

# Press Release

## 수입차, 선택과정과 조건은?

- 국산차는 가격, 수입차는 성능 보고 산다
- 수입차 구입은 전액 현금, 리스 많아

### - 수입차 무엇을 보고 사나?

수입차 구입자는 가격 보다는 메이커를 보고 시승을 통해 성능을 확인한 다음 구입하는 경향을 보였다. 국산차는 가격과 경제성이 가장 중요한 기준이었다.

지난 1년간 새 차를 구입한 적이 있는 소비자 중 '자신이 거의' 또는 '전적으로 자신이 구매를 결정했다'는 사람(수입 78%, 국산 77%)에게 구입과정과 구매결정 기준에 대해서 물었다. 수입차 구입자는 구매 결정 시 가장 중점적으로 고려한 요인으로 '메이커'를 많이 언급한 반면(수입 37%, 국산 15%), '가격'에 대한 언급은 상대적으로 적었다(수입 17%, 국산 26%). 수입차 구입자는 어떤 브랜드를 가질 것인가를 고민하고, 국산차 구입자는 쓸 예산 범위가 얼마인가가 문제다[표1].

### For more Information

문의: 김진권 대표 Tel. 02) 6004-7621 Mobile. 010-9155-8759 Fax 02) 543-5984 e-mail: [jackkim@mktinsight.co.kr](mailto:jackkim@mktinsight.co.kr)  
서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. [www.mktinsight.co.kr](http://www.mktinsight.co.kr), [www.panelinsight.co.kr](http://www.panelinsight.co.kr)

# Press Release

[표1] 자동차 구입 과정 (1년 내 구입자)

| 문항           | 응답                | 수입차 | 국산차 |
|--------------|-------------------|-----|-----|
| 구입 결정자       | 응답자 본인(전적으로+거의)   | 78% | 77% |
| 중요 고려 요인     | 가격                | 17  | 26  |
|              | 메이커               | 37  | 15  |
| 정보 소스        | 제조사 및 영업사원        | 48  | 41  |
|              | 인터넷               | 32  | 34  |
|              | 광고/기사/보도          | 8   | 11  |
| 구매에 영향을 준 정보 | 차량 시승             | 28  | 6   |
|              | 동호회 홈페이지          | 16  | 15  |
|              | 주변사람의 조언          | 10  | 13  |
|              | 차량 가격표 및 판매 안내 자료 | 5   | 12  |
| 구매 이유        | 성능                | 21  | 8   |
|              | 가격/경제성            | 18  | 34  |
|              | 스타일               | 16  | 15  |
| 최종 비교 브랜드    | 수입차               | 67  | 6   |
|              | 현대                | 13  | 26  |
| 비구입 이유       | 가격/경제성            | 33  | 39  |

\* 사례수 : 수입차 462명, 국산차 9,882명

구매에 영향을 준 정보 측면에서 수입-국산 간 가장 큰 차이는 '차량 시승'(수입 28%, 국산 6%)이었다. 수입차는 소비자에게 직접적인 시승 체험을 통해 상품을 이해하고 판단할 기회를 주고 있으며, 이는 가장 효과적이고 영향력 있는 판매촉진 수단으로 자리잡았다. 반면 국산차 구입자는 소수만이 시승 기회를 얻는 것을 알 수 있다.

잠재고객에게 직접적인 시승 체험의 기회를 주는 것은 그만한 가치가 있다. 시승은 소비자에게 '성능'을 확인할 기회를 준다. 구입이유로 '성능'을 지정한 비율이 수입차는 21%로 가장 큰 이유였으나 국산차는 8%에 머무른 결과가 이를 잘 보여 주고 있다.

수입차는 상품의 특징점을 소비자가 직접 체감할 수 있게 함으로써 성능에 대한 확신을 주려 했고, 이러한 마케팅 의도는 성공적인 결과를 가져온 것으로 보인다. 반면 국산차는 가

## For more Information

문의: 김진권 대표 Tel. 02) 6004-7621 Mobile. 010-9155-8759 Fax 02) 543-5984 e-mail: [jackkim@mktinsight.co.kr](mailto:jackkim@mktinsight.co.kr)

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. [www.mktinsight.co.kr](http://www.mktinsight.co.kr), [www.panelinsight.co.kr](http://www.panelinsight.co.kr)

# Press Release

격/경제성에 대한 정보(34%)가 구매결정에 가장 중요한 영향을 준 것으로 나타났다(수입차는 18%). 결국 국산차는 가격으로, 수입차는 성능으로 판다고 해도 지나치지 않다.

시승은 많은 비용이 드는 마케팅 수단이다. 그러나 그만큼 가치가 있다. 가격도 디자인도 모르면서 예약하는 소비자는 점점 줄어들 수 밖에 없기 때문이다.

## - 수입차, 어떻게 사나?

수입차를 구입한 소비자는 국산차 구입자와는 다른 조건과 절차를 밟았다. 이들은 제조사나 영업사원에게서 국산차에 비해 훨씬 더 큰 할인혜택을 받았으며, 차량가격 전액을 현금으로 지불하는 경우와 리스가 많았다. 자동차 카드의 이용은 상대적으로 적었다.

지난 1년간 새 수입차를 구입한 소비자들이 가장 많이 사용한 지불 방법은 전액 현금(32%)이었으며, 그 다음은 리스(20%) 일부현금/일부할부(19%)의 순이었다. 반면 국산차 구입자들은 일부현금/일부할부가 가장 많았으며(27%), 그 뒤는 전액 현금(20%) 전액 카드(19%) 순이었다. 자동차 카드의 사용여부도 국산차는 56%였으나 수입차는 20%에 머물러 대금지불 방식에 큰 차이가 있음을 알 수 있다[표2].

[표2] 구입 조건 - 할인 혜택 (1년 내 구입자)

| 문 항                   | 응 답              | 수입차 | 국산차 |
|-----------------------|------------------|-----|-----|
| 할인 혜택 여부              | 제조사 제공 할인 혜택 받음  | 65% | 73% |
|                       | 영업사원 제공 할인 혜택 받음 | 71  | 59  |
| 혜택 환산 금액<br>(제조사 제공)  | 30만원 이하          | 9   | 38  |
|                       | 200만원 이상         | 39  | 13  |
| 혜택 환산 금액<br>(영업사원 제공) | 30만원 이하          | 24  | 54  |
|                       | 200만원 이상         | 17  | 1   |
| 차량 가격 지불 방법           | 전액 현금            | 32  | 20  |
|                       | 리스               | 20  | 3   |
| 자동차 카드 이용             | 이용함              | 20  | 56  |

\* 사례수 : 수입차 443명, 국산차 9,429명

## For more Information

문의: 김진권 대표 Tel. 02) 6004-7621 Mobile. 010-9155-8759 Fax 02) 543-5984 e-mail: [jackkim@mktinsight.co.kr](mailto:jackkim@mktinsight.co.kr)

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. [www.mktinsight.co.kr](http://www.mktinsight.co.kr), [www.panelinsight.co.kr](http://www.panelinsight.co.kr)

# Press Release

차량을 구입하면서 받은 할인혜택의 규모에도 큰 차이가 있었다. 제조사가 주는 할인혜택을 받은 비율은 수입차 65% 국산차 73%로 수입차가 적었다. 그러나 금액의 크기는 크게 달랐다. 수입차는 200만원 이상이라는 답이 39%였으나 국산차는 반대로 38%가 30만원 이하라고 답해 수입-국산 간에 현격한 차이가 있었다.

반면 영업사원이 주는 할인혜택을 받은 비율은 수입차 71% 국산차 59%로 수입차가 12%p 높았다. 금액 규모에서도 수입차는 200만원 이상이라는 답이 17% 30만원 이하가 24%였으나 국산차는 54%가 30만원 이하였으며, 1%만이 200만원 이상으로 큰 차이가 있었다. 이런 결과는 수입차의 경우 회사 보다는 영업사원 수준에서 보다 적극적인 가격할인 공세가 있음을 알 수 있다.

수입차 중에는 고가 차량이 많기는 하지만 회사나 영업사원이 200만원 이상씩을 할인해 주는 경우가 적지 않다는 것은 수입차가 책정한 가격에 적지 않은 거품이 있음을 뜻한다. 보다 합리적인 가격전략으로 소비자의 혼란을 줄이는 노력이 필요하다.

본 '보도자료'는 (주)마케팅인사이트의 '제 10차 자동차 기획조사'의 결과 중 발췌·요약한 것으로, 조사 내용과 결과분석에 대한 모든 권한은 (주)마케팅인사이트에 있으며, 사전 서면 허가 없이는 어떤 경우에도 상업적인 목적으로 사용될 수 없음을 알려드립니다.

## [조사 설계의 개요]

- 조사 수행 기관: 마케팅인사이트([www.mktinsight.co.kr](http://www.mktinsight.co.kr))
- 조사 성격: 제 10차 자동차 기획조사(Syndicated study)
- 모집단: 전국의 e-mail 사용자 중 자동차 운전면허 보유자
- 조사 시점: 2010년 7월
- 자료 수집 방법: 온라인 우편조사 (e-mail survey)
- 조사 규모 : 총 응답자 106,291명

자동차 보유자 101,159명

## For more Information

문의: 김진권 대표 Tel. 02) 6004-7621 Mobile. 010-9155-8759 Fax 02) 543-5984 e-mail: [jackkim@mktinsight.co.kr](mailto:jackkim@mktinsight.co.kr)  
서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. [www.mktinsight.co.kr](http://www.mktinsight.co.kr), [www.panelinsight.co.kr](http://www.panelinsight.co.kr)