



# 기아 K4 멕시코 시장 출시 전략

2024.09.26  
3팀 이하원 이석훈 이시현 이준희



## Executive Summary

### 1. 멕시코 자동차 시장 분석

- 자동차 제조업은 진입 장벽이 높아 과점 체제가 형성된 고부가가치 산업, 기아는 글로벌 Top3 현대자동차그룹에 속한 글로벌 OEM임
- 매년 3.8% 성장 예상되는 멕시코 자동차 시장, 멕시코 소비자들은 전통적으로 내연기관차(ICV)와 레드 컬러를 선호함
- 단기적으로 자동차 판매 둔화 가능성에 대비하고 장기적으로 도난과 치안으로부터 안심할 수 있는 모빌리티 공간을 제공해야 함

### 2. 자사 역량 및 K4 분석

- 국내 부품사 협력 통해 꾸준히 판매대수 늘어 왔으나 장기 고객 확보가 관건, 현지 공급망 강화 및 국내에 비해 미흡한 애프터 서비스 보완이 요구됨
- K3 대비 크기와 가격 모두 상향된 준중형 세단 K4, '25년 기아 멕시코 세단 포트폴리오의 최상위 모델로서 라인업 구축 기대됨

### 3. 경쟁사 분석 및 마케팅 전략

- 준중형 세단 내세워 시장 선점한 닛산(Sentra)과 토요타(Corolla)가 멕시코 시장 내 주요 경쟁 상대임
- 높은 가격이지만 연비와 보증기간 월등한 기아 K4, 젊은 중산층 고객과 소규모 가족, B2B 고객을 타겟으로 함
- 차별화된 디자인, K4 멤버스, 출장용 차량 전용 애프터 서비스 도입을 핵심 전략으로 제안함

### 4. K4 마케팅의 기대효과

- 해외 시장 특화 멤버십 시험에 적합한 K4, 1만 대 이상 신차 판매를 기준으로 전사적 장기 고객 확보를 위한 계기 마련할 수 있음

## Index

---

1. 멕시코 자동차 시장 분석
2. 자사 역량 및 K4 분석
3. 경쟁사 분석 및 STP 분석
4. K4 출시 전략 및 기대효과

## Index

---

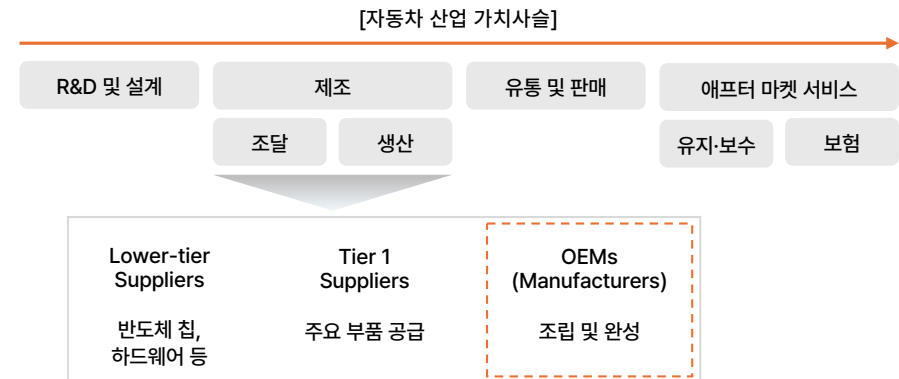
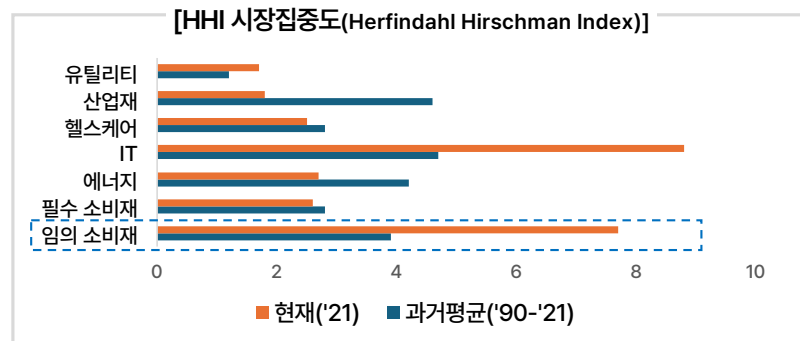
1. 멕시코 자동차 시장 분석
2. 자사 역량 및 K4 분석
3. 경쟁사 분석 및 STP 분석
4. K4 출시 전략 및 기대효과

## 1. 멕시코 자동차 시장 분석

자동차 제조업은 진입 장벽이 높아 과점 체제가 형성된 고부가가치 산업이며,  
기아는 글로벌 Top3 현대자동차그룹에 속한 글로벌 OEM 기업임

### 산업 정의 및 가치사슬 분석

- 설비 자본과 전후방 연계 효과가 큰 중추산업으로 제조업 공급망에 있어 파급력이 큼
- 제품 단가가 매우 높아 시장별 과점 체제가 형성되어 있고, 양산 및 인도 까지 긴 시간이 소요됨
- 전기차, 자율주행, AI 인포테인먼트 등 4차 산업혁명과 연계됨
- 자사는 자동차 산업 가치사슬 내 완성차 제조, 판매, 서비스를 담당하는 글로벌 OEM 기업임
- 자동차 판매 부가가치의 60%가 부품에서 유래되므로 공급사슬관리가 중요함



## 1. 멕시코 자동차 시장 분석

매년 3.8% 성장 예상되는 멕시코 자동차 시장,  
멕시코 소비자들은 전통적으로 내연기관차(ICV)와 레드 차체를 선호함

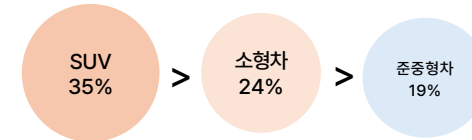
### 잠재력 가진 멕시코 자동차 시장

- '23년 연간 판매대수 136만대의 라틴아메리카 **제2의 자동차 소비국**
- 대부분의 글로벌 자동차 기업이 진출해 있는 세계 7위 자동차 생산국, 연 380만대의 자동차를 생산하며 90% 이상을 수출함
  - 생산 공장과 시장 간 지리적, 경제적 접근성이 비교적 우수함
  - 자동차 및 자동차 부품 산업은 '23년 기준 멕시코 GDP의 4.9%, 제조업 GDP의 21.8%를 차지하는 주요 산업으로 인센티브 있음
- 내수 시장은 꾸준한 성장세를 보이며 '24-'32년 **연평균성장률 3.8%** 기록이 전망됨
  - 중고차보다 **신차 구매**하려는 소비자가 다수(35%)임\*

\*2023.7~ 2024.6 성인 2천명 대상 설문조사, '오직 신차만 구매' 하려는 소비자가 35%로 1등

### 멕시코 고객 트렌드

- 실용성을 위한 SUV와 도시문제를 고려한 소형차(Subcompactos) 우세
  - 연료 효율성이 중요한 요소로 부각되며 하이브리드 SUV도 각광 받음
  - 교통체증 회피·주차공간 확보에 용이한 소형차의 인기는 중남미 공통



- 시중 차량의 92%가 내연기관차(ICV), HEV·EV 시장 규모 증가에도 여전히 **ICV 자동차의 판매**가 우위에 있음
- 멕시코를 상징한다고 여겨지는 **레드** 색상이 선호됨
  - 설문 결과 멕시코인 86%가 차량 구매 시 **색상**을 핵심 요소로 고려함
  - 레드(21%) 색상은 블랙(18%), 화이트(15%)보다 선호되는 1위 색상임

## 1. 멕시코 자동차 시장 분석: PEST 분석

단기적으로 자동차 판매 둔화 가능성에 대비하고  
장기적으로 도난과 치안으로부터 안심할 수 있는 모빌리티 공간을 제공해야 함

### P (정치적 요인)

- 멕시코 전기차 비율 확대 정책(Estrategia Nacional de Movilidad Eléctrica, ENME) 등 정부에서 전기차 구매 장려
  - 충전 인프라 미비 등 시장 확장 속도 내기에 제약이 큼
- 탄소배출량 감축을 위한 정부 차원의 관심이 에너지 분야에 초점을 두고 있으므로 모빌리티 시장은 아직 환경적 영향이 크지 않음

### S (사회적 요인)

- 멕시코 내 기아 자동차 도난 문제 빈번히 발생하여 대응책 강화 필요
  - 멕시코 연간 도난 도난 차량 약 6만 1천 대(AMIS, 2023)
  - 북미 SNS상 퍼진 'KIA Boys' 등 이슈로 보안에 민감
- 멕시코 소비자의 대중교통 대비 자가용 선호 정도 높음
  - 대중교통 치안 문제와 북미 소비자의 자가용 공간 친숙도 등이 배경
  - '공간'으로서의 장점을 내세우는 전략 효과적인 지역 중 하나

### E (경제적 요인)

- 멕시코 경제 성장에 불확실성 요인 상존
  - 멕시코 중앙은행 GDP 성장률 예상치 하향 조정됨(2.4% → 1.5%)
  - 소비자 신뢰 지수(ICC)\* 높아 소비여력 있으나, 낙관하기에는 무리임
- IMMEX와 PROSEC 프로그램 활용 시 자동차 및 자동차 부품의 수입 관세 매우 낮아 FTA 미체결국 기업 대상 불이익 적음

### T, L, E (기술·법·환경적 요인)

- 중고차 수입 금지
  - USMCA 체결국 미국과 캐나다산 중고차에 한해 수입 허용하므로 아시아계 기업의 중고차 사업 기회 제한적
- 멕시코시티, 몬테레이 등 대도시 교통체증 수준 매우 심각
  - 라틴아메리카 교통체증 1위 (Inrix, 2023)
  - 도시 확장 및 인구 증가로 차량 수 증가

주: (\*) 멕시코 소비자가 체감하는 경제상황 반영한 소비자신뢰지수 '24.2Q 기준 2020년 이후 최고치 기록함  
자료: (멕시코 중앙은행, 2024) (Reuters, 2024) (멕시코보험협회 AMIS, 2023)

## Index

---

1. 멕시코 자동차 시장 분석
2. 자사 역량 및 K4 분석
3. 경쟁사 분석 및 STP 분석
4. K4 출시 전략 및 기대효과



## 2. 자사 역량 및 K4 분석

국내 부품사 협력 통해 꾸준히 판매대수 늘려 왔으나 장기 고객 확보가 관건,  
현지 공급망 강화 및 국내에 비해 미흡한 애프터 서비스 보완이 요구됨

### VC상 강약점

R&D 설계	<ul style="list-style-type: none"><li>현대차그룹 공동 연구개발 통한 연구 효율 증대 - 열관리 기술, 전기차 전용 플랫폼 E-GMP 등 공유</li></ul>
조달	<ul style="list-style-type: none"><li>국내 부품사 동반 진출 / 현지 공급망 강화 중</li><li>인피니언 테크놀로지스와의 협력 등 반도체 수급 안정</li></ul>
생산	<ul style="list-style-type: none"><li>멕시코 공장 첨단 기술 적용으로 생산성 향상</li><li>타 해외공장 대비 낮은 멕시코공장 가동률(64%, '23년)</li></ul>
판매	<ul style="list-style-type: none"><li>Apartatukia 등 온라인 플랫폼 통한 구매 간편화</li><li>주요 경쟁사 대비 적은 대리점 수</li></ul>
애프터마켓	<ul style="list-style-type: none"><li>현대캐피탈의 기아 EV 전용 금융상품 'E-라이프 솔루션' 출시 등 할부, 보증 면의 시너지 효과</li></ul>

### 브랜드 및 고객 경험

- '고객 중심' 경영 방침 하 고객 소통 서비스 강화 중이나 **국내 한정**
  - MyKia 어플을 통해 기아 멤버스 혜택 제공 및 고객 관리
  - 전기차 고객 대상 기아EV멤버스 별도 운영해 충전소·케어 제공

- 공식 대리점(distribuidores) 주요 4사 중 **최저**
  - 폭스바겐, 닛산, 토요타, 기아 순으로 많음\*
- 멕시코 진출 5년 만에 M/S 5위 달성하며 인지도 확보했으나, **장기고객 만족도 개선이 당면 과제**

[멕시코 소비자 대상 설문조사]

(Mass Market)	Kia	Nissan	Toyota	Chevrolet	Volkswagen
차량 신뢰도	1위	8위	4위	11위	10위
판매 만족도	5위	9위	3위	8위	10위
고객 서비스 만족도	1위	7위	4위	13위	11위
장기 고객 서비스 만족도	9위	8위	1위	13위	14위

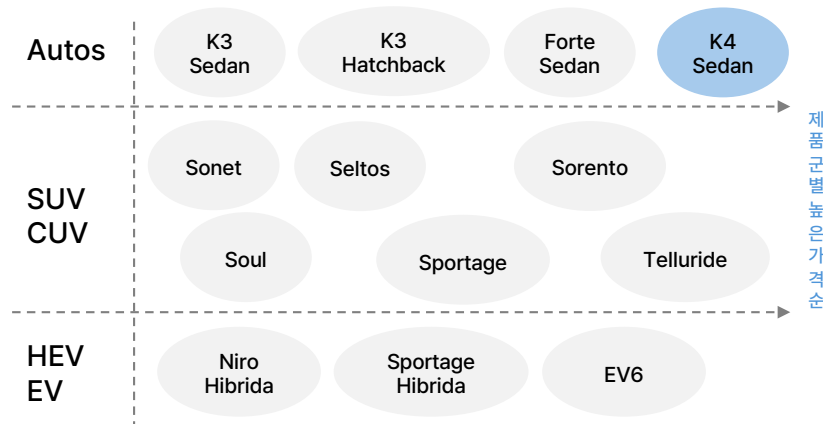
주: '판매 만족도'는 딜러 상담, 예약, 차량 인수 등 구매 경험에 대한 소비자의 응답을 지수화한 것임

## 2. 자사 역량 및 K4 분석

### K3 대비 크기와 가격 모두 상향된 준중형 세단 K4, '25년 기아 멕시코 세단 포트폴리오의 최상위 모델로서 라인업 구축 기대됨

#### 기아 멕시코 제품 포트폴리오

- K4는 기존 준중형 차량 대비 커진 크기와 프리미엄 디자인 적용됨
- 2023년 멕시코 공장의 소형 세단 'Rio' 생산 중단 및 단종 이후 준중형 세단 'K3' 단종으로 Autos 라인업 계획이 필요한 시점



#### K4 분석: K3 업그레이드 버전, 경쟁 상대 多

- K3와 비교해 반체급 커진 차체, '25년형 기준 300-490만원 고가
- 상위 트림 **사양 고급화**
  - GT-라인 터보의 경우 1.6L 4기통 가솔린 터보엔진 탑재해 성능 향상,
  - 범퍼, 그릴 패턴 등 디자인 더욱 스포티하게 변경
  - 12.3인치 터치스크린, 상위 트림용 1열 열선 및 통풍 시트, 디지털 키, 선루프, 하만카돈 스피커 등 적용
- K4의 경쟁 상대
  - 토요타 Corolla: 신뢰성과 연비가 좋은 인기 세단
  - 폭스바겐 Jetta: 세련된 디자인과 좋은 주행 성능을 갖춘 세단
  - 닛산 Sentra: 편안함과 실용성 갖춘 대중적 세단, 동사 Versa比 고가
  - 현대 Elantra: 북미형 Avante, 스타일과 효율성을 갖춘 준중형 세단

## Index

---

1. 멕시코 자동차 시장 분석
2. 자사 역량 및 K4 분석
3. 경쟁사 분석 및 STP 분석
4. K4 출시 전략 및 기대효과

### 3. 경쟁사 분석 및 STP 분석

#### 준중형 세단 내세워 승용차 시장 선점한 닛산(Sentra)과 토요타(Corolla)가 멕시코 시장 내 주요 경쟁 상대

##### Nissan

- 1961년 멕시코 진출, **현지 생산 파트너십 강력**
- 멕시코 내 3개의 주요 생산 공장 보유
- **Versa, Sentra**, NP300(픽업트럭) 등 M/S 1위 모델 다



##### Toyota

- 2002년 멕시코 진출 이후 빠르게 성장
- 승용차 시장 3위, 대표 모델 **Corolla**, Hilux(픽업트럭)
- 전 세계적으로 **하이브리드 자동차 기술**이 인정 받음



##### MG Motors

- 영국계 회사였으나 2000년대 중국 SAIC에 인수
- 북미 EV시장 공략 위한 생산 공장 및 R&D센터 건설 계획
- MG3, MG5, MG ZS 등 시장 Top 10 모델 보유



##### Volkswagen

- 1964년 멕시코 진출, 푸에블라 공장 부품 및 완성차 생산
- 초기 Beetle의 인기로 '국민차' 인지도 확보
- Jetta, Tiguan(SUV), Vento 등 라인업 풍부



##### Chevrolet(GM)

- 1935년 멕시코 진출, 현재 공장 4개 보유 중이나 멕시코 인기 모델은 대부분 중국 공장에서 생산
- Aveo(소형 해치백), Onix(세단), Captiva(SUV)



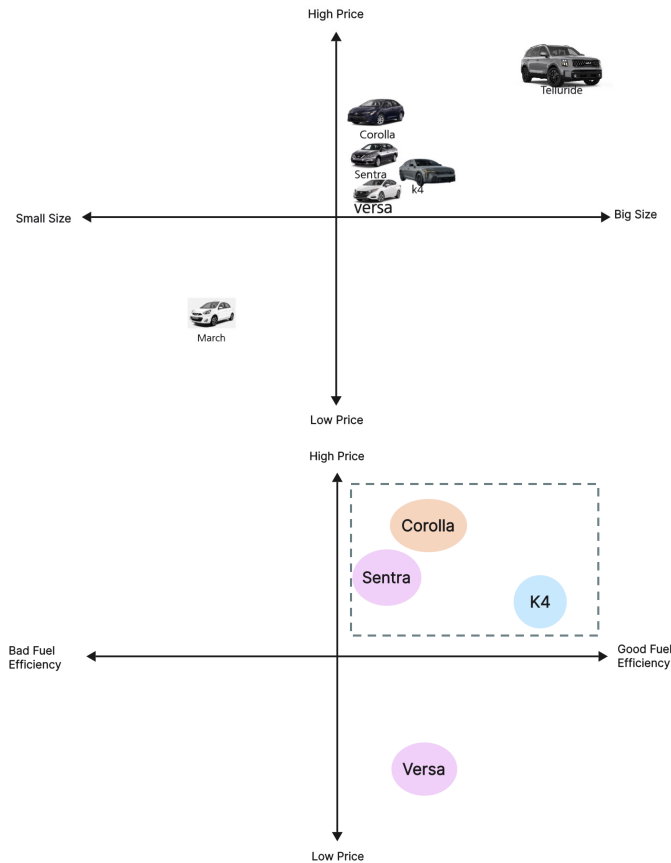
##### Mazda

- 2005년 멕시코 진출한 일본계 회사
- 과나후아토 공장에서 내수 및 수출을 위한 생산 중
- 대표 모델 Mazda 3, CX-5



### 3. 경쟁사 분석 및 STP 분석

높은 가격이지만 연비와 보증기간 월등한 기아 K4,  
준중형 세단을 찾는 젊은 중산층 고객과 소규모 가족, B2B 고객을 타겟으로 함



- K3 모델에서 K4로 수출품목을 바꾸면서 동류의 모델인 토요타 Corolla, 닛산 Sentra, Versa의 모델들과 포지션이 유사해짐(동류 比 전장, 전폭이 비교적 큼)
- 복합 연비가 19.8km/L로 다른 모델에 비해 월등히 높고, 보증 기간이 7년 혹은 150,000km로 도요타와 닛산의 대비 2배 이상 보장이 됨
- **"연비와 보증 기간을 고려한 합리적 선택 Kia K4"**
  - B2C 시장에선 구매력이 있는 중산층 고객, B2B 시장에선 효율적인 출장용 차량을 찾는 기업을 타겟으로 가성비와 프리미엄을 동시에 누릴 수 있는 준중형 세단으로 포지셔닝 하고자 함

기업명	가격	가격(MXN)~	복합 연비	보증기간	차량 크기/차종
기아	K4	399,900	19.8km/L	7년 or 150,000km	전장 4,710mm 전폭 1,850mm 전고 1,420mm
도요타	Corolla	419,900	14.9km/L	3년 or 60,000km	전장 4,400mm 전폭 1,695mm 전고 1,475mm
닛산	Sentra	409,900	14.5km/L	3년 or 60,000km	전장 4,640mm 전폭 1,816mm 전고 1,448mm
닛산	Versa	311,900	14.8km/L	3년 or 60,000km	전장 4,100mm 전폭 1,695mm 전고 1,525mm

## Index

---

1. 멕시코 자동차 시장 분석
2. 자사 역량 및 K4 분석
3. 경쟁사 분석 및 STP 분석
4. K4 출시 전략 및 기대효과

#### 4. K4 출시 전략 및 기대효과

복잡함을 덜고 독창성을 더한 디자인으로 20-30대 타겟팅 하여 2만대 판매,  
기아 멤버스 멕시코 도입 통한 장기적인 브랜드 이미지 구축 및 B2B 고객 확보를 목표로 함

##### 차별화된 디자인

- 불필요한 버튼을 최소화하고 기능성을 강조
- 윤곽, 곡선 등의 디테일 추가
- 멕시코 남녀 가장 선호하는 색상 **RED** 포함한 7가지 컬러로 다양성 부여
  - 멕시코인의 90%가 자동차를 구매할 때, 색상을 가장 중요하게 고려



개성 있고 스타일리시한 제품으로 독창성을 중시하는 **20-30대** 취향 저격

자료: (La Jornada, 2021)

##### 안심할 수 있는 보증 기간

- **기아 멤버스 서비스 (My Kia)** 도입
  - 국내 기아 멤버십은 사용자 데이터 기반 맞춤형 화면 및 콘텐츠 비용, 소모품 자동관리 기아 디지털 키, Kia connect 등 서비스 제공함
- 가장 강력한 경쟁 상대인 **Nissan**의 Sentra의 경우 멕시코 현지에서 **Nissan Total Service** 제공 중임
- 멕시코 시장에 맞춘 맞춤형 프로그램을 개발하여, 차량 정비 및 기본점검, 멤버스 고객 지원 및 다양한 라이프스타일 혜택 제공

고객 충성도를 높이고 브랜드 인지도를 강화,  
기업의 차량 관리 비용 절감을 중시하는 **B2B 고객 유입 및 장기 확보**

#### 4. K4 출시 전략 및 기대효과

보안 문제 해결을 통해 기업 이미지 쇄신하고 북미 사업 경쟁력 강화에 기여함

---

강화된 보안, 더 이상 KIA Boys는 없다

---

### Free Anti-Theft Software Update

At Balise Kia, the security of Kia vehicles is a top priority. Come in and let us upgrade your Kia at no cost to you.

For more information on your vehicle's eligibility for the software upgrade or to learn more about directly obtaining a steering wheel lock, please have your 17-digit VIN ready.



- 2023년 2월 차량 소프트웨어 업그레이드
  - 소유자의 키로만 차량 시동을 걸 수 있도록 하는 기능
  - 2023년 12월 기준으로 이 업그레이드를 받은 차량의 도난 청구 빈도는 업그레이드를 받지 않은 차량에 비해 53% 낮음
- 'No more KIA BOYS' 슬로건
  - KIA BOYS : 현대자동차그룹 생산 차량을 노려 차량 도난 범죄 행각을 벌이는 10대 남성 집단을 칭하는 단어
  - 이모빌라이저(보안장치) 기능이 없는 현대기아 차량 대상

보안을 중시하는 **B2B 고객** 뿐만 아니라 **일반 소비자**들 사이에서의 KIA 이미지 제고



#### 4. K4 출시 전략 및 기대효과

차별화된 디자인 선호하는 젊은 층 소비자 공략, K4 전용 멤버십 제도 도입 통한 장기 고객 확보,  
유지보수 편한 출장용 차량 찾는 B2B 고객向 프로모션이 핵심 전략

20-30대 소비자	중산층 소규모 가족 (4인 이하)	B2B 고객
<ul style="list-style-type: none"><li>차량 구매 시 <b>합리적 가격</b> 중요시<ul style="list-style-type: none"><li>- K3보다 인상된 가격에도 불구하고, 유지비, 연비 등 함께 고려한다면 가격 측면에서 경쟁력 확보 가능</li></ul></li><li>차체 색상을 포함한 <b>디자인</b>을 중요시하는 경향<ul style="list-style-type: none"><li>- K3보다 업그레이드 된 디자인</li><li>- 경차/SUV 보다 스타일리쉬, 트렌디</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>4인 이하의 소규모 가족에게는 준중형 세단 크기의 차량이 충분</li><li>K4의 체급은 소규모 가족에게 충분한 내부 공간과 <b>넓은 트렁크 용량</b>을 제공</li><li><b>연비, 주행 안정성</b>(낮은 차체), 가격, 주차 공간 확보 면에서 SUV보다 유리</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>SUV, 크로스오버의 인기에도 기업에서는 지속적인 <b>세단 수요</b> 존재<ul style="list-style-type: none"><li>- 특히 B2B 산업의 경우 연비 효율성과 차량 관리 비용 절감을 통한 TCO (총소유비용) 축소가 가능한 제품 인기</li></ul></li><li><b>연비 · 보증 기간 + 기아 멤버십</b> 제공으로 B2B 대상 출장용 차량에 적합한 K4</li></ul>
공통		
<ul style="list-style-type: none"><li>소프트웨어 업그레이드를 강조하며 'KIA BOYS' 이미지를 회복하여 B2B 고객 뿐만 아니라 전반적인 시장 내에서의 기아 이미지 회복</li><li>K4 전용 MyKia 서비스 도입해 고객 서비스 차별화하여 해외 시장에 맞는 서비스 개발 및 제휴를 통한 '일부 모델 특화' 고객 관리로 장기 M/S 증가를 기대함</li></ul>		