

수입차 인기 변화, 벤츠 뜨고 00진다?

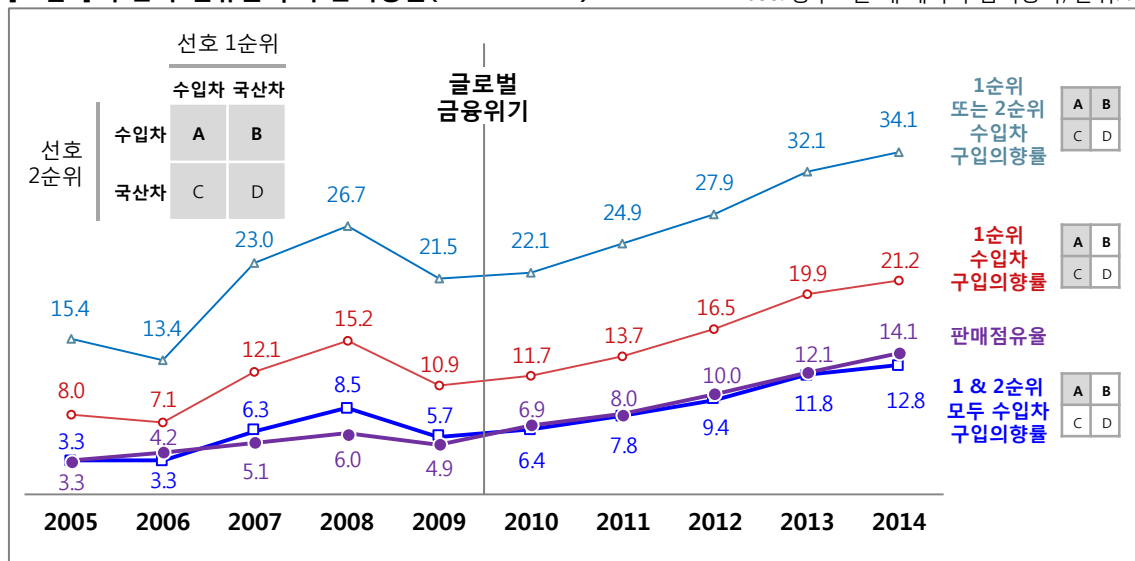
- '수입차 사겠다' 증가세 주춤
- Volkswagen 선호율 1위 등극, Benz 신차 효과로 인기 폭발
- 현대·기아 부진, 르노삼성·한국지엠 상승세

2년 이내에 새 자동차를 구입할 계획인 소비자의 구입의향을 보면, 자동차 시장에 지각변동이 일고 있음을 감지 할 수 있다. 폭발적으로 증가해 온 수입차 구입의향률이 속도 조절에 들어간 가운데, 현대·기아의 부진, 르노삼성의 회복세가 뚜렷하다. 수입차 브랜드의 인기 판도에도 큰 변화가 있어 Volkswagen이 처음으로 1위에 올랐고, Benz의 상승세가 가파르고 BMW와 일본차의 부진이 깊어지고 있다.

자동차전문 리서치회사인 마케팅인사이트(대표: 김진국)는 매년 7월에 실시해 온 대규모 자동차 기획조사에서 앞으로 2년 이내에 새 차를 살 계획이 있다는 소비자 46,499명에게 사고 싶은 모델 1, 2위를 지적케 했다. 그 결과 1순위로 수입차를 답한 사람이 21.2%, 1순위 또는 2순위로 한 답이 34.1%, 1순위·2순위 모두 수입차가 12.8%였다[그림1]. 1·2순위 모두 국산차를 답한 사람은 65.9%였다. 즉, 자동차 구입 계획자 3명 중 1명은 수입차 구입을 고려하고 있고, 5명 중 1명은 수입차를 최우선으로 생각하고 있으며, 8명 중 1명은 수입차만을 생각하고 있다. 이는 작년도에 비해 1~2%p 높은 수준이나, 증가세는 지난 수년간의 1/2 수준으로 감소했다.

[그림1] 수입차 점유율과 구입의향률(2005~2014)

Base: 향후 2년 내 새차 구입의향자, 단위: %



For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr

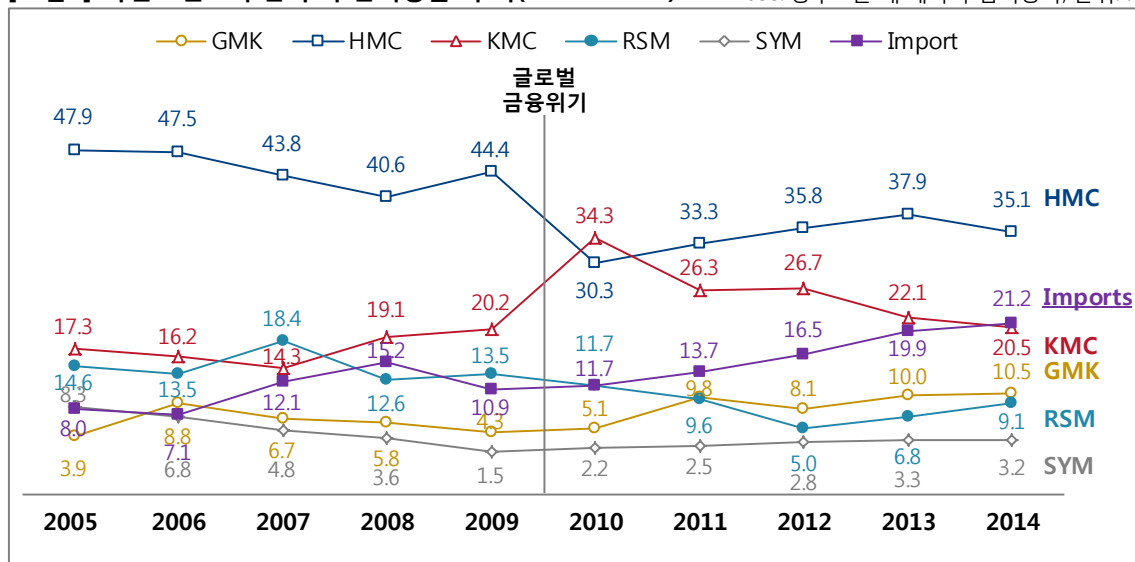
구입의향률의 증가폭이 다소 줄어들고 있다는 점은 금년도 조사 결과 중 주목할 만한 것이다. 2010년 이후의 급격한 상승세는 지난 1년 사이에 약 1/2 수준으로 축소되었다. 판매 점유율의 증가세는 그대로이지만 구입의향은 완화세가 뚜렷하다. 일시적 현상인지, 흐름에 변화가 일고 있는 것인지는 좀 더 지켜볼 필요가 있다.

구입의향률이 중요한 이유는 실제 판매점유율과 밀접한 상관이 있기 때문이다. 특히 2009년 금융 쇼크 이후 6년 간의 추이를 보면 다음 번 차로 '수입차 만을 고려한다'는 비율과 실제 수입차 판매점유율간의 평균 차이는 0.6%p에 불과했다. 금년도의 결과는 판매점유율 14.1%, 수입차 만 고려율 12.8%로 기간 중 가장 큰 1.3%p의 차이가 있었지만, 구입의향률이 실제 판매의 훌륭한 예측치임은 분명하다.

그러면 수입차 구입의향률의 증가는 국산 브랜드의 선호에 어떤 영향을 주고 있는가? 지난 10년 간의 국산브랜드와 수입차 선호율(1순위 구입 의향률)의 변화 추이가 [그림2]로 제시되어 있다. 금년도의 결과 중 가장 눈에 띄는 것은 수입차 1순위 구입의향률(21.2%)이 사상 처음으로 현대자동차(35.1%)에 이어 2위 자리에 올랐다는 점이다. 2010년 처음으로 1위까지 올랐던 기아자동차는 후진을 거듭해 20.5%로 3위로 밀렸다.

[그림2] 국산브랜드·수입차 구입의향률 추이(2005~2014)

Base: 향후 2년 내 새차 구입의향자, 단위: %



최근 3년 간의 추이를 보면 현대·기아는 2012년 62.5%에서 금년 55.6%로 6.9%p의 감소가 있었고, 수입차는 16.5%에서 21.2%로 4.7%p의 상승, 르노삼성은 5.0%에서 9.1%로 4.1%p의 급등이 있었다. 수입차의 계속된 약진과 함께 르노삼성의 완전한 회복세, 한국지엠의 완만한 상승이 이루어지고 있다.

For more Information

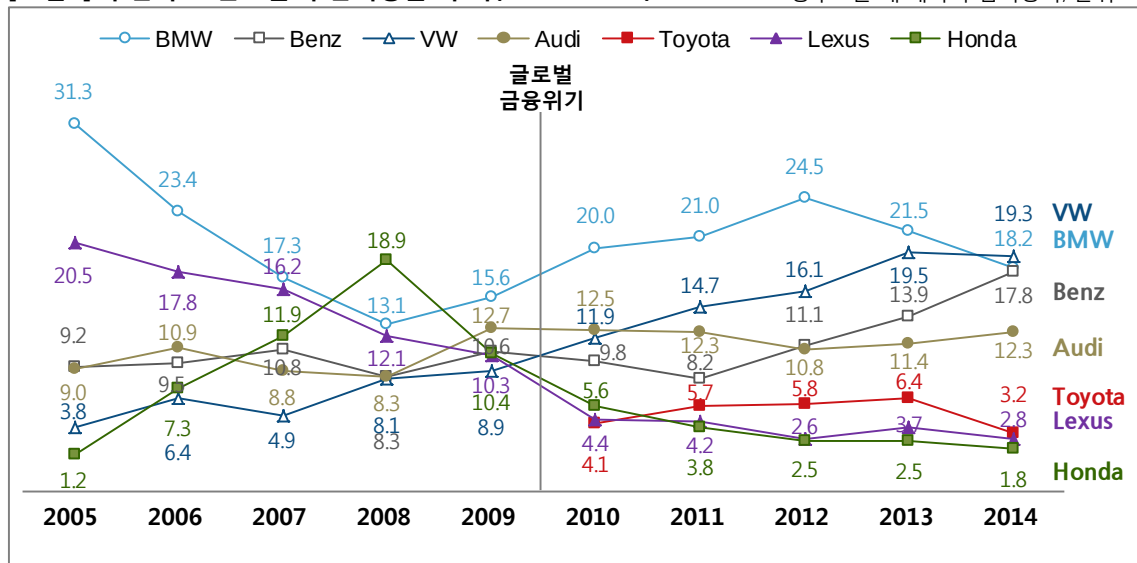
문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr

수입 브랜드 내에서의 선호율에도 적지 않은 변화가 있다. BMW는 2008년을 제외하고는 매년 선호 수입차 1위 자리를 고수해 왔다[그림3]. 그러나 2012년 24.5%를 정점으로 하락을 거듭해 금년에 Volkswagen(19.3%)에 1위를 내주며 2위(18.2%)로 밀렸다. 전년도에 비해 0.2%p 감소(19.5%→19.3%)한 Volkswagen은 어부지리로 처음 1위에 올랐다. BMW의 하락세를 이끌어 낸 Benz의 상승세 덕분이다. 2012년 이후 6.7%p 상승하며 사상 최고 수준인 17.8%를 기록한 Benz는 6.3%p 하락한 BMW에 0.4%p 차이로 접근했다. 신모델의 대량 출시에 힘 받은 Benz의 상승세는 하락세 BMW, 정체 상태인 Volkswagen을 앞질러 내년에는 사상 처음으로 선호율 1위에 오를 가능성이 있다.

Audi는 2009년 이후 11~13%의 좁은 범위 내에서 부침하고 있고, 일본 브랜드 특히 Toyota의 부진이 눈에 띈다. 독일 4개 브랜드, 치솟는 경유차와 SUV 인기의 최대 피해자는 일본차로 보인다.

[그림3] 수입차 브랜드별 구입의향률 추이(2005~2014)

Base: 향후 2년 내 새차 구입의향자, 단위: %



수입차 브랜드의 부침은 국산브랜드에 비해 더 심한 것으로 보인다. 인기가 치솟기도 하지만 바닥으로 떨어지기도 한다. 2008년 선호율 18.9%로 1위에 올랐던 Honda가 금년 1.8%로 불과 6년 만에 1/10 수준으로 내려 앉은 것을 보면 알 수 있다. 특정 모델 하나의 성공과 실패가 브랜드 전체의 성공과 실패에 직접 연결되어 있음을 알 수 있다.

자동차 시장에 거대한 지각변동이 일어나고 있는 것으로 보인다. 크게 보면 수입차의 약진이 이어져 2020년에는 현재의 2배 수준인 27%까지 갈 수 있음을 예견(참고: 수입차, 늦어도 2020년에는 27% 간다)케 하고, 수입차 성장의 1차적 피해가 르노삼성으로 부터 현대·기아차로

For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr

옳게 갈 가능성을 보이고 있다. 독일차 간의 경쟁도 새로운 양상으로 전개될 가능성이 있으며, 연비의 중요성과 함께 경유차의 인기는 당분간 계속될 것으로 예측된다. 또한, 신차의 연속적인 출시로 신차 효과를 톡톡히 누리고 있는 Benz의 약진이 수입차 선호율 1위로 이어질지 관심거리다.

현재 자동차 시장은 역동적으로 움직이고 있다. 한치 앞을 보기 어려운 격변기를 지나고 있다. 누가 소비자의 뜻을 잘 알고, 충족시키는가가 미래를 결정할 것이다.

=====

(주)마케팅인사이트는 지난 2002년부터 2014년까지 매년 7월 '자동차 품질 및 고객만족'에 대한 조사를 10만여 소비자들을 대상으로 실시해왔습니다. 조사 결과는 매년 9월 하순부터 보도자료로 발표되고 있습니다. 조사결과는 국내 주요 자동차 제조사들과 수입차 업체들, 그리고 자동차 관련 산업체들에서 활용하고 있습니다.

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

[조사개요]

- 조사 수행 기관: 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)
- 조사 성격: 기획조사(Syndicated study)
- 모집단: 전국의 e-mail 이용하는 자동차 사용자
- 조사 시점: 2014년 7월
- 자료 수집 방법: 온라인 우편조사 (e-mail survey)
- 조사 규모: 총 응답자 101,821명

위 조사 결과는 (주)마케팅인사이트가 2002년부터 매년 7월에 실시해온 대규모 '자동차 품질 및 고객만족 조사' 중 2014년 조사결과로부터 발췌한 것입니다. 조사 내용과 결과, 분석에 대한 모든 권한은 (주)마케팅인사이트에 있으며, 사전 서면허가 없이는 어떤 경우에도 상업적인 목적으로 사용될 수 없음을 알려드립니다. 조사에 대한 보다 자세한 정보는 www.autoinsight.co.kr에서 보실 수 있습니다.

문의: 김영호 전문위원 T:02-6004-7646 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr

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

For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr