

자동차 상품성, 신차들이 일방적으로 우세

- 회사 1위는 현대차, 모델 1위는 한국지엠 Malibu
- 국산차 Top10 중 현대차 5개, 기아차 4개 차지
- 수입차의 상품성, 국산 대비 월등

국산차 중 현대차의 상품성이 좋은 평가를 받았으나 수입차와는 현저한 차이가 있었다. 모델 중에서는 한국지엠의 Malibu가 1위를 차지했으나, 상위권은 현대-기아차 모델들이 석권했다. 하이브리드와 왜건형, 신모델이 대거 상위권에 진입해 소비자의 기호가 크게 바뀌고 있음을 보여준다.

상품성은 지난 1년간(2011년 7월~2012년 6월 구입) 새 자동차를 구매한 소비자(8,559명)에게 기능, 성능, 디자인 등 8개 측면 56개 항목을 제시하고 각 항목에 대해서 흡족-불만으로 평가하게 한 것이다. 상품성 점수는 1,000점 만점으로 산출된다.

소비자들이 차를 평가하는 데 있어 가장 중요시하는 것은 '전반적 디자인'(18%)이었고, 그 다음은 '유지/운용비'(16%), '안락성'(16%), '안전성/보안성'(11%), 'AV 시스템'(11%), '조작 편리성'(10%), '다양한 유용성'(10%), '주행성능'(9%)의 순이었다.

중요도를 반영한 상품성 평가에서 현대차가 595점으로 1위를 차지했고, 그 다음은 르노삼성(593점), 기아차(589점), 한국지엠(584점), 쌍용차(564점)의 순이었다. 현대차는 2008년 이후 4년간 상품성 1위를 고수해 온 르노삼성을 2위로 밀어내며 1위에 올랐다. 그러나 수입차(655점)에는 60점이라는 큰 차이로 뒤져, 국산차의 가장 큰 약점이 상품성임을 다시 한번 확인해 주었다.

비교 대상에 포함된 25개 모델 중, 1위는 한국지엠의 Malibu(640점)였으며, 그 다음은 2년 연속 2위에 머문 현대 Genesis(634점)였다[표1]. Top10 모델을 보면 현대차가 5개, 기아차가 4개를 차지해 양사가 1위 자리 하나를 제외한 나머지 전부를 석권했음을 알 수 있다. 이를 작년과 비교하면 Top10에 4개 모델 모두를 진입시키며 1위 회사였던 르노삼성은 한자리도 지킬지 못해 2위로 내려앉았다. 반면 기아차는 1개에서 4개로 약진했다.

For more Information

문의: 이견호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

[표 1] 2012년 상품성 우수 모델 Top 10

순위(전년 순위)	모델	제조사	상품성 점수(1,000점 만점)
1(-)	Malibu	한국지엠	640
2(2)	Genesis*	현대	634
3(7)	K7*	기아	628
4(-)	Sonata Hybrid	현대	622
5(-)	i30 GD	현대	619
6(5)	5G Grandeur*	현대	613
7(-)	i40	현대	613
8(-)	All New Pride	기아	609
9(12)	K5	기아	609
10(-)	K5 Hybrid	기아	601

* '11년도 Top 10 모델

주) 2012년 조사에서는 '11년 하반기부터 '12년 상반기에 판매된 승용차 중 최소 적정 표본수가 60사례 이상인 34개 모델이 비교 대상에 포함됨. 사례수가 기준에 미치지 못한 모델과 2012년 상반기에 출시된 모델(예: 현대 SantaFe DM)은 비교에서 제외함

금년의 Top10은 작년 Top10 모델 중 3개만이 남는 큰 세대교체가 있었다. 특기할 만한 점은 현대의 i시리즈(i30와 i40)와 기아의 K시리즈(K7과 K5), 그리고 현대-기아의 중형차 Hybrid(Sonata와 K5)가 단체로 진입한 점이다. 아직은 국내에서 판매량이 많지 않은 왜건형과 Hybrid가 상품성에서 높은 평가를 받으며 기존의 강자들을 밀어냈다는 것은 소비자 기호에 상당한 변화가 진행되고 있음을 보여준다. Hybrid의 경우 고유가 시대의 연비 및 경제성에 대한 소비자들의 니즈를 반영한 것으로 보인다. 왜건의 경우 국내에서는 그리 잘 팔리지 않는 차종이었다. 그러나 높은 상품성 점수는 수입차 판매량이 늘어가면서 최근 소비자들의 형태와 스타일에 대한 선호가 그만큼 다양해졌음을 시사한다.

차급별로 상품성 우수 모델(BIS; Best In Segment)을 선정했다[표2]. 8개 차급 중 기아차가 3개 차급, 현대차와 한국지엠이 각각 2개 차급, 쌍용차가 1개 차급에서 BIS를 차지했다. 특기할 만한 사항은 Genesis(2008년 1월)와 K7(2009년 11월)을 제외한 모든 BIS모델들이 2011년도에 출시된 신차라는 점이다. 2012년도 출시 모델은 비교에서 제외되었다는 점을 고려할 때, 최근 출시된 신차들의 상품성이 월등함을 보여준다. 신차의 초기품질은 미흡하지만(Autoinsight 자동차리포트 12-40 '국산차 품질, 이대로는 수입차 못 따라간다'), 상품성은 크게 좋아지고 있음을 보여준다.

For more Information

문의: 이견호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

[표 2] 2012년 상품성 차급별 우수 모델

차급	모델	제조사	상품성 점수 [1,000점]	비교 대상 모델* (알파벳 순)
경차	Ray	기아	590	All New Morning, Spark
소형	All New Pride	기아	609	Accent
준중형	i30 GD	현대	619	Avante MD, Cruze, Forte, New SM3, Soul, Veloster
중형	Malibu	한국지엠	640	i40, K5, K5 Hybrid, New SM5(L43), Sonata Hybrid, YF Sonata
준대형	K7	기아	628	All New SM7, 5G Grandeur
초대형	Genesis	현대	634	Equus VI
중소형SUV	Korando C	쌍용	598	Korando SUT, SantaFe CM, Sorento R, Sportage R, Tucson iX
미니밴	Olrandio	한국지엠	596	Grand Carnival

* 비교 대상 모델은 적정 사례수(60사례) 이상인 모델만 제시(2012년 상반기 출시 모델 제외)

주) 대형 SUV는 사례수가 기준에 달한 모델이 없어 차급별 Best 모델 선정에서 제외함

지난 2011년은 기록적으로 신차 출시가 많았던 해이며, 대부분 차급에서 상품성 우수모델은 이들로 채워졌다. 이제 소비자들의 기대를 충족시키는 차를 만드는 실력은 크게 높아진 것으로 보인다. 신차, 왜건형, 하이브리드에 대한 소비자의 반응을 보면 알 수 있다. 그러나 수입차와의 격차는 아직 너무 크다. 조금씩 그 간격이 줄어들고 있기는 하지만 따라잡기에는 적지 않은 시간이 걸릴 것으로 보인다. 상품성은 소비자를 구매로 이끄는 가장 강력한 무기다. 격차가 클수록 수입차들의 입지는 넓어지고 국산차는 좁아지기 마련이다.

㈜마케팅인사이드는 지난 2001년부터 2012년까지 매년 7월 '자동차 품질 및 고객만족'에 대한 조사를 10만여 소비자들을 대상으로 실시해왔다. 조사 결과는 매년 9월 중순부터 발표되고, 11월에 5년간의 변화추세 분석을 포함한 '[한국 자동차 품질 백서](#)'로 발간하고 있다. 조사결과는 국내 주요 자동차 제조사들과 수입차 업체들, 그리고 자동차 관련 산업체들에서 활용하고 있다.

언론 발표 내용과 '한국 자동차 품질 백서' 내용은 ㈜마케팅인사이드가 개발한 '한국형 온라인 자동차 컨슈머리포트' 사이트인 'AutoInsight'(www.autoinsight.co.kr)에 실리고 있으며, Daum의 자동차섹션 중 '[오토칼럼](#)'에도 상시 게재되고 있다. 특히 'AutoInsight'에서는 소비자들의 제품 품질 및 서비스평가 내용을 자동차 모델별로 비교하는 'One Page Report'를 볼 수 있다.

For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

[조사개요]

- 조사 수행 기관: 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)
- 조사 성격: 기획조사(Syndicated study)
- 모집단: 전국의 e-mail 이용하는 자동차 사용자
- 조사 시점: 2012년 7월
- 자료 수집 방법: 온라인 우편조사 (e-mail survey)
- 조사 규모: 총 응답자 95,012명

위 조사 결과는 ㈜마케팅인사이트가 2001년부터 매년 7월에 실시해온 대규모 '자동차 품질 및 고객만족 조사' 중 2012년 조사결과로부터 발췌한 것입니다. 조사 내용과 결과, 분석에 대한 모든 권한은 ㈜마케팅인사이트에 있으며, 사전 서면허가 없이 어떤 경우에도 상업적인 목적으로 사용될 수 없음을 알려드립니다. 조사에 대한 보다 자세한 정보는 www.autoinsight.co.kr에서 보실 수 있습니다.

문의: 이건호 상무 T:02-6004-7622 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

Copyright © Marketing Insight. All rights reserved. 상업적 목적에 사용할 수 없습니다.

For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr