미국 소비자들의 3D 관련 제품 인지도 및 구매 의향 조사

2011. 8. 8

Overview

시장조사기관 엔피디그룹(NPD Group)에 따르면, 불편한 이용 환경과 가격 부담으로 3D 입체영상에 대한 인지도가 제품 구매로까지 이어지지 않는 것으로 나타났다. 지난해 10월 대비 미국 소비자들의 3D TV 구입 의사는 크게 감소한 반면, 무안경 3D 기술을 채택한 휴대용 게임기 출시로 인해 3D 게임기에 대한 인지도는 상승했다.

Briefing

3D 제품에 대한 실제 구매 의사 낮은 것으로 나타나

o 시장조사기관 엔피디그룹이 최근 발표한 보고서에 따르면, 3D 영화의 인기에 힘입어 미국 소비자들이 3D 영상을 접할 수 있는 기회는 증가했지만, 실제 관련 제품(3D TV, 3D 게임 콘솔, 3D 스마트폰, 3D 노트북 등)에 대한 인지도 및 구매 의사는 낮은 것으로 나타났음

- 2011년 5월 조사결과, 지난해 10월 대비 거의 모든 3D 제품군에서 소비자들의 인지도 및 구매 의도가 감소했음

- 다만 3D 비디오 게임기에 대한 소비자들의 구매 의사는 증가한 것으로 나타남

o 미국 소비자들은 3D 관련 제품이 지나치게 고가인 데다가 전용 안경을 착용해야 한다는 불편함 때문에 외면하고 있는 것으로 나타남

- 실제 지난 4월 미국에서 3D 안경 가격을 50달러(약 5만 4,000원)[1]로 낮추고, 3D TV 구매 시 안경 2개를 무료로 제공하는 마케팅을 펼친 삼성전자는 미국 3D TV 시장점유율 61%를 기록했음[2]

o 3D 제품군 중에서는 휴대용 3D 게임기에 대한 소비자들의 인지도 상승폭이 가장 높았으며, 이는 올해 초 출시된 닌텐도(Nintendo)의 휴대용 3D 게임기 '닌텐도 3DS[3]' 때문인 것으로 풀이됨

1) 삼성전자는 3D TV용 안경 'SSG3100GB' 모델의 가격을 기존 129달러에서 50달러로 인하함
2) 엔피디그룹의 7월 시장조사결과, 삼성전자의 3D TV는 판매대수와 매출액 기준으로 시장점유율 61%를 기록했음
3) '닌텐도 3DS'는 무안경 3D 입체 영상기술을 구현했다는 점에서 업계의 주목을 받았으나, 일본 대지진의 여파와 3D 타이틀의 부족으로 기대 이하의 실적을 기록하며 최근 가격을 40% 인하했음

- 지난해 10월 조사 당시 5%에 불과했던 휴대용 3D 게임기에 대한 소비자 인지도는 올해 5월 13%까지 상승했음
- 엔피디그룹의 애널리스트 로스 루빈(Ross Rubin)은 "휴대용 3D 게임기에 대한 소비자 인지도 향상 및 구매 의도 증가는 전용 안경이 필요 없고 다른 3D 제품 대비 저렴한 가격이 영향을 미친 것으로 보인다"고 언급했음
- 업계 전문가들은 휴대용 3D 게임에 대한 인지도 상승이 향후 3D 스마트폰에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 전망함

Analysis

3D 제품 시장이 예상과 달리 침체에 빠진 가운데, 3D 게임에 대한 소비자들의 기대 확산이 전체 시장의 수요 반전을 이끌 수 있을지에 귀추가 주목된다. 3D 입체영상은 몰입(immersion)을 강화하기 때문에, 유저의 몰입도가 가장 높은 콘텐츠인 게임은 입체기술의 효과가 극대화될 수 있는 장르다. 반면에 TV와 홈비디오 분야에서는 업계표준 부재와 콘텐츠 부족으로 입체영상 디스플레이의 활용 가능성과 효용성이 게임만큼 높지 못한 상황이다. 한편, 아직까지 3D 게임에 대한 실제 인지도 및 수용도가 저조함에 따라 3D 게임 단말 제조사들과 3D 게임 개발사들은 소비자 인지도 향상을 위한 마케팅을 강화해야 할 것으로 전망된다.

Source

1. San Francisco Chronicle, 'NPD: Consumer Exposure to 3D Video on the Rise, but Seasonal Declines Seen in Purchase', 2011. 7. 27
http://www.sfgate.com/cgi-bin/article.cgi?f=/g/a/2011/07/27/prweb8671986.DTL
2. Digital Trends, 'Consumers: Still not on board with 3D', 2011. 7. 28
http://www.digitaltrends.com/gaming/consumers-still-not-on-board-with-3d/