



2025 ConsumerInsight 자동차 기획조사

# 수입차 구매 행태 및 인식 조사 보고서



# CONTENTS

## I. 조사개요

1. 자동차 기획조사 설계
2. 기획조사 표본의 특성

---

## II. 주요 조사 결과

1. 수입차 구입 행태
2. 수입차 브랜드 이미지
3. 수입차 구입의향

---

## III. 요약 및 결론

1. 구입 트렌드 변화
2. 구입 Benefit 변화
3. 정보 탐색 채널 변화
4. 브랜드 이미지 변화



# I. 조사개요

---

1. 자동차 기획조사 설계
2. 기획조사 표본의 특성

# 1. 자동차 기획조사 설계

■ 자동차 기획조사는 2001년부터 2025년까지 년 1회(총 25회) 기획조사 실시함

모집단

표본 추출의 틀

표본 추출 방법

조사 방법

분석 샘플 규모  
(수입차 구입자)

조사 내용

조사 기간

운전면허 소지자 중 자동차 보유/운전자 또는 2년 이내 구입계획자

Consumer Insight 보유 86만 패널 & 주요 포털 사이트 회원

성별/연령별 할당표집

이메일/모바일 조사

	전체 차량 보유자	새 차 구입자	수입차 새 차 구입자
2024	93,231	69,841	22,376
2025	93,584	73,895	17,411

보유 차량 전반의 U&A(Usage & Attitude)

2024년 7월, 2025년 7월

→ 조사대상자의 특성에 따라 측정 / 분석 내용이 다름

2025년	95,696명
2024년	95,389명
2023년	100,098명
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
2001년	126,458명



## 2. 기획조사 표본의 특성

▶ 수입차 새차구입자

2024년 전체	2025년 전체	성별		연령				현 이용 차종		
		남성	여성	30대 이하	40대	50대	60대 이상	세단	RV	Others
22,376	17,411	12,851	4,560	2,491	6,414	5,179	3,328	9,878	6,985	548

2024년 전체	2025년 전체	현 이용 차급										
		세단 A/B-Seg	세단 C-Seg	세단 D-Seg	세단 E-Seg	세단 F-Seg	RV SUV B/C-Seg	RV SUV D-Seg	RV SUV E-Seg	RV SUV F-Seg	RV Pick-up/ M-Seg	Others
22,376	17,411	184	1,052	2,961	5,242	440	191	1,999	2,815	1,820	159	548

2024년 전체	2025년 전체	현 이용 브랜드																			
		Audi	MB	BMW	Porsche	Volks Wagen	Land Rover	Maserati	MINI	Peugeot	Polestar	Volvo	Honda	Lexus	Toyota	Cadillac	Ford	Jeep	Lincoln	Tesla	Others
22,376	17,411	1,061	3,508	4,116	225	1,242	240	22	470	257	99	997	484	913	944	73	409	311	157	1,249	632

A vertical image on the left side of the slide showing a close-up of a person's hand resting on a car's steering wheel. The image is slightly blurred and has a soft, light-colored overlay.

## II. 주요 조사 결과

---

### 1. 수입차 구입 행태

- |                     |                        |
|---------------------|------------------------|
| 1) 구입자 Demo 특성      | 7) 구입시 정보탐색 경로         |
| 2) 새 차 구입 행태        | 8) 정보탐색 과정별 경로         |
| 3) 새 차 구입시 주요 고민사항  | 9) 구입 가격               |
| 4) 구입 이유            | 10) 구입 시 지불 방법         |
| 5) 최종 비교 브랜드        | 11) 오프라인 매장 방문 및 시승 여부 |
| 6) 최종 비교 브랜드 비구입 이유 | 12) 자동차 구입 행동 특성       |



		2024	2025	현 이용 차종		현 이용 브랜드 원산지				
				세단	RV	독일	유럽	일본	미국	Tesla
사례수		(22,376)	(17,411)	(9,878)	(6,985)	(10,153)	(2,197)	(2,629)	(1,008)	(1,249)
성별	남성									
	여성									
연령	30대 이하									
	40대									
	50대									
	60대 이상									
사례수										
직업	자영업									
	판매/서비스직									
	사무/기술직									
	공무원									
	전문/경영직									
	전업 주부									
	기타									
소득	~500만원내외									
	600~900만원내외									
	1000만원내외이상									
	모름									

▲▼: 2025 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

1) 구입자 Demo 특성\_Cont'

수입차  
구입 행태

브랜드  
이미지

수입차  
구입 의향



(수입새차구입자전체, %)

		2024	2025	현 이용차급									
				세단 A/B-Seg	세단 C-Seg	세단 D-Seg	세단 E-Seg	세단 F-Seg	RV SUV B/C-Seg	RV SUV D-Seg	RV SUV E-Seg	RV SUV F-Seg	RV Pick-up/ M-Seg
사례수		(22,376)	(17,411)	(184)	(1,052)	(2,961)	(5,242)	(440)	(191)	(1,999)	(2,815)	(1,820)	(159)
성별	남성												
	여성												
연령	30대 이하												
	40대												
	50대												
	60대 이상												
사례수													
직업	자영업												
	판매/서비스직												
	사무/기술직												
	공무원												
	전문/경영직												
	전업 주부												
	기타												
소득	~500만원내외												
	600~900만원내외												
	1000만원내외 이상												
	모름												

▲▼: 2025 선제 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

## 2) 새 차 구입 행태

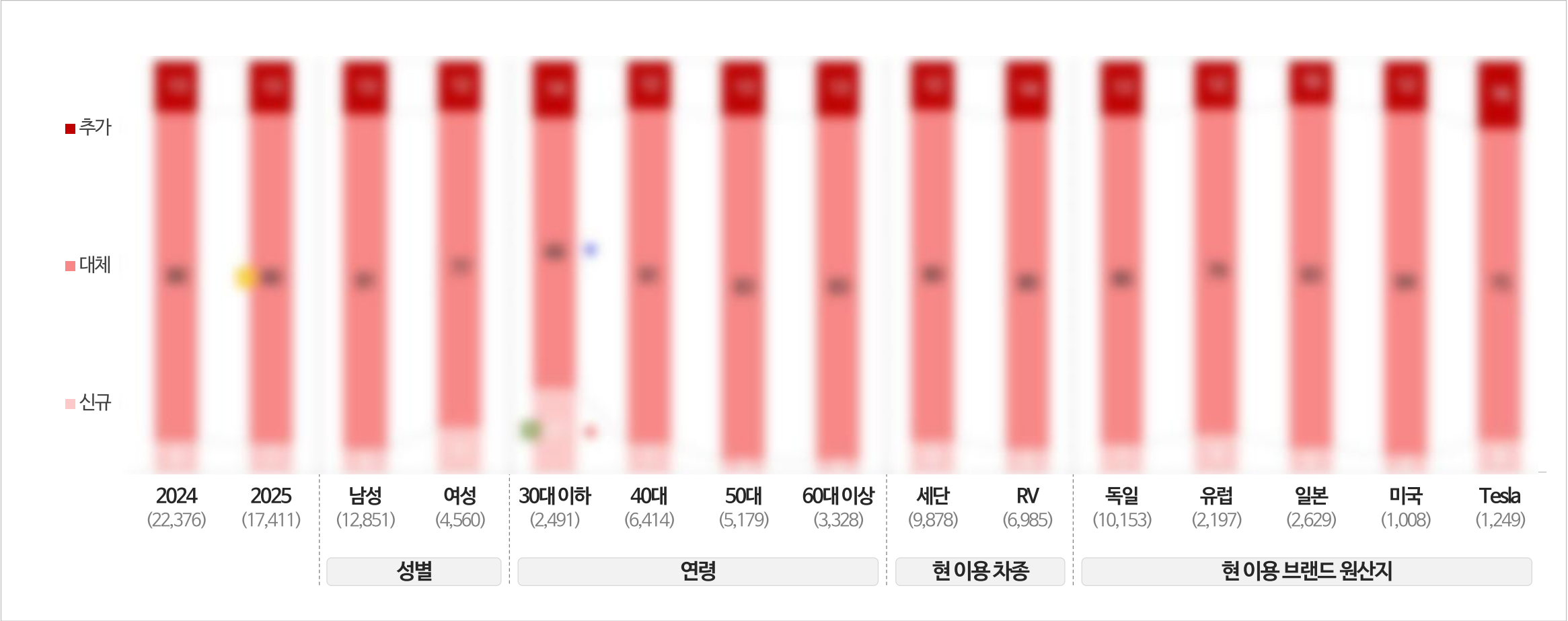
수입차  
구입 행태

브랜드  
이미지

수입차  
구입 의향

■ 새 차 구입 시 가장 먼저 고려하는 요소는 무엇입니까?  
■ 새 차 구입 시 가장 먼저 고려하는 요소는 무엇입니까?

(수입새차구입자전체, %)



▲▼: 2025 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

Q. 그 차바로 전에도 귀하께서 주로 쓰시던 차가 있었나요? 있었다면 어떻게 하셨나요?

3) 새 차 구입시 주요 고민사항



(최근 3년 이내 수입새차구입자, %)

	2024	2025	성별		연령				현 이용 차종		현 이용 브랜드 원산지				
			남성	여성	30대 이하	40대	50대	60대 이상	세단	RV	독일	유럽	일본	미국	Tesla
사례수	(7,886)	(8,246)	(6,014)	(2,232)	(1,676)	(3,182)	(2,262)	(1,126)	(3,986)	(4,089)	(5,027)	(1,022)	(813)	(329)	(1,014)
회사/브랜드															
가격대															
차급/차종															
연료타입															
모델															
국산/수입															
색상(컬러)															
옵션/사양선택															
구입방식															
모델내 트림															
기존 모델/출시예정 모델															
새차/중고차															
배기량															
해당사항 없음															
전혀 고민하지 않음															

▲▼: 2025 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

4) 구입 이유



(최근 3년 이내 수입새차구입자, MA, %)

1순위 MA	2024	2025	성별		연령				현 이용 차종		현 이용 브랜드 원산지				
			남성	여성	30대 이하	40대	50대	60대 이상	세단	RV	독일	유럽	일본	미국	Tesla
사례수	(7,886)	(8,246)	(6,014)	(2,232)	(1,676)	(3,182)	(2,262)	(1,126)	(3,986)	(4,089)	(5,027)	(1,022)	(813)	(329)	(1,014)
안전성															
외관스타일															
회사/브랜드															
모델의 명성/평판															
품질(장고장적음)															
내구성															
가격/구입조건															
첨단/편의 사양															
승차감															
연비(전비)															
실내 인테리어															
신모델/최신모델															
정숙성															
엔진 배기량															
연료 타입															
친환경 차량															

(2025년 전체값 기준 상위 16개만 제시)

▲▼: 2025 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

Q. 그 차를 사신 이유들을 모두 선택해 주십시오.



4) 구입 이유\_Cont'

- Q. 가장 중요하게 생각하는 구입 이유를 3개 이상 선택해주세요. (중요도에 따라 순서를 정해주세요.)
- Q. 구입 이유를 3개 이상 선택해주세요. (중요도에 따라 순서를 정해주세요.)
- Q. 구입 이유를 3개 이상 선택해주세요. (중요도에 따라 순서를 정해주세요.)

(최근 3년 이내 수입 새차 구입자, MA, %)

<div><div></div><div>1순위</div></div> <div><div></div><div>MA</div></div>	2024	2025	현 이용 브랜드																		
			독일					유럽					일본			미국					
			Audi	MB	BMW	Porsche	Volks Wagen	Land Rover	Maserati *	MINI	Peugeot	Polestar	Volvo	Honda	Lexus	Toyota	Cadillac*	Ford	Jeep	Lincoln*	Tesla
사례수	(7,886)	(8,246)	(451)	(1,714)	(2,287)	(139)	(436)	(65)	(8)	(205)	(64)	(93)	(582)	(98)	(397)	(316)	(22)	(133)	(114)	(56)	(1,014)
안전성																					
외관스타일																					
회사/브랜드																					
모델의 명성/평판																					
품질(잔고장적음)																					
내구성																					
가격/구입조건																					
첨단/편의사양																					
승차감																					
연비(전비)																					
실내 인테리어																					
신모델/최신모델																					
정숙성																					
엔진 배기량																					
연료타입																					
친환경 차량																					

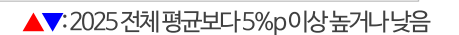
(2025년 전체 값 기준 상위 16개만 제시)

▲▼: 2025 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음  
\* 사례수 60미만은 해석에 유의

Q. 그 차를 사신 이유들을 모두 선택해 주십시오.



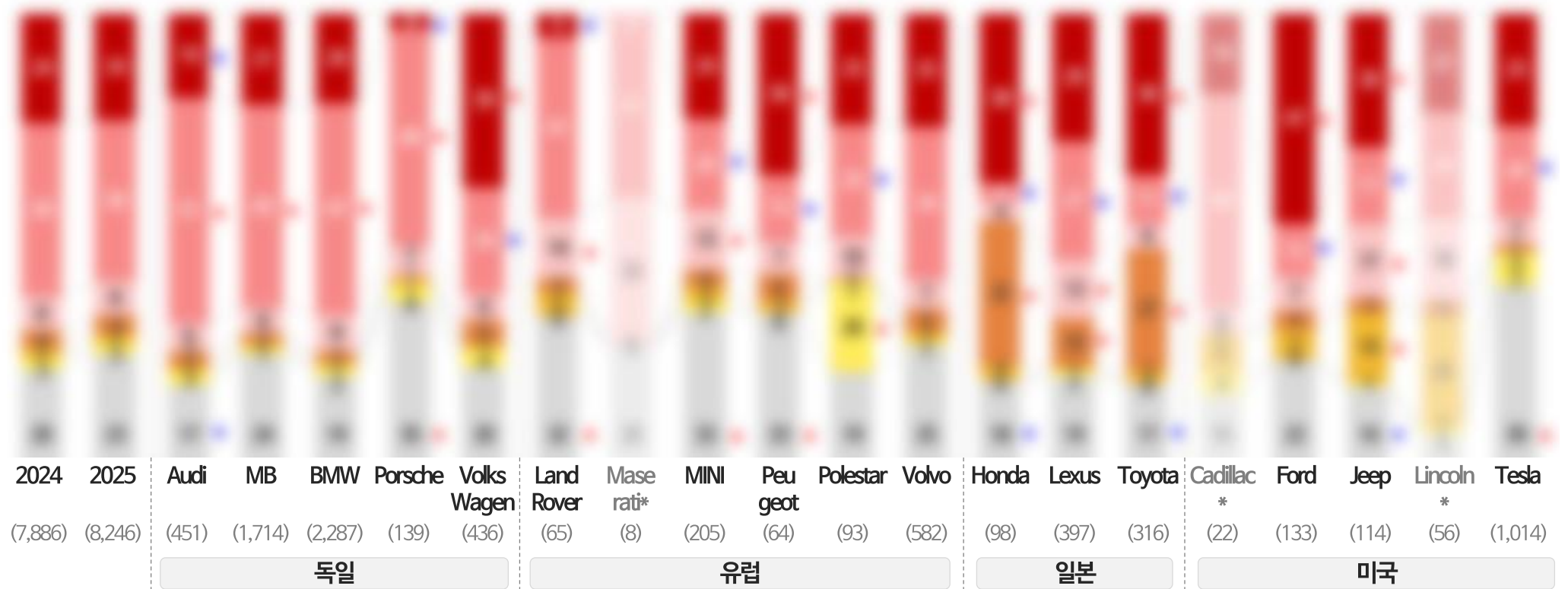
(최근 3년 이내 수입 새차 구입자, %)



13/44

● 2019년 12월 10일(수) 14:00 ~ 15:00 (1시간)

- 국산
- 독일
- 유럽
- 일본
- 미국
- Tesla
- 비교 브랜드 없음



## 현 이용 브랜드

Q. 그럼 그차를 구입하실때 마지막까지 비교했으나 구입하시지 않은 모델이 있습니까?

6) 최종 비교 브랜드 비구입 이유

수입차  
구입 행태

브랜드  
이미지

수입차  
구입 의향



(최근 3년 이내 수입새차구입자 중 최종 비교 브랜드 있는 자, MA, %)

1순위 MA	2024	2025	성별		연령				최종 비교 차량 브랜드 원산지					
			남성	여성	30대 이하	40대	50대	60대 이상	국산	독일	유럽	일본	미국	Tesla
사례수	(6,293)	(6,316)	(4,713)	(1,603)	(1,190)	(2,428)	(1,816)	(882)	(1,977)	(2,980)	(626)	(364)	(140)	(224)
가격/구입조건														
차량인수기간														
외관스타일														
실내인테리어														
연비(전비)														
내구성														
크기(전장)														
안전성														
신모델/최신모델														
모델의명성/평판														
회사/브랜드														
기본장착사양														
승차감														
승차공간														
엔진배기량														
첨단/편의사양														

(2025년 전체값 기준 상위 16개만 제시)

▲▼: 2025 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

Q. 그 차를 구입하지 않으셨던 이유를 모두 선택해 주십시오.

6) 최종 비교 브랜드 비구입 이유\_Cont'

- 가장 많이 꼽힌 이유(복수응답)는 가격 상승(41.1%), 디자인 미흡(30.9%)으로, 차종 미흡(20.1%)도 20% 이상을 차지함
- 가격 상승(41.1%)은 전년 대비 1.5%p 상승, 디자인 미흡(30.9%)은 전년 대비 1.5%p 상승
- 차종 미흡(20.1%)은 전년 대비 1.5%p 상승, 디자인 미흡(30.9%)은 전년 대비 1.5%p 상승

(최근 3년 이내 수입새차구입자중 최종비교 브랜드 있는자, MA, %)

<div><div>■ 1순위</div><div>■ MA</div></div>	2024	2025	최종 비교 차량 브랜드																								
			국산						독일					유럽					일본			미국					
			Chevrolet*	Genesis	Hyundai	KGM*	KIA	Renault Korea*	Audi	MB	BMW	Porsche	Volkswagen	Land Rover	Maserati*	MINI*	Peugeot*	Polestar*	Volvo	Honda	Lexus	Toyota	Cadillac*	Ford*	Jeep*	Lincoln*	Tesla
사례수	(6,293)	(6,316)	(48)	(1,080)	(366)	(17)	(417)	(50)	(262)	(1,149)	(1,305)	(155)	(109)	(62)	(10)	(39)	(16)	(51)	(445)	(67)	(200)	(93)	(22)	(42)	(41)	(33)	(224)
가격/구입조건	1순위	1순위			1순위			1순위			1순위		1순위							1순위	1순위						1순위
차량인수기간	1순위	1순위			1순위			1순위			1순위		1순위							1순위	1순위						1순위
외관스타일	1순위	1순위			1순위			1순위			1순위		1순위							1순위	1순위						1순위
실내 인테리어	1순위	1순위			1순위			1순위			1순위		1순위							1순위	1순위						1순위
연비(전비)	1순위	1순위			1순위			1순위			1순위		1순위							1순위	1순위						1순위
내구성	1순위	1순위			1순위			1순위			1순위		1순위							1순위	1순위						1순위
크기(전장)	1순위	1순위			1순위			1순위			1순위		1순위							1순위	1순위						1순위
안전성	1순위	1순위			1순위			1순위			1순위		1순위							1순위	1순위						1순위
신모델/최신모델	1순위	1순위			1순위			1순위			1순위		1순위							1순위	1순위						1순위
모델의 명성/평판	1순위	1순위			1순위			1순위			1순위		1순위							1순위	1순위						1순위
회사/브랜드	1순위	1순위			1순위			1순위			1순위		1순위							1순위	1순위						1순위
기본장착사양	1순위	1순위			1순위			1순위			1순위		1순위							1순위	1순위						1순위
승차감	1순위	1순위			1순위			1순위			1순위		1순위							1순위	1순위						1순위
승차공간	1순위	1순위			1순위			1순위			1순위		1순위							1순위	1순위						1순위
엔진 배기량	1순위	1순위			1순위			1순위			1순위		1순위							1순위	1순위						1순위
첨단/편의 사양	1순위	1순위			1순위			1순위			1순위		1순위							1순위	1순위						1순위

(2025년 전체값 기준 상위 16개만 제시)

▲▼: 2025 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음  
\* 사례수 60미만은 해석에 유의

Q. 그 차를 구입하지 않으셨던 이유를 모두 선택해 주십시오.

7) 구입시 정보탐색 경로

● 1순위: 가장 많이 언급된 정보탐색 경로로, 2025년 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

● 2순위: 2025년 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

● 3순위: 2025년 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

(최근 3년 이내 수입새차구입자, MA, %)

1순위 MA	2024	2025	성별		연령				현 이용 차종		현 이용 브랜드 원산지				
			남성	여성	30대이하	40대	50대	60대이상	세단	RV	독일	유럽	일본	미국	Tesla
사례수	(7,886)	(8,246)	(6,014)	(2,232)	(1,676)	(3,182)	(2,262)	(1,126)	(3,986)	(4,089)	(5,027)	(1,022)	(813)	(329)	(1,014)
시승영상(일반인/전문가/유튜버등)															
OTT 광고(넷플릭스등)															
영업사원의 설명															
시승기(일반인/전문가등)															
영업소에 전시된 차량															
영업소 차량 시승															
자동차 동호회 홈페이지/카페															
주변 지인 (문의, 시승등)															
제조회사 홈페이지															
차량 가격표 및 판매 안내 자료															
자동차 전문 사이트															
제조회사 공식 SNS															
차량 소개 카탈로그															
신문/잡지 등의 보도/기사															
TV/라디오 보도/기사															
대리점/영업사원 홈페이지															
차량 판매 전문 사이트/어플 (켓차등)															

(2025년 전체값 기준 상위 17개만 제시) ▲▼: 2025 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음



# 8) 정보탐색 과정별 경로

수입차  
구입 행태

브랜드  
이미지

수입차  
구입 의향

● 정보탐색 초기 단계에서 주로 활용되는 채널 (예: 유튜브, 포털사이트 검색 등)  
● 정보탐색 중 단계에서 주로 활용되는 채널 (예: 자동차 동호회/카페/커뮤니티, 자동차 전문기자시승기/시승영상 등)  
● 최종 결정 단계에서 주로 활용되는 채널 (예: 차량 판매 전문 사이트(켓차등), TV 프로그램 (드라마, 예능 등) 등)

(최근 3년 이내 수입새차 구입자 중 옴니버스 문항 응답자, 1순위 응답, %)

## 선택지를 줄이기 위한 전반적인 평가 검색

초반 탐색	2024	2025
사례수	(669)	(293)
유튜브		
포털사이트 검색		
자동차 동호회/카페/커뮤니티		
자동차 전문기자시승기/시승영상		
주변 지인 문의 및 지인 차량 시승		
자동차 전문 사이트 (모토그래프 등)		
제조사/브랜드 홈페이지		
영업소 차량 시승		
자동차 판매 대리점/영업소		
인터넷 매거진		
고객 초청 행사 (시승, 런칭 등)		
판매직원 혹은 영업사원		
TV 광고		
각종 프로모션/이벤트		
페이스북/트위터/인스타그램 등 SNS		
차량 판매 전문 사이트 (켓차 등)		

(2025년 전체값 기준 상위 16개만 제시)

## 차량의 디테일한 정보 파악

구체적 정보 탐색	2024	2025
사례수	(669)	(293)
유튜브		
자동차 동호회/카페/커뮤니티		
자동차 전문 사이트 (모토그래프 등)		
포털사이트 검색		
영업소 차량 시승		
자동차 전문기자시승기/시승영상		
자동차 판매 대리점/영업소		
제조사/브랜드 홈페이지		
판매직원 혹은 영업사원		
주변 지인 문의 및 지인 차량 시승		
고객 초청 행사		
TV 광고		
각종 프로모션/이벤트		
자식인/자식로그 등 지식정보 사이트		
차량 판매 전문 사이트 (켓차 등)		
TV 프로그램 (드라마, 예능 등)		

## 최종 결정/구매 확정을 위한 정보 탐색

최종 결정	2024	2025
사례수	(669)	(293)
유튜브		
영업소 차량 시승		
자동차 동호회/카페/커뮤니티		
판매직원 혹은 영업사원		
포털사이트 검색		
주변 지인 문의 및 지인 차량 시승		
각종 프로모션/이벤트		
자동차 판매 대리점/영업소		
자동차 전문기자시승기/시승영상		
자동차 전문 사이트 (모토그래프 등)		
차량 판매 전문 사이트 (켓차 등)		
제조사/브랜드 홈페이지		
고객 초청 행사		
TV 광고		
TV 프로그램 (드라마, 예능 등)		
우편물 (DM, 전단지 등)		

Q. 초반 탐색 과정/구체적 정보를 탐색하는 과정/최종적으로 결정하는 과정에서는 어떤 채널이 가장 유용할까요?

9) 구입 가격

● 2025년 1월~3월 평균 구입가격 (단위: 만원)  
● 2024년 1월~3월 평균 구입가격 (단위: 만원)

(최근 3년 이내 수입새차구입자, %)

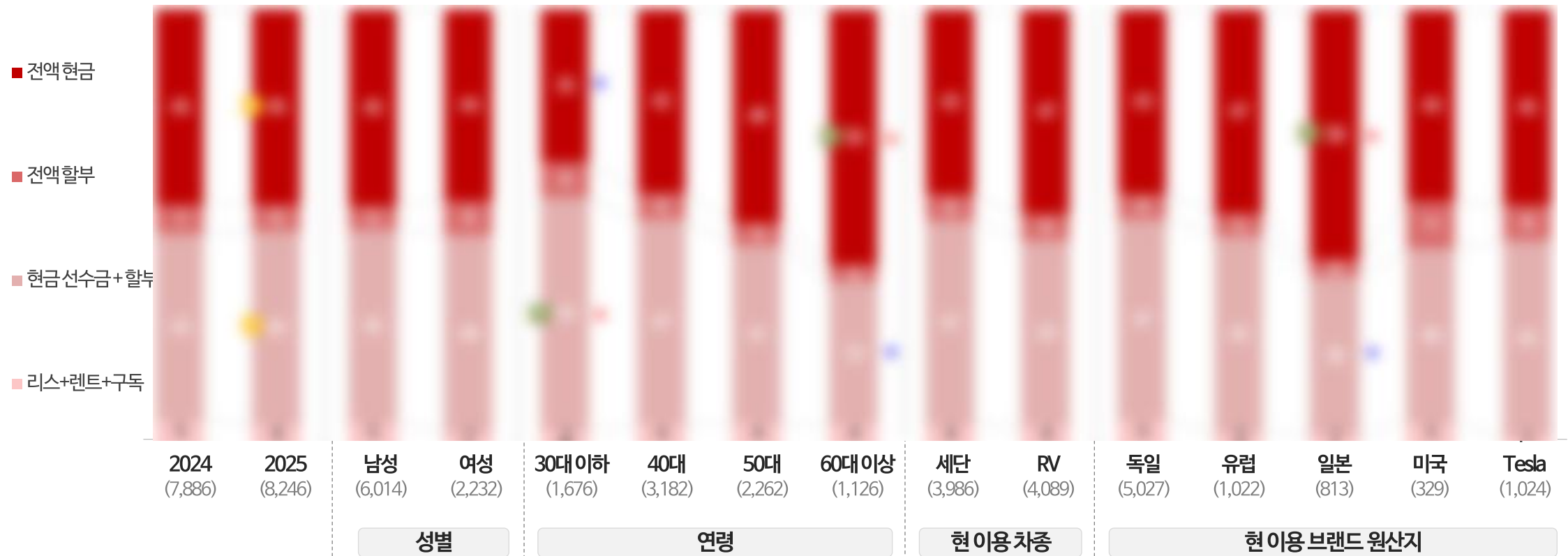


▲▼: 2025 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

Q. 그 차는 얼마에 구입하셨습니까? 선택한 옵션을 포함한 실제 차량 구입가격을 적어 주십시오.

● **가장 이상적인 언어 학습**은 **듣기**와 **말하기**를 **시도**한다.  
 ● **언어 학습**은 **듣기**와 **말하기**를 **시도**하는 **과정**이다. **언어 학습**은 **듣기**와 **말하기**를 **시도**하는 **과정**이다.

(최근 3년 이내 수입 새차 구입자, %)



▲▼: 2025 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음



11) 오프라인 매장 방문 및 시승 여부

수입차  
구입 행태

브랜드  
이미지

수입차  
구입 의향



방문  
영업소/  
대리점  
수

시승  
가능  
여부

시승  
여부

[최근 3년 이내 수입새차 구입자(렌트카, 구독서비스 제외) 중 일부, %]

	성별		연령				현이용 차종		현 이용 브랜드 원산지				
	남성	여성	30대 이하	40대	50대	60대 이상	세단	RV	독일	유럽	일본	미국	Tesla
사례수	(1,751)	(648)	(513)	(968)	(622)	(295)	(1,068)	(1,298)	(1,397)	(290)	(230)	(99)	(367)
1곳													
2곳													
3곳 이상													
가본곳 없다													
사례수													
가능													
불가능													
신청 안함													
사례수													
시승함													
시승 안함													

Q. 그 차를 사면서 그 회사의 영업소/대리점에는 몇 군데나 가보셨습니까? Q. 그 차를 구입한 영업소/대리점을 방문하면서 느낀 점 중 하나를 선택해 주세요. - 시승(도로주행)을 원하면 할 수 있었다

Q. 귀하께서는 그 영업소/대리점에서 시승(도로주행)을 하셨습니까?

▲▼: 2025 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

12) 자동차 구입 행동 특성

- 주요조사결과
- 주요조사결과
- 주요조사결과

(수입새차구입자전체, %)

		2024	2025	성별		연령				현 이용 차종		현 이용 브랜드 원산지				
				남성	여성	30대이하	40대	50대	60대이상	세단	RV	독일	유럽	일본	미국	Tesla
사례수		(20,745)	(16,983)	(12,551)	(4,432)	(2,448)	(6,274)	(5,028)	(3,232)	(9,622)	(6,825)	(9,897)	(2,156)	(2,561)	(982)	(1,217)
제품 vs. 브랜드	제품															
	회사(브랜드)															
주변평가 vs. 개성	주위평가에 따라															
	개성/주관에 맞는지															
최신모델 vs. 검증모델	최신 모델															
	검증된 모델															
디자인우선 vs. 성능/품질우선	디자인/스타일															
	성능/품질															
성능 vs. 유지비	성능															
	유지비															
다이내믹 주행감 vs. 안락한 주행감	다이내믹한 주행감															
	안락한 주행감															
인기 모델 vs. 희소성 있는 모델	인기 모델															
	희소성 있는 모델															

▲▼: 2025 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

A blurred background image on the left side of the slide showing a person's hand on a car's steering wheel.

## II. 주요 조사 결과

---

### 2. 수입차 브랜드 이미지

- 1) 제조국가별 긍정적 이미지
- 2) 제조국가별 부정적 이미지
- 3) 브랜드별 이미지
- 4) 브랜드 인식 변화 및 성장 가능성

# 1) 제조국가별 긍정적 이미지

수입차  
구입 행태

**브랜드  
이미지**

수입차  
구입 의향

● 한국: 최첨단 기술, 유관산업 골고루 발달, 최고급차, 싸고 좋은 차, 잔 고장 없는 차, 뛰어난 디자인, 안전한 차

● 독일: 최첨단 기술, 유관산업 골고루 발달, 최고급차, 싸고 좋은 차, 잔 고장 없는 차, 뛰어난 디자인, 안전한 차

● 유럽: 최첨단 기술, 유관산업 골고루 발달, 최고급차, 싸고 좋은 차, 잔 고장 없는 차, 뛰어난 디자인, 안전한 차

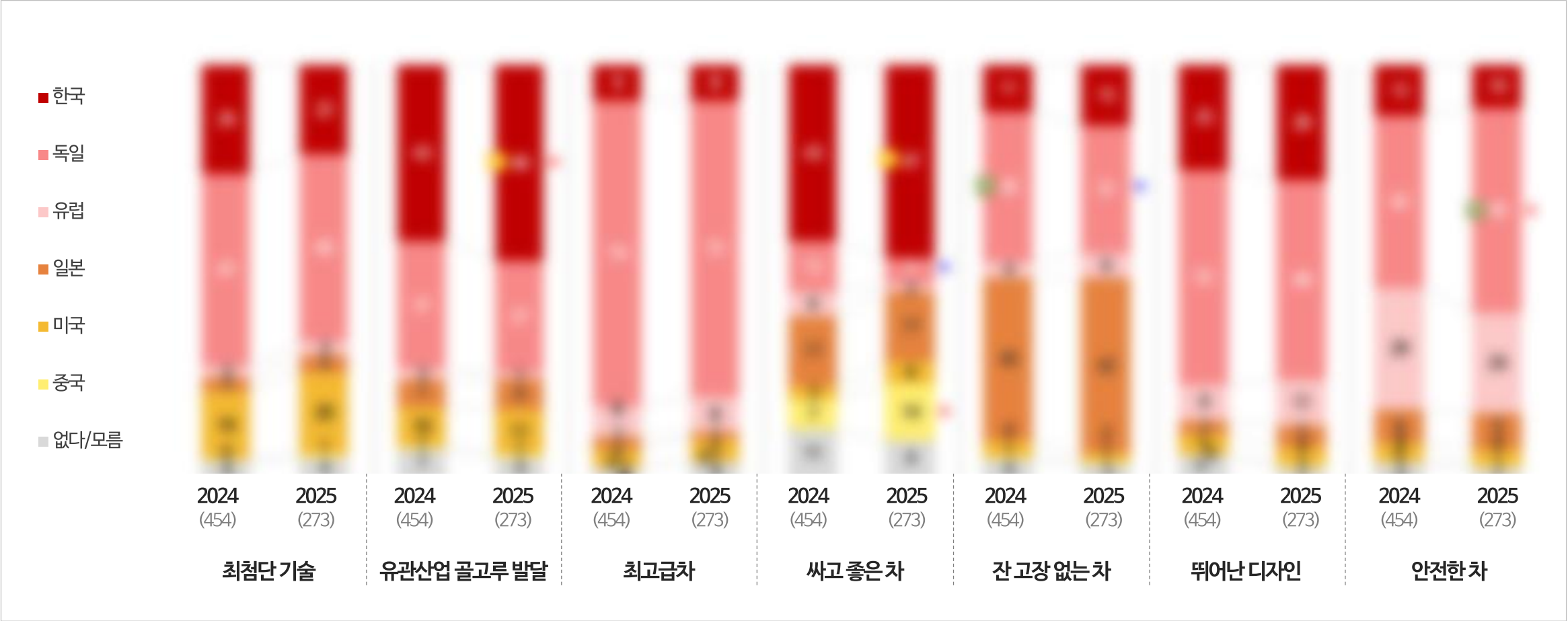
● 일본: 최첨단 기술, 유관산업 골고루 발달, 최고급차, 싸고 좋은 차, 잔 고장 없는 차, 뛰어난 디자인, 안전한 차

● 미국: 최첨단 기술, 유관산업 골고루 발달, 최고급차, 싸고 좋은 차, 잔 고장 없는 차, 뛰어난 디자인, 안전한 차

● 중국: 최첨단 기술, 유관산업 골고루 발달, 최고급차, 싸고 좋은 차, 잔 고장 없는 차, 뛰어난 디자인, 안전한 차

● 없다/모름: 최첨단 기술, 유관산업 골고루 발달, 최고급차, 싸고 좋은 차, 잔 고장 없는 차, 뛰어난 디자인, 안전한 차

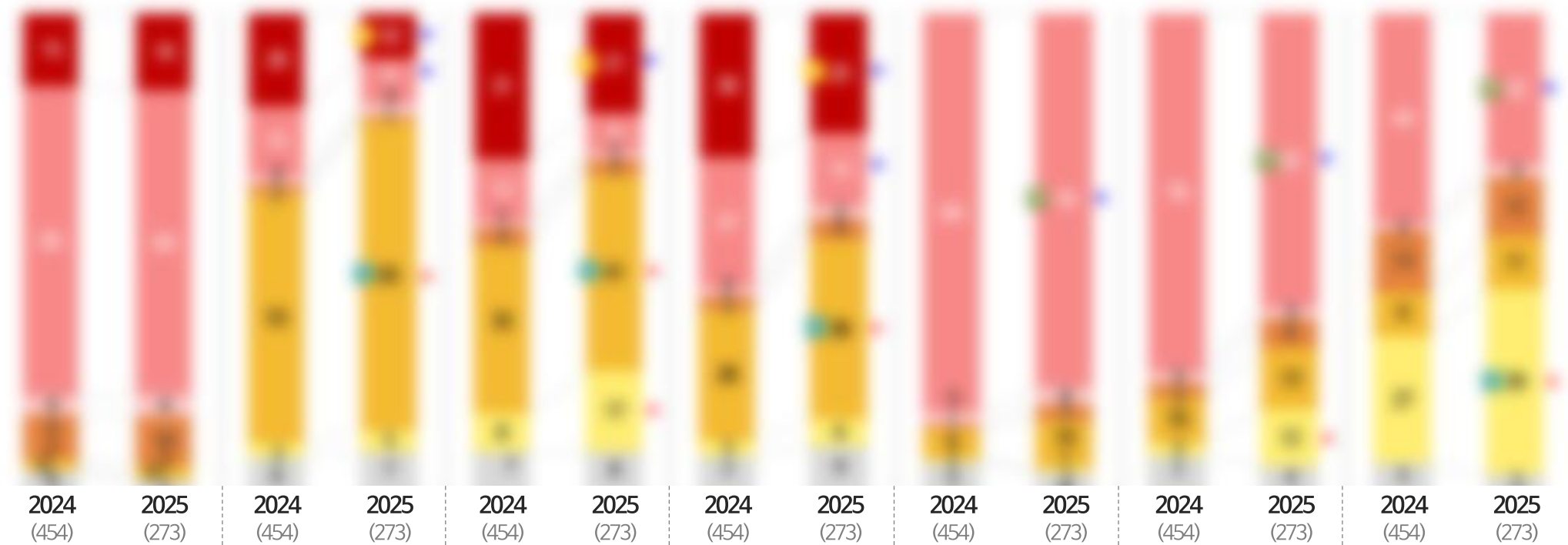
(수입새차이용자중옴니버스문항응답자, %)



▲▼: 2024대비 5%p 이상 높거나 낮음



- 한국
- 독일
- 유럽
- 일본
- 미국
- 중국
- 없다/모름



## 한국자동차 업계가 경계해야 할

▲▼:2024대비 5%p이상높거나낮음

## 2) 제조국가별 부정적 이미지

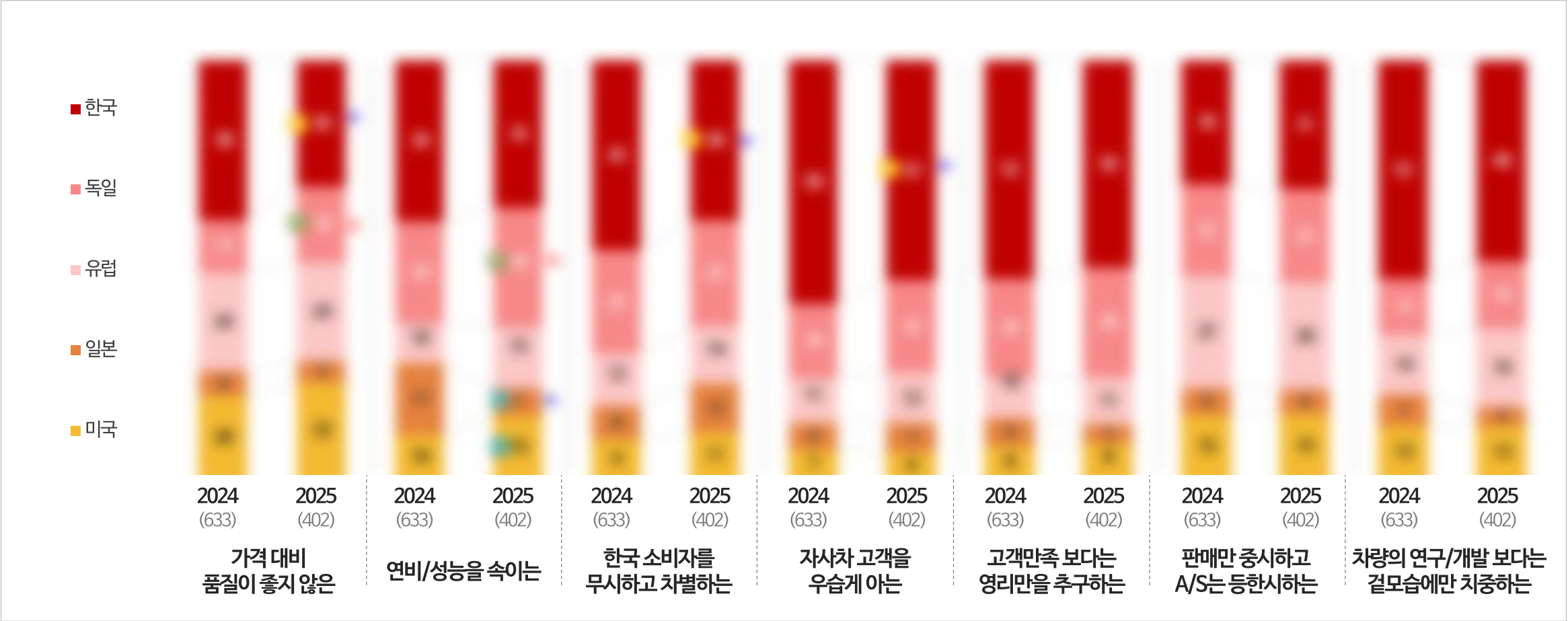
수입차  
구입 행태

**브랜드  
이미지**

수입차  
구입 의향

- 한국 소비자는 한국산 자동차에 대한 부정적 이미지를 가지고 있으며, 한국산 자동차를 구매하고 싶어하지는 않으나, 한국산 자동차를 구매할 때는 한국산 자동차를 구매하는 것이 더 낫다고 생각한다.
- 독일 소비자는 독일산 자동차에 대한 부정적 이미지를 가지고 있으며, 독일산 자동차를 구매하고 싶어하지는 않으나, 독일산 자동차를 구매할 때는 독일산 자동차를 구매하는 것이 더 낫다고 생각한다.
- 일본 소비자는 일본산 자동차에 대한 부정적 이미지를 가지고 있으며, 일본산 자동차를 구매하고 싶어하지는 않으나, 일본산 자동차를 구매할 때는 일본산 자동차를 구매하는 것이 더 낫다고 생각한다.

(수입차사용자중옴니버스문항응답자, %)



▲▼: 2024대비5%p이상높거나낮음  
\*중국 브랜드는 보기문항미제시



### 3) 브랜드별 이미지

- 자동차의 성능, 디자인, 브랜드 이미지, 가격, 서비스, 안전성, 환경친화성, 혁신성, 젊음, 개성, 고급스러움, 트렌디함, 가성비, 믿음, 성장가능성, 가장 마음에 드는
- 자동차의 성능, 디자인, 브랜드 이미지, 가격, 서비스, 안전성, 환경친화성, 혁신성, 젊음, 개성, 고급스러움, 트렌디함, 가성비, 믿음, 성장가능성, 가장 마음에 드는
- 자동차의 성능, 디자인, 브랜드 이미지, 가격, 서비스, 안전성, 환경친화성, 혁신성, 젊음, 개성, 고급스러움, 트렌디함, 가성비, 믿음, 성장가능성, 가장 마음에 드는

#### ■ 브랜드 이미지 포지셔닝 맵



#### ■ 각 이미지별 적합 브랜드

(수입새차이용자중옴니버스문항응답자, n=278, MA, %)

	사례수	Audi	MB	BMW	Genesis	Land Rover	Lexus	Porsche	Volvo	없음/모름
잔고장이 없는	(278)									
성능이 우수한	(278)									
안전한	(278)									
A/S가 좋은	(278)									
고객 지향적인	(278)									
디자인이 좋은	(278)									
환경 친화적인	(278)									
혁신적인	(278)									
젊은	(278)									
개성이 넘치는	(278)									
고급스러운	(278)									
트렌디한	(278)									
가성비가 좋은	(278)									
믿을 수 있는	(278)									
성장가능성이 높은	(278)									
가장 마음에 드는	(278)									

## ■ 각 이미지별 적합 브랜드

	사례수	BYD	Honda	현대/기아	Jeep	Peugeot	Tesla	Toyota	Volkswagen	없음/모름
잔고장이 없는	(264)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
성능이 우수한	(264)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
안전한	(264)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A/S가 좋은	(264)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
고객 지향적인	(264)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
디자인이 좋은	(264)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
환경 친화적인	(264)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
혁신적인	(264)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
젊은	(264)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
개성이 넘치는	(264)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
고급스러운	(264)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
트렌디한	(264)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
가성비가 좋은	(264)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
믿을 수 있는	(264)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
성장가능성이 높은	(264)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
가장 마음에 드는	(264)	0	0	0	0	0	0	0	0	0



# 4) 브랜드 인식 변화 및 향후 성장 가능성

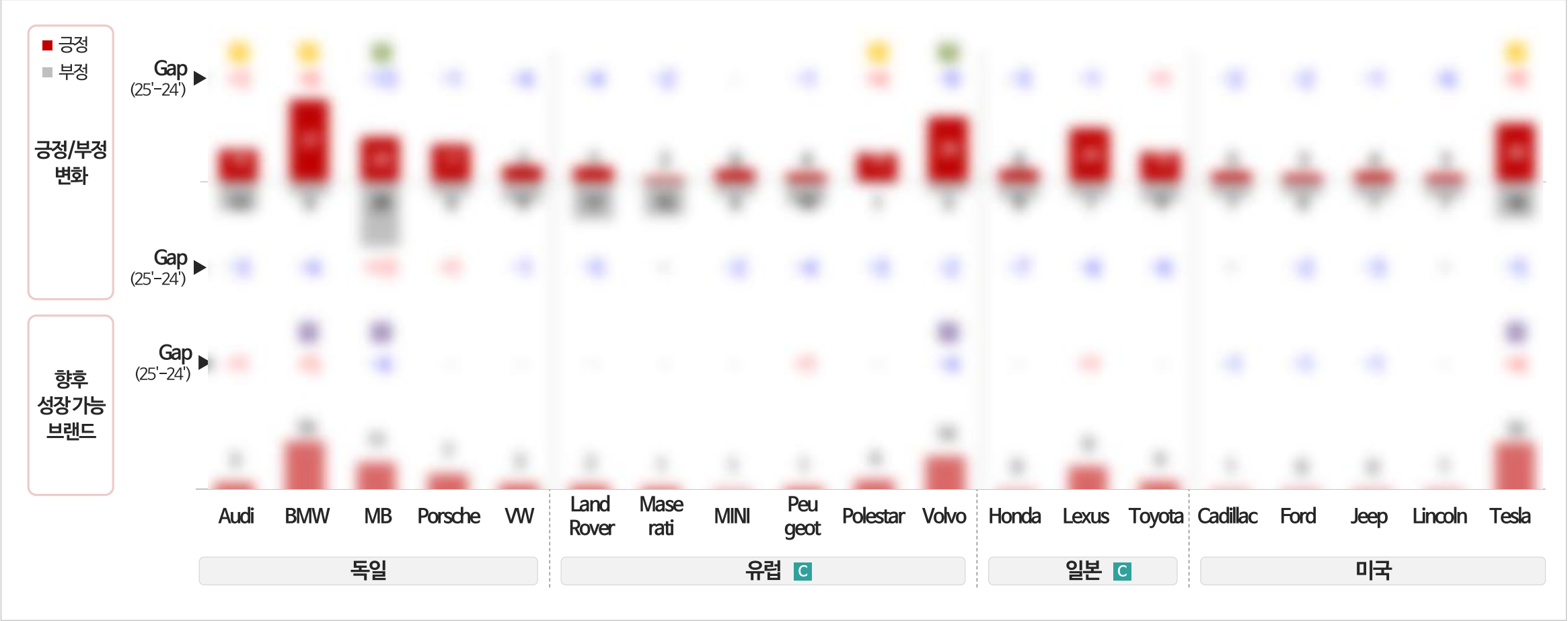
수입차  
구입 행태

**브랜드  
이미지**

수입차  
구입 의향

- 전년 대비 브랜드 이미지 상승, 구매 의향 상승 (가장 높음)
- 전년 대비 브랜드 이미지 상승, 구매 의향 미변화
- 전년 대비 브랜드 이미지 상승, 구매 의향 하락
- 전년 대비 브랜드 이미지 하락, 구매 의향 상승
- 전년 대비 브랜드 이미지 하락, 구매 의향 미변화
- 전년 대비 브랜드 이미지 하락, 구매 의향 하락

(수입 새차이용자중 옴니버스 문항 응답자, MA, n=402 %)



Q. 지난 1년전에 비해 이미지가 더 긍정적/부정적으로 변한 수입차 브랜드를 모두 선택해 주십시오  
Q. 그렇다면 국내 수입차 브랜드 중 향후 성장 가능성이 가장 높은 브랜드는 어디라고 생각하십니까?

A blurred background image on the left side of the slide showing a person's hand on a car's steering wheel.

## II. 주요 조사 결과

---

### 3. 수입차 구입의향

- 1) 구입의향자 Demo 특성
- 2) 구입의향 차량 종류
- 3) 구입의향 차량 수입/국산 여부
- 4) 구입의향 차량 브랜드
- 5) 구입의향 이유

## 1) 구입의향자 Demo 특성

		2024	2025	현 이용 차종		현 이용 브랜드 원산지					
				세단	RV	국산	독일	유럽	일본	미국	Tesla
사례수		(8,167)	(7,843)	(4,631)	(2,944)	(3,333)	(2,741)	(477)	(667)	(245)	(230)
성별	남성	7,100	6,800	3,900	2,500	2,700	2,200	350	500	180	170
	여성	1,067	1,043	731	444	633	541	127	167	65	60
연령	30대 이하	1,000	950	550	350	400	300	50	100	30	30
	40대	2,500	2,400	1,300	800	900	700	100	200	70	70
	50대	2,500	2,400	1,300	800	900	700	100	200	70	70
	60대 이상	2,667	2,493	1,481	994	1,133	941	127	167	65	60
사례수		7,100	6,800	3,900	2,500	2,700	2,200	477	667	245	230
직업	자영업	1,000	950	550	350	400	300	50	100	30	30
	판매/서비스직	1,000	950	550	350	400	300	50	100	30	30
	사무/기술직	2,500	2,400	1,300	800	900	700	100	200	70	70
	공무원	1,000	950	550	350	400	300	50	100	30	30
	전문/경영직	1,000	950	550	350	400	300	50	100	30	30
	전업 주부	1,000	950	550	350	400	300	50	100	30	30
	기타	1,000	950	550	350	400	300	50	100	30	30
소득	~500만원내외	1,000	950	550	350	400	300	50	100	30	30
	600~900만원내외	1,000	950	550	350	400	300	50	100	30	30
	1000만원내외이상	1,000	950	550	350	400	300	50	100	30	30
	모름	1,000	950	550	350	400	300	50	100	30	30

31 / 44

1) 구입의향자 Demo 특성\_Cont'

이동통신, 자동차, 가전, 식품, 화장품, 패션, 여행, 교육, 문화, 스포츠, 건강, 환경, 사회, 기타

(2년 이내 수입 새차 구입의향자, %)

		2024	2025	현 이용 차급									
				세단 A/B-Seg	세단 C-Seg	세단 D-Seg	세단 E-Seg	세단 F-Seg	RV SUV B/C-Seg	RV SUV D-Seg	RV SUV E-Seg	RV SUV F-Seg	RV Pick-up/ M-Seg
사례수		(8,167)	(7,843)	(261)	(617)	(1,334)	(1,928)	(492)	(503)	(840)	(782)	(512)	(308)
성별	남성	4,000	3,800	130	310	670	920	230	240	390	370	240	150
	여성	4,167	4,043	131	307	664	1,008	262	263	450	412	272	158
연령	30대 이하	1,000	950	30	70	150	210	50	50	80	70	40	20
	40대	2,000	1,900	70	160	350	480	110	110	170	160	100	50
	50대	2,500	2,400	90	210	450	600	140	140	220	210	130	60
	60대 이상	2,667	2,593	71	177	384	638	192	193	370	342	202	78
사례수													
직업	자영업	1,000	950	30	70	150	210	50	50	80	70	40	20
	판매/서비스직	1,500	1,400	45	105	225	300	75	75	120	110	70	35
	사무/기술직	2,000	1,900	70	160	350	480	110	110	170	160	100	50
	공무원	500	480	15	35	75	100	25	25	40	35	20	10
	전문/경영직	1,000	950	30	70	150	210	50	50	80	70	40	20
	전업 주부	1,500	1,400	45	105	225	300	75	75	120	110	70	35
	기타	1,167	1,113	36	87	184	248	62	63	100	92	52	23
소득	~500만원내외	1,000	950	30	70	150	210	50	50	80	70	40	20
	600~900만원내외	2,000	1,900	70	160	350	480	110	110	170	160	100	50
	1000만원내외 이상	2,667	2,593	71	177	384	638	192	193	370	342	202	78
	모름	1,000	950	30	70	150	210	50	50	80	70	40	20

▲▼: 2025 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

● 2014년 12월 1일부터 2015년 11월 30일까지, 12월 1일부터 2015년 11월 30일까지  
● 2015년 12월 1일부터 2016년 11월 30일까지, 2016년 12월 1일부터 2017년 11월 30일까지

(2년 이내 수입 새차 구입의향자, %)

[illegible]

▲▼: 2025 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음

Q. 귀하께서 차를 사신다면 현재 구입 가능성이 가장 큰 차는 어느 회사 무슨 모델입니까?  
Q. 그 차의 연료의 타입은 어느 것을 원하시나요?



# 4) 구입의향 차량 브랜드

● 2024년 1월~12월 평균 수입차 구입의향자, 2025년 1월~12월 평균 수입차 구입의향자  
● 2024년 1월~12월 평균 수입차 구입의향자, 2025년 1월~12월 평균 수입차 구입의향자  
● 2024년 1월~12월 평균 수입차 구입의향자, 2025년 1월~12월 평균 수입차 구입의향자

(2년 이내 수입새차구입의향자, %)



▲▼: 2025 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음



# 4) 구입의향 차량 브랜드\_Cont'

● 2024년 10월~12월 조사대상자 중, 2025년 1월~3월 조사대상자 중  
● 2024년 10월~12월 조사대상자 중, 2025년 1월~3월 조사대상자 중  
● 2024년 10월~12월 조사대상자 중, 2025년 1월~3월 조사대상자 중

(2년 이내 수입 새차 구입의향자, %)



▲▼: 2025 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음  
\* 사례수 60미만은 해석에 유의



5) 구입의향 이유

- 가장 중요하게 생각하는 이유(복수응답) : 안전성, 외관스타일, 회사/브랜드, 내구성, 모델의 명성/평판, 품질(잔고장적음), 첨단/편의사양, 승차감, 엔진배기량, 연비(전비), 크기(전장), 실내인테리어, 정숙성, 이전 경험(써보니 좋아서), 승차공간, 신모델/최신모델, 가격/구입조건, 연료타입, 차량활용성(캠핑/차박등), 친환경차량
- 가장 중요하게 생각하는 이유(복수응답) : 안전성, 외관스타일, 회사/브랜드, 내구성, 모델의 명성/평판, 품질(잔고장적음), 첨단/편의사양, 승차감, 엔진배기량, 연비(전비), 크기(전장), 실내인테리어, 정숙성, 이전 경험(써보니 좋아서), 승차공간, 신모델/최신모델, 가격/구입조건, 연료타입, 차량활용성(캠핑/차박등), 친환경차량
- 가장 중요하게 생각하는 이유(복수응답) : 안전성, 외관스타일, 회사/브랜드, 내구성, 모델의 명성/평판, 품질(잔고장적음), 첨단/편의사양, 승차감, 엔진배기량, 연비(전비), 크기(전장), 실내인테리어, 정숙성, 이전 경험(써보니 좋아서), 승차공간, 신모델/최신모델, 가격/구입조건, 연료타입, 차량활용성(캠핑/차박등), 친환경차량

(2년 이내 수입 새차 구입의향자 중 구입의향 브랜드 있는 자, MA, %)

1순위 MA	2024	2025	성별		연령				구입계획 차량 브랜드 원산지					
			남성	여성	30대 이하	40대	50대	60대 이상	독일	유럽	일본	미국	중국*	Tesla
사례수	(7,440)	(7,154)	(5,438)	(1,716)	(915)	(2,814)	(2,240)	(1,184)	(3,908)	(1,034)	(820)	(301)	(45)	(1,001)
안전성														
외관스타일														
회사/브랜드														
내구성														
모델의 명성/평판														
품질(잔고장적음)														
첨단/편의사양														
승차감														
엔진배기량														
연비(전비)														
크기(전장)														
실내인테리어														
정숙성														
이전 경험(써보니 좋아서)														
승차공간														
신모델/최신모델														
가격/구입조건														
연료타입														
차량활용성(캠핑/차박등)														
친환경차량														

(2025년 전체값 기준 상위 20개만 제시)

▲▼: 2025 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음  
\* 사례수 60미만은 해석에 유의

Q. 그 차를 사시려는 이유들은 무엇인지 모두 선택해 주십시오.

5) 구입의향 이유\_Cont'

- 가장 중요하게 생각하는 구입의향 이유 (가장 중요하게 생각하는 이유 순서대로 표시)
- 중요하게 생각하는 구입의향 이유 (중요하게 생각하는 이유 순서대로 표시)
- 가장 중요하게 생각하는 구입의향 이유 (가장 중요하게 생각하는 이유 순서대로 표시)

(2년 이내 수입 새차 구입의향자 중 구입의향 브랜드 있는 자, MA, %)

<div><div>■ 1순위</div><div>■ MA</div></div>	2024	2025	구입계획 차량 브랜드																			
			독일					유럽					일본			미국					중국	
			Audi	MB	BMW	Por sche	Volks Wagen	Land Rover	Mase rati*	MINI	Peu geot*	Pole star	Volvo	Honda	Lexus	Toyota	Cadillac	Ford	Jeep	Lincoln *	Tesla	BYD *
사례수	(7,440)	(7,154)	(310)	(1,387)	(1,716)	(343)	(151)	(132)	(15)	(97)	(23)	(102)	(653)	(84)	(495)	(241)	(67)	(81)	(93)	(50)	(1,001)	(45)
안전성																						
외관스타일																						
회사/브랜드																						
내구성																						
모델의 명성/평판																						
품질(잔고장 적음)																						
첨단/편의 사양																						
승차감																						
엔진 배기량																						
연비(전비)																						
크기(전장)																						
실내 인테리어																						
정숙성																						
이전 경험(싸보니 좋아서)																						
승차공간																						
신모델/최신모델																						
가격/구입조건																						
연료타입																						
차량 활용성(캠핑/차박 등)																						
친환경 차량																						

(2025년 전체 값 기준 상위 20개만 제시)

▲▼: 2025 전체 평균보다 5%p 이상 높거나 낮음  
\* 사례수 60미만은 해석에 유의

Q. 그 차를 사시려는 이유들은 무엇인지 모두 선택해 주십시오.



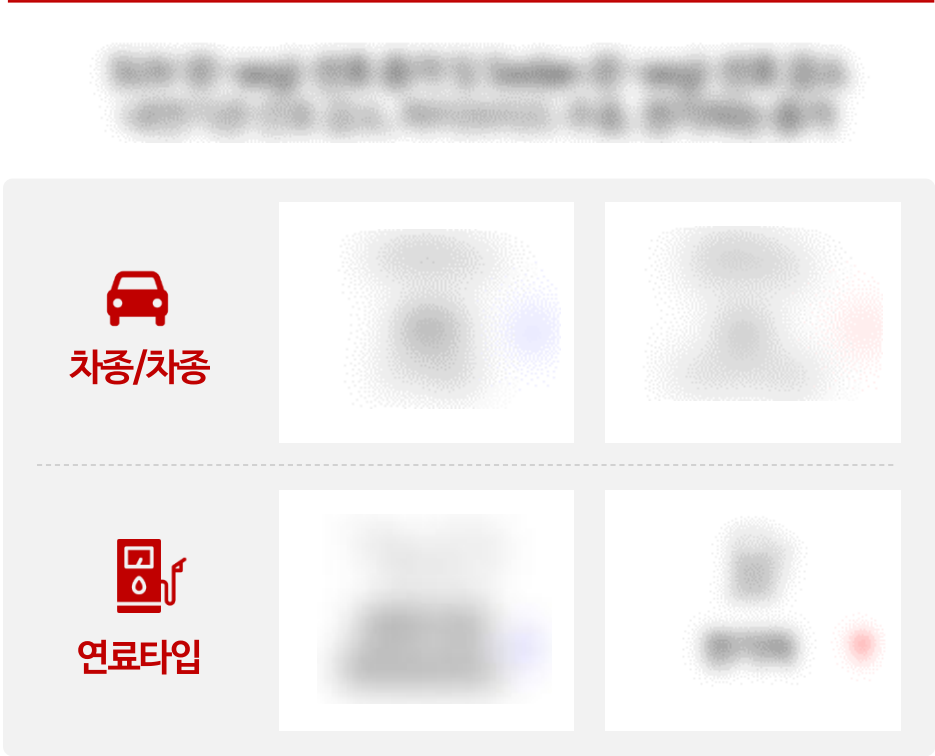
### III. 요약 및 결론

---

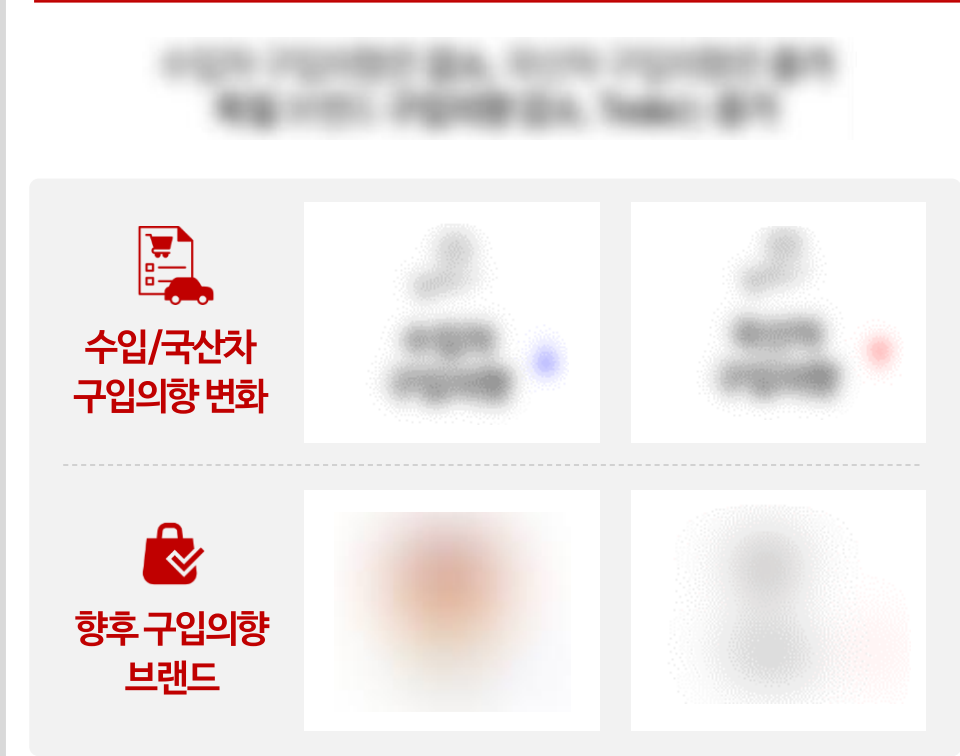
1. 구입 트렌드 변화
2. 구입 Benefit 변화
3. 정보탐색 채널 변화
4. 브랜드 이미지 변화

“ 소비자 중심 제품 개발이 경쟁력 강화의 핵심이며, 경쟁력 강화 위해 기술력 향상을 위한 제품 중심의 수입과 제품 개발이 핵심 역량이다. 특히 브랜드/기술 경쟁력 강화는 시장 변화 반영 ”

제품 특성



선호 브랜드



2. 구입 Benefit 변화

“

본 연구는 소비자 구매 결정에 영향을 미치는 요인들을 분석하여, 기업이 제품 개발 및 마케팅 전략을 수립하는 데 도움을 줄 수 있는 시사점을 제공한다. 특히, 소비자 구매 결정에 영향을 미치는 요인들을 분석하여, 기업이 제품 개발 및 마케팅 전략을 수립하는 데 도움을 줄 수 있는 시사점을 제공한다.

”

1) KBF/구입의향 이유

본 연구는 소비자 구매 결정에 영향을 미치는 요인들을 분석하여, 기업이 제품 개발 및 마케팅 전략을 수립하는 데 도움을 줄 수 있는 시사점을 제공한다. 특히, 소비자 구매 결정에 영향을 미치는 요인들을 분석하여, 기업이 제품 개발 및 마케팅 전략을 수립하는 데 도움을 줄 수 있는 시사점을 제공한다.

Top3



중요도  
변화



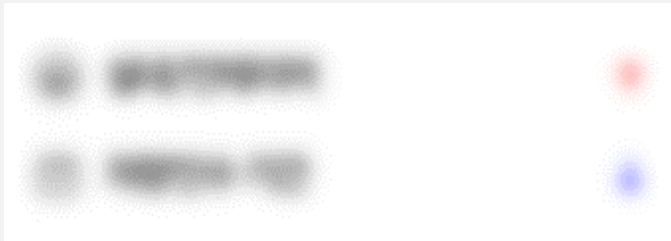
2) KEF

본 연구는 소비자 구매 결정에 영향을 미치는 요인들을 분석하여, 기업이 제품 개발 및 마케팅 전략을 수립하는 데 도움을 줄 수 있는 시사점을 제공한다. 특히, 소비자 구매 결정에 영향을 미치는 요인들을 분석하여, 기업이 제품 개발 및 마케팅 전략을 수립하는 데 도움을 줄 수 있는 시사점을 제공한다.

Top3



중요도  
변화



3. 정보탐색 채널 변화

“ ”

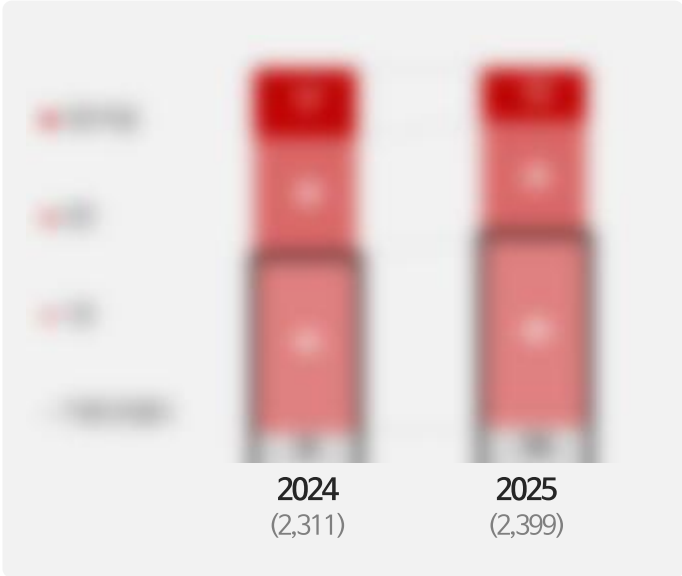
주요 정보 탐색 채널

	2024	2025
사례수	(7,886)	(8,246)
1		
2		
3		
⋮	⋮	⋮

과정별 탐색 채널



영업소/대리점 방문 수





## 4. 브랜드 이미지 변화

“

”

### 브랜드 원산지별 이미지 변화

본 연구는 브랜드 원산지에 따라 브랜드 이미지가 어떻게 달라지는지를 분석하고, 이를 바탕으로 브랜드 이미지 개선을 위한 전략을 제시하는 데 목적이 있다.

 한국

본 연구는 한국 브랜드의 이미지를 분석하고, 이를 바탕으로 브랜드 이미지 개선을 위한 전략을 제시하는 데 목적이 있다.

 독일

본 연구는 독일 브랜드의 이미지를 분석하고, 이를 바탕으로 브랜드 이미지 개선을 위한 전략을 제시하는 데 목적이 있다.

 미국

본 연구는 미국 브랜드의 이미지를 분석하고, 이를 바탕으로 브랜드 이미지 개선을 위한 전략을 제시하는 데 목적이 있다.

 중국

본 연구는 중국 브랜드의 이미지를 분석하고, 이를 바탕으로 브랜드 이미지 개선을 위한 전략을 제시하는 데 목적이 있다.

### 지난 1년간 이미지 개선

본 연구는 지난 1년간 브랜드 이미지가 어떻게 개선되었는지를 분석하고, 이를 바탕으로 브랜드 이미지 개선을 위한 전략을 제시하는 데 목적이 있다.

긍정적  
인식 상승



부정적  
인식 상승



# THANK YOU

본 보고서에 대한 문의는 아래로 연락 바랍니다.

---

박승표 상무 (Sammy.park@consumerinsight.kr / 02-6004-7661)

유흥구 수석부장 (yoohg@consumerinsight.kr / 02-6004-7681)

김성철 과장 (kimsc@consumerinsight.kr / 02-6004-7673)

