

News Letter

신차 엑센트 '디자인 초기반응 조사' 결과

[공지사항: 전 승용차의 디자인 점수 공개]

소비자가 평가한 전체 승용차 (국산 42종, 수입 30종)의 디자인 점수를 공개합니다. AutoInsight.co.kr 에서 Test ID를 발급받으시고 상세한 조사결과를 확인하시기 바랍니다.

엑센트는 디자인 초기반응조사의 종합평가에서 722점으로 기존 모델들(베르나, 프라이드)을 앞섰다. 그러나 앞서 출시된 [아반떼MD](#)와 [알페온](#)(각각 '10년 8월, 9월)의 초기반응 점수에는 미치지 못하는 것으로 나타났다. 엑센트 디자인은 실용적이고 무난하다라는 인상을 줘, 현대자동차의 웨미리룩 시대를 열어간 쏘나타YF나 아반떼MD에 비해 보다 덜 파격적인 것으로 받아들여졌다. 적합한 사용자로는 '외향적인 20대 남성'을 연상하는 비율이 높았다. 디자인평가 후의 태도변화 역시 크지 않아 시장에 큰 영향을 주기는 어려울 것으로 예상된다.

1. 디자인 평가

새로 출시된 엑센트와 기존 소형 승용차 모델(베르나, 프라이드)의 디자인에 대한 평가를 463명의 잠재고객(모델당 150명 내외)으로부터 얻었다. 엑센트는 잠재고객들로부터 이전 모델인 베르나(655점)보다는 67점, 프라이드(636점) 보다는 86점 높은 722점을 받았다 [표1]. 그러나 베르나와 프라이드의 점수는 [작년 7월에 실시된 정기조사](#)의 점수(각각 671점, 701점) 보다 크게 낮아진 것임을 고려하면 크게 우세한 성적이라 보기는 어렵다. 이 결과는 디자인 평가는 시간이 지남에 따라 낮아지고, 해당 차급에 신차가 등장하면 더욱 낮아지는 경향과 일치하는 것이다.

엑센트의 잠재고객들의 평가경향을 보면 '2년 이내에 해당 모델을 살 계획이 있다'는 유망고객의 평가(737점)가 '구체적 계획은 없지만 산다면 해당 차급을 살 것'이라는 가망고객의 평가(707점) 보다 다소 높았다. 디자인평가와 같은 과제에서 유망고객의 평가가 가망고객 보다 높을 것이라는 예상과 일치한다.

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 Mobile. 010-5054-1866 Fax 02) 543-5984 e-mail: leeks@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

News Letter

[표1] 디자인 종합 평가

Model	엑센트 초기반응조사 ('10년 12월)			정기기획조사* ('10년 7월)		디자인 초기반응조사	
	Accent	Verna	Pride	Verna	Pride	Avante MD ('10년 8월)	Alpheon ('10년 9월)
종합평가[1000점 만점]	<u>722</u>	<u>655</u>	<u>636</u>	<u>671</u>	<u>701</u>	<u>787</u>	<u>761</u>
유망고객	737	690	642	697	729	786	801
가망고객	707	620	629	645	674	788	721
차원별 평가 [100점 만점]	전면	68.6	61.9	64.3	65.0	73.7	74.2
	측면	73.6	62.6	63.2	64.3	71.1	76.5
	후면	67.7	62.6	-	66.5	-	73.6
	실내	75.1	70.7	63.5	73.8	71.4	80.3
(사례수)	(159)	(140)	(164)	(103)	(177)	(209)	(234)

* 시판모델 전체(국산 42, 수입 30)를 대상으로 한 Benchmarking 조사 결과

종합평가는 전면, 측면, 후면, 실내의 4개 차원으로 구성되어있다. 엑센트는 종합평가에서 가장 높은 점수를 받았을 뿐 아니라, 외관 및 실내 4개 부문 모두에서 기존 모델을 앞섰다. 그러나 전면평가에서는 정기조사에서의 프라이드의 점수에 미치지 못했다. 신차 프리미엄을 고려할 때 아쉬운 결과며, 현대가 추구하는 웨미리룩의 전면에 대한 소비자들의 반응이 아직 제자리를 잡지 못했기 때문으로 보인다. 반면 측면에 대한 평가(73.6점)는 확실히 우세했다. 실내평가는 경쟁모델들을 근소한 차이로 앞서기는 했으나, 앞서 출시된 아반떼MD와 알페온의 초기반응 점수에는 미치지 못했다.

엑센트는 이전 모델인 베르나와 확연히 달라진 디자인을 선보였으며, 67점의 차이로 앞섰으나 아반떼MD가 100점 차이로 HD를 앞선 것에는 미치지 못했다. 엑센트가 소형차 시장 자체를 키우거나, 판도를 크게 바꿀 가능성은 크지 않음을 보여준다.

엑센트의 디자인의 강점이 어디 있는지를 알아 보기 위해 평가된 27개 요소 중 Top5를 정리했다 [표2]. 계기판이 6.31점으로 가장 높았으며, 그 뒤를 사이드리피터(6.27점), 루프(지붕)라인(6.23점), 센터페시아(6.21점), 헤드라이트(6.19점)가 따랐다. 아반떼MD의 Top5 점수가 6.8점 전후였던 점을 고려하면, 6.2점대에 머문 엑센트에 대한 평가는 그리 긍정적이라 하기 어렵다. 또한 특별히 인상적인 요소도 없음을 보여준다.

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 Mobile. 010-5054-1866 Fax 02) 543-5984 e-mail: leeks@mktinsight.co.kr
 서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

News Letter

[표2] Accent 세부요소 디자인 만족도 Top5

부문	세부요소	평균* (순위)
실내	계기판	6.31 (1)
전면	사이드리피터	6.27 (2)
측면	루프(지붕) 라인	6.23 (3)
실내	센터페시아	6.21 (4)
전면	헤드라이트	6.19 (5)

* 10점 척도(1~10)상의 점수임.

2. 디자인에의 노출 효과

디자인 평가를 하고 난 후 잠재고객들이 받은 느낌을 ‘디자인이미지’, ‘사용자(user)이미지’, ‘태도변화’의 3영역으로 나누어 물었다. 그 결과 중 특히 의미 있는 것을 추려서 제시했다 [표3].

디자인이미지를 알아보기 위해 10개의 형용사를 제시한 후 각각의 형용사가 평가대상 모델의 특징을 묘사하는 단어로 얼마나 적합한지를 물었다. 엑센트는 10개 속성 중 ‘실용적이다’, ‘무난하다’, ‘젊다’의 3개에서 상대적으로 높은 점수를 받았다. 그러나 이 세 속성 모두에서 기존 모델과 비교해 높은 것은 아니었다. 엑센트의 디자인은 특징이나 강점으로 내세울 만한 것이 없는 평범한 디자인으로 받아들여지고 있다고 말할 수 있다.

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 Mobile. 010-5054-1866 Fax 02) 543-5984 e-mail: leeks@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

News Letter

[표3] 디자인에의 노출 효과

		엑센트 초기반응조사 (‘10년 12월)			정기기획조사* (‘10년 7월)		디자인 초기반응조사	
		Accent	Verna	Pride	Verna	Pride	Avante MD (‘10년 8월)	Alpheon (‘10년 9월)
디자인 이미지 [10점만점]	실용적이다	7.3	7.2	7.3	7.1	7.8	7.3	6.9
	무난하다	6.9	6.9	7.2	6.9	7.4	6.6	7.2
	절다	7.5	6.7	6.8	6.8	6.9	8.2	6.5
사용자 (User) 이미지 [%]	남성	65.7	42.4	59.0	54.0	59.3	78.9	91.9
	20대	54.6	39.8	34.6	38.4	33.5	38.4	4.3
	급생활자	87.7	88.7	82.5	84.1	82.8	86.1	35.7
	미혼	63.1	58.3	46.1	49.8	41.7	49.9	8.7
	성격-외향적	62.2	38.7	46.5	40.7	49.6	75.7	64.0
	주사용-여가용	54.3	54.3	41.7	48.8	48.3	78.1	59.8
태도변화 [%]	구입의향 더 커짐	50.1	30.0	32.8	32.8	38.7	69.1	51.6
	추천의향 더 커짐	41.4	26.7	35.6	35.0	39.9	68.4	50.7

*시판모델 전체(국산 42, 수입 30)를 대상으로 한 Benchmarking 조사 결과

또한 ‘이 차를 사서 타는 사람들은 어느 편에 가까울 것 같은가’라는 질문을 통해 각 모델의 사용자 이미지를 알아 보았다. 엑센트는 다른 모델에 비해 ‘20대’, ‘남성’, ‘외향적 성격’을 연상하는 비율이 높았다. 특히 ‘20대’, ‘외향적’의 비율은 기존 모델보다 15%p 이상 높다는 특징을 보였다.

마지막으로 디자인 이미지를 평가하고 난 후 ‘해당 모델을 사고 싶은 생각이 얼마나 더 커졌는지’(구입 의향), ‘해당 모델을 다른 사람에게 추천하고 싶은 생각이 얼마나 더 커졌는지’(추천 의향)를 물었다. 엑센트의 경우 ‘구입 의향이 더 커졌다’는 반응이 50.1%, ‘추천 의향이 더 커졌다’는 반응은 41.4%였다. 이는 경쟁모델 보다는 높은 수치이기는 하지만 아반떼MD의 70%에 육박하는 성적과는 큰 차이가 있다. 또한 브랜드파워가 취약했던 알페온을 크게 앞서지도 못했다. 이로 미루어 엑센트에 대한 시장의 반응이 뜨거울 것으로는 보이지 않는다.

3. 결론

디자인 초기반응조사에는 공식적인 출시 전의 노출을 통제하기 어렵고, 신차효과(기대 및

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 Mobile. 010-5054-1866 Fax 02) 543-5984 e-mail: leeks@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

News Letter

신기함)가 어느 정도인지 구체적으로 파악하기 쉽지 않으며 평가가 어느 정도 지속적일지도 알 수 없다는 점 등 아직까지는 여러 가지 제한점이 따르고 있다. 그러나 경쟁모델을 포함한 이번 조사결과를 ‘10년 7월 정기조사, ‘10년 8월, 9월의 신차(아반떼MD, 알페온) 초기 반응조사 등 다양한 과거 자료와 비교할 때 몇 가지 의미 있는 결론에 이를 수 있다.

1. 엑센트의 디자인에 대한 평가는 높다고 보기 어렵다.
2. 현대자동차의 웨미리룩(특히 전면)에 대한 소비자 반응은 아직 유보적이다.
3. 엑센트는 ‘외향적인 20대 남성’과 잘 어울릴 것으로 보았지만, 전반적인 인상은 평범하고 무난하다는 것이다.
4. 디자인 측면에서 엑센트로 부터 소형차 세그먼트를 키우거나, 세그먼트를 확실히 장악할 만한 역량을 찾기는 어려웠다.

■ 조사의 개요

- 평가대상 : 엑센트, 베르나(이상 현대), 프라이드(기아)
- 평가자 : 소형 승용차의 잠재(유망/가망) 고객
 - A. 유망고객-향후 2년 이내 특정 모델 구입 의향자
 - B. 가망고객-현재로서는 특정 모델의 구매 계획이 없으나 소형 고려자
- 조사내용 : 디자인 평가 부문, 디자인에의 노출 효과 부문
- 조사기간 : 2010년 12월 9일~14일
- 자료수집 : 이메일 우편 조사
- 디자인 이미지 출처 : 각 자동차 제조회사 홈페이지 & 엑센트 브랜드사이트
- 표본 규모 : 총 463명

Total	Accent	Verna	Pride
463	159	140	164

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 Mobile. 010-5054-1866 Fax 02) 543-5984 e-mail: leeks@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr