

데이터융복합·소비자리서치 전문기관			
Consumer Insight			
컨슈머인사이트 보도자료			
기관	컨슈머인사이트	이 메 일	choihk@consumerinsight.kr
문의	최현기 수석부장	연 락 처	02) 6004-7614
배 포 일	2021년 11월 17일(수) 배포	매 수	3매

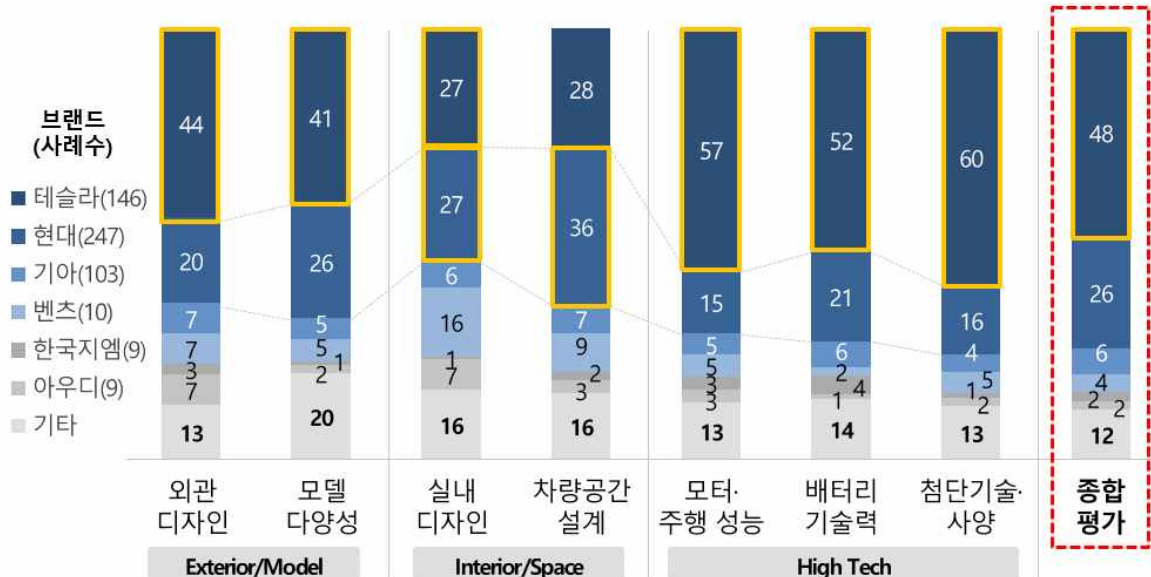
■ 2021년 자동차 기획조사 보도자료 ⑨

소비자가 본 최고 전기차는 단연 '테슬라'... 2위는 현대차
 컨슈머인사이트 '전기차 신차 구입자의 브랜드 평가' 조사

- 테슬라, 7개 항목 평가에서 5개 항목 압도적 1위 차지
- 모터·배터리·첨단기술 등 하이테크 관련 항목 특히 강세
- 현대차 '차량공간설계' 테슬라 앞서고 '실내디자인'은 동점

[그림1] 전기차 제조사·브랜드 소비자 평가 [단위 : %]

[Base: 전기차 새차 구입자, N=729명]



Q. 국내에서 전기차를 판매하고 있는 대표적인 브랜드 중 각 측면별로 가장 우수하다고 생각하는 브랜드는 무엇인지 선택해 주십시오.
 • 위 6개 제조사·브랜드 외 BMW, 르노삼성, 푸조가 비교 브랜드에 포함됐으나 종합평가가 2% 미만의 평가를 받아 기타로 제시했으며, 모름·무응답도 기타에 포함시킴
 • 노란색 테두리 부분은 각 항목별 1위 브랜드 표시임

전기차 신차를 구입해 사용 중인 소비자가 생각하는 최고의 전기차는 단연 테슬라였다. 응답자 2명 중 1명(48%)의 선택을 받아 현대차(26%)는 물론 국산 수입 모든 브랜드를 압도했다. 7개 평가항목 중 차량공간설계를 제외한 6개 항목에서 최고 평가를 받았고 그 중 3개 항목은 과반수의 지지를 받아 절대적인 우위를 보였다.

자동차 조사 전문기관 컨슈머인사이트가 2001년부터 시행해온 '연례 자동차 기획조사(매년 약 10만명 대상)'에서 전기차 새 차 구입자 729명을 대상으로 가장 우수하다고 생각하는 전기차 브랜드를 세부 항목별로 조사해 결과를 분석했다. 비교 항목은 △외관디자인 △모델 다양성 △실내디자인 △차량공간설계 △모터·주행성능 △배터리기술력 △첨단기술·사양 7개로 나뉘었다.

7개 항목 종합평가에서 △테슬라는 48%라는 압도적인 선택을 받아 1위를 차지했으며 △현대차가 26%로 그 뒤를 이었다. △기아(6%) △벤츠(4%) △한국지엠(2%) △아우디(2%)는 한자릿수 선택을 받는 데 그쳤고 그밖에 비교 브랜드에 포함된 △BMW △르노삼성 △푸조는 각각 2% 미만의 평가를 받아 비교에서 제외했다[그림].

테슬라는 7개 항목 중 6개에서 가장 높은 평가를 받았다. 특히 기술적 측면에 해당하는 3개 항목(△모터·주행성능 57% △배터리기술력 52% △첨단기술·사양 60%) 모두에서 과반수의 지지를 얻었다. △외관디자인 △모델다양성은 40% 이상의 선택을 받아 상당한 차이로 선두를 달렸으며 △실내디자인에서는 27%로 현대차와 공동1위였다.

현대차는 △차량공간설계 항목에서 36%로 테슬라(28%)를 앞서 단독 1위에 올랐으며 △실내디자인(테슬라와 공동1위)을 포함하면 2개 항목에서 최고 평가를 받았다. 나머지 항목에서도 테슬라에는 크게 뒤졌지만 다른 모든 브랜드를 상당한 차이로 앞서며 국산차 메이저의 자존심을 지켰다.

기아, 벤츠, 한국지엠, 아우디는 테슬라, 현대차와 상당한 격차를 두고 하위권을 형성했다. 이들 3개 브랜드는 대부분 항목에서 큰 차이가 없었으나 기아는 배터리기술력에서, 벤츠는 실내디자인과 차량공간설계에서 다소 비교우위를 보였다.

응답자는 대체로 자신이 보유한 브랜드를 선택하는 비율이 높았지만 브랜드 간 편차는 매우 컸다. 테슬라 보유자 94%가 테슬라를 꼽은 반면 벤츠 55%, 현대차 51%, 아우디 40%가 보유 브랜드를 선택했다. 한국지엠 보유자는 17%만 한국지엠을 지지해 가장 충성도가 낮았고 기아도 29%에 그쳤다. 테슬라 전기차 보유자의 로열티가 타의 추종을 불허할 정도로 높음을 알 수 있다.

이처럼 국내 소비자에게 '전기차는 테슬라'라는 인식은 절대적인 것으로 보인다. 특히 자동차의 핵심이라 할 성능·기술 측면 3개 항목에서는 과반을 차지할 정도로 막강한 입지를 구축했다. 그 비결은 전기차 전문 브랜드로서의 선발효과, 그리고 선택과 집중으로 구축한 전기차 기술력에 대한 소비자의 신뢰일 것이다. 기존의 자동차 시장에서 오랜 전통과 명성을 쌓아 온 글로벌 자동차 브랜드가 전기차로 전환하는 과정에서 눈여겨보아야 할 대상이자 극복해야 할 과제다.

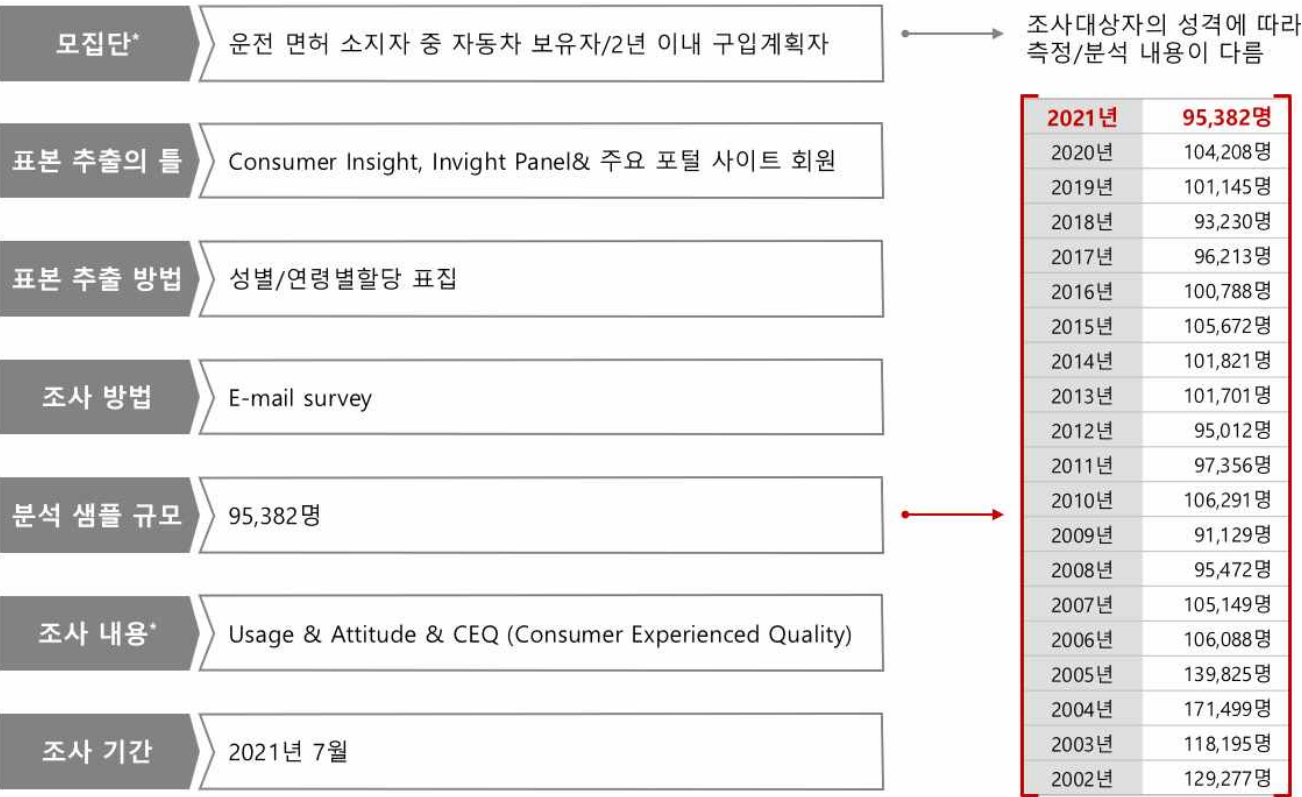
컨슈머인사이트는 **비대면조사에 효율적인** 대규모 온라인패널을 통해 자동차, 이동통신, 쇼핑/유통, 관광/여행, 금융 등 다양한 산업에서 요구되는 전문적이고 과학적인 리서치 서비스를 제공하고 있습니다. 특히, 최근에는 **다양한 빅데이터를 패널 리서치 데이터와 융복합 연계하여** 데이터의 가치를 높이고 이를 다양한 산업에 적용하는 데 집중하고 있습니다.

이 조사결과는 데이터융복합·소비자리서치 전문 연구기관 컨슈머인사이트가 2001년 시작한 표본규모 10만의 초대형 '연례 자동차 기획조사'의 제21차 조사(2021년 7월 실시)로부터 나온 것입니다.

=====

◆ **참고 : 「컨슈머인사이트」 '연례 자동차 기획조사' 개요**

「컨슈머인사이트」는 2001년부터 매년 7월 약 10만명의 자동차 소비자를 대상으로 자동차 연례기획조사(Annual Automobile Syndicated Study)를 아래와 같은 설계로 수행해 오고 있음.



Copyright © Consumer Insight. All rights reserved. 이 자료의 저작권은 컨슈머인사이트에 귀속되며 보도 이외의 상업적 목적으로 사용할 수 없습니다.

For-more-Information

최현기 컨슈머인사이트 수석부장 choihk@consumerinsight.kr 02)6004-7614