

러-우 전쟁 발생 후 러시아 시장 변화와 전망

산업분석실
이서현 선임연구원

KATECH Insight

- ◆ 전쟁 발생 후 露 자동차 시장은 현지 생산에서 수입 중심, 글로벌 브랜드에서 중국 브랜드 중심으로 변화
- ◆ 단 최근 러시아 정부는 자동차 수입 억제 정책을 도입하여 변화를 모색, 중국 업체는 경쟁력을 유지하기 위해서는 현지화 투자가 불가피하나 러시아의 정책·시장 불확실성이 높아 의사결정에 고민
- ◆ 러시아 시장은 다양한 차원에서 높은 불확실성을 내재하고 있어, 글로벌 자동차 제조사는 재진출 의사결정에 앞서 다양한 시나리오 및 대응 전략 수립이 필요할 것으로 판단됨

» 러-우 전쟁 종결 기대로 글로벌 자동차 제조사의 러시아 시장 재진출을 두고 관심 고조

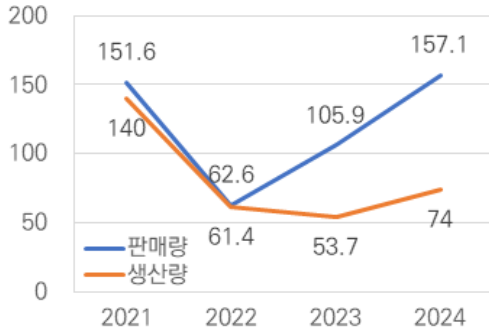
- 과거 러시아 시장에서 현대차·Renault·Toyota 등 글로벌 자동차 제조사는 높은 점유율·수익을 확보*했으나, 러-우 전쟁 발생 후 대다수가 러시아 정부·기업에 생산시설 등을 매각하고 철수
 - * '21년 기준 러시아 자동차 시장 점유율 1위는 현대차그룹, 2위는 러시아 브랜드 Lada(AvtoVAZ 산하, Renault의 자회사였으나 '22년 러시아 정부가 인수), 3위는 VW, 4위는 Renault, 5위는 Toyota였음
- 최근 전쟁 종결이 논의되며 러시아 시장 재진출에 대한 기대가 커지고 있으나 변화된 환경 하 경쟁우위 회복 가능성, 러시아 정책 기조 등을 포함하여 종합적인 검토가 필요

» 전쟁 발생 후 露 시장은 현지 생산에서 수입 중심, 글로벌 브랜드에서 中 브랜드 중심으로 변화

- 글로벌 제조사 철수로 생산능력이 크게 위축되었으며, 주요국의 경제 제재 및 글로벌 제조사의 자체 조치 등으로 자동차, 부품 등의 수입도 제한되면서 큰 공급난에 직면
 - 러시아 자동차(승용차) 생산량은 '21년 140만대에서 '24년 74만대로 감소하였으며, 단기 내 전쟁 전 수준을 회복하기는 어려울 것으로 전망됨(S&P Global, '25.1월)
 - * 러시아 자동차 제조사 등은 글로벌 제조사가 철수하며 매각한 생산시설을 인수해 차량을 자체·위탁 생산하고 있지만, 러시아 자동차 산업 생태계 전반의 글로벌 제조사 의존도가 높았기에 회복에 어려움을 겪고 있음
 - G7, EU 등은 對러 경제 제재를 결의하여 가액·배기량 등을 기준으로 자동차, 부품 수출을 제한하고 있으며 글로벌 제조사는 주요국 제재와 별개로 영업사원·공식 판매처 등의 對러 수출을 금지하는 등 자체 조치 도입 중
- 러시아 정부는 공급난 해소를 위해 병행수입 허용 및 중국 등 제재 불참국으로부터 수입 확대 등을 추진하였고 그 결과 수입이 큰 폭으로 증가하고 신차 판매량도 '24년 전쟁 발생 전 수준을 회복
 - 러시아는 '21년까지 병행수입을 사실상 금지했으나 '22년부터 한시적으로 허용하기 시작
 - * 병행수입은 제조사나 공식 딜러가 아닌 제3자가 독자적으로 차량을 수입하는 방식으로, 사후관리에 한계 존재
 - * 병행수입 허용 정책 자체는 특정 국가 또는 브랜드로부터의 수입을 활성화하기 위한 것으로 보기 어려우나, 주요국 제재 및 글로벌 제조사의 자체 정책을 고려하면 주로 중국 브랜드가 병행수입을 활용했을 것으로 추정됨
 - 글로벌 제조사의 공백을 중국 브랜드가 빠르게 메운 결과 '21년 10% 미만이던 중국 브랜드의 신차 판매 점유율은 '24년에는 과반으로 급증했으며 신차 수입 중 중국 비중도 '24년 약 80%에 달함

Ⅰ '21~'24년 러시아 신차 판매·생산량

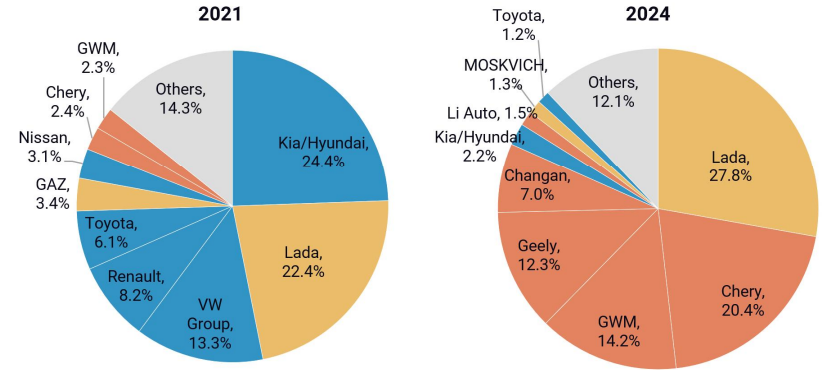
(단위: 만대)



Ⅰ '21년, '24년 브랜드별 러시아 신차 판매 점유율

(단위: %)

Percent share, Chinese OEMs | Western OEMs | Russian OEMs | Others



주: 신차 중 승용차만을 대상으로 조사함

자료: 신차 판매·생산량은 러시아 자동차 산업분석 기관 Autostat과 S&P Global; 브랜드별 판매 점유율은 ASM Holdings

Ⅰ '21~'24년 러시아 신차 공급구조

(단위: %)

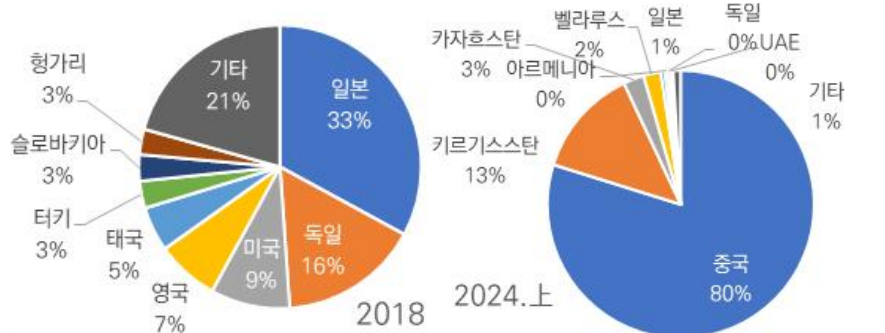
구분	'21년	'22년	'23년	'24년
현지 생산	80.0	76.0	51.0	45.0
러시아 브랜드	(19년) 20.0	-	34~38.5	-
외국 브랜드	(19년) 60.0	-	11~12.5	-
수입	20.0	24.0	49.0	55.0
정식수입	20.0	17.0	28.0	39.5
병행수입	0.0	7.0	21.0	15.5

주: 신차 중 승용차만을 대상으로 조사함

자료: 러시아 신차 공급구조는 Association of European Business(현지 생산 중 러시아·외국 브랜드 비중은 각각 Emerging Markets Group Company('21.1.)와 Technologies of Trust('24.5.)), 러시아 신차 수입국별 비중은 Autostat과 KOTRA

Ⅰ '18년, '24년 상반기 러시아 신차 수입국별 비중

(단위: %)



» 최근 러시아 정부는 자동차 수입 억제 정책을 도입하여 변화를 모색 중, 현재 러시아 자동차 시장구조를 고려하면 중국 업체가 가장 직접적으로 영향을 받을 전망

• (정책①) 수입차에 대한 비관세 장벽으로 작용하는 재활용 수수료*를 대폭 인상하여 수입 억제

* 재활용 수수료는 차량(신차·중고차) 등록·수입 시 배기량·연식 등에 따라 부과되는 세금과 비슷한 수수료임. 재활용 수수료는 현지 생산기업에는 환급되므로 사실상 관세와 비슷한 역할을 함

- 재활용 수수료는 '24.10월 70~85% 인상되었는데, 이는 평균 차량 가격의 8% 내외에 달함

* 예: 배기량 1,000cc 이상 2,000cc 미만 승용차에 부과되는 재활용 수수료는 기존 30.6만 루블 → '24.10월 55.6만 루블인데 이는 '24년 신차 평균가(312만 루블, Autostat)의 8% 수준

- 이어서 '25.1월에는 10~20%가 추가 인상되었으며, '24.10월 러시아 정부가 발표한 재활용 수수료 인상 계획이 그대로 실행된다면 '30년까지 매년 10~20% 추가 인상될 예정

• (정책②) EAEU* 회원국 간 통관 정보 공유 시스템을 구축하고 수입 차량의 제세 회피를 방지

* EAEU란 러시아·카자흐스탄·벨라루스·아르메니아·키르기스스탄으로 구성된 단일 관세·인증 연합체로, EAEU 회원국 간 역내 무역에는 원칙적으로 관세가 면제되며 자동차를 포함한 대부분의 공산품에도 동 원칙이 적용됨

- 제3국에서 수입한 차량을 EAEU 회원국을 거쳐 러시아로 재수출할 때 차량 가액을 축소 신고하고, 러시아와 그외 EAEU 회원국 간 제도 차이를 이용하여 제세 부담을 회피하는 사례 다수 발생

- * 예: 제3국에서 EAEU 회원국 A국으로 차량 수입→A국이 러시아와의 부가가치세율 차이와 통관 특례 제도 등을 이용, 낮은 세금만 부담하고 형식적인 등록·단기 운행 후 차량을 러시아로 재수출→EAEU 역내 거래이므로 부과할 관세가 없어 러시아 세관은 차량 가액을 미검증→차량 가액을 축소 신고하여 러시아에 부가가치세 등을 과소 납부
- * 중국 헤이허(黑河) 시(市)의 자료에 따르면 실제 가액이 6만 달러인 중국산 자동차가 키르기스스탄을 거쳐 러시아로 수입될 때, 신고 가액을 8천 달러 수준으로 축소할 수 있었다고 함
- 이를 차단하기 위해 '24.4월 EAEU 역내 차량 가액·시가 등 정보 공유 시스템을 구축하고 '25.5월부터 러시아는 EAEU에서 수입한 차량의 구매 가격 등을 대조하여 제세 과소 납부 추정액을 재활용 수수료로 추징하기로 함
- * 러시아 정부는 차량 평균 가액을 고시하고 EAEU 회원국 A국에서 수입된 차량의 Invoice 등 신고가격과 비교함. 또한 제3국에서 러시아로 차량을 직수입했을 때와 비교, 제세 부담액이 현저히 낮다면 그 차액을 재활용 수수료로 부과함. 차량 가액 등 입증 자료가 불충분한 경우 차량 가액의 최대 60%를 재활용 수수료로 부과할 수 있음
- 동 조치로 EAEU 회원국을 거쳐 러시아로 재수출되는 차량 가격에 상승 압력이 발생할 것으로 전망됨
- * 현지 업계 전문가는 프리미엄 자동차 기준으로 평균 20~25%의 가격 상승을 예상(러시아 Izvestia紙, '25.3월)

• **(정책③) 중국 등 우호국 브랜드 자동차에 대해 수입 절차를 강화하고, 자국에 공식 판매처를 둔 브랜드 차량에 대해서는 병행수입을 금지하는 조치를 도입**

- 러시아는 과거 병행수입을 원칙 금지하고 차량 수입 시 상당한 비용·시일 등이 필요한 형식승인(OTTS)* 취득을 의무화했으나, '22.10월 병행수입을 허용하고 수입 인증도 약식 절차로 간소화(ZOETS)
- * 형식승인이란 국가가 인정한 시험기관의 승인을 받아야만 차량을 판매할 수 있도록 하는 제도를 의미
- 그러나 '23.10월부터는 자국에 공식 판매처를 둔 브랜드 차량의 병행수입을 금지*하고, 중국 등 우호국 브랜드 차량을 특정해 약식 승인(ZOETS)을 불허하고 형식승인(OTTS)을 취득**하도록 제도 변경
- * '24년 기준 러시아 내 자동차 공식 판매처 과반은 중국 브랜드 판매처로 이들이 가장 큰 영향을 받는 것으로 판단. 동 조치 목적은 러시아 브랜드, 그리고 자국 내 공식 판매처를 둔 중국 브랜드의 수익성 보호로 해석됨
- ** 한·미·일·EU 등 비우호국 브랜드 차량(단 병행수입 허용 브랜드로 열거되어야 하며 러시아에 공식 판매처가 없어야 함)은 약식 승인(ZOETS)을 받으면 '27년 말까지 수입을 계속 허용. 따라서 이는 사실상 중국 브랜드 수입 억제 조치로 평가

• **정책 변경 배경에는 중국 자동차 제조사가 자국 산업생태계 재건에 그다지 기여하지 못한다는 판단과 러시아 자동차 업계의 요청이 있었던 것으로 판단됨**

- 露·中 일부 보도에 따르면 러시아는 자국 시장에 진출한 중국 자동차 제조사가 자국 내 생산시설 구축·부품사 동반 진출 등에 투자할 것으로 기대했으나, 중국 자동차 브랜드 대다수는 단순 수출 방식으로 진출
- 한편, '23년 露 자동차 제조사 AvtoVAZ는 중국 기업의 對러 투자를 촉진하고 수입(중고차) 시장을 규제하기 위해 재활용 수수료 인상 등 정책이 필요하다고 러시아 정부에 요청(주블라디보스톡 대한민국 총영사관, '24.4월)

» **중국 자동차 업계는 변화한 러시아 정책 환경하에 경쟁력을 유지하기 위해서는 현지화 투자가 불가피하나 러시아의 정책·시장 불확실성이 높아 의사결정에 고민**

- 露 시장에 진출한 中 자동차 브랜드는 수십 개이나 현지 생산 체계를 갖춘 브랜드는 10개 미만, 최근의 수입 억제 정책에 따라 현지 기반을 갖추지 못한 업체의 경쟁력 약화 가능성이 높음
- 현지 생산을 하는 중국 자동차 제조사로 GWM, Chery, Dongfeng, FAW, JAC 등이 있으나 자체 생산을 하는 기업은 GWM이 유일하며 다른 브랜드는 러시아 제조사에 위탁 또는 공장 임차 생산 중
- 병행수입에만 의존 중인 중국 브랜드는 현지 생산 체계까지는 갖추지 않더라도 형식승인(OTTS) 획득, 현지 판매망 구축, 사후 보증 제공 등이 필요하여 상당 수준의 차량 가격 인상이 불가피함
- * 그간 병행수입 방식으로 진출한 중국 브랜드는 현지 판매망, A/S 체계 구축 등에 투자를 하지 않은 경우가 다수

- 실제로 '25년 1~2월 중국의 對러시아 자동차 수출량은 전년 동기비 절반으로 감소했는데 그 원인으로 러시아의 재활용 수수료 인상, 글로벌 자동차 브랜드 재진출 기대 등이 거론('25.4월 Bloomberg)
- * '25년 1~2월 露 신차 판매량은 전년 동기비 14% 감소했는데 중국 브랜드 차량 판매량은 더 큰 폭인 17% 감소
- 그러나 중국 업체에 대한 러시아 정부의 추가적인 견제 가능성, 글로벌 자동차 제조사의 재진출 시 이들과의 경쟁 심화 가능성 등은 현지화를 위한 대규모 투자를 주저하게 하는 요소
- 중국 업체는 최근 러시아 정책 불확실성과 규제 변동성에 따른 리스크를 반복적으로 지적 중, 최근에는 러시아 산업부가 수입 차량 품질 문제를 거론한 뒤 특정 중국 브랜드 차량 형식승인을 취소한 사례도 보도됨
- 현재 러시아에서 판매되는 중국 브랜드 차량은 대부분 중국 내수용 모델로 내식성이 떨어지는데 러시아의 혹한 기후에서 문제점을 드러내고 있으며, 예비 부품 수급 문제로 인한 소비자 불만도 제기되고 있음
- * 중국 브랜드 차량은 부품 교체가 잦고 부품 주변부까지 부식되어 교체 작업도 어렵다는 평가로, '24.10월 露 언론 Kommersant는 韓·EU 브랜드 차량 운행 수명은 약 25~30만km인데 中 브랜드 차량은 약 15만km에 그치고 부품 내식성도 낮아 유지보수 비용이 높다는 러시아 택시·운수 회사 관계자, 산업 전문가의 인터뷰 내용을 보도
- 글로벌 제조사가 재진출하는 경우 경쟁이 심화되고 잠재 고객층이 이탈할 수 있는데, 이를 방지하기 위해서는 러시아 현지 여건 등을 고려한 제품 개선 및 부품 수급 체계 구축 등 추가적인 노력이 필요. 다만 이러한 조치에도 고객층 이탈을 막기 어려울 수 있고 중국 브랜드의 장점인 가격 경쟁력이 약화될 가능성이 있음

Ⅰ 중국 자동차 제조사별 러시아 시장 차량 공급 방식 Ⅰ

구분	중국 자동차 제조사 및 산하 브랜드 ¹⁾
현지 생산	- 러시아 자체 공장에서 생산: GWM(Haval, Tank 등 포함) - 러시아 제조사 위탁생산: Chery(Jaecoo, Omoda, Exeed, Jetour, Kaiyi 포함), Dongfeng(Voyah 포함), FAW, JAC 등 * Chery는 구 VW·Mercedes-Benz 공장, FAW·JAC는 구 Nissan 공장·러시아 제조사 AvtoTOR의 공장에서 생산
정식 수입	- Geely, Changan, GAC, GAC-Honda 등 * Geely(Belgee 등 포함): Belgee 벨라루스 공장에서 생산한 차량을 수입·판매 ²⁾ * Changan: '25년부터 러시아 제조사 AvtoTOR 공장에서 현지 생산을 시작할 가능성
병행수입	- 현지 생산·정식 수입을 하지 않는 중국 자동차 제조사 일체(Li Auto, BYD 등 대부분의 제조사)

주: 1) 러시아 시장에 진출한 승용차 제조사만을 대상으로 조사했으며 트럭 등 상용차 제조사 사례는 조사하지 않음

2) Geely는 산하 브랜드 Volvo가 미국·EU 제재에 휘말릴 위험을 고려하여 러시아에 현지 생산 시설을 구축하기보다 벨라루스 공장에서 생산한 차량을 정식 수입하는 방식을 유지할 가능성이 높다고 평가됨

자료: Marklines 등을 참조하여 저자 정리

» 글로벌 자동차 제조사는 러시아 시장 재진출 가능성을 검토하고 있으나 변화된 시장·소비자 환경 및 러시아 정부의 높은 정책 불확실성에 우려가 존재

- 러시아 시장이 중국 중심으로 재편되었음에도 중국 브랜드에 대한 소비자 선호는 아직 높지 않음
- 露 자동차 산업분석 기관 Autostat이 '24.9월 露 차주 약 5,600명에 대해 실시한 설문조사에서 27.6%는 어떤 경우에도 중국 브랜드 차를 구매하지 않을 것이며 27.5%는 대안이 없으면 어쩔 수 없이 구매할 것이라 응답
- 해당 조사에서 러시아 소비자는 중국차 구매를 꺼리는 이유로 과한 가격(17.8%), 품질 부족(15.3%), 신뢰성 부족(9.4%), 예비 부품 조달 문제(9.6%) 등을 제시
- 그러나 중국 브랜드에 대한 소비자 인식·수용성이 빠르게 높아지고 있어 글로벌 제조사가 러시아 시장에 재진출해도 과거의 높은 점유율을 쉽게 회복하기는 어려울 수 있음

- Autostat이 '24.9월 1,000명의 露 차주에 대해 '지난 3년간 중국 브랜드 차량에 대한 평가·이미지 변화' 설문조사를 실시한 결과 중국 브랜드 차량을 소유한 사람의 과반이 중국차에 만족한다고 답변
- * 다만 '24년 러시아에 등록된 중국 브랜드 차량 60% 이상이 3년 내 신차로, 장기 운행 과정에서 중국차에 대한 소비자 인식·수용성이 달라질 가능성도 존재

Ⅰ 지난 3년간 중국 브랜드 차량에 대한 러시아 소비자의 평가·이미지 변화 Ⅰ

(단위: %)

중국 브랜드 차량(중국차)에 대한 평가·이미지	중국차 소유자	비중국차 소유자
중국차는 나이지고 있음(만족함)	65.3%	24.2%
중국차는 러시아 시장에 매우 많이 진출했으며, 현재 대안이 없음	15.3%	26.1%
중국차 가격은 품질에 부합하지 않음	8.5%	19.6%
평가 변화 없음 - 이전과 마찬가지로 중국차를 긍정적으로 평가함	5.7%	0.7%
평가 변화 없음 - 이전과 마찬가지로 중국차를 부정적으로 평가함	2.3%	26.6%

주: '24.9월 Autostat이 1,000명의 러시아 자동차 소유주에 대해 실시한 온라인 설문조사 결과

자료: Autostat

- 러시아 정부가 글로벌 제조사의 자국 시장 재진출에 까다로운 조건을 내걸 것으로 예상되는 점과, 최근 사례에서 확인된 바와 같이 러시아의 정책 불확실성이 높다는 것도 부담이 될 수 있음
 - 러시아 정부는 앞으로 외국 자동차 제조사에 합작, 기술 공유, 현지화 등 요구 수준을 기존보다 강화할 전망
 - * '25.2월 러시아는 외국 자동차 제조사 재진출 허용 조건으로 러시아 내 지사 설립 및 ①러시아 주도의 합작투자, ②합작 투자에 기술개발 관련 사항 포함, ③엄격한 현지화율 달성, ④해당 기업 모국의 모든 對러 제재 해제를 제시(KOTRA)

» 러시아 시장은 다양한 차원에서 높은 불확실성을 내재하고 있어, 글로벌 제조사는 재진출 의사결정에 앞서 다양한 시나리오 및 대응 전략 수립이 필요할 것으로 판단됨

- 러시아는 전쟁 방향, 정책 변화, 서구 제재 완화 여부에 따라 구조가 급변할 수 있는 고위험 시장
 - 전쟁 발생 이후 중국 브랜드가 시장을 주도하고 있으나 러시아는 재활용 수수료 인상, 병행수입 제한 등 수입 억제 정책을 강화 중이며 중국차에 대한 일정 수준의 견제 기조도 병행하고 있어 시장 재편이 예견됨
 - 현행 러시아 정책 기조가 유지·강화된다면 수출 방식으로는 경쟁력 확보에 한계가 있어 현지 생산 체계·유통망 구축이 필요하다고 평가되나, 중국 업계에서도 러시아 시장 리스크가 높다고 보고 투자를 주저하는 상황
 - * '25.4월 기아는 '30년 러시아 시장 판매 목표를 연간 5만대로 설정, '21년 현대차그룹의 러시아 시장 판매량이 35.4만대(현대 15.9만대, 기아 19.5만대) 규모였다는 점을 고려할 때 비교적 신중한 목표를 설정했다고 볼 수 있음
- 재진출 시점 및 방식에 따라 성과에 큰 차이가 발생할 수 있어 재진출 여부 자체에 대한 의사결정을 넘어 다양한 접근법에 따른 전략, 특히 고비용-고규제 환경을 고려한 합작·위탁 생산 등 검토 필요
 - 기업의 여건에 맞춰 재진출 시점, 러시아 기업과의 협업 범위를 세분화하여 검토할 필요
- 한편 중국 브랜드 차량의 내구성·A/S 품질 문제는 중장기적으로 러시아 자동차 시장구조 재편 가능성을 예고, 차별화된 품질 역량 및 A/S 체계 구축이 시장 경쟁력의 축이 될 수 있음
 - 일부 러시아 소비자는 중국차 내구성, 내식성, 예비 부품 수급 체계 등을 신뢰하지 않으며, 중국 자동차 브랜드들이 이와 같은 약점을 단기에 해결하기는 어려울 수 있음