

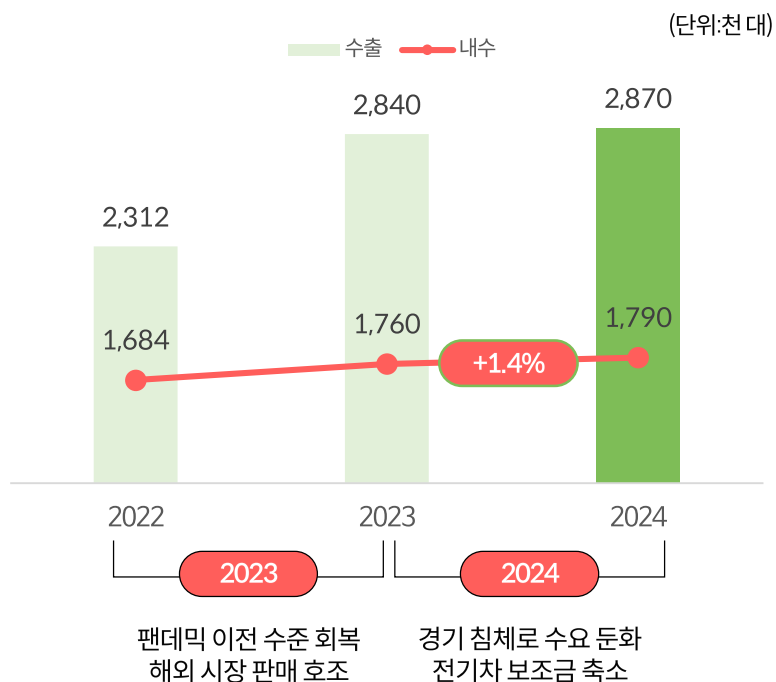
2024 자동차 트렌드



2024년 자동차 시장, 불황·고금리 영향으로 전년 대비 성장 둔화 예상

- 2024년 국내 자동차 시장은 경기 침체로 인한 수요 감소 및 전기차 보조금 지원 예산 축소 등으로 전년 대비 1.4% 소폭 성장할 전망
- 국내 소비자들 대부분은 자동차를 필수재로 인식하고, 중고차보다는 신차 구매를 선호하고 있으나 지속되는 경기 불안 및 할부금리 상승으로 구매 의향은 기준치를 하회하는 상황

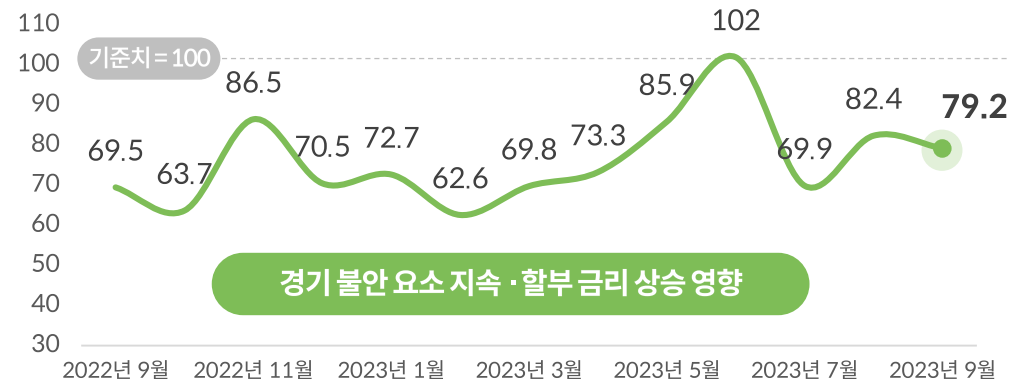
I 2024년 자동차 시장 전망 I



I 국내 소비자 자동차 구매 의향 I

84.4%**“현대 사회에서 자동차는 꼭 필요하다”****75.8%****“차량 구매할 거라면 중고차보다는 신차 구매”**

자동차 구매 의향 지수(VDI)



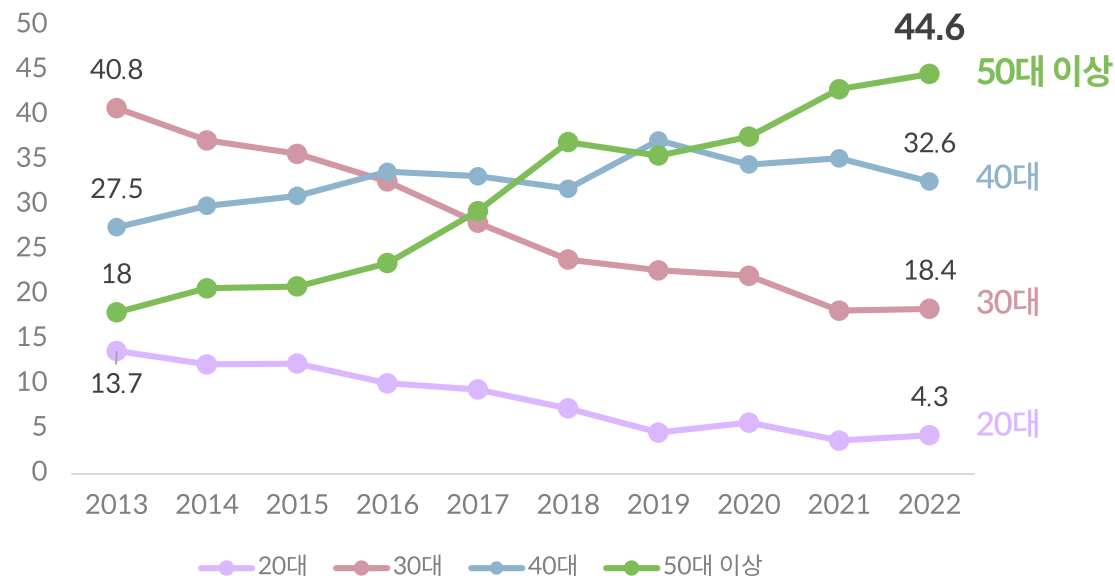
자동차 구매 연령 지속 상승, 자동차 구매 패턴의 변화

- 50대 이상의 고연령층이 자동차 시장의 주력 소비자층으로 부상하고 있으며, MZ 세대를 타깃한 전기차 분야에서도 높은 구매 비중 차지
- 반면 2030 세대는 경제 활동 연령이 늦춰지고, 다양한 형태의 라이프스타일을 추구하면서 신차를 구매하는 비중이 큰 폭으로 감소하고 있음

I 완성차 구매 연령 지속 상승 I

자동차 구매자 연령대별 구성 추이(2013~2022)

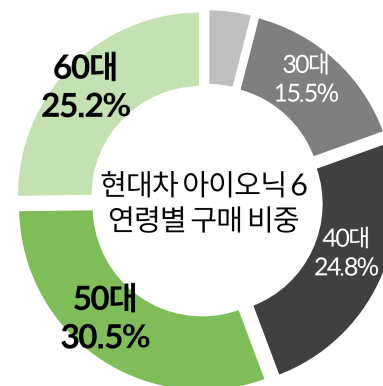
(단위: %)



I 자동차 주 소비자로 부상한 중장년층 I

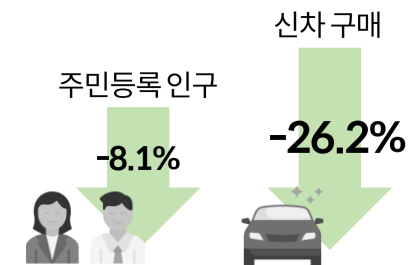


50대 이상, 10년 사이 자동차 시장 최대 고객으로 자리



기존에 MZ세대 타깃 마케팅에 집중했던
전기차, 실제 주력 구매층은 5060 세대

2030 세대 자동차 구매 변동폭
(2022년 기준, 2017년 대비)



생애주기별로 자동차를 바꾸던
기존의 소비 패턴 변화

2024년 보급형 전기차 출시 확대 전망, 전기차 대중화 기대

- 전기차의 잠재 소비자들은 경제적 측면을 중요시 여기고 있는 반면 전기차의 높은 가격과 보조금 축소 이슈 등으로 전기차 판매는 성장에 한계를 맞이한 상황
- 수요 확대를 위해 완성차 업계는 보조금 지급 기준에 맞춘 저가형 전기차를 연내 출시할 계획, 가격 경쟁 심화 및 전기차 수요 양극화 전망

I 국내 소비자의 전기차 수요 현황 I

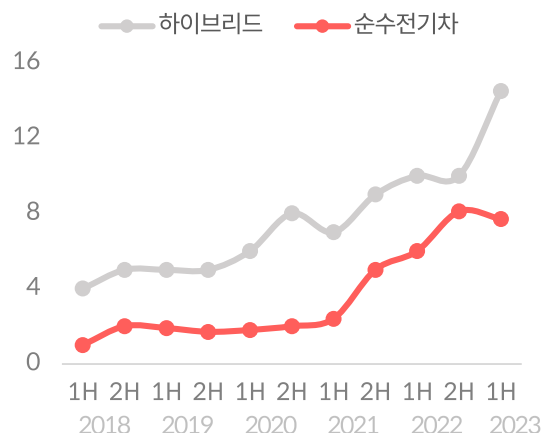
Q. 다음 차량 구매 시 전기차를 선택하려는 이유

요인	순위
낮은 연료 비용	1
정부 인센티브/ 보조금/ 구매 촉진 프로그램	2
더 나은 주행 경험	3
낮은 유지·관리 비용	4
내연 기관 차량에 대한 세금 추가 부과 가능성	5
비축 전력으로 전기차 활용 가능성	6
기후 변화 대응 필요성 인식	7

차량 유지비 절감이 전기차 구매에 주된 요인으로 작용

한국 친환경자동차종류별 판매량

(단위:만대)



보조금 축소·고가 인식으로 수요 한계에 직면

I 보급형 전기차 출시로 수요 양극화 I

보급형 저가 전기차 출시 활발

전기차 대중화 국면에서 빠르게 점유율 선점하려는 목적

현대차 2천만 원대 캐스퍼 EV 연내 출시
기아 3천만 원대 EV3 상반기 출시
폭스바겐 3천만 원대 ID.2 all 2025년 출시 예정
(*보조금 적용 시 가격)

전기차 수요 양극화

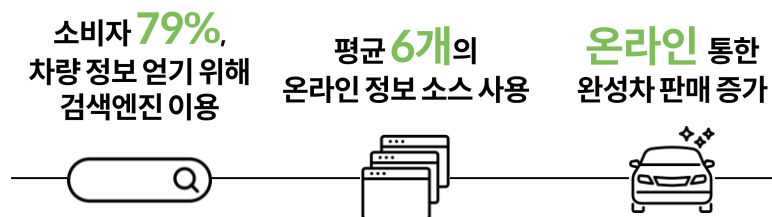
보조금 지급 기준으로 저가형 - 고급형으로 양극화될 전망
얼리어답터 위주로 형성되었던 전기차 시장 개편

보급형 전기차 확대로 전기차 대중화 전망

자동차 구매 여정 내 디지털 채널 접점 확대

- 자동차 시장에서 차량 정보 유통 및 판매 채널로서의 디지털 영향력 지속 확대
- 수입차 브랜드를 중심으로 자동차 구매 과정을 단순화하고 가격 투명성을 유지하기 위한 전략으로 온라인 채널을 통한 판매 정책을 지속적으로 확대할 것으로 예상

I 구매 여정 내 디지털 활용 확대 I



현대차그룹

캐스퍼 전량 온라인 판매
글로벌 비대면 판매 채널 확대(클릭투바이, 아마존)

혼다코리아

온라인 플랫폼 오픈, 누적 방문자 31만 명 돌파
온·오프라인 옴니 채널 비즈니스로 전환 선언

볼보

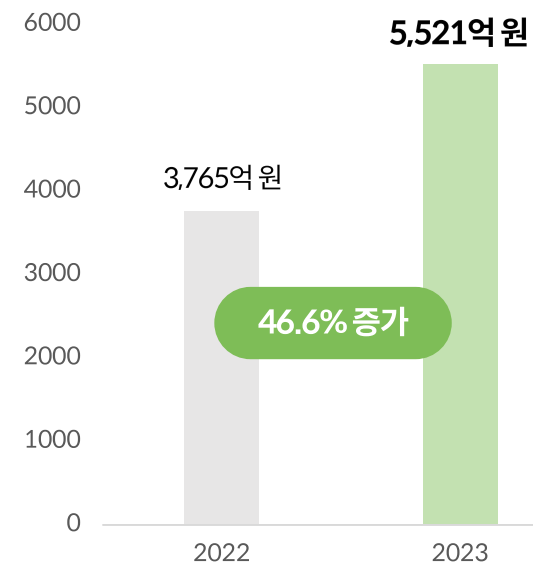
2025년까지 판매 50% 온라인에서 소화 계획
전기차 브랜드 폴스타, 100% 온라인 판매 중

테슬라

100% 온라인으로 구매 가능
2023년 11월 판매량, 전년 대비 167% 증가

I 완성차 온라인 판매 증가 I

자동차 및 자동차용품 온라인 거래액



기존 마케팅 방식의 변화, 수익성 강화 및 틈새 수요 공략에 집중

- 국내 완성차 업계는 주력 구매자인 중장년층의 선호에 따른 프리미엄 중대형 모델 판매에 집중
- 소유보다 경험을 중시하는 2030 세대를 공략하기 위해 완성차 및 모빌리티 업계에서 자동차 구독 서비스를 출시하며 추가 수요 창출

I 수익성 강화 전략 I

I 틈새 수요 공략 I

기존 차량 급에 맞춘 연령별 판매 전략

현재 중장년층 겨냥한 중대형 차량에 집중

저렴한 가격·높은 접근성 강조해
2030 세대의 '생애 첫 차' 수요 공략



엔트리 모델

낮은 수요·마진율로 출시/생산 축소
내연기관 → 저가 전기차로 대체 전망

소득 증가, 가족구성원 변화 등
고객 생애주기에 따른 교체 기대



중대형 / 플래그십 모델

중장년층의 다양한 라이프스타일 소구
프리미엄 전략으로 수익 증대

자동차 구독 서비스 현황

현대셀렉션·기아플렉스

현대차·기아의 월 단위 차량 구독 서비스(2019~)

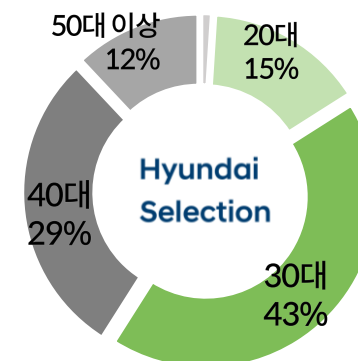
트라이브

일반 리스 대비 짧은 계약 기간으로
고급 외제차 빌려 탈 수 있는 자동차 구독 서비스

쏘카 - 퇴출근패스

대여료 등이 포함된 월 구독료 지불 시
하루 최대 16시간 차량 이용 가능

현대 셀렉션 연령별 가입자 비중



현대 셀렉션 누적 가입자 3만 2,668명 중
구독경제에 익숙한 30대 비중
43%로 최다 (2023년 3월 기준)

2024

업종 트렌드 시리즈

각 업종을 클릭하시면 보고서 다운로드가 가능합니다.

이커머스

이커머스 생태계 확장, 수익성 증대를 위한 움직임 활발

자동차

높아지는 구매 연령, 저가형 전기차로 수요층 확대 기대

화장품

인디 브랜드 강세 속에 새롭게 재편되는 화장품 시장

게임

성장을 위한 다변화·다각화·글로벌 확장 전략

주류

다양성이 강조되는 주류 시장, 디지털 영향력 확대 전망



미디어기획실 트렌드디자인팀
td@nasmedia.co.kr

나스미디어 보고서 활용 안내

이 보고서는 나스미디어에서 작성해 무료로 배포하는 보고서입니다.

단, 해당 보고서를 인용 또는 활용 시에는 아래 사항을 꼭 유의해주시기 바랍니다.



보고서 인용 및 활용 시 주의 사항

1. 본 보고서를 인용 및 활용 시에는 사전 동의를 득해야 합니다.
2. 본 보고서의 텍스트 내용을 임의로 가공해서 기사글이나 본문에 재인용하는 것을 금지합니다.
3. 본 보고서 전문을 웹에 게시하거나 상업적으로 활용할 수 없습니다.



출처 표기 시 유의 사항

1. 본 보고서를 PDF 파일 혹은 이미지 스크린샷 형태로 인용할 경우 아래와 같은 표기법을 지켜주시기 바랍니다.

출처: (한글) 나스미디어, (영문) nasmedia

2. 본 보고서에서 활용한 외부기관자료의 데이터를(정량적 수치) 인용할 경우

보고서 내에 표기되어 있는 원본 자료 출처를 명시해주시기 바랍니다.

예시: 나스미디어 보고서에서 확인한 '통계청' 데이터 재인용의 경우, 출처는 '통계청'로 기재 (나스미디어 X)