

기관	컨슈머인사이트	이메일	sammy.park@consumerinsight.kr
문의	박승표 상무	연락처	02) 6004-7661
배포일	2024년 5월 31일(금) 배포	매수	총 4매

## 기아 첫 소형 전기차 'EV3', 4주 연속 구입의향 10% 돌파

컨슈머인사이트 'AIMM' 조사에 나타난 신차 소비자 반응 분석

- 5월 4주차 소비자 구입의향 전기차 중 2위
- 중소형 전기차론 이례적으로 출시 전 두 자릿수
- 가격, 배터리, 주행거리 등 스타성 두루 갖춰
- 공식 출시 앞두고 입소문 타면 추가 상승 기대

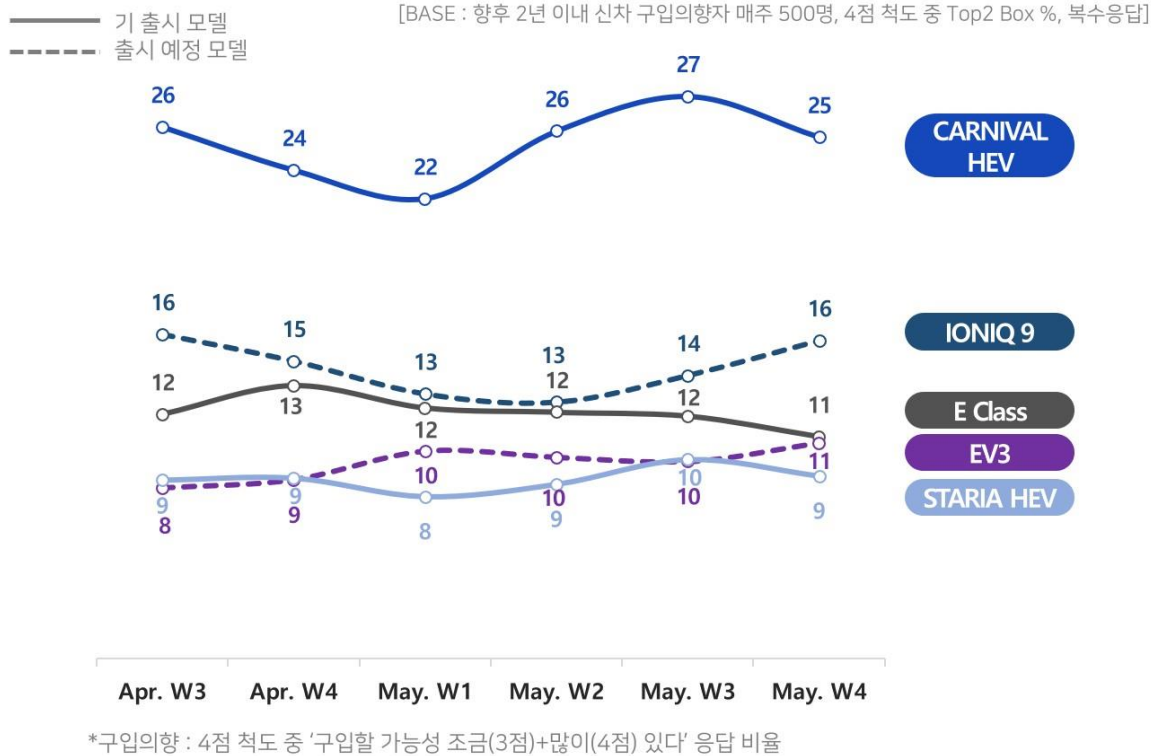
○ 7월 출시 예정인 기아의 첫 소형 전기차 'EV3'가 4주 연속 소비자 구입의향 두 자릿수를 기록했다. 소형 전기차의 출시 전 구입의향으로는 단연 최고 수준이다. 가격, 제원 등에서 화제성을 갖춰 가격 공개와 사전 예약이 본격화되면 동급 전기차 기록을 한 단계 뛰어넘을 것으로 예상된다.

□ 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. 구입의향은 4점 척도 중 '구입할 가능성 조금(3점)+많이(4점) 있다' 응답 비율이다

### ■ 톱5 중 두 자릿수 구입의향은 아이오닉9과 EV3뿐

○ 5월 4주(5월 20일 시작 주) 조사 대상 신차의 구입의향은 기아 '카니발 HEV(25%)'가 1위, 현대차 '아이오닉9(16%)'가 2위였다. 이어 벤츠 'E클래스'와 기아 'EV3'가 각각 11%로 동률 3위였고 그 다음은 현대차 '스타리아 HEV'였다[그림1]. E클래스를 제외하고는 모두 하이브리드 또는 전기차로 친환경 모델이며, 그 중 EV3는 흔치 않은 소형 전기 SUV다.

[그림 1] 최근 6주 신차 구입의향 \* Top5 추이



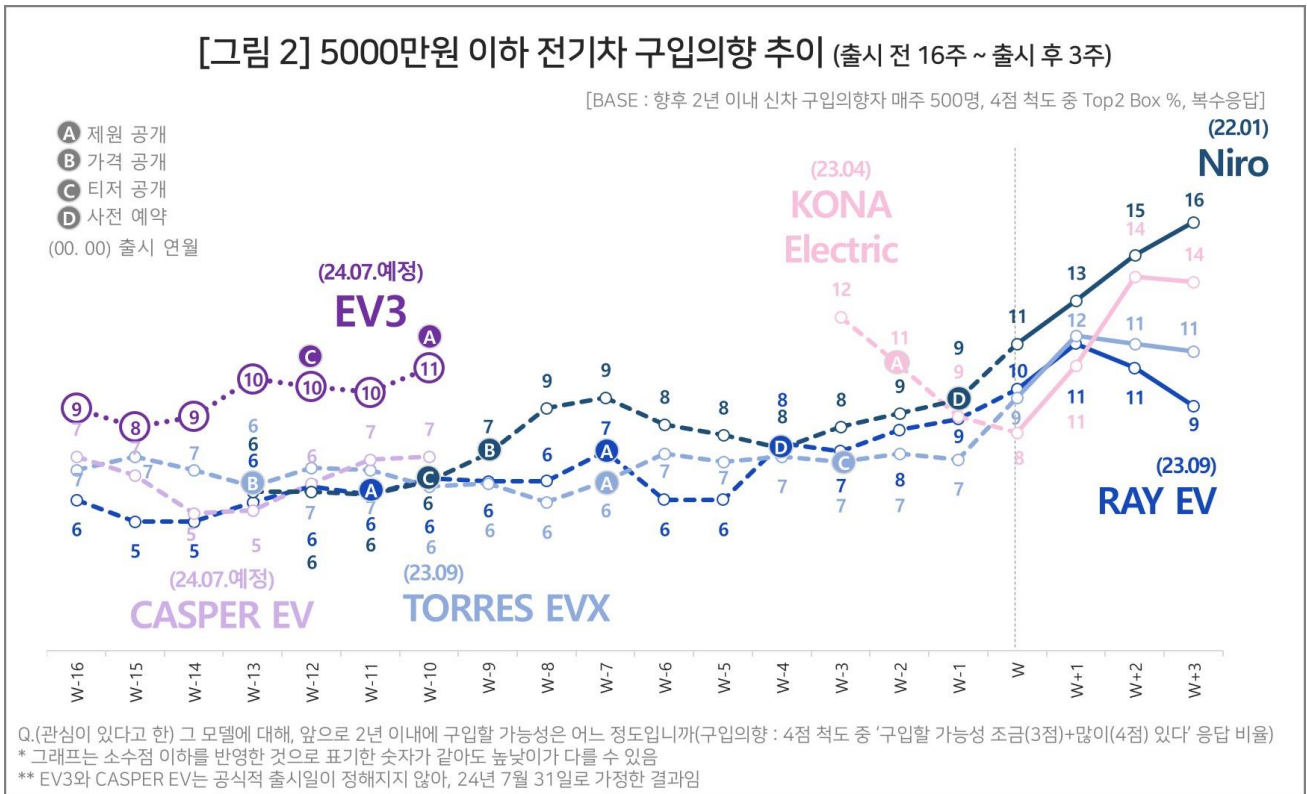
○ EV3는 최근 6주간 10% 안팎에서 완만한 상승세를 타더니 이번에 처음으로 11%를 찍었다. 대형차급 전기차로 10%대 중반을 달리는 아이오닉9에는 뒤지지만 중소형 전기차로서 출시 전부터 10%대를 유지하는 것은 이례적이다.

○ 그만큼 다양한 매력을 갖췄다. EV6, EV9에 이어 현대차그룹의 전용 전기차 플랫폼(E-GMP)을 사용한 기아의 세 번째 순수 전기차다. 리튬인산철(LFP) 배터리를 탑재한 중저가 전기차가 속속 출시되는 상황에서 상대적으로 고급인 삼원계(NCM) 배터리를 장착했고 AI 어시스턴트 등 다양한 기능을 탑재했다. 1회 충전시 500km 이상의 주행거리를 확보한 데다 전기차 보조금을 고려하면 실구매가 3000만원대로 가성비도 뛰어나다.

■ EV3, 출시 전 동일 시점 다른 모델 기록 4%p 이상 앞서

○ 차량가격 5000만원 이하 전기차를 출시 전후 동일 시점 기준으로 비교하면 EV3의 선전은 뚜렷하다. 5개 모델(캐스퍼EV, 토레스 EVX, 코나 일렉트릭, 레이EV, 니로) 중 출시

전 10주(W-10)까지 구입의향 10%를 넘은 것은 EV3가 유일했다[그림2]. 6~7%대에 그친 다른 모델을 4%포인트 이상 앞서 가고 있다.



○ EV3 구입의향이 있는 소비자의 한줄평(VOC)에는 '가격(가성비)' '적당한 크기(소형)' '전기차' 등의 키워드가 많았다. 중대형 차급 위주의 전기차 시장에 등장한 소형 전기 SUV로서 나름 일정한 고객층이 대기 중인 것으로 풀이된다.

○ EV3는 지난 23일 기아가 월드 프리미어 영상을 통해 처음 공개했다. 공개 행사가 이번 조사 시기(5월 22~27일) 중이긴 하나 조사 결과에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 추정된다.

○ EV3가 갖춘 다양한 '스타성'은 입소문을 타기 시작한 것으로 보인다. 6월 초 예약 판매와 7월 공식 출시까지 적절한 이벤트가 이어진다면 이전 '니로'와 '코나 일렉트릭'이 기록했던 10% 중반대 구입의향을 넘어서기 어렵지 않을 것으로 전망된다.

□ 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.

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 개방**했습니다.

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 상무	<a href="mailto:sammy.park@consumerinsight.kr">sammy.park@consumerinsight.kr</a>	02)6004_7661
유홍구 수석	<a href="mailto:yooHQ@consumerinsight.kr">yooHQ@consumerinsight.kr</a>	02)6004-7681
김민선 연구원	<a href="mailto:kimms@consumerinsight.kr">kimms@consumerinsight.kr</a>	02)6004-7617