

The Deloitte logo is displayed in white text with a green dot at the end of the word. The background of the entire slide is a futuristic, high-tech image of a car assembly line with glowing blue and orange light effects.

Deloitte.



'딜로이트 인사이트' 앱에서
경영·산업 트렌드를 만나보세요!

중국 자동차 산업 동향 및 전망

중국 로컬 브랜드의 성장 전략

2025년 9월
Deloitte Insights



한국 딜로이트 그룹

김태환 전무

자동차산업 전문팀 리더 | 컨설팅 부문

02-6676-3756

taehwankim@deloitte.com

중국 자동차 제조사들은 소프트웨어 역량 강화로 경쟁우위를 확보하고 있습니다.

중국 자동차 시장은 이미 전기차가 주요 동력원으로 자리 잡았으며, 2025년 이후에는 보급률이 50%를 넘어설 것으로 전망됩니다.

현재 중국 전체 자동차 시장에서 로컬 브랜드의 점유율은 약 60% 이상이며, 전기차 시장만 보면 무려 90%에 달하는 압도적인 우위를 보이고 있습니다. 반면 글로벌 및 해외 브랜드는 점유율과 판매량 모두 두 자릿수 감소세를 기록하고 있습니다.

이 같은 독주 체제는 ① 정부의 정책 지원, ② 배터리·소프트웨어 중심의 기술 경쟁력, ③ 거대한 내수 시장이 제공하는 규모의 경제와 가격 경쟁력이라는 세 가지 축을 기반으로 구축되었습니다.

특히 중국 완성차 기업들은 소프트웨어 역량을 빠르게 강화하며 글로벌 브랜드와의 기술 격차를 좁히고 있습니다. 이는 차별화된 사용자 경험을 제공하는 핵심 동력이 되고 있습니다.

중국 시장에서 입지를 확대하려면 ① 현지화 된 기술·제품 전략, ② 공급망 및 비용 경쟁력 확보, ③ 정책·시장 변화에 대한 적응이라는 세 가지 영역에서 실행 과제를 추진해야 합니다.

궁극적으로 중국 시장에서의 성패는 소프트웨어 경쟁력과 현지화 기반의 사업 모델을 얼마나 효과적으로 구축하느냐에 달려 있다고 해도 과언이 아닙니다.

본 리포트는 중국 로컬 브랜드의 성장 요인과 글로벌 브랜드의 대응 전략을 함께 살펴봄으로써, 고객사 여러분이 중국 시장에서 기회와 생존 전략을 모색하는 데 실질적인 인사이트를 제공할 것입니다.

➤ 중국 자동차 산업 동향 및 전망

- 전기차가 지배 동력원으로 전체 자동차 시장 성장 견인
- 중국 로컬 브랜드 절대 강세
- 중국 로컬 브랜드의 시장 지배력은 전기차 시장에서도 강화

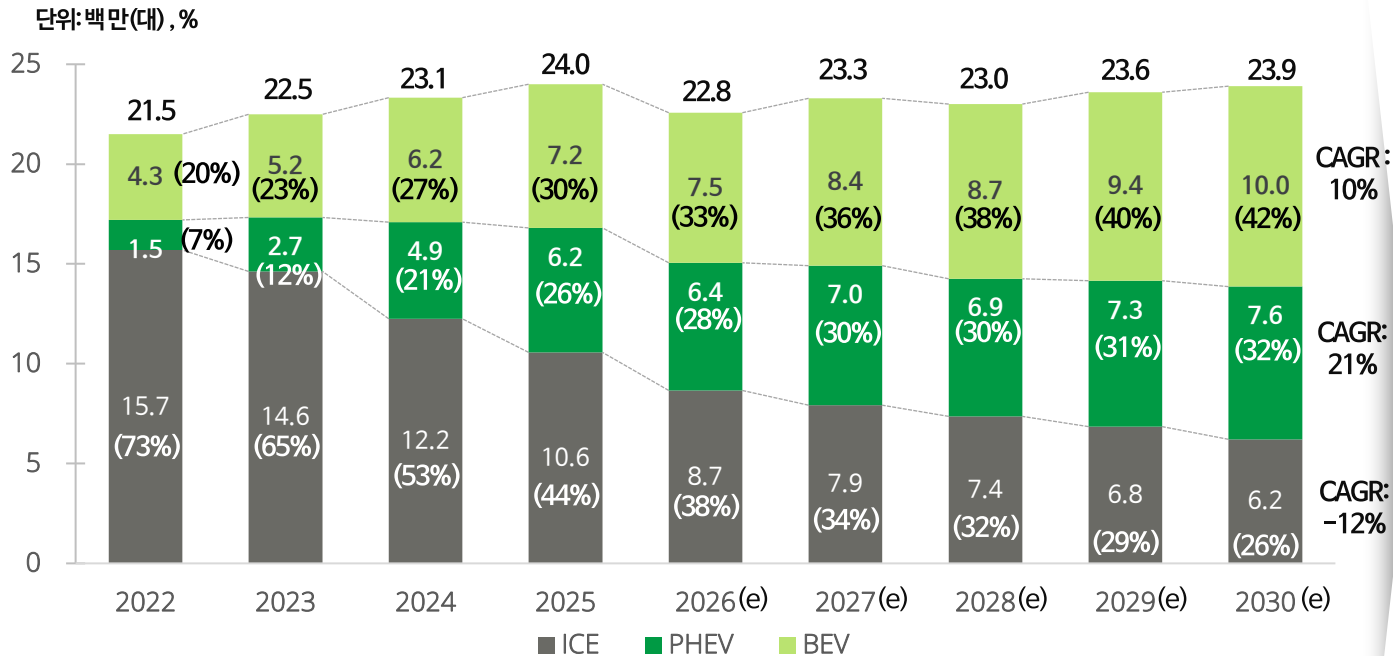
➤ 중국 자동차 브랜드의 자국내 성장 원인

➤ 중국 자동차 시장 내 입지 강화 방안

중국 자동차 산업 동향 - 전기차가 지배 동력원으로 전체 시장 성장 견인

중국에서 전기차(PHEV와 BEV)는 지배적인 동력원으로 자리잡고 있으며, 25년 이후 보급률은 50%를 초과할 것으로 전망됩니다.

중국내 승용차 판매량 추세 및 전망 - 동력원별 점유율 변화



- ☑ 2022년 이후 하이브리드차(PHEV)의 성장률이 배터리 전기차(BEV)를 앞서 전체 승용차 판매의 20% 이상 점유
- ☑ 전기차(PHEV+BEV)는 판매량은 2024년에 1,000만 대를 넘어 2023년 판매량의 약 1.5배로 급등

중국 자동차 시장의 성장 동인

기술 발전 + 인프라 개선 + 우호적 정책 ➡ 소비자 구매 촉진

- 주행거리 불안(Range Anxiety) 완화
 - 2024년 기준 중국 전기차의 1회 충전 시 평균 주행거리 약 500 km
 - NIO ET5 롱레인지 모델 715km, - 2025 BYD Seal 모델 최고 570km
 - Xpeng G7, P7 등은 약 500~700km
- 충전소 접근성 및 충전 편의성 향상
 - 주요 32개 도시의 전기차 공용 충전기 밀집도 21.5기/km² (급속 충전기 58%), *우리나라 평균 약 3기/km², 완속 충전기 다수
- 중국 완성차 제조사들은 PHEV 기술에 집중 하는 동시에 EREV(주행거리 연장형 전기차) 모델도 확대 중
- 올해 PHEV 구매 시 취득세 면제 (약 3만원, 약 590만원)
- 중국 대도시에서는 PHEV에 대한 무료 번호판 발급 및 도로 진입 제한 면제 혜택

제조사간가격 경쟁 ➡ PHEV 가격 하락

- 중국에서는 PHEV 가격이 최대 20% 이상 하락한 모델이 20종 이상
- BYD의 새로운 PHEV 모델은 2,000만 원 안팎의 가격으로 출시

ICE (Internal Combustion Engine): 내연기관, PHEV(Plug-In Hybrid Electric Vehicle): 내연기관+배터리(필요시 외부충전), BEV(Battery Electric Vehicle): 리튬이온 배터리(외부 충전 필수)

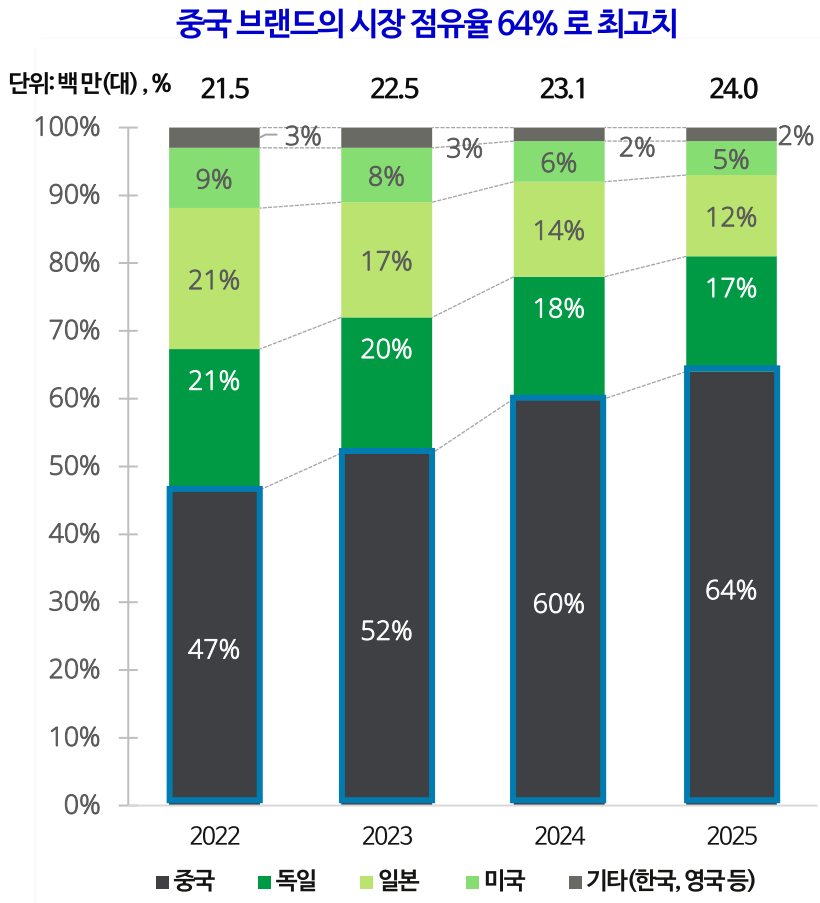
출처: GlobalData, 2025년 1분기 중국 하이브리드 및 전기차 판매 전망, 2025년 4월 데이터 조회

© 2025. For information, contact Deloitte Anjin LLC & Deloitte Consulting LLC

중국 자동차 산업 동향 - 중국 로컬 브랜드 절대 강세

중국 자동차 시장에서 로컬 브랜드가 절대 강세를 보이는 가운데, 글로벌 및 기타 국가 브랜드의 시장 점유율은 2022년 53%에서 2024년 36%로 감소했으며, 판매량도 두 자릿수 하락률을 기록하고 있습니다.

주요 국가별 중국 자동차시장 점유율(2022~2025)



중국 시장내 자동차 판매량 (2025)



중국 자동차 산업 동향

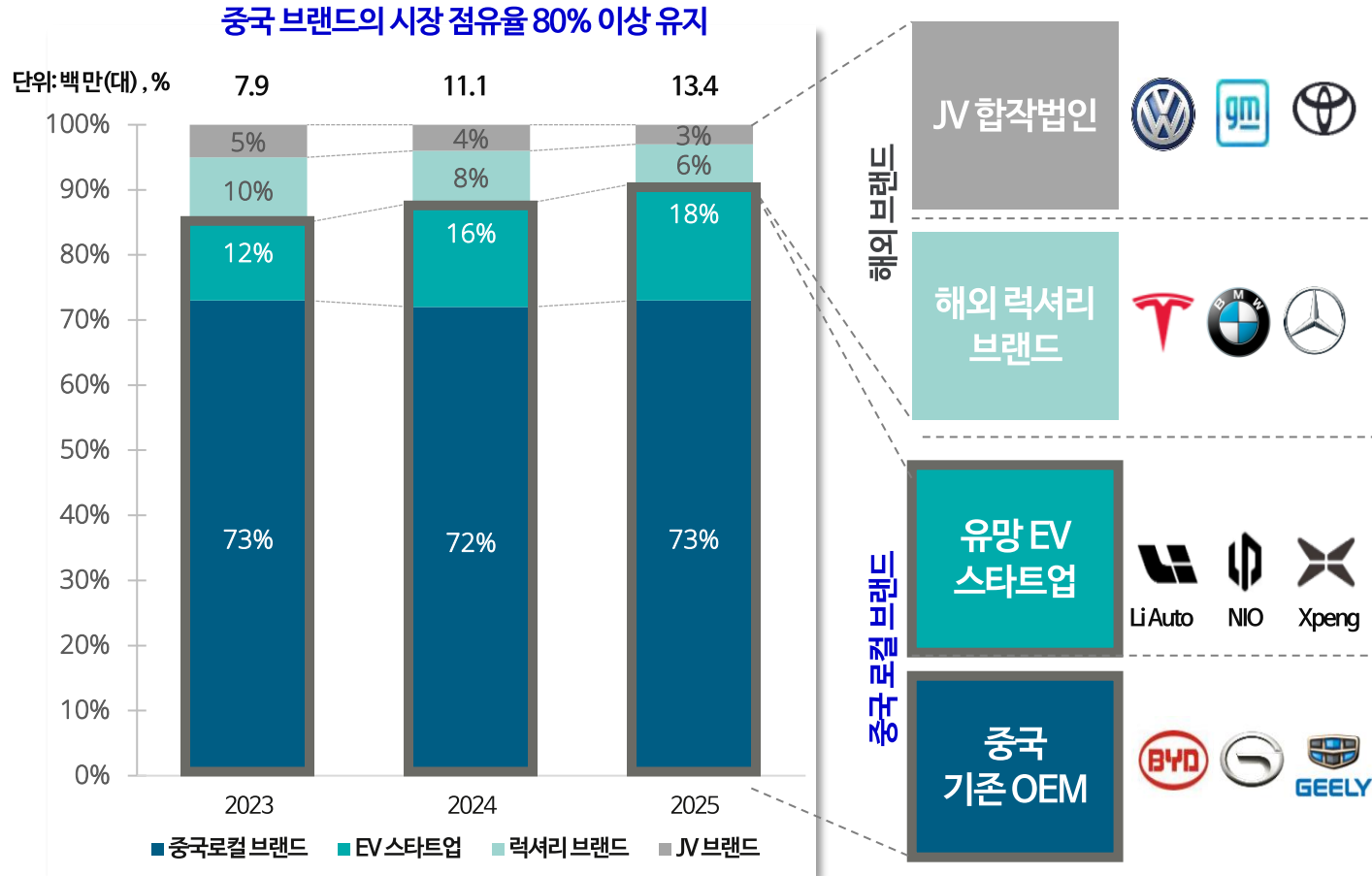
중국 로컬 브랜드가 절대 강자로 자리매김

- 일부 한국은 가격 경쟁력과 현지화 전략으로 방어 중
- 중국 소비자들의 긍정 이미지 확보 미흡과 유통망 구축의 한계
- 미·중 무역 갈등과 정치적 불확실성 지속
- 기존 내연기관 중심 사업에 과도한 의존과 최신 시장 트렌드에 대한 현지화 대응 지연
- 가격경쟁력 약화와 IT·커넥티드 기능 부족으로 중국내 소비자로부터 매력도 하락
- 하이브리드에 집중했지만, 중국 정부의 BEV 지원 정책에 고전
- 전동화 속도 지연과 고가 정책이 중국 소비자에게 매력도 상실
- 전기차, 커넥티드 기술 및 SDV로의 전환에 대규모 기술 투자로 소프트웨어 경쟁력 강화 → 젊은 소비자의 디지털 선호 경향을 반영
- 소비자들의 선호와 트렌드에 맞는 신차 신속히 출시
- 정부의 친환경차 집중 육성 정책과 전동화 전환에 빠르게 적응

중국 자동차 산업 동향 - 중국 로컬 브랜드의 시장 지배력은 전기차 시장에서도 강화

중국 전기차 시장 내 중국 로컬 브랜드의 시장 점유율은 약 90% 수준으로, 절대강자의 지위를 유지하고 있습니다.

중국 전기차(PHEV+BEV) 시장 참여 유형별 점유율



중국 전기차 시장 동향

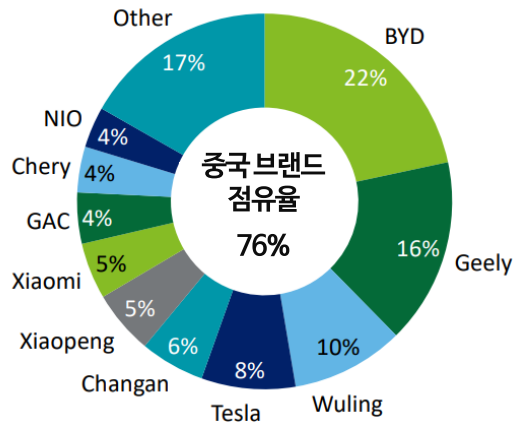
- 글로벌-중국 합자 모델(예: 폭스바겐-상하이차, GM-SAIC)의 경쟁력 약화 중 (5% → 4% → 3%)
 - 중국 소비자가 원하는 디지털·스마트 기능 부족 및 가격 경쟁력에서 열세
 - 로컬 프리미엄 브랜드(예: NIO, HiPhi 등) 대체 효과 발생
- 독일 3사(BMW·Benz·Audi) 등 글로벌 럭셔리 브랜드가 전기차 전환에서 경쟁력 약세 및 시장 입지 축소 (10% → 8% → 6%)
 - 브랜드 파워에도 불구하고 로컬·스타트업의 전기차 경쟁에서 열세
 - 디지털·스마트 기능 부족하고, 가격대비 성능 경쟁에서 약세
- NIO, XPeng, Li Auto 등 EV 전문 기업들이 빠르게 성장 중
 - 소프트웨어 중심(OTA, AI 보조, 자율주행 기능)으로 브랜드 차별화
 - 정부의 '신에너지차' 육성정책 지원과 투자 확대
 - 글로벌 브랜드 대비 빠른 의사결정과 민첩한 신차 출시
- 정부 지원, 가격 경쟁력, 기술 투자(배터리·소프트웨어)로 시장 지배력 유지
 - 내수 규모에 기반한 생산·공급망 최적화 → 가격 경쟁력 확보
 - 빠른 모델 출시와 소비자 니즈 반영 (친환경·스마트카 트렌드 대응)
 - 충전 인프라 확충 및 정책 혜택의 수혜

중국 자동차 산업 동향 - BYD와 Geely 가 중국 전기차 시장 지배

중국 전기차 시장은 BYD와 Geely가 양강 구도로 안정적인 주도권을 확보한 가운데, EV와 SW 기반 신형 브랜드와 중견 제조사들이 소형차 및 첨단 기술이 결합된 차별화 모델로 틈새 시장을 공략하며 기술 경쟁 중심으로 재편되고 있습니다.

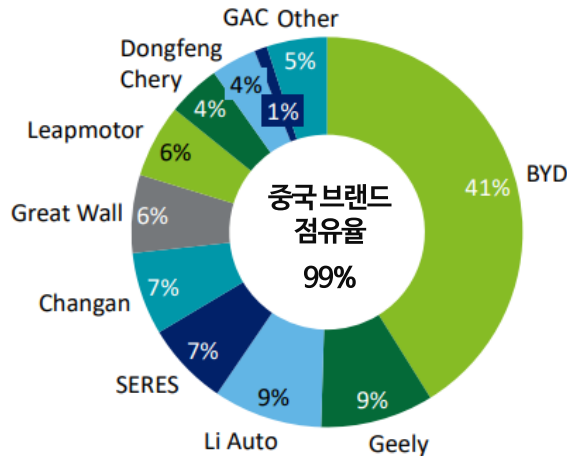
중국 전기차(PHEV+BEV) 점유율

BEV 시장 점유율(2025)



- BYD와 Geely 가 시장 선도
- 테슬라의 점유율이 10% 미만으로 떨어진 반면, 새로운 진입자인 샤오미는 5%까지 확대

PHEV 시장 점유율(2025)



- PHEV는 사실상 BYD 독주체제 확립
- Geely, Li Auto, Seres, Changan 등이 한 자릿수 점유율로 추격자 그룹 형성

중국 전기차 시장 동향

BYD 독주 체제 확립

- 기술력과 모델 라인업, 신속 생산 역량 등에서 경쟁 우위
 - 지능형 소프트웨어 기반 기능과 전기차 본연의 구조적 이점 (e.g. 넓은 공간) 등을 강조
 - 자체 배터리(블레이드 배터리)보유로 가격경쟁력 우위
 - 가격대별 라인업(소형 Dolphin부터 고급 Seal까지) 균형 잡힌 포트폴리오 확보

군소 추격자 그룹 형성

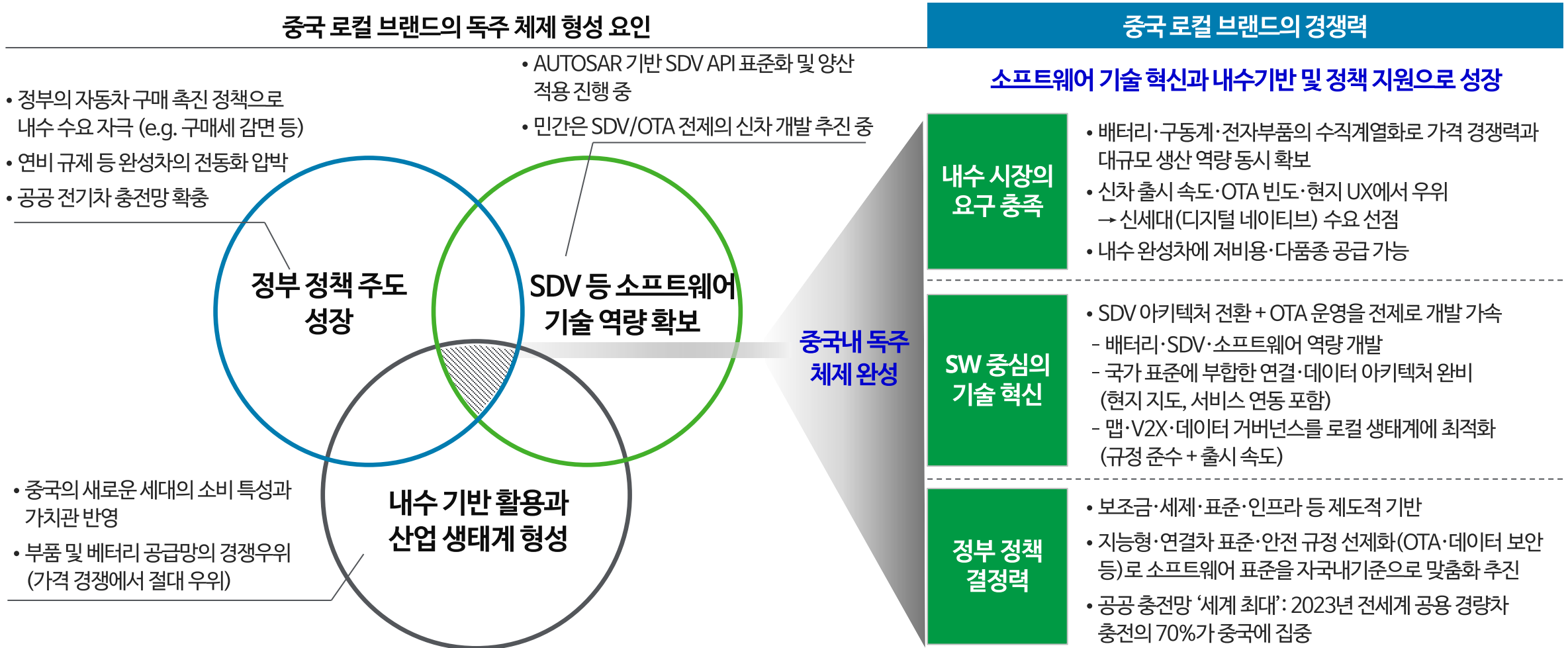
- 신형 테크 기반 브랜드 부상 (Xpeng·Xiaomi·NIO 등)
 - 테크 기반 로컬 EV 제조사들이 시장 재편 중
 - Xpeng: 커넥티드 기능과 자율주행 강점 → 테슬라 대체 브랜드 부상
 - Xiaomi: 스마트 생태계 + 저가 전략 → 시장 잠재적 파괴자
 - NIO: 프리미엄 EV + 배터리 스왑 차별화

중견 브랜드의 방어

- Geely의 강력한 추격 (16%) : 중국 전통 내연기관 강자가 전동화에서도 빠르게 적응 중
 - Zeekr(고급 전기차), Geometry(중저가), Volvo/Polestar(해외 프리미엄)의 멀티 브랜드 전략 효과
- Wuling의 소형차 전략 (10%): Mini EV 등 초소형 전기차로 내수 시장을 장

중국 자동차 브랜드의 자국내 성장 원인

중국 브랜드는 정부의 정책 지원과 배터리 및 소프트웨어 중심의 기술 경쟁력, 그리고 거대한 내수시장이 제공하는 규모의 경제와 가격 경쟁력을 토대로 자국내 산업 생태계를 공고히 하며 중국 시장에서 독주 체제를 구축했습니다.



중국 자동차 브랜드의 자국내 성장 원인 - 내수 시장의 요구 충족

중국의 소비자들은 차량을 구매 시 첨단 기술 기반의 주행 경험, 친환경성 및 차량 가격과 유지 비용을 중요한 고려요소로 삼고 있습니다.

중국 소비자 특성



첨단기술 경험	친환경 추구	가격 및 운영 비용
• 고도화된 자율주행(AD) 기능과 커넥티비티 서비스 → 쾌적한 주행 경험	• 신에너지차(NEV) 제품에 대한 선호 증가와 신뢰할 수 있는 품질 추구	• 연료 효율성(즉, 연료비나 전기 요금 절감) • 소유 및 유지보수비용 절감

중국 자동차 시장 진입 시 고려사항

가격·가성비 경쟁력 확보

- BYD Dolphin, Wuling Mini EV 같은 “가성비 전기차”는 중소도시·젊은층에서 폭발적 인기
- 로컬 브랜드는 저가형부터 중고급까지 폭넓은 라인업 필요

디지털 세대 취향 맞춤화

- 스마트폰 같은 UX, OTA 업데이트, 음성인식, 인포테인먼트 완비
- AI 기반 주행보조, 차량 맞춤형 세팅, 스마트 생태계 연동으로 ‘내 차’ 경험 강화

친환경·정책 연계 수요 탐색

- 중국 젊은 소비층은 전기차 구매를 “트렌디·친환경 라이프스타일”로 인식
- 저공해차 인센티브 및 신에너지차 보급 확대 정책 활용

중국 자동차 브랜드의 자국내 성장 원인 - SW 중심의 기술 혁신

SW 중심의 혁신은 중국 자동차 브랜드가 빠르게 기술 격차를 줄이고, 내수 시장에서 독보적인 성장세를 보이는 핵심 동력으로 작용하고 있습니다.

중국 브랜드의 소프트웨어 중심의 혁신 방향

소프트웨어 정의 차량(SDV) 전환	스마트·자율주행 기술 내재화	AI·개인화 서비스 강화
- 차량을 하드웨어가 아닌 소프트웨어 중심으로 설계·운영 - 새로운 기능을 차량 출시 이후에도 OTA 업데이트로 지속 제공 - 개발 주기 단축과 신속한 피드백 반영 → 글로벌 브랜드보다 민첩	- ADAS, 자율주행 알고리즘, AI 기반 주행 보조 기능을 빠르게 상용화 - 중국 지도·데이터 규제에 최적화된 현지 맞춤형 솔루션 제공	- 화웨이·샤오미 등 현지 ICT 생태계와 결합 → 차량을 생활 플랫폼화 - AI·빅데이터 분석으로 운전 습관·패턴 기반의 개인화 서비스 제공 - 스마트 콕핏, 음성비서, 차량-스마트폰 연동으로 디지털 경험 강화 - 결제·엔터테인먼트·정비·보험까지 차량 중심 디지털 라이프 확대
BYD - 자체 DiLink OS 운영체제 → 차량 제어·인포테인먼트 통합 관리 - OTA 업데이트로 파워트레인·배터리 관리 기능까지 개선 - e-Platform 3.0: EV 플랫폼을 소프트웨어로 최적화해 개발 주기 단축	NIO - NIO Adam 슈퍼컴퓨팅 플랫폼 + NIO Pilot (자율주행) → L2+ 자율주행 지원 - 차량-도로 협력형 자율주행 실증을 중국 주요 도시에서 실행	Xiaomi Auto - 스마트폰·IoT 기기와 완벽한 연동 → 음성제어·스마트홈 연계 가능 - 차량을 “슈퍼폰(超级手机)”으로 정의, 앱 생태계 확장
Geely - SEA(지능형 전동화 아키텍처) 기반 → 레고처럼 모듈형 설계, SW로 차량 차급·기능 조정 - 볼보·폴스타까지 같은 플랫폼 활용 → 글로벌 확장성 확보	XPeng - XPILOT 4.0 → 고속도로·도심 자율주행까지 커버 - 지도 의존도를 낮추는 시각 기반 자율주행(파노라마 센싱) 강화	BYD Tencent, Huawei, Xiaomi 등과의 파트너십 구축으로 차량 내 엔터테인먼트·결제 및 스마트폰 연동 기능 강화
XPeng - OTA 추가: 분기 단위로 신기능 탑재 → 차가 진화하는 경험 제공 - 운영 체제(OS): Xmart OS 3.0, XOS Tianji, XOS 5.4 (차종별로 인포테인먼트 구현) - 폭스바겐과 CEA (China Electronic Architecture) 공동 개발: SDV 지향 E/E 구조	BYD DiPilot (AI 기반 운전 보조) + 스마트 음성비서	
	Li Auto - 대형 SUV 중심 EREV(주행거리 연장형) + ADAS 기능 강화 - NOA(내비게이션 기반 자율주행) 기능, Tesla FSD와 유사한 경험 제공	Changan - UNI 시리즈: 인공지능 비서 + 얼굴인식 로그인 + 개인화 환경 세팅 - 현지 소비자 맞춤형 UX (예: 음성 명령 기반 차량 제어)

중국 자동차 브랜드의 자국내 성장 원인 - 정부 정책 결정력

정부 정책은 로컬 브랜드가 ‘가격, 공급, 사용 경험’의 전 단계에서 우위를 확보할 수 있도록 지원했으며, 이것이 결국 독주 체제 구축의 핵심 요인이 되었습니다.

자동차 산업 성장 정책 방향

세제 인센티브 (구매세 면제 및 감면)

- 2024~2025년까지 NEV(신에너지차) 구매 시 최대 3만 위안(약 4,170 USD) 세금 면제 제공
- 총 5200억 위안(약 723억 USD)에 달하는 세제 지원 패키지 제공

금융적 부담 완화 → 소비자 구매 촉진

- 직접적인 가격 경쟁력 확보
 - BYD Dolphin, Wuling Mini EV 같은 모델은 세제 혜택까지 더해져 소비자 입장에서 “국민 전기차”로 등극
- 수요 확대의 직접적 수혜
 - 보조금·세금 감면은 로컬 브랜드의 판매량을 급격히 끌어올려 시장 점유율 70% 이상 유지에 기여
- 브랜드 충성도 강화
 - ‘가성비+보조금’ 혜택의 조합이 초기 EV 구매 경험을 로컬 브랜드 중심으로 고착화

듀얼 크레딧 제도 (Dual-Credit Policy)

- 연비(CAFC)와 NEV 크레딧 의무를 부여하는 시장 기반 규제
- 전통 제조사들의 전동화 전환 압박을 통한 R&D 확대와 NEV 비중 강화에 기여

전동화 전환 유도 → 제조사의 NEV·기술 확대

- 글로벌 전통 OEM 대비 유리한 출발점
 - 외국 합자(JV) 기업은 내연기관 판매 비중이 높아 크레딧 확보에 불리했지만, 로컬 브랜드는 EV 중심 포트폴리오로 추가 부담이 낮음
- 추가 수익 창출
 - 초과 NEV 크레딧을 다른 업체(특히 합자사)에 판매해 R&D 재투자 자금으로 활용
- SW 중심 혁신 속도 강화
 - R&D 투자가 늘어나며 OTA·자율주행·스마트 인포테인먼트 SW 개발 가속화

인프라 구축 및 지역별 인센티브

- 정책적으로 충전 인프라 확대, 지역별 번호판 우대, 혼잡통행료 면제 등 실질적 소비자 혜택 강화
- 2024년에는 무연비 교환 보조제도(trade-in subsidy)가 도입되어 EV 수요 자극에 기여

충전 인프라 및 제도 측면의 환경 조성

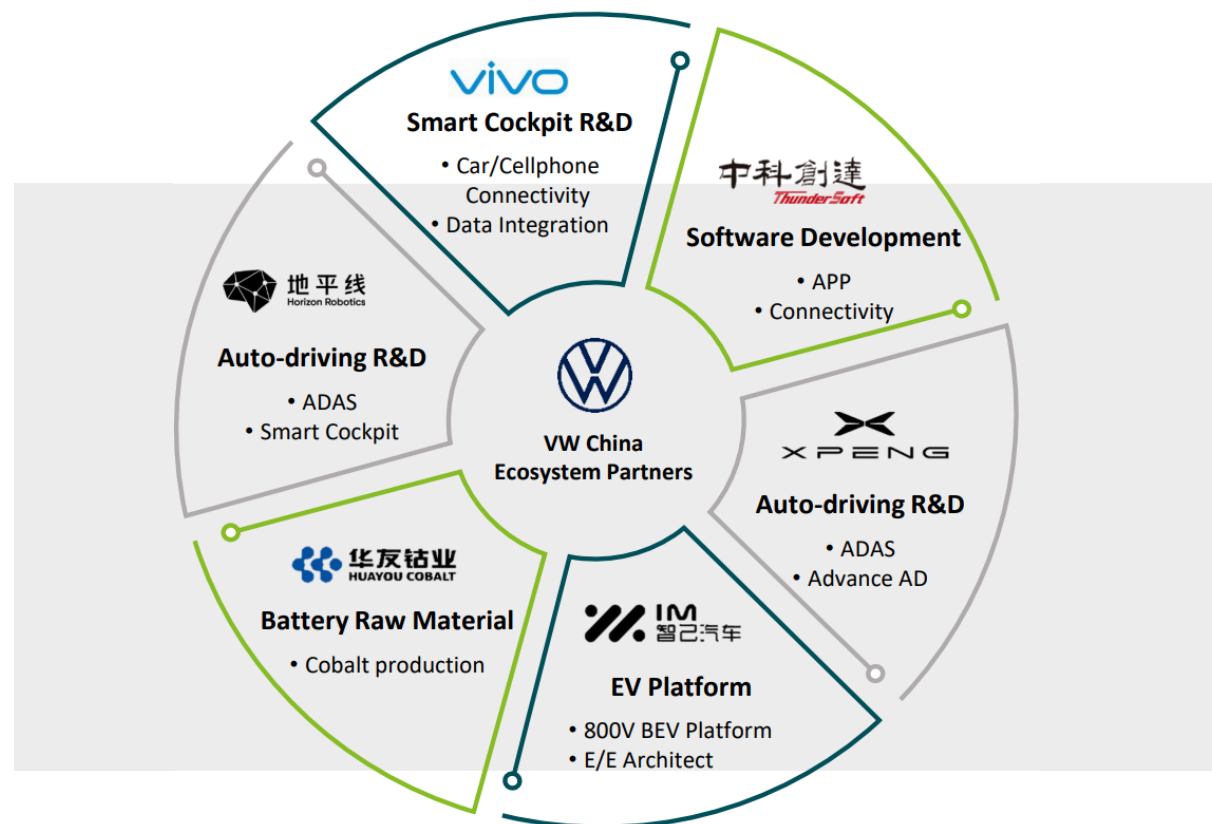
- 충전망 확충
 - 소비자 “충전 불안(Range Anxiety)” 해소 → 로컬 브랜드 신뢰도 향상
- 번호판 우대
 - 베이징·상하이 등 대도시에서 내연기관 번호판 취득은 수천만 원의 비용 지급
 - NEV는 무료·즉시 발급 → 로컬 브랜드 EV 판매 직결
- 도시별 보조 정책
 - 일부 지방정부는 자국 브랜드 위주로 보조금·차량 등록 혜택 설계 → 로컬 브랜드가 더 큰 수혜.

중국 자동차 시장 내 입지 강화 방안 - VW의 협력과 경쟁 전략

폭스바겐은 중국 내에서 소프트웨어·EV 플랫폼·배터리 공급망 전반에 걸쳐 로컬 기업과 전략적 협력을 강화하며, 현지화된 기술력과 경쟁 모델 개발을 통해 중국 시장에서의 입지를 공고히 하고 있습니다.

VW의 중국 브랜드와 협력 사례

소프트웨어 중심으로 로컬 브랜드와 협력 강화



코피티션 (Co-opetition) 전략

- 기업들이 상호 경쟁하면서도 동시에 협력하는 전략
- 각 기업의 보유 역량을 기반으로 제품 개발, 기술 공유, 공급망 관리 등에서 협력해 비용절감이나 혁신 추구

로컬 브랜드와 SW 개발 협력

- VW은 Horizon과 합작법인 CARIZON을 설립하여 풀스택 지능형 주행 솔루션을 개발
 - 2025년에는 L2++ 수준의 기능 출시할 예정
- CARIAD와의 합작법인인 Thundersoft, VIVO 등 현지 기업과 협력 → 현지화된 지능형 콕핏 기능 역량 강화

현지 배터리 공급망 협력

- 중국 안후이 배터리 시스템 공장에 투자
 - 2023년 11월에 고전압 배터리 시스템 생산 시작

전기차 플랫폼 개발 협력

- Audi의 미래 모델을 위한 BEV 플랫폼을 IM 모터스와 협력하여 개발
- Xpeng과 함께 중국 전기차 아키텍처(CEA) 및 미래 전기차 플랫폼 공동 개발

중국 자동차 시장 내 입지 강화 방안

중국 자동차 시장 내 입지 강화를 위해서는 ① 현지화 기술·제품, ② 공급망·비용 경쟁력, ③ 정책·시장 적응의 3대 축에서 구체적인 실행 과제를 추진해야 합니다.

전략적 고려사항



- 소프트웨어 역량을 강화 해야 한다.
 - 중국 소비자 니즈에 맞는 스마트·연결 서비스(인포테인먼트, OTA, AI 어시스턴트) 강화
 - 현지 파트너(JV, ICT 기업 등)와 협업을 통한 전용 EV 플랫폼 공동 개발
 - 모델 라인업 세분화: 초소형 EV, SUV, 럭셔리 EV 등 세대별·지역별 맞춤형 포트폴리오 제공



- 생태계 협력 및 현지 공급망에 투자하고, 전략적인 파트너십을 확대해 나가야 한다.
 - 현지 배터리·부품 업체와 장기 파트너십 체결 → 원가 절감 및 안정적 공급망 확보
 - 현지 생산 기지 확대로 규모의 경제 실현 및 가격 경쟁력 강화
 - 로컬 부품사와의 기술 공동개발로 중국 기준에 최적화된 부품·시스템 적용



- 정부 정책 및 인프라 지원을 적극 활용하여 생산·유통 효율성을 강화 해야 한다.
 - NEV 보조금, 듀얼 크레딧 제도 등 중국 정부 정책에 부합하는 전략적 모델 출시
 - 충전·서비스 인프라 파트너십 확대 → 소비자 사용 경험 강화
 - ESG·친환경 이미지 제고를 통한 정책 우호성 확보 및 브랜드 신뢰도 강화

딜로이트 인사이트 앱

전 세계 경제·산업·경영 트렌드와 인사이트를
실시간으로 확인하세요!

-  MZ세대 소비자, ESG, 경제전망 등 이슈 분석 리포트
-  CEO·CFO 분기 서베이, 자동차구매의향지수 등 경영·산업 동향 지표
-  딜로이트 전문가의 생생한 경험이 녹아있는 영상 콘텐츠
-  채용공고, 임직원 브이로그, 이벤트 안내 등 다양한 딜로이트 소식

 카카오채널



 앱



Download on the
App Store



GET IT ON
Google Play





앱스토어, 구글플레이/카카오톡에서 ‘**딜로이트 인사이트**’를 검색해보세요.
더욱 다양한 소식을 만나보실 수 있습니다.

Deloitte. Insights

성장전략부문 대표
손재호 Partner
jaehoson@deloitte.com

딜로이트 인사이트 편집장
박경은 Director
kyungepark@deloitte.com

연구원
배순한 Director
soobae@deloitte.com

Contact us
krinsightsend@deloitte.com

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), its global network of member firms, and their related entities (collectively, the "Deloitte organization"). DTTL (also referred to as "Deloitte Global") and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of each other.

DTTL does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more. Deloitte Asia Pacific Limited is a company limited by guarantee and a member firm of DTTL. Members of Deloitte Asia Pacific Limited and their related entities, each of which are separate and independent legal entities, provide services from more than 100 cities across the region, including Auckland, Bangkok, Beijing, Hanoi, Hong Kong, Jakarta, Kuala Lumpur, Manila, Melbourne, Osaka, Seoul, Shanghai, Singapore, Sydney, Taipei and Tokyo.

This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), its global network of member firms or their related entities (collectively, the "Deloitte organization") is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser.

No representations, warranties or undertakings (express or implied) are given as to the accuracy or completeness of the information in this communication, and none of DTTL, its member firms, related entities, employees or agents shall be liable or responsible for any loss or damage whatsoever arising directly or indirectly in connection with any person relying on this communication. DTTL and each of its member firms, and their related entities, are legally separate and independent entities.

본 보고서는 저작권법에 따라 보호받는 저작물로서 저작권은 딜로이트 안진회계법인(“저작권자”)에 있습니다. 본 보고서의 내용은 비영리 목적으로만 이용이 가능하고,
내용의 전부 또는 일부에 대한 상업적 활용 기타 영리목적 이용시 저작권자의 사전 허락이 필요합니다. 또한 본 보고서의 이용시, 출처를 저작권자로 명시해야 하고 저작권자의 사전 허락없이 그 내용을 변경할 수 없습니다.