Consumer Insight

데이터 융복합/리서치 전문 연구기관

컨슈머인사이트 보도자료

(자동차 리포트 21th-2호)

기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	sammy.park@consumerinsight.kr
문 의	박승표 이사	연 락 처	02) 6004-7661
배 포 일	'21년 2월 1일(월) 배포	매 수	자료 총 3매

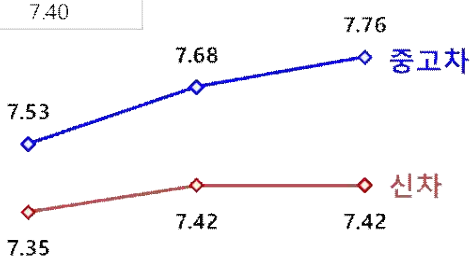
중고차 만족도, 신차보다 높고...수입차가 국산 앞서

컨슈머인사이트, 중고차 구매자 만족도 조사

- **가성비 절대적 우위...신차와 격차 점점 벌려**
- **수입은 럭셔리와 품질 신뢰성 국산보다 앞서**

[그림1] 중고차 Vs. 신차 만족도(10점 만점)
(Base: 당해 신차/중고차 구입자, 점)

	최근 3개년 평균
중고차	7.66
신차	7.40

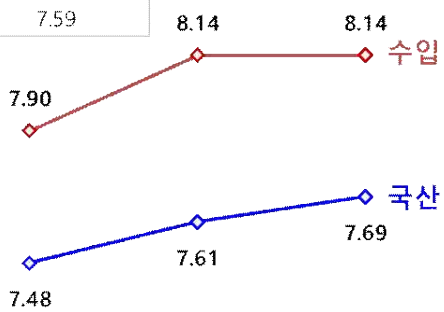


연도		2018	2019	2020
사례수	중고차	(1,924)	(1,806)	(2,060)
	신차	(3,553)	(3,303)	(5,862)

(중고) Q. 중고로 구입하신 그 차에 대해 얼마나 만족하십니까?
(신차) Q. 영업/마케팅, 서비스, 품질을 종합해 볼 때 그 회사에 대해 어떻게 생각하십니까?

[그림2] 중고차 국산 Vs. 수입 만족도(10점 만점)
(Base: 당해 중고차 구입자, 점)

	최근 3개년 평균
수입	8.07
국산	7.59



연도		2018	2019	2020
사례수	수입	(262)	(244)	(338)
	국산	(1,662)	(1,562)	(1,742)

Q. 중고로 구입하신 그 차에 대해 얼마나 만족하십니까?

중고차 구매자 만족도가 신차보다 높았고 그 중에서도 수입 중고차 만족도가 국산을 앞섰다. 중고차 구매자 만족도가 높은 것은 무엇보다 가성비 때문이며, 수입 중고차가 더 앞선 것은 럭셔리 카에 대한 욕구와 품질에 대한 신뢰 때문으로 풀이된다.

자동차 전문 조사기관 컨슈머인사이트는 2001년부터 매년 7월 실시하고 있는 '연례 자동차 기획조사(연간 10만명)'에서 지난 1년 이내 새 차와 중고차 구입자를 대상으로

구매 차량에 대한 만족도를 물어 지난 3년간의 결과를 정리했다. 구입 차량에 대해 종합적으로 얼마나 만족하는지를 10점 만점으로 평가하게 해 '차량 만족도'로 삼았다.

■ 중고차 구입 이유 "차량 가격이 저렴해서" 22% 최다

차량 만족도는 신차 구입자보다 중고차 구입자가 더 높았다. 중고차 만족도는 2018년 이후 3년간 7.53→7.68→7.76점으로 상승세를 달리면서 같은 기간 7.35→7.42→7.42로 별 차이가 없는 신차와 격차를 해마다(0.19→0.26→0.35) 크게 벌리고 있다**[그림1]**.

국산보다 수입차 만족도가 높다는 점도 눈에 띈다. 국산 중고차가 최근 3년 7.48→7.61→7.69점으로 7점대 중반인 데 비해 수입차는 이보다 0.4~0.5점 이상 높은 7.90→8.14→8.14점으로 8점 벽을 훌쩍 뛰어 넘었다**[그림2]**.

중고차 구입자의 만족도에는 '가성비'가 절대적인 영향을 끼쳤다. 구입 이유로 △'차량가격이 (신차보다) 저렴해서'가 22.0%(국산 22.9, 수입 16.8%)로 가장 많았고 △'굳이 새 차를 살 필요 없어서'가 21.2%(국산 21.7, 수입 18.9%) △'가격대비 품질이 좋아서'가 16.4%(국산 15.9, 수입 18.6%)를 차지했다.

■ "더 좋은 차급 타보고 싶어서" 수입이 국산의 3배

그러나 국산과 수입차 구입 이유에는 미묘한 차이가 발견된다. △'더 좋은 차급을 운전하고 싶어서'라는 응답이 국산은 3.4%에 그친 반면 수입은 11.6%로 3배가 넘었다. △'새 차와 성능 품질 차이가 적어서'라는 응답도 국산이 4.7%인 데 비해 수입은 9.1%로 2배에 달했다. 국산-수입 구입자 모두 가격과 실용성을 중시하긴 하지만 수입 구매자는 '럭셔리 차급'을 타보고 싶은 욕구에 더해 '품질에 대한 신뢰'가 강했음을 알 수 있다.

중고차 구입 방법별 만족도에서는 '브랜드 인증 중고차'가 8.11점으로 전문 매매상(7.65점), 개인간 거래(7.66점)를 포함한 모든 거래 유형 가운데 가장 높았다. 브랜드 인증 중고차는 자동차 브랜드가 자체적으로 시승차나 중고차를 모집해 품질 테스트를 거쳐 상품화한 것으로 현재는 벤츠 등 일부 수입차 브랜드에 국한돼 있고 현대차 등 국산차 메이커도 진출을 타진하고 있다.

■ 가성비-품질 신뢰성 중시하는 고객 눈높이 맞춰야

중고차 구입자 만족도는 최근 3년 계속 상승하며 신차와 격차를 넓혀가고 있다. 중고차는 감가율이 큰 만큼 가성비가 높고, 차령 3~5년의 '비교적 신차' 위주로 거래되면서 품질 신뢰성이 커진 데 힘입은 바 크다. 여기에 코로나19와 경기 악화로 새 차 살 여력이 줄어든 것도 시장의 파이를 키우는 긍정적 요소가 되고 있다.

국내 완성차 대표 브랜드인 현대차의 중고차 시장 진출은 변수다. 대기업의 진출이

국산 중고차의 신뢰 향상으로 이어질 지도 모르지만 소비자 선택의 절대 기준이 될 수는 없다. 가성비를 중시하는 중고차 고객, 특히 국산 고객의 눈높이에 맞는 합리적인 가격과 철저한 판매-사후관리 서비스가 따라야 할 것이다.

컨슈머인사이트는 **비대면 조사**에 **효율적**인 대규모 온라인패널을 통해 자동차, 이동통신, 쇼핑/유통, 관광/여행, 금융 등 다양한 산업에서 요구되는 전문적이고 과학적인 리서치 서비스를 제공하고 있습니다. 특히, 최근에는 **다양한 빅데이터**를 **패널 리서치 데이터**와 **융복합 연계**하여 데이터의 가치를 높이고 이를 다양한 산업에 적용하는 데 집중하고 있습니다.

이 조사결과는 컨슈머인사이트가 2001년 시작한 표본규모 10만의 초대형 '연례 자동차 기획조사'의 제20차 조사(2020년 7월 실시)로부터 나온 것입니다.

==========

◈ 참고 : 「컨슈머인사이트」 '연례 자동차 기획조사' 개요

「컨슈머인사이트」는 2001년부터 매년 7월 10만명의 자동차 소비자를 대상으로 자동차 연례기획조사(Annual Automobile Syndicated Study)를 아래와 같은 설계로 수행해 오고 있음.

모집단 •	운전 면허 소지자 중 자동차 보유자 / 2년 이내 구입계획자
표본 추출의 틀	ConsumerInsight, Invight Panel & Portal Sites 회원
표본 추출 방법	성별/연령별할당 표집
조사 방법	E-mail survey
분석 샘플 규모	104,208명
조사 내용 •	Usage & Attitude & CEQ (Consumer Experienced Quality)
조사 기간	2020년 7월

조사대상자의 성격에 따라 측정/분석 내용이 다름

2020년	104,208명
2019년	101,145명
2018년	93,230명
2017년	96,213명
2016년	100,788명
2015년	105,672명
2014년	101,821명
2013년	101,701명
2012년	95,012명
2011년	97,356명
2010년	106,291명
2009년	91,129명
2008년	95,472명
2007년	105,149명
2006년	106,088명
2005년	139,825명
2004년	171,499명
2003년	118,195명
2002년	129,277명

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