

기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	choihk@consumerinsight.kr
문 의	최현기 수석부장	연 락 처	02) 6004-7614
배 포 일	2022년 8월 17일(수) 배포	매 수	총 4매

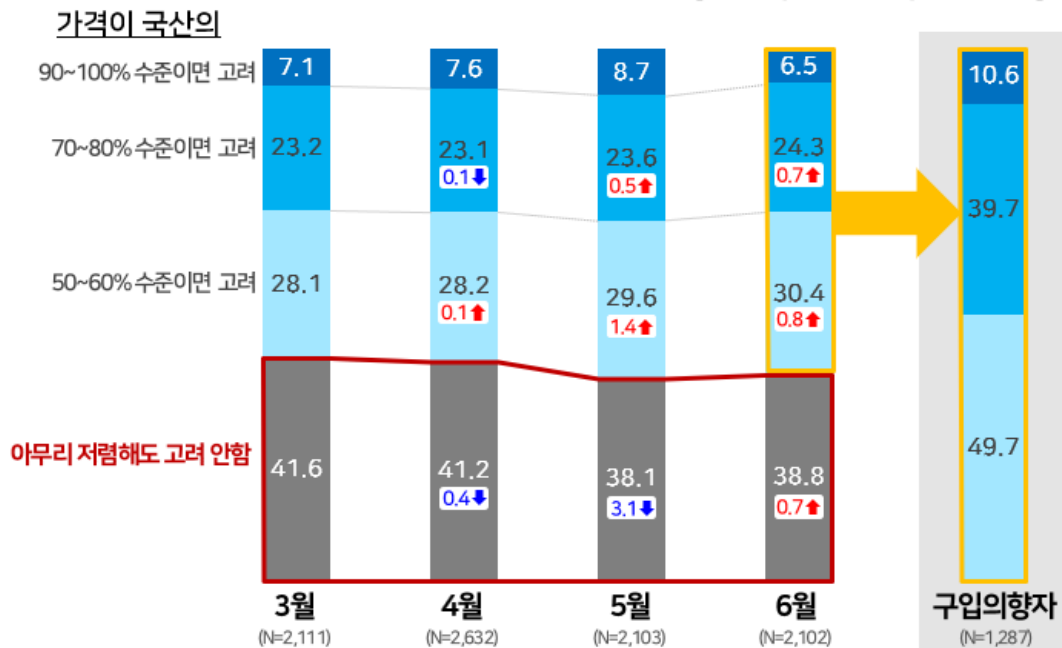
## “중국산 전기차, 아무리 싸도 안 산다” 5명 중 2명

컨슈머인사이트, 중국산 전기차 구입의향 비교

- 내년 판매 예상되는 중국산 전기승용차 ‘거부반응’ 높아
- 국산과 가격차 없으면 10명 중 1명도 구입의향 없지만
- 절반 이상은 국산차 가격의 50~80%일 경우 구입 고려
- 가격탄력성 높아 저가공세 땀 위협적...대응책 마련해야

[그림] 중국산 전기승용차 가격수준별 구입의향 추이 (단위 : %)

[BASE: 향후 2년내 차량 구입 계획자]



↑↓: 전월 대비 증가/감소율 (%)

Q) 현재 세계적으로 전기차를 가장 많이 만들고 판매하는 나라는 중국입니다. 국산 전기차와 성능/스펙/사양이 똑같은 중국 전 기차가 들어왔을 때, 가격이 어느 수준이면 구입을 고려해 볼 것 같습니까?

○ 중국산 전기 승용차의 국내 판매를 앞두고 소비자의 거부반응이 매우 높지만 가격 등 판매조건에 따라 안착 가능성이 상당하다는 조사결과가 나왔다. 2년 내 신차 구입의향이 있는 소비자 10명 중 4명은 중국산 전기차가 아무리 저렴해도 사지 않겠다고 했던 반면 절반 정도는 가격이 50~80% 수준일 경우 구입을 고려하겠다고 밝혔다. 다만 국산과 비슷할 경우에도 구입하겠다는 응답은 10명 중 1명도 안 됐다.

○ 자동차 리서치 전문기관 컨슈머인사이트가 매주 자동차 구입의향자 500명을 대상으로 하는 '주례 신차 반응 조사(AIMM ; Auto Initial Market Monitoring)'에서 중국산 전기차 구입 의향을 묻고 지난 3월 이후 4개월 간의 결과를 분석했다.

□ 조사 문항은 '현재 세계적으로 전기차를 가장 많이 만들고 판매하는 나라는 중국입니다. 국산 전기차와 성능·스펙·사양이 똑같은 중국 전기차가 들어왔을 때, 가격이 어떤 수준이면 구입을 고려해 볼 것 같습니까?'였다.

#### ■ 구입의향 비교 : 국산차 가격의 50~60% 수준일 때 가장 높아

○ 6월 조사 결과(4주간 종합) 중국산 전기차 가격이 아무리 저렴해도 구입을 고려하지 않겠다는 응답(거부반응)은 38.8%였다. 반값(50~60%)일 경우 30.4%가, 70~80%일 경우 24.3%가 구입을 고려하겠다고 했으나 국산과 비슷할 경우(90~100%) 구입의향은 6.5%에 그쳤다[그림].

□ 거부반응을 지난 3월(41.6%)과 비교하면 2.8%포인트(p) 감소했다. 거부반응이 줄어든 만큼 석달 전보다 구입 고려 의향은 다소 상승했다. 중국산이 국산 가격의 50~60%일 경우 2.3%p(3월 28.1%→6월 30.4%) 커졌고, 70~80% 수준일 경우 1.1%p(3월 23.2%→6월 24.3%) 늘어났다.

#### ■ 응답자 특성별 비교 : 성별로 여성이, 연령별로는 30, 40대가 거부반응 높아

○ 중국산 전기차에 대한 거부반응은 여성(44.3%)이 남성(37.0%)보다 컸다. 연령별로는 40대(43.1%)와 30대(41.6%)가 높았고, 20대(26.2%)가 낮았다.

□ 남성의 거부반응은 여성보다 7%p 이상 낮았다. 다만 남성의 경우 3개월 사이 2.3%p 감소한 데 비해 여성은 4.4%p 줄어 여성의 거부반응 감소폭이 더 컸다.

□ 연령별로는 20대의 거부반응이 가장 낮은 반면 30대와 40대는 매우 높았다. 30, 40대의 거부반응이 50대(37.4%), 60대(32.1%)보다도 심하다는 점은 특기할 만하다.

#### ■ 보유 차량별 비교 : 기존 전기차 보유자는 거부반응 낮아

○ 기존 전기차 보유자의 경우 중국산 전기차에 대한 거부감도 확연히 낮았다. 이들의 거부반응은 28.6%로 경유차(40.7%), 휘발유차(38.6%), 하이브리드차(38.2%) 보유자에 비해 각각 10%p 정도 낮았다.

□ 다만 기존 전기차 보유자도 국산차와 비슷한 가격대라면 구입의향은 8.6%에 그쳐 내연기관차 보유자와 차이가 별로 없었다.

## ■ 내년 본격 상륙 앞두고 소비자 심리 추이 주목

○ 중국산 전기차에 대한 거부반응이 상당히 높지만 그것은 현재 상황일 뿐이다. 중국 전기차는 가격뿐 아니라 상품, 브랜드에서도 다양한 전략적 옵션을 갖고 있다. 전기버스 등 중국산이 약진하는 상용 전기차 시장과 같은 일이 재연될 가능성이 충분하다. 내년으로 예상되는 중국산 전기차의 국내 상륙을 앞두고 소비자 심리 추이를 주시할 필요가 있다.

컨슈머인사이트는 **비대면조사에 효율적인** 대규모 온라인패널을 통해 자동차, 이동통신, 쇼핑/유통, 관광/여행, 금융 등 다양한 산업에서 요구되는 전문적이고 과학적인 리서치 서비스를 제공하고 있습니다. **다양한 빅데이터를 패널 리서치 데이터와 융복합 연계**하여 데이터의 가치를 높이고 이를 다양한 산업에 적용하는 데 집중하고 있습니다. 특히 최근에는 **100% 모바일 기반**으로 전국민 표본 대표성을 가진 조사 플랫폼 '국대패널'을 론칭하고 조사업계 누구나 사용할 수 있도록 개방했습니다.

◆ **참고 : 컨슈머인사이트 '주례 AIMM 조사' 개요**

컨슈머인사이트는 2021년 10월부터 매주 500여명의 2년 이내 자동차 신차 구입 의향자를 대상으로 '주례 신차 반응 조사(Auto Initial Market Monitoring)'를 아래와 같은 설계로 수행해 오고 있음.

<b>조사운영</b>	주간 조사 (Weekly)	<table border="1"> <tr> <td rowspan="3">6월</td> <td>36차</td> <td>526명</td> <td rowspan="3">2,102명</td> </tr> <tr> <td>35차</td> <td>526명</td> </tr> <tr> <td>34차</td> <td>526명</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">5월</td> <td>33차</td> <td>524명</td> <td rowspan="3">2,103명</td> </tr> <tr> <td>32차</td> <td>525명</td> </tr> <tr> <td>31차</td> <td>524명</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">4월</td> <td>30차</td> <td>528명</td> <td rowspan="3">2,632명</td> </tr> <tr> <td>29차</td> <td>526명</td> </tr> <tr> <td>28차</td> <td>526명</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">3월</td> <td>27차</td> <td>526명</td> <td rowspan="3">2,111명</td> </tr> <tr> <td>26차</td> <td>525명</td> </tr> <tr> <td>25차</td> <td>526명</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">2월</td> <td>24차</td> <td>529명</td> <td rowspan="2">528명</td> </tr> <tr> <td>23차</td> <td>530명</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">3월</td> <td>22차</td> <td>526명</td> <td rowspan="2">2,111명</td> </tr> <tr> <td>21차</td> <td>526명</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">4월</td> <td>20차</td> <td>529명</td> <td rowspan="2">2,111명</td> </tr> <tr> <td>19차</td> <td>528명</td> </tr> </table>	6월	36차	526명	2,102명	35차	526명	34차	526명	5월	33차	524명	2,103명	32차	525명	31차	524명	4월	30차	528명	2,632명	29차	526명	28차	526명	3월	27차	526명	2,111명	26차	525명	25차	526명	2월	24차	529명	528명	23차	530명	3월	22차	526명	2,111명	21차	526명	4월	20차	529명	2,111명	19차	528명
6월	36차			526명	2,102명																																															
	35차			526명																																																
	34차		526명																																																	
5월	33차		524명	2,103명																																																
	32차		525명																																																	
	31차		524명																																																	
4월	30차	528명	2,632명																																																	
	29차	526명																																																		
	28차	526명																																																		
3월	27차	526명	2,111명																																																	
	26차	525명																																																		
	25차	526명																																																		
2월	24차	529명	528명																																																	
	23차	530명																																																		
3월	22차	526명	2,111명																																																	
	21차	526명																																																		
4월	20차	529명	2,111명																																																	
	19차	528명																																																		
<b>모집단</b>	2년 이내 신차구입 계획자																																																			
<b>표본 추출의 틀</b>	CI & IV패널																																																			
<b>표본 추출 방법</b>	성별/연령별 할당 표집																																																			
<b>조사방법</b>	E-mail Survey																																																			
<b>조사 내용</b>	인지, 관심, 구입 가능성, 구입의향																																																			
<b>조사규모</b>	500명 / 주																																																			

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.net

02)6004-7614