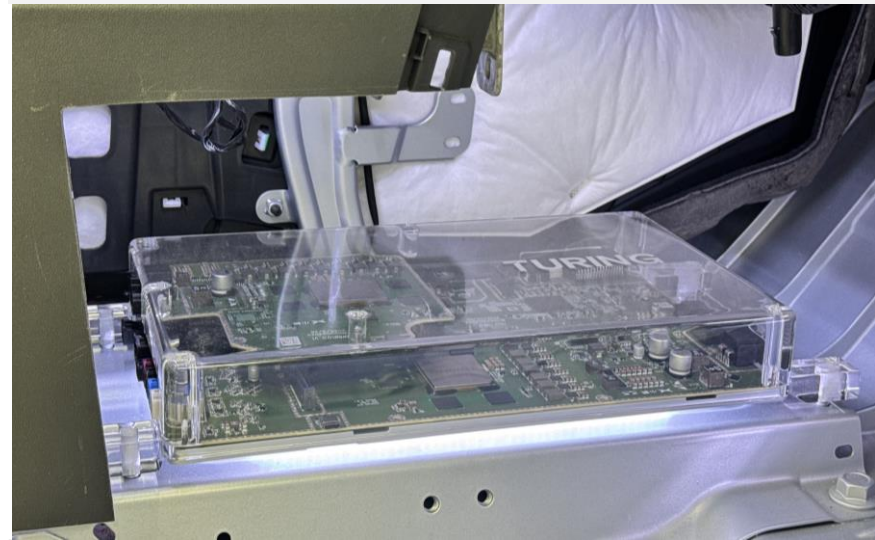
자료: Xpeng, iM증권 리서치본부

자율주행의 대중화

(1) 중국 전기차 삼형제 (NIO, Li Auto, Xpeng)

- 실제로 행사에서 Xpeng 차량을 해체 후 전시된 공간을 찾아볼 수 있었고, Turing 칩을 중심으로 한 컴퓨팅 플랫폼이 운전석 하부에 위치됨을 알 수 있었음.
- 경쟁 업체와 Xpeng이 자율주행 칩 관련해서 가지는 차이는 동사는 Turing을 휴머노이드 Iron에도 활용할 수 있다는 것. 금번 행사에도 Iron을 핵심 주제로 선정함과 동시에 전시 또한 이뤄졌으나, 별도 코멘트는 없었음 (26.1Q 광저우 소재 양산 공장 착공).
- 반면 플라리카의 경우 약 7,000대의 주문이 중국, 중동을 중심으로 이미 이뤄졌고, 27년부터 양산을 목표하는 구체적 코멘트 관찰.

<그림> 차량 운전석 하부에 위치한 Xpeng의 컴퓨팅 플랫폼



자료: Xpeng, iM증권 리서치본부

<그림> Xpeng의 휴머노이드 Iron



자료: Xpeng, iM증권 리서치본부

<그림> Xpeng의 플라잉카



자료: Xpeng, iM증권 리서치본부

자율주행의 대중화

(1) 중국 전기차 삼형제 (NIO, Li Auto, Xpeng)

- NIO는 금번 행사에서 ONVO, Firefly 등과 같은 하위 브랜드와 함께 참가. ONVO는 24년 말 출범한 패밀리 카 세그먼트 개발 브랜드이고, Firefly는 25년 말 새롭게 런칭한 중소형 EV 개발 브랜드.
- 중국 삼형제 업체와 마찬가지로 플래그십 모델 ES9을 강조했는데, 특히 동사의 시그니처 포인트인 SkyRide 액티브 서스펜션이 탑재. 이는 주요 지역의 노면 요철 정보를 바탕으로 자체적인 조절이 가능함.
- 동사 또한 자체 개발한 선지 NX9031 자율주행 칩 사용. 이는 ET9에 최초로 탑재된 후 ES9에도 사용. 더 나아가 ONVO의 모델인 L90에도 이를 탑재하며 자율주행 칩의 범용화를 이끌어가는 중.

<그림> 서브브랜드와 함께 행사에 참여한 NIO



자료: NIO, iM증권 리서치본부

<그림> NIO ES9의 액티브 서스펜션 시스템



자료: NIO, iM증권 리서치본부

<그림> NIO의 차량용 칩 선지 NX9031



자료: NIO, iM증권 리서치본부

자율주행의 대중화

(2) 자율주행 Tier 1 업체들의 영역이 구체화

- 완성차 업체 외 자율주행 솔루션 업체의 존재감도 눈에 띄었음. Horizon Robotics는 ADAS~자율주행을 지원 가능한 칩셋을 제공하는 업체. 금번 행사에서 완성차 업체와 협력이 아닌 단독 부스로 참가.
- Horizon Robotics의 자율주행 솔루션은 Journey 시리즈. 현재 Journey6를 공급 중에 있으며, 27년 Journey 7을 출시할 예정. 금번 행사 직전 인포테인먼트와 자율주행을 동시에 제어할 수 있는 Starry 6P 공개. 이는 완전한 중앙집중형 아키텍처를 지향함을 의미.
- 중국 선도 업체의 자율주행 기술 대비 레거시 현지 OEM의 기술 발전 여지는 낮음에 따라 동사 시장 영역은 앞으로도 클 것.

<그림> Horizon Robotics의 Journey 시리즈



자료: Horizon Robotics, iM증권 리서치본부

<그림> Horizon Robotics는 단독 부스로 행사에 참여



자료: Horizon Robotics, iM증권 리서치본부

<그림> Horizon Robotics의 Starry 6 플랫폼은 중앙집중 제어를 포



자료: Horizon Robotics, iM증권 리서치본부

중국 자동차에 편견을 걷어내야 할 때

자율주행과 리브랜딩을 통해 밖으로 나올 중국 OEM

자율주행의 대중화

(2) 자율주행 Tier 1 업체들의 영역이 구체화

- 이외에도 DeepRotue.ai, Momenta 등과 같이 자율주행 개발에 있어 소프트웨어 공급 업체 또한 눈에 띄었음. 이들 모두 개별 부스 참가.
- Momenta는 주요 해외 OEM들의 현지 차량 개발에 있어 소프트웨어, 자율주행 개발 파트너로서의 입지를 이미 공고히 함. 2022년 1개 수준이었던 양산 차량 레퍼런스가 23년 8개, 24년 26개, 26년 130개로 빠르게 증가 (현대차 아이오닉 V에도 Momenta 소프트웨어 탑재).
- DeepRotue.ai는 차량을 만들지도, 칩을 만들지도 않는 순수 소프트웨어 업체. 이들의 차별점은 고객사가 어떤 칩 플랫폼을 사용하더라도 호환이 가능하다는 것이며, 금번 행사에도 이와 같은 호환성 강조.

<그림> Momenta는 단독 부스로 행사에 참여



자료: Momenta, iM증권 리서치본부

<그림> Momenta의 협력 업체: 중국 전기차 3형제를 제외한 거의 모든 업체



자료: Momenta, iM증권 리서치본부

<그림> DeepRotue.ai의 강점은 고객사가 어떤 하드웨어 플랫폼을 사용한다고 하더라도 소프트웨어 호환이 가능하다는 것



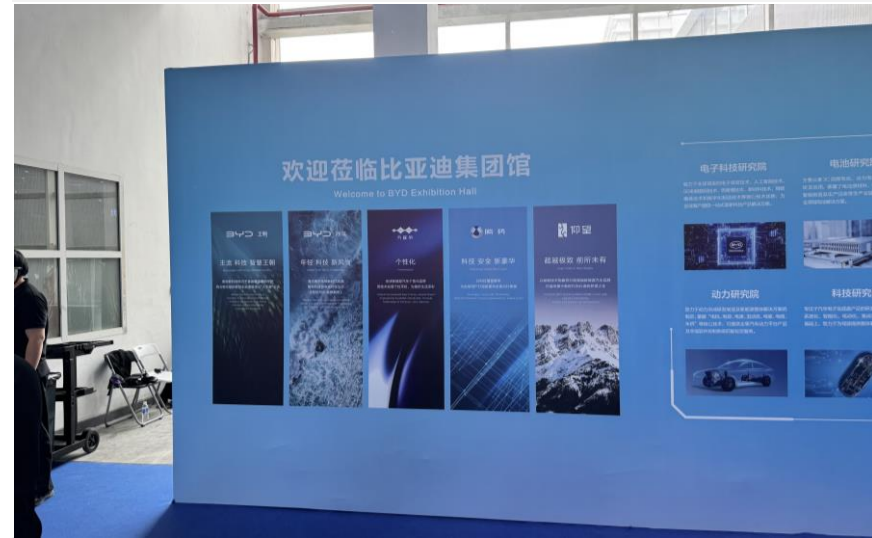
자료: DeepRoute.ai, iM증권 리서치본부

자율주행의 대중화

(3) 중저가 차량에서도 자율주행을 제공

- 자율주행의 범용화 또한 머지않았음을 확인. 중국 3형제의 경우 자율주행 선도 업체이기는 하나, 이들도 아직 자율주행을 엔트리 모델에 확장하지는 못한 상황. 그러나 이번 행사에서는 BYD 등을 중심으로 저가형 차량에도 고급 NOA를 제공하는 소위 자율주행의 민주화 현상이 관찰.
- BYD는 하위 브랜드와 함께 E3홀을 모두 채움과 동시에 완성차 부스와 별도로 ADAS 플랫폼 God's Eye (천신지안) 부스를 전시. 가장 저렴한 Seagull 해치백 차량에도 God's Eye C를 기본 탑재함을 언급 (약 1,300만원 차량. 이를 위해 센서 등의 하드웨어 비용을 낮췄으며, BEV+Transformer+ DeepSeek R1을 통해 추론 기능 강조).

<그림> 서브 브랜드와 함께 행사에 참여한 BYD



자료: BYD, iM증권 리서치본부

<그림> BYD는 천신지안 플랫폼을 전시 핵심 내용으로 강조



자료: BYD, iM증권 리서치본부

<그림> BYD의 천신지안 플랫폼은 하드웨어 솔루션도 함께 제공



자료: BYD, iM증권 리서치본부

중국 자동차에 편견을 걷어내야 할 때

자율주행과 리브랜딩을 통해 밖으로 나올 중국 OEM

자율주행의 대중화

(3) 중저가 차량에서도 자율주행을 제공

- BYD의 천신지안은 A부터 C까지 총 세가지 플랫폼으로 구성되고, 산하 브랜드별로 제공되는 플랫폼의 등급은 다르나 전 차량에 이를 제공.
- 가장 저렴한 트림인 천신지안 C의 경우에도 nVIDIA Orin 칩이 탑재. 현재 고속도로 NOA 및 자율주차 기능을 제공하고 있고, 차후 도심 NOA도 지원할 계획. 이는 자율주행 선도 업체 외 레거시 업체들도 자율주행을 소비자에게 제공할 수 밖에 없는 경쟁 환경으로 연결될 것.
- 일반적인 ADAS 수준 이상의 자율주행 서비스가 모든 양산 차량에 제공 되는 것이며, 이는 데이터 수집 측면에 있어서도 동사의 경쟁 우위.

<그림> BYD의 천신지안 플랫폼은 모든 차량에 탑재될 계획



BYD는 God's Eye 플랫폼을 모든 차량에 탑재할 계획. 플래그십 라인부터 점진적으로 자율주행 단계를 높여가며 궁극적으로 E2E 자율주행 개발 지향

자료: BYD, iM증권 리서치본부

<그림> BYD의 가장 저렴한 천신지안 C도 높은 수준의 서비스 제공



자료: BYD, iM증권 리서치본부

<그림> BYD 천신지안은 차량 트림별로 제공됨



자료: BYD, iM증권 리서치본부

자율주행의 대중화

(4) 화웨이와 샤오미가 자동차 산업에 침투

- IT 업체가 더욱 빠른 속도로 자동차 산업으로 침투하고 있다는 점도 다시금 확인. 금번 행사에서 Huawei, Xiaomi의 존재감은 특히 높았음.
- Huawei는 자동차를 직접 만들지 않음에도 금번 행사 W3홀을 모두 차지했고, 기존 비즈니스 모델인 첸쿤 ADS, Harmony OS 등 소프트웨어 등에 있어 여러 업데이트 찾아볼 수 있었음. **그 중에서 가장 인상적이었던 것은 HIMA 생태계의 확장 속도.** HIMA란 자동차는 여전히 직접 만들지 않으나, 단순히 소프트웨어 공급 업체가 아니라 하드웨어 설계와 자동차 디자인, 최종 판매 채널 관리까지 Huawei가 주도하는 협력 모델. AITO, Maextro 등 기존 파트너 외 Yijing (동평자동차), Aistaland (광저우자동차) 등의 신규 HIMA 브랜드 런칭을 금번 행사에서 발표.

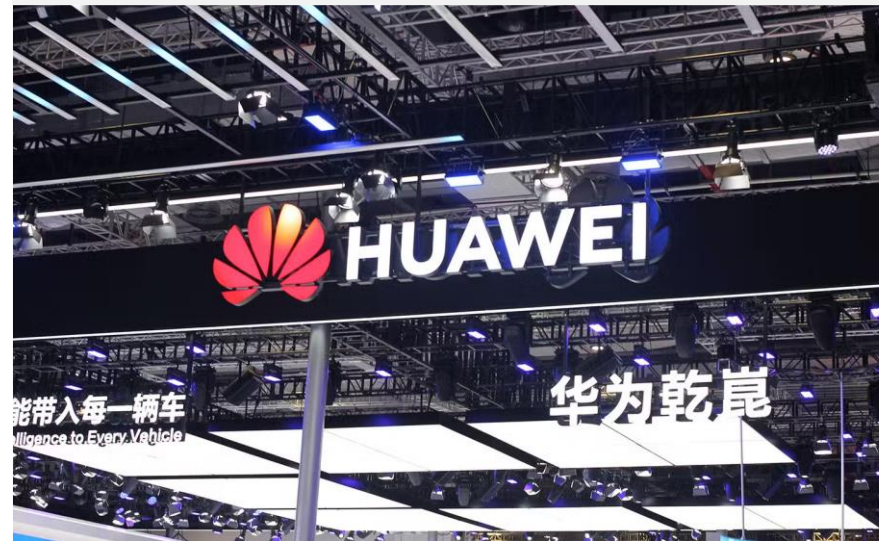
<그림> Huawei가 제공중인 차량용 플랫폼

구분	HI	HI Plus	HIMA
협력 업체	아우디, 닛산, 도요타	동평자동차, 광저우자동차	AITO, Luxeed, Maextro
주요 내용	Huawei 찬쿤 등의 ADS 관련 기술만 공급받는 구조	차량 기술 개발 과정은 Huawei가 주도하되, 최종 판매 과정은 OEM 역할	차량 기획, 디자인, 판매채널 등의 관리까지 Huawei가 주도

Huawei의 자동차 산업 진출 전략은 세 가지로 구성됨. (1) HI (Huawei Inside): Huawei의 ADAS 플랫폼인 ADS, 운영체제 Harmony OS, 혹은 이를 총칭하는 차쿤 플랫폼 등 단순히 소프트웨어만 공급하는 전략, (2) HI Plus (Huawei Inside): 소프트웨어 외 자동차 설계 과정에 참여하는 것. 단 판매나 기획은 여전히 OEM의 영역, (3)HIMA(Huawei Intelligent Mobility Alliance): 기술 개발부터 차량 기획, 판매 등의 과정을 Huawei가 주도

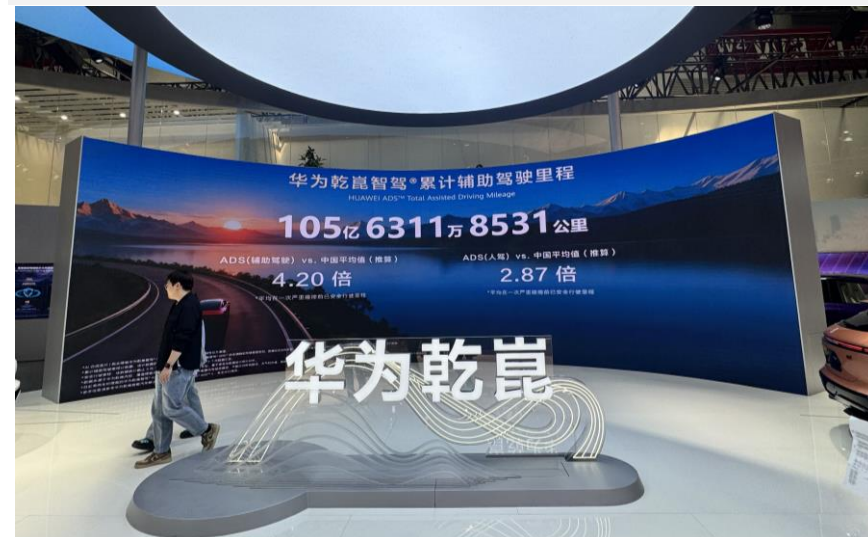
자료: Huawei, iM증권 리서치본부

<그림> 단독 부스로 행사에 참여한 Huawei



자료: Huawei, iM증권 리서치본부

<그림> Huawei가 협력사로부터 수집 중인 주행데이터



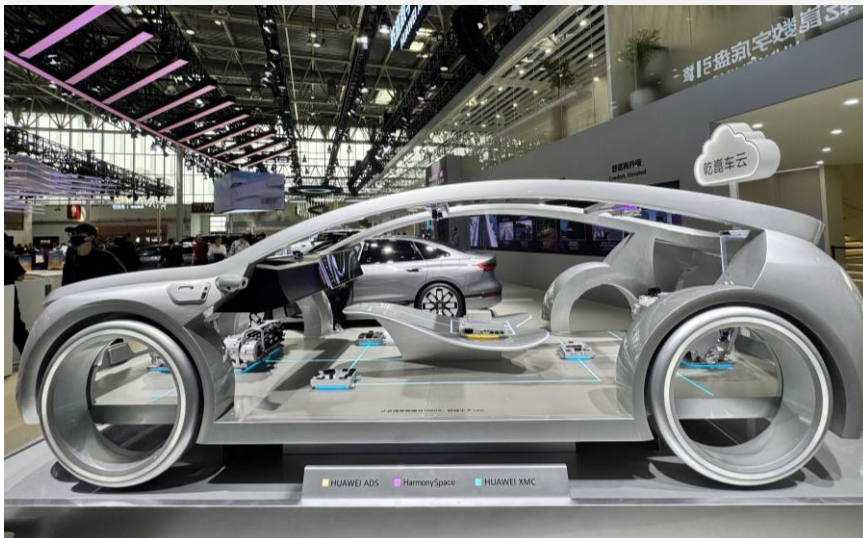
자료: Huawei, iM증권 리서치본부

자율주행의 대중화

(4) 화웨이와 샤오미가 자동차 산업에 침투

- 이와 같이 Huawei의 영역 확대가 가능한 이유는 샤시 부문 기술까지 섭렵하고 있기 때문. Huawei는 XMC (eXtreme Motion Control)라는 샤시 플랫폼을 자체 개발.
- 이를 통해 Huawei는 스마트카에 필요한 모든 요소 기술을 내재화한 것 (1) 첸쿤 ADS (ADAS~자율주행 소프트웨어), (2) Harmony OS (인포테인먼트 등 콕핏 제어), (3) XMC (샤시 등 하드웨어 제어).
- 다만 고객사들이 Huawei에게 지불해야하는 로열티는 일반적으로 차량 대당 가격의 8~10% 수준으로 상당히 부담스러운 상황. 향후 로열티를 얼마나 하락시킬 수 있을지가 곧 확장성을 결정할 것.

<그림> Huawei는 소프트웨어 뿐 아니라 모든 하드웨어까지 설계



자료: Huawei, iM증권 리서치본부

<그림> Huawei의 XMC 플랫폼: 이제 하드웨어 솔루션까지 제공



화웨이는 샤시 전반의 하드웨어 솔루션을 제공하는 XMC 플랫폼을 통해 자동차 시장 내 경쟁 우위를 확보해가는 상황

자료: Huawei, iM증권 리서치본부

자율주행의 대중화

(4) 화웨이와 샤오미가 자동차 산업에 침투

- Xiaomi는 금번 행사에서 SU7, SU7 Ultra, YU7 등 3개의 모델을 강조했고, 컨셉카 비전 그란 투리스모 또한 공개. 샤시, 제조 등 전통적인 자동차 관련 기술에 있어서도 경쟁력을 보여주겠다는 계산. Xiaomi는 2027년 유럽 진출을 목표로 하고 있음을 언급. 이를 위해 독일 뮌헨 소재 R&D 센터 설립을 완료. 이들의 강점은 결국 스마트폰 및 가전과 차량을 연결할 수 있는 소위 생태계 전략. 상대적으로 내재화에 크게 적극적이지 않은 모습도 특징. 자율주행 소프트웨어를 제외한 자율주행 칩 등과 같은 부품은 외부 조달 선택.
- Xiaomi이 선전하는 것은 결국 전통적인 자동차 업체의 생존을 위해서는 자율주행 관련 스마트카 기술은 선택이 아니라 필수라는 점을 의미.

<그림> Xiaomi의 부스 전경: 단순히 조립만 하는 것이 아니라, 관련 기술에 있어 내재화 역량이 있음을 강조



자료: Xiaomi, iM증권 리서치본부

<그림> Xiaomi의 SU7



자료: Xiaomi, iM증권 리서치본부

<그림> Xiaomi의 그란 투리스모



자료: Xiaomi, iM증권 리서치본부



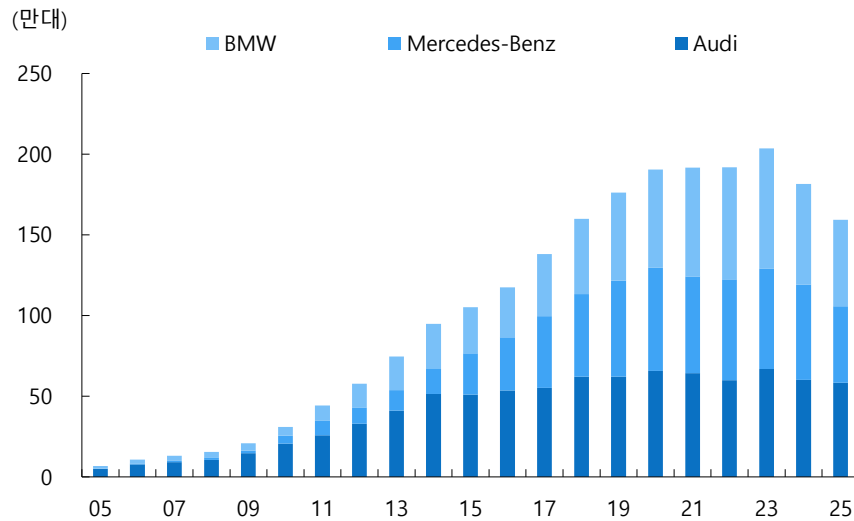
II . 가성비를 넘어 프리미엄 시장을 겨냥

가성비를 넘어 프리미엄 시장을 겨냥

전통 업체와 신형 업체 모두 프리미엄 시장 중요성을 강조

- 금번 행사에서 프리미엄 브랜드들의 존재감 또한 높다는 점을 찾아볼 수 있었고, 이를 (1) 전통적 중국 프리미엄 브랜드, (2) 프리미엄 브랜드를 지향하고 있는 신생 업체, (3) 화웨이와 협력을 통해 프리미엄 차량 시장 진출을 목표하고 있는 중국 OEM 등으로 구분해 봄.
- 이 중 (1)로 대표되는 홍치의 경우 브랜드 특성과 가격대를 고려할 때 사실상 경쟁 업체 전무해 현재 시장 구성에 직접적인 영향을 주지는 않을 것. 반면 (2)~ (3)의 경우 전통적인 독일 프리미엄 브랜드를 중심으로 한 시장 구성에 직접적 영향 끼칠 것. 이는 결국 독일 프리미엄 브랜드의 현지화라도 연결될 전망이다.

<그림> 주요 해외 프리미엄 브랜드 중국 판매량 추이



자료: Marklines, iM증권 리서치본부

<그림> 중국 가격별 브랜드 구성



오토 차이나 2026에서는 주요 업체들을 중심으로 프리미엄 브랜드 진출 의지를 찾아볼 수 있었음. 홍치는 최상위 플래그십 브랜드임을 공고히 함. 반면 홍치 이하 프리미엄 브랜드의 경우 신형 전기차 업체와 전통 완성차 업체의 신규 프리미엄 브랜드 등의 9 시리즈를 통한 경쟁 심화가 관찰될 것으로 전망됨.

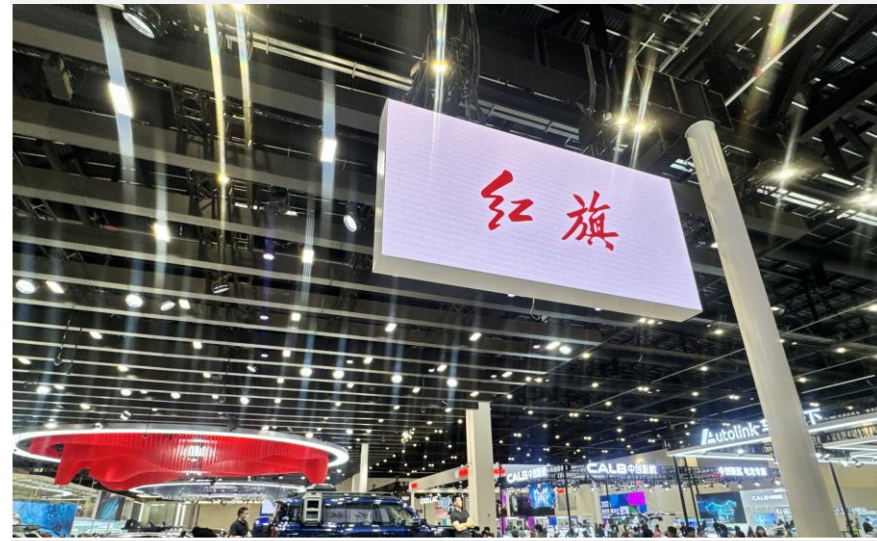
자료: Eco Motor News, iM증권 리서치본부

가성비를 넘어 프리미엄 시장을 겨냥

(1) 전통 프리미엄 브랜드: 홍치

- 홍치는 1950년대 시절 마오쩌중 집권 시기부터 국가의 전차량 브랜드로 출발했으나, 브랜드 특성상 일반 소비자와 접점이 매우 적었음. 2018년 H5 출시를 통해 일반 소비자를 타겟하는 럭셔리 브랜드 포지션을 견함. 현재 홍치는 홍치, 텐궁, 진쿠이화 등 여러 서브 브랜드 보유.
- 이번 행사에는 홍치의 H9 (Huawei ADS 5.0 플랫폼과 Harmony OS를 탑재), 텐궁의 05~07 EV 모델 (텐궁은 홍치 브랜드 산하 가장 대중적인 모델을 개발 및 판매), 진쿠이아의 여러 커스터마이징 차량 모델 (진쿠이아는 고객사 맞춤 차량 개발을 표방하는 럭셔리 브랜드) 등의 내용을 찾아볼 수 있었음.

<그림> 오토 차이나 2026에 참여한 홍치 (로고는 마오쩌둥의 친필에서 시작)



자료: 홍치, iM증권 리서치본부

<그림> 럭셔리 브랜드를 지향하는 홍치



자료: 홍치, iM증권 리서치본부

<그림> 홍치는 텐궁을 통해 럭셔리 이하 프리미엄 차량 수요를 타겟



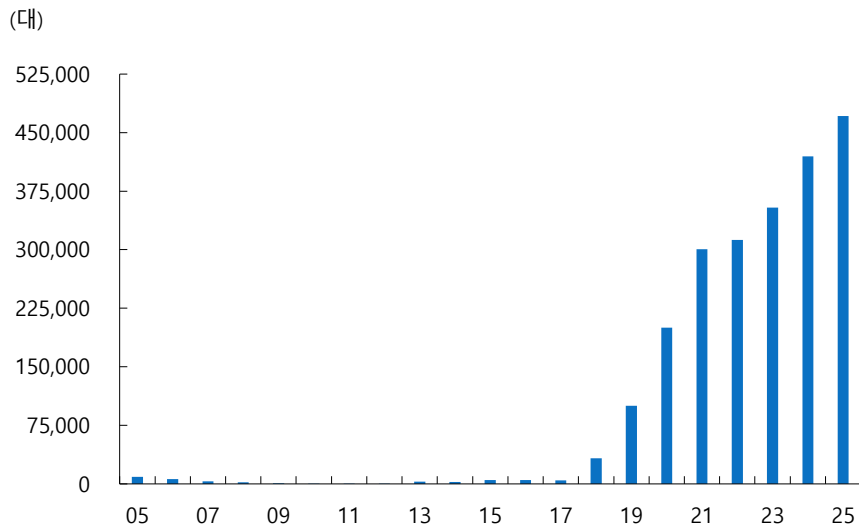
자료: 홍치, iM증권 리서치본부

가성비를 넘어 프리미엄 시장을 겨냥

(1) 전통 프리미엄 브랜드: 홍치

- 홍치는 내수를 넘어 해외 진출을 모색하고 있는 상황. 현재 홍치 판매 국가는 약 43개 수준인데, 28년까지 이를 110개국까지 확대함과 동시에 2030년 해외 판매량 10만대를 목표하고 있는 상황.
- 다만 중국 내에서의 럭셔리 브랜드 포지셔닝으로 해외 진출은 여러 어려움 존재. 결국 PHEV, EV 파워트레인 모델을 통한 유럽 시장 진출이 현실적인 방안. 실제로 홍치는 28년까지 유럽에 15종 이상의 전동화 모델을 투입하겠다고 밝힘. 이를 위해 전략적 협력 관계에 있는 Leapmotor의 최대주주인 스텔란티스를 활용할 가능성 높음 (현재 스텔란티스 유럽 공장 사용을 통한 현지 생산).

<그림> 홍치 차량 판매 대수 추이



자료: Marklines, iM증권 리서치본부

<그림> 홍치는 해외 시장 진출을 모색

Exclusive: China's Hongqi, once favoured by Mao, eyes Stellantis Spain plant for European expansion

By Qiaoyi Li, Nick Carey and Gilles Guillaume

April 28, 2026 2:02 PM GMT+9 - Updated April 28, 2026



홍치는 2028년까지 유럽 내 전동화 모델 15종을 출시하겠다는 계획을 밝히며 사실상 유럽 진출을 공식화. 단 현재 중국 완성차에게 부과되고 있는 관세는 럭셔리 브랜드에게 치명적. 이를 위해 현지 생산이 필수적인데, 이를 위해 스텔란티스의 스페인 공장을 사용할 가능성이 높다고 점쳐짐

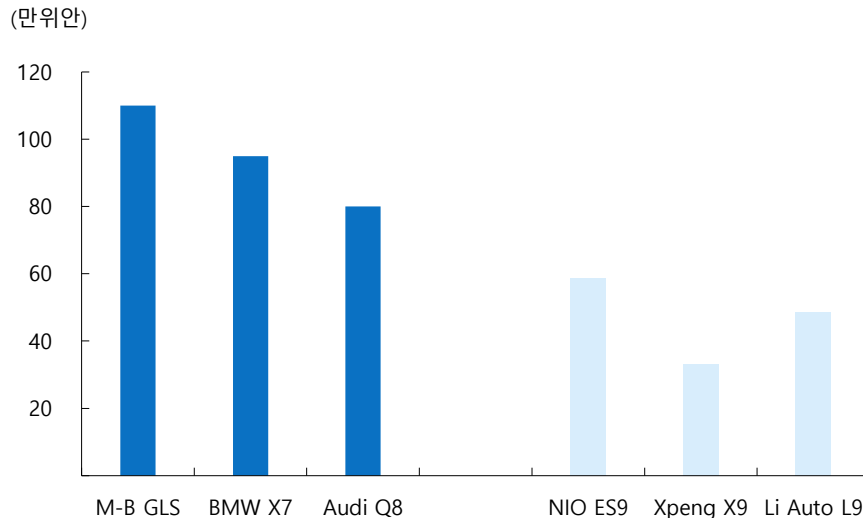
자료: Retuers, iM증권 리서치본부

가성비를 넘어 프리미엄 시장을 겨냥

(2) 신생 업체들은 풀 스택 자율주행을 통한 프리미엄 시장 겨냥

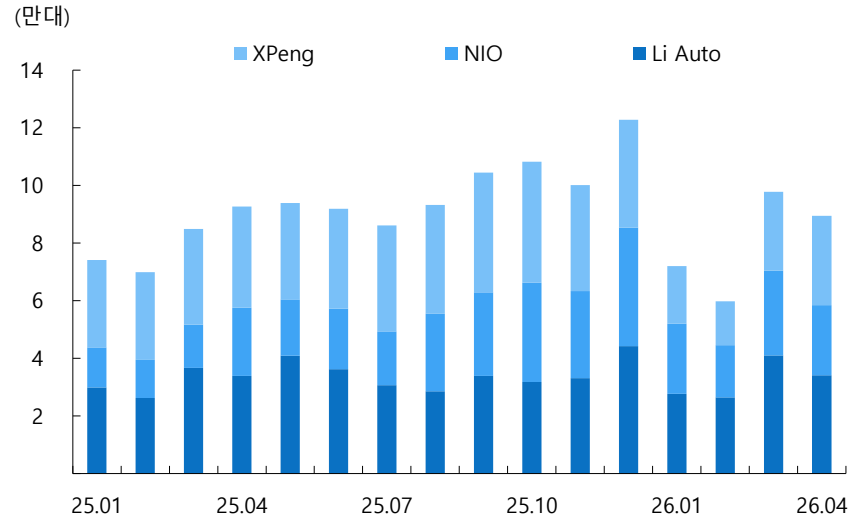
- 중국 시장 내에서 프리미엄 브랜드의 한 축을 맡고 있는 플레이어들은 상대적으로 신생 업체로 구분되는 중국 전기차 3형제. 이들은 금번 행사에서 9시리즈 급의 플래그십 모델을 강조했고, 이들의 가격대는 적게는 30만 위안에서 많게는 80만위안에 육박.
- 업체들이 프리미엄 모델에 집중하는 이유는 자율주행에서의 경쟁 우위를 물론 이들 또한 서브 브랜드와 자체 엔트리 모델을 개발 및 출시하고 있음. 그럼에도 중국 전기차 3형제의 경쟁 우위는 ADAS를 확실히 능가하는 우수한 자율주행 성능이고, 이를 위한 고성능 컴퓨팅 플랫폼과 배터리 시스템을 갖추기 위해서는 앞으로도 플래그십 모델 판매가 뒷받침이 되어야 하는 구조. **다시 말해 신생 EV 지키기 위한 선택이라는 것.**

<그림> 주요 프리미엄 브랜드 차량 가격 비교 (각 차급 중간 트림)



자료: Marklines, iM증권 리서치본부

<그림> 중국 전기차 3형제 중국 내수 판매량 추이



자료: Marklines, iM증권 리서치본부

<그림> 자율주행차량을 개발함에 있어 주요 원가 및 비용별 요소

자율주행 요소 기술	세부 내용
하드웨어 구매	L3 기준 최소 컴퓨팅 플랫폼, 기타 센서 등의 하드웨어 구매 비용 7,000달러 이상일 것이라는 의견 다수
R&D 상각	자체 VLM 모델 및 SDV 개발에 소요되는 개발비 상각 필요. 경쟁 둔화로 판매량 둔화될시 상각 규모 확대
안전 검증	초기 데이터 수집 및 안전 인증 규정 획득 관련된 수수료도 발생 필연적
소프트웨어 라이선스	SDV, 자율주행 자체 개발에 성공하지 못한 OEM의 경우 별도 라이선스 사용 로열티 지불

기본적인 하드웨어 구매 비용부터 개발비 상각, 라이선스 비용 등을 고려하면 자율주행 전환시 차량 원가는 해당 최소 10,000달러 이상 증가할 것으로 전망됨.

자료: iM증권 리서치본부

가성비를 넘어 프리미엄 시장을 겨냥

(2) 신생 업체들은 풀 스택 자율주행을 통한 프리미엄 시장 겨냥

- BYD가 프리미엄 브랜드 확대에 박차를 가하고 있다는 점도 신생 업체의 프리미엄 시장 진출 의지를 찾아볼 수 있는 방증. 단 전술한 중국 전기차 3형제와 BYD의 중국적인 목표는 사뭇 달라 보임.
- BYD 산하 프리미엄 브랜드는 양왕 (80~200만 위안, 천신지안 A 트림 탑재)과 덴자 (30만~60만 위안, 천신지안 B 트림 탑재) 등으로 이뤄짐. 다만 BYD의 경우 프리미엄 브랜드 판매를 통한 수익성 방어에 초점을 두는 것이 아니라, 고급 자율주행 차량의 양산을 통해 관련 플랫폼에 대한 규모의 경제를 먼저 발생시키고, 이후 이를 BYD 전체 자율주행 플랫폼 원가 하락으로 연결시키고자 함.

<그림> 중국 전기차 3형제와 BYD의 자율주행 개발 전략 비교

	중국 전기차 3형제	BYD
원가 회수 방식	프리미엄 차량 ASP	대량 생산을 통한 원가 하락
프리미엄 브랜드 역할	볼륨 확대를 통한 마진 기여	볼륨 모델 탑재 전 테스트 베드
자율주행 탑재 방향	프리미엄 모델 한정	천신지안 전체 차량 탑재 목표
경쟁 우위	완전한 내재화 목표	저렴한 자율주행 차량

> 高快领航HNOA <
[全国都能开 越开越好开]

현재 BYD의 천신지안 C는 사실상 고급 NOA 수준이나, 향후 이를 자율주행 수준으로 발전 목표

자료: iM증권 리서치본부

<그림> BYD 양왕 U9X



자료: BYD, iM증권 리서치본부

<그림> 덴자의 로드스터 모델 덴자Z



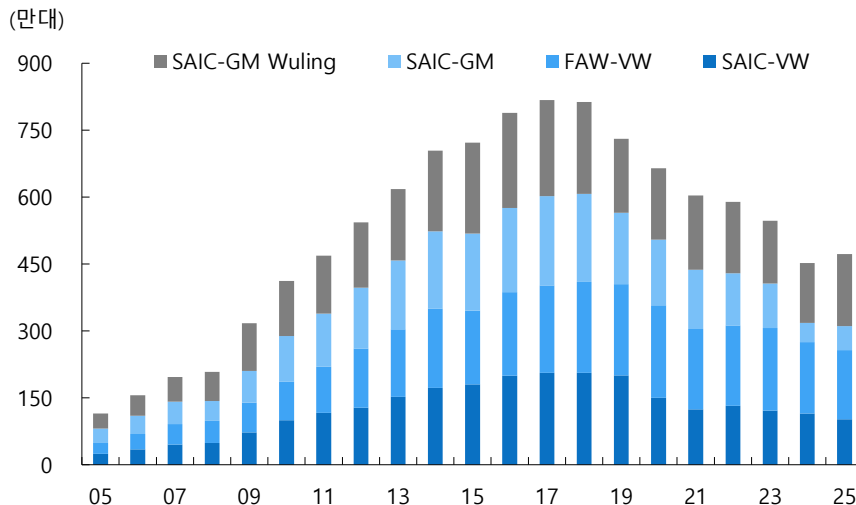
자료: BYD, iM증권 리서치본부

가성비를 넘어 프리미엄 시장을 겨냥

(3) 전통 브랜드도 화웨이를 통한 프리미엄 차량 시장 진출 모색

- 전통 중국 완성차 업체들 또한 프리미엄 브랜드 진출 속도를 높이는 중. 광저우자동차 (GAC), 베이징자동차 (BAIC), 지리자동차 (Geely), 체리자동차 (Chery) 등의 전통 완성차 업체들은 산하 브랜드들과 함께 금번 행사에 참가함.
- 전통 완성차 업체들의 경우 EV 시장 점유율 확보를 위한 출혈 경쟁, 그리고 해외 OEM JV '합영기업 투자수익' (지분법 이익)이 급감하며 수익성이 급감하고 있는 중. 현재 BYD 및 신생 업체가 점하고 있는 저가형 EV 시장의 경우 사실상 진입이 어려움. 설사 저가형 EV 시장 진출의지가 있다고 해도, EV 및 SDV 내재화 수준이 낮은 특성 탓에 수익성이 절대적으로 낮을 것. 이런 상황에서 이들의 유일한 대안은 프리미엄 차량.

<그림> 주요 합작법인들의 차량 판매 대수 추이



자료: Marklines, iM증권 리서치본부

<그림> 전통 레거시 OEM들의 산하 프리미엄 브랜드 현황

모기업	프리미엄 브랜드	개요	차량 가격
광저우자동차			
	Hypotec	럭셔리 스포츠 EV	20~40만원
	Aistland	하이엔드 GT 계열 차량	30~50만원
베이징자동차			
	Arcfox	하이 테크 EV	20~45만원
	Stelato	프리미엄 세단	30~50만원
장성자동차			
	WEY	프리미엄 EV SUV	20~40만원
	Tank	럭셔리 오프로드 차량	25~60만원
지리자동차			
	Zeeker	럭셔리 EV	25~55만원
	Lynk & Co	세미 프리미엄 브랜드	20~40만원
체리자동차			
	Exceed	그룹 주력 프리미엄 브랜드	20~35만원
	Zongheng	럭셔리 오프로드 EV	25~50만원
	Frelander	EV SUV	30~50만원
둥펑자동차			
	Voyah	프리미엄 EV	25~45만원
	Epiland	프리미엄 SUV	30~50만원
상하이자동차			
	Shangjie	프리미엄 스포츠 세단	30~50만원
	IM Motor	하이테크 EV	25~45만원

중국 전통 OEM들의 경우 산하 프리미엄 브랜드와 함께 금번 행사에 참여. 향후 자율주행 상용화를 가정하면 가격 전가 및 수익성 방어가 가능한 프리미엄 브랜드 판매 증가가 필수. 단 이들은 신생 EV 업체 대비 상대적으로 자율주행 관련 경쟁력이 미진해 Huawei와의 협력 관찰.

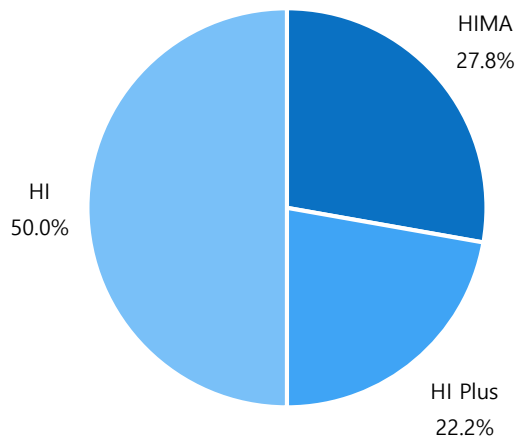
자료: iM증권 리서치본부

가성비를 넘어 프리미엄 시장을 겨냥

(3) 전통 브랜드도 화웨이를 통한 프리미엄 차량 시장 진출 모색

- 프리미엄의 차량의 경우 상대적으로 업력이 짧은 신생 업체 대비 브랜드력에서 경쟁 우위를 가지고, SDV~자율주행 플랫폼 원가를 ASP에 녹여낼 수 있다. 다만 자체 개발 역량이 전무해 파트너 업체가 필요하다.
- Huawei의 자율주행 플랫폼은 HI~HIMA로 고객의 관련 기술 준비 상태에 따라 여러 선택지를 제공한다 (단순히 ADAS, 하드웨어 플랫폼을 제공하는 HI, 차량 개발 과정에 일정 부분 개입하는 HI Plus, 차량 개발부터 최종 판매까지 Huawei가 주도하는 HIMA). 최근 Luxeed (체리자동차), Shangjie(상하이자동차) 등 HIMA 브랜드가 신규 런칭되고 있음. 전통 완성차 업체들에게 있어 Huawei 존재감은 계속해서 높아질 전망이고, 이는 향후 자동차 산업 재편 과정에서도 큰 시사점을 줄 것이다.

<그림> 오토 차이나 2026에 참가한 화웨이 파트너들의 플랫폼별 구분



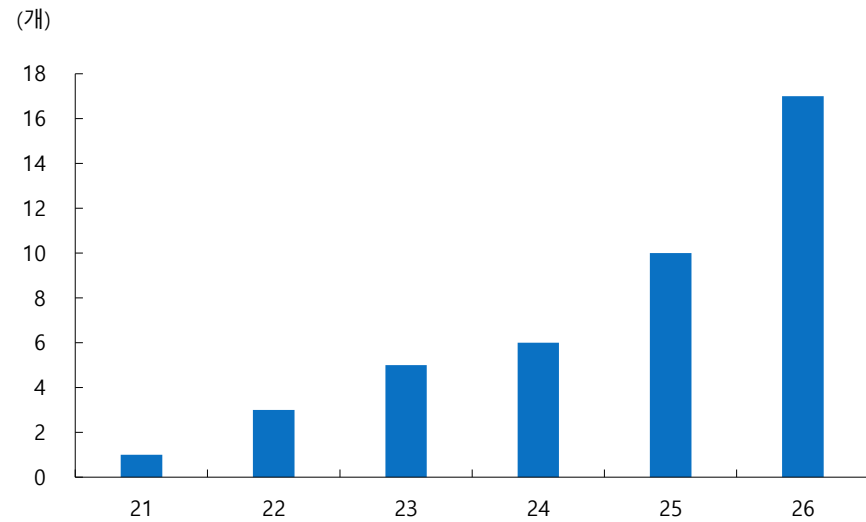
자료: iM증권 리서치본부

<그림> 베이징 도심의 백화점에서 쉽게 찾아볼 수 있는 Huawei 자동차 매장



자료: iM증권 리서치본부

<그림> HIMA 탑재 차량 모델 수 추이 및 계획



자료: iM증권 리서치본부



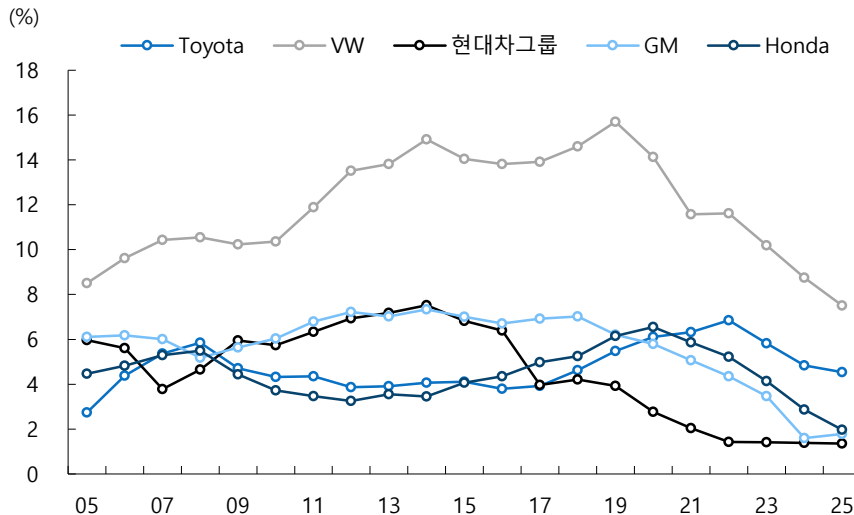
III. 역합작을 통한 현지화 2.0 현상 관찰

역합작을 통한 현지화 2.0 현상 관찰

외부 업체들은 전동화, 스마트카 전환 국면을 대응하지 못함

- 오토 차이나 2026에서 찾아볼 수 있었던 또 하나의 시사점은 글로벌 OEM들의 역합작 현상이 관찰되고 있다는 것. 중국 시장 개방 초기 글로벌 OEM들은 현지 국영 업체와 합작 법인 형태로 진입. 20년대 들어 글로벌 OEM들이 EV, 스마트카 전환에 실패하며 시장 점유율은 하락함. 결국 글로벌 OEM들은 EV 및 스마트카 경쟁을 위해 현지 업체와의 협력을 선택했고, 이는 역합작의 일환으로 판단됨.
- 현재 글로벌 OEM들은 투 트랙 전략 (중국 시장: 현지 EV 및 스마트카 업체 활용, 글로벌 시장: 자체 개발 혹은 서방 업체 협력)을 고수 중. 그러나 자체 개발 역량이 부족한 업체들의 경우 중국 내수 플랫폼을 오히려 글로벌 제품 개발 표준으로서 사용할 가능성이 높음.

<그림> 해외 OEM 중국 시장 점유율 추이



자료: Marklines, iM증권 리서치본부

<그림> 역합작을 통한 현지화 2.0 현상이 관찰되고 있는 중국 자동차 산업

오토 차이나 2026에서의 현지화는 오히려 역합작 성격이 관찰

현지화 단계	주요 내용
현지화 1.0	중국 시장 개방 이후 해외 OEM이 중국 시장 진입을 위해서는 현지 국영기업과 JV 설립이 필수. 당시의 현지화는 중국에 자동차를 판매하기 위해 생산 설비를 현지화하는 수준. 기존 플랫폼을 그대로 활용하되, 차량 전장만 높이면 되었기 때문에 해외 OEM들에겐 큰 비용이 들지도 않았던 것.
현지화 2.0	오토 차이나 2026에서의 해외 OEM 전시 내용을 두고 역합작 (Reverse Joint Venture)라는 단어가 등장. 최근 5년간 중국 자동차 시장의 급격한 EV 전환을 해외 OEM은 대응하지 못했고, 이에 EV, SDV, 자율주행 등의 플랫폼을 중국 로컬 업체와 협력해 시장 공략에 나서는 모습이 관찰됨.

업체 구분	전시 내용
VW	2024년 In China, For China라는 현지화 전략 최초 발표. 금번 행사에서 ID.UNYX 09를 공개했는데, 이는 Xpneg과의 공동 개발 아키텍처를 탑재한 차량. 이외에도 콧팅 등 인포테인먼트 플랫폼의 경우에도 현지 업체 활용
메르세데스-벤츠	벤츠의 경우 '중국 시장에서의 개발 혁신을 글로벌 시장으로 스케일 업 할 것'이라는 방침을 공식화. Benz는 이미 2017년부터 Momenta에 투자를 집행했으며, 신형 GLC L에 이와 같은 중국 소프트웨어 활용을 극대화함
BMW	BMW의 공식 슬로건은 In China, For China, With China. BMW iX3 LWB는 동사가 중국 시장에 가지는 의지를 보여줌. 전장이 기존 X5와 유사한 수준이고, 알리바바의 LLM과 딥시크의 추론 모델로 소프트웨어 구축
도요타	동사는 중국 시장에서의 연구개발 전략은 글로벌 전략과 구분되어야 한다고 명시. 이를 보여주는 것이 bz7. 화웨이 Drive One + 하웨이 Harmony OS + Momenta 알고리즘 등 소프트웨어 개발 전반이 현지 업체에 의존
현대차그룹	현대차는 금번 행사에서 중국 전용 EV 모델 아이오닉V 공개. 아이오닉 V는 CATL의 배터리, Momenta의 ADAS, 바이트댄스AI의 콧팅, 베이징자동차와 개발 협력한 플랫폼을 바탕으로 개발됨. 단 수출 거점으로서 역할을 더 강조

금번 행사에서 해외 OEM들의 현지화는 오히려 역합작 현상이 관찰되고 있음이 관찰됨. 단순히 배터리 공급망 활용 수준을 넘어 스마트카 하드웨어 플랫폼 ~ 소프트웨어 전반적인 측면에서 현지 업체를 적극적으로 활용함. 해외 OEM들은 중국 시장을 제외한 권역의 경우 플랫폼 자체 개발을 지향하고 있으나, 향후 관련 기술 개발이 미진한 업체들의 경우 중국 의존도가 더 높아질 가능성이 존재함.

자료: iM증권 리서치본부

역합작을 통한 현지화 2.0 현상 관찰

(1) 폭스바겐: Xpeng과 협력을 확대

- 폭스바겐은 금번 행사에서 ID. AURA T6, ID. UNYX 08 등의 차량을 전시했고, 여느 업체와 마찬가지로 전시의 핵심은 중국과의 협력 확대.
- ID.UNYX 08은 중국 현지 협력 동향을 잘 보여주는 예시. 해당 모델은 Xpeng과 협력해 개발한 CEA 아키텍처가 적용되고, 컴퓨팅 플랫폼의 경우에도 Xpeng의 튜링칩을 탑재함. 아울러 ID. AURA T6의 경우에도 CEA 아키텍처가 적용되고, ADAS 시스템의 경우 Horizon Robotics와의 합작 ADAS 개발 법인 CARIZO의 플랫폼이 사용됨.
- 산하 브랜드 Audi의 로고 또한 상징과 같던 링이 아닌 알파벳 로고로 중국 시장에 출시되는 등 가장 적극적으로 현지화 2.0을 보여주는 상황.

<그림> 브랜드 로고를 중국 전용 알파벳으로 변경한 Audi



자료: Audi, iM증권 리서치본부

<그림> 폭스바겐 ID. UNYX 08의 세부 제원: 중국 업체와 광범위한 협력

版本	Ultra
EDITION	Ultra
长/宽/高 (mm) Length/Width/Height (mm)	5,000 x 1,954 x 1,488
轴距 (mm) Wheelbase (mm)	3,030
行李容量 (L) Trunk capacity (L)	764-1,845 (二种放倒可扩展容积)
动力电池容量 (kWh) Battery Capacity (kWh)	95.04
动力电池种类 Battery type	磷酸铁锂 LFP
CLTC综合工况续航里程 (km) CLTC range (km)	730
驱动形式 Drive Motor Type	单电机后驱 Single Motor RWD
电动机最大功率 (kW) e-Motor max power (kW)	230
电动机峰值扭矩 (Nm) e-Motor max torque (Nm)	445
DC直流标称最大充电功率 (kW) DC charging power (kW)	315
最高时速 (km/h) Top speed (km/h)	200
辅助驾驶芯片 ADAS Chip	蔚来A芯片 x 2 Nvidia AI Chip x 2
辅助驾驶芯片算力 ADAS Computing Power	1500 TOPS
行车智能辅助驾驶 Vpilot	全域最智能辅助驾驶 (高速NOA&城市NOA) Full-scenario Navigation Assisted Driving (Highway NOA & Urban NOA)

精彩不止所见, 扫码解锁更多惊喜!
优惠政策, 专属权益, 欢迎各位现场工作人员为您解答。
Scan the QR code to unlock more surprises!
For preferential policies and exclusive benefits,
consult on-site staff for details.

Xpeng과 협력 개발한 CEA 아키텍처를 바탕으로 하는 VW의 ID.UNYX 시리즈 차량들의 경우 컴퓨팅 플랫폼 등에 있어서도 적극적 현지화 채택.

자료: VW, iM증권 리서치본부

역합작을 통한 현지화 2.0 현상 관찰

(2) GM: 캐딜락, 뷰익 중심의 프리미엄 브랜딩

- GM은 뷰익과 캐딜락 등의 프리미엄 브랜드를 중심으로 금번 행사에 참여. 캐딜락의 경우 브랜드 최초로 중국 현지 소프트웨어 협력 모델 VISITQ (Momenta L2 + ADAS 솔루션, Hesai 인캐빈 라이다) 및 LYRIQ-V 모델 공개. 아울러 올해부터 F1 그랑프리에 정식 참여하고 있는 캐딜락 포뮬러 1팀의 머신을 전시하며 프리미엄 브랜딩에 집중. 뷰익의 경우 오히려 미국보다 상대적으로 중국 현지에서 프리미엄 브랜드로서의 입지가 높음. 뷰익 GL8 등 1억원 내외의 프리미엄 MPV 시장을 공략하기 위한 차량 전시. 서브 EV 브랜드 조징 또한 전시장 구성.
- GM은 27.06 상하이자동차와의 합작 법인 계약이 만료될 예정. 재협상 전후로 더 적극적인 현지화 개발 및 정책이 관찰될 것으로 판단.

<그림> 2026년 F1 그랑프리에 참가하고 있는 캐딜락의 머신



자료: GM, iM증권 리서치본부

<그림> 뷰익의 컨셉카 일렉트라 제니스



자료: GM, iM증권 리서치본부

<그림> 캐딜락의 LYRIQ-V



자료: GM, iM증권 리서치본부

역합작을 통한 현지화 2.0 현상 관찰

(3) Mercedes Benz: Momenta와 더 가까워지는 중

- 금번 행사에서 관람객들의 관심이 가장 높았던 업체는 Mercedes-Benz (이하 MB). 중국 현지화 모델 GLC L을 공개하며, 롱휠베이스와 프리미엄 차량이라는 중국 수요를 공략하겠다는 의지 표방. 독일이 아닌 중국 현지에서 생산이 이뤄질 것이고, Momenta ADAS 탑재됨.
- GLC L 차량 내부에 탑승해보면, 인포테인먼트 디스플레이의 폭이 조수석에 달해 SDV 전환이 이뤄지고 있음을 확인. 다만 내외장, 스티어링 등의 마감 완성도가 기존 C 클래스 차량 대비 낮았는데, 이는 향후 중국 시장에서 C 클래스급 차량은 E~S 클래스 차량과 다르게 볼륨 모델로서의 브랜드 포지셔닝을 맡을 것이라는 계산이 내포. MB는 27년까지 현지화 모델 20개로 확장할 예정인데, 이 중 7개가 중국 전용 모델임.

<그림> 단일 부스 기준 가장 많은 인파가 몰린 Mercedes Benz 전시장



자료: Mercedes Benz, iM증권 리서치본부

<그림> GLC L 차량 내부에 탑승해보면 스티어링과 전반적인 마감이 기존 차급 대비 아쉬웠는데, 이는 E~S 클래스 차급 차량의 프리미엄 브랜딩을 위한



자료: Mercedes Benz, iM증권 리서치본부

<그림> SDV 전환을 확인할 수 있었던 일체형 인포테인먼트 디스플레이



자료: Mercedes Benz, iM증권 리서치본부

역합작을 통한 현지화 2.0 현상 관찰

(4) Toyota: Bz7을 기점으로 역합작 기조 강화

- 도요타는 금번 행사에서 두 번째 중국 현지 공동 개발 차량 BZ7을 공개. 첫 번째 모델인 BZ3x의 경우 광저우자동차의 플랫폼을 활용한 낮은 의미의 현지화였다면, BZ7의 경우 구동계 (Huawei Drive One)부터 운영체제 (Harmony OS), ADAS (Momenta) 등을 통해 현지화 수준 높임. 도요타는 향후 2년내 5개 이상의 중국 전용 EV모델 출시할 계획.
- 도요타는 전고체 배터리 개발 상용화 시점에 맞춰 2029년 전후로 전동화~ 자율주행 등의 스마트카 전환을 목표로함. 이를 위해 중국 외 글로벌 시장에서의 경우 Waymo와의 개발 협력을 택한 상황이나, 협력 업체의 기술 개발 전망이 그리 밝지 않은 상황.

<그림> Toyota가 Pony.ai와 함께 개발하고 있는 로보택시



자료: Toyota, iM증권 리서치본부

<그림> Toyota의 중국 전략형 모델 bz5



자료: Toyota, iM증권 리서치본부

<그림> 과거 Lexus의 스포츠카 LFA 정신을 계승한다는 EV 컨셉카 전시



자료: Toyota, iM증권 리서치본부

역합작을 통한 현지화 2.0 현상 관찰

(5) 현대차: 중국 전용 모델 아이오닉 V 출시

- 현대차그룹의 경우 기아를 제외한 현대차만이 금번 행사에 참여. 현대차는 중국 전용 EV 아이오닉 V를 공개했고, 다른 업체들과 마찬가지로 중국 현지 업체를 활용한 결과물임을 강조 (차량 플랫폼: 베이징자동차, ADAS: Momenta, 배터리: CATL, 인포테인먼트용 LLM: 바이두).
- 현대차는 금번 행사에서 2030년 중국 판매 50만대를 목표함을 발표. 단 이는 중국-글로벌 판매거점으로서의 수출 물량도 포함된 수치. 현대차를 제외한 레거시 OEM의 경우 수익성과 생존을 위해 중국 시장의 중요성을 강조. 반면 현대차에게 있어 중국 시장은 2029년을 목표로 하고 있는 자율주행 ~SDV 상용화를 준비함에 있어 훌륭한 테스트베드, 그리고, 신형 시장 내에서의 가격 경쟁력을 위한 생산 거점이라는 의의 가짐.

<그림> 오토 차이나 2026에서 공개된 중국 전용 EV 아이오닉 V



자료: 현대차, iM증권 리서치본부

<그림> 현대차 아이오닉 V의 차량 내부



자료: 현대차, iM증권 리서치본부

<그림> 현대차가 금번 행사에서 공개한 Earth 컨셉카



자료: 현대차, iM증권 리서치본부

중국 자동차에 편견을 걷어내야 할 때

자율주행과 리브랜딩을 통해 밖으로 나올 중국 OEM

역합작을 통한 현지화 2.0 현상 관찰

역합작에도 실패하면 Honda의 전철을 밟을 것

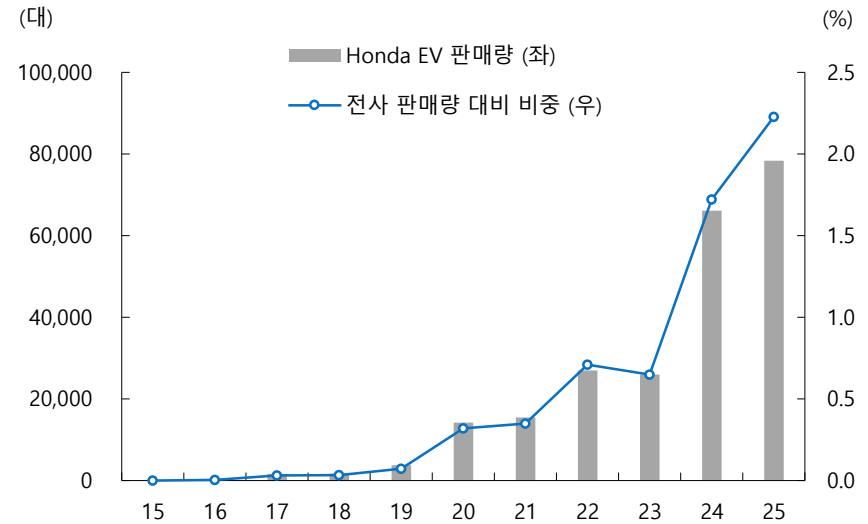
- 이외의 여러 해외 OEM들 또한 금번 행사에 참여했으나, 뚜렷한 현지화 전략을 보여주지 못했고 이는 우리로 하여금 Honda를 떠올리게 함.
- Honda는 03.12 EV 전략 재검토를 발표함과 동시에 0 Series, Acura RX 등의 EV 차종 개발 및 출시 계획을 전면 철회함. 이에 대한 배경으로 IRA 보조금 종료, 트럼프 행정부의 관세 정책, 중국 OEM들과의 가격 경쟁 심화를 꼽음. 이에 전기차 관련 프로젝트를 대거 중단함에 따른 2.5조엔 가량의 손상차손과 더해 FY 26 6,900억원 적자 시현 전망. 오하이오 EV 공장 설비를 ICE, 하이브리드 혼류 생산 체제로 전환해 EV 전환 중단의 여파를 최소화 하고자 하나, 미봉책에 불과하다고 보임. 결

<그림> 2024년 당시 추진된 Nissan, Honda, Mitsubishi 3사간 합병. 당시 EV 전환에 전사 역량을 집중시키지 못했던 영향도 무시할 수 없음



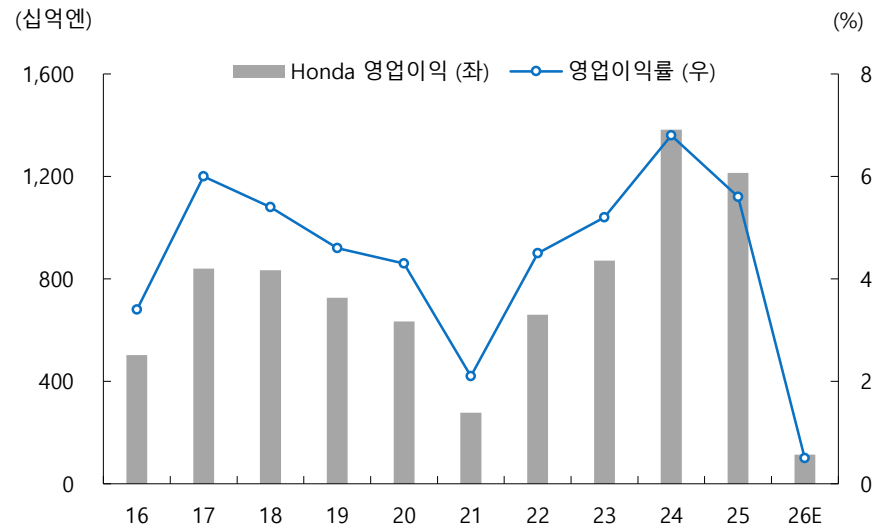
자료: iM증권 리서치본부

<그림> Honda EV 글로벌 판매 대수 및 전사 판매 대수 대비 비중



자료: Marklines, iM증권 리서치본부

<그림> Honda 연간 영업이익 및 영업이익률 추이



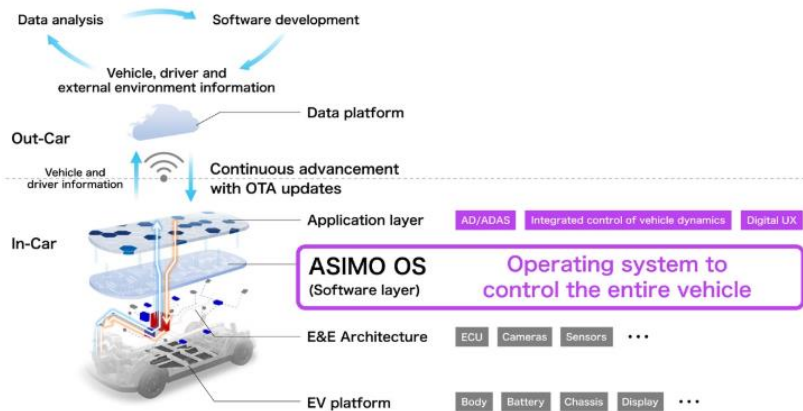
자료: Bloomberg, iM증권 리서치본부

역합작을 통한 현지화 2.0 현상 관찰

역합작에도 실패하면 Honda의 전철을 밟을 것

- 03.26 Honda는 Sony Honda Mobility (SHM)는 AFEELA 1 세대 및 2세대 SUV의 개발 및 출시를 전면 중단한다고 공식 발표.
- AFEELA 프로젝트가 Honda의 볼륨 EV 모델 전략과 가지는 차이는 Sony의 콘텐츠를 제공할 수 있는 인포테인먼트 기능을 구현하도록 SDV 구조를 가지게 한다는 것. 이를 위한 자체 SDV 플랫폼과 ASIMO OS를 개발해옴 (Cruise에 7,500만달러 투자를 통한 간접 개발도 이어옴). 즉 AFEELA 프로젝트의 중단은 단순히 플래그십 모델 개발의 포기만을 의미하는 것이 아니라, 전반적인 레거시 OEM들의 SDV와 자율주행 자체 개발이 얼마나 어려운지를 보여주는 지점.

<그림> AFEELA 프로젝트에 활용될 예정이었던 Honda의 ASIMO OS



자료: Honda, iM증권 리서치본부

<그림> 상: 아필라 프로젝트 중단 공식 코멘트. 하: AFEELA 1세대~ 2세대

SONY

HONDA

March 25, 2026

Sony Group Corporation
Honda Motor Co., Ltd.

Joint statement from Sony Group Corporation and Honda Motor Co., Ltd. regarding the review of Sony Honda Mobility's business direction

Since its establishment in September 2022, Sony Honda Mobility Inc. ("SHM"), the joint venture (JV) formed by Sony Group Corporation ("Sony") and Honda Motor Co., Ltd. ("Honda") has aimed to develop and sell high value-added mobility products and to provide mobility-related services by combining the technologies, expertise, and development capabilities of Sony and Honda.

However, as a result of Honda's reassessment of its automobile electrification strategy announced on March 12, 2026 factoring the changes to the EV market, the underlying assumptions of SHM's business operations such as the utilization of certain technologies and assets planned to be provided by Honda were fundamentally altered, resulting in the announcement by SHM today to discontinue the development and launch of its first model, AFEELA1, and its second model. At the same time, Sony, Honda and SHM have determined to review of SHM's business direction.

Sony, Honda and SHM will continue to discuss and evaluate the future of SHM, taking into account the initial purpose of the JV establishment as well as the latest EV market environment, and intend to jointly announce SHM's future direction, mid to long-term positioning as well as contributions to the future of mobility at the earliest possible opportunity.



자료: Honda, iM증권 리서치본부



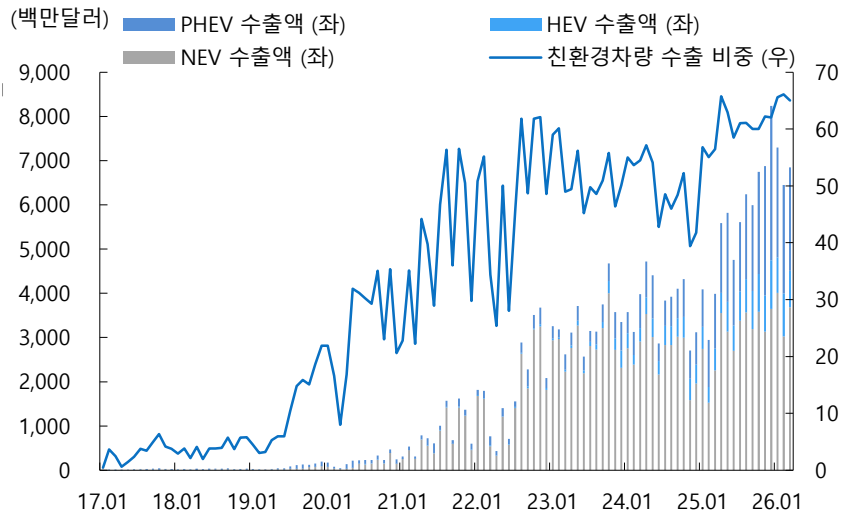
IV. 결국 글로벌 시장으로 나올 중국 OEM

결국 글로벌 시장으로 나올 중국 OEM

포화 상태의 내수 시장 이외 해답은 수출과 해외 진출

- 중국 자동차 업체들의 해외 진출은 지방 및 중앙 정부의 지원 정책 종료, 내수 시장 경쟁 심화 등에 따라 앞으로 더욱 확대될 전망이다.
- 중국 중앙 정부는 제 15차 5개년 계획 내 전략 산업에 있어 신에너지차, 즉 친환경차량을 제외시킴. 2011년 이후 줄곧 전략 산업에 포함되어 왔으나, 사실상 포화 상태의 국내 친환경 차량 산업 구조를 산업 성숙의 시그널로 판단한 것. 차후 일정 수준 이상의 구조조정 또한 불가피 할 것으로 보임.
- 결국 구조조정 속에서 생존하기 위해서는 개별 업체들은 경쟁력을 입증해야 하는 것이고, 이를 위한 유일한 방법은 수출과 해외 진출 뿐

<그림> 중국 파워트레인별 친환경차량 수출액 및 비중



자료: KITA, iM증권 리서치본부

<그림> 중국 정부는 이미 친환경차량을 성숙 산업으로 규정하고 보조금을 포함한 지원 정책 종료를 시사: 포화 상태의 내수가 아닌 수출만이 생존의 길

지원 산업	12차 계획 (2011~2015)	13,14차계획 (2016~2025)	15차 계획 (2026~2030)
AI, 반도체, 소프트웨어	포함	포함	포함
신재생에너지	포함	포함	포함
신소재	포함	포함	포함
항공우주, 로봇	포함	포함	포함
바이오	포함	포함	포함
에너지 인프라	포함	포함	포함
eVTOL, 드론	포함	포함	포함
양자, 6G	미포함	미포함	포함
신에너지차	포함	포함	미포함

China excludes EVs in latest five-year plan as industry grapples with oversupply

By Reuters

October 28, 2025 9:23 PM GMT+9 · Updated October 28, 2025



NEV를 포함하는 신에너지차량의 경우 중국 제 15차 5개년 계획 지원 산업에서 제외. 이는 중국 당국이 전반적인 자국 친환경차량 산업이 성숙기에 접어들었다고 판단하고 있음을 의미. 경쟁 포화 수준의 내수 시장의 해결책은 결국 수출만이 유일한 상황임.

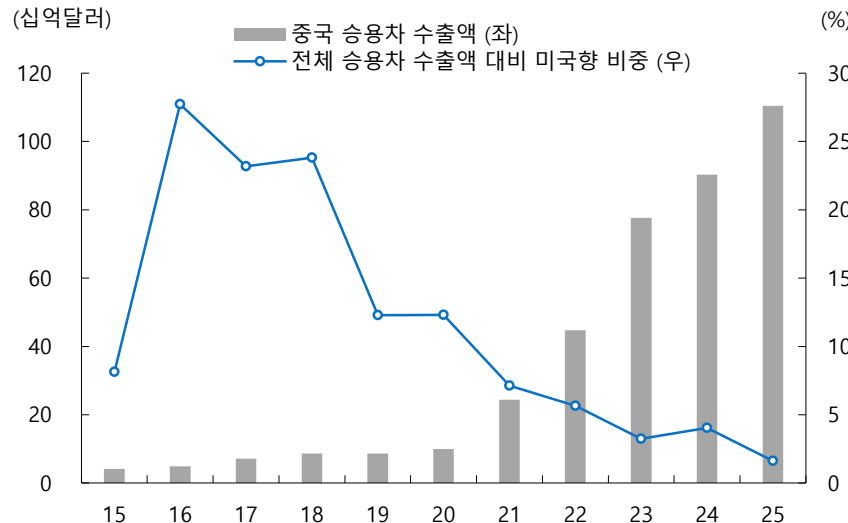
자료: iM증권 리서치본부

결국 글로벌 시장으로 나올 중국 OEM

미국 시장 진출 가능성은 여전히 낮음

- 단 미국 시장으로의 진출 가능성은 높지 않을 것으로 보임. 미국이 중국 자동차 업체들의 자국 침투를 막고자 시행 중인 정책은 다음과 같음 (무역법 301조 기반 전기차 및 핵심 부품 관세, IRA FEOC 규정, 무역법 232조 근거 상호 관세).
- 상호 관세의 경우 25.11.02 부로 1년간 잠정 중단되었으나, 미국은 이란 사태 직후 변화될 중국의 지정학적 입지가 부담스러울 수 밖에 없고, 이에 상호 관세 재부과 혹은 새로운 강경책을 들고 나올 수 있음. 사실상 미국 내로의 중국 자동차 수출은 길이 막힌 상황이고, 향후 새로운 강경책의 일환으로 우회 수출과 중국 자본의 미국 자동차 산업 투자 또한 원천 차단시킬 가능성이 높다고 판단됨.

<그림> 중국 승용차 수출액 및 대미 수출액 비중



자료: KITA, iM증권 리서치본부

<그림> 바이든 행정부 이후 주요 중국 자동차 산업 규제 현황 및 전망

규제 정책 근거	세율 (%)	주요 내용
바이든 행정부 시절 중국 규제 정책 계승		
무역법 301조 (전기차)	100	24.08부로 중국산 BEV에 대한 관세 100%로 인상. HEV~ICE는 규정 적용되지 않으나, 사실상 BEV 기술을 선도하는 중국 전체 자동차 산업 규제를 목표
무역법 301조 (부품)	25	배터리 셀 및 부품에 25% 관세 부과
IRA (FEOC 규정)	-	중국 배터리, 소재를 포함하고 있는 차량의 경우 구매 보조금을 지급할 당시에 해당 사항 없음. 구매 보조금 종료 후에도 해외우려기관 배제 조항은 유지
트럼프 2기 행정부의 중국 규제 정책		
무역법 232조 (완성차)	25	25.04부로 모든 수입 완성차에 25% 관세 부과. 주요 국가 별로 12.5%~15% 수준으로 관세 인하되었으나, 여전히 관세 상황 리스크 남아있는 상황
무역법 232조 (부품)	25	25.04부로 모든 수입 완성차에 25% 관세 부과. 주요 국가 별로 12.5%~15% 수준으로 관세 인하되었으나, 여전히 관세 상황 리스크 남아있는 상황
커넥티드카 규제	-	중국산 통신 소프트웨어, 하드웨어가 탑재된 커넥티드 카에 한해 미국 내 수입 전면 금지. 멕시코 및 캐나다 생산 차량에도 예외 규정 두지 않음
대중국 상호관세	30	미국 정부는 특히 무역법 232조에 근거한 상호관세를 중국 전기차에 100%를 상회하는 관세 부과했으나, 25.06부로 상호 관세 정책 잠정 중단된 상황
이란 사태 종식 후 관찰될 중국 규제 정책		
USMCA 재협상	-	RVC 75%에서 상향 및 중국산 부품 및 소프트웨어 탑재를 명시적으로 금지하는 조항 추가 가능성
중국 자동차 합작 투자 금지	-	중국 완성차의 판매는 물론 합작 투자 가능성을 차단하는 법안 발의. 생산 설비 확보 움직임을 견제하고자 하는 것.

현재 트럼프 행정부는 바이든 행정부의 중국 자동차 산업 규제 정책을 대부분 계승하고 있는 중. 현재 상호 관세에 한해 잠시 소강 상태에 들어섰으나, 이란 사태 종식 후 더 공격적인 중국 자동차 산업 규제 정책이 관찰될 가능성 높음

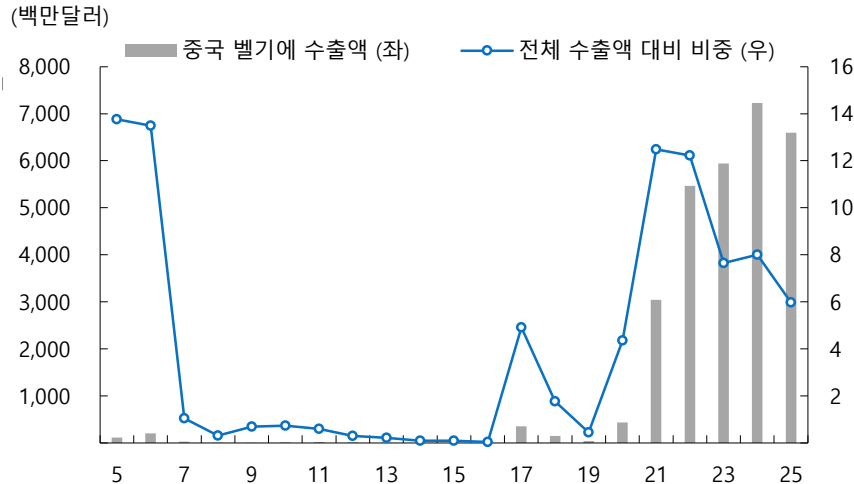
자료: iM증권 리서치본부

결국 글로벌 시장으로 나올 중국 OEM

상계 관세 폐지 이후 본격화될 중국 OEM의 유럽 침투

- 반면 유럽의 경우 중국 자동차 업체들의 진출 가능성이 상대적으로 높음. EU는 2024년 6월부터 중국산 차량에 기본 관세 10%에 더해 전기차의 경우 8%~36% 수준의 상계관세를 부과하고 있는 상황 (수출국에서 지급받은 보조금에 준한 추가 관세, 따라서 각 업체별로 상이함). 그러나 올해 접어들며 EU는 관세가 아닌 가격 약정 등의 형태로 중국과의 관계 회복을 모색 (가격 약정 제도: 중국 전기차 업체들의 차량 가격을 일정 이하로 인하치 못하게 하는 것).
- 이는 BYD를 중심으로 관찰되고 있는 유럽 현지 생산 기조와 맞물려 중국 OEM들의 시장 침투가 가속화로 연결될 것으로 전망 (BYD는 현재 헝가리 공장에 더해 스텔란티스의 유럽 유향 공장 활용을 모색)

<그림> 중국 벨기에 승용차 수출액 추이: 신흥국 중심의 수출 증가세가 워낙 큰 영향도 있겠지만, 상계 관세 등 여러 규제 정책으로 유럽향 수출 성장 둔화



자료: Marklines, iM증권 리서치본부

<그림> 여기는 업체들 수출 어떻게 가져가고 있는 정책 작성하기

현재 관세 종류	BEV	PHV	HEV	ICE
기본 관세 (%)	10	10	10	10
상계 관세 (%)	7.8~35.3	-	-	-
관세 총합 (%)	17.8~45.3	10	10	10

현재 관세 종류	주요 내용
기본 관세	EU가 모든 수입 승용차에 부과하는 기본 세율. 파워트레인 종류 불문 적용. 이에 더해 BEV 파워트레인에 한정해 추가 관세의 일종인 상계 관세가 추가되는 구조임.
상계 관세	기본 관세 10%에 더해 각 OEM이 중국 지방, 중앙정부 등으로부터 수취하는 보조금의 준하는 수준으로 추가 관세를 부과하는 정책. 압도적인 가격 경쟁력을 중국 OEM과의 경쟁에서 자국 OEM을 보호하기 위한 목적을 내포. BYD 17%, 지리자동차 18.8%, 상하이자동차 35.3%. 상하이 생산 테슬라 7.8% 등이 상계관세로 부과 중.

논의 중인 방안	주요 내용
가격 약정 제도	중국 업체가 자국 보조금을 감안해 최저 수출가를 먼저 EU에 제출하는 내용. 상계 관세와 큰 구조는 차이가 없으나 구조적으로 중국 업체의 시장 침투를 원천 차단할 의지가 크지 않고 상생을 모색한다는 의의를 가짐
상계 관세 폐지	이런 사태 이후 촉발된 미국과 유럽간의 군사, 정치, 경제 유대 관계가 악화되고, 오히려 유럽과 중국 간의 전략적 파트너십이 깊어지는 양상. 26.07 예정된 중국과의 정상회담에서 상계 관세 폐지에 대한 구체적인 가이드라인 공개 전망. 중국의 희토류 공급망 장악력은 여전하기 때문에 폐지 확률 매우 높음

이런 사태 후 유럽과 중국과의 정치, 군사 부문의 협력 관계가 가까워질 가능성 높아짐
 중국이 보유하고 있는 희토류 공급망 장악력이 카드는 여전히 유효하기 때문에, 올해 하반기 중국을 겨냥했던 상계관세 폐지 및 중국 OEM의 유럽 침투는 빨라질 가능성 높음

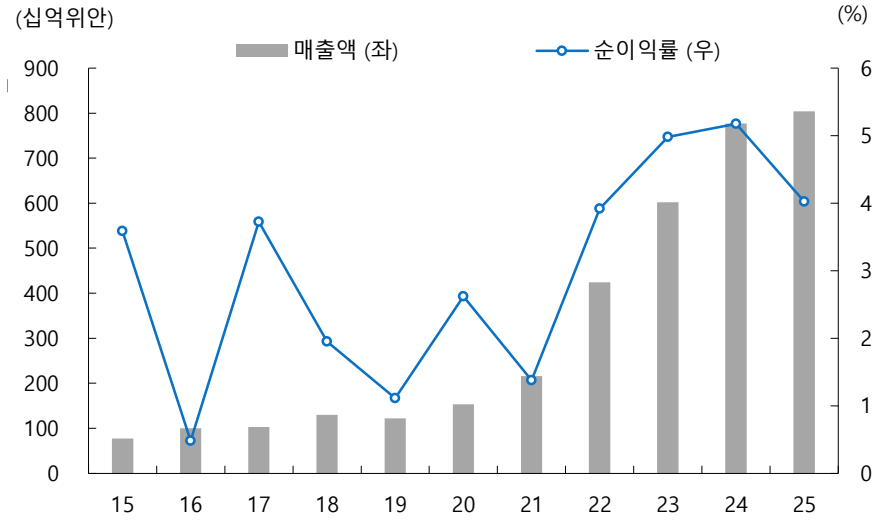
자료: SIAM, iM증권 리서치본부

결국 글로벌 시장으로 나올 중국 OEM

(1) BYD: 보조금 축소를 해외 시장 진출과 리브랜딩으로 돌파

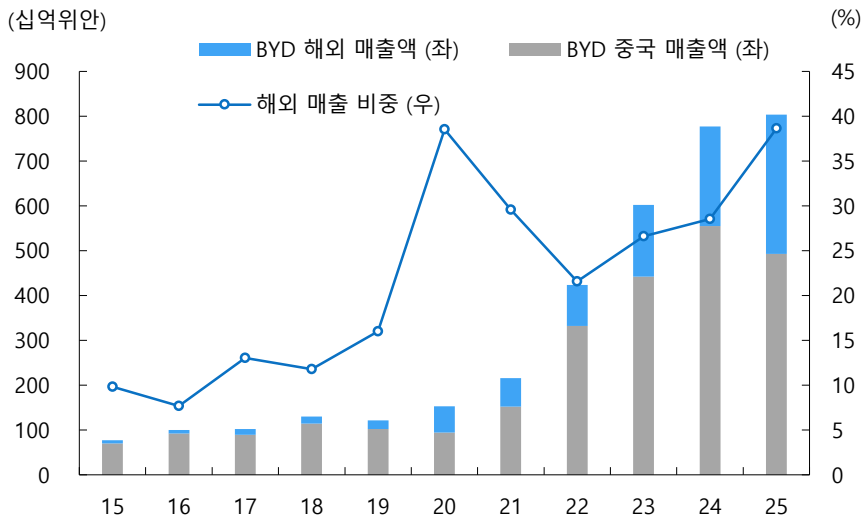
- BYD는 25년 친환경차량 460.2만대, BEV 225.6만대를 판매하며 Tesla 연간 판매량 163만대를 추월. 그럼에도 BYD의 고민은 깊어지는 중인데, 공격적인 프로모션 및 가격 정책으로 이뤄온 성장은 매출성장성 둔화 및 수익성 악화로 연결되는 중이기 때문. 아울러 전략 산업에 친환경차량이 제외됨에 따른 여러 생산 관련 보조금 또한 축소가 불가피.
- 이에 BYD는 신흥국 이외 글로벌 권역으로 판매 확대를 모색. 2025년 기준 BYD 해외 매출액 비중은 40% 수준에 근접. 단 해당 데이터는 상당 부분 신흥 시장 기여도가 클 것이기 때문에, 향후 믹스, 수익성 개선을 위한 선진시장 점유율 확대와 프리미엄 리브랜딩이 필요한 상황.

<그림> BYD 매출액 및 순이익률 추이



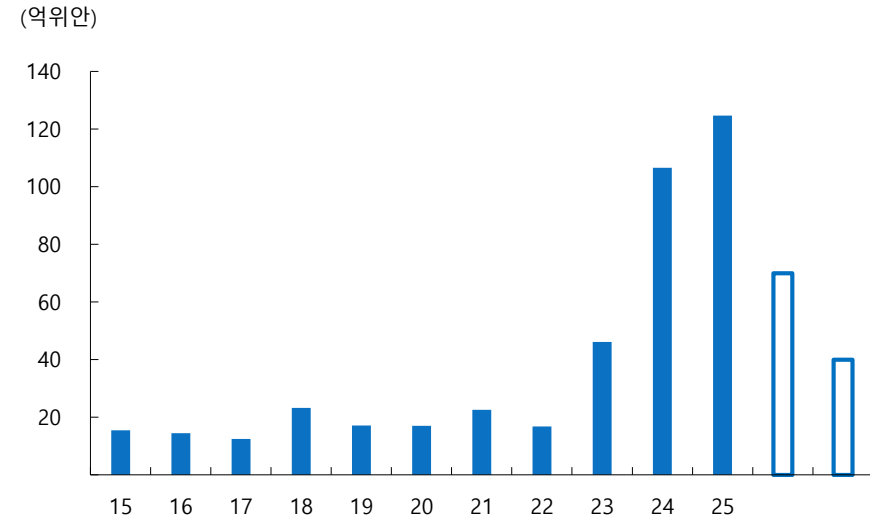
자료: Bloomberg, iM증권 리서치본부

<그림> BYD 해외, 내수 매출액 및 해외 매출 비중



자료: Bloomberg, iM증권 리서치본부

<그림> BYD 수령 보조금 추이: 전략 산업 제외에 따른 점진적 축소 예상



자료: SIAM, iM증권 리서치본부

결국 글로벌 시장으로 나올 중국 OEM

(1) BYD: F1 브랜드 인수를 통해 선진 시장 침투 모색

- 최근 BYD가 F1 시장 진출을 검토하고 있다는 언론 보도가 관찰. 해당 보도에 등장한 F1 팀 알핀은 이를 부인했으나, 중국 자본의 F1 진출은 사실상 막을 수 없고, BYD는 리브랜딩을 위해 이를 계속 추진할 것.
- BYD는 25.04부로 한국 시장에서 본격적으로 차량 판매를 시작. 26.04 BYD 한국 판매량은 2,023대를 기록하며 빠른 성장 보여주는 중. 쉐, 돌핀 등 중 소형 EV를 중심의 차량 라인업, 16개 수준의 서비스 센터 인프라 등을 통해 한국 시장에 안정적으로 정착. 서유럽의 경우도 높은 성장세 지속되는 중. BYD 서유럽 판매량은 4.2만대를 기록하며 전년 동기 대비 154.8% 성장. 전술한 유럽 현지 생산 설비 확대 및 상계 관세 폐지, 유럽 전기차 구매 보조금 부활 등에 따른 수혜 또한 가능할 전망.

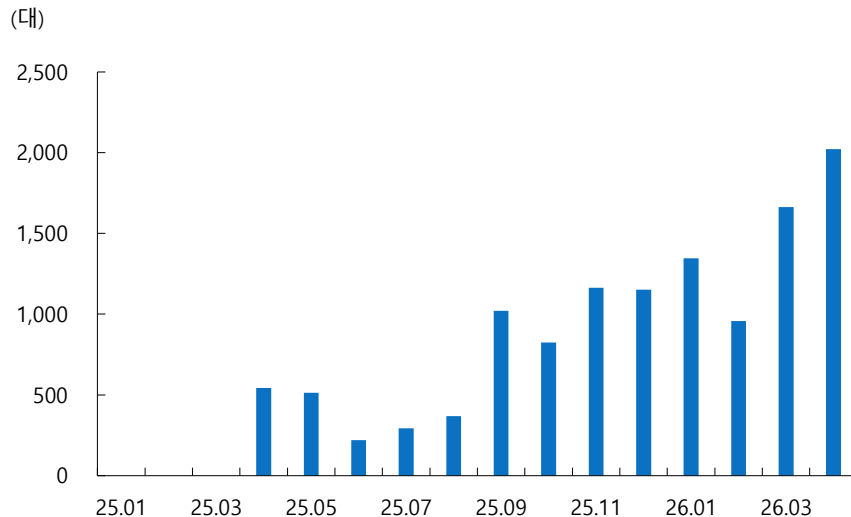
<그림> F1 참가를 검토하고 있는 BYD: 프리미엄 브랜딩과 함께 해외 권역 내의 시장 점유율 확대를 모색하고 있는 상황

China's BYD Explores F1 Entry in First Auto Racing Push



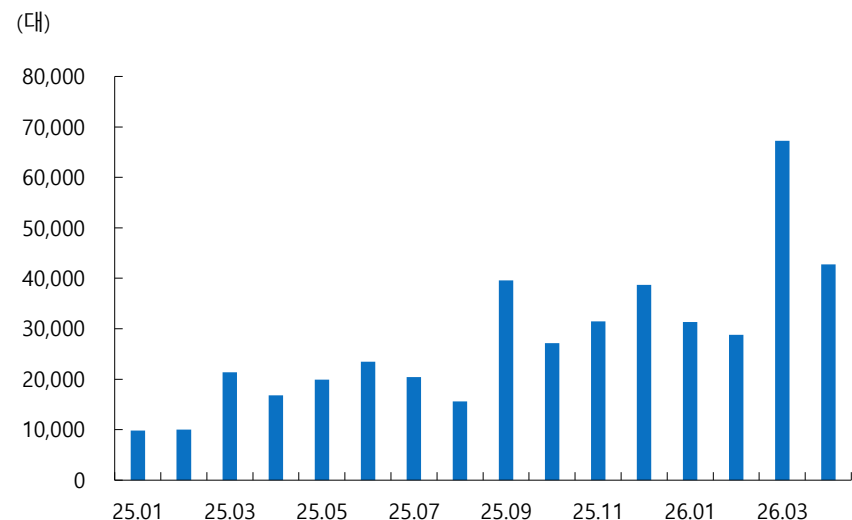
자료: Bloomberg, iM증권 리서치본부

<그림> BYD 한국 판매 대수 추이



자료: Marklines, iM증권 리서치본부

<그림> BYD 서유럽 판매 대수 추이



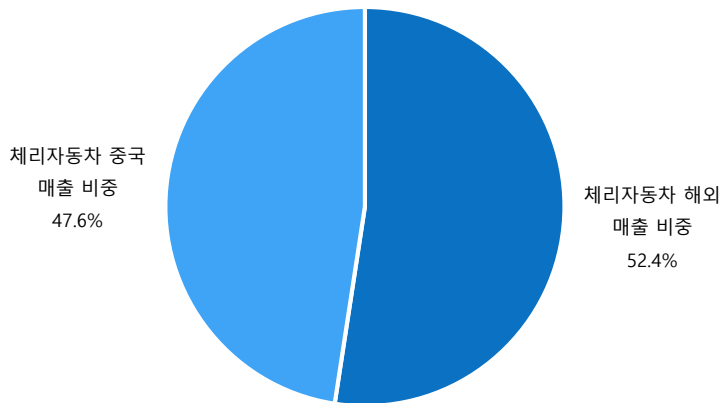
자료: Marklines, iM증권 리서치본부

결국 글로벌 시장으로 나올 중국 OEM

(2) 체리자동차: 일찌감치 해외 시장 진출을 모색

- 체리자동차는 2000년대 초 글로벌 OEM과의 합작사 설립 흐름에 참여하지 못했고, 이에 러시아 및 신흥 시장 진출을 일찌감치 모색함. 25년 기준 체리자동차의 해외 수출 대수는 134.4만대로 중국 업체 중 1위를 차지함과 동시에, 전사 매출액 중 52.4%가 해외 시장에서 발생함.
- 단 체리자동차는 신흥 시장에 진출하기 위해 수입 관세가 낮은 CKD 조립 공장을 중심으로 생산 거점을 확보해옴. 이에 높은 해외 매출 비중과 달리 생산 인프라가 미진함. 체리자동차는 닛산의 과거 바르셀로나 공장에 합작 법인형태로 투자 및 재가동하며 유럽 현지 생산 인프라를 확보했고, 향후 CKD가 아닌 완전 조립 및 생산 공장으로 활용할 예정.

<그림> 2025년 기준 체리자동차 내수, 해외 매출 비중



자료: Bloomberg, iM증권 리서치본부

<그림> 체리자동차 생산 설비 및 산하 브랜드 현황

지역	주요 내용
중국 공장	
인후이	총 90만대 CAPA 보유 중이며 그룹 볼류 모델 생산
랴오닝	수출 차종 생산 거점
허난	수출 차종 생산 거점
산둥	그룹 볼류 모델 생산
장쑤	재규어, 랜드로버 중국 내수용 모델 생산
해외 공장	
브라질	완성차 생산 공장
이집트	CKD 조립 공장
인도네시아	CKD 조립 공장
러시아	CKD 조립 공장
스페인	기존 닛산 바르셀로나 공장 인수를 통한 현지 생산 거점 확보

체리자동차는 브라질을 제외하면 모든 해외 공장이 CKD 조립 공정만 수행 가능했으나, 스페인 구 닛산 바르셀로나 공장 인수하며 직접 생산 공장을 유럽에 둬.

브랜드	주요 내용
체리자동차	중국 내수 및 수출까지 가능한 그룹 핵심 코어 브랜드
Jetour	중동, 신흥국 시장을 타겟한 아웃도어 SUV 서브 브랜드
Exceed	중동, 신흥국 시장용 준프리미엄 차량 브랜드
Luxeed	내수 프리미엄 시장 수요 타겟하는 화웨이와의 협력 브랜드
iCAR	젊은 세대들의 EV 수요를 대응하는 중저가형 EV 브랜드

체리자동차는 그룹 산하 EV, 프리미엄 브랜드를 통한 외연확대 의지 강함.

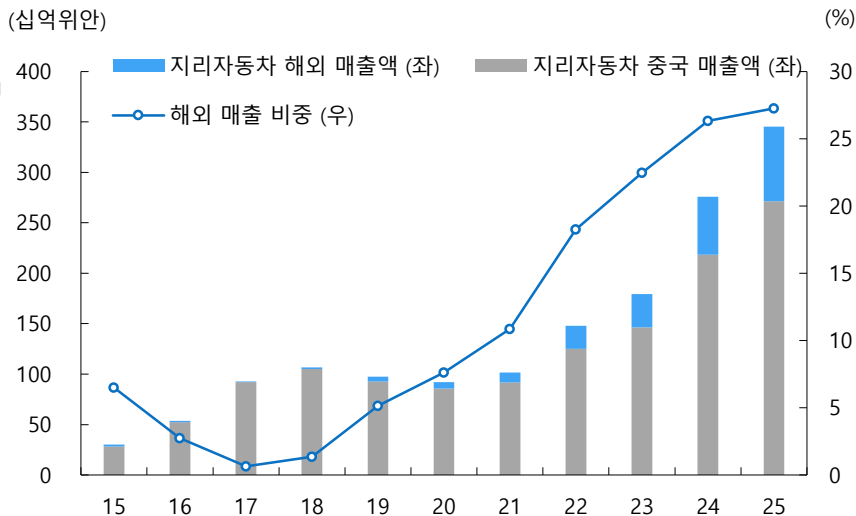
자료: iM증권 리서치본부

결국 글로벌 시장으로 나올 중국 OEM

(3) 지리자동차: 프리미엄 브랜드 지분 확보를 통한 리브랜딩

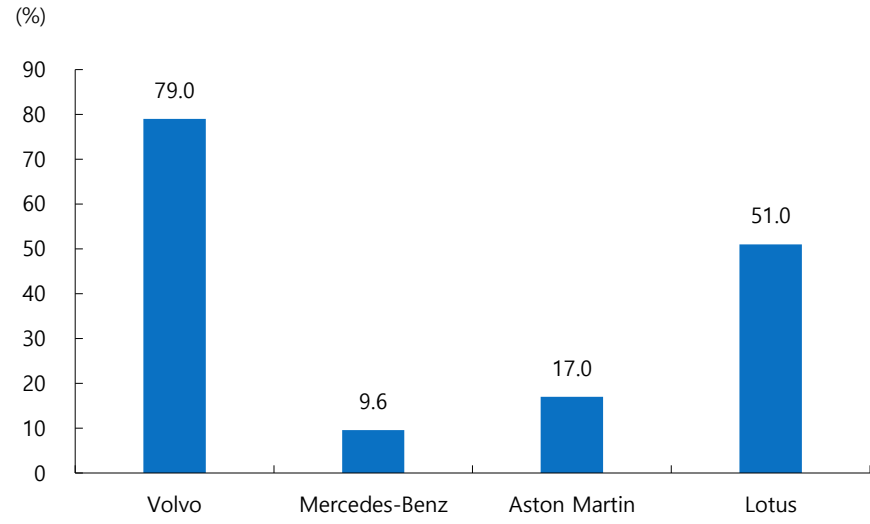
- 지리자동차 또한 해외 시장으로의 진출을 모색하고 있는데, 타 업체와는 다르게 일찌감치 해외 OEM 인수 및 지분 투자라는 방법을 선택. 2010년 볼보 인수를 시작으로, Mercedes Benz 및 Aston Martin에 대한 지분 투자와 Lotus 인수 또한 단행. 이를 통해 단순히 외형 성장을 넘어 프리미엄 브랜드의 차량 관련 기술력을 확보해옴.
- 지리자동차는 결국 이를 통해 자사 프리미엄 브랜드 Zeeker 경쟁력 확대를 모색할 것. Zeeker는 26.05 국내 첫 Zeeker 브랜드 갤러리를 런칭했고, 이를 부산 등 주요 지역으로 확대할 예정임과 동시에 본격적인 판매 또한 이뤄질 것. 전술한 모회사의 노력으로 Zeeker는 중국 프리미엄 브랜드 중에서도 최상위 그룹에 속하는 등 높은 브랜드 파워 보유.

<그림> 지리자동차 내수, 해외 매출액 및 해외 매출 비중 추이



자료: Bloomberg, iM증권 리서치본부

<그림> 주요 업체별 지리지자동차 보유 지분 현황



자료: 지리자동차, iM증권 리서치본부

<그림> 26.05 국내 첫 브랜드 갤러리를 오픈한 Zeeker



자료: 지리자동차, iM증권 리서치본부

결국 글로벌 시장으로 나올 중국 OEM: 주요 시장 M/S에는 변화가 있을 것이나,,

- iM증권이 오토 차이나 2026에서 찾아볼 수 있었던 시사점은 1) 자율주행의 대중화, 2) 프리미엄 브랜딩 확대, 3) 역합작을 통한 현지화, 4) 해외 진출 확대 등임. 특히 중국 OEM들의 해외 시장 진출 확대라는 대목은 현대차그룹의 향후 경쟁 구도에도 일정 부분 영향을 미칠 수 밖에 없을 것.
- 단 현대차그룹을 제외한 거의 모든 레거시 OEM들의 전동화, SDV, 자율주행 등 전반적인 스마트카 전환 속도가 매우 미진함에 따라 중국 OEM들의 외연 확대에 따른 시장 점유율 축소는 레거시 OEM들에 한해 집중적으로 나타날 것.
- 미국의 경우 중국을 배제하는 배타적인 규제 정책이 이어질 가능성이 높고, 인도 또한 중국 OEM들의 현지 생산 설비 관련 허가를 쉬이 내주지 않을 것. 이에 미국과 인도 시장에서의 현대차그룹의 경쟁 우위는 유지될 것. 유럽의 경우 상대적으로 중국 OEM들의 침투 속도가 빠를 것이나, 전술한 내용과 같이 레거시 OEM 대비 현대차그룹의 스마트카 전환 준비 상태는 우수함에 따라, 그 영향을 최소화 할 것.

<그림> 중국 OEM 외연 확대는 글로벌 M/S를 변화시킬 것이나, 레거시 OEM 대비 현대차그룹의 경쟁 우위 부각될 것

이런 전쟁 후 관찰될 세계 질서의 변화	자동차 산업에 대한 영향	영향권에 놓여있는 주요 완성차 업체
미국의 대중국 규제 기초 강화	상호 관세 부활 및 USMCA 조건 상향	폭스바겐, GM, Ford, Toyota, Honda, 현대차그룹
중국을 대체할 인도	인도 산업 수요 증가 지속 및 생산 확대	Suzuki, Toyota, 현대차그룹, Tata, Mahindra
미국, 유럽 간의 유대관계 약화	중국 전기차 업체의 유럽 침투 본격화	폭스바겐, GM, Stellantis, 현대차그룹

주요 OEM들의 각 시장 경쟁력의 향방은 1) 전동화, 2) SDV 및 자율주행 준비 상태에 따라 결정 될 것으로 전망.
그러나 이 중 현대차그룹을 제외한 레거시 OEM들의 관련 준비 상태는 매우 미진함.

GM	전동화: Ultium 플랫폼 기반 차종 확대에 나서고 있으나 수익성 낮음 SDV: 2028년 SDV 플랫폼 적용 목표 중이나, 아키텍처 설계도 초기 단계
Ford	전동화: F-150 생산 중단, 2029년으로 전기차 사업 흑자 전환 연기 SDV: Blue Crusie 플랫폼은 주행 단까지 업데이트 범위 넓히지 못함
폭스바겐	전동화: 차세대 전동화 플랫폼 SSP 도입을 2029년으로 연기한 상황 SDV: Rivian, Xpeng과의 아키텍처 공동 개발을

Toyota	전동화: LFP 배터리 탑재 차세대 보급형 모델 개발 중이나 출시 지연 SDV: Arene OS의 전자종 적용 목표하나 시점에 대해 확정되지 않음
Honda	전동화: 북미 BEV 모델 출시 계획 취소 및 대규모 손상차손 인식 진행 SDV: O Series 출시 취소, AFEELA 프로젝트 중단으로 관련 개발 좌초
Suzuki	전동화: e Vitarra 출시 이후 추가 모델 부재하고 자체 플랫폼 보유치 못함 SDV: 인도 등 개도국을 주요 판매 거점으로 삼고 있는 탓에 개발 현황 전무

중국 자동차에 편견을 걷어내야 할 때

자율주행과 리브랜딩을 통해 밖으로 나올 중국 OEM



Compliance notice

당 보고서 공표일 기준으로 해당 기업과 관련하여,

- 회사는 해당 종목을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다.
- 금융투자분석사와 그 배우자는 해당 기업의 주식을 보유하고 있지 않습니다.
- 당 보고서는 기관투자가 및 제 3자에게 E-mail 등을 통하여 사전에 배포된 사실이 없습니다.
- 회사는 6개월간 해당 기업의 유가증권 발행과 관련 주관사로 참여하지 않았습니다.
- 당 보고서에 게재된 내용들은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성되었음을 확인합니다.

본 분석자료는 투자자의 증권투자를 돕기 위한 참고자료이며, 따라서, 본 자료에 의한 투자자의 투자결과에 대해 어떠한 목적의 증빙자료로도 사용될 수 없으며, 어떠한 경우에도 작성자 및 당사의 허가 없이 전제, 복사 또는 대여될 수 없습니다. 무단전재 등으로 인한 분쟁발생시 법적 책임이 있음을 주지하시기 바랍니다.

[투자의견]

종목추천 투자등급

종목투자의견은 향후 12개월간 추천일 종가대비 해당종목의 예상 목표수익률을 의미함.

- Buy(매수): 추천일 종가대비 +15% 이상
- Hold(보유): 추천일 종가대비 -15% ~ 15% 내외 등락
- Sell(매도): 추천일 종가대비 -15% 이상

산업추천 투자등급

시가총액기준 산업별 시장비중대비 보유비중의 변화를 추천하는 것임

- Overweight(비중확대)
- Neutral(중립)
- Underweight(비중축소)

[투자비율등급공시 2026-03-31 기준]

매수
88.2%

중립(보유)
11.8%

매도
-