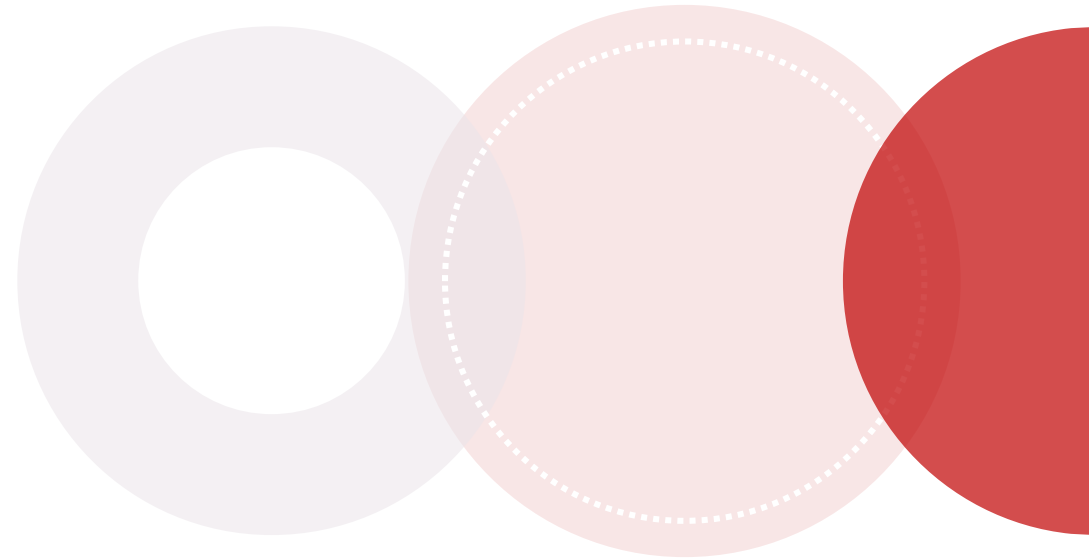


2022 자동차 기획조사 보고서

Imported Car Market Report (Usage & Attitude)



CONTENTS

I. 조사개요

- | | |
|----------------|---|
| 1. 자동차 기획조사 | 4 |
| 2. 기획조사 표본의 특성 | 6 |

II. 수입차 시장 Trend

- | | |
|---------------------------|----|
| 1. 국내 브랜드별 M/S Trends | 13 |
| 2. 수입 브랜드별 M/S Trends | 14 |
| 3. 원산지별 M/S Trends (수입차) | 15 |
| 4. 연료타입별 M/S Trends (수입차) | 16 |

III. 수입차 구입자 특성 및 구입 행태

- | | |
|--------------------|----|
| 1. 수입차 구입자 Demo 특성 | 18 |
| 2. 수입차 구입자 특성 | 20 |
| 3. 수입차 새 차 구입 행태 | 21 |
| 4. 가구내 추가 보유 현황 | 23 |
| 5. 새 차 구입시 정보탐색 경로 | 25 |
| 6. 새 차 구입시 주요 고려사항 | 27 |
| 7. 영업소 방문 행태 | 30 |
| 8. 영업사원 접촉 행태 | 32 |
| 9. 구입시 받은 혜택 | 38 |
| 10. 차량 인도 과정 | 44 |

IV. 수입차 이행 성향 및 경쟁력

- | | |
|----------------------|----|
| 1. 브랜드 이행성향 | 47 |
| 2. 구입의향자 특성 | 53 |
| 3. 구입의향 차량 Brand | 54 |
| 4. 제조사별 구입시점 경쟁관계 분석 | 55 |
| 5. 재구입 의향률 & 추천 의향률 | 61 |
| 6. Loyalty 분석 | 63 |

V. 자동차 구입 행동 및 라이프스타일 특성

- | | |
|-----------------|----|
| 1. 자동차 가치관 | 65 |
| 2. 자동차 구입 행동 특성 | 67 |
| 3. 라이프스타일 특성 | 69 |

VI. Executive summary

VII. Appendix

- | | |
|------------------------------|----|
| 1. 2022년 기획조사 지표 및 Sample 구성 | 78 |
| 2. 주요 품질 점수의 변화(2018-2022) | 79 |
| 3. 브랜드별 2022년도 주요 품질점수 | 80 |

I. 조사 개요

1. 자동차 기획조사
2. 기획조사 표본의 특성

1. 자동차 기획조사

1) Consumer Insight 조사 방법

■ 모집단 정의	운전면허 소지자 중 자동차 보유자 및 2년 이내 구입 계획자
■ 표본 출처	Consumer Insight, Invight Panel & Portal Sites 회원
■ 유효 표본 규모	95,719 Samples
■ 자료 수집 방법	E-mail & Mobile Survey

2) 데이터 신뢰성 확보 방법

1 PRE-FIELDWORK STAGE	■ Sampling Bias 극소화 : 한국 유일의 Invitation Based Panel ■ 조사 참여 권유 E-mail 수신자만 응답 가능(발송 메일에 고유번호 설정) ■ Non-sampling Bias 극소화 : Inattentive Response, Intentional Bias 방지 체계 적용
2 IN-FIELDWORK STAGE	■ Web 설문지에 대한 Pilot Test를 통해 설문 진행상의 예상 문제점을 미리 파악하여 신뢰성과 타당성 제고
3 POST-FIELDWORK STAGE	■ Outlier/극단값 확인 ■ Logical Error/Response Set 확인 ■ 응답시간 확인  불성실 응답자 확인/제외

3) 자동차 기획조사 개요

- 2002년부터 2022년까지 년 1회(총 21회) 기획조사 실시함

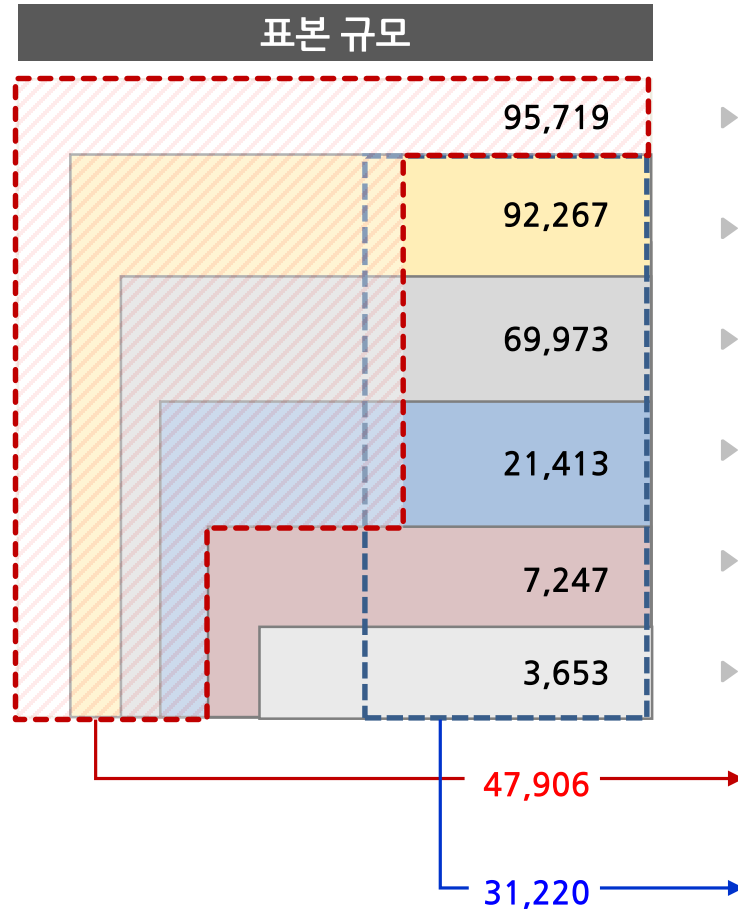
모집단*	운전 면허 소지자 중 자동차 보유자 / 2년 이내 구입계획자	→ 조사대상자의 성격에 따라 측정/분석 내용이 다름
표본 추출의 틀	Consumer Insight, Invight Panel & 주요 포털 사이트 회원	
표본 추출 방법	성별/연령별 할당 표집	
조사 방법	E-mail & Mobile survey	
분석 샘플 규모	95,719명 (국산+수입+차량 비보유자 포함)	
조사 내용*	Usage & Attitude & CEQ (Consumer Experienced Quality)	→
조사 기간	2022년 7월	

2022년	95,719명
2021년	95,382명
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

* 응답자 특성별 조사내용에 대한 자세한 설명 : page 71 참조

2. 기획조사 표본의 특성

1) 표본 구성



응답자 구분	
	전체 응답자 (국산+수입+차량 비보유자 포함) (100.0%)
	차량 보유자 (96.4%)
	새 차 구입자 (73.1%)
	3년 내 새 차 구입자 (22.4%)
	1년 내 국산+수입 새 차 구입자 (7.6%)
	6개월 내 새 차 구입자 (3.8%)
	2년 이내 구입계획자 (50.0%)
	1년 이내 AS 이용 경험자 (32.6%)

모집단 정의
수입차 보유자 (12,892명)

2. 기획조사 표본의 특성

2) 브랜드별 주요 표본 구성

		수입 브랜드													
		2022 Total (국산+수입)	Import Total	MB	BMW	Audi	Lexus	Porsche	Volvo	Tesla					
차량 보유자	전체 보유자	92,267	12,892												
	새 차 구입자	69,973	10,045												
	최근 3년 내 새 차 구입자	21,413	3,884												
	최근 1년 내 새 차 구입자	7,247	1,356												
서비스 경험자	판매 서비스 (1년이내 구입)	6,812	1,316												
	A/S 서비스 (1년이내 이용)	31,220	6,769												
구입 계획자*	2년내 새 차 구입	33,688	4,363												
	1년내 새 차 구입	16,283	2,143												

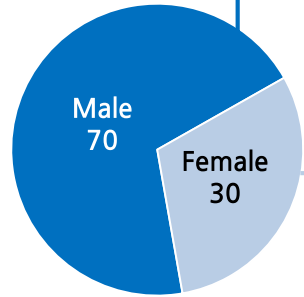
* 2년내 새 차 구입계획자 : 2024년 6월 이내 수입 새 차 구입계획자 / 1년내 새 차 구입계획자 : 2023년 6월 이내 수입 새 차 구입계획자

2. 기획조사 표본의 특성

3) 수입 차량 보유자 특성

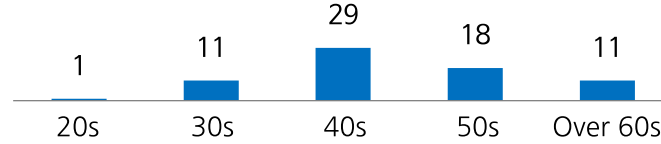
인구 통계 특성*

Gender n=1356, %



Age n=1356, %

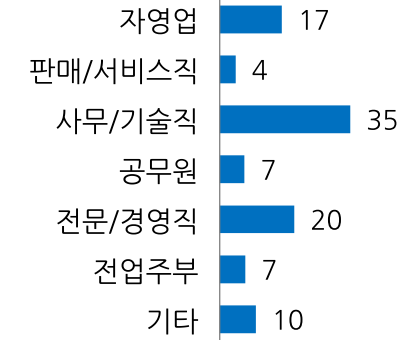
Male(70%)



Female(30%)

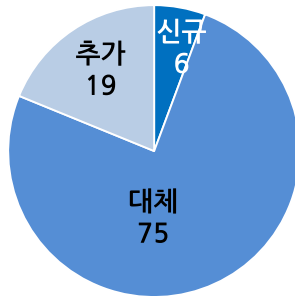


Occupation n=1210, %

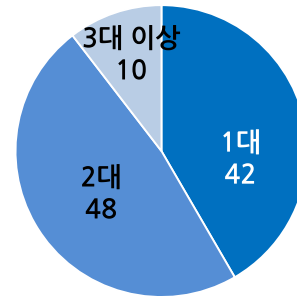


차량 보유 특성*

구입유형 n=1356, %



차량 보유 대수 n=1356, %



* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) 수입 새 차 구입자

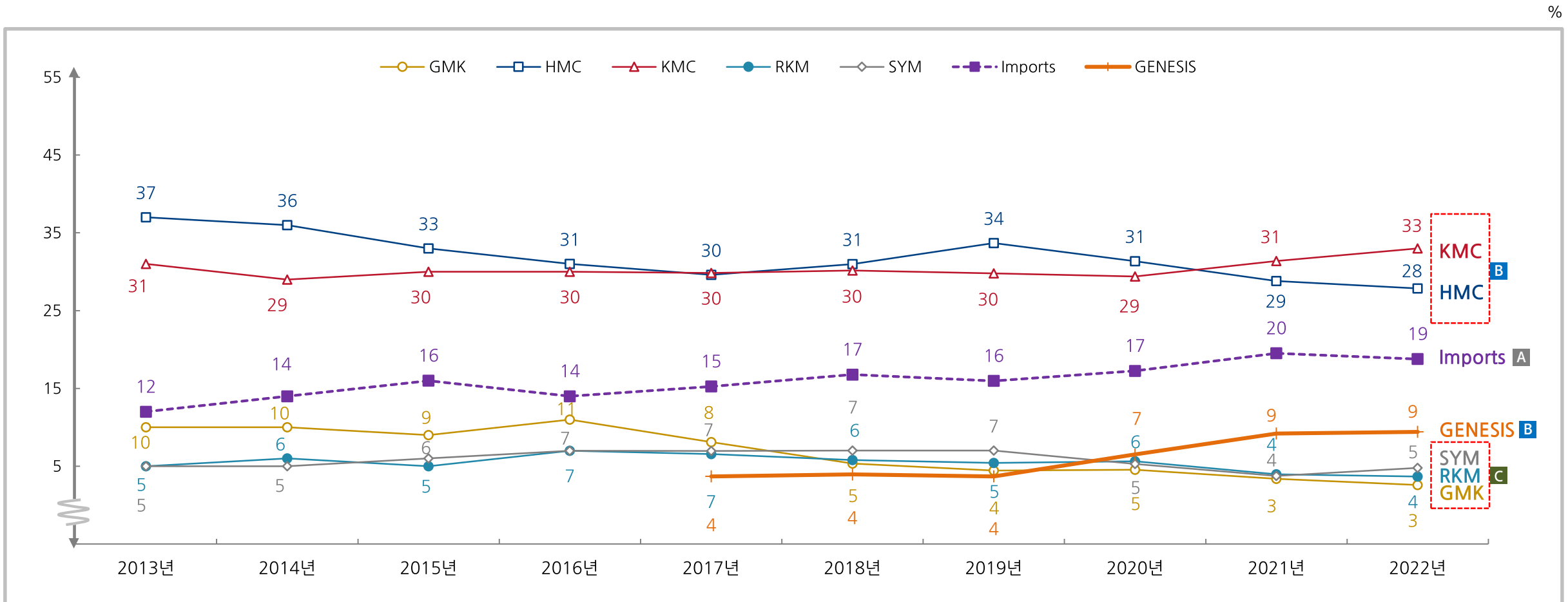
주) 합이 100%가 넘는 것은 반올림에 의한 것임

II. 수입차 시장 Trend

1. 국내 브랜드별 M/S Trends
2. 수입 브랜드별 M/S Trends
3. 원산지별 M/S Trends
4. 연료타입별 M/S Trends

1. 국내 브랜드별 M/S Trends

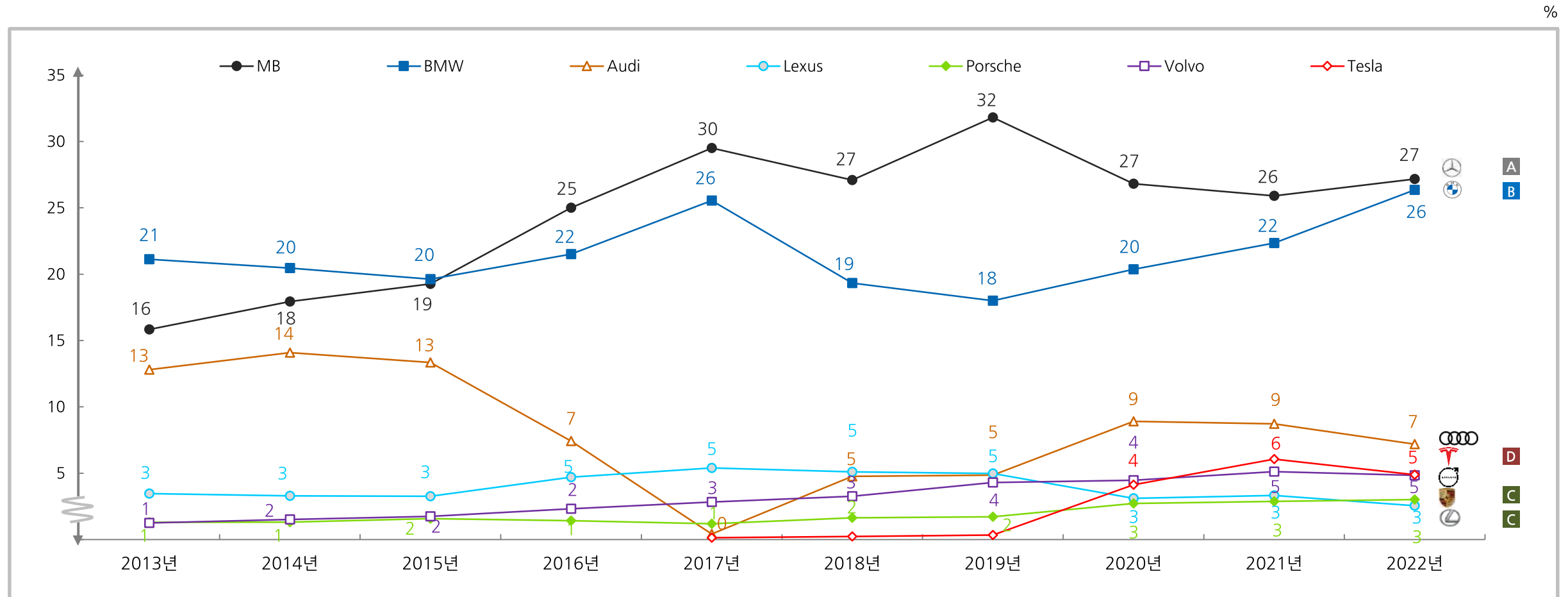
- A** 2022년 수입차 시장 점유율은 전년보다 1%p 하락한 19%임
- B** HMC는 최근 3년 연속 하락한 반면, Genesis는 3년 연속 증가세를 멈춤, 범현대가인 KMC는 2020년 이후 상승세를 지속하며 시장 내 1위를 지속 차지 (범현대가 70% 점유율 차지)
- C** SYM의 시장 점유율은 전년 대비 1%p 상승하였으며, RKM, GMK는 전년과 큰 변화 없이 3~4%대를 유지함



* Source: 한국자동차산업협회(KAMA), 한국수입자동차협회(KAIDA), 카이즈유(CARISYOU)
 ** 당해년도 1월부터 12월까지의 누적판매량을 집계함

2. 수입 브랜드별 M/S Trends

- A** 2022년 MB의 수입차 시장 점유율은 27%로 전년보다 1%p 가량 상승하며 1위를 유지함
- B** BMW는 전년 대비 4%p 상승한 26%의 점유율을 보이며 2위임 (화재 게이트 종식 후 3년 연속 성장세 유지)
- C** Porsche와 Lexus의 점유율은 전년과 동일한 3%대를 유지함
- D** Tesla는 20년과 21년 판매량이 급증하며 6%의 점유율을 차지했으나, 2022년 물량 공급 부족 및 차량 가격 인상으로 소폭 하락해 5% 차지

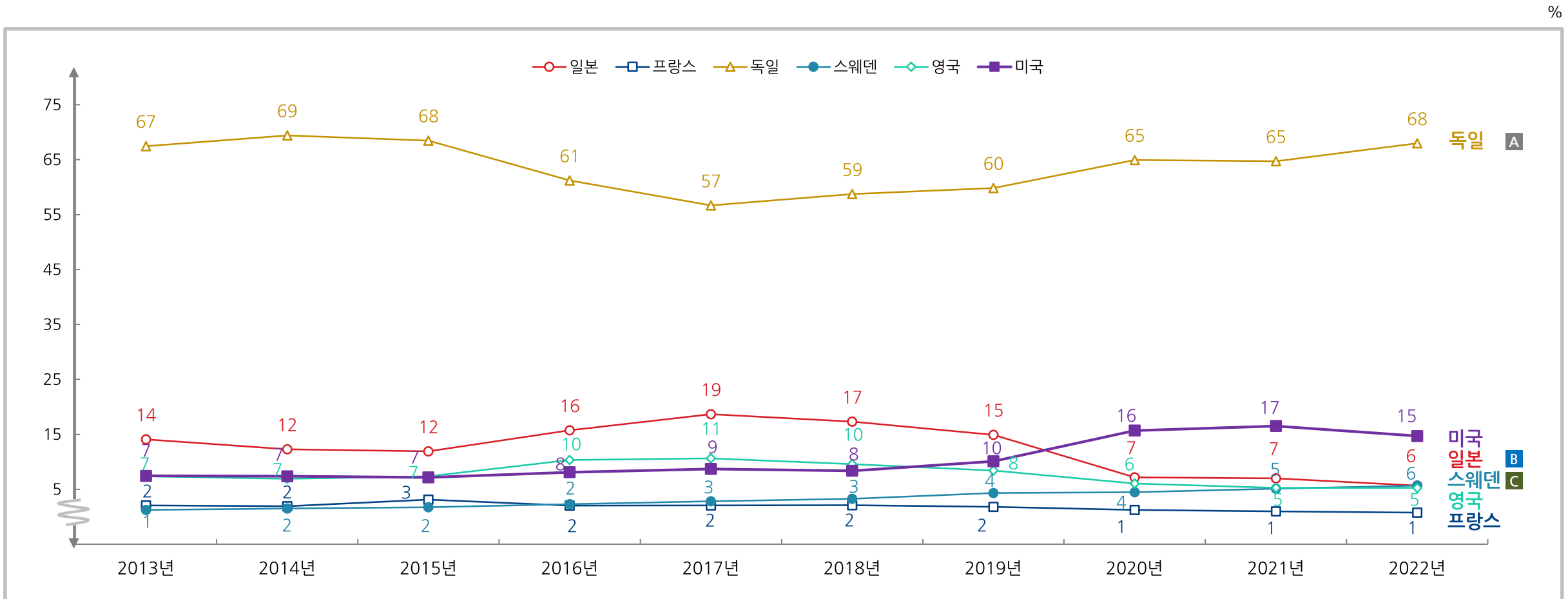


* Source: 한국수입자동차협회(KAIDA), 카이즈유(CARISYOU)
 ** 당해년도 1월부터 12월까지의 누적판매량을 집계함

※ 각 브랜드의 시장 점유율은 수입차 기준 합계 100%로 산출함

3. 원산지별 M/S Trends (수입차)

- A** 수입차 브랜드 원산지별 시장 점유율은 독일, 미국, 일본, 스웨덴, 영국, 프랑스 순이며, 독일차는 전년 대비 3%p 상승하며 2017년 이후의 상승세를 이어감
- B** 일본차의 시장 점유율은 6%로 전년 대비 1%p 감소하며 역대 최저 수준을 기록함
- C** 또한, 2017년 11%의 점유율을 차지했던 영국은 판매량 감소로 인해 M/S가 절반 수준으로 축소됨

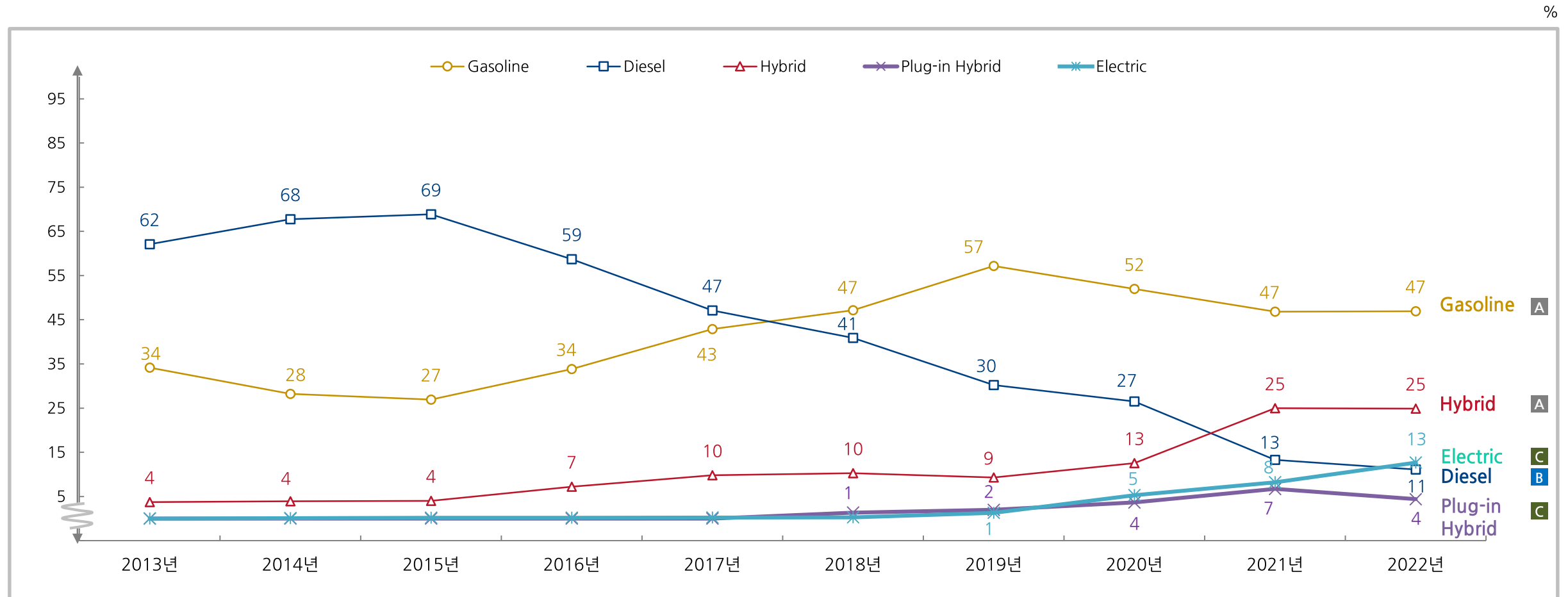


* Source: 한국수입자동차협회(KAIDA), 카이즈유(CARISYOU)
 ** 당해년도 1월부터 12월까지의 누적판매량을 집계함

※ 각 원산지별 시장 점유율은 수입차 기준 합계 100%로 산출함

4. 연료타입별 M/S Trends (수입차)

- A** 가솔린은 2019년 이후 M/S가 10%p 가량 줄어들었으나, 여전히 가장 많은 판매량을 차지하고 있음
Hybrid의 경우 다양한 Electric 모델 출시로 금년 성장세를 멈춤
- B** 2015년(디젤 게이트 발생)부터 점유율이 꾸준히 감소한 디젤은 2022년 누계 11%로 역대 최저를 기록함
- C** 플러그인 하이브리드는 전년 대비 3%p 감소한 반면, 전기차 점유율은 전년 대비 5%p 상승함



* Source: 한국수입자동차협회(KAIDA), 카이즈유(CARISYOU)

** 당해년도 1월부터 12월까지의 누적판매량을 집계함

※ 각 연료타입별 시장 점유율은 수입차 기준 합계 100%로 산출함

Ⅲ. 수입차 구입자 특성 및 구입 행태

1. 수입차 구입자 Demo 특성
2. 수입차 구입자 특성
3. 수입차 새 차 구입 행태
4. 가구내 추가 보유 현황
5. 새 차 구입시 정보탐색 경로
6. 새 차 구입시 주요 고려사항
7. 영업소 방문 행태
8. 영업사원 접촉 행태
9. 구입시 받은 혜택
10. 차량 인도 과정

1. 수입차 구입자 Demo 특성

			2022 Total (국산+수입)	Import Total			Current Vehicle Maker						%	
				2020	2021	2022	MB	BMW	Audi	Lexus ^a	Porsche ^a	Volvo	Tesla ^a	
성별	남성		70											
	여성		30											
성 × 연령	남	20대	2											
		30대	10											
		40대	24											
		50대	20											
		60대 이상	15											
	여	20대	2											
		30대	8											
		40대	9											
		50대 이상	10											
		직업	자영업	14										
판매/서비스직	6													
사무/기술직	41													
공무원	8													
전문/경영직	13													
전업주부	5													
기타	12													
소득	~500만원 내외	42												
	600~900만원 내외	34												
	1000만원 내외~그 이상	21												
	모름	2												
(Base)			(7,247)	(1,913)	(1,939)	(1,356)	(328)	(348)	(125)	(49)	(34)	(92)	(54)	

* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) 수입 새 차 구입자

a: Insufficient sample (30≤n<60)
 ▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음
 Consumer Insight

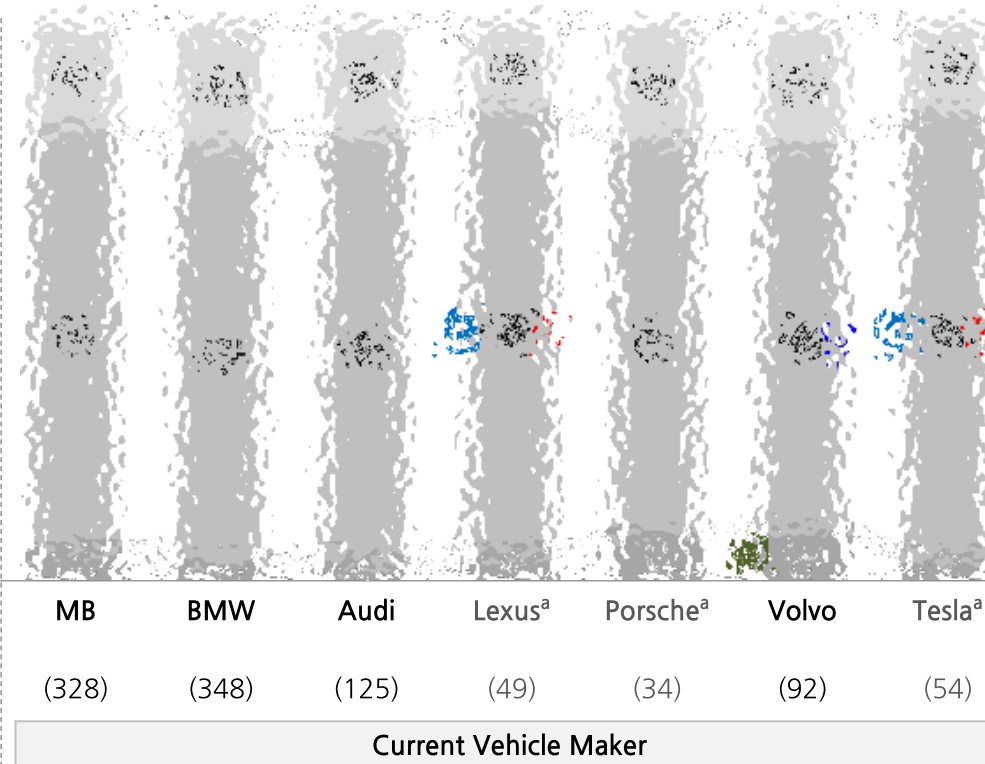
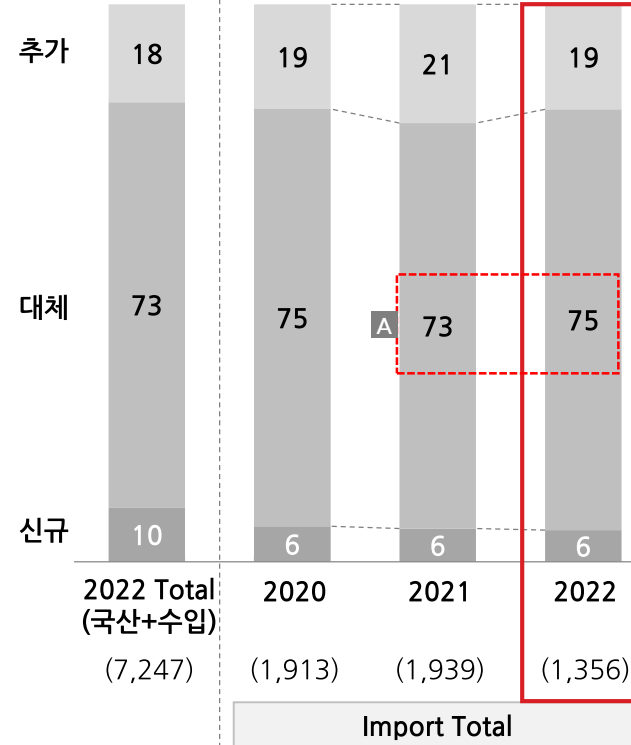
2. 수입차 구입자 특성 - 1년 내 수입 새 차 구입자 Trend

		Import Total									
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
성별	남성										70
	여성										30
성 × 연령	남	20대									1
		30대									11
		40대									29
		50대									18
		60대 이상									11
	여	20대									1
		30대									7
		40대									12
		50대 이상									10
	직업	자영업									17
		판매/서비스직									4
		사무/기술직									35
		공무원									7
		전문/경영직									21
		전업주부									7
		기타									9
가구 월소득	~500만원 내외										22
	600~900만원 내외										38
	1000만원 내외~그 이상										37
	모름										3
(Base)		(956)	(1,086)	(1,277)	(1,409)	(1,617)	(1,650)	(1,730)	(1,913)	(1,939)	(1,356)

* 당해년도별 최근 1년 내 수입 새 차 구입자

3. 수입차 새 차 구입 행태

1년 내 수입 새 차 구입자

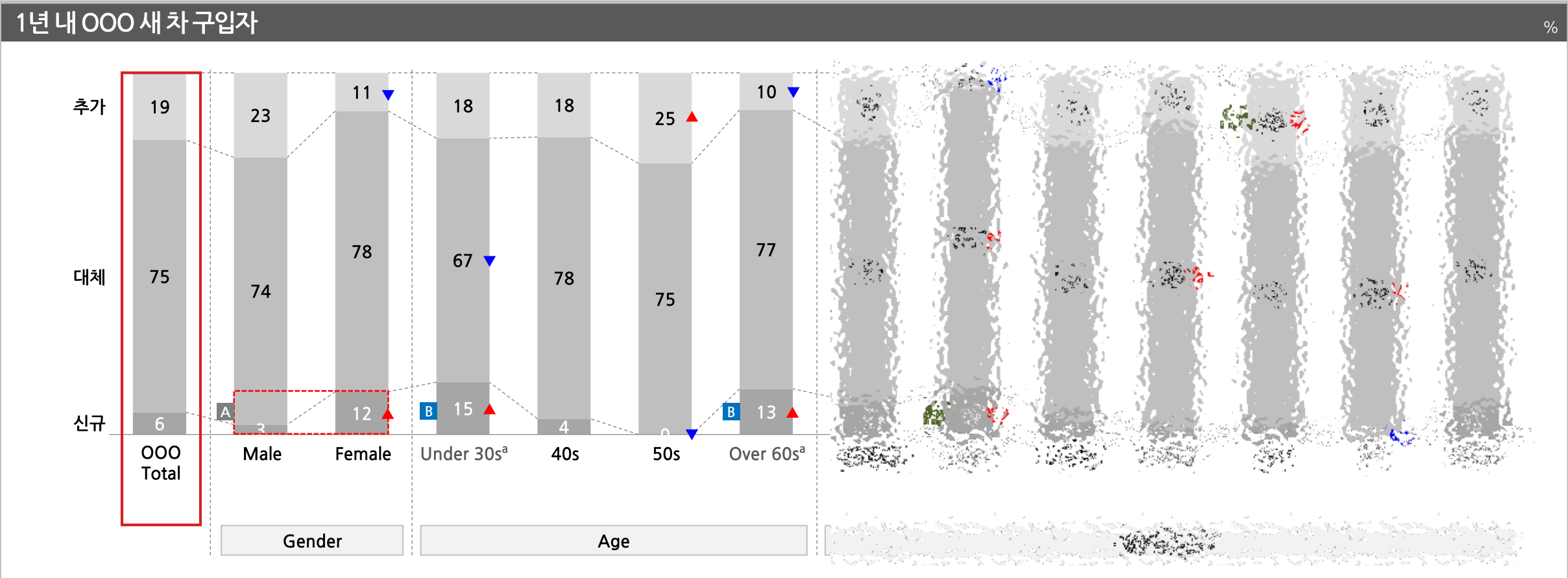


* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) 수입 새 차 구입자

a: Insufficient sample (30≤n<60)
 ▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음
 Consumer Insight

3. 수입차 새 차 구입 행태

Ⅲ. 수입차 구입자 특성 및 구입 행태



** 유의미한 분석(사례수 확보)을 위해 2년 내 새차 구입자 기준 분석 결과 제시

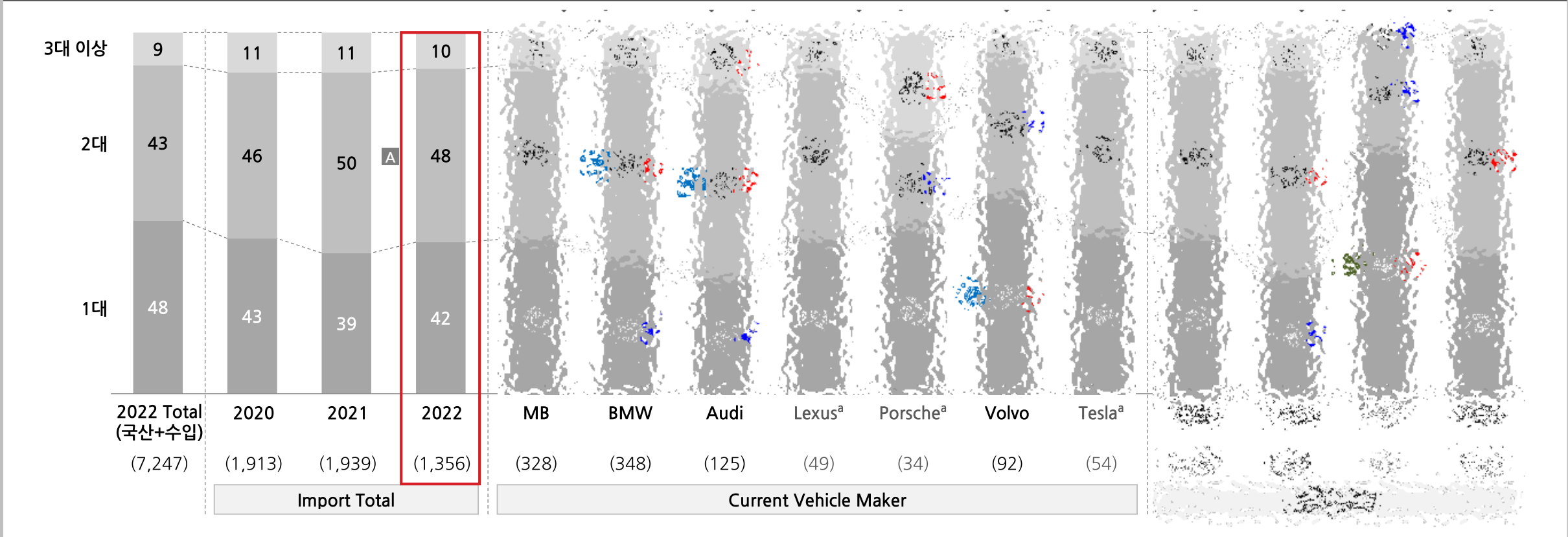
a: Insufficient sample (30≤n<60)

▲▼: 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

Consumer Insight

4. 가구내 추가 보유 현황

1년 내 수입 새 차 구입자



* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) 수입 새 차 구입자

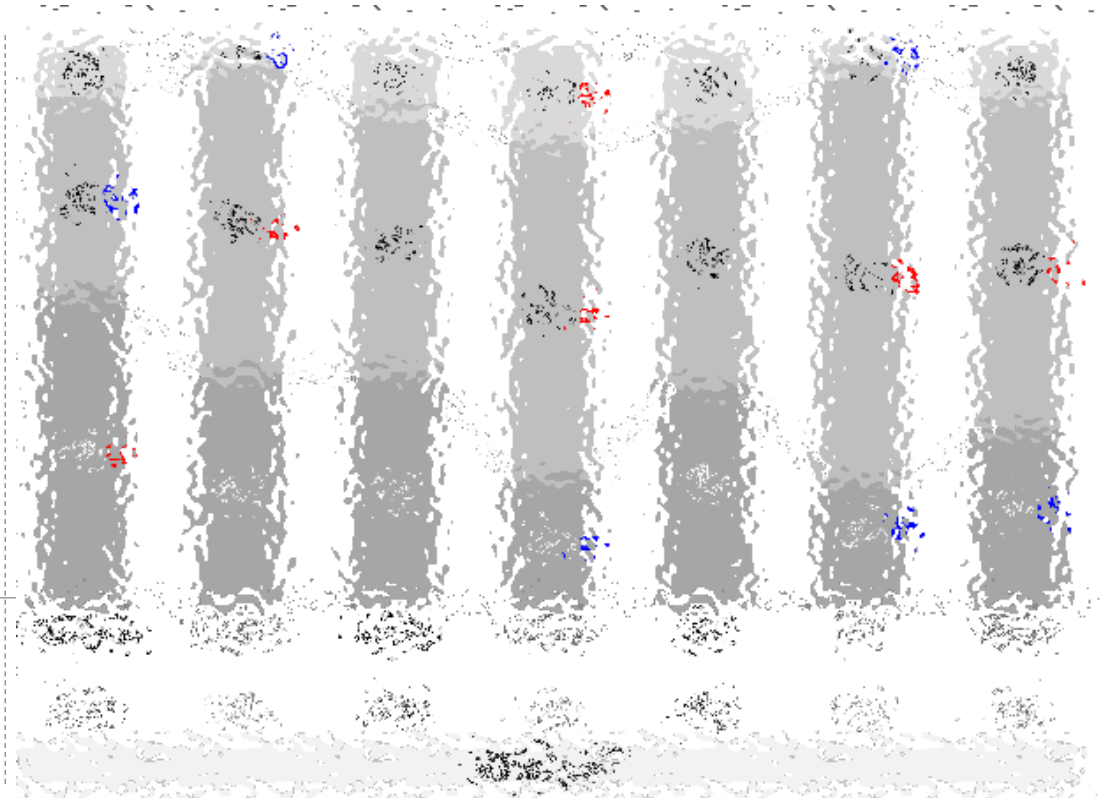
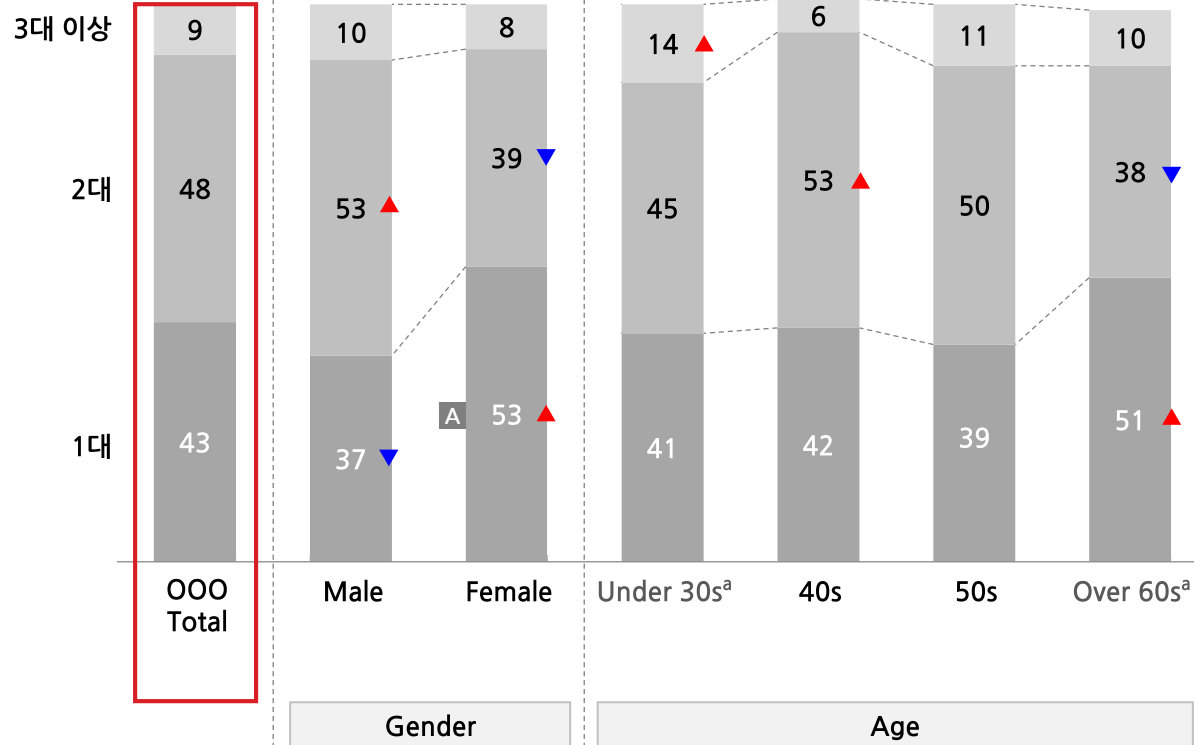
a: Insufficient sample (30≤n<60)
▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

4. 가구내 추가 보유 현황

III. 수입차 구입자 특성 및 구입 행태

1년 내 000 새 차 구입자

%



**유의미한 분석(사례수 확보)을 위해 2년 내 새차 구입자 기준 분석 결과 제시

a: Insufficient sample (30≤n<60)
▲▼: 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

5. 새 차 구입시 정보탐색 경로

III. 수입차 구입자 특성 및 구입 형태

1년 내 수입 새 차 구입자**

1순위 응답, %

	2022 Total (국산+수입)	Import Total			Current Vehicle Maker							
		2020	2021	2022	MB	BMW	Audi	Lexus ^a	Porsche ^a	Volvo	Tesla ^a	
시승영상 (일반인/전문가/유튜버 등)	11											
영업소 차량 시승(도로주행)	9											
영업사원의 설명	8											
시승기(일반인/전문가 등)	8											
주변 지인(문의, 시승 등)	7											
자동차 동호회 홈페이지/카페	7											
영업소에 전시된 차량	6											
온라인 동영상 서비스(OTT) 광고***	6											
자동차 전문 사이트	5											
차량 가격표 및 판매 안내 자료	4											
(Base)	(7,022)	(1,883)	(1,916)	(1,326)	(320)	(339)	(124)	(48)	(34)	(89)	(53)	

* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) 수입 새 차 구입자 중 구입 관여자

** 정보탐색 경로는 상위 10개만 제시함

*** 2021년 추가 항목

a: Insufficient sample (30≤n<60)

▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

조사 개요 수입차 시장 Trend **수입차 구입자 특성 및 구입 행태** 수입차 이행 성향 및 경쟁력 구입 행동 및 라이프스타일 특성

* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) 새 차 구입자 중 구입 관여자 ** 정보탐색 경로는 상위 10개만 제시함
*** 2021년 추가 항목 **** 유의미한 분석(사례수 확보)을 위해 2년 내 새차 구입자 기준 분석 결과 제시

- 22 -

6. 새 차 구입시 주요 고려사항

1년 내 수입 새 차 구입자**

	2022 Total (국산+수입)	Import Total			Current Vehicle Maker							1순위 응답, %
		2020	2021	2022	MB	BMW	Audi	Lexus ^a	Porsche ^a	Volvo	Tesla ^a	
회사/브랜드 선택	14											
차급/차종 선택	13											
모델 선택	13											
연료타입(휘발유/디젤/LPG) 선택	11											
가격대 선택	8											
옵션/사양 선택	7											
국산차 혹은 수입차 구입	6											
구입 방식(현금/할부/리스/렌트) 선택	6											
색상(칼라) 선택	5											
전혀 고민하지 않았다	4											
(Base)	(7,022)	(1,883)	(1,916)	(1,326)	(320)	(339)	(124)	(48)	(34)	(89)	(53)	

* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) 수입 새 차 구입자

** 주요 고려사항은 상위 10개만 제시함

a: Insufficient sample (30≤n<60)

▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

조사 개요 수입차 시장 Trend **수입차 구입자 특성 및 구입 행태** 수입차 이행 성향 및 경쟁력 구입 행동 및 라이프스타일 특성

* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) OOO 새 차 구입자
 ** 주요 고려사항은 상위 10개만 제시함
 ***유의미한 분석(사례수 확보)을 위해 2년 내 새차 구입자 기준 분석 결과 제시

a: Insufficient sample (30≤n<60)
 ▲▼: 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

Consumer Insight

- 24 -

6. 새 차 구입시 주요 고려사항

Ⅲ. 수입차 구입자 특성 및 구입 행태



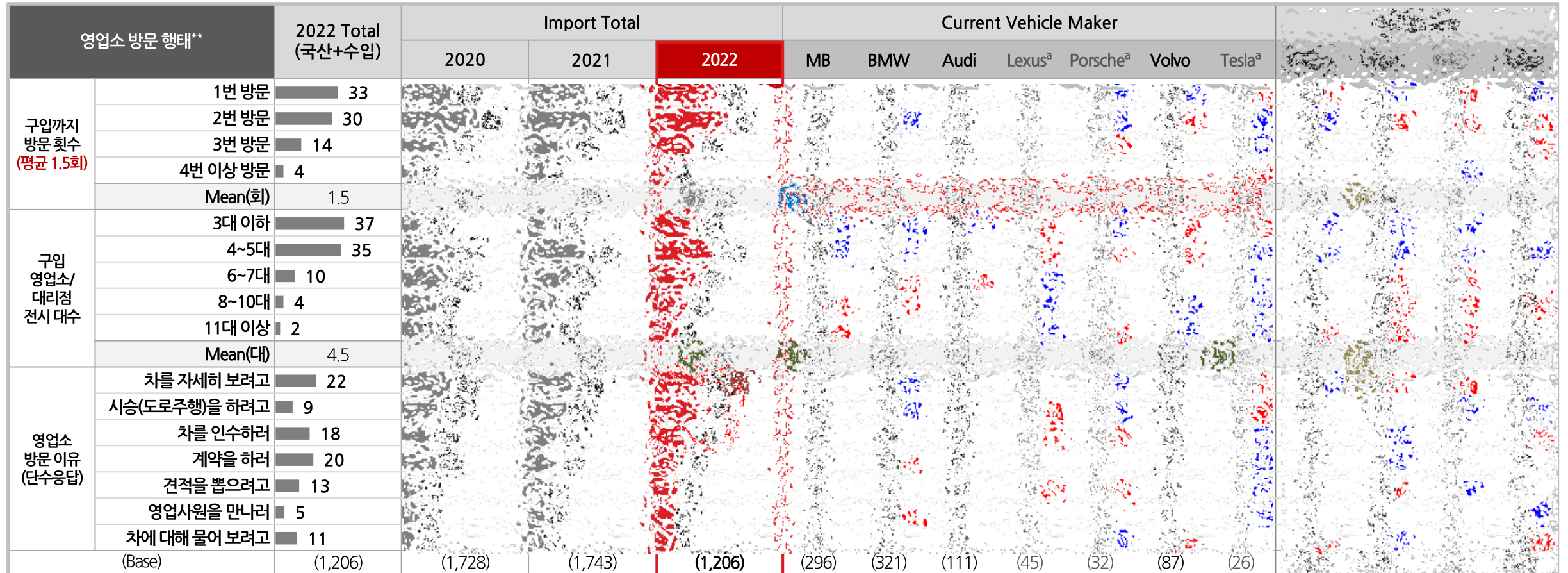
주요 고려사항 Trend

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022* 1순위 응답, %
회사/브랜드 선택										A 16
차급/차종 선택										12
모델 선택										11
연료타입(휘발유/디젤/전기차 등) 선택										11
가격대 선택										10
옵션/사양 선택										8
국산차 혹은 수입차 구입										6
구입방식(현금/할부/리스/렌트) 선택										5
색상(칼라) 선택										5
모델내 트림(상위/중간/하위) 선택										4
기존 모델 구입 혹은 출시예정 모델 대기										4
해당사항 없음										2
새차 혹은 중고차 구입										1
배기량(1,000cc/2,000cc 등) 선택										1
전혀 고민하지 않았다										5
(Base)	(859)	(998)	(1,243)	(1,391)	(1,583)	(1,609)	(1,698)	(1,883)	(1,916)	(1,326)

* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) 수입 새 차 구입자 중 차량 구입 관여자

7. 영업소 방문 행태

Ⅲ. 수입차 구입자 특성 및 구입 행태



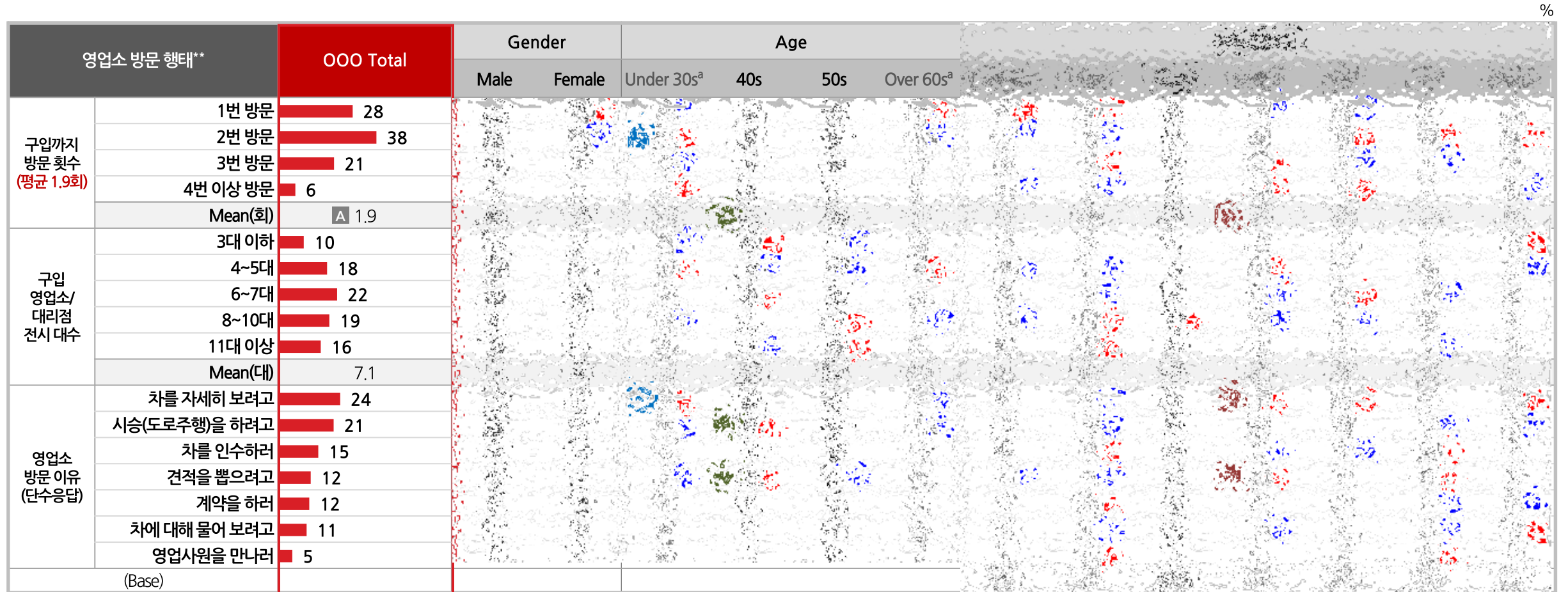
* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) 수입 새 차 구입자

** 잘 모름 및 기타는 제시하지 않음

a: Insufficient sample (30≤n<60)
 ▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음
 Consumer Insight

7. 영업소 방문 행태

III. 수입차 구입자 특성 및 구입 행태



* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) OOO 새 차 구입자

** 잘 모름 및 기타는 제시하지 않음

a: Insufficient sample (30≤n<60)
▲▼: 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

8. 영업사원 접촉 행태

III. 수입차 구입자 특성 및 구입 행태

영업사원 접촉 행태**		2022 Total (국산+수입)	Import Total			Current Vehicle Maker						
			2020	2021	2022	MB	BMW	Audi	Lexus ^a	Porsche ^a	Volvo	Tesla ^a
영업 사원 접촉 빈도 (평균 2.4회)	1번	23										
	2번	35										
	3번	25										
	4번	6										
	5번 이상	8										
	Mean(회)	2.4										
영업 사원 인지 경로	영업소를 직접 방문해서 만난 사람	28										
	이번에 주위사람이 소개해준 사람	26										
	영업소에 전화 걸었을 때 통화한 사람	7										
	공식 홈페이지 상담/사승신청을 통해 만난 사람	4										
	블로그/카페/SNS 등을 통해 만난 사람	4										
	이전에 차를 산 적이 있는 사람	14										
	차량 전문 판매사이트를 통해 만난 사람	3										
	영업사원이 되기 전부터 알던 사람	6										
	중고매매상을 통해 소개 받은 사람	1										
	판촉 DM을 보내 주던 사람	1										
	판촉 위해 직장/집에 찾아온 사람	1										
	기타	5										
(Base)		(4,103)	(1,746)	(1,752)	(1,224)	(227)	(232)	(86)	(36)	(29)	(64)	(5)

* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) 수입 새 차 구입자 중 영업사원 접촉자

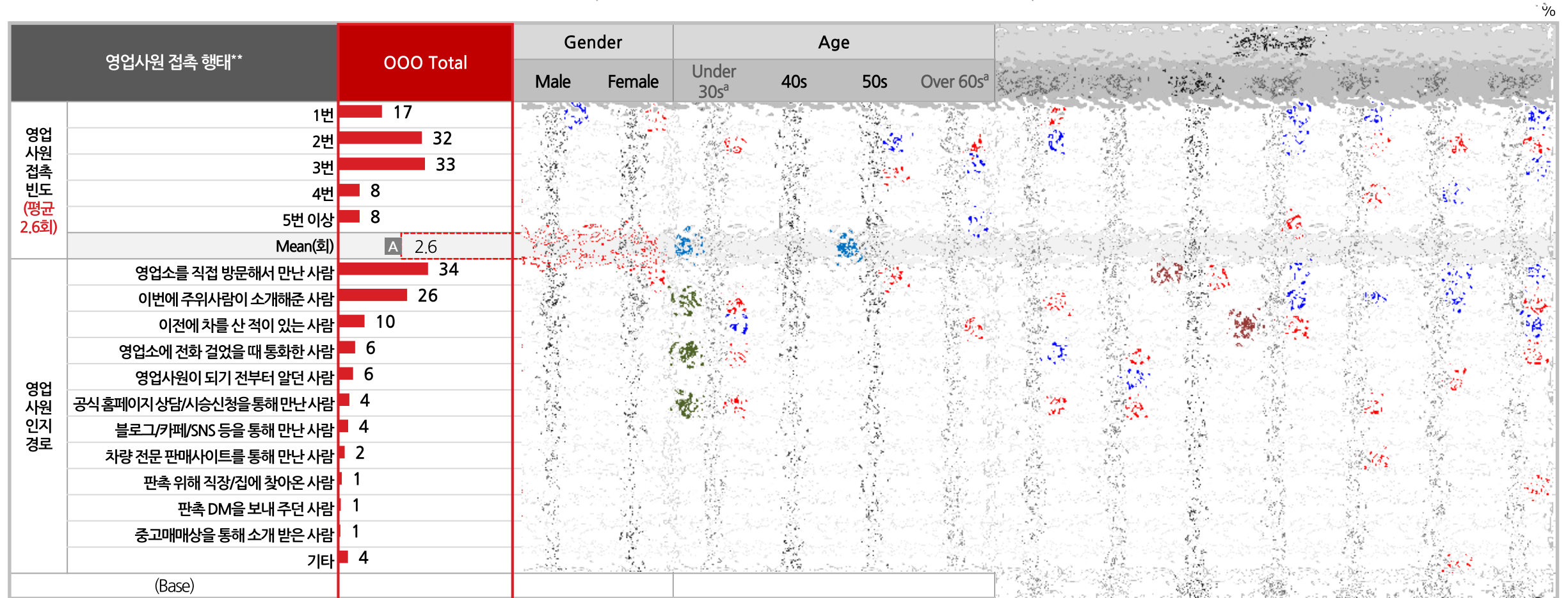
** 잘 모르는 제시하지 않음

a: Insufficient sample (30≤n<60)

▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

8. 영업사원 접촉 행태

III. 수입차 구입자 특성 및 구입 행태



* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) OOO 새 차 구입자 중 영업사원 접촉자

** 잘 모르는은 제시하지 않음

a: Insufficient sample (30≤n<60)

▲▼: 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

8. 영업사원 접촉 행태

III. 수입차 구입자 특성 및 구입 행태

영업사원 영향 요소**		2022 Total (국산+수입)	Import Total			Current Vehicle Maker							
			2020	2021	2022	MB	BMW	Audi	Lexus ^a	Porsche ^a	Volvo	Tesla ^a	%
구입시 영업 사원 영향	어떤 칼라를 살 것인지에	10											
	차를 살 것인지, 말 것인지에	8											
	어떤 배기량을 살 것인지에	7											
	어떤 회사/브랜드를 살 것인지에	26											
	어떤 옵션을 선택할 것인지에	9											
	어떤 모델을 살 것인지에	3											
	어떤 차급/차종(세단/SUV 등)을 살 것인지에	1											
	전혀 영향 주지 않음	32											
(Base)		(5,905)	(1,723)	(1,734)	(1,206)	(303)	(327)	(110)	(48)	(31)	(82)	(24)	

* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) 수입 새 차 구입자 중 영업사원 접촉자

** 기타는 제시하지 않음

a: Insufficient sample (30≤n<60)
 ▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음
 Consumer Insight

조사 개요 수입차 시장 Trend **수입차 구입자 특성 및 구입 행태** 수입차 이행 성향 및 경쟁력 구입 행동 및 라이프스타일 특성

 A horizontal strip of four small, colorful, stylized icons (a flower, a leaf, a fruit, and a vegetable) on the left margin.

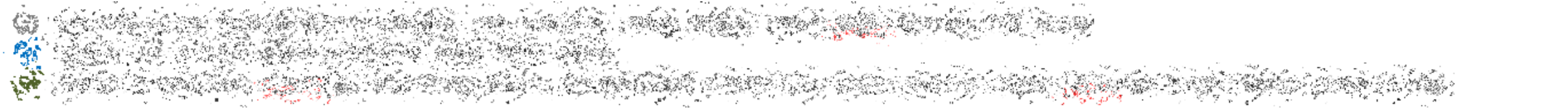
* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) 000 새 차 구입자 중 영업사원 접촉자
** 기타는 제시하지 않음

a: Insufficient sample (30≤n<60)
▲▼: 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

- 31 -

ConsumerInsight

8. 영업사원 접촉 행태

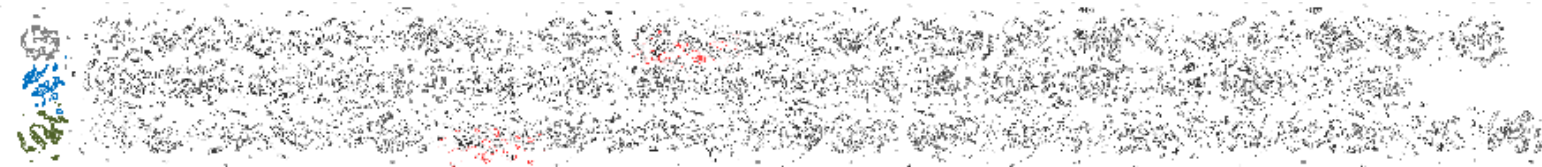


영업사원 판매 사후 관리	2022 Total (국산+수입)	Import Total			Current Vehicle Maker						%	
		2020	2021	2022	MB	BMW	Audi	Lexus ^a	Porsche ^a	Volvo		Tesla ^a
나에게 연락한 적이 있음 (방문, 전화, 문자/카톡, 이메일, 우편물 등)	78											
차에 대해 만족하는지/문제없는지를 물어온 적이 있음	68											
지점장, 딜러사/제조사 등에서 연락을 받은 적이 있음	45											
판매 후 관리 없었음	16											
(Base)	(6,838)	(1,865)	(1,894)	(1,321)	(322)	(344)	(122)	(48)	(34)	(91)	(43)	

* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) 수입 새 차 구입자

a: Insufficient sample (30≤n<60)
▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음
Consumer Insight

8. 영업사원 접촉 행태



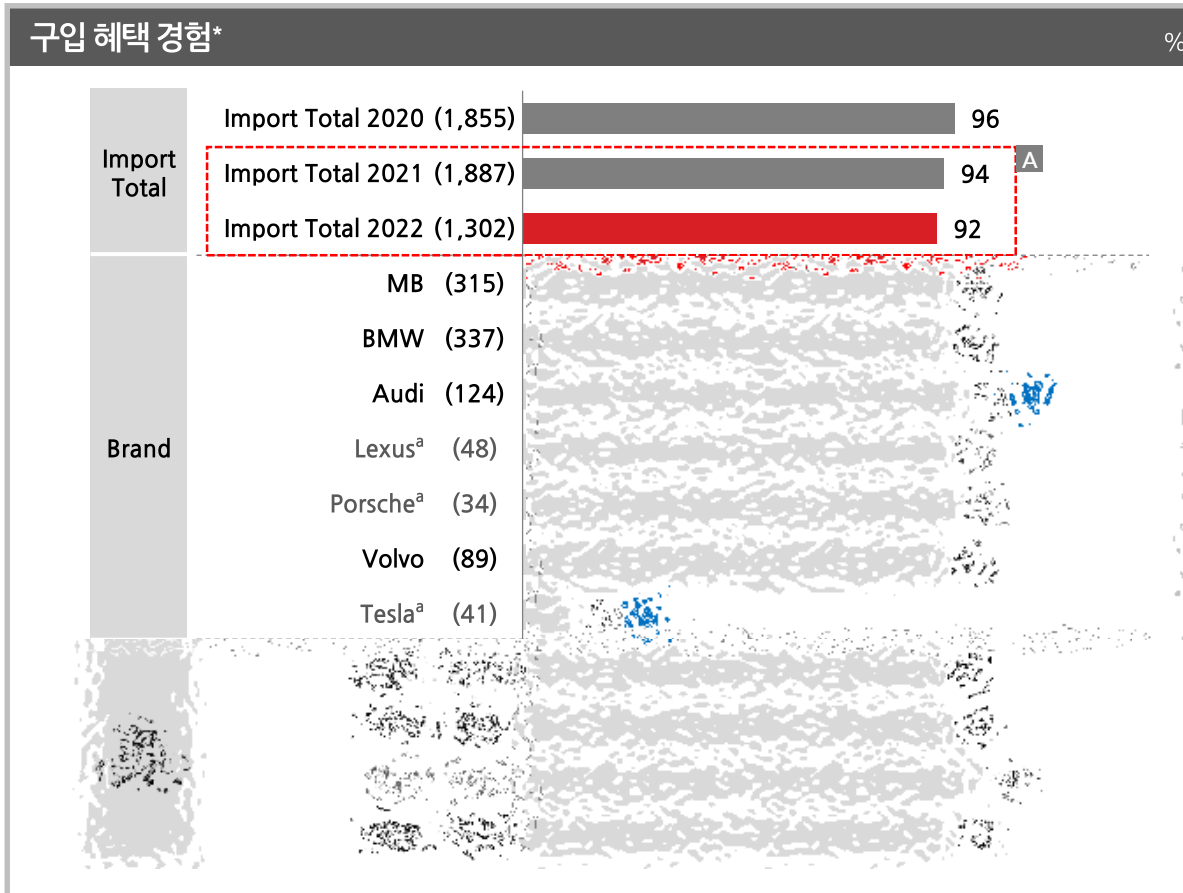
영업사원 판매 사후 관리	OOO Total	Gender		Age														%
		Male	Female	Under 30s ^a	40s	50s	Over 60s ^a											
나에게 연락한 적이 있음 (방문, 전화, 문자/카톡, 이메일, 우편물 등)	86																	
차에 대해 만족하는지/문제없는지를 물어온 적이 있음	79																	
지점장, 딜러사/제조사 등에서 연락을 받은 적이 있음	57																	
판매 후 관리 없었음	10																	
(Base)																		

* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) OOO 새 차 구입자

a: Insufficient sample (30≤n<60)
▲▼: 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음
Consumer Insight

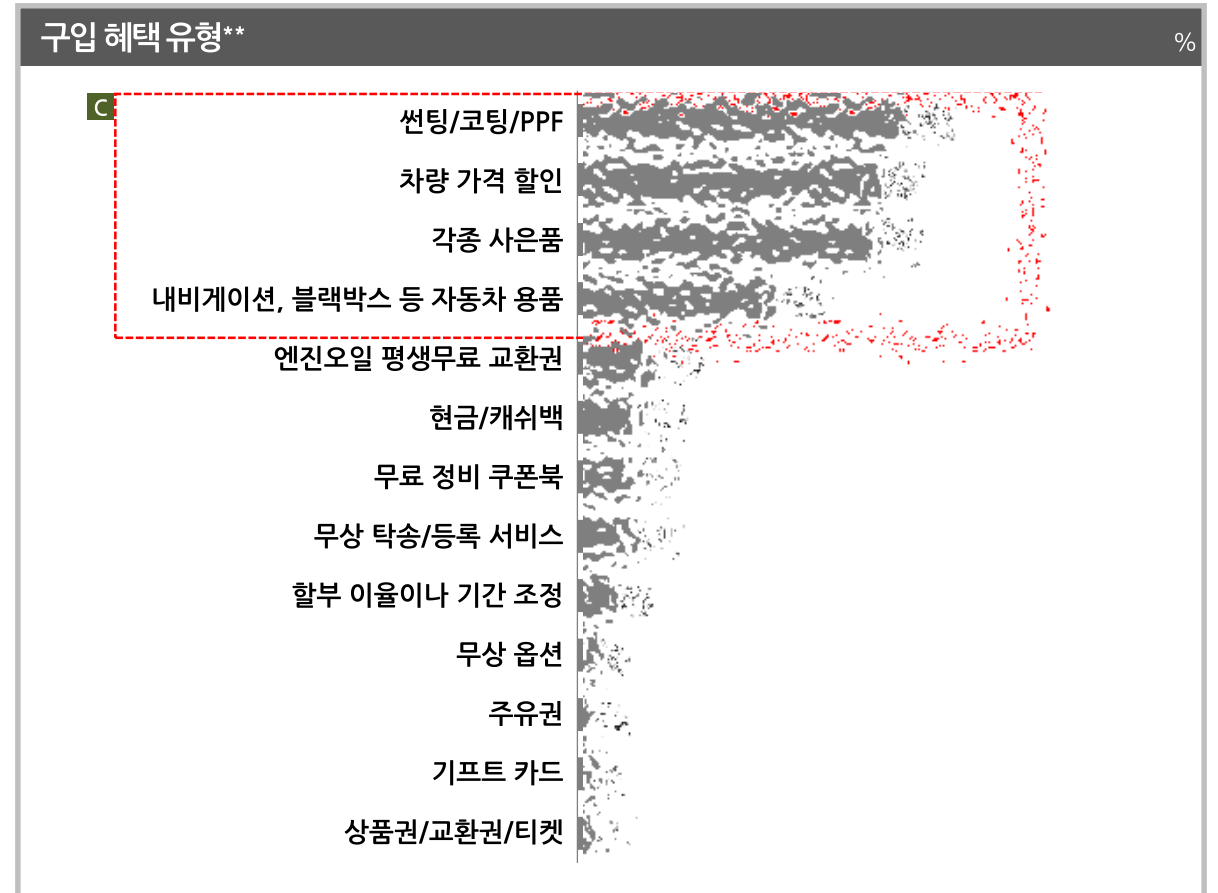
9. 구입시 받은 혜택

III. 수입차 구입자 특성 및 구입 행태



* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) 수입 새 차 구입자 중 구입 관여자

a: Insufficient sample (30≤n<60)

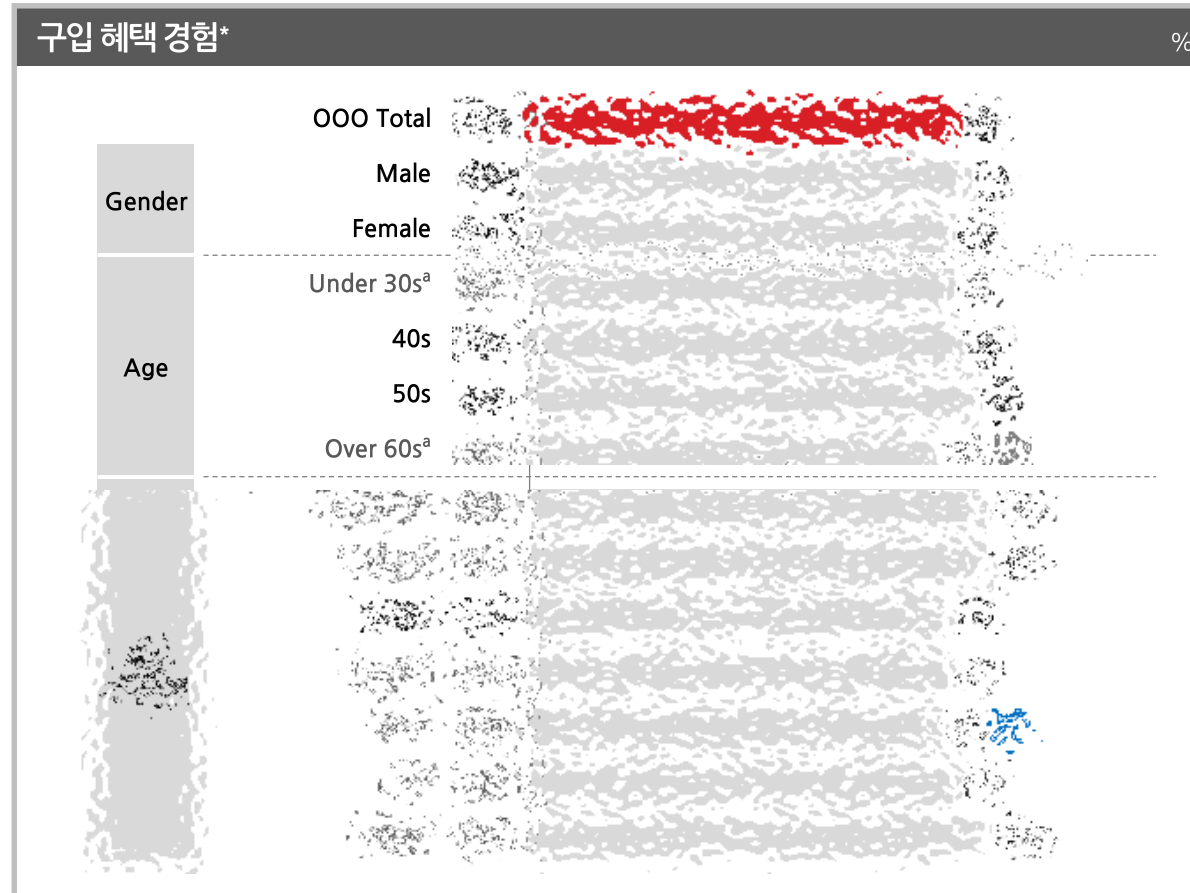


* 최근 1년 내 (2021년 7월 이후) 수입 새 차 구입자 중 혜택 경험자 기준

** 받은 혜택 없음 및 기타는 제시하지 않음

9. 구입시 받은 혜택

III. 수입차 구입자 특성 및 구입 형태



* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) OOO 새 차 구입자 중 구입 관여자
a: Insufficient sample (30≤n<60)



* 최근 1년 내 (2021년 7월 이후) OOO 새 차 구입자 중 혜택 경험자 기준
** 받은 혜택 없음 및 기타는 제시하지 않음

9. 구입시 받은 혜택

III. 수입차 구입자 특성 및 구입 행태

최선호 혜택		Import Total	Current Vehicle Maker							
			MB	BMW	Audi	Lexus ^a	Porsche ^a	Volvo	Tesla ^a	%
Preferred benefit	차량 가격 할인	39 A								
	션팅/코팅/PPF	15								
	엔진오일 평생무료 교환권	8								
	현금/캐쉬백	5								
	내비게이션, 블랙박스 등 자동차 용품	5								
	할부 이율이나 기간 조정	3								
	각종 사은품	2								
	무료 정비 쿠폰북	2								
	무상 탁송/등록 서비스	1								
	무상 옵션	1								
	주유권	1								
	상품권/교환권/티켓	1								
기프트 카드	0									
(Base)		(1,202)	(298)	(311)	(120)	(45)	(32)	(83)	(4)	

* 최근 1년 내 (2021년 7월 이후) 새 차 구입자 중 혜택 경험자 기준

** 모름 및 기타는 제시하지 않음

a: Insufficient sample (30 ≤ n < 60)
 ▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음
 Consumer Insight

9. 구입시 받은 혜택

III. 수입차 구입자 특성 및 구입 형태



* 최근 1년 내 (2021년 7월 이후) OOO 새 차 구입자 중 혜택 경험자 기준

** 모름 및 기타는 제시하지 않음

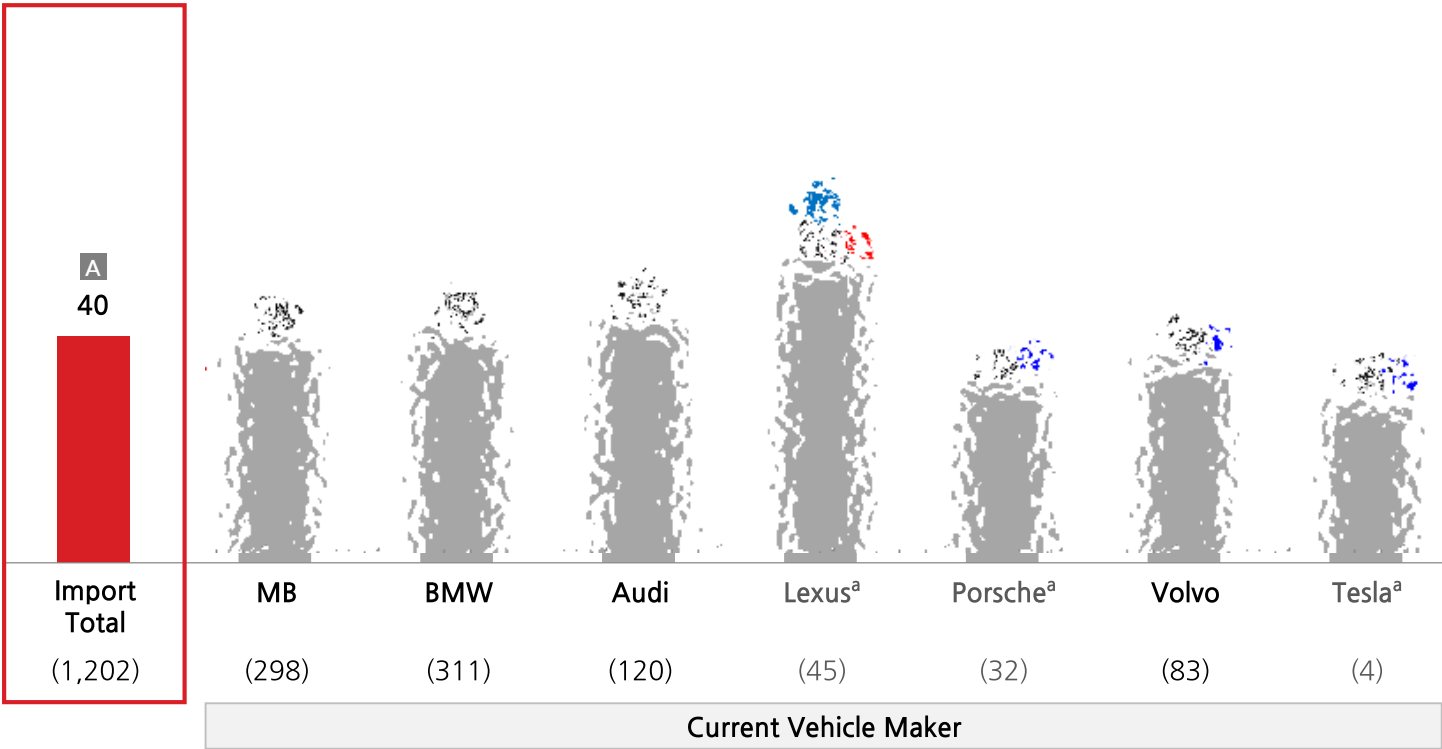
a: Insufficient sample (30≤n<60)
▲▼: 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

9. 구입시 받은 혜택

III. 수입차 구입자 특성 및 구입 형태

회사/딜러사/영업사원 제공 혜택 체감 만족률

(Top3%)



* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) 새 차 구입자 중 혜택 경험자 기준
** 10점 만점에 8점 이상을 준 비율

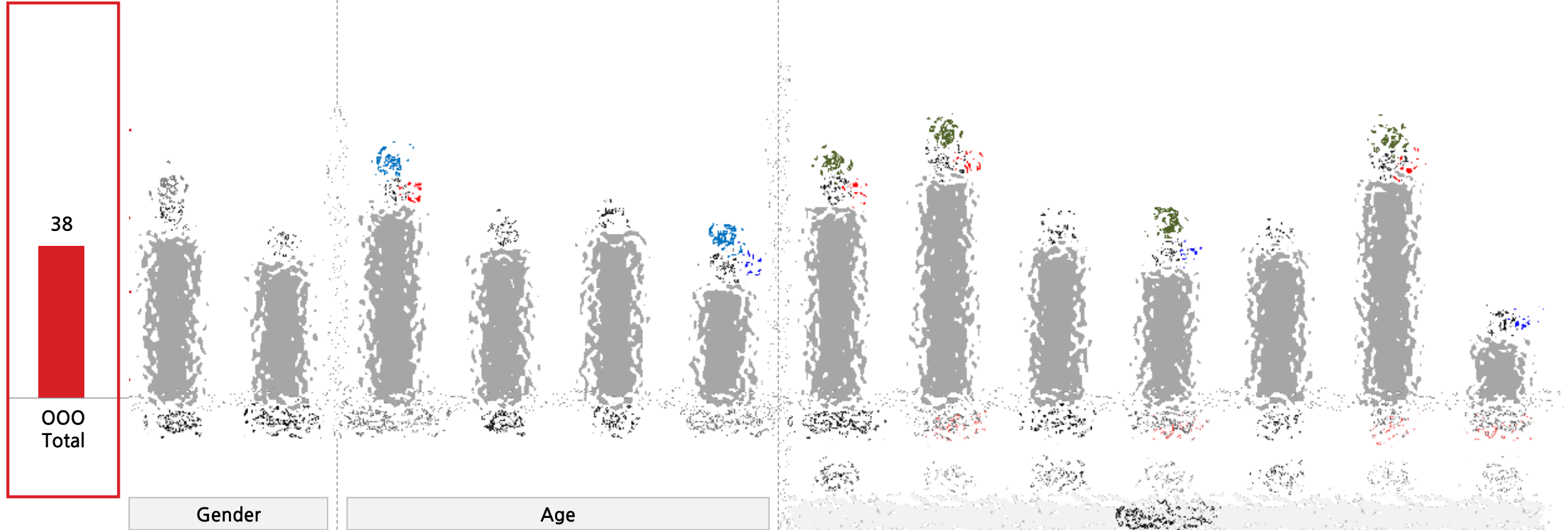
a: Insufficient sample (30≤n<60)
▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음
Consumer Insight

9. 구입시 받은 혜택

III. 수입차 구입자 특성 및 구입 행태

회사/딜러사/영업사원 제공 혜택 체감 만족률

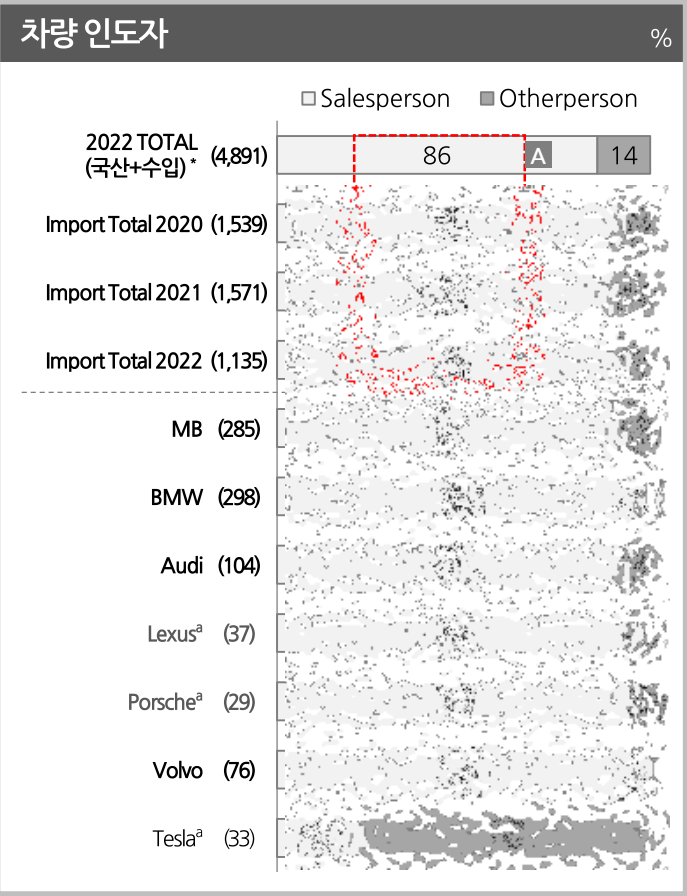
(Top3%)



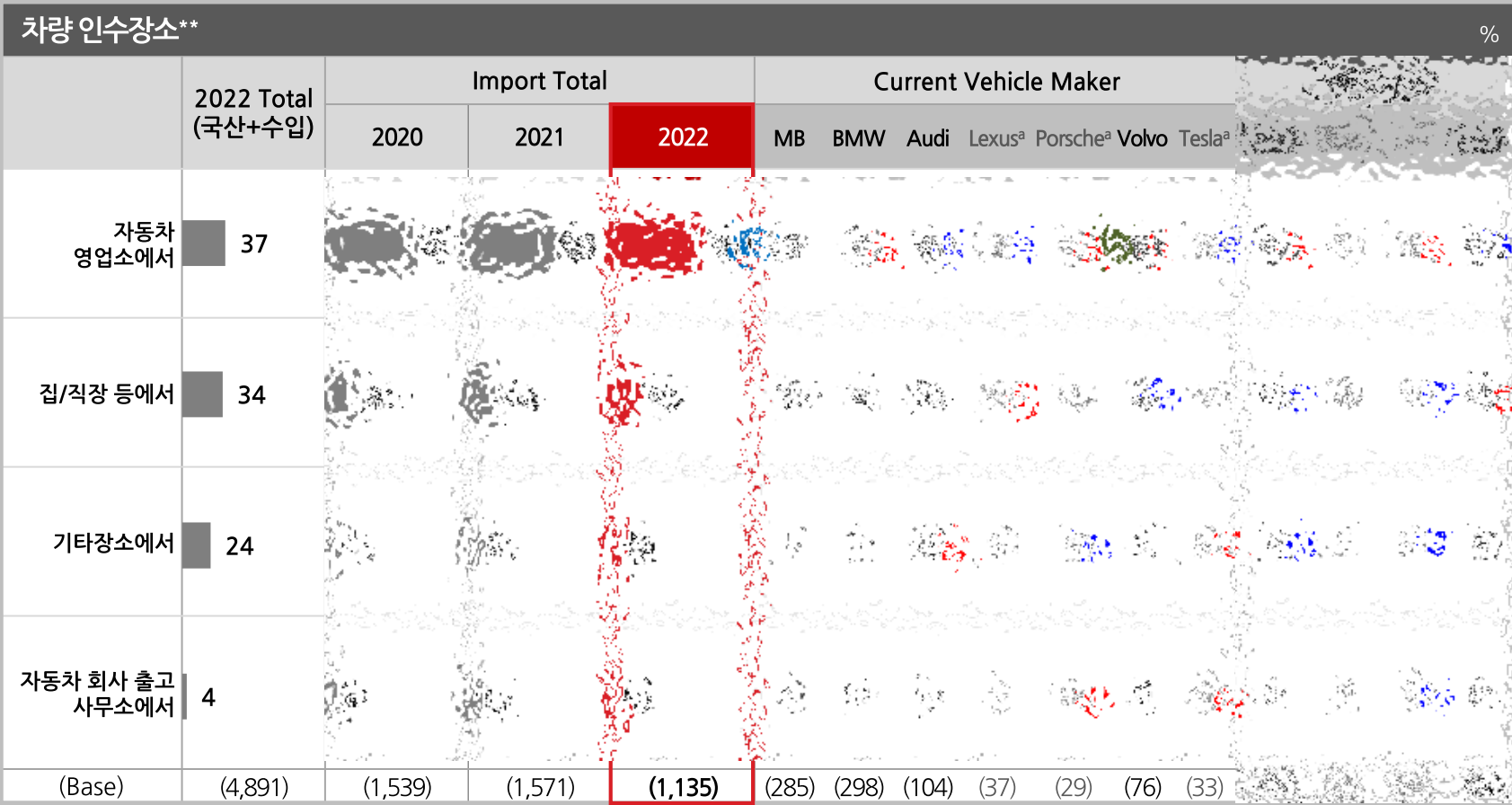
* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) 새 차 구입자 중 구입 관여자
 ** 수입차 전체 최종 비교 브랜드 기준 Top17 브랜드만 제시

a: Insufficient sample (30≤n<60)
 ▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음
 Consumer Insight

10. 차량 인도 과정



* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) 수입 새 차 구입자 중 인도 경험자



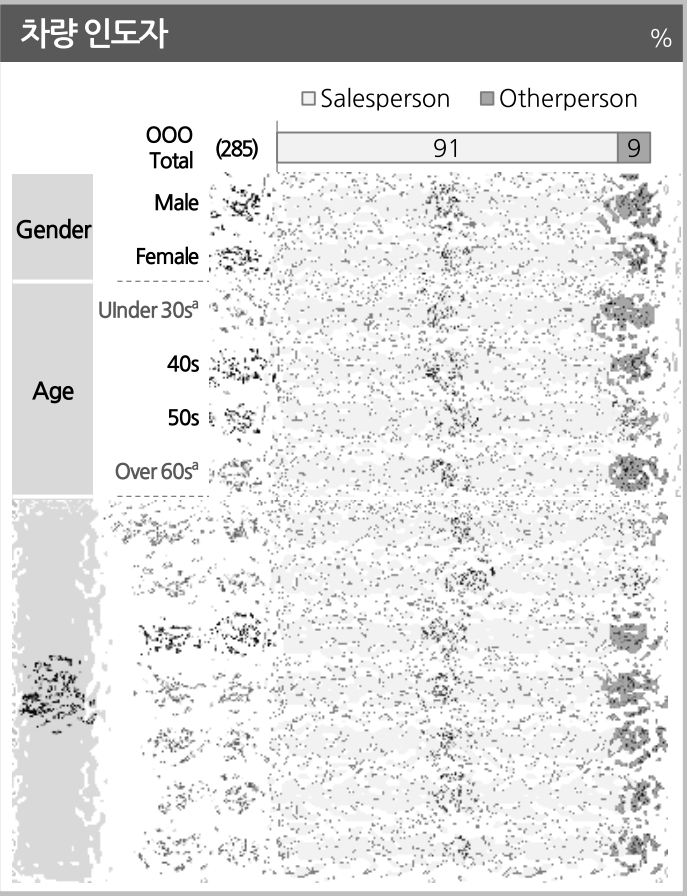
* 최근 1년 내 2021년 7월 이후) 새차 구입자 중 차량 인도 경험자

** 잘 모름은 제시하지 않음

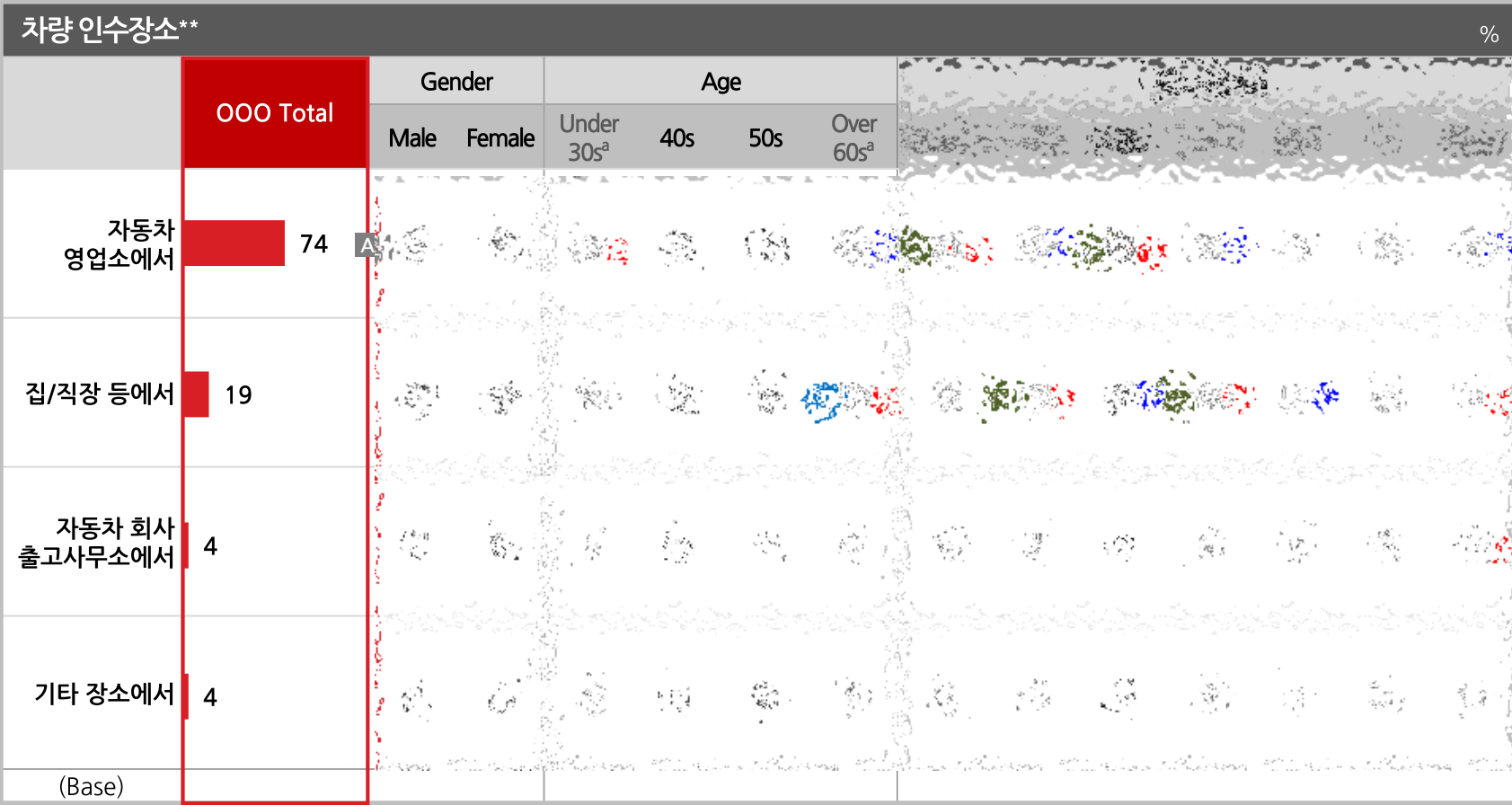
a: Insufficient sample (30≤n<60)
▲▼: 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

10. 차량 인도 과정

III. 수입차 구입자 특성 및 구입 형태



* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) OOO 새 차 구입자 중 인도 경험자



* 최근 1년 내 2021년 7월 이후) OOO 새 차 구입자 중 차량 인도 경험자

** 잘 모름은 제시하지 않음

a: Insufficient sample (30≤n<60)
▲▼: 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

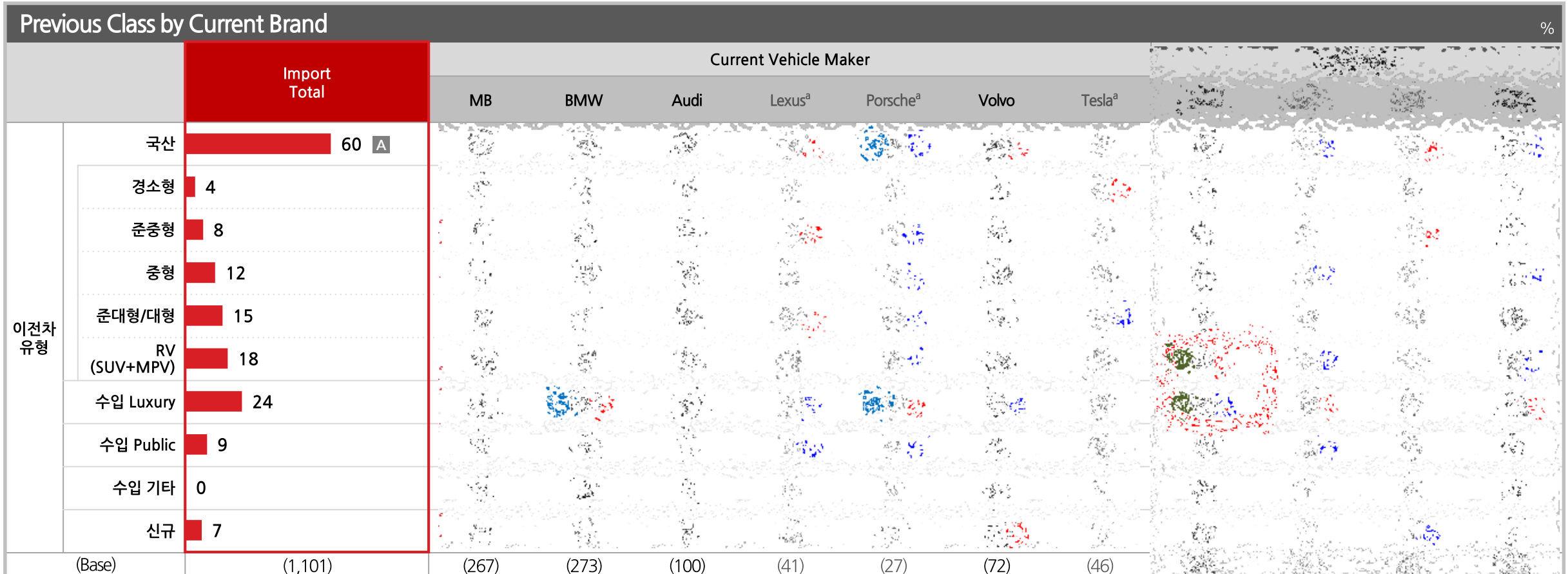
IV. 수입차 이행 성향 및 경쟁력

1. 브랜드 이행성향
2. 구입의향자 특성
3. 구입의향 차량 Brand
4. 제조사별 구입시점 경쟁관계 분석
5. 재구입 의향률 & 추천 의향률
6. Loyalty 분석

1. 브랜드 이행성향

IV. 수입차 이행 성향 및 경쟁력

1) 이전차량 Class X 현 보유차량 Brand



* 최근 1년 이내(2021년 7월 이후) 수입차 신규/대체 구입자

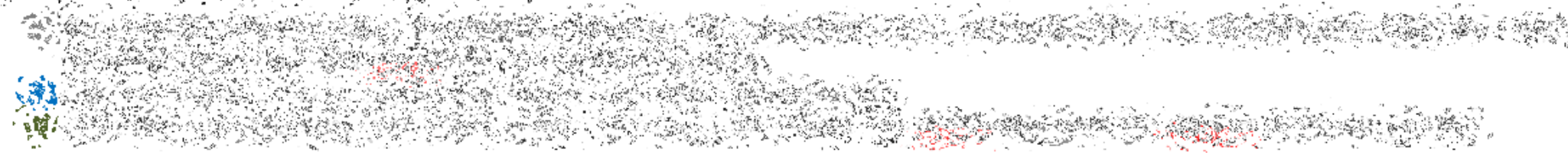
** 국산에서 스포티와 국산 기타는 제시하지 않음

a: Insufficient sample (30≤n<60)
 ▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음
 Consumer Insight

1. 브랜드 이행성향

IV. 수입차 이행 성향 및 경쟁력

1) 이전차량 Class X 현 보유차량 Brand



Previous Class by Current Brand										%																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
		Import Total	OOO Total	Gender		Age																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																									
				Male	Female	Under 30s ^a	40s	50s	Over 60s ^a																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
이전차 유형	국산	60																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													

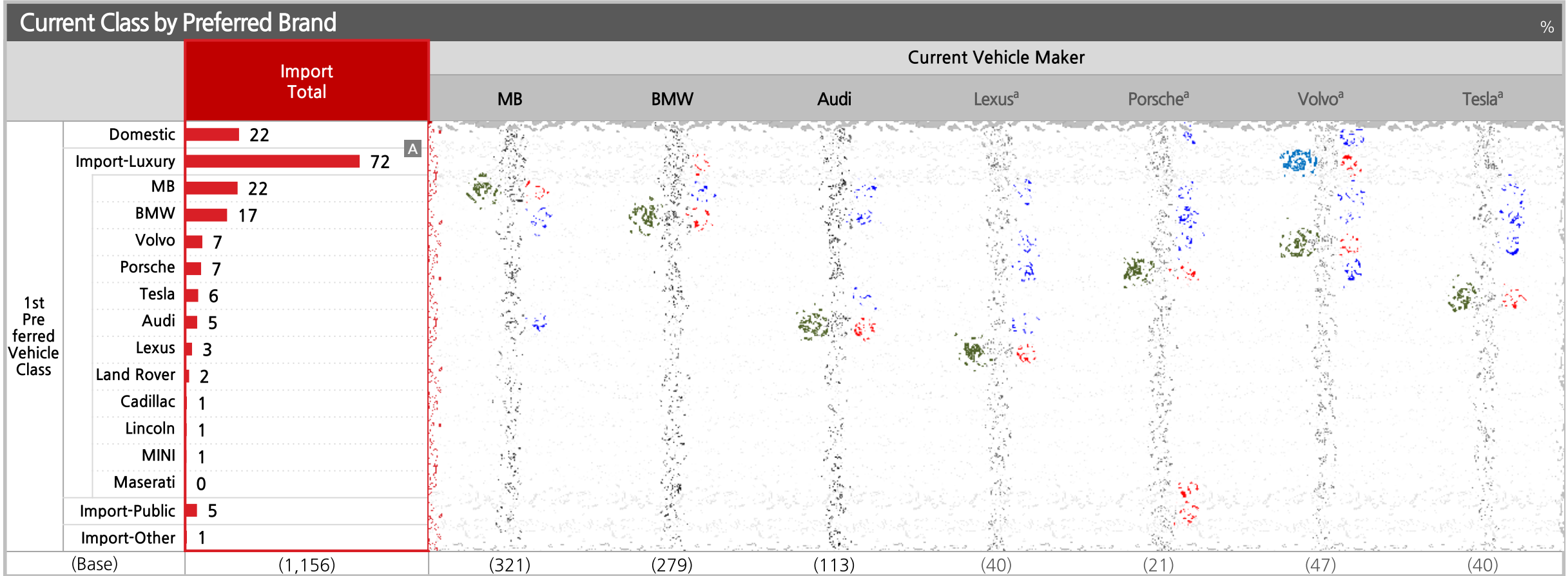
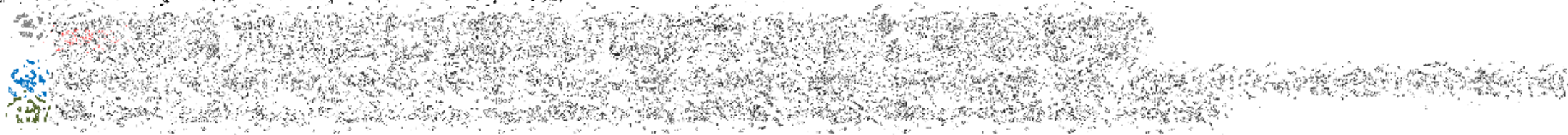
* 최근 1년 이내(2021년 7월 이후) 수입차 신규/대체 구입자
 ** 국산에서 스포티와 국산 기타는 제시하지 않음
 *** 유의미한 분석(사례수 확보)을 위해 2년 내 새차 구입자 기준 분석 결과 제시

a: Insufficient sample (30≤n<60)
 ▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음
 Consumer Insight

1. 브랜드 이행성향

IV. 수입차 이행 성향 및 경쟁력

2) 현 보유 차량 Brand X 구입계획 차량 Class

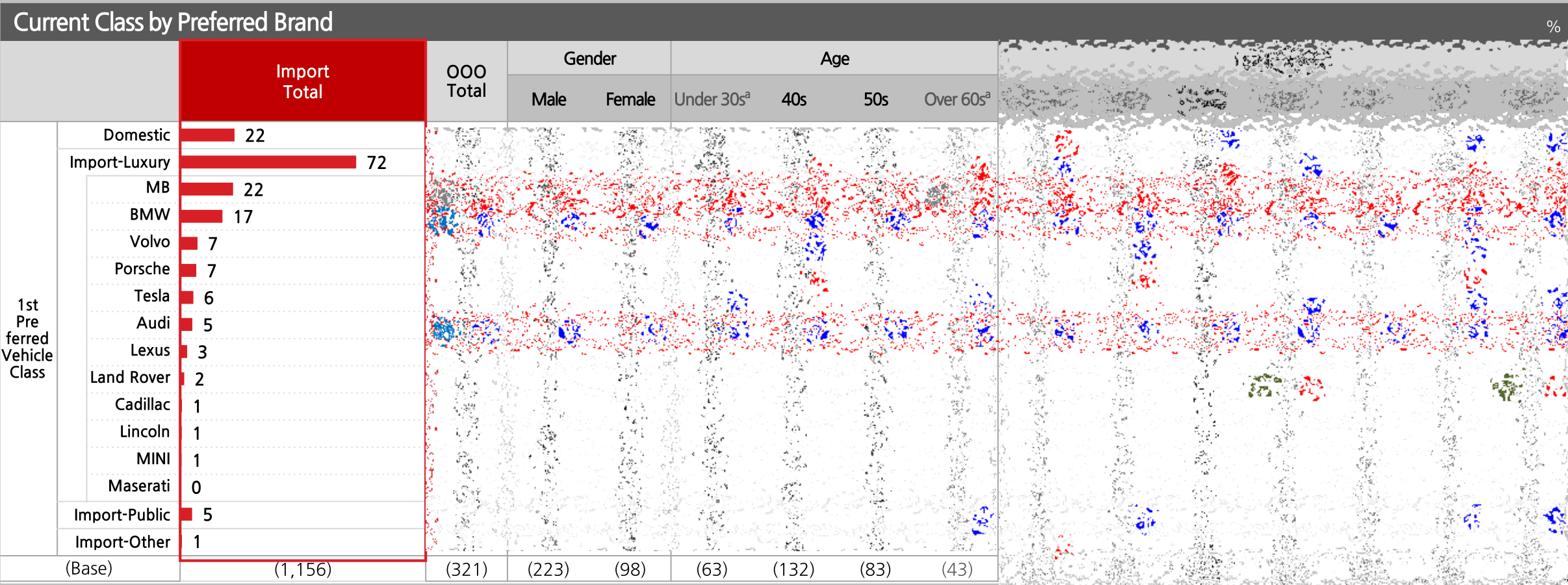


* 향후 2년 이내(2024년 상반기) 새 차 구입계획자

** Base 30미만 브랜드는 제시하지 않음

a: Insufficient sample (30≤n<60)
 ▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음
 Consumer Insight

2) 현 보유 차량 Brand X 구입계획 차량 Class



* 향후 2년 이내(2024년 상반기) 새 차 구입계획자

** Base 30미만 브랜드는 제시하지 않음

a: Insufficient sample (30≤n<60)

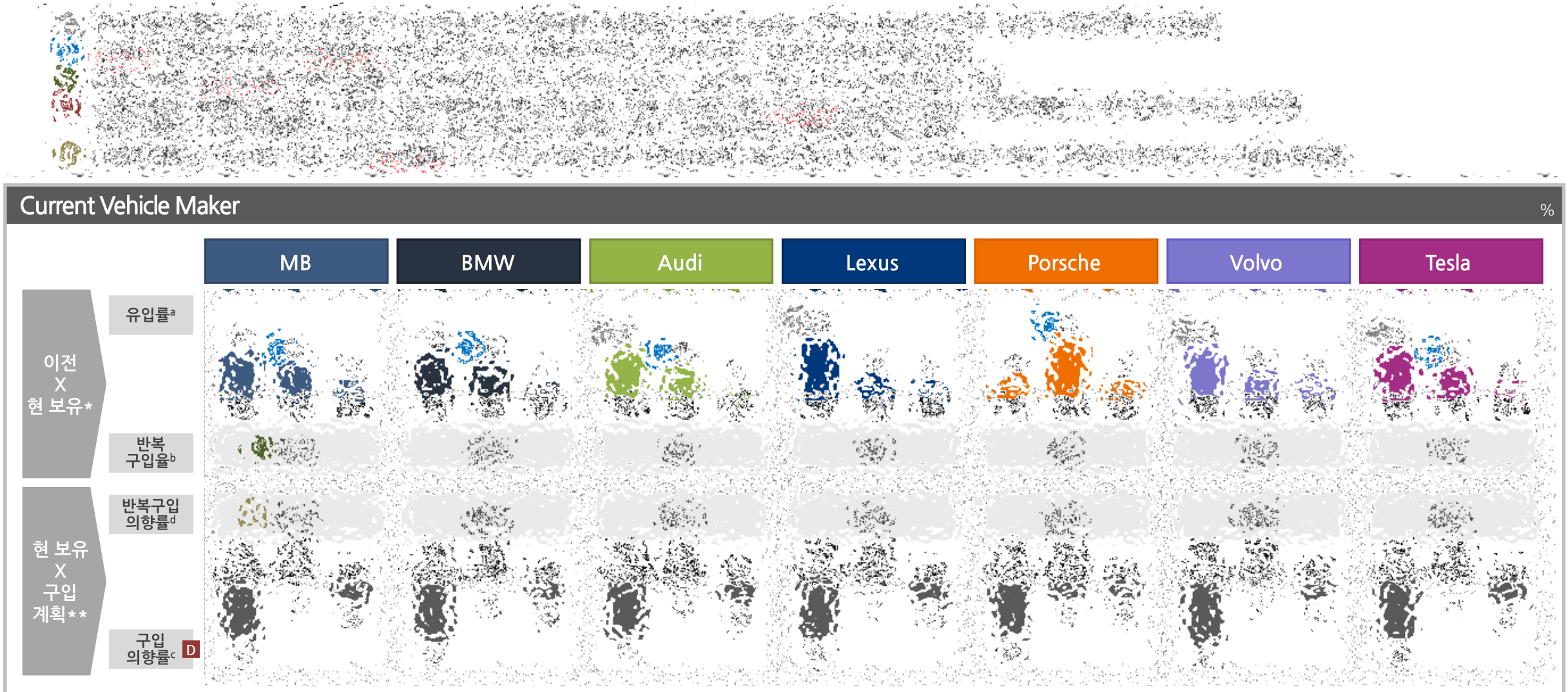
▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

ConsumerInsight

1. 브랜드 이행성향

IV. 수입차 이행 성향 및 경쟁력

3) 제조사별 유입/유출 현황

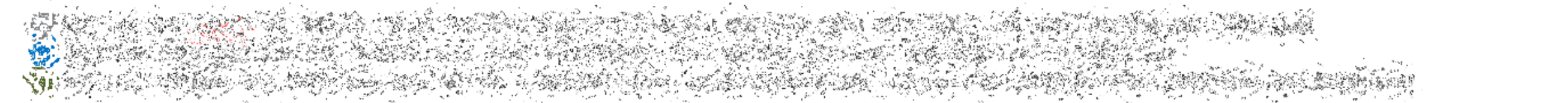


a. 유입률: 해당 제조사(현 보유 차량)로 유입된 비율, 신규 차량 구입자 포함 - 이전 보유차 원산지/현 보유차 원산지 * 100
 b. 반복구입율: 현재 보유차량이 이전 차량과 동일 브랜드인 비율 - 이전 보유차 해당 브랜드/현 보유차 해당 브랜드 * 100
 c. 구입의향률: 해당 제조사(현 보유 차량)를 포함하여 향후 구입이 예상되는 비율 - 현 보유차 원산지/향후 구입의향차 원산지 * 100
 d. 반복구입 의향률: 현 보유 차량이 향후 구입계획 차량과 동일 제조사인 비율 - 향후 구입의향차 해당 브랜드/현 보유차 해당 브랜드 * 100

* 최근 1년 이내(2021년 7월 이후) 신규/대체 구입자
 ** 향후 2년 이내(2024년 상반기) 새 차 구입계획자

2. 구입의향자 특성

IV. 수입차 이행 성향 및 경쟁력

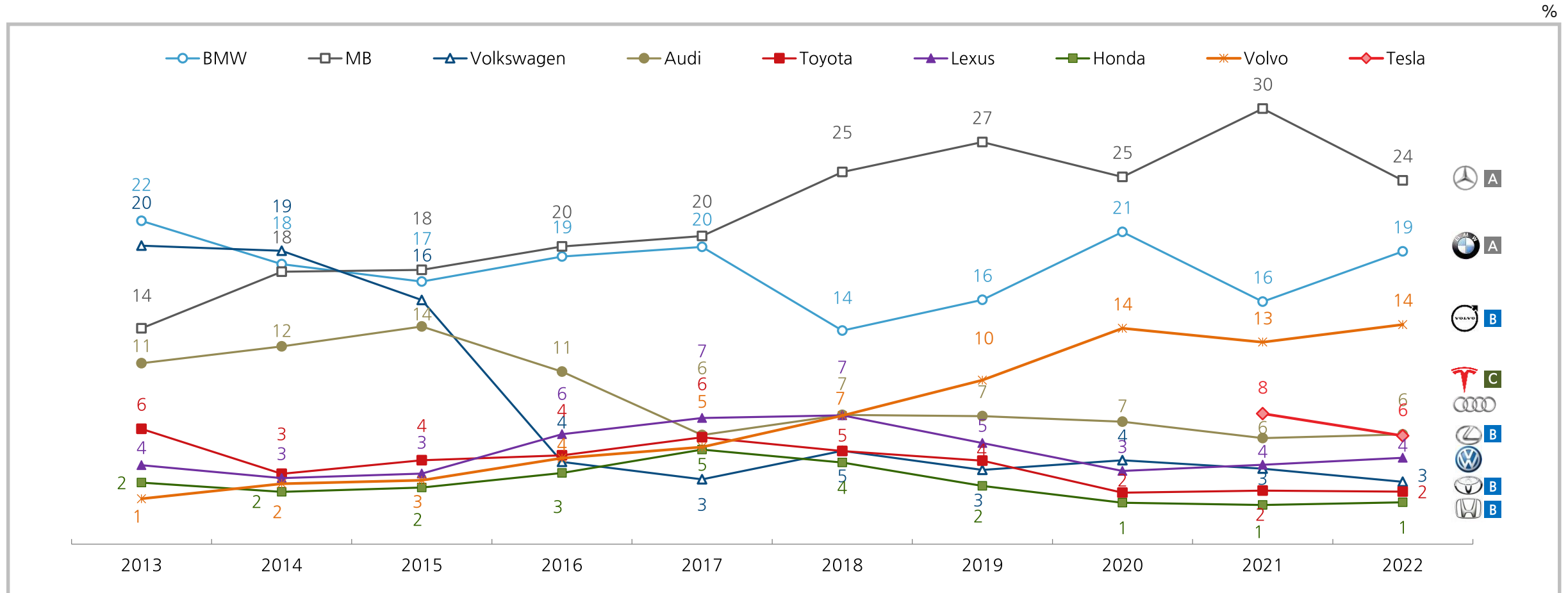


		2022 Total (국산+수입)	Import Total			구입계획 1위 브랜드						
			2020	2021	2022	MB	BMW	Audi	Lexus	Porsche	Volvo	Tesla
성별	남성	74										
	여성	26										
성 × 연령	남	20대	1									
		30대	7									
		40대	24									
		50대	25									
		60대 이상	18									
	여	20대	1									
		30대	5									
		40대	9									
직업	50대 이상	10										
	자영업	16										
	판매/서비스직	5										
	사무/기술직	41										
	공무원	7										
	전문/경영직	15										
	전업주부	5										
소득	기타	12										
	~500만원 내외	41										
	600~900만원 내외	36										
	1000만원 내외~그 이상	22										
	모름	1										
(Base)		(33,688)	(7,285)	(7,786)	(9,796)	(2,312)	(1,969)	(631)	(416)	(392)	(1,212)	(542)

* 향후 2년 이내 새 차 구입계획자(향후 구입의향 제조사 미결정자가 포함된 전체 값임)

▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

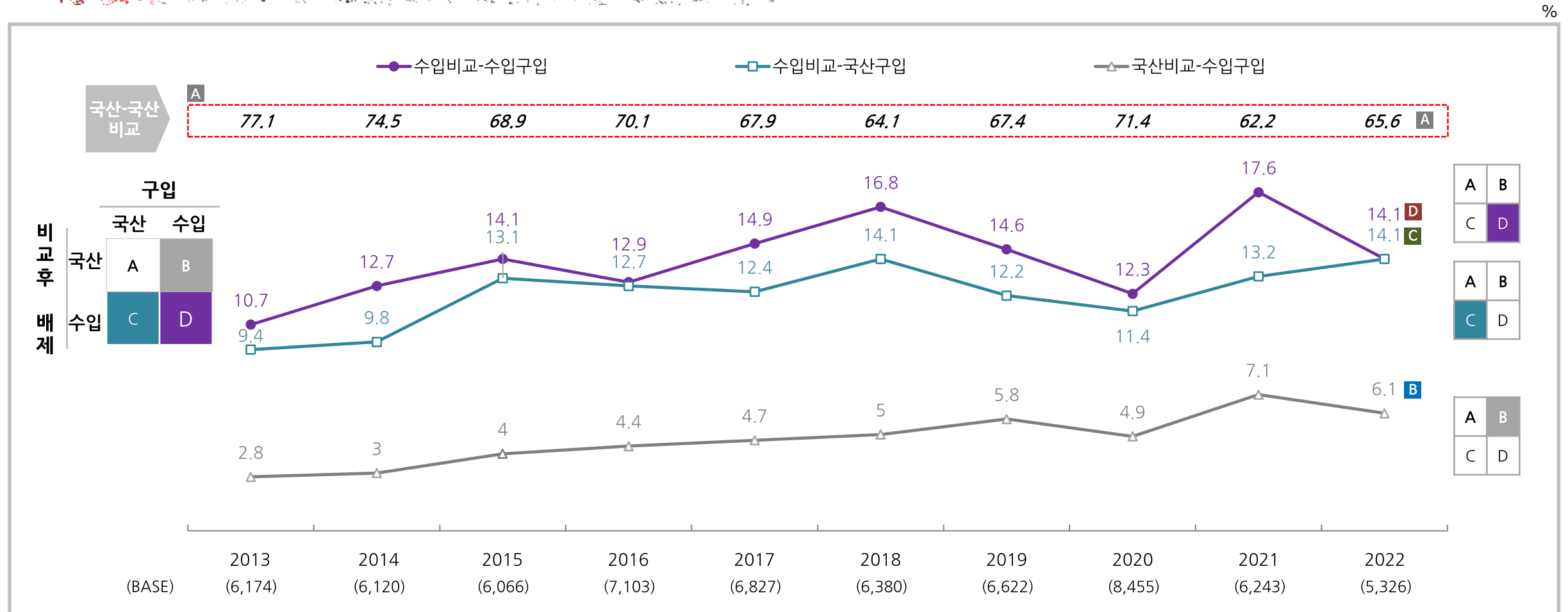
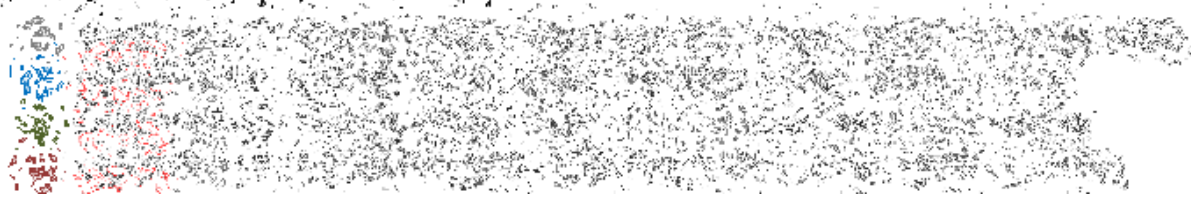
3. 구입의향 차량 Brand



* 향후 2년 내 새 차 구입의향자

4. 제조사별 구입시점 경쟁관계 분석

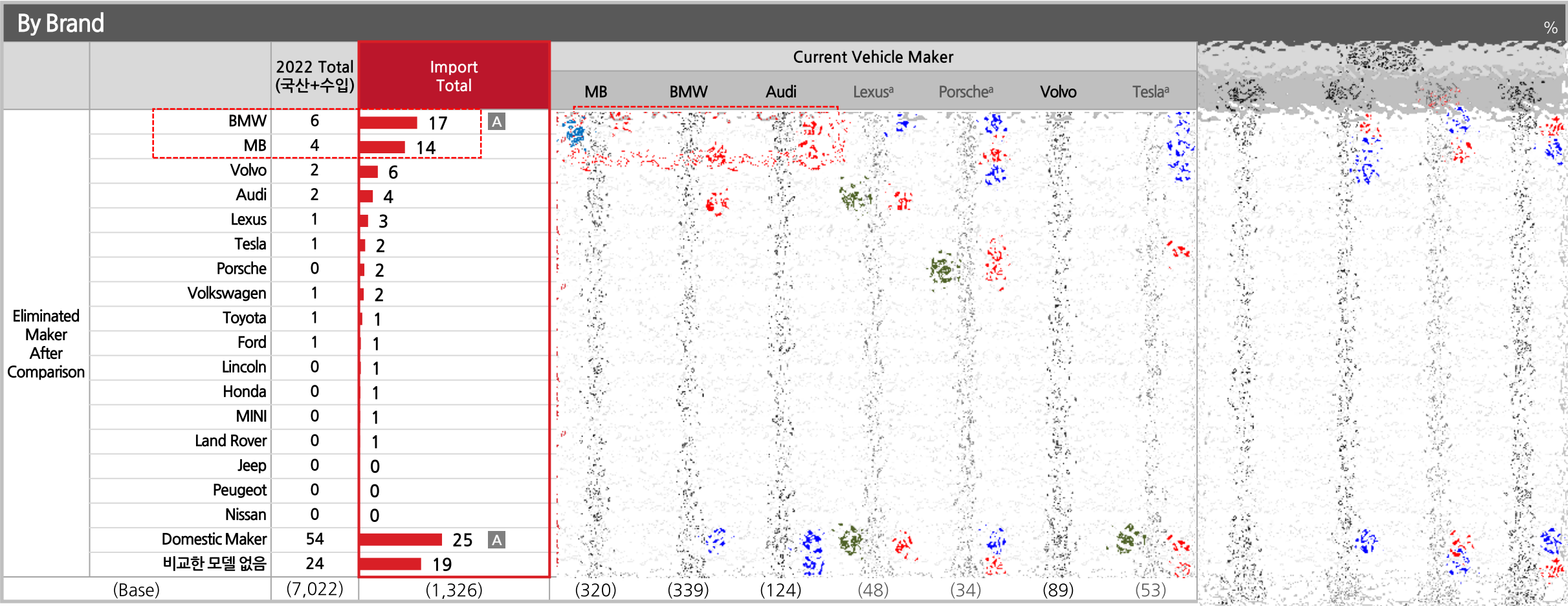
1) 주사용차 구입시 비교모델



* 최근 1년 이내 (2021년 7월~2022년 6월) 새 차 구입자 중 구입 관여자

4. 제조사별 구입시점 경쟁관계 분석

2) 최종 비교 브랜드



* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) 새 차 구입자 중 구입 관여자

** 수입차 전체 최종 비교 브랜드 기준 Top17 브랜드만 제시

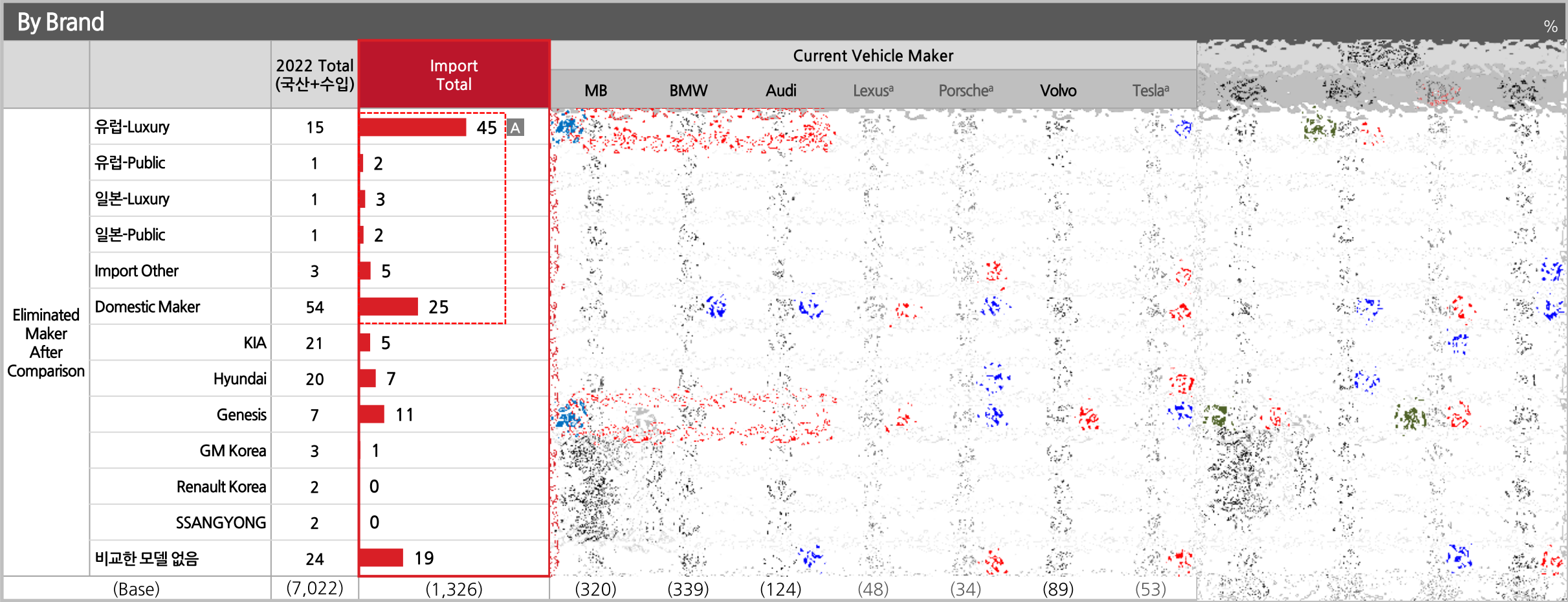
a: Insufficient sample (30≤n<60)

▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

ConsumerInsight

4. 제조사별 구입시점 경쟁관계 분석

2) 최종 비교 브랜드_원산지 & 국산 브랜드 상세



* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) 새 차 구입자 중 구입 관여자

** 수입차 전체 최종 비교 브랜드 기준 Top17 브랜드만 제시

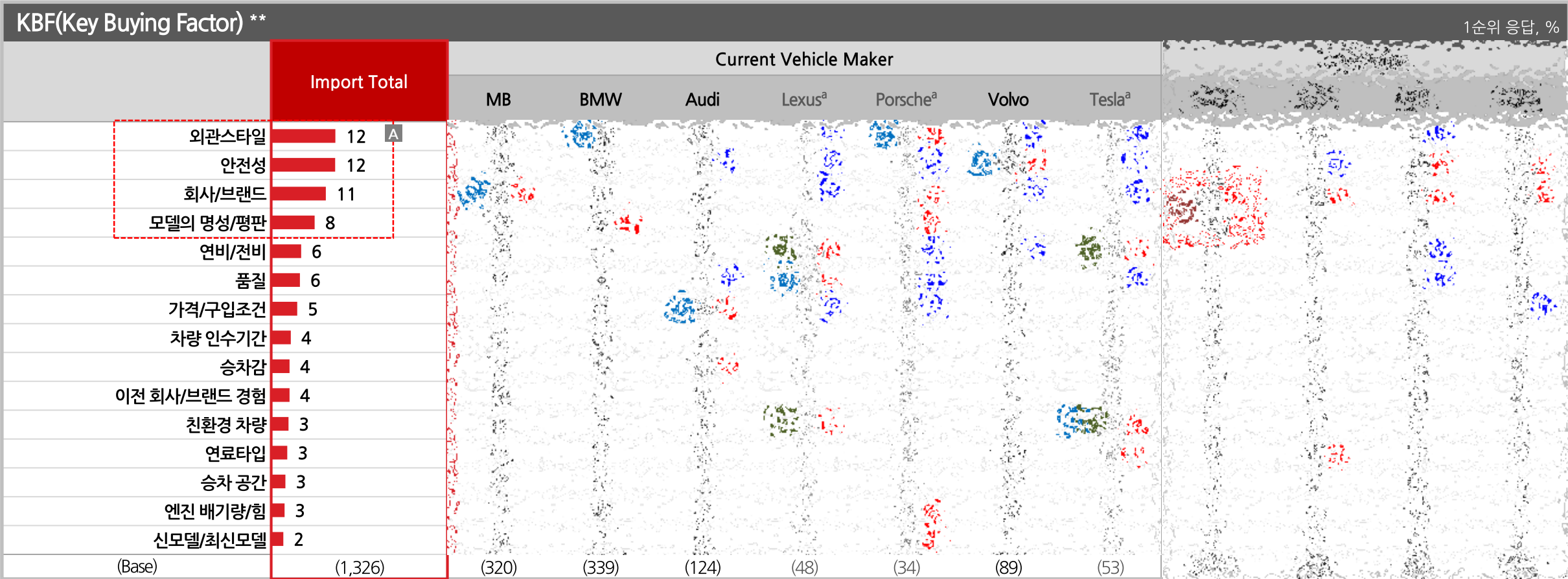
a: Insufficient sample (30≤n<60)

▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

ConsumerInsight

4. 제조사별 구입시점 경쟁관계 분석

3) 브랜드별 구입 이유



* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) 새 차 구입자 중 구입 관여자

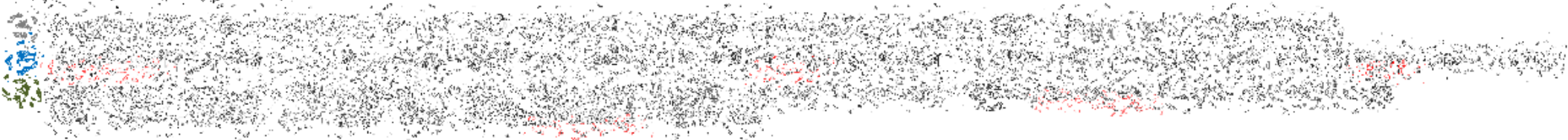
** KBF(구입 이유)는 상위 15개만 제시함

*** Base 30미만 브랜드는 제시하지 않음

a: Insufficient sample (30≤n<60)
▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

4. 제조사별 구입시점 경쟁관계 분석

4) 브랜드별 비구입 이유



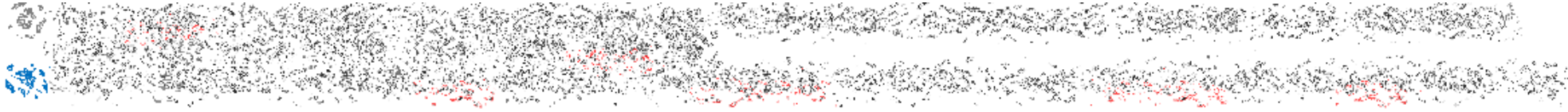
KEF(Key Elimination Factor) **		Eliminated Maker after Comparison							1순위 응답, %
	Import Total	MB	BMW	Audi ^a	Lexus ^a	Porsche ^a	Volvo	Tesla ^a	
차량 인수기간	23 A								
가격/구입조건	14								
외관스타일	5								
실내 인테리어	4								
회사/브랜드	3								
연비/전비	3								
크기/전장	3								
승차감	3								
기본 사양	3								
신모델/최신모델	3								
승차공간	2								
품질	2								
모델의 명성/평판	2								
연료타입	2								
중고차 가격	2								
(Base)	(1,080)	(182)	(230)	(58)	(39)	(24)	(77)	(28)	

* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) 새 차 구입자 중 구입 관여자
** KEF(차량 구입 시 비교 후 배제된 이유)는 상위 15개만 제시함

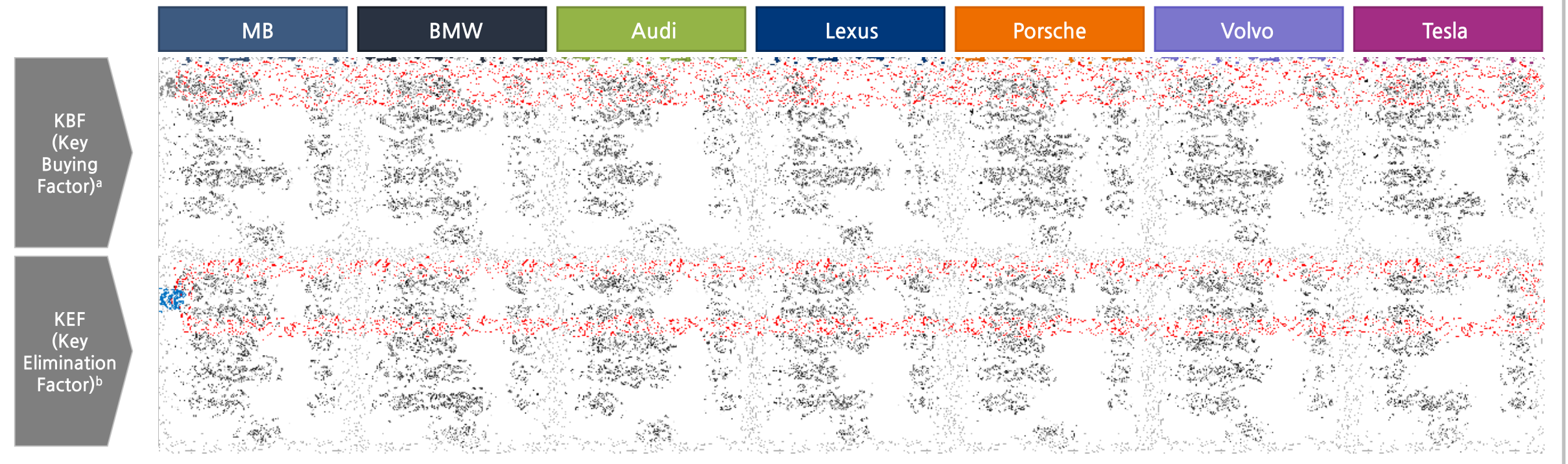
a: Insufficient sample (30≤n<60)
▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음
Consumer Insight

4. 제조사별 구입시점 경쟁관계 분석

5) 브랜드별 구입/비구입 이유



제조사별 KBF 및 KEF* (Top5)



a: 현 보유 차량 제조사별 최근 1년 내(2021년 7월 이후) 새 차 구입자 중 구입 관여자

b: 최종 비교차량 제조사별 최근 1년 내(2021년 7월 이후) 새 차 구입자 중 비교 모델이 있는 응답자

* KEF: 차량 구입시 비교 후 배제된 이유

5. 재구입 의향률 & 추천 의향률

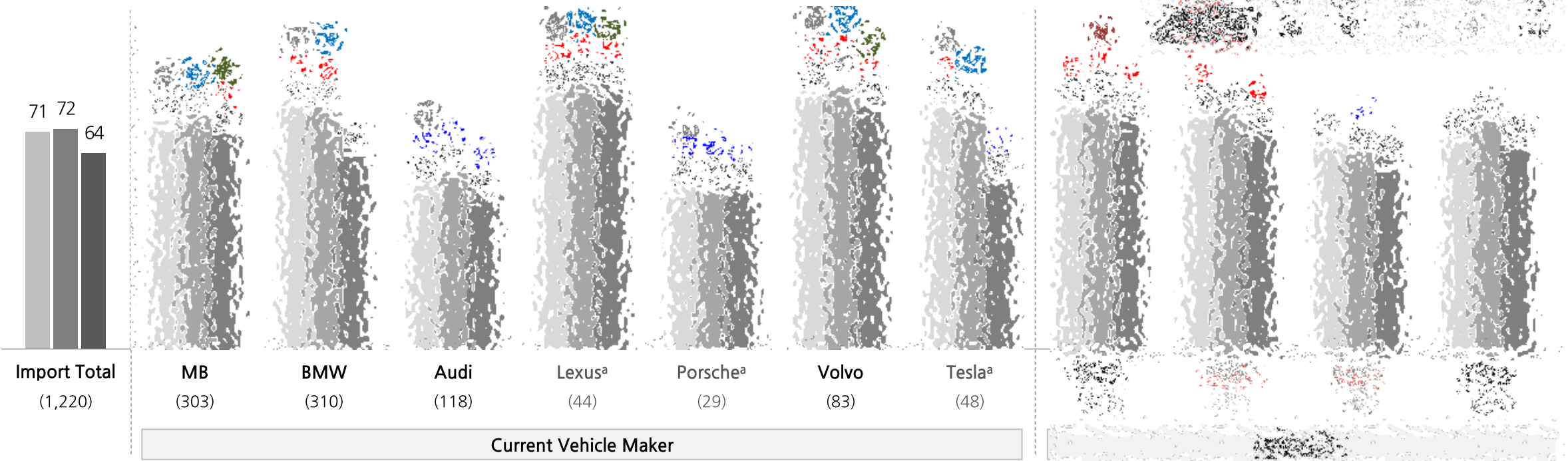
1) 브랜드 및 딜러별 재구입 의향률&추천 의향률



재구입 의향률 & 추천 의향률

%

■ 재구매의향 체감만족률 ■ 추천 의향 체감만족률 ■ 종합 체감만족률

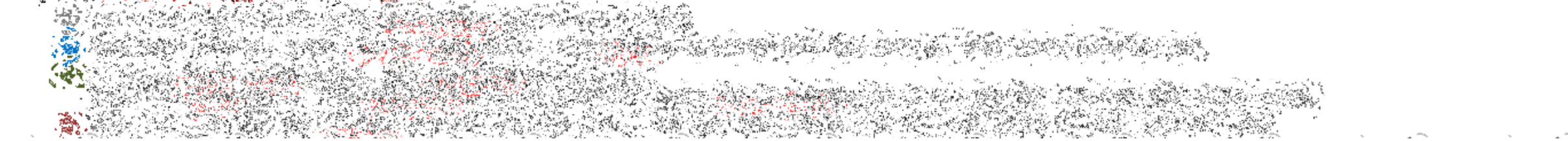


* 재구입 의향률: 최근 1년 이내(2021년 7월 이후) 새 차 구입자 중 동일 브랜드 재구입, 동일한 브랜드의 차량 재구입 의향
** 추천 의향률: 1년 이내 새 차 구입자 중 구입모델 추천, 구입 모델 주변 추천 의향
***종합 체감만족률: 1년 이내 새 차 구입자, 영업/마케팅, 서비스, 품질을 종합해 고려한 브랜드 전반적 만족도

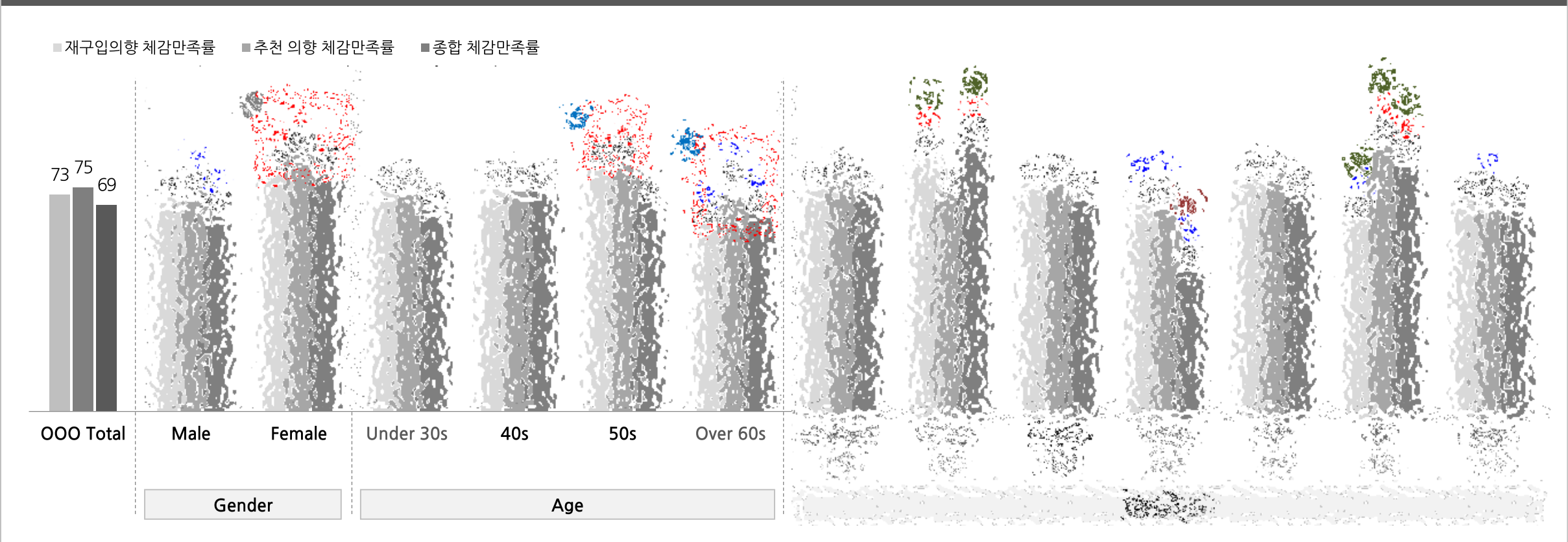
a: Insufficient sample (30≤n<60)
▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음
Consumer Insight

5. 재구입 의향률 & 추천 의향률

2) MB 재구입 의향률&추천 의향률



재구입 의향률 & 추천 의향률

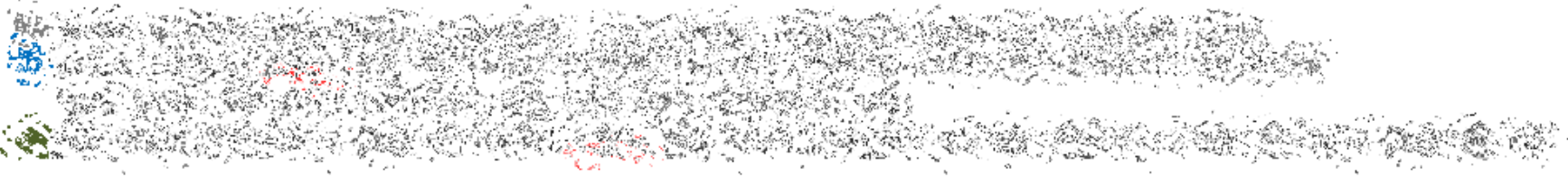


* 재구입 의향률: 최근 1년 이내(2021년 7월 이후) 새 차 구입자 중 동일 브랜드 재구입, 동일한 브랜드의 차량 재구입 의향
** 추천 의향률: 1년 이내 새 차 구입자 중 구입모델 추천, 구입 모델 주변 추천 의향
***종합 체감만족률: 1년 이내 새 차 구입자, 영업/마케팅, 서비스, 품질을 종합해 고려한 브랜드 전반적 만족도

a: Insufficient sample (30≤n<60)
▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음
Consumer Insight

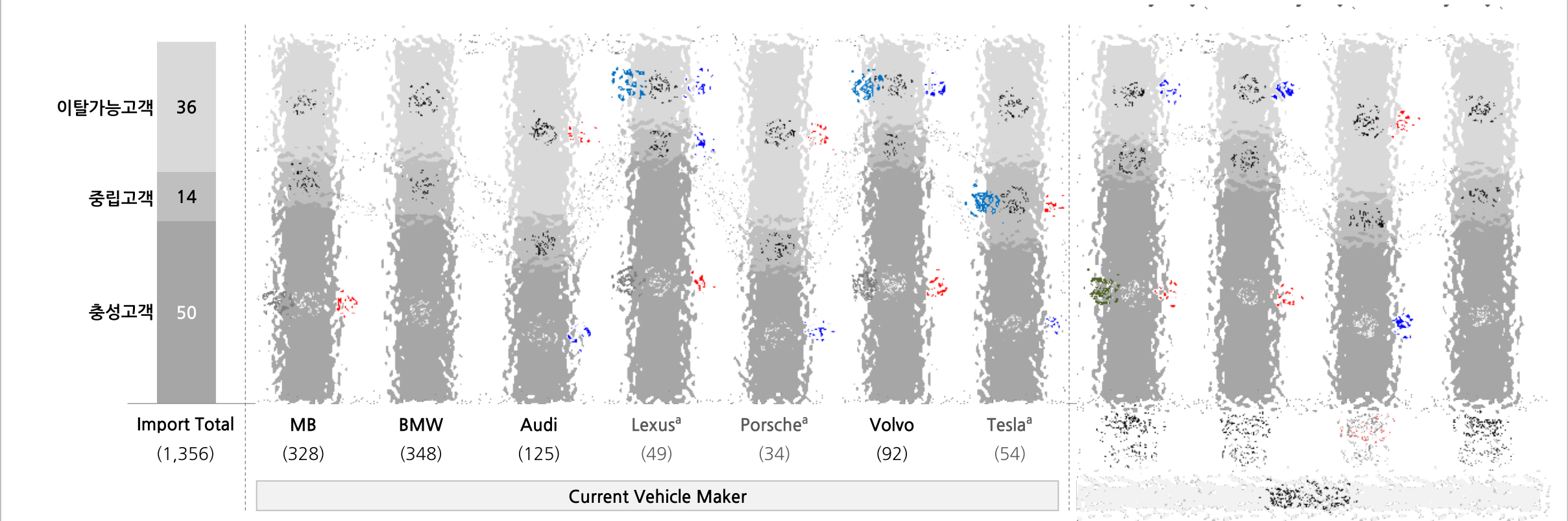
6. Loyalty 분석

IV. 수입차 이행 성향 및 경쟁력



수입차 브랜드별 Loyalty 분석

%



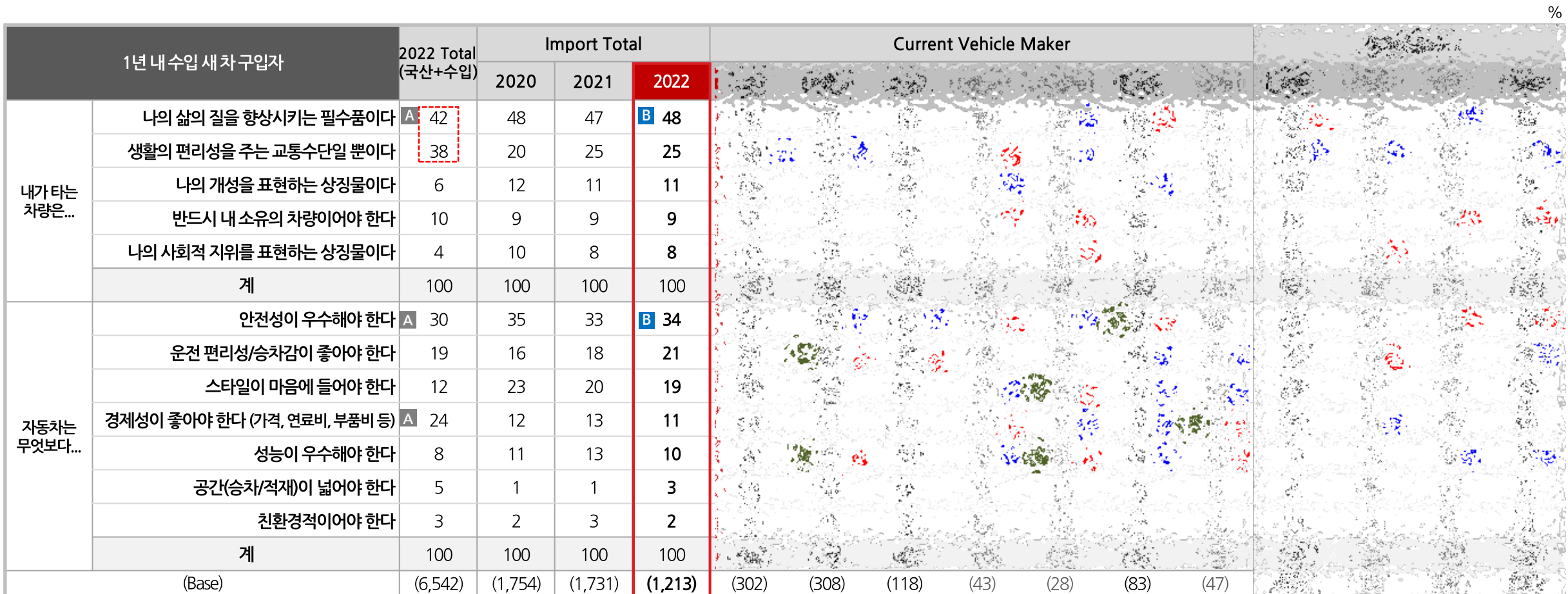
* 최근 1년 내(2021년 7월 이후) 새 차 구입자
A 충성고객 : 종합체감만족도(8, 9, 10점) & 재구입 의향자 & 추천 의향자
중립고객 : 세 가지 조건 중 2개 만족
이탈가능 고객 : 기타 응답자

a: Insufficient sample (30≤n<60)
▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음
Consumer Insight

V. 자동차 구입 행동 및 라이프스타일 특성

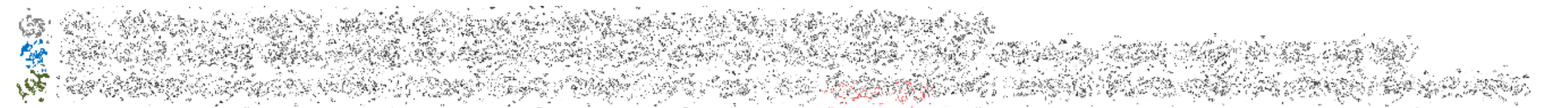
1. 자동차 가치관
2. 자동차 구입 행동 특성
3. 라이프스타일 특성

1. 자동차 가치관



*최근 1년 내 (2021년 7월 이후) 수입 새 차 구입자

1. 자동차 가치관



1년 내 000 새 차 구입자		000 Total	Gender		Age														%
			Male	Female	Under 30s ^a	40s	50s	Over 60s ^a											
내가 타는 차량은...	나의 삶의 질을 향상시키는 필수품이다																		
	생활의 편리성을 주는 교통수단일 뿐이다																		
	나의 사회적 지위를 표현하는 상징물이다																		
	나의 개성을 표현하는 상징물이다																		
	반드시 내 소유의 차량이어야 한다																		
	계																		
자동차는 무엇보다...	안전성이 우수해야 한다																		
	운전 편리성/승차감이 좋아야 한다																		
	스타일이 마음에 들어야 한다																		
	경제성이 좋아야 한다 (가격, 연료비, 부품비 등)																		
	성능이 우수해야 한다																		
	공간(승차/적재)이 넓어야 한다																		
	친환경적이어야 한다																		
계																			
(Base)																			

*최근 1년 내 (2021년 7월 이후) 수입 새 차 구입자

** 유의미한 분석(사례수 확보)을 위해 2년 내 새차 구입자 기준 분석 결과 제시

a: Insufficient sample (30≤n<60)

▲▼: 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

Consumer Insight

2. 자동차 구입 행동 특성

1년 내 수입 새 차 구입자

		2022 Total (국산+수입)	Import Total			Current Vehicle Maker							Total
			2020	2021	2022	MB	BMW	Audi	Lexus ^a	Porsche ^a	Volvo	Tesla ^a	
제품 vs. 브랜드	브랜드보다는 제품을 보고	72	57	57	60								
	제품보다는 브랜드를 보고	28	43	43	40								
주변평가 vs. 개성	주위 사람들의 평가나 광고를 보고	20	17	16	15								
	내 느낌에 맞거나, 내게 어울리는지를 보고	80	83	84	A 85								
고가첨단기능 vs. 저가기본기능	고가라도 편의/첨단 기능이 많은 제품	76	84	86	A 83								
	싸고 기본 기능만 있는 제품	24	16	14	17								
최신모델 vs. 검증모델	새로나온 최신 모델	46	52	54	52								
	나온지 좀 되었어도 평이 좋은 모델	54	48	46	48								
디자인우선 vs. 성능/품질우선	디자인과 스타일이 중요	22	30	29	28								
	성능과 품질이 중요	78	70	71	A 72								
성능 vs. 유지비	유지비보다는 성능을 보고	48	63	62	60								
	성능보다는 유지비를 보고	52	37	38	40								
다이나믹 vs. 안락성	다이나믹한 주행감 중요	14	24	24	24								
	안락한 주행감 중요	86	76	76	A 76								
인기 vs. 희소성	인기 모델	81	69	71	71								
	희소성 있는 모델(흔하지 않은 모델)	19	31	29	29								
운전자 편리 vs. 동승자 편리	운전자가 편한 차	84	84	84	A 84								
	동승자가 편한 차	16	16	16	16								
독특한 vs. 무난한	차별적/독특한 디자인	28	37	38	38								
	튀지 않는/무난한 디자인	72	63	62	62								
안전성 vs. 디자인	디자인 보다 안전성	79	71	76	73								
	안전성 보다 디자인	21	29	24	27								
(Base)		(6,537)	(1,753)	(1,729)	(1,212)	(302)	(308)	(118)	(43)	(28)	(83)	(47)	

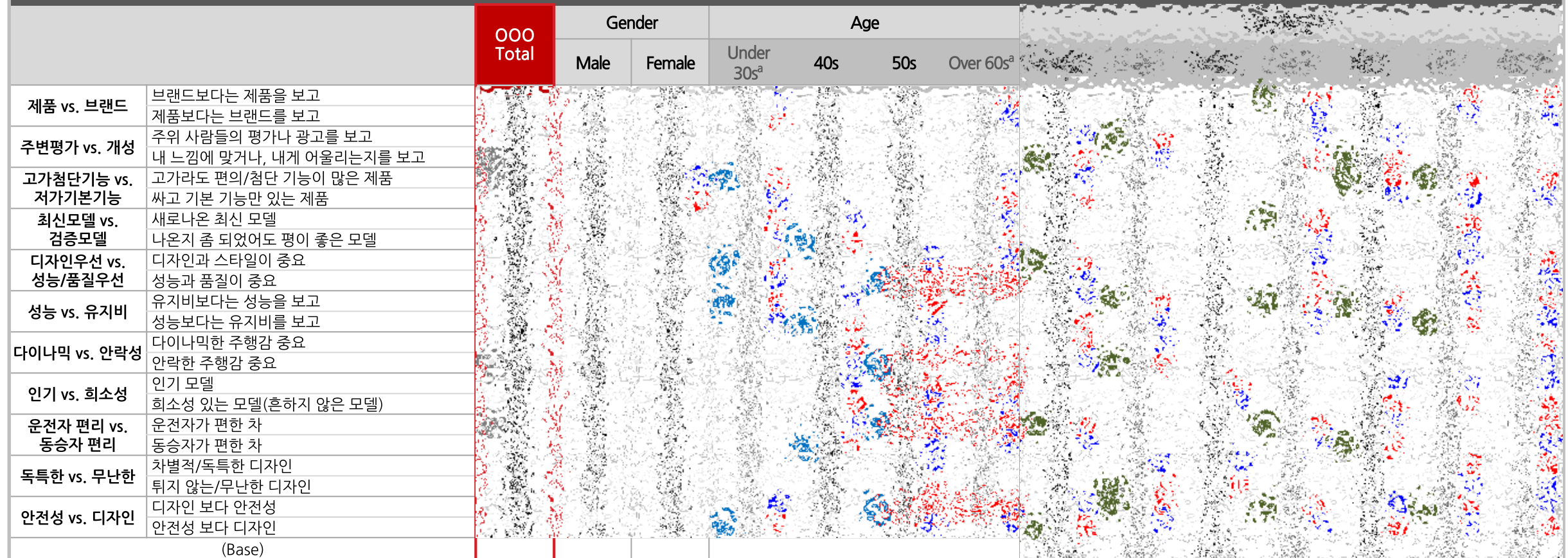
*최근 1년 내 (2021년 7월 이후) 수입 새 차 구입자

** 11개의 쌍으로 이루어진 항목 중 차량 구입시 본인에게 가까운 항목을 각각 1개씩 고르도록 함

a: Insufficient sample (30≤n<60)
 ▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음
 Consumer Insight

2. 자동차 구입 행동 특성

1년 내 000 새 차 구입자



*최근 1년 내 (2021년 7월 이후) 수입 새 차 구입자

** 유의미한 분석(사례수 확보)을 위해 2년 내 새차 구입자 기준 분석 결과 제시

a: Insufficient sample (30≤n<60)
▲▼: 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음
Consumer Insight

3. 라이프스타일 특성

1) 소비생활

1년 내 수입 새 차 구입자

	2022 Total (국산+수입)	Import Total			Current Vehicle Maker							복수응답, %
		2020	2021	2022	MB	BMW	Audi	Lexus ^a	Porsche ^a	Volvo	Tesla ^a	
상품을 구입하기 전에 관련 정보를 많이 알아 본다	61	61	63	A 65								
제품을 선택할 때 품질을 제일 중요하게 고려한다	51	54	54	51								
디자인이 좋지 않으면 사지 않는다	36	44	44	44								
가격이 비싸더라도 되도록 신기술이 적용된 제품을 산다	30	34	35	38								
꼭 필요한 물건만 산다	44	35	37	38								
유명 상표의 제품을 주로 산다	16	31	28	29								
새로운 패션이나 유행을 비교적 빨리 받아 들인다	16	20	22	20								
새로운 상품이 나오면 먼저 사는 편이다	12	15	15	17								
(Base)	(6,542)	(1,754)	(1,731)	(1,213)	(302)	(308)	(118)	(43)	(28)	(83)	(47)	

*최근 1년 내 (2021년 7월 이후) 수입 새 차 구입자

** 해당 사항 없음은 제시하지 않음

a: Insufficient sample (30≤n<60)
 ▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음
 Consumer Insight

3. 라이프스타일 특성

1) 소비생활

1년 내 000 새 차 구입자								복수응답, %									
	000 Total	Gender		Age													
		Male	Female	Under 30s ^a	40s	50s	Over 60s ^a										
상품을 구입하기 전에 관련 정보를 많이 알아 본다																	
제품을 선택할 때 품질을 제일 중요하게 고려한다																	
꼭 필요한 물건만 산다																	
디자인이 좋지 않으면 사지 않는다																	
가격이 비싸더라도 되도록 신기술이 적용된 제품을 산다																	
유명 상표의 제품을 주로 산다																	
새로운 패션이나 유행을 비교적 빨리 받아 들인다																	
새로운 상품이 나오면 먼저 사는 편이다																	
(Base)																	

*최근 1년 내 (2021년 7월 이후) 수입 새 차 구입자
** 해당 사항 없음은 제시하지 않음
*** 유의미한 분석(사례수 확보)을 위해 2년 내 새차 구입자 기준 분석 결과 제시

a: Insufficient sample (30≤n<60)
▲▼: 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

3. 라이프스타일 특성

2) 일상생활

1년 내 수입 새 차 구입자																		복수응답, %			
	2022 Total (국산+수입)	Import Total			Current Vehicle Maker																
		2020	2021	2022	MB	BMW	Audi	Lexus ^a	Porsche ^a	Volvo	Tesla ^a										
주말, 연휴에는 교외로 나가는 것을 좋아한다	54	59	60	A56																	
나는 영화, 연극, 뮤지컬 등의 문화생활을 가급적 즐기려 한다	36	41	36	42																	
골프, 등산, 스키 등 야외에서 하는 스포츠 활동을 즐긴다	34	41	43	42																	
여가 시간에는 주로 집에서 조용하게 지내는 편이다	37	30	33	33																	
웰빙이나 로하스 같은 것에 관심을 가지고 실천하려 노력하는 편이다	18	22	23	23																	
(Base)	(6,542)	(1,754)	(1,731)	(1,213)	(302)	(308)	(118)	(43)	(28)	(83)	(47)										

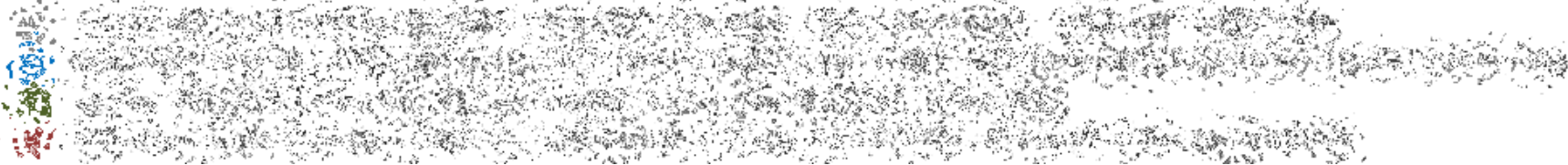
*최근 1년 내 (2021년 7월 이후) 수입 새 차 구입자

** 해당 사항 없음은 제시하지 않음

a: Insufficient sample (30≤n<60)
 ▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음
 Consumer Insight

3. 라이프스타일 특성

2) 일상생활



1년 내 000 새 차 구입자								복수응답, %									
	000 Total	Gender		Age													
		Male	Female	Under 30s ^a	40s	50s	Over 60s ^a										
여가 시간에는 주로 집에서 조용하게 지내는 편이다																	
주말, 연휴에는 교외로 나가는 것을 좋아한다																	
나는 영화, 연극, 뮤지컬 등의 문화생활을 가급적 즐기려 한다																	
골프, 등산, 스키 등 야외에서 하는 스포츠 활동을 즐긴다																	
웰빙이나 로하스 같은 것에 관심을 가지고 실천하려 노력하는 편이다																	
(Base)																	

*최근 1년 내 (2021년 7월 이후) 수입 새 차 구입자
** 해당 사항 없음은 제시하지 않음
*** 유의미한 분석(사례수 확보)을 위해 2년 내 새차 구입자 기준 분석 결과 제시

a: Insufficient sample (30≤n<60)
▲▼: 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음
Consumer
Insight

3) 커뮤니케이션



1년 내 수입 새 차 구입자

복수응답, %

	2022 Total (국산+수입)	Import Total			Current Vehicle Maker							
		2020	2021	2022	MB	BMW	Audi	Lexus ^a	Porsche ^a	Volvo	Tesla ^a	
내 주장 보다는 상대방의 의견을 존중하는 편이다	51	46	47	49								
대체로 다른 사람의 의견을 선도하거나 영향을 미치는 편이다	29	37	36	36								
동창회 등 친목모임에 적극적으로 참여하는 편이다	32	30	31	A 34								
인터넷 동호회나 카페 등을 즐겨 이용한다	25	30	33	31								
(Base)	(6,542)	(1,754)	(1,731)	(1,213)	(302)	(308)	(118)	(43)	(28)	(83)	(47)	

*최근 1년 내 (2021년 7월 이후) 수입 새 차 구입자

** 해당 사항 없음은 제시하지 않음

a: Insufficient sample (30≤n<60)

▲▼: 수입차 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

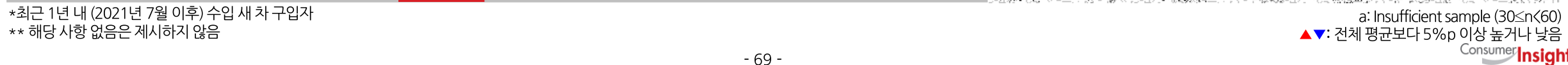
ConsumerInsight

- 68 -

A 1년 내 MB 새 차 구입자 가운데 30대 이하는 '인터넷 동호회/카페'를 즐겨 이용하는 반면, 50대 이상은 '동창회 등 친목모임'에 적극적으로 참여하는 경향을 보임

B S Class 구입자는 '다른 사람의 의견을 선도'하는 사회적 리더의 성향을 강하게 보임

C EV 구입자는 MB 전체 평균 대비 '인터넷 동호회/카페'를 즐긴다고 응답한 비율이 높음



VI. Executive summary

■ Executive summary

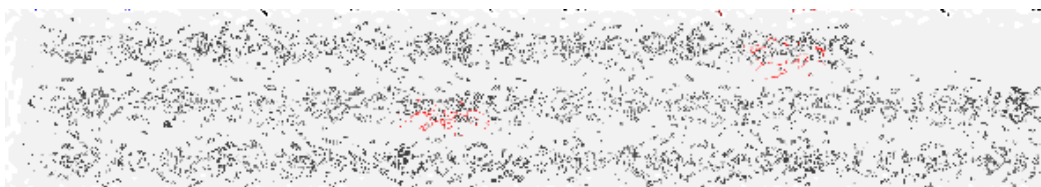
Summary 1. 국산차 시장의 현대-기아 편중 심화, BMW 반등세



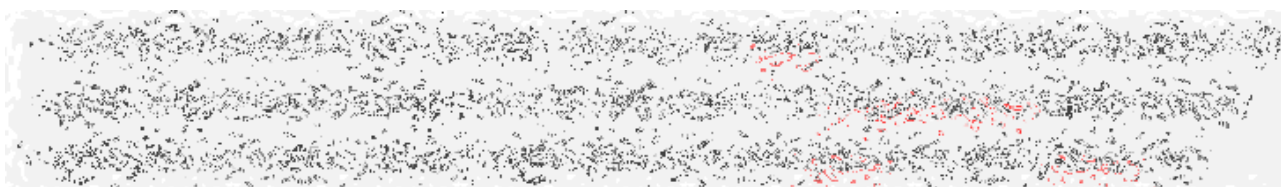
Summary 2. 독일계와 유럽계 브랜드 중심의 수입차 시장 성장



Summary 3. 세단은 중형 이상 중심, SUV는 전방위적인 유입 예상



Summary 4. 차량 구입의 핵심 Keyword - 가격/구입조건, 안전성, 외관스타일



VII. Appendix

1. 2022년 기획조사 지표 및 Sample 구성
2. 주요 품질 점수의 변화(2018-2022)
3. 브랜드별 2022년도 주요 품질점수

1. 2022년 기획조사 지표 및 Sample 구성

	모집단 정의	Sample 구성	주요 내용
수입차	수입차 보유자	12,892	수입차 보유현황 및 구입, 품질과 고객 만족 등 전반적 내용 평가
U&A (Usage & Attitude)	차량 보유자 및 비보유자 & 향후 2년 이내 구입 계획자	95,719	자동차의 보유/구입/사용/구입계획 등 실태와 태도 전반을 다룸
초기 품질 (TGW-i)	새 차 구입 후 평균 보유 기간 6개월 이내인 소비자 (2021년 7월 ~ 2022년 6월 구입)	6,147	차를 사용하면서 경험한 고장, 문제점 및 결함의 수 (13개 부문, 177개 항목, 556개 부위/경우)
내구 품질 (TGW-d)	새 차 구입 후 3년 경과한 소비자 (2019년 구입)	6,816	
제품만족도 (TGR)	새 차 구입 후 1년 이내인 소비자 (2021년 7월 ~ 2022년 6월 구입)	6,816	
디자인 평가 (Design)	향후 2년 이내 구입 계획자	6,265	시판 중인 자동차의 내-외관 디자인을 잠재 고객의 시각에서 평가(Photo Clinic, 6개 문항)
판매서비스 만족도 (SSI)	새 차 구입 후 1년 이내인 소비자 (2021년 7월 ~ 2022년 6월 구입)	6,846	영업소, 영업사원, 인도과정, 판매 후 고객 관리에 대한 평가(4개 부문, 22개 항목) *2021년 개편
A/S서비스 만족도 (CSI)	지난 1년간 직영/지정/협력 정비업체 이용 경험자	31,220	A/S 이용 경험(접근, 절차, 환경, 결과, 회사 등)에 대한 소비자의 평가(5개 부문, 27개 항목)
종합고객만족도 (OSAT)	새 차 구입자 전체	67,199	새 차 구입 후 종합적인 만족도 (영업/마케팅, 고객 서비스, 품질)에 대한 평가
이행성향	차량 보유자 및 비보유자 & 향후 2년 이내 구입 계획자	95,719	이전/현재/향후 자동차의 보유를 모델/차급/메이커 단위로 분석

2. 주요 품질 점수의 변화(2018-2022)

- A** 6MIS 기준 초기품질(TGW-i)은 131 PPH로 전년 대비 16 PPH 감소하면서 최근 5년내 가장 낮은 수준임
- B** 내구품질(TGW-d)도 269 PPH로 전년 대비 36 PPH 감소했으며, 초기품질과 마찬가지로 최근 5년내 가장 적은 문제점 수로 평가됨
- C** 제품만족도(TGR)는 803점으로 전년 대비 2점 하락하여 그동안의 상승 추세가 멈춤
- D** 판매서비스 및 A/S 만족도 모두 전년 대비 상승한 가운데, 판매서비스 만족도(SSI)는 780점(▲ 4점), A/S 만족도(CSI)는 807점(▲ 2점)임
- E** 종합만족도(OSAT)는 711점으로 전년 대비 2점 상승하여 최근 5년내 가장 높은 만족도를 보임

		2018	2019	2020	2021	2022
제품	TGW-i 6MIS ¹⁾ *	166	161	157	147	131 A
	TGW-i 3MIS ²⁾ *	143	136	138	123	101
	TGW-d ³⁾ *	361	360	327	305	269 B
	TGR ⁴⁾	770	780	791	805	803 C
서비스	SSI ⁵⁾	760	767	769	776	780 D
	CSI ⁶⁾	791	794	801	805	807 D
종합만족	OSAT ⁷⁾	668	691	701	709	711 E

* [PPH 자동차 100대당 고장/문제점 수, 숫자가 작을수록 좋음]
 ** MIS: Month In Service, YIS: Year In Service

1) 조사 시점 기준 1년 이내 새 차 구입자(평균 6 MIS **)가 경험한 백대당 고장/문제점 수(단위: PPH)
 2) 조사 실시 년도 1~6월 사이 새 차 구입자(평균 3 MIS**)가 경험한 백대당 고장/문제점 수(단위: PPH)
 3) 조사 시점 기준 새 차 구입 이후 3년 경과자(평균 3 YIS**)가 경험한 백대당 고장/문제점 수(단위: PPH)
 4) 조사 시점 기준 1년 이내 새 차 구입자(평균 6 MIS**)의 제품만족도 점수(1,000점 만점), 2018년 10개 부문 평가로 간소화됨('17년 9개 부문 68개 항목)
 5) 조사 시점 기준 1년 이내 새 차 구입자(평균 6 MIS**)의 판매서비스 만족도(1,000점 만점)
 6) 조사 시점 기준 지난 1년간 직영/지정/협력 서비스 사업소 이용자의 A/S서비스 만족도(1,000점 만점)
 7) 조사 시점 기준 새 차 구입자의 영업/마케팅, 고객 서비스, 품질에 대한 전반적 만족도(1,000점 만점)

3. 브랜드별 2022년도 주요 품질점수

- A 제품에서는 Genesis, 서비스에서는 RKM의 경쟁력이 강세임
- B 초기품질(6MIS)에서는 HMC가 1위, 내구품질(TGW-d)에서는 Genesis가 1위로 범 현대 브랜드의 경쟁 우위가 뚜렷함
- C 제품만족도(TGR)에서도 Genesis가 808점으로 가장 높고, HMC가 2위임
- D 판매서비스 만족도(SSI) 및 A/S 만족도(CSI)는 RKM이 지속적인 경쟁우위를 유지함
- E 종합 만족도(OSAT)는 Genesis가 732점으로 1위를 차지한 가운데, RKM(723점)은 2위임
- F Imports의 초기품질(6MIS)과 내구품질(TGW-d)은 HMC/Genesis 대비 열세로 평가되어, TGR과 OSAT를 제외하면 국산 대비 우세하지 못함

		산업평균	Genesis A	GMK	HMC	KMC	RKM A	SYM	Imports F
제품	TGW-i 6MIS ^{1)*}	131	137	147	115 B	135	128	123	143
	TGW-i 3MIS ^{2)*}	101	91	141	96	101	85	91	113
	TGW-d ^{3)*}	269	221 B	257	250 B	289	317	298	258
	TGR ⁴⁾	803	808 C	795	801 C	804	766	774	818
서비스	SSI ⁵⁾	780	759	795	777	779	796 D	791	786
	CSI ⁶⁾	807	797	820	803	797	824 D	821	803
종합만족	OSAT ^{7)**}	711	732 E	709	704	701	723 E	708	743

* [PPH 자동차 100대당 고장/문제점 수, 숫자가 작을수록 좋음]

** MIS: Month In Service, YIS: Year In Service

○: 부문별 BIC (Best in Class), △: 국산 1위보다 우수

1) 조사 시점 기준 1년 이내 새 차 구입자(평균 6 MIS **)가 경험한 백대당 고장/문제점 수(단위: PPH)

2) 조사 실시 년도 1~6월 사이 새 차 구입자(평균 3 MIS**)가 경험한 백대당 고장/문제점 수(단위: PPH)

3) 조사 시점 기준 새 차 구입 이후 3년 경과자(평균 3 YIS**)가 경험한 백대당 고장/문제점 수(단위: PPH)

4) 조사 시점 기준 1년 이내 새 차 구입자(평균 6 MIS**)의 제품만족도 점수(1,000점 만점), 2018년 10개 부문 평가로 간소화됨('17년 9개 부문 68개 항목)

5) 조사 시점 기준 1년 이내 새 차 구입자(평균 6 MIS**)의 판매서비스 만족도(1,000점 만점)

6) 조사 시점 기준 지난 1년간 직영/지정/협력 서비스 사업소 이용자의 A/S서비스 만족도(1,000점 만점)

7) 조사 시점 기준 새 차 구입자의 영업/마케팅, 고객 서비스, 품질에 대한 전반적 만족도(1,000점 만점)

Thank You

