

기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	sammy.park@consumerinsight.kr
문 의	박승표 이사	연 락 처	02) 6004-7661
배 포 일	2023년 10월 6일(금) 배포	매 수	총 4매

토레스EVX '출시 효과', 레이EV보다 컸다

컨슈머인사이트 'AIMM' 조사에 나타난 신차 소비자 반응 분석

- 출시 후 1주차 구입의향 토레스EVX가 앞서
- 6주만에 미세한 차이로 레이EV 따라잡아
- 10%대 초반 안정적 진입 '출시효과' 봤지만
- 최근 2주간 상승폭은 토레스 EVX가 더 커
- '가성비' 중시 추세에 부합...추가 상승 기대

○ 신차 소비자 구입의향에서 KG모빌리티 '토레스 EVX'가 기아 '레이 EV'를 미세한 차이로 앞질렀다. 두 모델 모두 출시를 전후로 구입의향이 오르는 '출시 효과'를 보긴 했지만 토레스 EVX의 상승세가 더 가팔랐다.

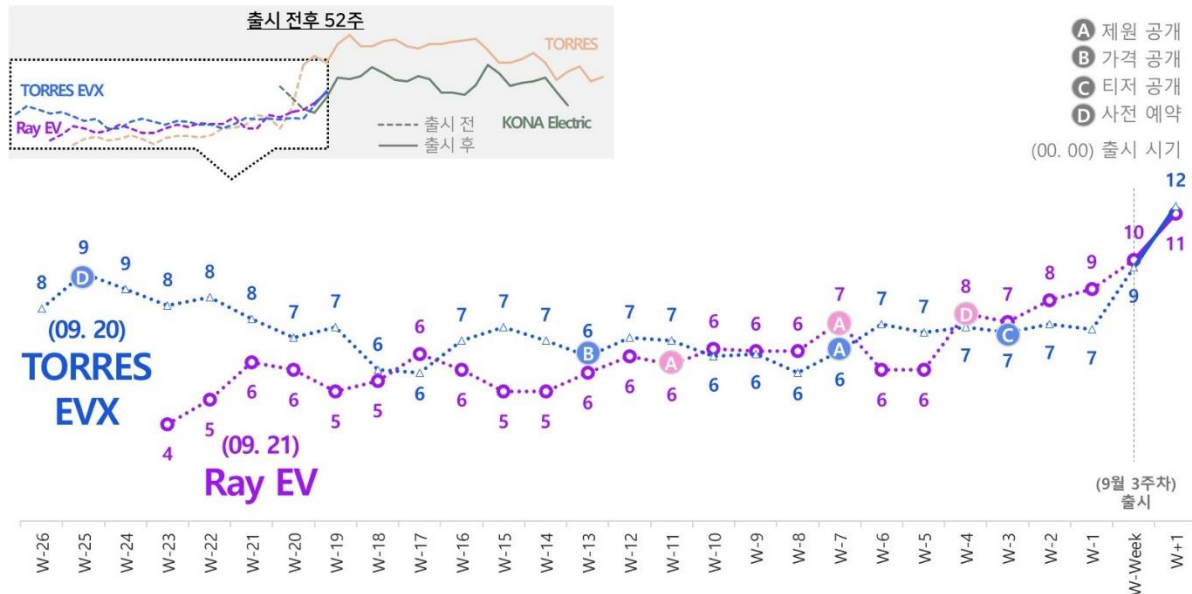
□ 자동차 리서치 전문기관 컨슈머인사이트는 2021년 11월 시작한 신차 소비자 초기 반응(AIMM : Auto Initial Market Monitoring) 조사에서 앞으로 2년 내 신차 구입의향이 있는 소비자(매주 500명)에게 출시 전후 1년 이내(출시 전, 출시 후 각각 6개월)의 국산·수입 신차 모델(페이스 리프트는 제외)에 대한 인지도, 관심도, 구입의향 등을 묻고 있다.

■ 레이EV 2%p 오를 동안 토레스EVX는 5%p 꺾춤

○ 레이 EV와 토레스 EVX는 출시 후 1주차(W+1)인 9월 4주(25일 시작 주) 구입의향은 각각 11%, 12%로 두 모델 모두 안정적인 두 자릿수에 진입했다[그림]. 최근 열세를 보인 토레스 EVX가 6주만에 레이 EV를 따라잡았지만 소수점 이하를 감안하면 실제 우위는 0.3%p로 미미해 사실상 동률이다(참고. [레이 EV, 구입의향 상승세...'토레스 EVX' 앞질러](#)).

[그림] '레이 EV'와 '토레스 EVX' 구입의향 추이 (출시 전 26주~출시 후 1주)

[BASE : 향후 2년 이내 신차 구입의향자 매주 500명, 4점 척도 중 Top2 Box %, 복수응답]



○ '출시 효과' 측면에서는 토레스 EVX의 우위가 돋보인다. 구입의향은 보통 출시 주(W-Week) 전후로 급상승하는데 최근 2주간 토레스 EVX는 5%p 올라 레이 EV의 2%p를 크게 앞섰다.

■ 구입의향 이유, 레이 EV는 '세컨드카'...토레스 EVX는 '가성비'

○ 레이 EV와 토레스 EVX 구입의향자가 공통으로 주목하는 핵심 포인트는 가성비다. 9월 한 달간 집계된 구입의향 이유로 가성비(가격 포함)를 꼽은 비율이 레이 EV는 31%, 토레스 EVX는 46%에 달했다.

□ 레이 EV는 경형 전기차로 중형인 토레스 EVX보다 가격이 훨씬 저렴함에도 구입의향자의 가성비 선택 비율이 더 낮은 것은 '세컨드카(시내, 단거리 주행 포함)'를 꼽은 비율이 44%로 높았기 때문이다. 토레스 EVX의 경우 가성비 다음으로 많이 언급된 키워드는 '디자인(24%)'이었다.

○ 그동안 국내 전기차 시장은 고가-대형 차급 위주로 형성돼 왔고 소비자 구입의향도 중대형 이상 고급차에 쏠렸다. 현대차의 '아이오닉 6'가 3주차에 39%로 최고점을 찍었고 제네시스 'EV9'은 출시 2주차에 30%를 기록했다.

○ 이제 막 10%를 넘은 레이 EV와 토레스 EVX로서는 넘보기 힘든 대기록이다. 그러나 두 모델의 구입의향은 신차 출시 직후 평균치(6~7%)를 상회함은 물론 소형 전기차로서 비교적 높았던 코나 일렉트릭(W+1 11%, W+5 최고 16%)에 필적하는 수준이다.

○ 때마침 고가·대형차 위주의 전기차 판매가 주춤하고 테슬라의 저가 공세로 '가격'에 대한 관심이 크게 높아진 상태다. 리튬·인산·철(LFP) 배터리를 장착해 가성비를 무기로 동시 출시(토레스 EVX 9월 20일, 레이 EV 21일)된 두 모델에게 추가 상승 여력이 엿보인다.

□ 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 최근에는 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.

■ 참고자료

1. [레이 EV, 구입의향 상승세...'토레스 EVX' 앞질러](#) 23. 09. 25
2. [산타페, 구입의향 신기록 행진 2주만에 주춤](#) 23. 09.14
3. [산타페 구입의향 2주 연속 최고기록...'3연속' 가능할까?](#) 23. 09. 07
4. [신형 산타페, 구입의향 첫 1위...신기록 행진 이어갈까?](#) 23. 09. 01
5. [EV9은 아이오닉 6와 그랜저를 따라갈 수 있을까?](#) 23. 07. 28
6. [풀옵션 뎌 1억 넘는다는데... 'EV9' 역대급 관심 왜?](#) 23. 05. 31
7. [신형 트랙스, 소비자 관심 역대급 수직 상승 이유는?](#) 23. 04. 17
8. [소비자가 짚은 신차 톱모델은? 그랜저GN7 13주 연속 1위](#) 23. 03. 27

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 기반으로 전국민 표본 대표성**을 가진 조사 플랫폼 '국대패널'을 론칭하고 조사업계 누구나 사용할 수 있도록 개방했습니다.

이 조사결과는 자동차 전문 리서치 기관 컨슈머인사이트가 2021년 11월부터 매주 500명을 대상으로 하는 AIMM(Auto Initial Market Monitoring) 조사에서 나온 것입니다.

◆ 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 보조인자/인지수준/관심도/구입의향
자료수집방법	E-mail, Mobile Survey
표본추출틀	2023년 상반기~2024년 하반기 신차 구입 계획자 41,211명 (매년 9월 업데이트)

Copyright © Consumer Insight. All rights reserved. 이 자료의 저작권은 컨슈머인사이트에 귀속되며 보도 이외의 상업적 목적으로 사용할 수 없습니다.

For-more-Information

박승표 이사	sammy.park@consumerinsight.kr	02)6004_7661
유홍구 수석	yoohg@consumerinsight.kr	02)6004-7681