

## 중국 중고자동차시장의 유통활성화정책에 따른 제도적 장벽과 대응방안연구\*

박미정\*\*

### 【목 차】

1. 서론
2. 중국 중고자동차시장의 발전 현황 및 특징
3. 중국 중고차시장 관련 주요 정책
4. 중고차 유통시장에 존재하는 제도적 제약 요인과 대응 방안
5. 결론

### 【초록】

현재 중국 중고차시장은 급성장단계에 있다. 시장진입 초기인 2000년대 초반부터 자동차산업시장의 발전 흐름을 타고 성장 움직임을 보였다. 중국 정부는 2004년 「자동차산업발전정책(汽车产业发展政策)」을 마련하며 중고차시장 발전 의지를 공식적으로 드러냈다. 이어서 로컬기업뿐만 아니라 대형 외자기업에도 중고차판매를 허용하며 본격적으로 시장 규모를 확대해가고 있다. 중국 중고차시장에 대한 기존의 관망적 관점에서 벗어나 새로운 접근 전략을 모색해야 할 적절한 시기에 당면하였다. 이에 따라 본 연구에서는 중국 자동차산업 시장의 환경 변화와 관련하여 최근 급성장하고 있는 중국 중고차시장의 유통 활성화 추세와 특징을 고찰하고 발전을 저해하는 제도적 요인들에 대해 살펴보고자 한다. 이를 통해 향후 관련 거래 기준 정책이 정

\* 이 논문은 2017년 정부의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임. (과제번호: NRF-2017S1A5B5A07062458)

\*\* 부산외국어대학교 경영학부 강사 (mmjj17@hanmail.net)

비되는 과정에서 발전을 저해해온 문제 요소들이 차츰 해결되고 거대시장으로 성장할 수 있을 지에 대한 종합적 검토가 필요할 것으로 보인다.

【키워드】 중국 자동차산업, 중국 중고차시장, 중국 중고차시장정책, 중국 중고차산업, 중국 자동차정책

## 1. 서론

### 1) 연구 목적

현재 중국은 세계 최대의 자동차산업 시장이다. 규모면에서 한국의 15배에 달하며 중국 경제성장의 한 축으로 꾸준한 발전을 이어왔다. 2008년 말 글로벌 금융위기와 유럽 재정위기로 인한 국제적 경기 침체 상황 속에서도 내수시장에 힘입어 자동차판매량은 증가세를 보였다. 늘어난 가계소득은 자동차구매 등의 신 소비문화를 형성시켰고 자동차산업시장이 빠르게 확산되는 발판이 되었다. 중국자동차시장으로 외자기업들이 대거 진입하였으며 수출이 급격히 증가함에 따라 성장 잠재력이 큰 시장으로 자리 잡았다.

중국 중고차산업시장은 급성장단계에 있다. 발전 초기인 2000년대 초반부터 자동차산업시장의 발전 흐름을 타고 성장 움직임을 보이기 시작했다. 중국 정부는 2004년 중고차 거래량(134만대)이 2003년(88만대) 기준 52% 증가율을 보이자 「자동차산업발전정책(汽车产业发展政策)」을 마련하며 중고차시장 발전 의지를 공식적으로 드러냈다. 2005년 10월을 기준으로 로컬기업뿐만 아니라 대형 외자기업에게도 중고차 판매를 허용하며 본격적으로 시장 규모를 확대하여 최근까지 연평균 10~20%대의 꾸준한 성장세를 가져오고 있다.

최근 중고차시장 유통 활성화정책이 발표되고 시장 상황이 급변하면서 로컬·외자기업 할 것 없이 상당한 관심을 보이고 있다. 중고차시장을 포함한 자동차산업시장 전반에도 이러한 변화가 나타나며 최근 정부 정책에 적극 반영되고 있다. 하지만 현재 국내에 소개된 관련 연구는 자동차산업시장 관련 일부 규범과 정책, 발전 현황에 대한 통계나 조사 자료가 주류를 이루며 다양하고 전문적인 학술연구는 아직 부족한 편이다. 이는 그간 중국의 자동차산업이 주로 신차산업에 연구 초점이 맞춰져왔기 때문이다. 이러한 시점에 중국 자동차산업시장 전반과 정부 정책의 변동 요인에 대

한 종합적 분석 시도는 학문적·산업적으로 유용하고 시기적절한 연구가 될 것이며 향후 발전 잠재력을 감안해볼 때 면밀한 연구가 필요한 분야라 판단된다.

이에 본고의 연구 목적은 중국 자동차산업 시장의 환경 변화와 관련하여 최근 급 성장하고 있는 중국 중고차시장의 유통 활성화 추세와 특징을 고찰하고 발전을 저해하는 제도적 제약요인 및 대응 방안을 모색해보는데 있다. 이와 관련하여 지금까지 중국 중고차시장을 포함한 자동차산업시장 전반에 나타난 발전 현황과 추세, 정책의 변동 사항 등에 관해 다양한 관점에서의 접근과 분석이 요구된다. 이를 통해 중국 중고차시장에 존재하는 제도적·구조적 문제를 심층 검토하고 향후 중국 중고차시장의 발전 방향을 파악하는 유용한 자료로 활용되기를 기대한다. 또한 중국 국내뿐만 아니라 한국, 일본 등 중고 자동차산업 교류가 활발한 무역상대국에도 적절한 참고 자료로 반영되어지길 바란다.

## 2) 선행 연구

본 연구 주제에 관한 선행 연구들은 국내 연구의 경우 학술적 연구 사례는 소수에 불과하며 대다수가 중국 자동차산업시장과 관련한 종합적 연구가 주류를 이루고 있다. 중국 중고차산업과 관련한 국내 연구 자료는 일부 규범과 관련 정책 소개, 발전 현황에 대한 통계나 조사 자료들을 제시하고 있다. 따라서 본고에서는 중국 및 해외 자료가 많이 활용될 것이며 아울러 앞으로 관련 국내 연구가 활발해져 유용한 정보들이 두루 공유되길 바란다.

국내 연구 사례로 최병현(2013)은 중국 중고차 유통정책의 변화와 쟁점을 중심으로 중고차시장의 발전 과정에서 발생하는 특징과 문제점에 관해 다양한 정책접근 방식을 활용해 기술하고 있다. 특히 중고차 관련 정책을 다루면서 시장 상황과 정책 변화를 연계하여 성장 과정을 구분하였고 중국 자동차산업의 공식적 제도 측면에서 신규 자동차산업 정책과 중고차산업 정책 간의 정책적 모순을 피력하였다. 중국 중고차시장 유통 활성화정책이 나오기 전의 연구임에도 불구하고 성장잠재력에 무게를 두며 발전가능성에 대한 견해를 밝히고 있다. 원중호 (2004)는 중국 자동차시장의 현황과 변화를 분석하여 세계 주요자동차 기업들의 중국시장에서의 경쟁현황과 중국 진출 전략을 제시하고 있다. 주목할 점은 중국 자동차시장의 특징을 다루면서 정부 정책과 소비자에 대한 특징으로 구분하여 기술하고 있는데 정책의 경직성에 대해 지적하고 있다. 정환우(2008)는 중국 신산업통상정책 추진을 자동차산업과 연계하여 기술하였는데 독자적인 기술개발 능력 확보가 향후 지속적인 성장의 관건이라고 지적하였다.

해외 연구 사례(중국)에서 유가기(刘嘉琦 2016)는 중국 중고차시장거래에 존재하는 문제와 대응방안에 관한 연구를 통해 i)미흡한 신뢰구축체계, ii)부실한 운영관리 체계, iii)평가시스템 불량, iv)미비한 사후 서비스체계, v)매매 쌍방 간 정보비대칭 등을 시장에 존재하는 다섯 가지의 문제점이라고 지적하였다. 좌열(左悦 2016) 등은 해외 중고차산업시장의 발전이 현 중국 중고차시장에 시사하는 바에 관해 기술하였다. 미국, 영국, 일본 시장을 사례로 들며 해외시장의 특징을 i)중고차거래량이 신차를 추월하는 점 ii)중고차거래경로가 풍부하고 가격 폭이 다양한 점 iii)중고차거래 체제가 건전하고 소비자권익이 보장된다는 점 등 세 가지로 요약하여 제시하였다. 황욱(黄煜 2016) 등은 전자상거래시대가 열린 중고차시장에 정부의 유통활성화정책이 미칠 영향에 관해 대체적으로 긍정적 평가를 내리고 있으나 관련 관리감독정책의 부재로 판매 이후 책임을 지지 않는 현실관행과 불투명한 가격으로 소비자의 불신을 양산하고 있는 상황에 대해 문제 제기를 하였다.

## 2. 중국 중고차시장의 발전 현황 및 특징

### 1) 발전 현황

중국은 개혁개방 이후 지난 40년간 경제 전반에 걸친 산업 발전과 함께 자동차산업도 꾸준한 성장을 이어왔다. 지난 2009년 글로벌 경제 위기 속에서도 일본을 제치고 세계 1위 자동차 생산국이 되었으며 현재까지 부동의 위치를 점하고 있다. 중국 자동차산업 시장은 2001년 WTO 가입을 기점으로 활발한 거래가 이루어지며 급성장하게 된다. 다국적기업과의 합작 증가, 국민 소득 증대로 승용차 구매 수요 및 구매력 상승, 새로운 중국 로컬자동차기업의 등장 등 다양한 환경 요인이 뒷받침되었기 때문으로 풀이된다.

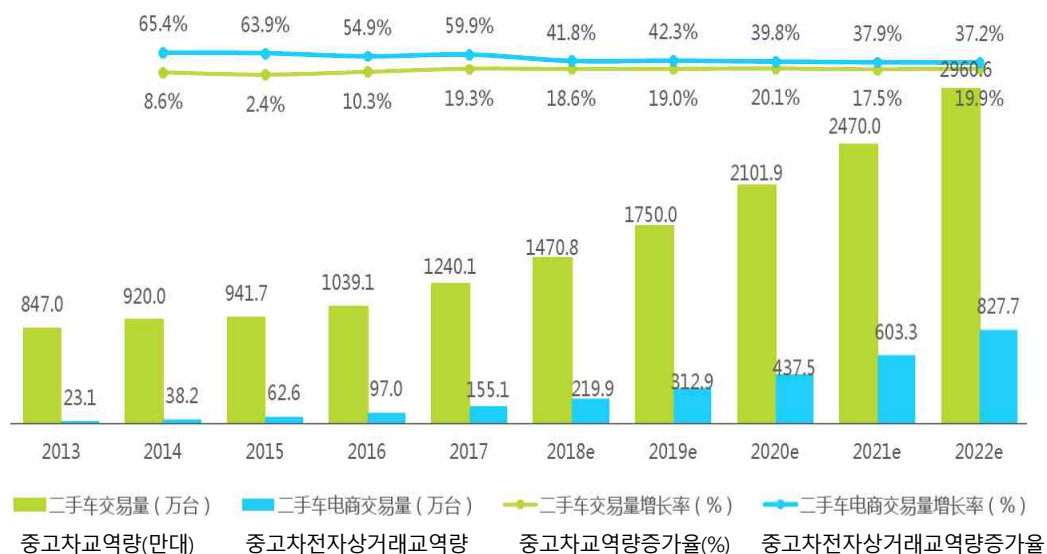
이에 비해 중국 중고차 유통시장의 형성과 발전 과정은 비교적 더딘 편이었다. 2004년 이전은 중고차 시장이라는 개념이 아직 형성되지 못했던 시기에 해당된다.<sup>1)</sup> 중국에서 중고차 유통시장이나 거래에 관한 법규범이 확립되지 못했으며 사실상 중국 정부는 자동차 산업 발전에 있어 신차 제조와 판매에 초점을 두었기 때문에 중고차 시장에 대한 관심은 거의 미미한 수준이었다고 볼 수 있다.

발전 초기 단계는 2005년부터 2010년 11월 「중고차교역시장 구조 개선과 개조를

1) 刘金铭, 「中国二手车市场发展及前景分析」, 『市场调研』, 中国市场 第1期, 2016. p.70.

위한 시범지역사업 통지(关于开展二手车交易市场升级改造示范工程试点的通知)」를 발표하기 전까지로 구분할 수 있다. 중고차 유통시장이라는 개념이 형성되고 거래량이 급증했던 시기에 해당된다. 중국에서 중고차 시장이라는 용어가 본격적으로 사용되기 시작한 것은 거래량이 100만대를 돌파한 2004년 이후부터이다. 그 해 중국 정부는 중고차 유통과 교역, 시장 활성화 계획, 전문 인력 육성 등을 명시한 「자동차산업 발전정책(汽车产业发展政策)」을 발표하며 중고차 시장 발전에 대한 의지를 공식적으로 드러냈다.<sup>2)</sup> 2000년 당시 25만 대 수준에 불과했던 중고차 시장거래 규모는 2004년 정책 시행 이후 100만 대를 돌파하면서 연간 20~30% 씩 거래 증가율을 보이게 된다.

<그림1> 중국 중고차 교역량 및 전자상거래 거래량 추이 (2013~2022)



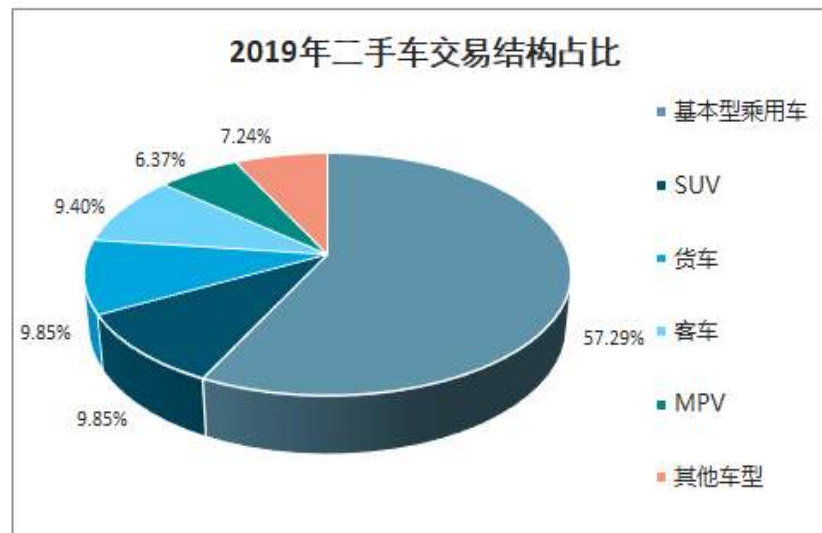
\*출처: 중국자동차공업협회(中國自動車工業協會) 자료 참조 [검색일: 2019.11]

2010년 이후부터 현재까지가 본격적인 발전 단계에 해당된다. 중국 정부는 중고차 시장의 유통구조 개선과 온라인 거래시스템의 안정적 구축을 위해 적극적인 육성 정책을 내놓았고 거래 증가세가 계속 이어지고 있다. 최근 들어 연간 거래량이 2016년 1,040만 대, 2017년 1,240만 대로 전년 대비 각각 10.3%, 19.3% 성장률을 보이며 유통 거래가 활발히 이루어지는 모습을 보이고 있다. 이는 2011년 682만 대의 2배에 달하는 수준으로 중고차 유통시장의 급성장 추세를 반영하는 것이다.<sup>3)</sup> (<그림1> 참

2) 杨婉婷, 「探析中国二手车现状及未来的发展前景」, 『时代农机』, 第43卷 第12期, 2016. p.75.

조) 이러한 시기 구분은 중고차 유통과 관련된 정책이 신차 산업 육성에 비해 상대적으로 미미했던 상황에서 결국 중국 정부의 정책 마련 의지와 시기, 목적에 따라 이루어졌다고 볼 수 있다. 특히 중고차 거래량 증가 추세와 정책적 요인이 시기 구분의 중요한 잣대가 된 것인데 이는 중국 자동차 산업 발전 전반에 관한 시기 구분과도 유사한 성격을 띠고 있다.

<그림2> 중국 중고차 교역 차종 구성 점유율 (2019년)



\*출처: 중국 자동차유통협회(中国汽车流通协会) 자료 참조 [검색일: 2020.6.11]

\*\*주: 점유율이 큰 순으로 기본형 승용차(57.29%), SUV(9.85%), 화물차(9.85%), 버스(9.4%), MPV(6.37%), 기타차종(7.24%)

2019년 중고차 교역 시장에서 자가 승용차가 전체 거래량의 57.29%(861.4만 대)를 차지하였고, SUV(148.08만대), 화물차(148.08만대), 버스가 16.3%(141.36만 대)를 차지했다. 특히 세단형 승용차가 중고차 거래에서 차지하는 비중은 전년 동 기간에 비해 약 4.77%p 상승한 반면 SUV차량은 30.40% 증가하면서 중고차 시장 유통 활성화를 견인하였다.(<그림2> 참조)

지역별로는 광둥(广东)의 거래량이 약 187.54만 대로 가장 많았고, 저장(浙江), 산둥(山东)과 쓰촨(四川)이 각각 133.25만 대, 123.33만 대로 뒤를 이었다.(<그림3> 참조)

3) 黄煜 외, 「电商时代二手车市场发展思考」, 『合作经济与科技』, 2016, pp.108-109.

<그림3> 중국 중고차 성시별(省市别) 교역량(2019년)



\*출처: 중국 자동차유통협회(中国汽车流通协会) 자료 참조, [검색일: 2020.6.11]

\*\*주: 위로부터 광둥(广东), 저장(浙江), 산둥(山东), 쓰촨(四川), 장쑤(江苏), 허난(河南), 허베이(河北), 베이징(北京), 랴오닝(辽宁), 상하이(上海)

현재 중국의 중고차 유통 방식은 전통적인 매매 방식과 온라인 방식이 존재한다. 전통 매매 방식은 중고차 시장 혹은 주변 지인, 공식서비스센터를 통해 차량에 대한 정보를 교환하며 이루어진 방식이다. 다른 하나는 온라인 전자상거래를 통한 유통 방식이 있다. 신뢰할 만한 플랫폼을 통해 구매자와 판매자 간 온라인으로 차량에 관한 상세한 정보를 얻고 중고차를 구입 매매하는 방식이다. 중국 정부의 유통 활성화 정책 시행에 따라 2014년 이후로 중고차 전자상거래 플랫폼 형성이 활기를 띠기 시작했다. 중국 시장 조사기관 이관지교(易觀智庫)에 따르면 중고차 온라인 상거래 규모는 2013년 23.1만 대 ⇨ 2015년 101만 대 ⇨ 2017년 155.1만 대를 기록하며 4년 만에 7배로 급증하였다. 전체 중고차 거래 중 온라인 상거래를 통한 거래 비중은 2017년 12.5%로 2013년 대비 9.8%p 증가했으며 이런 추세라면 2022년에는 28%까지 증가할 것으로 전망된다.(<그림1> 참조)

<표1> 중국 자동차 전자상거래 20대 대표기업(2019년)

순위	기업	순위	기업
1	车好多集团(차하오뚜오집단)	11	车享(차상)
2	优信二手车(유신중고차)	12	团车网(투안차망)
3	大搜车(다써우차)	13	一猫汽车网(이마오치차망)
4	易鑫集团(이신집단)	14	汽车之家(치차즈지아)
5	人人车(런런차)	15	神州买买车(션조우마이마이차)
6	花生好车(후아성하오차)	16	换车网(환차망)

7	车置宝(처즈바오)	17	博车网(보처망)
8	58赶集(58간지)	18	丰顺路宝(평순루바오)
9	天天拍车(텐텐파이처)	19	好车无忧(하오처우요우)
10	车王二手车(처왕중고차)	20	优车库二手车(요우처쿠중고차)

\*출처: 중국호련망주간(中国互联网周刊)&eNet研究院选择排行자료 참조, [검색일: 2020.6.11]

중국의 중고차 전자상거래 방식은 서비스 대상에 따라 B2B, C2B, C2C, B2C 유형으로 구분할 수 있다. 전자상거래에서 B(Business)는 기업을 의미하며 C는 일반 소비자(Consumer) 혹은 고객(Customer), G는 정부(Government), 2는 to를 의미한다. 따라서 C2C(Customer to Customer)는 소비자 간 온라인 상거래로 옥션, 와와컴, 셀피아 등 경매형태, C2B는 소비자가 주체가 돼서 기업과 상거래를 하는 역경매, B2C는 기업 대 소비자 간 거래로 일반 소비자가 인터넷쇼핑몰 등에 들어가 물품을 구입하는 형태, B2B는 기업 간 거래로 조달이나 구매를 하는 형태를 뜻하며 기업들이 협력·하청 관계로 인터넷 공간에서 상호 거래 관계를 맺는 행위를 하는 것이 해당된다.<sup>4)</sup> 전자상거래 방식에 따른 대표기업 및 시장 점유율의 순위는 <표 1>, <표 2>에서 확인할 수 있다.

<표 2> 중국 중고차 전자상거래 방식 및 대표기업

분류	전자상거래 방식	서비스 대상	대표기업
2B	B2B 경매 방식	4S점, 중고차거래상	유신파이(优信拍), 치처제(汽车街), 처이파이(车易拍)
	C2B 경매 방식	차량판매소비자 중고차 도매상·소매상	처즈바오(车置宝), 텐텐파이처(天天拍车), 처카이신(车开新), 처쑤파이(车速拍), 다썬우처(大搜车), 타오처(淘车)
2C	C2C 방식	차량판매·구매소비자	과즈중고차(瓜子二手车), 런런차(人人车), 하오처우유(好车无忧)
	B2C 방식	중고차 소매상 차량구매소비자	유신중고차(优信二手车), 처마오(车猫), 99하오처(99好车), 아오캉다(澳康达), 카이신치처(开心汽车), 처왕(车王), 유처청핀(优车诚品)

\*출처: 유다형, 『중국의 중고차 시장』, 인천연구원, 한중DB Vol.237, 2018.

중고차 온라인 유통 거래 시장의 점유율은 유신파이(优信拍)와 과즈중고차(瓜子二手车)에 이어 처즈바오(车置宝), 치처제(汽车街), , 다썬우처(大搜车), 런런차(人人车) 등이 경쟁하고 있다. 일부 중고차 C2C 플랫폼들도 시장 확장을 선언하며 향후 중고

4) 네이버 지식백과 참조 [검색일: 2019.11]



차 온라인 거래시장의 꾸준한 활황이 예상된다.<sup>5)</sup> 최근 경쟁이 심화되면서 일부 기업에서 인원 감축 등 위축된 양상을 보이긴 하였지만 주로 C2C 거래를 중개하는 플랫폼을 형성하고 있으므로 공급시장 전반의 위기로 파악할 수준은 아니라는 평가가 지배적이다.

중장기적으로는 중고차 거래대수는 신차 판매대수 및 보유대수에 비례하여 증가할 수밖에 없다. 중국에서 2012년에서 2018년까지 7년 동안의 연평균 중고차 거래 증가율은 약 11% 수준이다. 이는 다른 나라와 비교해서 높은 증가율에 속하지만 같은 기간 중국 자동차 보유대수 연평균 증가율 15%에 비해서는 상대적으로 매우 낮은 편에 속한다. 여러 가지 환경적 이유 때문이겠지만 특히 타 지역 중고차의 등록 제한이나 자동차 등록번호의 주첨, 경매제도 등과 같은 중국 특유의 규제성 관리가 중고차 거래의 제약 요소가 되기 때문으로 추정된다. 향후 이러한 규제가 합리적인 방향으로 조정이 된다면 중국의 중고차 거래량은 비약적으로 증가할 것으로 전망된다.

## 2) 중국 중고차 유통시장의 특징

2000년대 이후로 중국 중고차 유통시장에서 나타난 특징을 살펴보면 다음과 같다.

먼저 중국 중고차 유통시장의 연간 거래 성장 폭과 성장 속도가 신차시장을 뛰어넘고 있다는 점이다. 현재까지 중국의 자동차산업 시장은 대부분 신차(新車)산업이 주류를 이루어 왔으며 유럽이나 미국, 일본과 비교해 중고차 유통시장은 아직 활성화되지 못한 편에 속해 있었다. 하지만 최근 들어 중국의 신차 판매 성장세가 둔화된 것과 달리 중고차 유통 거래 시장은 급속한 증가세를 보이며 성장하고 있다. 2016년 중국 정부가 발표한 「중고차 거래 활성화를 위한 의견(關於促進二手車便利交易的若干意見)」을 통해 정보 투명화 개선, 중고차 유통 활성화 등 중고차 시장 발전을 저해하는 요인들을 제거하는 조치가 효과를 보이고 있다.<sup>6)</sup> 내수시장 규모를 확대하는 정부 정책의 뒷받침과 향후 중고차시장의 잠재력을 볼 때 거래 규모의 상승폭이 계속 높아질 가능성이 크다.

둘째, 중고차 유통 시장에서 가장 높은 거래 비중을 차지하는 차량은 자가 승용차이다. 그 근거로 중고차시장에서 세단(sedan)형 승용차 거래량이 급증한 것과 자가 승용차의 종류와 범위가 꾸준히 확대된 점을 들 수 있다. 중고차 거래량에서 세단형 승용차가 차지하는 비중은 2000년 38.2%에서 2017년 60%에 달했다. 반면 버스와 트럭의 비중은 2000년 각각 21.5%, 20.7%에서 2018년 16.4%, 13.7%로 꾸준히 줄어드

5) 黄煜 외, 위의 책, p.110.

6) 刘嘉琦, 「中国二手车市场交易存在的问题及对策浅析」, 『市场纵横』, 2019. p.188.

는 추세이다. 또한 중고차 시장에서 거래되는 차량의 출고 주기가 점점 짧아지는 것도 중고 승용차의 거래량 증가에 영향을 미친다. 중국 자동차 산업에서 승용차 생산 비중이 계속 증가하고 중산층을 중심으로 승용차 보유량이 늘어나면서 승용차 교체 주기가 차츰 짧아지고 있기 때문이다.<sup>7)</sup> 2017년 기준으로 차량 분포를 보면 출고된 지 3~6년 된 차량이 전체의 42.7%(589만7000대)를 차지하였고 3년 이내 차량은 34.4%(329만8600대)에 달했다. 이러한 흐름은 중국 소비자들의 소비 수준 향상과 자동차 구매 대출이 활성화되면서 자동차 구입 주기도 단축되고 연식이 짧은 중고차가 온라인 거래시장의 대세로 자리 잡고 있다는 것으로 분석할 수 있다.

셋째, 중고차 온라인 상거래 시 개인이 직접 판매하는 직거래 추세가 늘어나는 경향을 보인다. 현재 중국 중고차 온라인 상거래 플랫폼은 금융권이 합세하며 용자 열기가 고조되면서 온라인 거래시장이 급성장하고 있다. 2018년 중고차 온라인 상거래 교역량이 전년도에 3배인 300만 대를 초과했고 약 2000억 위안의 교역액을 기록했다. 현재 시장 발전을 거듭하는 단계로 다수기업의 시장 진출과 온라인거래량 상승, 기업이윤패턴의 다원화 등이 나타나면서 향후 중고차 개인 판매자는 폭발적으로 늘어날 것으로 예상된다.

넷째, 중고차 소비의 중심이 1·2선 도시에서 3·4선 도시로까지 확대되고 있다. 중국은 그동안 양적 성장에 치중한 정책으로 인해 지역별 발전 불균형 격차가 크게 발생하면서 동북부 지역을 중심으로 집중 발전되어왔다. 경제 발전도가 높은 화동과 화북지역은 차량 보유량도 높아 전체 중고차 거래시장 규모의 57% 정도를 차지하고 있다.<sup>8)</sup> 이로 인해 국내 1선 도시 지역에 만성적 스모그 사태 발발 등 환경오염 문제가 날로 심각해지면서 자동차 구매제한령이 발령된 바 있다. 이런 상황에서 중고차 유통시장의 매물차량이 1·2선 대도시에서 3·4선 중소도시로 유입되고 거래량이 증가하면서 새로운 중고차시장의 유통 구조가 생겨나고 있다.

### 3. 중국 중고차시장 관련 주요 정책

중국 중고차산업은 2000년대에 진입하면서 자동차산업시장의 발전 흐름을 타고 성장 움직임을 보였다. 2004년 이전까지는 중국에서 중고차 시장이 형성되지 못한 시기로 구분할 수 있다. 중고차 유통이나 거래 등에 관한 법규가 확립되지 못했으며,

7) 최병헌, 「중국 중고차시장 발전에서 공식적 제도요인 분석」, 『중국학연구』, 64, 중국학연구회, 2013.06, p.104.

8) 裴沛张, 「论二手车在三四线城市市场的现状和趋势」, 『产业经济』, 第33期, 2015, p.31.

사실상 중국 정부는 신차 산업의 제조와 판매에 초점을 두었기 때문에 중고차 시장에 대한 관심은 거의 없었다고 볼 수 있다. 당시 중고차 거래 형태는 거의 동일한 지역 내에서 영세 중개업자나 중고차 상인들에 의한 개인 간 직거래가 주를 이루고 있었으며 거래 규범도 미비한 상태였다. 2004년에 중고차 거래량(134만대)이 2003년 기준 52%(88만대) 증가율을 보이자 중국 정부는「자동차산업발전정책(2004)」의 66조와 67조, 「자동차무역정책(汽车贸易政策)(2005)」의 4장을 통해 중고차 시장 형성 및 육성 방향을 제시하고 거래 규범 마련에 착수하였다. 같은 해 10월부터 관련부서에서 제정한 「중고차유통관리방법(二手车流通管理办法)」이 시행되었다.<sup>9)</sup> 사실 ‘중고차유통관리방법’은 중국에서 처음으로 중고차 유통과 거래, 시장 참여자들에 대한 관리, 감독 방안을 종합적으로 제시한 종합 규범이라고 할 수 있다. 이후부터 중고차 유통 시장이라는 개념이 형성되고 거래량이 확대되기 시작하였다. 이어서 2005년 10월부터 로컬기업뿐만 아니라 대형 외자기업에게도 중고차판매를 허용하며 본격적으로 시장 규모를 확대하여 연평균 10~20%대의 꾸준한 성장세를 이어오고 있다.

2010년 중고차 거래량이 400만 대에 근접하자 전국적으로 중고차 시장의 체계적 유통시스템에 대한 필요성이 커지게 된다. 중국 정부는 온라인과 IT산업 발전을 활용한 한 차원 높은 유통시스템을 구축하는데 역점을 두기 시작했다. 「중고차교역시장 구조개선과 개조를 위한 시범지역 프로젝트(2010)」를 발표하면서 전국 10개 성에서 중고차 유통시장 구조개선 시범단위를 선정하고 재정 지원하였다.<sup>10)</sup> 또한 60개 중고차 유통시장을 추가 선정하여 전국 단위 유통망과 거래시스템을 구축하였다. 이를 기점으로 중고차 유통 활성화를 위한 중국 정부의 적극적인 개입이 시작되었다고 해석할 수 있다.

2016년 3월 중국 국무원은 중고차 거래 간편화를 위해 「중고차시장 거래 활성화를 위한 의견(關於促進二手車便利交易的若干意見)」을 발표했다. 총 8개 조항으로 이루어져 국8조(國8條)로도 불리고 있으며 중국 내 유통제한 해제, 거래등록업체 신용체계 구축 강화, 시장정보체계 완비, 세수체계 정비 등에 관해 명시하고 있다. 특히 중고차의 지역 간 전입제한 철폐 조치는 간단한 기준검사를 거쳐 중고차거래 등기를 허용한 것으로 시장 활성화 파급효과가 클 것으로 예상된다. 이러한 조치는 중고차 시장 발전을 저해하는 요인들을 제거하여 국내 중고차시장 규모를 확대해가려는 의도로 풀이된다. 온라인 상거래 시장에도 O2O(online to offline) 형태의 새로운 시장이 차츰 정착되는 모습을 보이며 상당한 시너지효과를 예고하고 있다.<sup>11)</sup>

9) 최병현, 위의 책, p.110.

10) 李翔, 「中国二手乘用车市场运行特征分析及未来发展趋势展望」, 『业界聚焦』, 2020. pp.54-58.

11) 黄煜 외, 위의 책, p.109.

최근에 중국 정부가 발표한 중고차시장 유통 활성화정책들을 살펴보면 향후 자동차시장의 판도 변화를 예측할 수 있다. 우선 타 지역 중고차의 판내 등록을 규제하는 지방정부의 「외지 중고차 이전등록 제한(外地二手车限迁政策)」조치를 완화 또는 해제하도록 중앙정부가 적극적으로 나서고 있다. 이를 통해 내수 중고차의 유통을 효과적으로 개선하여 자동차 산업 전반의 활성화를 도모하려는 취지로 해석된다. 온라인 매매시장의 활성화도 눈에 띈다. 수백억 원의 펀딩 자금이 몰리며 중고차 유통시장의 성장세가 가열되는 모습이 확연히 나타나고 있다.

2019년 4월에는 중국 상무부에서 「조건이 성숙된 지역에서 중고차수출 업무를 전개할 수 있도록 지원하는 통지(商务部公安部海关总署关于支持在条件成熟地区开展二手车出口业务的通知)」를 발표하였다. 중고차의 해외 수출을 허용하는 내용으로 주요 항목들을 살펴보면 다음과 같다.

1. 엄격한 기준에 의해 수출기업을 선정할 것. (严格甄选出口企业)
2. 중고차의 이전등록과 말소절차를 엄격히 관리할 것.  
(严格履行二手车交易登记和注销手续)
3. 수출품의 품질과 안전을 확보할 것. (确保出口产品质量与安全)
4. 해외에서의 사후관리(A/S)를 보장할 것. (做好境外售后服务保障)
5. 감독 관리를 강화할 것. (强化监管)
6. 서비스를 최적화할 것. (优化服务)

이상의 6개 항목에 대해 각 항목별로 세부 지침이 명시되어 있다. 구체적으로 어느 지역에 어느 정도의 규모로 수출할 것인지에 대한 허용 기준까지 제시하고 있다. 이와 관련하여 중고차 수출지역으로 허가를 받은 지역은 베이징(北京), 톈진(天津), 상하이(上海), 타이저우(台州), 지닝(濟寧), 광둥(广东), 청두(成都), 산시(西安), 칭다오(青島), 샤먼(厦门) 등 10개 지역이 속한다.

중국 정부가 중고차 해외수출을 허용하기로 결정한 데에는 여러 가지 배경이 있겠지만 특히 자동차 산업과 일대일로(一帶一路) 사업의 병행 추진, 그리고 환경보호를 강화하는데 목적을 둔 것으로 알려져 있다. 또한 향후 급격하게 증가할 것으로 예상되는 중고차량 중 일부, 특히 노후 디젤 차량 등을 해외로 수출할 수 있도록 허용함으로써 여러 가지 정책 목적을 달성하려는 의도로 파악된다. 중국산 자동차의 중고차 수출이 허용된다면 국제 상거래 기준으로 볼 때 향후 외국산 중고차의 중국 내 수입도 허용될 가능성이 있을 것으로 예상된다. 하지만 해외 수출량은 당장 증가할 것 같진 않다. 품질 등의 문제도 있지만 현재 중국 국내 거래 가격이 그다지 낮게

형성되어 있지 않기 때문이다. 그리고 중국 중앙정부가 해외 수출을 허용하는 것으로 정책 방향을 설정하기는 했지만 수출사업을 관할하고 주도하는 것은 각 지방정부이며 중고차 수출을 담당하는 사업 당사자는 개별 기업이다. 기업은 지방정부로부터 중고차 수출사업 허가 절차를 거쳐야 사업을 진행할 수 있다. 현재 내수시장이 활황인 점을 감안한다면 기업 입장에서 당장 해외시장으로 눈을 돌릴 필요는 없어 보인다.

#### 4. 중고차 유통시장에 존재하는 제도적 제약 요인 및 대응 방안

이상의 내용을 바탕으로 중국 중고차산업시장 및 정부의 중고차 유통 활성화 정책에 존재하는 제도적 제약 요인에 대해 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 중국 중고차 유통시장은 안전한 교역 플랫폼이 형성되어 있지 못하다. 중고차 시장은 신차시장의 거래 규모에 비하면 여전히 교역량이 영세한 편이고, 차량에 대한 정보 불균형, 관리감독의 미숙 등으로 시장 발전 수준이 성숙 단계에 접어들지 못한 실정이다. 중국 정부는 2005년 『중고차유통관리방법』을 공표하면서 거래 방식의 다변화를 통해 당사자 간 직거래 비중을 낮추려고 시도하였다. 그러나 IT 기술의 발전으로 온라인을 통한 직거래 방식의 증가가 시장을 확대 발전시키는데 긍정적인 역할을 하는 측면을 고려해봤을 때 당사자 간 직거래 방식이 유통업 발전을 저해한다고 단언할 수 없게 되었다. 이러한 맥락에서 중국의 중고차 시장이 본격적인 발전 단계에 진입하지 못했다고 보는 이유는 구매자의 입장에서 공신력 있고 안전한 교역 플랫폼이 구축되어 있지 못한데 있다.<sup>12)</sup> 중국 정부가 마련한 정책의 주안점은 중고차 구매자보다는 공급자 즉 유통업자의 업무와 매매 규범에 한층 중점을 두고 있음을 파악할 수 있다. 중고차 거래시장의 특성상 공급자와 수요자가 불특정 다수로 광범위하게 분산되어 있는 점을 고려하면 정책 수립자의 입장에서 중고차를 매입하여 유통시키는 기업 규모를 의도적으로 키우는 것이 정책 실효성과 관리감독의 효율성을 높이는데 효과적이라는 판단을 하게 된다. 하지만 이러한 정책 방향이 한쪽으로 치우쳐져 지속되면서 지금까지 유통구조의 불합리성, 차량정보의 불확실성, 과도한 행정처리비용 등 구매자 입장에서 느끼는 제도적 장벽이 크다는 한계를 드러내고 있다.

둘째, 중고차시장 유통 활성화정책은 동종 산업 간 이익 창출에도 상충되는 면이

12) 刘嘉琦, 위의 책, p.188.

있다. 지금까지 중국의 자동차산업정책은 주로 신차 제조업과 판매업에 치중해왔다. 이는 제조업이 내수경제에 미칠 과급효과를 염두에 둔 정부의 판단에서 비롯된 것으로 중고차 유통시장의 발전을 더디게 한 원인이기도 하다. 이는 중국 정부가 내수시장 발전과 함께 에너지 절감과 환경오염 문제를 국가차원의 과제로 규정하고 중고차량 폐기와 친환경차 보급에 정책 초점을 맞춰왔기 때문이다.<sup>13)</sup> 중국 정부는 신차 구입에 대한 보조금 지급, 친환경자동차 보급 확대 등 공급자 중심에서 정책을 기획하고 전개하였다. 이러한 정책 방향은 신차시장 규모를 확대시킨 반면 중고차 유통시장의 발전을 저해하는 요인으로 작용되었다.

하지만 최근 십여 년 사이 중국의 신차 판매 성장세가 둔화된 것과 달리 중고차 유통 거래 시장은 급속한 증가세를 보이며 빠르게 성장하고 있다. 2004년 이후 중국 정부는 중고차 유통과 교역 및 시장 활성화 계획 등을 명시한 정책을 발표하며 중고차 시장 발전에 대한 의지를 공식적으로 드러냈다. 현 시점에서 중고차시장 활성화 정책은 신차판매시장에 부정적 영향을 미칠 가능성이 크며 자동차산업시장 관도에도 분명한 변화가 나타날 것이라 판단된다. 결과적으로 중국의 신차산업과 중고차산업의 발전은 정부 정책의 초점이 어느 쪽에 맞춰지느냐에 대한 문제로 귀결됨을 반영하는 것으로 풀이된다. 앞으로 중국 정부의 정책 방향에 따라 언제든지 신차산업 중심의 정책으로 전환될 여지가 있는 셈이다.

셋째, 지역 간 중고차 유통 거래가 쉽지 않은 실정이다. 지난 2018년 중고차 거래 제한을 해제한다는 정부 발표가 있었으나 대부분의 중고차가 동일 지역에서 거래되어왔다. 이는 특정 지역에 등록된 중고차가 타 지역에서 팔리는데 필요한 행정 절차, 인증, 운송 등 거래 비용이 적지 않기 때문이다. 최근 중국 정부가 전국 단위의 통일된 중고차 시장 형성을 위한 정책을 내놓고 있기는 하지만 타 도시에서 유입되는 중고차에 대한 엄격한 검사 및 제한으로 인해 여전히 유통의 걸림돌이 될 가능성이 크다. 거래되는 중고차의 80%가 베이징, 상하이, 광둥성, 산둥성 등 10개 지역에 등록된 차량이 주를 이루어왔다. 특히 상위 5개 지역은 중고차 유통 시장을 주도하고 있으며 최고 거래량을 기록한 광둥성(广东省)은 중고차 거래량 점유율 18% 수준을 유지해오고 있다. 산둥성(山东省), 쓰촨성(四川省), 상하이(上海)지역 등이 뒤를 잇는다.<sup>14)</sup> 향후 유통시장 지역 간 거래 추세를 지켜볼 필요가 있다.

넷째, 중고차시장 유통 활성화정책은 정부 정책 간 상충되는 면이 존재한다. 대기오염 억제를 위해 내놓은 자동차구매제한정책이 그 중 하나이다. 자동차구매제한정

13) 박미정, 「중국의 대기오염 감축을 위한 자동차구매제한정책의 실효성에 관한 고찰」, 『중국학』, 제62집, 2018.06, pp.228-229.

14) 裴沛张, 위의 책, pp.31-32.

책은 신차의 생산 판매에 영향을 미쳐 최근 몇 년간 신차생산량 증가세가 주춤한 모습을 보였다. 하지만 베이징(北京), 톈진(天津) 등 스모그가 극심한 대도시지역은 신차증가량이 확연한 감소세를 보임에도 불구하고 대기오염 농도는 제자리걸음을 나타냈다. 노후 중고운행차량(黄标车)의 오염원 배출에서 그 원인을 찾을 수 있다. 2016년 베이징시의 보유차량 548만대 중 90%가 중고차량인데 그 중 20%는 폐기해야할 노후차량으로 분류되고 있다. 또한 대도시지역의 운행 차량 중 70%가 신규 차량 교체시기가 더딘 상업용 차량이다.<sup>15)</sup> 이처럼 환경정책과 경제 활성화정책이 상충되는 상황에서 어떤 정책이 우선시 될 것인지는 전적으로 중국 정부의 정책 판단 기준에 달린 것이다.

다섯 째, 중국 중고차시장의 외연적 성장률을 분석하다보면 미국이나 유럽 등 중고차시장이 발달한 국가들과 비교해 상이한 점을 발견하게 된다. 신규 자동차 대비 중고차 판매 비중이 미국의 경우 1:5, 영국이 1:3인데 비해 중국은 1:0.5로 신규 자동차 판매량의 절반 수준을 보인다. 규모면에서 미국의 20%에 불과한 수준이다. 일반적으로 자동차시장이 발달할수록 중고차거래량이 신규 자동차판매량을 추월하는 양상을 띠는데 중국의 경우 이와는 반대 상황을 보이는 것이다. 신규 자동차 판매량으로 보면 2016년 기준 중국은 연간 2,800만대로 미국시장(1,760만대)의 1.7 배에 이른다. 하지만 중고차거래량까지 합산하면 미국 자동차시장 판매량은 5,000만 대를 웃돌아 3,800만 대의 중국 시장을 훌쩍 뛰어넘는다.<sup>16)</sup> 이러한 상황이 발생한 배경은 중국 정부의 자동차산업정책 노선과 관련 있다. 중국 자동차공업연감 자료에 따르면 지난 2004년부터 2012년까지 50건에 가까운 자동차산업정책들이 매년 발표되었는데 대부분 신차 생산과 판매에 초점을 맞추고 있다. 반면 중고차 유통 거래에 관한 정책들은 4건 정도에 불과했다. 정부 정책이 기본적으로 신차 제조업과 판매업에 치중되어 왔음을 반증하는 것이다. 이는 중고차 유통시장의 발전저해 요인으로 작용한 것으로 풀이된다.

여섯 째, 전자상거래를 통한 중고차 거래 시 발생하고 있는 문제도 제도적 정비 체계가 미흡하다. 우선 중개업체와 구매자간 정보 불균형 문제가 심각하다. 중고차 중개업 자격 요건이 엄격하지 않아 업체가 난립해 있지만 관리감독은 허술한 상황이다. 차량 소유권, 사고 이력, 정비 이력 등 차량 정보가 불분명하고 심지어 정보를 조작하는 경우도 적지 않아 거래 분쟁이 발생하기도 한다. 아울러 경매업체나 소규모 자영업자, 대규모 판매업체, 전문 중개업체의 역할 분담이 제대로 이루어져 있지 않고 업무가 중복, 혼재된 상황도 구매자들이 차량에 대한 정확한 정보를 획득하는

15) 郗玉 외, 「限迁政策下北京二手车市场的发展探讨」, 『科技风』, 2015. p.276.

16) 左悦 외, 「国外二手车行业发展对国内二手车市场的启示」, 『当代经济』, 第5期, 2016. pp.98-99.

데 장애요인이 되고 있다.<sup>17)</sup> 또한 중고차 품질에 대해 객관적인 정보를 제공하는 독립적인 기관의 서비스가 대중화되지 못하고 차량 이력에 관한 통일적인 정보시스템 구축도 미흡하다.

최근 중국 정부가 중고차 표준 평가 기준을 마련하고 전문 평가사 육성 및 평가기관의 공공성을 강화하려 하고 있으나 아직 일반 구매자들이 체감할 수준에는 못 미친다는 평가를 받고 있다. 구매 후 품질 보증이나 보상 및 환불제도가 불완전한 점도 존재한다. 여전히 중고차 판매상이나 중개업체의 영세성으로 계약서나 매출전표 등 증빙서류가 허술한 사례가 많아 구매 후 중대한 결함이 발생해도 법적인 조치를 취하기가 어려운 상황이 비일비재하다. 지역별 배기가스 규정이 달라서 발생하는 유통 장벽도 존재한다. 결과적으로 이러한 불완전한 시장 체계는 중고차시장의 유통활성화를 저해하는 요인으로 작용하고 있다.

일곱 번째로 중국이 당면한 대기오염 문제도 자동차산업을 둘러싼 정부 정책에 영향을 미치는 요인 중 하나이다. 2016년 G20 정상회의에서 그동안 미국과 중국이 미온적인 태도로 일관해왔던 파리기후협약을 전격 비준함으로써 중국은 환경오염 규제를 더욱 강화할 수밖에 없는 상황에 직면했다. 이로 인해 대기오염 주범으로 몰려있는 자동차의 생산과 판매에 악영향이 미쳐 아이러니하게도 중고차 수요는 더욱 늘어나게 될 가능성이 크다. 특히 중국 정부는 온라인 전략의 하나로 정부가 O2O 산업을 대대적으로 육성하는 정책을 강화하고 있다. 이에 따라 중고차 매매가 합리적으로 이루어질 수 있는 신뢰할 만한 플랫폼 형성 분위기가 조성되면서 중고차의 온라인 상거래가 더욱 활성화될 가능성이 클 것으로 전망된다.

마지막으로 중국 중고차 유통 시장에 존재하는 가장 큰 특징은 정부의 강력한 리더십이다. 정부 정책들이 국제 시장 정세나 국내 상황에 따라 수시로 발표, 변경, 추가되어 기업이나 사업자의 실무 환경에 있어 예측 불가능한 가변성이 부담으로 작용한다. 중국 중고차 시장 진출을 검토하는 우리 기업이나 정부도 시장 현황 및 환경적 위험 요소와 제도적 장벽 등에 적절한 대응 방안을 모색하여 대비해야 할 것이다.

중국 중고차 유통시장의 발전은 향후 중국 자동차산업시장의 판도에 영향을 미칠 큰 변수라 할 수 있다. 현재 글로벌 중개업체들도 투자에 참여하고 있으며 중고차 AS시장 진출에도 관심을 보이고 있다. 세계 최대 중고차 수출국인 미국과 일본도 중국에 본격 진출할 태세여서 중국 중고차 시장은 급성장할 가능성이 크다. 국내 중고차 업체나 온라인업체, 또 중고차AS에 신경 써야 하는 자동차업계 모두 관심을 갖고 대응해야 할 필요가 있다. 소비자의 중고차 수요 증가로 시장 규모가 점차 확대

17) 黄煜 외, 위의 책, p.111.



되는 현 시점에서 중국 정부는 불법적인 거래를 방지하고 소비자의 권익을 보호할 수 있는 관련 규정을 시급히 마련해야할 것이다.

## 5. 결론

국가 산업정책의 변화는 경제성장 추세와 관련이 깊다. 그동안 중국의 자동차산업은 제조업 위주로 진행되어 오면서 국가 기간산업으로 전방위적 파생효과를 낳았다. 최근 중국 경제 성장이 둔화되는 국면에서 자동차산업시장의 성장세도 다소 주춤해 진 모습을 보여 왔다. 중국 정부는 중고차 시장의 유통 활성화를 꾀하면서 자동차산업시장에 새로운 활기를 불어넣고 있다. 중고차시장 내 유통 규제를 완화하고 거래 지역 제한 조치를 해제하는 정책을 내놓으며 거래 활성화에 주력하고 있다. 향후 전국에 통일된 거래 기준 정책이 마련되고 제대로 시행된다면 중고차 시장 규모는 급속히 커질 것으로 전망된다.

본 연구를 통해 중국 자동차산업 시장의 환경 변화와 관련하여 최근 급성장하고 있는 중국 중고차시장의 유통 활성화 추세 및 특징과 그간 정부의 관련 정책에 관한 변동 사항 등에 관해 고찰하였다. 또한 중국 중고차 유통 시장 내 존재하는 구조적 문제와 시장 발전을 저해하는 제도적 제약 요인에 대해 검토해보았다. 결과적으로 그동안 중고차 시장의 발전을 저해해온 근본적인 원인은 중국 정부의 신차산업에 편중된 발전 정책에 있었으며 상대적으로 중고차 시장은 소홀히 다루어졌다고 볼 수 있다. 이러한 점은 현 시점에서 그간의 중고차 유통 활성화 정책을 분석하는데 한계 요인으로 작용하기도 했다. 다만 현재 중국 정부가 국내적으로 온라인 상거래 시장 기반을 확대해나가고 있으며 해외 수출을 허용하는 등 적극적인 정책을 내놓고 있는 점은 눈여겨볼 만하다. 중고차시장을 둘러싼 중국 정부의 정책이 향후에도 꾸준히 호의적으로 이어질 전망이 크자 관련 기업이나 일본, 독일, 미국 등 이해관계가 있는 외자기업에서 중고차 사업에 대한 관심이 커지고 연구가 활발해지는 모습이다.

중국 중고차시장은 지리적으로는 한국과 가까우면서도 관심 밖에 있던 시장이기도 하다. 한국 중고차가 수출된 적도 없거니와 중국 중고차를 우리가 수입할 수도 없었기 때문이다. 또한 중국 중고차 유통 관련 법률과 제도가 한국에 거의 알려져 있지 않고 중고차시장의 유통 구조도 전혀 모르는 실정이다. 중국의 이러한 정책 변화가 한국 중고차 수출에 어떤 변화나 영향을 가져올 지 아직은 예단하기 어렵다. 일반 공산품의 사례와 같이 상호 협업이나 제휴 관계가 형성될 지 아니면 단순한 경쟁관

계에 머무르지 현재로서 미지수이다. 하지만 중국의 중고차 수출시장 개방도 향후 일본이나 한국중고차 수출시장과의 교류와 협업의 계기가 될 수 있다. 장기적 안목으로 볼 때 중국 중고차 시장에 대한 정보 관리나 학습이 필요할 시점으로 판단된다. 끝으로 본 연구가 중국 국내뿐만 아니라 한국, 일본 등 중고 자동차산업 교류가 활발한 무역상대국에도 적절한 참고 자료로 반영되어지길 바란다.

## 【참고문헌】

- Jonathan Watts, 『중국 없는 세계』, 랜덤하우스코리아, 2011.
- Peter Navarro, 『슈퍼파워 중국 (세계경제의 부를 바꾸는)』, 살림Biz(출), 2008.
- 리양전웨이, 『한손에 잡히는 중국』, 지영사, 2009.
- 강민주, 「중국 중고차 전자상거래 시장 고성장 기대」, 중국상하이무역관, 2016.
- 박미정, 「중국의 대기오염 감축을 위한 자동차구매제한정책의 실효성에 관한 고찰」, 『중국학』, 제62집, 대한중국학회, 2018.
- 유다형, 「중국의 중고차 시장」, 인천연구원, 한중DB Vol.237, 2018.
- 이형진, 「중국 중고차시장 대변화를 맞다」, 중국 선양무역관, 2015.
- 최병현, 「중국 중고차시장발전에서 공식적 제도 요인 분석 - 중고차유통정책 변화와 쟁점을 중심으로」, 『중국학연구』, 64, 2013.
- 罗富娟, 「我国二手车市场发展的限制性因素及解决方法探析」, 『湖南农机』, 第41卷 第9期, 2014.
- 柳立志, 「汽车老化国家标准大气曝晒与实验室对比试验研究——外饰油漆氙灯试验与户外曝晒对比研究」, 中国汽车工程学会, 2013.
- 裴沛张, 「论二手车在三四线城市市场的现状和趋势」, 『产业经济』, 第33期, 2015.
- 杨婉婷, 「探析中国二手车现状及未来的发展前景」, 『时代农机』, 第43卷 第12期, 2016.
- 刘嘉琦, 「中国二手车市场交易存在的问题及对策浅析」, 『市场纵横』, 2019.
- 刘金铭, 「中国二手车市场发展及前景分析」, 『市场调研』. 中国市场 第1期, 2016.
- 李 翔, 「中国二手乘用车市场运行特征分析及未来发展趋势展望」, 『业界聚焦』, 2020.
- 张爱丽, 「中国二手车交易市场迈入千万辆时代」, 『羊城晚报』, 2017.
- 左悦 외, 「国外二手车行业发展对国内二手车市场的启示」, 『当代经济』, 第5期, 2016.
- 陈可思, 「二手车市场生态环境构建-基于中外对比的研究」, 『市场调研』, 2016.
- 陈可思, 「私人汽车拥有量与二手车市场发展」, 『市场研究』, 2016.
- 彭 龙, 「中国二手车市场发展战略研究」, 天津大学管理与经济学部, 2016.
- 黄 煜 외, 「电商时代二手车市场发展思考」, 『合作经济与科技』, 2016.
- 中华人民共和国国家统计局(중화인민공화국 국가통계부) : <http://www.stats.gov.cn/>
- 首都之窗(베이징시정부) : <http://www.beijing.gov.cn/>
- 中国汽车工业协会(중국자동차공업협회) : <http://www.caam.org.cn/>
- 中国汽车流通协会(중국자동차유통협회) : <http://www.cada.cn/>

## 【논문초록】

키워드 Key Words	중문	中国汽车工业, 中国二手车市场, 中国二手车市场政策, 中国二手车产业, 中国汽车政策				
	영문	Chinese automobile industry, Chinese used car market, Chinese used car market policy, Chinese used car industry, Chinese automobile market,				
<div><div>A Study on Institutional Barriers and Countermeasures According to Distribution Activation Policy of Chinese Used-car Market</div><div>Park, Mi-Jeong</div><div>Currently, China's used car market is in a fast-growing stage. Since the early 2000s, when it entered the market, it has been moving to grow on the development trend of the auto industry market. In 2004, the Chinese government officially expressed its willingness to develop the used car market by drawing up a "car industry development policy." It is also expanding its market size in earnest by allowing used cars to be sold to large foreign-invested companies as well as local companies. It was at an opportune time to move away from the existing wait-and-see perspective on China's used car market and seek a new approach strategy. Accordingly, in relation to the environmental change of China's automobile industry market, this study examines the trend and characteristics of the distribution revitalization of China's rapidly growing used car market and the institutional factors hindering its development. Through this, we would like to comprehensively examine whether the problem factors that have prevented development will be resolved one by one and will be reborn as a huge market in the process of overhauling related transaction standard policies.</div></div>						
저 자 인적사항	성 명	박미정 / 朴美靜 / Park, Mi-Jeong				
	소 속	부산외국어대학교 글로벌비즈니스대학 경영학부				
	Em@il	mmjj17@hanmail.net				
논문작성일	투 고 일	2020.05.19	심 사 일	2020.05.25	게재확정일	2020.06.11