

기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	Sammy.park@consumerinsight.kr
문 의	박승표 상무	연 락 처	02) 6004-7661
배 포 일	2025년 8월 25일(월) 배포	매 수	6매

Copyright © Consumer Insight. All rights reserved. 이 자료의 모든 콘텐츠(문서, 분석 내용, 도표 등)에 대한 저작권은 (주)컨슈머인사이트에 있으며, 언론사의 기사 작성 목적에 한하여 인용 또는 보도할 수 있습니다. 그 외 모든 형태의 복제, 배포, 게시, 전시, 전송, 2차적 활용 등은 사전 서면 동의를 받은 경우에 한해 허용됩니다. 무단 사용 시 저작권법 등에 따른 법적 책임을 물을 수 있습니다.

EREV, 국내 출시된다면? 가격 비싸도 5명 중 2명 '구입 고려'

컨슈머인사이트, AIMM Omnibus Survey...주행거리 연장형 전기차(EREV)

- 엔진으로 배터리 충전해 주행거리 늘린 전기차
- 전기차보다 하이브리드 유사한 차로 인식하고
- 기존 전기차보다 '비쌀 것'이라는 예상 많지만
- 신차 구입 예정자 42%가 구입의향 '있다'
- 하이브리드 선호층 구입의향 58%로 전기차 압도

이 리포트는 자동차 전문 리서치 기관 컨슈머인사이트가 수행하는 AIMM(Auto Initial Market Monitoring) 조사와 병행하여 '25년 8월 3주차(8월 13일~18일)에 실시한 Omnibus Survey에서 나온 것입니다.

매주 500명의 신차 구입의향자를 대상으로 실시되는 AIMM 조사와 함께 저렴한 비용으로 단시간에 원하시는 자료를 수집하고 당사의 다른 주요 결과와 비교할 수 있는 기회를 활용하시기 바랍니다.

주1) 옴니버스 조사(Omnibus Survey)란? 본 조사에 특정 기간 문항을 추가해 일시적으로 운영하는 조사

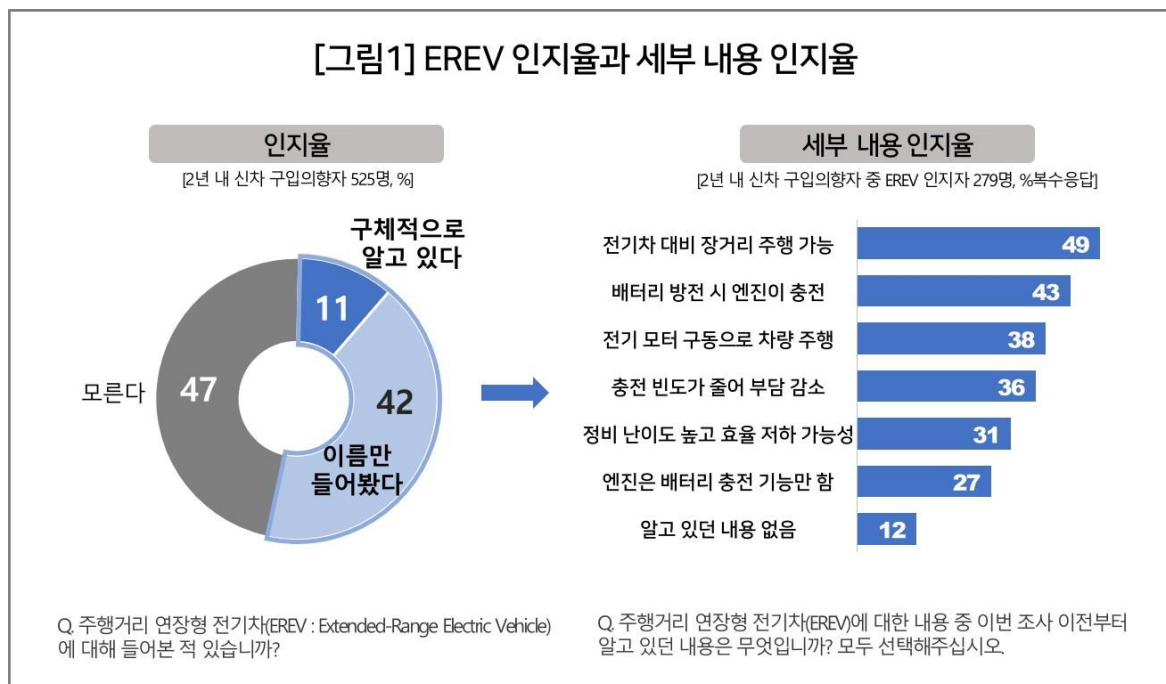
○ 주행거리 연장형 전기차(EREV)가 국내 출시될 경우 소비자는 기존 전기차보다 600만 원 가까이 비쌀 것으로 예상하면서도 5명 중 2명이 구입을 고려할 것으로 조사됐다. 특히 하이브리드 선호층의 EREV 구입의향이 두드러지게 높아 이들에게 매력적인 선택지가 될 것으로 예상된다.

□ 자동차 리서치 전문기관 컨슈머인사이트가 매주 500여명을 대상으로 수행하는 신차 소비자 초기 반응

조사'(AIMM : Auto Initial Market Monitoring)의 8월 3주차(8월 13일~18일) 조사에서 EREV(Extended Range Electric Vehicle)에 대한 소비자의 인식을 묻고 특성별로 비교했다. EREV는 내연기관 엔진으로 배터리를 충전해 주행거리를 크게 늘린 전기차다. 전기차의 약점인 긴 충전시간과 짧은 항속거리를 보완하기 위한 것으로, 중국 브랜드가 시장을 선도하는 가운데 국내에서는 제네시스 GV70에 적용한 첫 모델이 2027년 이후 출시될 것으로 예상된다.

■ 11%만 '구체적으로 알고 있다'

○ EREV 인지도는 높지 않았다. '모른다'가 47%로 절반에 가까웠던 반면 '구체적으로 알고 있다'는 11%에 불과했고 나머지 42%는 '이름만 들어봤다'고 답했다[그림1]. 인지율이 과반수(53%)이긴 하나 제대로 알고 있는 비율(정인지율)이 낮은 점, 응답자 표본이 '2년 내 신차 구입의향이 있는' 자동차 고관심층인 점을 고려하면 국내 소비자 인식은 아직 미흡한 단계다.

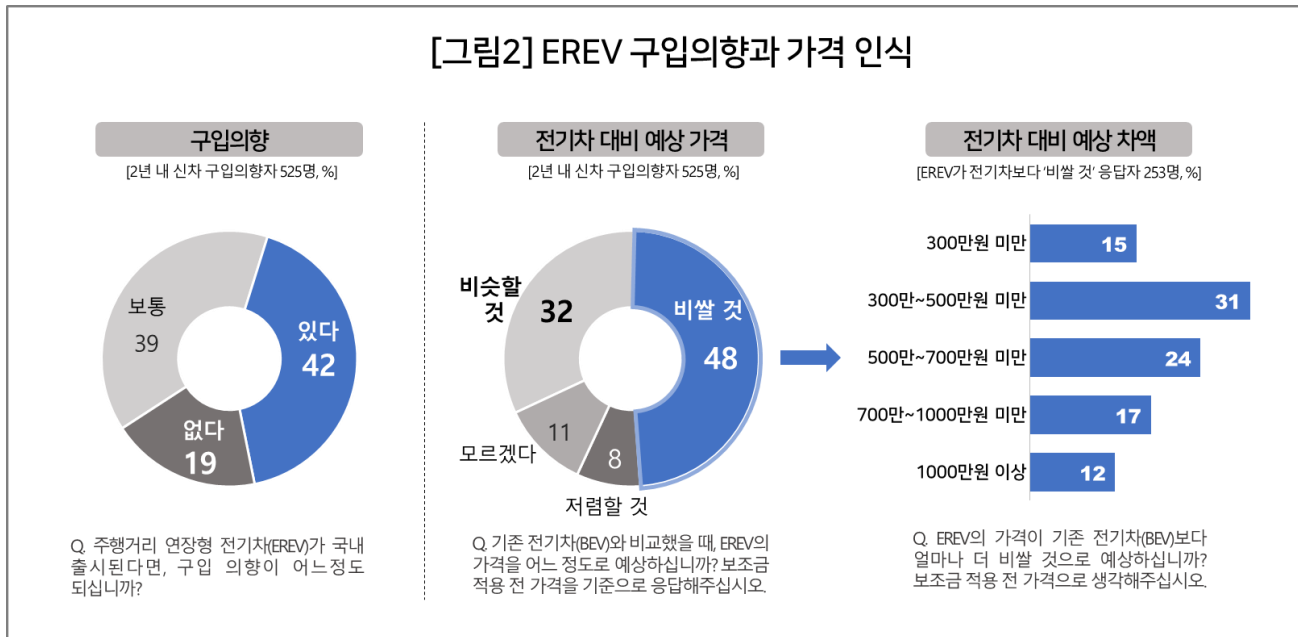


○ EREV를 인지하고 있는 소비자도 △'전기차 대비 장거리 주행 가능'(49%) △'배터리 방전 시 엔진이 충전'(43%) 등 기본 지식 인지율이 모두 절반을 넘지 못했다. 그 밖에도 △'(엔진·배터리 동시 탑재로) 정비 난이도 높고 효율 저하 가능성'(31%) △'엔진은 배터리 충전 기능만 함'(27%)에 대해서는 3명 중 1명도 알지 못했을 정도다.

■ 50대 구입의향 48%로 최고

○ 그럼에도 구입의향은 비교적 높았다. EREV가 국내 출시된다고 가정했을 때 구입의향(5점 척도 중 4점 '있다'+5점 '매우 있다' 비율)은 42%로 5명 중 2명에 달했다[그림2]. 성별로는 남성(45%)이 여성(32%)보다 높았고, 연령대별로는 50대(48%)가 제일 앞섰다. 60대 이상도 42%였던 반면 40대 이하는 모두 36% 수준에 머물렀다.

[그림2] EREV 구입의향과 가격 인식



○ EREV의 가격(전기차 보조금 적용 전 순수 차량 가격 기준)에 대해서는 48%가 기존 전기차보다 '비쌌 것'으로 생각했다. EREV가 전기차보다 '300만~500만원 미만' 비쌌 것으로 예상한 사람은 37%였고, 이어 '500만~700만원'(24%), '700만~1000만원 미만'(17%) 등의 순이었다. 예상 차액의 평균 금액은 567만원이었다.

■ 세단보다 SUV 구입의향자 관심 높아

○ 눈여겨볼 부분은 하이브리드 대체 가능성이다. 소비자 70%가 EREV를 '하이브리드에 가까운 차'로 인식했고(하이브리드 41%, 플러그인 하이브리드 30%), 향후 하이브리드차 구입을 고려하는 소비자의 EREV 구입의향은 58%에 달해 모든 응답자 집단 중 가장 높았다. 이는 향후 전기차 구입을 고려하는 소비자의 EREV 구입의향(38%)을 압도하는 수치다.

○ 전기차 구입을 꺼리는 이유는 충전 인프라 부족, 긴 충전 시간, 안정성 등에 대한 우려 때문이다. 이러한 우려로 전기차 수요 일부가 하이브리드로 넘어가고 있다. 하이브리드 구입의향자의 EREV 구입의향이 전기차 구입의향자보다 높다는 것은 이러한 수요를

EREV가 대체할 수 있음을 의미한다

○ 현대차는 제네시스 GV70, GV90 등 SUV 라인으로 EREV 모델을 확대해 나갈 계획이다. 제네시스의 이러한 행보를 통해, EREV가 하이브리드 수요층을 흡수하고 성장이 둔화된 전기차 시장에 새로운 활력을 불어넣을 수 있을지 관심이 주목된다.

□ AIMM 조사는 제한된 기간 내 시의성 있는 데이터를 신속히 도출하기 위해 출시 전·후 신차의 인지도, 관심도, 구입의향을 주간 단위로 측정, 결과를 제공하고 있다. 컨슈머인사이트 홈페이지 내 '컨슈머 리포트-소비자 신차 반응' 코너에서 카드뉴스 형태로 볼 수 있으며, 그동안 축적한 데이터를 온라인 대시보드 형태로 홈페이지에서 공개(<https://aimm.consumerinsight.co.kr/frmSurveyDate>)하고 있어 간단한 등록 절차를 거치면 소비자의 생생한 한줄평(VOC), 기간별, 모델별 상세 데이터 검색이 가능하다.

AIMM Omnibus Survey

매주 실시되는 AIMM 조사에
10 문항 이내의 Quick Survey를 병행,
시의성 있고 비용 효율적인 조사 가능

Omnibus Survey 이렇게 활용해보세요

1. 시간 & 비용 효율성

- : 주간 트래킹 조사에 소수의 문항을 추가하여 빠르고 효율적인 조사가 가능합니다
 - 빠르게 소비자의 인식을 확인하고 싶지만, 예산이 제한적인 경우
 - 5개 내외 소수 문항만 확인하면 되지만, 별도 조사를 진행하기에 부담스러운 경우

2. 1주일 이내 결과 확인 가능

- : 실사 종료 후 1일 이내 분석 결과(통계 테이블) 전달, 4일 이내 보고서 전달이 가능합니다

3. 자유로운 문항 구성

- : 원하는 주제/문항으로 자유롭게 설문을 구성할 수 있습니다.
(10문항 내외로 구성 가능 / AIMM 조사의 Demo 변수 기본 제공)

Omnibus Survey는 매주 500명씩 진행됩니다

1. 조사대상 및 규모

- 향후 2년 이내 신차 구입의향자 500명
- 전국 20세 이상 남녀

◆ 참고 : 「컨슈머인사이트」 'AIMM(Auto Initial Market Monitoring)' 조사 개요

조사대상	출시 6개월 전 ~ 6개월 후인 신차(승용차 전체)
응답대상자	2년 이내 신차 구입 계획자
조사주기	주 1회(weekly)
조사규모	주 500명 / 연 26,000명
주요 조사 내용	응답자 개인 특성, 모델별 보조인지/인지수준/관심도/구입의향
자료수집방법	E-mail, Mobile Survey
표본추출틀	2023년 상반기~2024년 하반기 신차 구입 계획자 41,211명 (매년 9월 업데이트)

For-more-Information

박승표 상무	sammy.park@consumerinsight.kr	02)6004_7661
유홍구 수석부장	yoohg@consumerinsight.kr	02)6004-7681
김성철 대리	kimsc@consumerinsight.kr	02)6004-7673
김민선 대리	kimms@consumerinsight.kr	02)6004-7617
김인우 연구원	kimiw@consumerinsight.kr	02)6004-7645