



데이터 융복합/리서치 전문 연구기관
컨슈머인사이트 보도자료
 (자동차 리포트 21th-1호)

기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	sammy.park@consumerinsight.kr
문 의	박승표 이사	연 락 처	02) 6004-7661
배 포 일	'21년 1월 5일(화) 배포	매 수	자료 총 4매

수입차 구입가 20% 오를 때 국산차는 30% 올랐다

컨슈머인사이트, 2013~2020 국산-수입차 가격 비교

- 고가 SUV - 대형 차급 선호 추세로 국산차 상승폭 커
- 평균 구입가격 국산 3379만 vs 수입 6828만원 2배 차이
- 할인금액은 98만원 vs 390만원으로 수입차가 국산의 4배
- 현대-기아차 쓸림현상 심해 가격 탄력성 줄어

[그림1] 자동차 가격(실구매가격+할인금액) 추이

[Base: 최근 1년 이내 새차 구입자(연 8,700여명), 백만원]



Q. 그 차는 얼마에 구입하셨습니다? 선택한 옵션을 포함한 실제 차량 가격을 적어 주십시오

최근 8년 사이 소비자가 자동차 구매 때 지불한 가격은 국산차가 30%, 수입차는 20% 상승했다. 할인액은 2020년 기준으로 수입차가 국산차의 4배, 할인율은 2배에 달했다. 국산차 구입비용은 더 올라가고 할인폭은 오히려 줄어든 셈이다. 이유는 가격 인상보다는 국산차 수요가 고가 SUV와 대형차 중심으로 이동했고, 수입차들이 벌인 할인

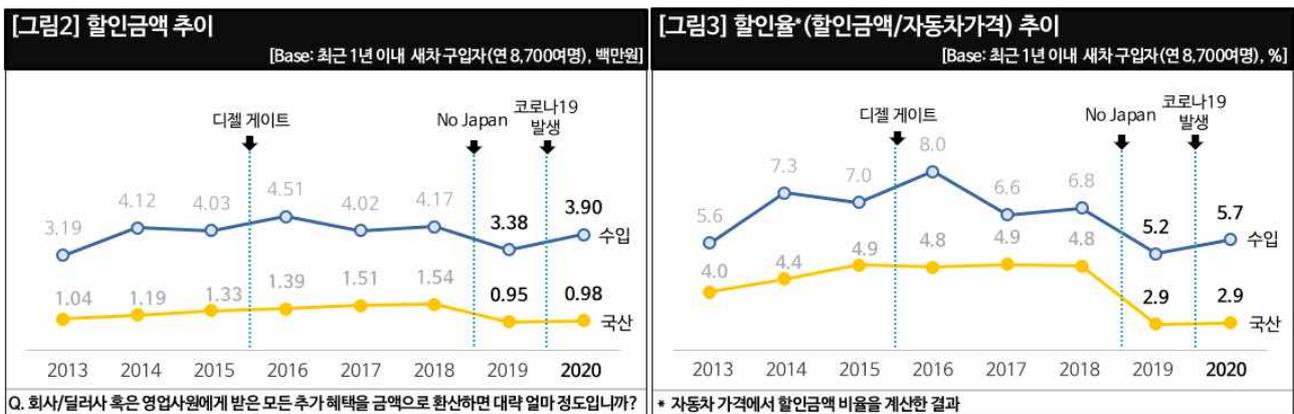
프로모션 경쟁에서도 거리를 둘 수 있었기 때문이다.

데이터융합·소비자리서치 전문연구기관 컨슈머인사이트는 2001년부터 매년 7월 실시하는 '연례 자동차 기획조사(매년 10만명)'에서 지난 1년 신차 구매자를 대상으로 실구매가격(회사-영업사원 할인을 뺀 실제 지불가격)과 할인금액(회사-영업사원이 할인해준 금액)을 물었다. 이를 토대로 권장소비자가격(평균구입가격, 실구매가격+할인금액)과 할인율을 계산하고 그 결과를 종합해 2013년 이후 차량 구입 가격과 할인율 변화를 추이를 정리했다.

■ 수입차 구입가격 등락하는 동안 국산차는 꾸준히 상승

2020년 수입차 평균 구입가격은 6828만원으로 국산차 3379만원의 약 2배이다. 2013년 이후 8년 연속 2배 안팎으로 거의 일정한 비율을 유지하고 있다. 하지만 상승률로 계산하면 국산차는 2013년 2624만원과 비교해 28.8% 올랐다. 같은 기간 수입차가 5701만원에서 6828만원으로 19.8% 오른 데 비해 9%포인트 더 오른 셈이다[그림1].

연도별 추이를 보면 국산차는 2013년 이후 올해까지 해마다 꾸준히 올랐다. 이에 비해 수입차는 2016년까지 정체 내지 등락을 거듭하다 2017년 이후 상승했다. 특히 2016년 수입차는 디젤게이트와 연비 논란, 잇단 리콜 등 악재가 이어지면서 전년보다 150만원이나 하락하기도 했다.



■ 올해 수입차 5.7% 깎아줬는데 국산은 2.9% 절끔

국산차는 할인도 깎아졌다. 2013년 평균 104만원이던 할인금액이 2020년 98만원으로 줄어들었다[그림2]. 할인율 기준으로는 같은 기간 4.0%에서 2.9%로 뚝 떨어졌다. 수입차는 같은 기간 319만원(5.6%)에서 390만원(5.7%)으로 오히려 커졌다[그림3].

국산차 할인율이 2015~2018년 4년간 4.8~4.9%였던 것에 비하면 2020년에는 2.9%로 크게 줄었다. 수입차는 2016년 8.0%로 최고에 달했던 데 비하면 많이 감소했지만 국산

보다는 낙차가 완만했다.

■ **혼다-지프 할인율 9.4%로 가장 높아**

차량 브랜드별 할인율은 국산차로는 △현대차(제네시스 포함)가 2.5%로 가장 낮았고 △기아 2.8% △르노삼성 3.7% 순이었다. 제네시스만 별도로 집계하면 2.0%로 국산차 중 독보적이다.

수입차(지난 1년간 구입한 표본규모가 60 이상인 11개 브랜드) 중에는 △볼보(1.5%)와 △렉서스(2.9%) 할인율이 낮았던 반면 △노재팬 직격탄을 맞은 '혼다'와 △지프가 각각 9.4%로 가장 높았고, 그 다음으로 △미니 8.3% △BMW 7.8% 순이었다.

■ **국산차 호황 속 할인전략 필요성 못 느낀 듯**

자동차 구입가격이 올라간 것은 국산-수입차 모두 공통적이지만 국산 상승률이 더 높은 이유는 단순히 국산차 가격 인상 때문만은 아니다. '아빠차'로 통하던 그랜저가 '오빠차'가 되고 '차박 열풍'에 힘입어 고가 SUV 선호가 늘어나는 등 국산차의 고급-대형화가 진행된 게 큰 이유다. 실제로 이 조사의 국산차 보유 응답자 중 준대형 이상 승용차와 중형 이상 SUV-픽업 차량 비율이 2013년 19%에서 올해 49.6%로 크게 늘었다. 반면 수입차는 같은 기간 39.7%에서 39.6%로 거의 변화가 없었다.

수입차의 할인폭이 더 큰 것은 수요-공급이 국산차와 다르기 때문이다. 국산차는 제작사가 직접 수요 상황에 따라 공급을 조정할 여력이 있지만, 수입차는 다르다. 일단 선 구입 후 판매하는 형식이라 수요 변화에 더 민감할 수밖에 없다. 할인 공세를 해야 할 상황이 더 많기 때문이다. 수입차 시장의 변화를 잘 지켜보면 의외로 좋은 가격에 살 수 있다는 것도 매력 포인트의 하나다.

컨슈머인사이트는 **비대면** 조사에 **효율적인** 대규모 온라인패널을 통해 자동차, 이동통신, 쇼핑/유통, 관광/여행, 금융 등 다양한 산업에서 요구되는 전문적이고 과학적인 리서치 서비스를 제공하고 있습니다. 특히, 최근에는 **다양한 빅데이터를 패널 리서치 데이터와 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	조사대상자의 성격에 따라 측정/분석내용이 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
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	

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