



2015년 상반기 자동차 시장 분석자료

MezzoMedia
2015. 07



1. 2015년 상반기 자동차 업종 시장 분석
2. 2015년 상반기 자동차 업종 온라인 광고 집행 분석
3. 2015년 상반기 자동차 업종 온라인 캠페인 집행사례
4. 2015년 하반기 자동차 업종 시장 전망



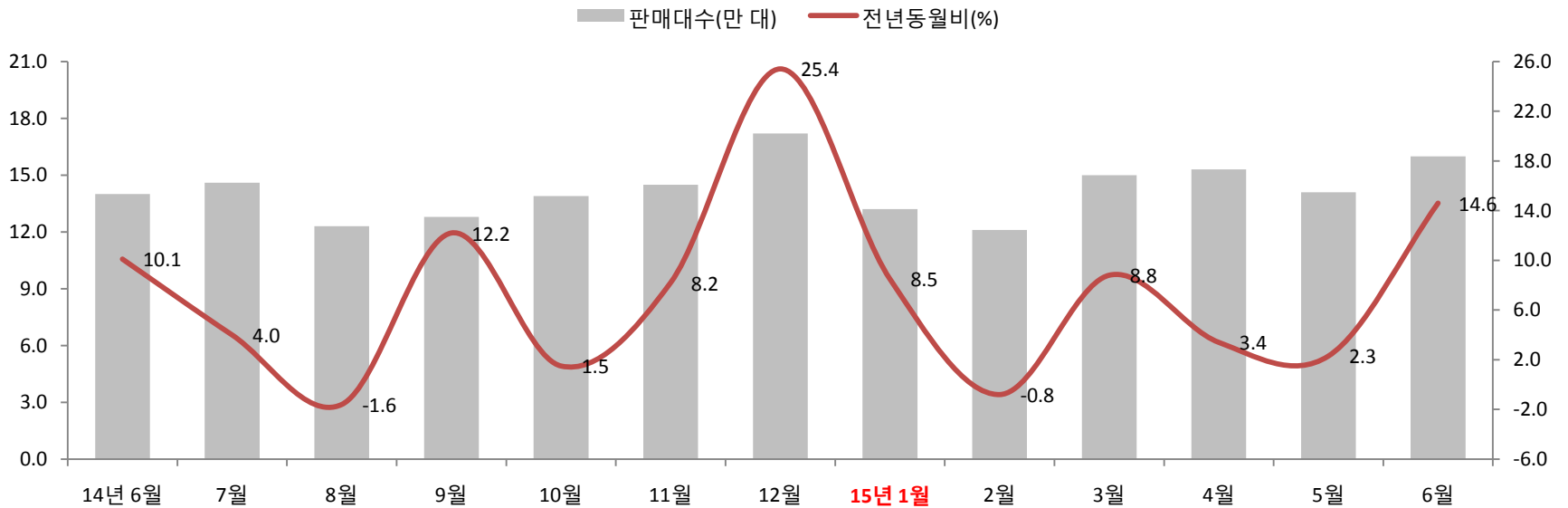
1. 2015년 상반기 자동차 업종 시장 분석



2015년 상반기 자동차 업종 시장 분석_월별 자동차 판매 현황

“전년 동월 대비 대체로 성장 추이 기록 중”

2015년 월별 자동차 판매 추이

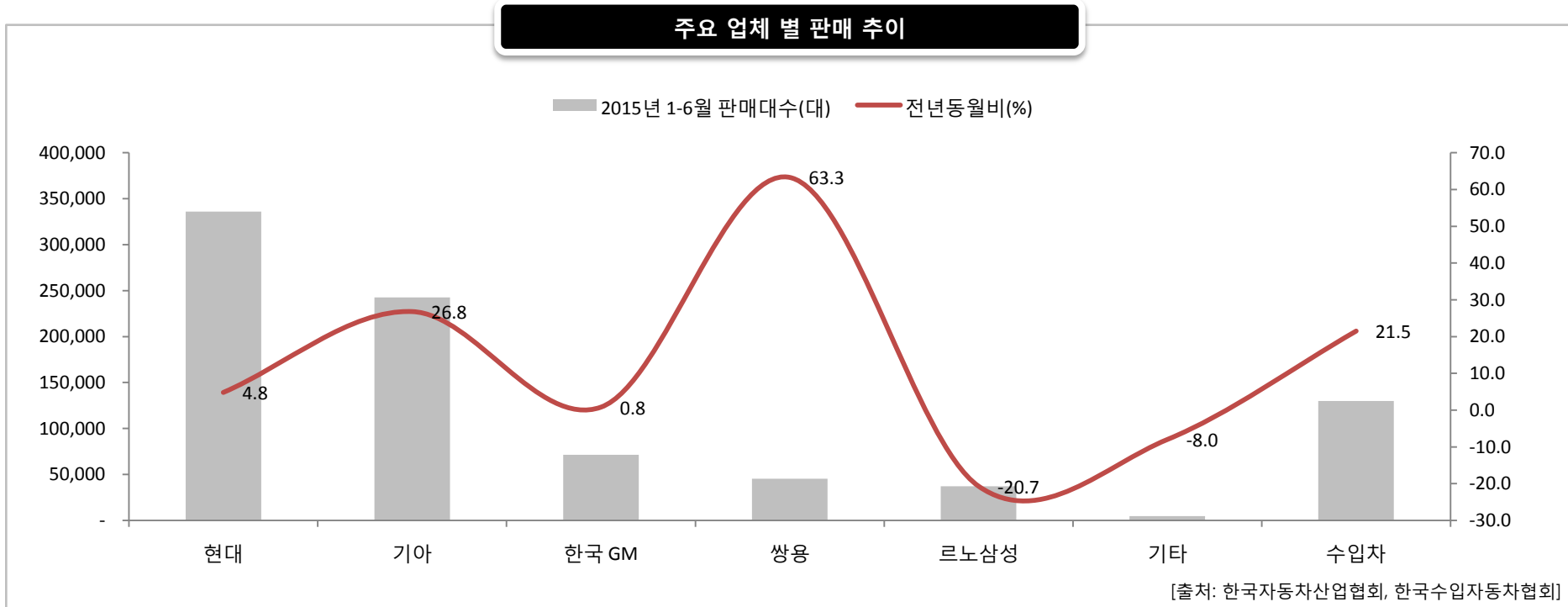


[출처: 한국자동차산업연구소]

- 2015년 2월을 제외하고 상반기에는 대체로 판매 성장세를 보였으며 월 평균 14만대 이상 판매 추이 기록
- 2015년 6월에 전년 동월 대비 14.6% 증가하여, 약 16만대 판매로 기간 내 가장 높은 판매량 기록
- 국내 시장은 SUV 판매 확대에 힘입어 판매대수 증가하였고, 수입차의 경우 상반기 역대 최다 판매를 기록하며 성장세 지속

2015년 상반기 자동차 업종 시장 분석_주요 업체 별 판매 현황

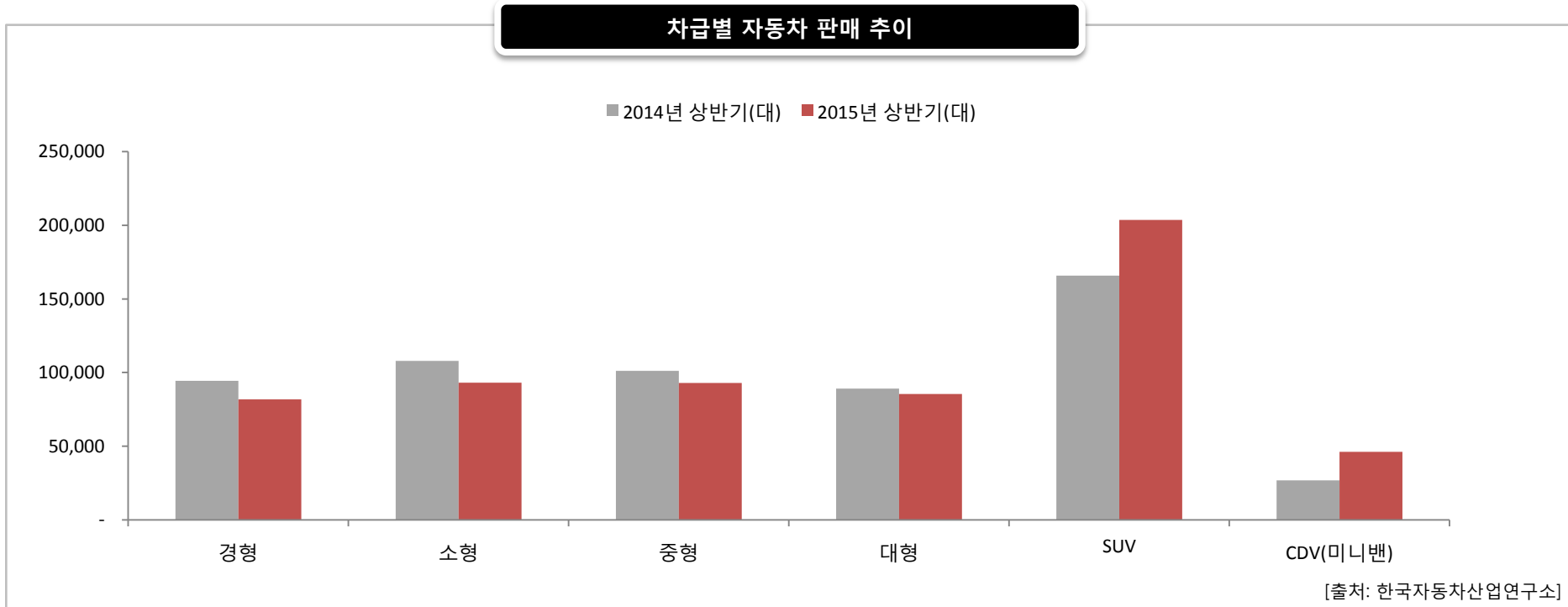
“현대 · 기아자동차 및 수입차 판매량 급증”



- 2015년 상반기 판매 현황 비교 시, 현대자동차의 판매량이 가장 높으며 그 외 기아자동차 > 수입차 > 한국GM 순
- 현대 및 기아자동차의 경우, 장기간 신차 효과를 이어감에 따라 꾸준히 성장세를 기록한 반면 르노삼성의 경우, 에스엠(SM3)과 큐엠(QM3)의 판매 하락에 따라 20.7% 감소 추이 기록
- 쌍용자동차에서 가장 높은 증감률이 발생하였으며, 이는 2015년 1월 티볼리 출시에 따른 급증으로 보임

2015년 상반기 자동차 업종 시장 분석_차급별 자동차 판매 현황

“2015년 상반기 SUV 차종의 판매량이 가장 높아”



- 다목적차량(SUV, CDV-미니밴)이 전년도 상반기 대비 높은 판매 비중을 보인 반면, 그 외 차급은 모두 판매 감소
- 국산 다목적차량의 경우, 쏘렌토 > 싼타페 > 카니발 순으로 인기를 끌며 높은 판매수 및 전년 대비 증가율 기록

2015년 상반기 자동차 업종 시장 분석_국산차 판매 현황

“현대 쏘나타, 2015년 상반기 국산차 판매 1위”

2015년 상반기 국산차 베스트셀링카 TOP10



현대자동차 - 쏘나타



한국 GM - 스파크

기아자동차 - 쏘렌토

#	브랜드	차종	판매량(대)
1	현대	쏘나타	5만 314
2	기아	모닝	4만 2,638
3	현대	그랜저	4만 1,589
4	현대	아반떼	3만 9,731
5	기아	쏘렌토	3만 8,867
6	현대	산타페	3만 7,606
7	기아	카니발	3만 2,663
8	현대	투싼	3만 215
9	한국 GM	스파크	2만 5,995
10	기아	K5	2만 103

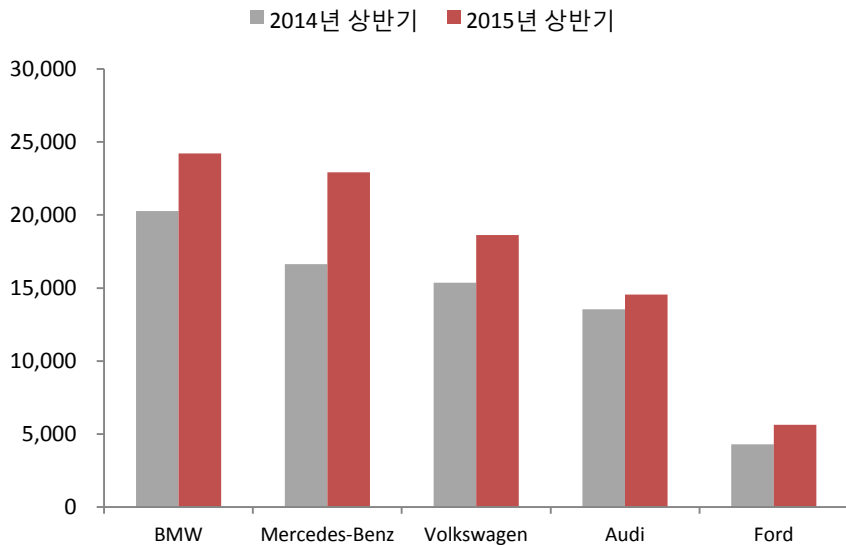
[출처: 각 사 취합]

- 2015년 상반기, 쏘나타가 5만 314대 판매 되어 국내에서 가장 많이 팔린 자동차로 기록
- 현대·기아의 SUV와 RV 차량인 쏘렌토/카니발/투싼은, 국산차 중 지난해 동기 대비 판매량이 가장 많이 늘어난 모델
- 실용성과 세련미, 성능까지 고루 갖춘 다목적차량의 성장세가 지속될 것으로 예상

2015년 상반기 자동차 업종 시장 분석_수입차 판매 현황

“상반기 누적 판매량 약 12만대, 역대 최대 판매”

수입차 브랜드 별 자동차 판매 추이 TOP5



2015년 상반기 수입차 베스트셀링카 TOP10

#	브랜드	차종	판매량(대)
1	폭스바겐	티구안 2.0 TDI 블루모션	4,926
2	BMW	520d	3,596
3	폭스바겐	골프 2.0 TDI	3,395
4	아우디	A6 35 TDI	2,985
5	폭스바겐	파사트 2.0 TDI	2,548
6	BMW	320d	2,447
7	BMW	520d xDrive	2,232
8	렉서스	ES300h	2,208
9	메르세데스-벤츠	E220 Blue TEC	2,115
10	아우디	A6 45 TDI 콰트로	2,072

[출처: 한국수입자동차협회]

- 2015년 1월~6월 상반기 수입차 누적 판매량은 약 12만대로, 전년 대비 27.1% 증가율 기록
- BMW > 메르세데스-벤츠 > 폭스바겐 순으로 높은 판매 점유율을 기록 중이며, 역대 최대 판매를 기록하며 성장세 지속
- 베스트셀링카의 경우, 모델 변경이나 할인 조건 변화, 물량 확보 능력 등에 따라 매월 조금씩 변화 됨

2015년 상반기 자동차 업종 시장 분석_차량 업계 트렌드

상반기 자동차 생산 0.9%, 수출 3.0% 모두 감소... 내수 시장은 6.2% 증가

상반기 자동차 산업 현황

*단위 : 대, %, 억불

구 분	'15. 6월	전월비교	전년동월비교	'15.1-6월	전년동기비교
생 산	423,719	15.9	11.4	2,321,840	-0.9
내 수	160,266	14.0	14.6	857,169	6.2
국산차	133,800	11.5	13.3	727,155	3.2
수입차	26,466	28.5	21.5	130,014	26.5
수 출	288,835	16.8	11.8	1,551,982	-3.0
(금액)	43.4	15.8	6.5	238.9	-6.2
부품수출(금액)	20.8	0.7	-1.1	128.1	-4.3

[출처: 산업통상자원부 '2015년 상반기 자동차산업 동향']

- 상반기 국내 자동차 산업은, 국내 판매 증가에도 불구하고 신형시장 경기 침체 등에 따라 수출이 감소하였고 국내 생산은 전년 동기 대비 0.9% 감소한 2,321,840대에 그침
- 하지만 수입차 판매가 크게 늘면서 자동차 시장의 전체 규모는 늘어난 것으로 분석
- 캠핑, 아웃도어 등 레저 문화의 확산으로 국산 다목적차량(SUV, 미니밴)과 수입차가 판매 호조를 이어가며 전년 동기 대비 6.2% 증가한 857,169대 판매 기록

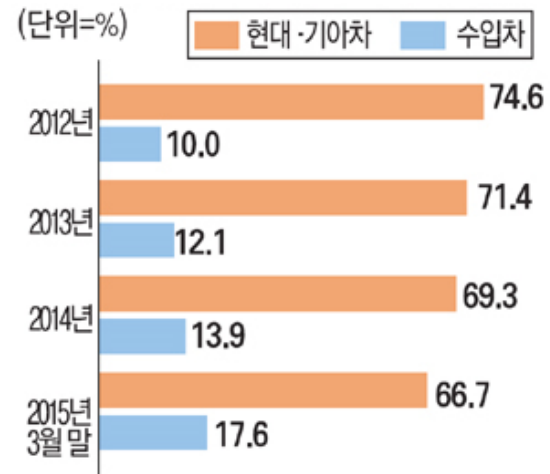
2015년 상반기 자동차 업종 시장 분석_차량 업계 트렌드

수입차 '파죽지세'... 현대차 점유율 40%대 붕괴

수입차 연도별 상반기 및 연간 판매 대수 비교



현대·기아자동차 vs. 수입차 내수 점유율



[출처: 현대·기아차, 한국수입자동차협회 및 기사 발췌]

- 수입차는 지난해에 이어 최대 판매량을 경신하며 여전히 무서운 기세로 질주 중, 연간 판매 20만대에 육박할 것으로 예상
- 반면 국내 완성차 업체는 수입차 점유율이 늘어난 만큼 실적 부진이 이어지고 있으며, 현대차 내수 점유율 약 40%대로 붕괴
- 국내 브랜드에서는 이를 만회하기 위해 하반기 주력 모델의 완전 변경 신차를 다수 출시할 계획



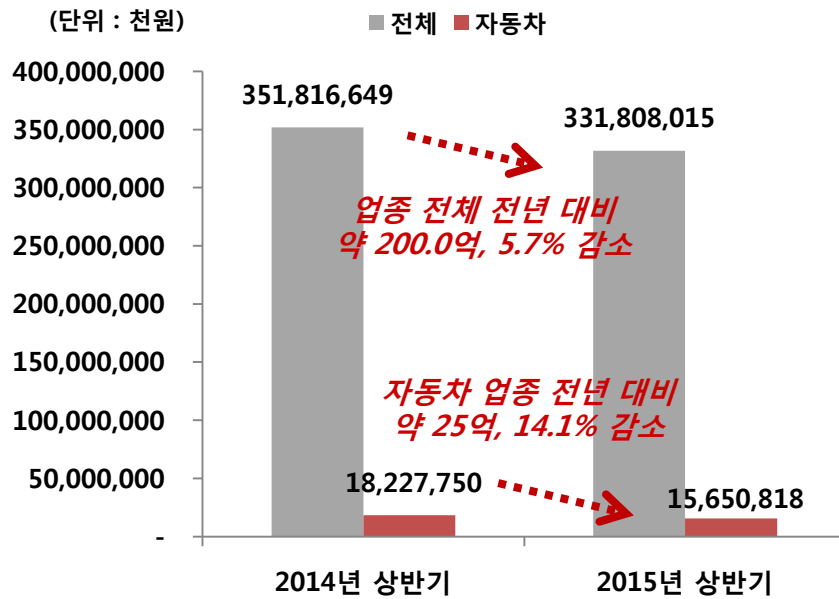
2. 2015년 상반기 자동차 업종 온라인 광고 집행 분석

2015년도 상반기 자동차 업종 온라인 광고 집행 규모

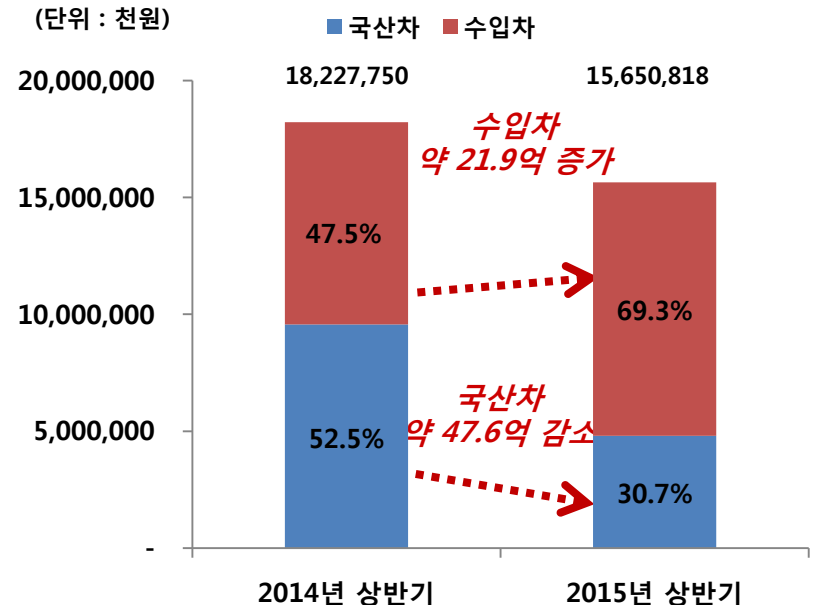
전년 동기간 대비 자동차 업종 온라인 광고 집행 14.1% 감소 2015년 상반기 온라인 광고 집행 전체 금액 감소, 자동차 업종도 함께 감소

- 2015년 상반기 전체 온라인 광고 집행 전체 금액은 전년 대비 5.7% 감소하였으며, 자동차 업종도 함께 감소율을 보임
- 2015년 상반기 전체 온라인 광고 중 자동차 업종이 차지하는 비중은 약 4.72%이며 2014년 동기간 대비 14.1% 감소하였음
- 년도 별 자동차 업종의 온라인 전체 집행 금액 기준, 국산 차의 온라인 광고 집행 비중은 2014년 상반기 52.5% >> 2015년 상반기 30.7%로 감소 한 반면, 수입차 온라인 광고 집행 비중은 2014년 상반기 47.5% >> 2015년 상반기 69.3%로 증가하였으며, 2015년 상반기 국산차 집행 금액은 2014년 상반기 대비 47.6억 원 감소

2014년 상반기 vs 2015년 상반기 온라인 광고 집행 비교



2014년 상반기 vs 2015년 상반기 국산차 / 수입차 광고 집행 비중



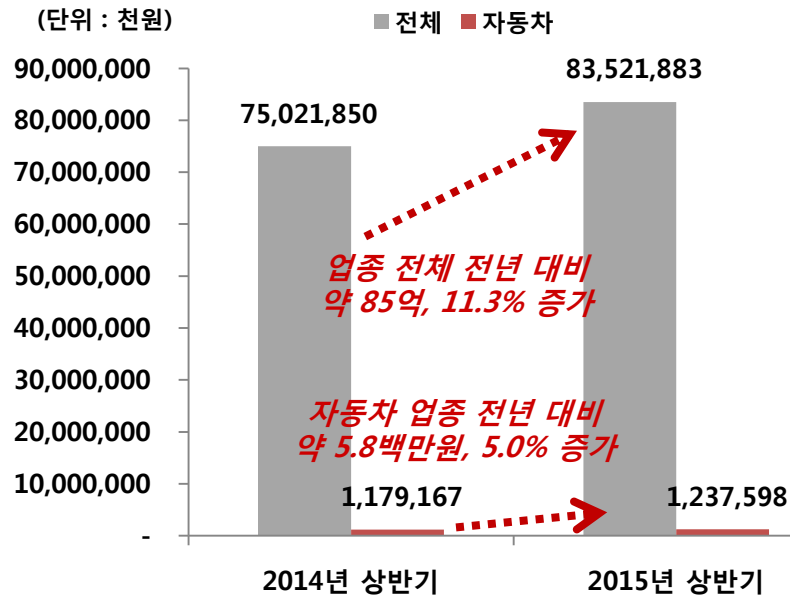
2015년도 상반기 자동차 업종 모바일 광고 집행 규모

전년 동기간 대비 자동차 업종 모바일 광고 집행 증가

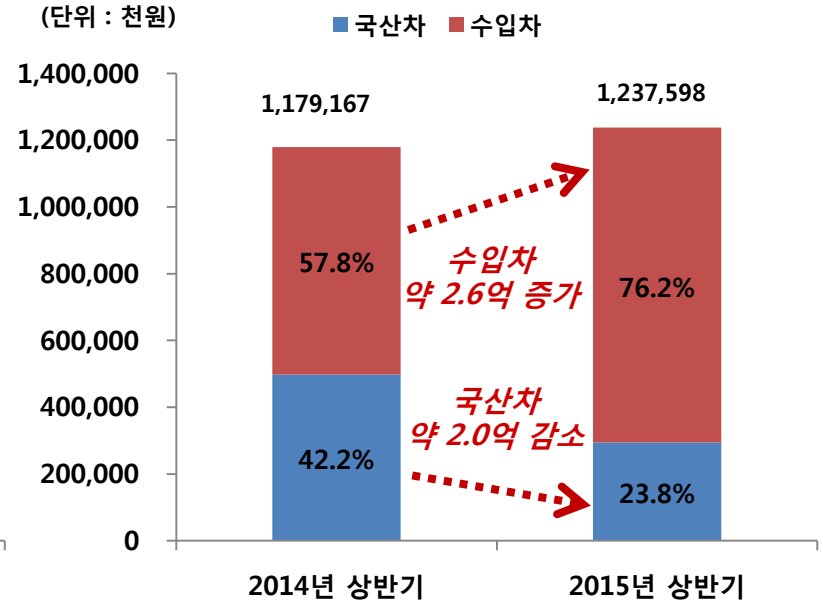
2015년 상반기 모바일 광고 집행 전체 11.3% 증가, 자동차 업종은 5.0% 증가

- 2015년 상반기 전체 모바일 광고 집행 전체 금액은 전년 대비 11.3% 증가하였으며, 자동차 업종 또한 전년 대비 5.0% 증가
 - 2015년 상반기 전체 모바일 광고 중 자동차 업종이 차지하는 비중은 약 1.48%이며 2014년 동기간 대비 0.09% 감소하였음
 - 년도 별 자동차 업종의 모바일 전체 집행 금액 기준, 국산차의 모바일 광고 집행 비중은 2014년 상반기 42.2% >> 2015년 상반기 23.8%로 감소한 반면, 수입차 모바일 광고 집행 비중은 2014년 상반기 57.8% >> 2015년 상반기 76.2%로 증가하였으며, 2015년 상반기 국산차 집행 금액은 2014년 상반기 대비 2.0억 원 감소
- > 국산차 모바일 광고비 감소, 수입차 모바일 광고비 증가는 온라인 집행 금액의 증감과 유사한 패턴을 보임

2014년 상반기 vs 2015년 상반기 모바일 광고 집행 비교



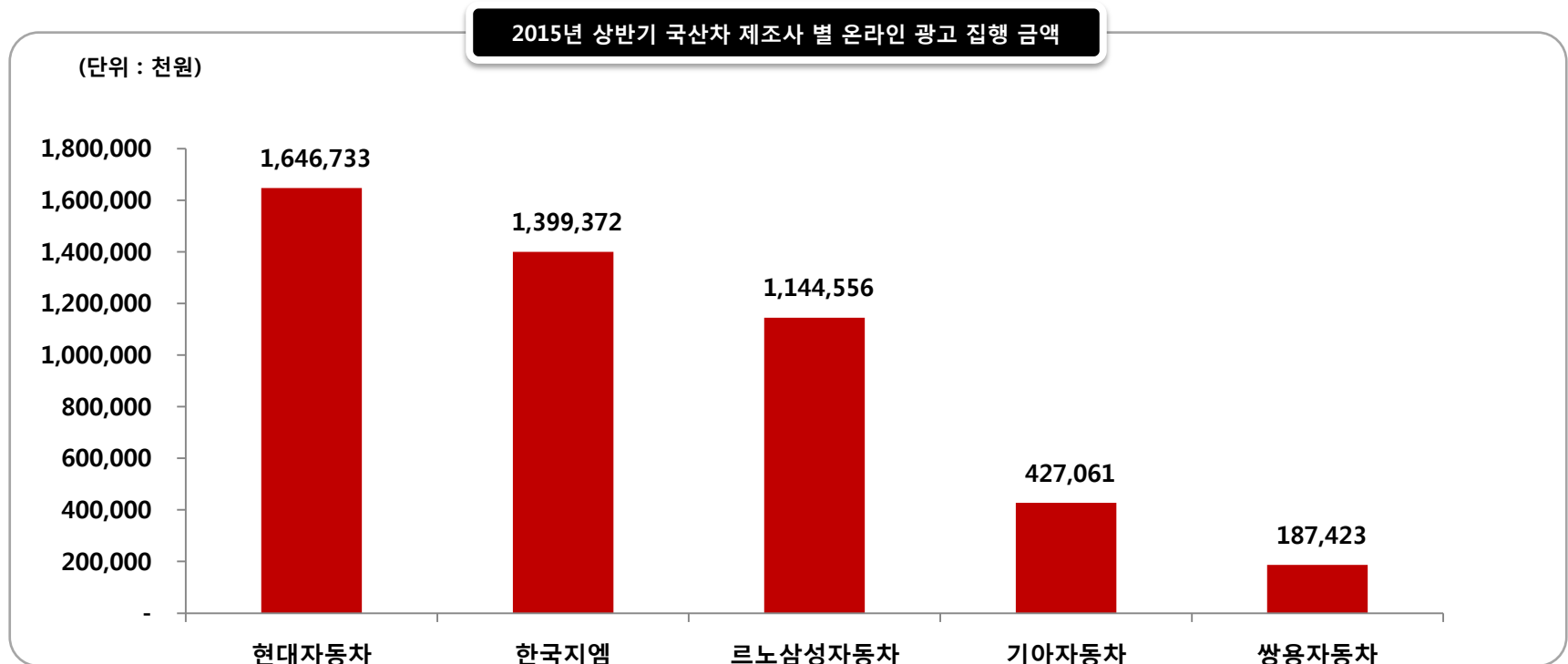
2014년 상반기 vs 2015년 상반기 국산차 / 수입차 광고 집행 비중



2015년 상반기 국산차 제조사 별 온라인 집행 금액

현대자동차, 2015년 16억 원으로 국산차 중 가장 많은 집행 전년 대비 국산차 온라인 광고 집행 금액 감소

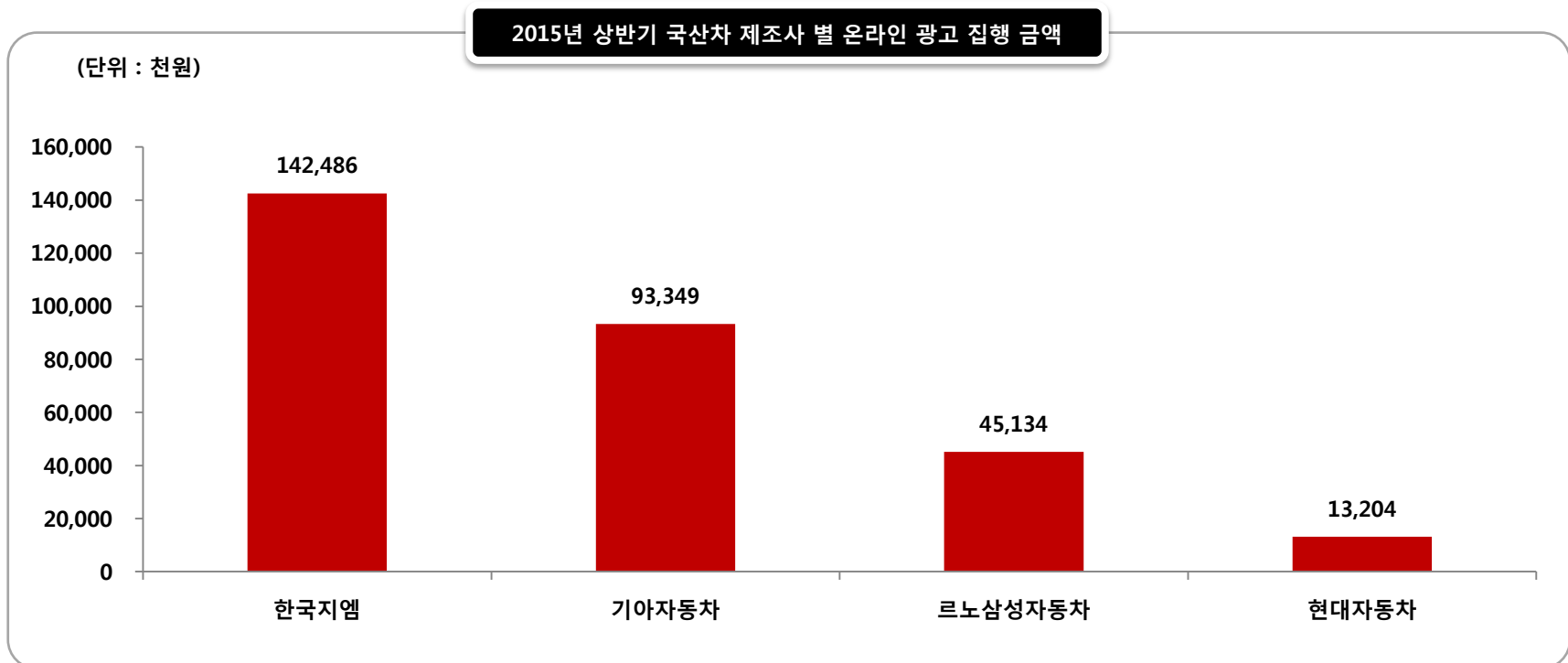
- 2015년 상반기 국산차 온라인 광고 금액은 약 48억으로 전년대비 온라인 광고 금액 감소 (2014년 상반기 국산차 온라인 광고 금액 : 약 95억)
- 2015년 상반기 16억 원을 집행한 현대자동차가 가장 높은 광고 집행 금액을 기록
- 이어 한국지엠이 약 13억 원의 광고 비용 지출하며 두 번째로 높은 광고 집행 금액을 기록하였으며, 르노삼성자동차가 약 11억 원의 광고 비용 지출하며 뒤를 이음



2015년 상반기 국산차 제조사 별 모바일 집행 금액

한국지엠, 2015년 1.4억 원으로 국산차 중 가장 많은 집행 전년 대비 국산차 모바일 광고 집행 금액 감소

- 2015년 상반기 국산차 모바일 광고 금액은 약 2.9억으로 전년대비 모바일 광고 금액 감소 (2014년 상반기 국산차 모바일 광고 금액 : 약 4.9억)
- 2015년 상반기 1.4억 원을 집행한 한국지엠이 가장 높은 광고 집행 금액을 기록
- 이어 기아자동차가 약 0.9억 원의 광고 비용 지출하며 두 번째로 높은 광고 집행 금액을 기록
- 온라인 집행금액이 가장 높았던 현대자동차는 약 1.3백만원 집행하며 온라인에 집중된 것으로 보임

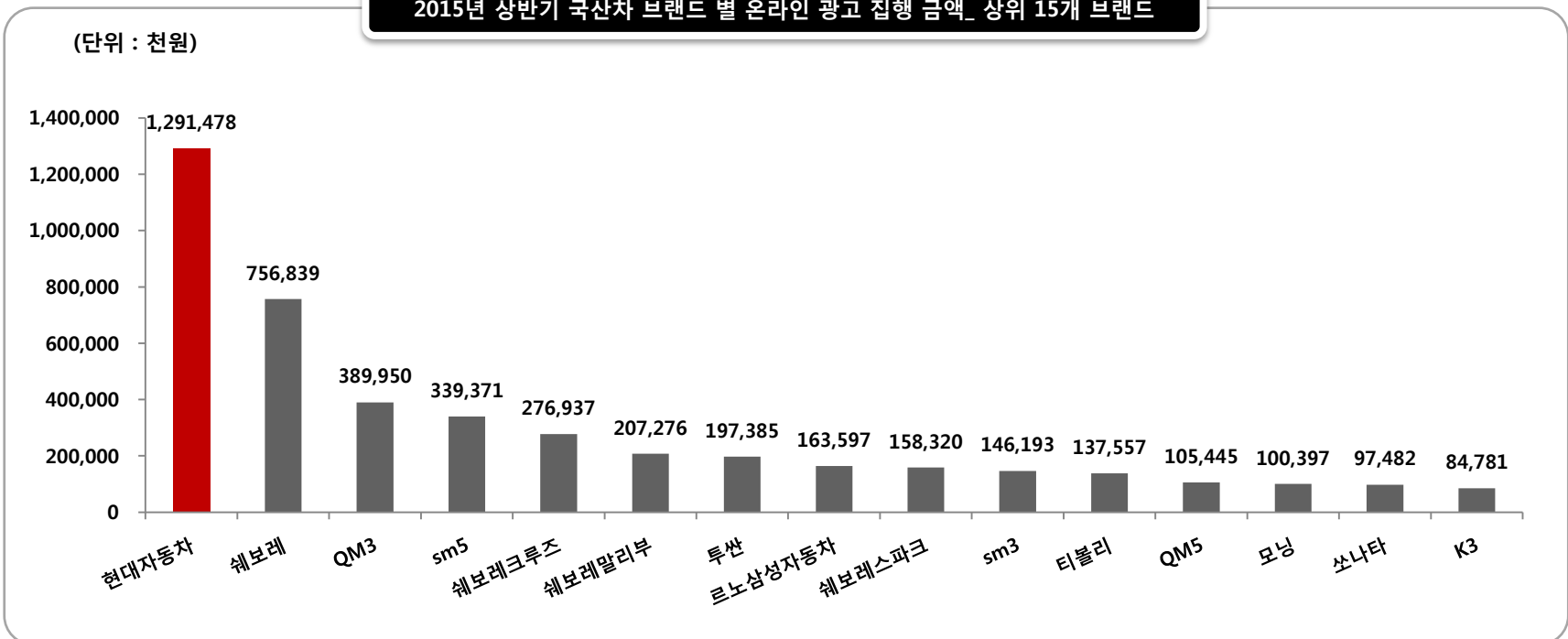


2015년 상반기 국산차 브랜드 별 집행 금액

현대자동차, 2015년 약 12억 원 규모의 브랜드성 광고 집행 현대자동차에 이어, 쉐보레가 약 7.5억 원의 온라인 광고 집행

- 현대자동차가 약 12.9억 원의 광고를 집행하며 가장 높은 금액을 보임
- 국산차 브랜드별 집행 행태를 분석한 결과 가장 높은 금액을 집행한 현대자동차가 월등히 높은 비중을 차지하고 있으며, 상위 4개 브랜드를 제외한 전체 브랜드의 경우 비슷한 수준의 광고 집행 금액을 보임
- 현대자동차에 이어 쉐보레 (약 7.5억) > QM3 (약 3.8억) > sm5 (약 3.3억) > 쉐보레크루즈 (약 2.7억) 순으로 광고 집행 순을 보임
- 2015년 상반기 국산 차는 자동차 업계 전체 온라인 광고 집행 금액의 약 31% 차지한 것으로 나타남

2015년 상반기 국산차 브랜드 별 온라인 광고 집행 금액_ 상위 15개 브랜드



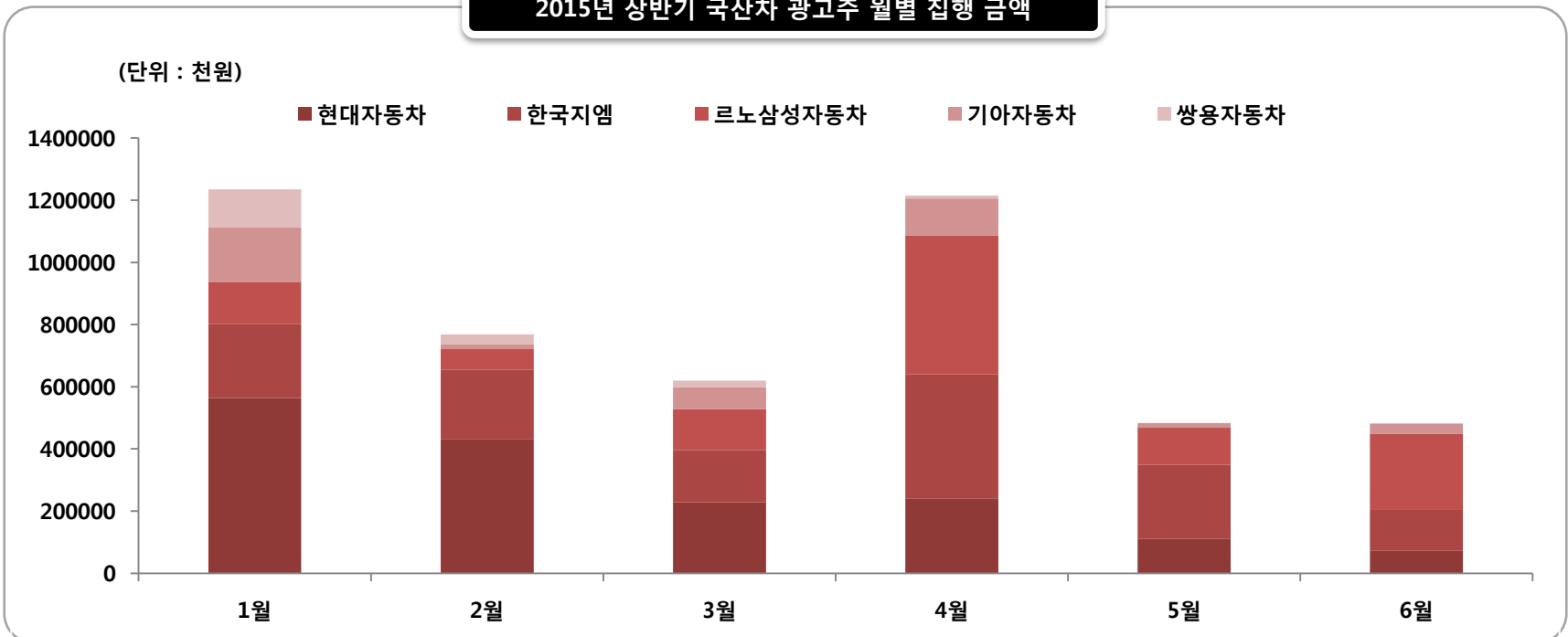
2015년 상반기 국산차 월별 집행 금액

1월 신년 이슈 및 4월 나들이&모터쇼 시즌 이슈로 집행 금액 상승

TOP 1,2 랭크 된 현대자동차 & 한국지엠의 금액 상승이 월별 전체 집행금액 추이에 영향

- 신년 이슈 및 나들이, 모터쇼 시즌 이슈 영향으로 1월, 4월에 광고비가 집중되었으며, 현대자동차 & 한국지엠 2개 광고주 모두 많은 금액 집행한 1월에 약 123억 원으로 가장 높은 광고 집행 금액을 보임
- 1월 현대자동차 브랜딩 및 쏘나타, 아이씨티, 엑센트 등 약 56억 원의 다양한 브랜드 캠페인 집행으로 기간 내 단일 광고주 월별 집행 금액 중 가장 높은 금액 기록하였으며, 뒤를 이어 4월에 르노삼성자동차 QM시리즈, SM시리즈 브랜드 캠페인 진행으로 약 44.6억 원 집행하며 2위 기록
- 그 외 현대자동차/한국지엠 집행 금액이 높았던 2월이 그 뒤를 이었으며, 상반기 내 기아자동차 및 쌍용자동차의 집행금액은 타 광고주대비 미미한 수준임

2015년 상반기 국산차 광고주 월별 집행 금액



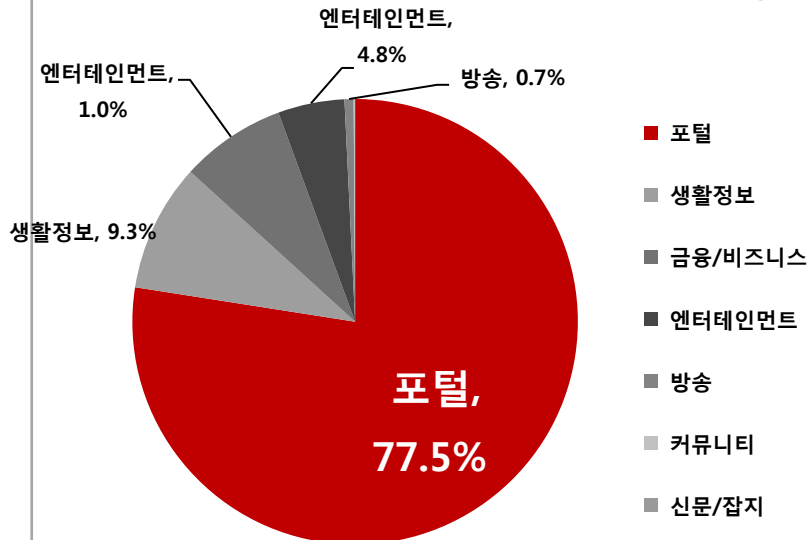
2015년 상반기 국산차 매체 / 카테고리 별 집행 금액

전체 광고비의 약 77%를 포털 사이트에 집중 포털 중심적 매체 운용, 상위 3개 매체가 모두 포털

- 카테고리별 분석결과, 포털이 전체 집행금액의 약 77%를 차지하며 압도적으로 높은 매체 비중을 차지
 - 대형 포털 메인 지면을 통한 광고 도달 극대화는 물론, 생활정보 등 타겟지면을 통한 타겟 커버리지 확장
- 집행금액 상위 3개 매체가 모두 포털이 차지하였으며, 다음으로 브랜딩 목적으로 영상 노출을 위한 유튜브의 선호도가 높게 나타남
 - 신차 출시를 비롯, 자동차 브랜드의 경우 인지도와 이슈화가 절대적이기 때문에 다수가 유입하는 포털 및 영상매체 선호

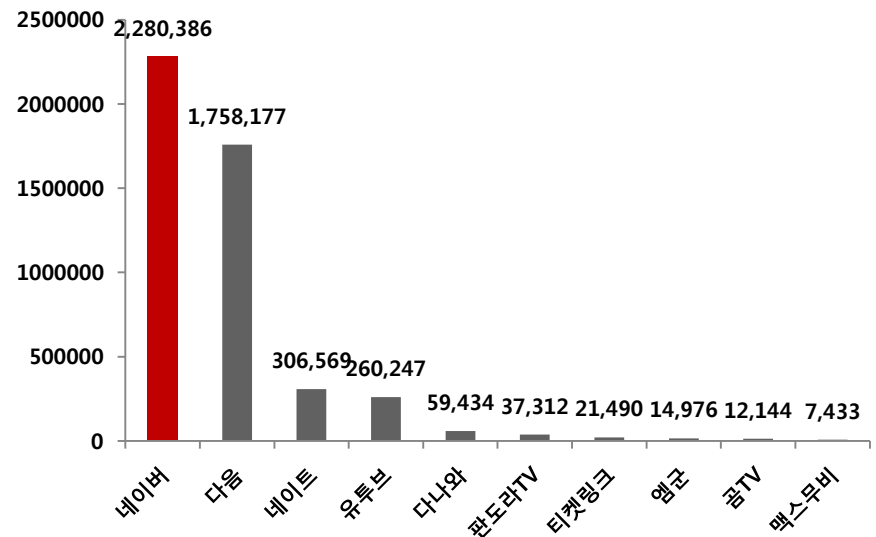
2015년 상반기 자동차 업종 매체 카테고리 별 집행금액

(단위 : 천원)



2015년 상반기 자동차 업종 매체 상위 10개 집행금액

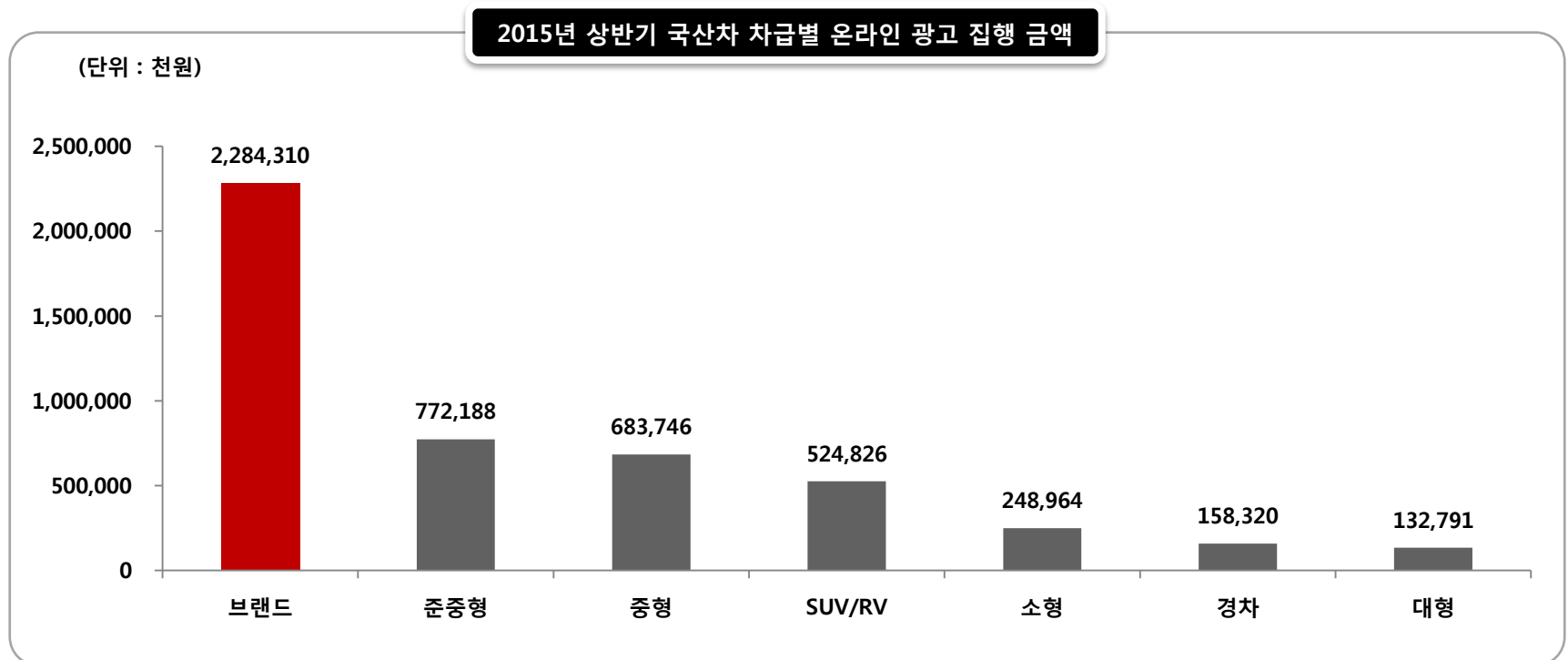
(단위 : 천원)



2015년 상반기 국산차 차급 별 집행 금액

제조사 브랜드 이미지 제고를 위한 브랜드 광고의 집행금액이 높음 브랜드에 이어 준/중형 자동차가 높은 광고 집행 금액을 나타냄

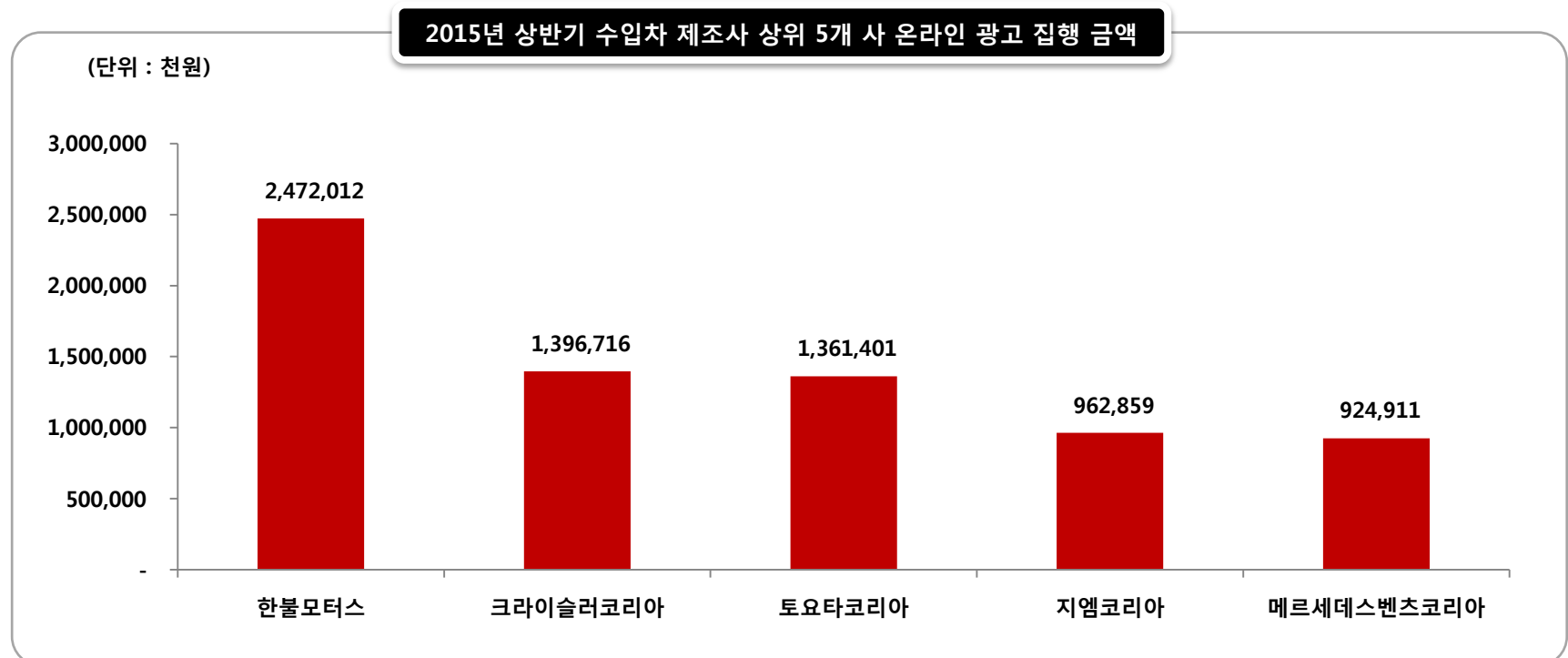
- 2015년 상반기 현대자동차의 전시회 관련 캠페인이 브랜드 광고 중 가장 높은 집행 금액 차지 ('brilliant memories 전시회 2015.1.28~2.17')
- 브랜드광고 외 준/중형과 중형, SUV/RV가 비슷한 수준의 광고 집행 금액기록
- 브랜드 4개 (약 22억) > 준중형 5개 (약 7억) > 중형 5개 (약 6억) > SUV/RV 2개 (약 5억) > 소형 3개 (약 2억) > 경차 1개 (약 1억) > 대형 1개 (약 1억) 순으로 광고 집행한 것으로 나타남



2015년 상반기 수입차 제조사 별 온라인 집행 금액

한불모터스, 2015년 24억 원으로 수입차 중 가장 많은 집행 수입차 온라인 광고 집행 금액은, 전년 대비 증가

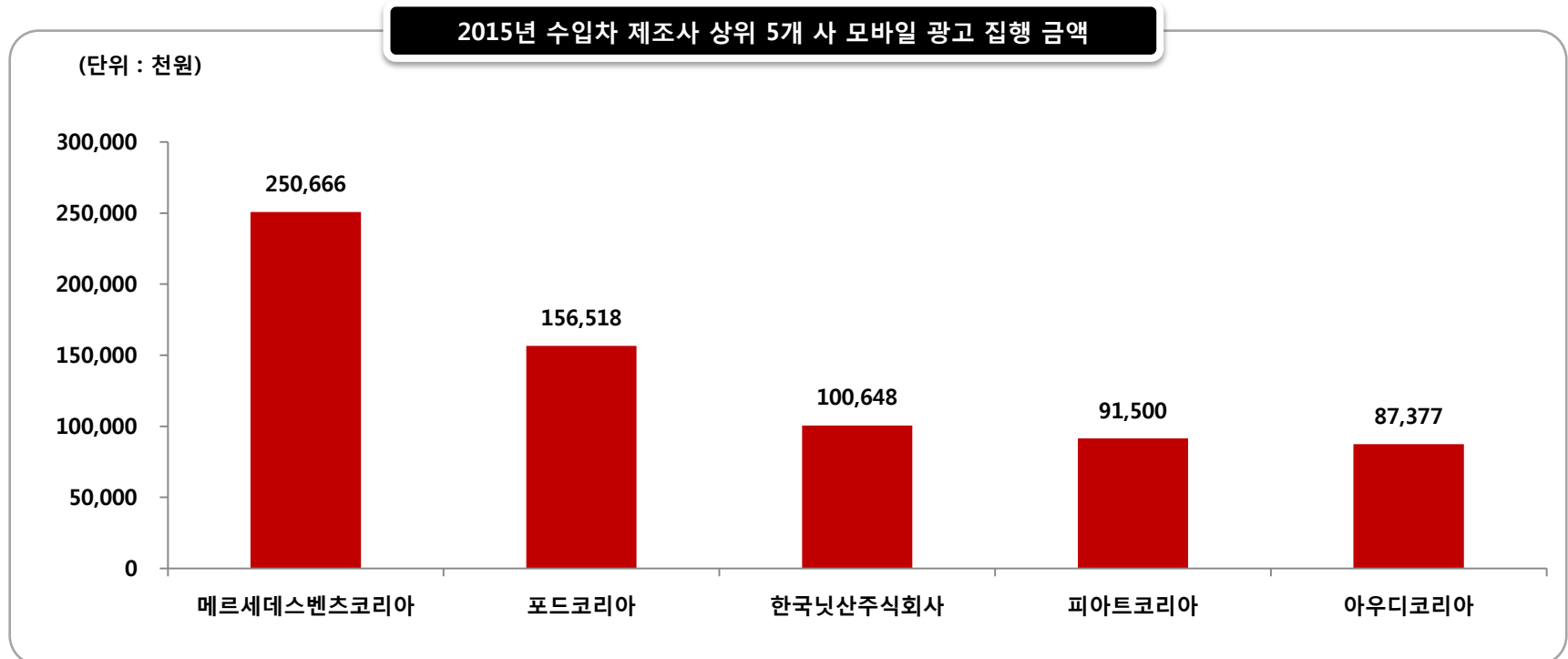
- 2015년 상반기 수입차 온라인 광고 금액은 약 108억으로 전년대비 온라인 광고 금액 증가 (2014년 상반기 수입차 온라인 광고 금액 : 약 86억)
- 2015년 상반기 24억 원을 집행한 한불모터스가 가장 높은 광고 집행 금액을 기록
- 이어 크라이슬러코리아가 두 번째로 높은 광고 집행 금액을 기록하였으며, 약 13억 원의 광고 비용 지출
- 총 15개 수입차 광고주가 2015년 상반기 총 108억을 집행함



2015년 상반기 수입차 제조사 별 모바일 집행 금액

메르세데스 벤츠코리아, 2015년 2.5억 원으로 수입차 중 가장 많은 집행 전년 대비 수입차 모바일 광고 집행 금액 증가

- 2015년 상반기 수입차 모바일 광고 금액은 약 9.4억으로 전년대비 모바일 광고 금액 증가 (2014년 상반기 수입차 모바일 광고 금액 : 약 6.8억)
- 2015년 상반기 2.5억 원을 집행한 메르세데스 벤츠코리아가 가장 높은 광고 집행 금액을 기록
- 이어 포드코리아가 두 번째로 높은 광고 집행 금액을 기록하였으며, 약 1.5억 원의 광고 비용 지출
- 총 13개 수입차 광고주가 2015년 상반기 총 9.4억을 집행함



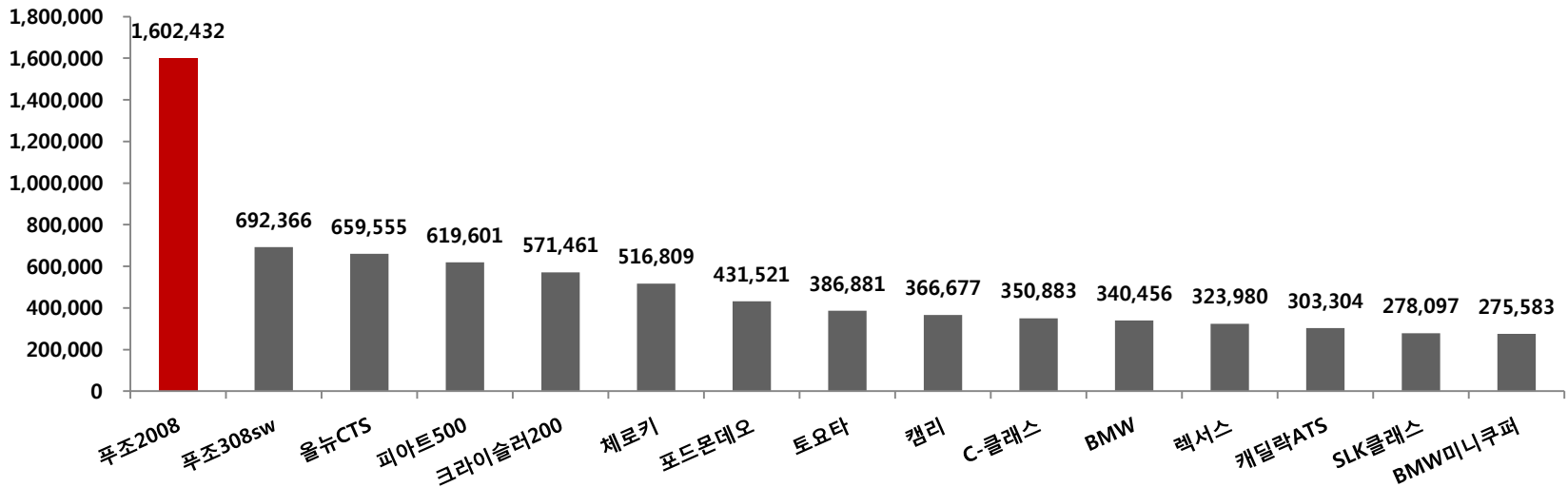
2015년 상반기 수입차 브랜드 별 집행 금액

푸조2008, 2015년 약 16억 원 규모의 브랜드 광고 집행 푸조2008에 이어, 푸조308sw가 약 6.9억 원의 온라인 광고 집행

- 푸조2008이 약 16억원의 광고를 집행하며 가장 높은 금액을 보임
- 수입차 브랜드별 집행 행태를 분석한 결과, 가장 높은 금액을 집행한 푸조2008를 제외한 전체 브랜드의 경우 비슷한 수준의 광고 집행 금액을 보임
- 푸조2008에 이어 푸조308sw (약 6.9억) > 올뉴CTS (약 6.5억) > 피아트500 (약 6.1억) > 크라이슬러200 (약 5.7억) 순으로 광고 집행 순을 보임
- 2015년 상반기 수입차는 자동차 업계 전체 온라인 광고 집행 금액의 약 69% 차지한 것으로 나타남

2015년 상반기 수입차 브랜드 별 온라인 광고 집행 금액_ 상위 15개 브랜드

(단위 : 천원)



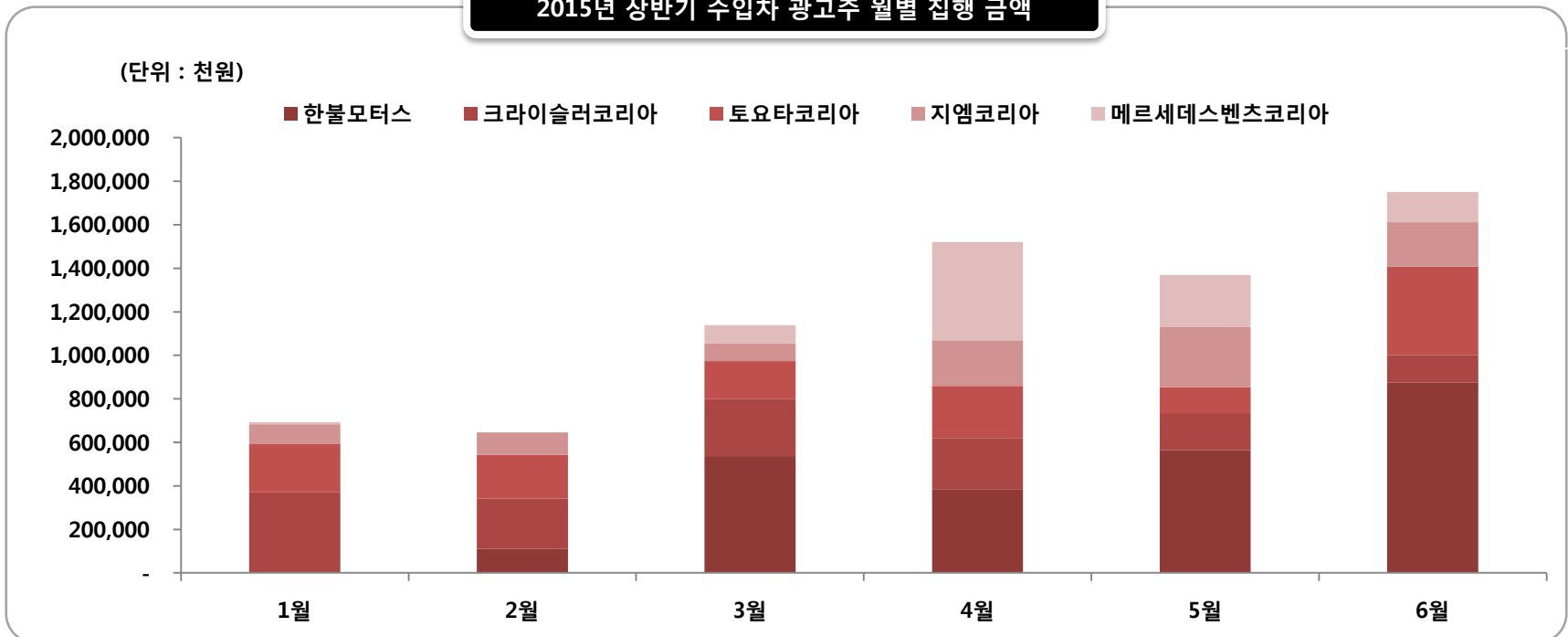
2015년 상반기 수입차 월별 집행 금액

모터쇼&나들이 시즌인 4,6월에 가장 높은 광고비 집행

TOP 1인 한불모터스 외 4,5위인 지엠코리아, 메르세데스벤츠코리아 광고비 증가 영향

- 국산브랜드가 1월, 4월에 광고비가 집중된 것과 달리 수입브랜드는 6월 가장 높은 광고 집행 금액을 보였으며, 1월, 2월을 제외한 3~6월은 전반적으로 비슷한 수준의 광고 집행비를 보임
- 전반적으로 상위 5개 브랜드 모두 꾸준한 광고 집행을 보이고 있으며, 가장 높은 광고 집행 금액을 보인 한불모터스가 6월에 2015 푸조2008 시리즈 시승이벤트를 집행하면서 가장 높은 광고비를 기록
- 상위 5개 광고주 모두 대표 브랜드의 신제품 출시 및 시승, 브랜드별 이벤트에 맞춰 광고 집행한 것으로 나타남

2015년 상반기 수입차 광고주 월별 집행 금액



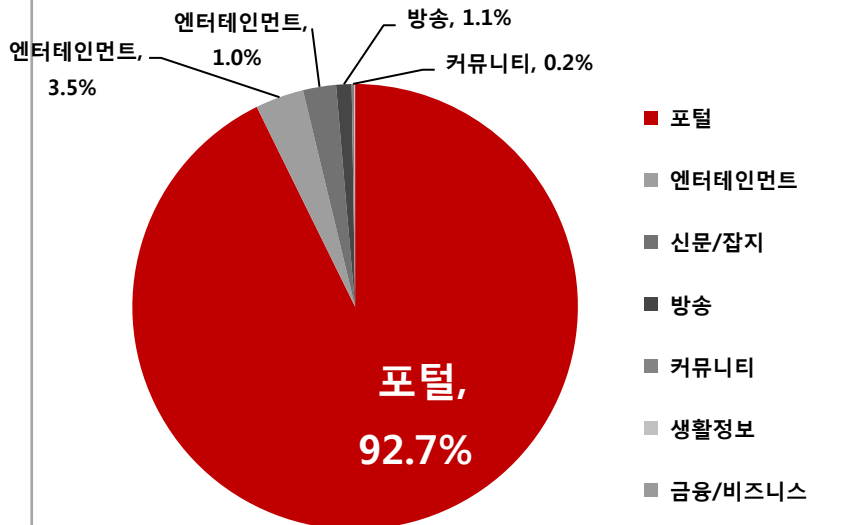
2015년 상반기 수입차 매체 / 카테고리 별 집행 금액

전체 광고비의 약 93%를 포털사이트에 집중

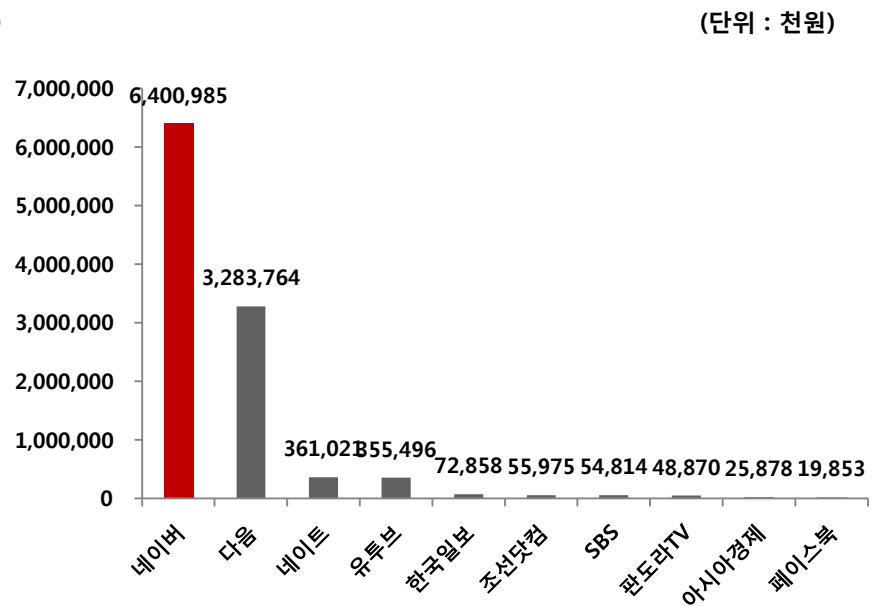
네이버가 약 64%로 포털사이트 중에서도 가장 많은 광고 집행을 보임

- 92.7%의 광고비를 포털사이트에 집중 집행하였으며, 포털사이트 외엔 엔터테인먼트 카테고리에서 높은 비중을 보임
- 포털사이트 중 네이버가 63.7%로 가장 높은 비중을 보였으며, 그 다음으로 다음(32.7%)의 광고 금액 비중을 보임
- 자동차 섹션이 활성화 되어 있는 네이버, 다음 등의 매체를 이용하여 커버리지 뿐만 아니라 타겟 접점 확보에도 초점을 맞춤

2015년 상반기 자동차 업종 매체 카테고리 별 집행금액



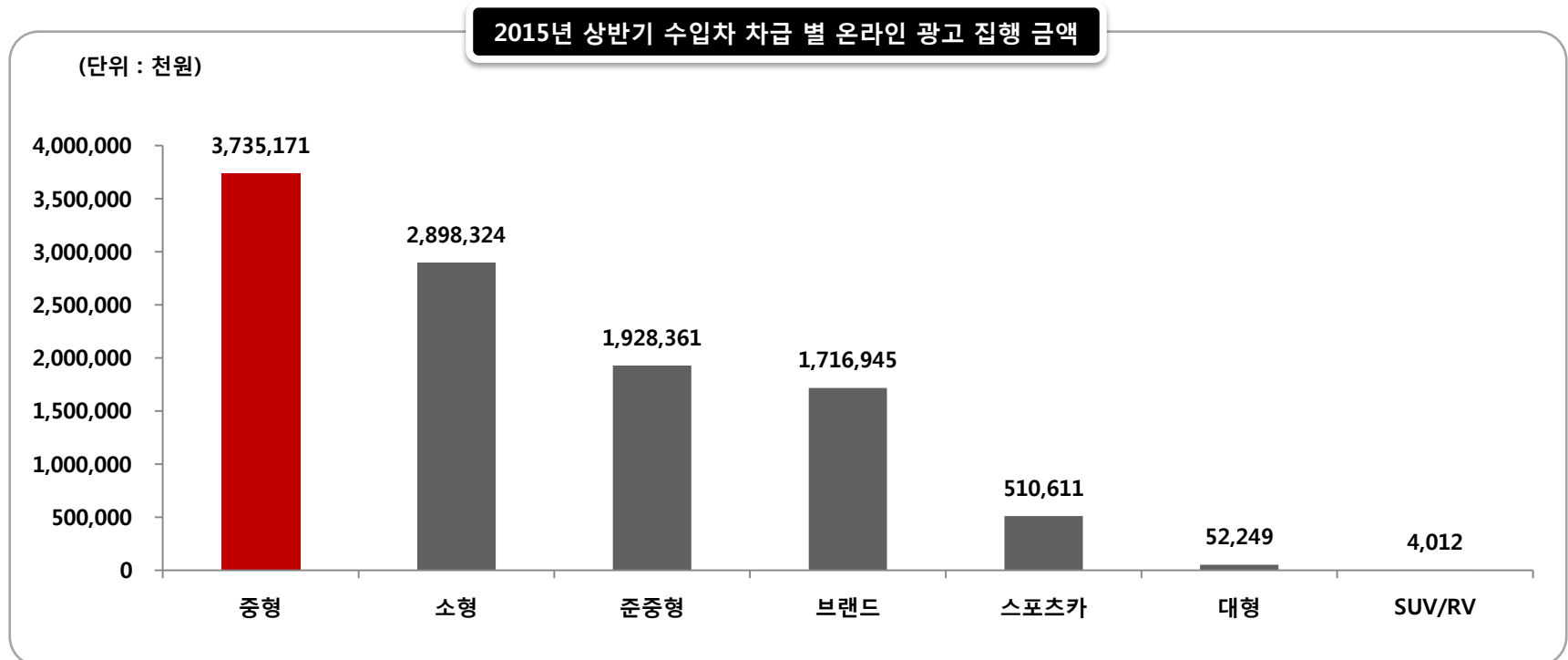
2015년 상반기 자동차 업종 매체 상위 10개 집행금액



2015년 상반기 수입차 차급 별 집행 금액

수입차 중형차 출시 증가로 해당 차급 광고의 집행금액이 높음 중형차에 이어 소형 자동차가 높은 광고 집행 금액을 나타냄

- 2015년 상반기 크라이슬러코리아의 체로키 브랜딩 캠페인이 중형자동차 광고 중 가장 높은 집행 금액 차지 (“EVERYWHERE STARTS HERE CHEROKEE”)
- 브랜드 광고집행이 가장 높던 국산브랜드와 달리 수입브랜드는 중형차 광고 집행이 가장 높았으며, 그 뒤로 준/중형 광고비가 높았던 국산브랜드와 달리 수입브랜드는 소형 광고비가 2위를 차지
- 중형 9개 (약 37억) > 소형 5개 (약 28억) > 준/중형 9개 (약 19억) > 브랜드 11개 (약 17억) > 스포츠카 2개 (약 5억) > 대형 1개 (약 0.5억) > SUV/RV 1개 (약 0.04억) 순으로 광고 집행한 것으로 나타남





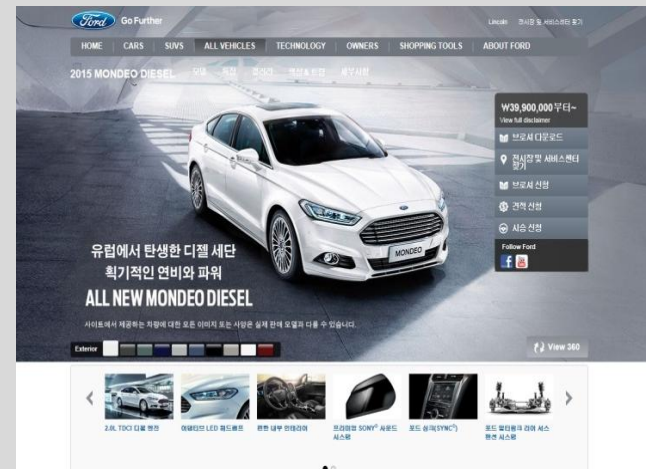
3. 2015년 상반기 자동차 업종 온라인 캠페인 집행사례



Online Campaign Case Study_브랜딩

광고주/브랜드	크라이슬러코리아 / 크라이슬러200	기간	2015. 02. 03 ~ 2015. 04. 19
캠페인	THE ENGAGING SEDAN CHRYSLER 200	금액	316,113,000 원(리서치애드 추정치)
매체	네이버, 다음, SBS		
내용	크라이슬러200 스펙 및 관련 다양한 정보		

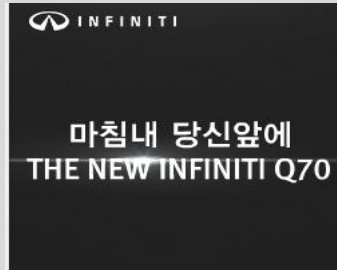
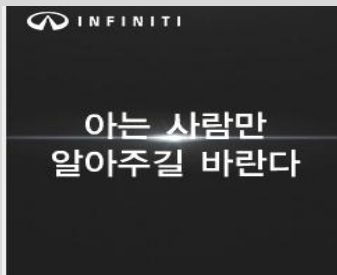
Creative & Event Page



Online Campaign Case Study_브랜딩

광고주/브랜드	한국닛산주식회사 / 인피니티	기간	2015. 02. 10 ~ 2015. 03. 30
캠페인	THE NEW INFINITI Q70	금액	188,830,000 원(리서치애드 추정치)
매체	다음, 네이버, 조선닷컴, 머니투데이, YTN, 이데일리, 노컷뉴스, 아시아경제 및 그 외 언론사		
내용	INFINITI Q70 스펙, 관련 다양한 정보 및 이벤트 선물 증정		

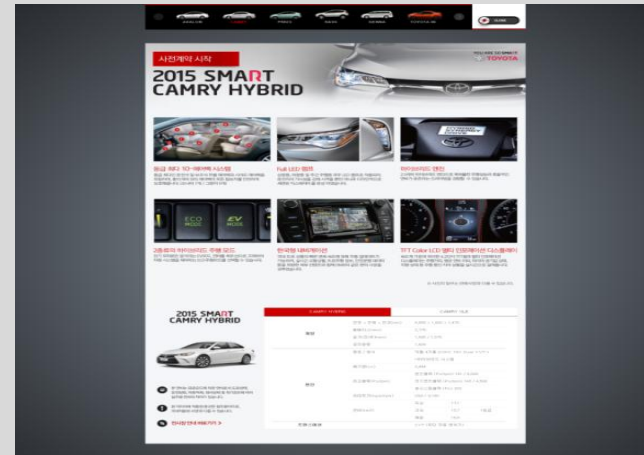
Creative & Event Page



Online Campaign Case Study_브랜딩

광고주/브랜드	토요타코리아 /캠리	기간	2015. 01. 05 ~ 2015. 06. 21
캠페인	지금 2015 CAMRY HYBRID의 놀라운 변화를 경험하세요!	금액	240,117,000 원(리서치애드 추정치)
매체	네이버, 다음, 한국경제, 파이낸셜뉴스, 동아일보, 문화일보, 한국경제 및 그 외 언론사		
내용	캠리 스펙, 관련 정보 확인 및 사전계약 진행 이벤트		

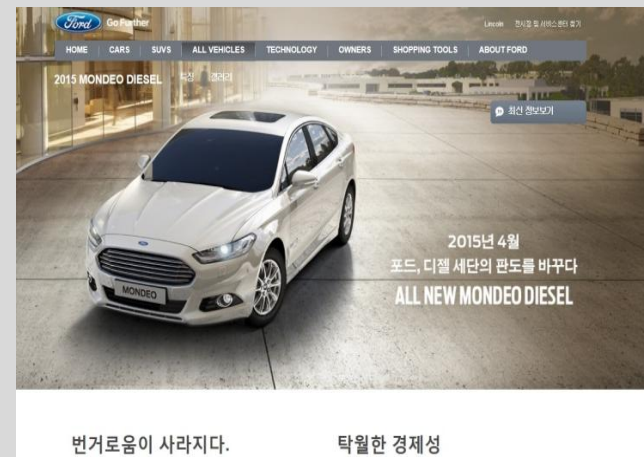
Creative & Event Page



Online Campaign Case Study_브랜딩

광고주/브랜드	포드코리아 / 포드몬데오	기간	2015. 03. 12 ~ 2015. 06. 30
캠페인	THE ALL NEW FORD MONDEO PRESENTS	금액	416,398,000 원(리서치애드 추정치)
매체	다음, 네이버, 한국아이, 경향신문, 문화일보, 서울신문, 유튜브, 곰TV, 더팩트		
내용	포드, 디젤세탄 포드몬데오 국내 출시 홍보		

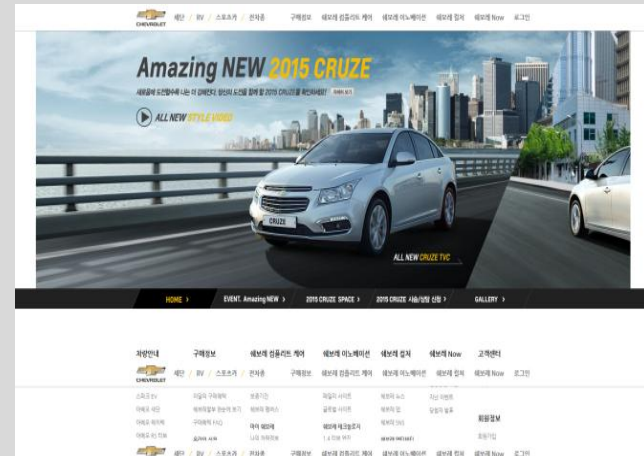
Creative & Event Page



Online Campaign Case Study_세일즈

광고주/브랜드	한국지엠 / 쉐보레크루즈	기간	2015. 01. 23 ~ 2015. 03. 08
캠페인	Amazing NEW 2015 CRUZE	금액	278,937,000 원(리서치애드 추정치)
매체	다음, 네이버, 다나와, 유튜브		
내용	2015 CRUZE 변화 영상 확인하는 경품 이벤트 및 온라인 상담/시승 신청 이벤트 진행		

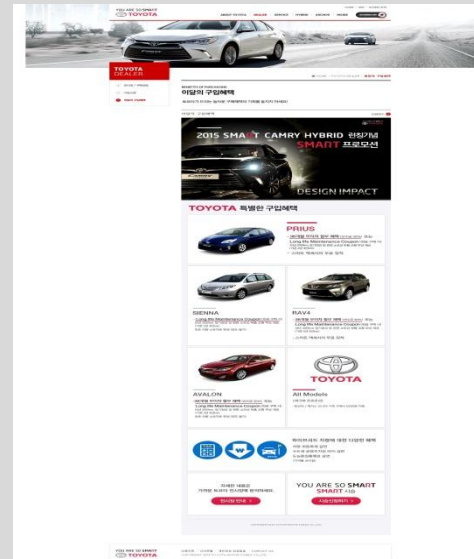
Creative & Event Page



Online Campaign Case Study_세일즈

광고주/브랜드	토요타코리아 / 토요타시에나	기간	2015. 01. 27 ~ 2015. 03. 01
캠페인	SIENNA 특별한 구입혜택	금액	40,485,000 원(리서치애드 추정치)
매체	다음, 문화일보, 이티뉴스, 조선닷컴, 한국경제, 동아일보, 도깨비 뉴스 등		
내용	시에나 무이자 할부 프로그램 제공 및 시승신청 안내		

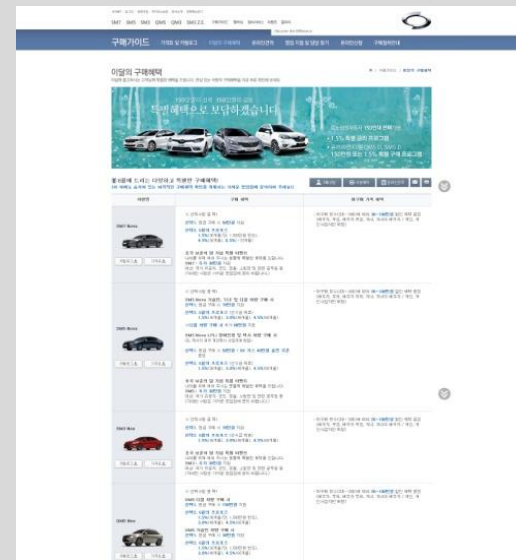
Creative & Event Page



Online Campaign Case Study_세일즈

광고주/브랜드	르노삼성자동차	기간	2015. 06. 12 ~ 2015. 06. 17
캠페인	150만대 판매기념 1.5% 특별금리	금액	112,197,000 원(리서치애드 추정치)
매체	네이버, 다음		
내용	150만대 판매기념 특별 금리 프로그램 이벤트		

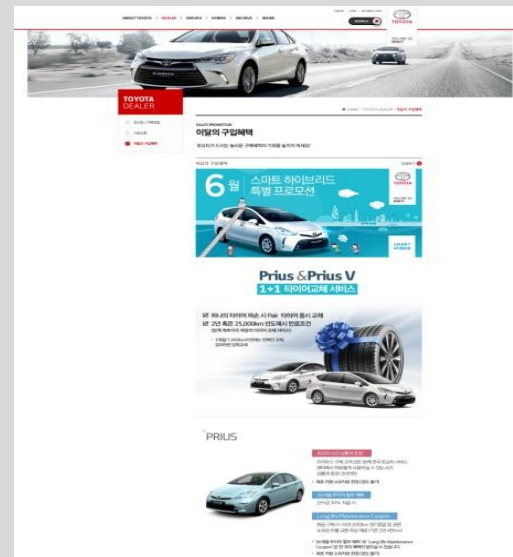
Creative & Event Page



Online Campaign Case Study_세일즈

광고주/브랜드	토요타코리아 / 프리우스	기간	2015. 06. 15 ~ 2015. 06. 30
캠페인	토요타 하이브리드의 6월 특별한 구입혜택	금액	243,332,000 원(리서치애드 추정치)
매체	네이버, 다음		
내용	6월 구매 혜택 및 '타이어교체 / 상품권증정 이벤트' 관련 정보 제공		

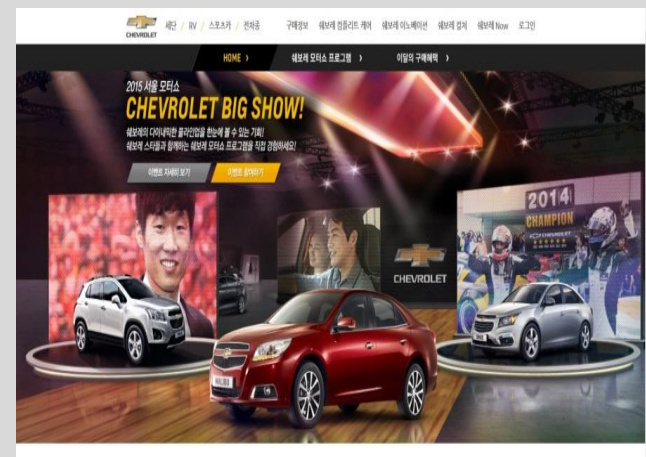
Creative & Event Page



Online Campaign Case Study_이벤트

광고주/브랜드	한국지엠 / 쉐보레	기간	2015. 03. 23~ 2015. 03. 31
캠페인	2015 서울 모터쇼 CHEVROLET BIG SHOW	금액	17,235,000 원(리서치애드 추정치)
매체	다음, 네이버		
내용	서울 모터쇼 홍보 관련 이벤트에 참여하면 추첨을 통해 경품 제공		

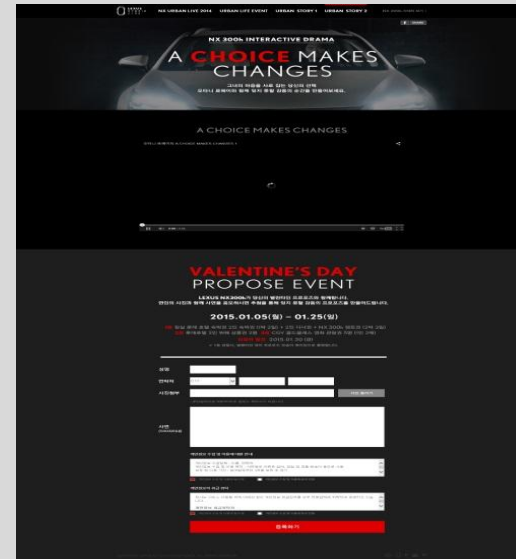
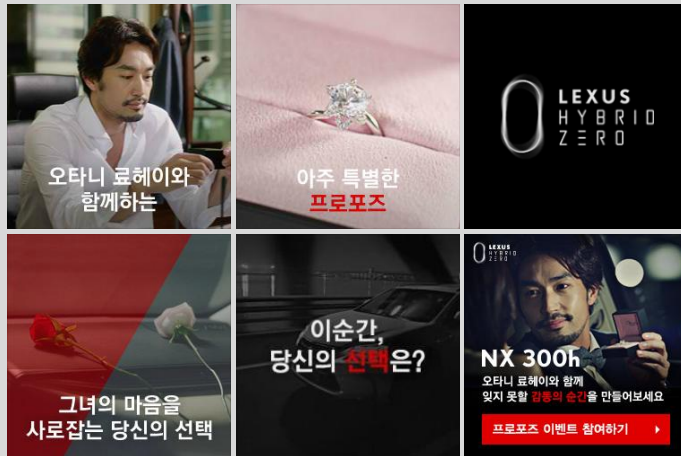
Creative & Event Page



Online Campaign Case Study_이벤트

광고주/브랜드	toyota코리아 / 렉서스	기간	2015. 01. 07~ 2015. 01. 30
캠페인	프로포즈 이벤트	금액	5,147,000 원(리서치애드 추정치)
매체	다음		
내용	발렌타인데이를 맞이해 렉서스가 진행하는 프로포즈 이벤트 (호텔 숙박권, 렌트권, 뷔페 상품권 등 제공)		

Creative & Event Page



Online Campaign Case Study_이벤트

광고주/브랜드	한국닛산주식회사 / 캐시카이	기간	2015. 02. 01~ 2015. 04. 12
캠페인	2/3/4월에도 탐나는 닛산의 시승신청	금액	43,727,000 원(리서치애드 추정치)
매체	네이버, 다음		
내용	2015 닛산 캐시카이 출시 시승 이벤트에 참여하면 UEFA 챔피언스리그 결승전 관람권 추첨을 통해 증정		

Creative & Event Page



Online Campaign Case Study_결론

브랜딩



- 신제품의 스펙 소개, 런칭 이벤트를 함께 진행 하는 방식으로 브랜딩 캠페인 진행
- 랜딩페이지도 이용자들이 직접참여 할 수 있는 시승신청 및 흥미를 끌 수 있는 요소를 더하여 제품에 대한 관심 유도

세일즈



- 금융 프로모션 및 구매 혜택에 대한 안내를 통해 제품 구매 유도
- 랜딩페이지의 경우 시승신청 또는 견적에 대한 상담을 받을 수 있도록 제작

이벤트



- 시즈널 이슈(모터쇼, 발렌타인데이) 및 제품출시 시승이벤트를 활용한 소재로 캠페인 진행
- 랜딩페이지를 통해 이벤트에 대한 흥미가 브랜드 및 제품에 대한 관심으로 이어지도록 유도



4. 2015년도 하반기 자동차 업종 시장 전망

2015년 하반기 자동차 업종 시장 전망

2015 하반기, 자동차 수출전망 '흐림' 신흥시장,산유국 수요위축 여파

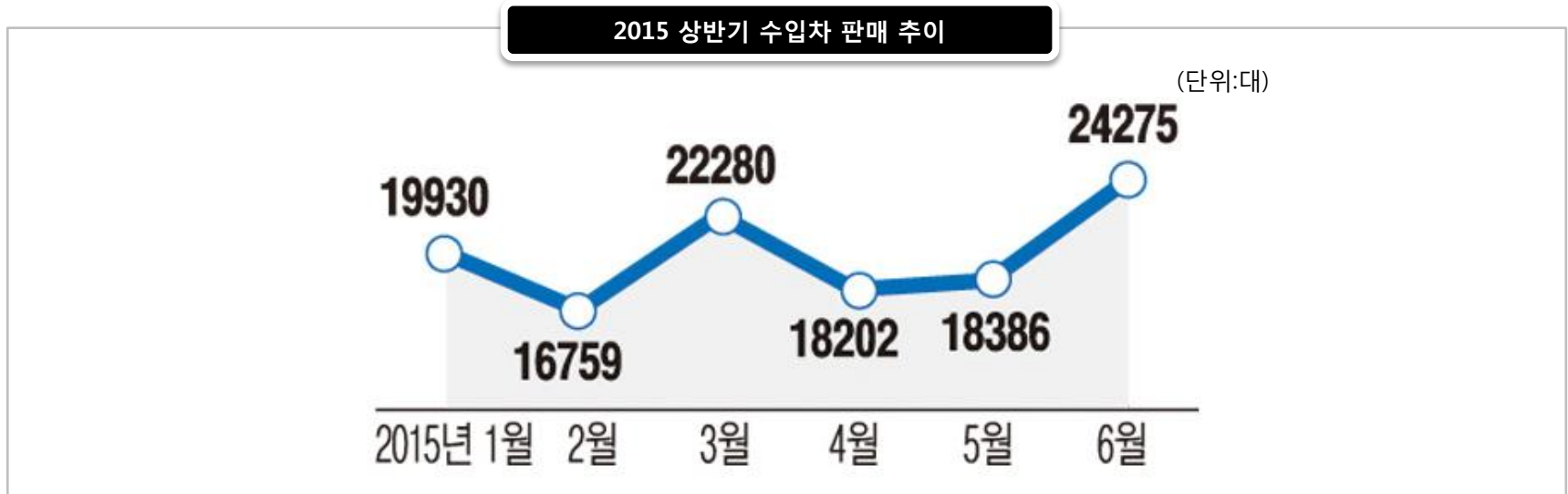
수출 대기중인 자동차들



- 하반기 자동차와 부품 수출은 신차출시 효과에도 불구하고 러시아를 비롯한 신흥 시장과 산유국 수요위축으로 보험세에 머물 것으로 전망
- 세계 경기 회복에 지연에 따른 교역량 감소와 유가하락, 엔화 및 유료화 약세 등 대외여건이 계속 악화되고 있어 정부의 전방위적인 수출지원책이 시급
- 자동차 업계는 엔저에 따른 가격경쟁력 약화를 조기에 극복할 수 있도록 환율 안정화 대책을 촉구

2015년 하반기 자동차 업종 시장 전망

수입차 판매, 올해 20만대 넘길 것으로 관측



- 올 상반기 수입차는 국내에서 11만 9832대 판매되어 반기 기준 사상 최고치를 기록, 전년 동기와 비교 시 27.1% 증가
- 올해 상반기 3월과 6월 두 차례 월 2만대를 넘어섰으며, 6월 판매량 2만 4275대는 월 기준 사상 최고치 기록
- 국내 수입차 판매 1위 BMW 2만 2406대 판매로 전년 동기 대비 19.4% 판매량 증가,
- 폭스바겐 1만8635대 판매로 2005년 법인 설립 이후 역대 최고 반기 판매량 기록, 포드코리아는 5625대 판매로 31.2% 성장
- 이외 토요타 26.0%, 닛산 33.7%, 혼다 36.0% 등 일본 업체들도 상반기 높은 성장 기록
- 이와 같은 추세라면 올해 수입차 판매 20만대 돌파 가능 할 것으로 관측, 연말 판촉 성과에 따라 최대 25만대까지 가능성 있음

2015년 하반기 자동차 업종 시장 전망

2015년 하반기 자동차 업계 핵심 키워드 '유로 6'

국내 유로 6 도입 시기

(출처:환경부)

날짜	대상	유예기간
2015년 1월	중대형 상용 (1t 초과 및 16인승 이상)	트럭 180일, 버스 90일
2015년 9월	승용/RV	90일
2015년 9월	소형 상용 (1t 이하 및 15인승 이상)	90일

※ 국산은 생산 기준/수입차는 통관 기준,
엔진 변경 기준 신차는 2014년 9월부터 적용

국내 제작사 별 유로 5 주요 판매모델 현황

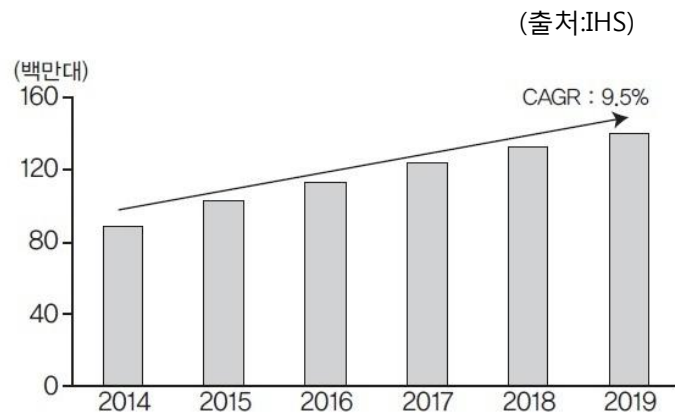
업체명	모델명
현대차	아반떼, 산타페, 맥스크루즈, 베라크루즈
기아차	K3, 쏘울, 스포티지R, 모하비
한국지엠	크루즈, 말리부, 캡티바, 올란도
쌍용차	코란도C, 코란도스포츠, 렉스턴, 코란도투리스모
르노삼성	SM5, QM3, QM5

- '유로 6'는 유럽연합이 도입한 디젤 자동차 배기가스 규제로 1992년 유로1에서 부터 시작
- 2015년 8월까지 유로5 차량 생산 가능하며, 9월부터는 유로6 환경 규제에 맞는 차량만 생산 가능
이를 충족하기 위해서는 질소산화물(NOx) 기준을 0.18g/km에서 0.08g/km까지 약 56% 감소 하여야 함
- 현대자동차 i30, i40, 투싼, 기아자동차 프라이드, 쏘렌토, 카니발 등 유로 6 충족하는 신형 이미 출시
쌍용 티볼리, 트랙스 등도 도 가솔린과 유로 6 버전의 디젤 모델 출시 예정으로 국산 디젤차 유로 6 버전 9월 기점으로
대거 교체 예정되어 친환경성이 훨씬 강화 될 것

2015년 하반기 자동차 업종 시장 전망

고수익,안정적 자동차 디스플레이 시장 성장, 일본 업체 강세

자동차 디스플레이 시장 전망



자동차용 디스플레이 적용 범위



- 지난해 차량용 디스플레이 출하량 기준으로 일본 디스플레이 업계가 절반에 가까운 44% 점유율 차지
- 이어 대만 업체들이 일본과 점유율 약 6%p 로 2위, 일본과 대만이 전체 시장 82% 장악
- 저팬디스플레이와 샤프가 각각 20%, 17% 1, 2위 선두, 대만 AU옴트로닉스와 CPT가 각각 14% 12%로 3,4위 기록
- 국내에선 유일하게 LG디스플레이가 12% 4위를 기록, 후발 주자인 삼성디스플레이는 순위권 진입 실패
- 내비게이션등에 제한되었으나 최근 프리미엄 자동차를 중심으로 계기판, CID, 룸미러 및 스마트카 창문과 천장까지 확대
- 국내 시장은 기술적인 어려움 및 완성차와 부품업체 간 수직계열화로 이루어져 신규 부품 업체의 시장 진입 장벽이 높음
- 자동차 디스플레이는 높은 수익성과 안정성으로 업계의 새로운 메가트렌드를 이끌 중요한 시장으로 보다 적극적으로 국내외 자동차 업체와 장기적 관점에서 기술 협력 관계를 맺는 등 노력이 필요

2015년 하반기 자동차 업종 시장 전망

자동차-스마트폰 연결하는 커넥티드 카 개발 시도 활발

리모컨을 활용으로 가상핸들 조정중인 재규어



구글 '안드로이드 오토' 탑재한 현대 쏘나타



- 스마트기기로 차량의 주행을 직접 조종, 모바일 계정으로 차량을 제어, 음성으로 검색 등의 발전된 커넥티드 카 적극적 개발
- 기존 스마트폰 앱을 이용한 원격 시동, 주차위치 확인, 도난차량 추적 등에서 발전 된 형태
- 애플 '카 플레이', 구글 '안드로이드 오토' 를 통해 치열한 경쟁
- 현대차 지난 5월 미국에서 출시된 쏘나타 글로벌 완성차 업체 중 최초로 '안드로이드 오토' 적용
- GM도 올해 하반기 '크루즈' '말리부' '스파크' '볼트' 등 쉐보레 14개 모델에 '안드로이드 오토'와 '카 플레이' 동시 적용 예정
- 스마트폰 화면을 자동차 디스플레이 장치에 그대로 불러오는 미러링, 차량 안에서 스마트폰 무선 충전, 스마트 워치와 자동차 사이의 교류 등 다양한 형태의 기술 적용 중

2015년 하반기 자동차 업종 시장 전망

국내 신형 자동차

2015년 하반기 출시 예정 신차 - 국산차

 현대차	 쏘나타 1.6 터보	 쏘나타 1.7 디젤	 쏘나타 플러그인 하이브리드	 솔라티	 신형 에쿠스
	 신형 아반떼				
 기아차	 신형 K5	 모하비	 신형 스포티지	 신형 K7	
 쌍용차	 티볼리 디젤	 쉐보레	 신형 스파크	 임팔라	 트렉스 디젤



시험주행중인 현대기아차 출시 예정 모델들
(上: 아반떼 下: 스포티지)

- 상반기 수입차와 치열한 각축전으로 초조한 입장의 국산차, 하반기 시작과 동시에 주력 모델 신차를 선보이며 국내 시장 공략
- 현대차 : LF쏘나타 강화, 아반떼 풀 체인지 모델 출시, 신형 에쿠스 조기투입 등 역대급 라인업으로 점유율 탈환을 노림
- 기아차 : 신형 K5와 스포티지를 통해 떨어진 판매량을 끌어올릴 계획
- 한국지엠 : 신형 스파크와 트렉스 디젤, 임팔라 등을 통해 점유율 상승 목표
- 쌍용차 : 티볼리 디젤과 사륜구동 모델을 추가로 상반기 흥행돌풍 이어갈 예정

2015년 하반기 자동차 업종 시장 전망

수입 신형 자동차

2015년 하반기 출시 예정 신차 - 수입차



- 메르세데스-벤츠 : S클래스에 플러그인 하이브리드를 더한 S500, 스포츠카 AMG GT 출시, PHEV의 고급화
- BMW : '벤츠 S클래스에 도전' 신형 7시리즈 출시, 신형 X1·3시리즈 페이스리프트도 기대
- 아우디 : 아우디, 플러그인 하이브리드부터 스포츠 쿠페까지... A3 e-트론·신형 TT 출시
- 미니 신형 클럽맨, 폭스바겐 골프 R, 재규어 세단XE, 닛산 맥시마& 무라노, 페라리 488 GTB, 지프 레니게이드, 푸조 508 RXH
- 포드 링컨 쿠가, MKX, 크라이슬러 300C, 피아트 500X, 렉서스 RX, 랜드로버 레인지로버 등 출시 준비 [출처: 모터그래프 2015. 07. 06]



감사합니다.



2012.00.00